

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه علمی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

● شماره: ۵۵ ● بهار ۱۴۰۱

● شاپای الکترونیکی: ۲۸۲۱-۱۲۸۶

● شاپای چاپی: ۲۸۲۱-۱۲۷۸

● صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان

● مدیر مسئول: رضا نیک بخش

● سردبیر: سید نصراله سجادی

● مدیر داخلی و ویراستار: زهرا کمالیان

● صفحه آرا: مهدیه منصوری

مرکز مطالعات و پژوهشی های راهبردی

● بزرگراه آفریقا، خیابان سایه، پلاک ۴، ساختمان شماره ۲ وزارت ورزش و جوانان

● تلفن: ۲۲۶۶۲۳۶۹، دورنگار: ۲۲۶۶۲۲۶۰

● رایانامه: strategic.studies@msy.gov.ir

● سامانه ارسال مقاله: <http://fasname.msy.gov.ir>

● اقتباس و درج مطالب با ذکر ماخذ آزاد است

۳/۱۸/۸۰۳۳

۱۳۹۳/۱/۲۵

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

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

سید عبدالحمید احمدی

دانشیار تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) جهاد دانشگاهی

محمد جوادی پور

دانشیار برنامه ریزی درسی گروه روش ها و برنامه های 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 قراخانلو

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، لطیف سعادت‌ی سیدبگلو، مهدی شکرانی، وحید اسدزاده، عبدالحسین شیرازی، سید محمدحسین رضوی، لقمان کشاورز، محمد رسول خدادادی، مهدی نادری نسب، علی همتی عقیف، کیوان شعبانی مقدم، کریم زهره وندیان، رسول طریقی، محمد پورکیانی، شمس الدین رضایی، احمد محمودی، سید مصطفی طیبی ثانی، محمدهادی توکلی، محمد نصیری، باقر مرسل، محمدعلی نودهی، فراز موسوی، مهدی سلیمی، فرشاد امامی، علی فهیمی نژاد، مجید نامور، جواد یوسفیان، مجید کیانی، ایمان صفایی، شهلا کاظمی پور ثابت، شهلا علیرضائزاد، فهیمه نظری، شیرین احمدنیا، فهیمه مومنی فر، فاطمه فاضلی دینان، فهیمه میرزائی، افسانه روحانی، الهام فسنگری، آزاده ناصریان، مریم کریمی، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

۱. ارتقای دانش علمی و بررسی نقادانه سیاست ها و برنامه های موجود
۲. کمک به سیاست گذاری و برنامه ریزی در حوزه ورزش و جوانان
۳. بررسی مسائل و چالش های فراوری جوانان و ورزش کشور با ارائه راهکار های نوین و مفید در این زمینه ها
۴. انعکاس جدیدترین یافته های جوان پژوهی و ورزشی در داخل و خارج کشور

شرایط چاپ مقالات:

۱. مقالات ارسالی نباید برای هیچ نشریه داخلی یا خارجی ارسال یا در آن ها 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. 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. مقاله های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت اند از گزارش های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته ها، بحث و تفسیر، نتیجه گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله ها باید بین ۱۵ تا ۲۰ صفحه (A4 هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word 2007 به پایین با فونت 14 Blotus تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - صفحه عنوان: ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نمابر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - چکیده فارسی و انگلیسی: لازم است که چکیده ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش های هدف، روش، یافته ها و نتیجه گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه ای که مقاله بر مبنای آن نمایه سازی شود) ارائه گردد.
 - مقدمه: شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه ای از تعاریف، اصول، تئوری ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه ها یا پرسش ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
 - روش: شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه گیری و ابزار های پژوهش است.
 - یافته ها: یافته های حاصل از روش های آماری می تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود - تعداد جدول ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
 - بحث و نتیجه گیری: ضمن مقایسه یافته های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت ها و تفاوت ها، به درستی یا نادرستی فرضیه ها و هدف تحقیق اشاره گردد. ۱- منابع: تمامی مقاله ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می باشد.
- همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.
۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد: (نام خانوادگی مولف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵. معادل غیر فارسی واژه های تخصصی، اسامی افراد یا مکان ها، کوتاه نوشت ها و سر واژه ها، در پاورقی هر صفحه با شماره گذاری مستقل ذکر شود.

۶. هر گونه توضیح اضافی ضروری به ترتیب شماره، در پی نوشت انتهای مقاله، پیش از فهرست منابع بیاید.

۷. فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انتهای مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:

الف. کتاب: نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). عنوان کتاب. نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر

ب. مقاله: نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). نام مجله. سال یا دوره، شماره.

ج. مجموعه مقالات: نام خانوادگی مولف، نام. (سال انتشار). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (In) نام و نام خانوادگی ویراستار مجموعه. عنوان مجموعه. محل انتشار: ناشر.

د. رساله تحصیلی: نام خانوادگی مولف، نام. (سال تدوین). «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (In) مقطع تحصیلی، دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.

ه. پایگاه اینترنتی: نام خانوادگی مولف، نام. (آخرین زمان به روز نمودن سایت). «عنوان مقاله». نشانی پایگاه اینترنتی (تاریخ مراجعه به پایگاه)

مرکز مطالعات و پژوهش های راهبردی

فهرست

بزه‌دیده شناسی جرائم علیه جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)

محمدعلی فاطمی نیا، قباد کاظمی، ستار پروین^۹

چرایی رابطه فرا ژنایشویی مردان متاهل در شهر تهران

هلا نیک بخش، نوروز هاشم زهی، نازنین ملکیان^{۳۱}

جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)

محسن امیری، سیمین حاجی‌پور ساردویی، مجتبی مقصودی، رضا کاویانی^{۵۱}

بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مورد مطالعه: دانشجویان دختر پردیس فرهنگیان شهرهمدان)

جابر مولایی، حبیب هاشمی فر، فاطمه هاشمی رثوف^{۷۷}

فرا تحلیل مطالعات نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی در ایران

لاچین علیزاده، محمد نصیری^{۹۷}

شناسایی عوامل موثر استعدادیابی ورزش دانش آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات

بهشته دادگر، فریده اشرف گنجویی، محمد رضا اسماعیلی^{۱۱۳}

ارائه مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران

محمد مهدی سلطانی، حسین علی محمدی، حمید فروغی پور^{۱۳۱}

تدوین مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی استراتژیک در فدراسیون های ورزشی ایران

حوزیه نیک دست، سید محمد حسین رضوی، سعید امیرنژاد^{۱۳۷}

تحلیل استراتژیک آمایش سرزمینی فوتبال ایران

جواد محمدی، سید نصرالله سجادی، حسین رحبی، رسول نظری^{۱۶۵}

شناسایی فرصت های کارافرینانه در صنعت ورزش با رویکرد قهرمانی

تقی عاشوری، مرتضی دوستی، سید محمد حسین رضوی، ابوالحسن حسینی^{۱۸۳}

نقش سرمایه اجتماعی بر شکل دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تأکید بر حضور زنان در استادیوم های ورزشی

محبوبه نقوی، امیررضا خادم^{۲۱۱}

تحلیل فرصت های شرط بندی در سوارکاری استان گلستان

فاطمه شایگان، مرتضی دوستی^{۲۲۷}

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی (مطالعه موردی: استادیوم ورزشی صد هزار نفری آزادی)

علی اصغر دورودیان، معصومه شهبازی، موسی اکبری^{۲۵۷}

تعیین تأثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تأکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: ادارات ورزش و جوانان

استان اصفهان)

معصومه احدی نژاد، حمید فروغی پور، نجف آقایی، رضا صابونچی^{۲۷۳}

بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان

جعفر خوشبختی، داود مودی، سید محمد هاشمی آهویی^{۲۸۹}

ارائه مدل اولویت گذاری در امور اجتماعی با تأکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیتة ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران)

حمیدرضا غریب، حسین کرباسی یزدی، مجید زنجیردار، پیمان غفاری آشتیانی^{۳۰۵}

ارائه مسیر آینده نگری ورزش استان کرمان

امیر رضا آشور ماهانی، سید نصرالله سجادی، مهرداد حمیدی، مجید جلالی فراهانی^{۳۳۳}

طراحی مدل توسعه اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی

محمد حسین قربانی، محمد رضا اسماعیلی، حسین زارعیان^{۳۴۱}

فهم جامعه شناختی عملکرد ورزشی بر اساس خود پذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار شهر تهران در رشته انفرادی (بدنسازي)

حسن اسفندیار جهرمی، بهرام قدیمی، زهرا علی پور درویشی، شهلا حجت، معصومه شجاعی^{۳۴۳}

ارائه مدل تأثیرگذاری تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران

آزینا شجاعی، ولی نوذری، شهرام علم، مهدی ضرغامی^{۳۸۳}

بزه‌دیده‌شناسی جرائم علیه جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)

محمدعلی فاطمی نیا^۱

قباد کاظمی^۲

ستار پروین^۳



10.22034/SSYS.2022.734

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۲/۱۸

بسیاری از جرائم که در سطح جامعه رخ می‌دهد معمولاً در آمارها منعکس نمی‌شوند و از این جهت است که نمی‌توان به آن‌ها اعتماد نمود. وقوع جرائم و به‌ویژه جرائم علیه اشخاص، دارای بزه‌دیده‌گانی است که به دلایل متعدد حاضر به گزارش رخداد جرم به مسئولان ذی‌ربط نیستند. پیمایش‌های بزه‌دیده‌شناسی راهی مناسب برای برآورد دقیق میزان وقوع جرائم و عبور از ارقام سیاه است. این پژوهش که در سال ۱۳۹۸ انجام شده است تلاش کرده تا با انجام یک پیمایش بزه‌دیده‌شناسی در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی برآورد دقیق‌تری از نرخ وقوع جرائم ارائه دهد. نمونه تحقیق ۴۰۰ نفر از دانشجویان در مقاطع کارشناسی، ارشد و دکتری هستند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که حدود ۳۷ درصد دانشجویان در طول یکسال گذشته حداقل یک‌بار بزه‌دیده جرائم شده‌اند و تنها ۲۲ درصد از آن‌ها وقوع جرم را به مسئولان ذی‌ربط گزارش نموده‌اند. همچنین بیشترین آمار محل وقوع جرائم مربوط به خیابان، حمل‌ونقل عمومی و فضای مجازی است. گفتنی است که تنها ۱۴ درصد جرائم یعنی ۳۶ مورد در محیط دانشگاه رخ داده است. نتایج این پژوهش می‌تواند به شناخت بهتر بزه‌دیدگی دانشجویان و تدوین برنامه‌های حمایتی حقوقی، روانی و اجتماعی از آنان یاری رساند.

واژگان کلیدی: دانشجویان، جوانان، بزه دیدگی، جرائم و دانشگاه علامه طباطبائی.

۱ - استادیار، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران

۲ - استادیار، گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۳ - دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

جرم و پیامدهای اجتماعی آن برای فرد مجرم، بزه دیده و جامعه همواره یکی از دغدغه‌های پژوهشگران این حوزه علمی بوده است. یکی از مهم‌ترین تهدیدها علیه وجود امنیت در بین اقشار مختلف جامعه، وقوع جرائم در بستر آن است که به دنبال آن بزه‌دیده‌گانی همراه با انواع پیامدهای روانی، اقتصادی و اجتماعی را به بار می‌آورد. بر اساس آمار و اطلاعات موجود، روند جرائم در اغلب جوامع رو به رشد است. این روند افزایشی از مکانی به مکانی دیگر بسته به نوع جرم دارای تفاوت‌هایی است و دلایل و انگیزه‌های خاص خود را دارد (رضایی و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۰۸). وقوع انواع جرم مشکلات متعددی را در سطح جامعه به وجود می‌آورد و از یک طرف موجب ناامنی، دلهره، هراس و آشفتگی شهروندان می‌شود و از طرف دیگر، سلامت اجتماعی شهروندان را به خطر می‌اندازد و موجب می‌گردد تا سیستم قضایی و انتظامی کشور بودجه‌ای کلان را صرف کشف جرم، تعقیب و دستگیری و نگهداری مجرمان، رسیدگی‌های قضایی و مجازات آن‌ها نماید (زنگی‌آبادی و رحیمی نادر، ۱۳۸۹ و نصیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۱۳).

مطالعات کلاسیک و آغازین جرم‌شناسی و آسیب‌های اجتماعی بر عنصر جرم تأکید دارند و تلاش آن‌ها بر این است تلهی ببرند که کدام عوامل - زیست شناختی، روانشناسی و یا اجتماعی - در ارتکاب رفتار مجرمانه مؤثرند. در نیمه قرن گذشته میلادی مطالعات بزه‌دیده شناسی توسط پژوهشگران مطرح شده است. نگاه این مطالعات این است که علاوه بر مجرم، قربانی (یا بزه دیده) هم می‌تواند نقش فعالانه‌ای در ارتکاب جرم داشته باشد. با این حال، شانس بزه‌دیده شدن برای اقشار مختلف جامعه متفاوت است. در این باره گیدنز بیان می‌کند: «آیا احتمال ارتکاب به جرم یا بزه‌دیده جرم شدن، برای بعضی افراد یا گروه‌ها بیشتر است؟» جرم شناسان می‌گویند: آری. پژوهش‌ها و آمارهای جرم نشان می‌دهد که جرم و بزه‌دیده شدن به صورت تصادفی در میان جمعیت توزیع نمی‌شود. برای مثال، احتمال ارتکاب به جرم مردان بیش از زنان است و جوانان بیش از سالخورده‌ها درگیر جرم و جنایت می‌شوند. (گیدنز، ۱۳۹۳: ۳۲۷).

الگوهای جمعیت‌شناختی بزه دیدگی در نخستین پیمایش‌ها در کشورهای غربی نشان می‌دهد که افراد زیر ۲۴ سال بیش از افراد بالای این سن بزه‌دیده می‌شوند. گروه‌های دیگری که احتمال بزه دیدگی بیش‌تری داشتند عبارت بودند از: مردان، مجردها، افراد کم‌درآمد و اقلیت‌های نژادی (برجس، ۱۳۹۵: ۳۳). پژوهش‌های دیگر نشان داده‌اند که داده‌های مربوط به بزه‌دیده‌گان بیانگر آن است که جوانان نسبت به بزرگسالان بیشتر در معرض ریسک مربوط به بزه‌دیده شدن هستند. خطر بزه‌دیده شدن به سرعت بعد از سن ۲۵ سالگی کاهش می‌یابد؛ چنان که از هر هزار نفر بزه‌دیده جرائم خشن، ۴۵ نفر در سنین نوجوانی ۱۶ تا ۱۹ سال قرار دارند، ولی این آمار برای افراد بالای ۶۵ سال، ۲ نفر می‌باشد (سیگل ۲۰۱۷: ۷۵).

در ایران نیز آمارها نشان می‌دهد که بعد از مواد مخدر، سرقت و خشونت بیشترین جرائمی هستند که توسط جوانان انجام می‌شود. همچنین ۴۵ درصد از جرائم توسط جوانان انجام می‌گیرد (پایگاه خبری وزارت ورزش و جوانان، به نقل از معاون ساماندهی امور جوانان، ۱۳۹۴). بسیاری از کشورها دارای مراکزی هستند که هر ساله آمار بزه‌دیده‌گان جرائم را رصد می‌کنند - موضوعی که در کشور ایران وجود ندارد و یا آمارهای آن در دسترس نمی‌باشد.

هدف اصلی این تحقیق، ارائه یک برآورد دقیق از میزان بزه‌دیده شدن دانشجویان است. بر این اساس، پژوهش حاضر در نظر دارد به برآورد میزان وقوع بزه‌دیده شدن در بین جوانان دانشجو در دانشگاه علامه طباطبائی بپردازد. به همین دلیل جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دانشگاه

علامه طباطبائی تشکیل می‌دهد. دانشگاه علامه طباطبائی به عنوان یکی از دانشگاه‌های تخصصی کشور، هر سال پذیرای جوانان بسیاری از سرتاسر کشور می‌باشد. در حال حاضر بالغ بر ۱۷ هزار نفر از جوانان در مقاطع تحصیلی مختلف در این دانشگاه مشغول به تحصیل هستند. کمیت و کیفیت زندگی دانشجویان همواره یکی از دغدغه‌های مسئولان دانشگاه بوده و هست. جرم و انواع آسیب‌های اجتماعی می‌تواند زندگی دانشجویان جوان را با چالش روبه رو سازد. فقدان چنین تحقیقاتی می‌تواند بسیاری از سیاست‌گذاری‌ها را پیش از آنکه به اجرا درآیند، ناکارآمد سازد. بنابراین سؤال اصلی این تحقیق این است:

گستره بزه‌دیده شدن در میان دانشجویان دانشگاه به چه میزان است، تجربه بزه‌دیده شدن آنها تحت تأثیر چه جرائمی بوده و اینکه چه متغیرهای زمینه‌ای بر وقوع رخداد جرم برای بزه‌دیده گان مؤثر بوده است؟ پژوهش حاضر سعی دارد با روش پیمایش و مبتنی بر رویکرد بزه‌دیده شناختی به این پرسش‌ها پاسخ دهد.

پیشینه تجربی پژوهش

تبیین رفتار مجرمانه و تأکید بر عنصر مجرم برای دهه‌ها بر جرم‌شناسی حاکم بود، اما صاحب‌نظرانی مانند استفان شافر^۱ و هانس وان هنتینگ^۲ نشان دادند که قربانی (بزه‌دیده) در جرم ارتكابی مجرمان، عنصری منفعل نیست. لذا در نظریه‌های جدید به جای تأکید صرف بر مجرم و بدون نادیده گرفتن اهمیت آن، به عنصر بزه‌دیده و نقش او در جرم توجه نشان دادند. در ادامه به برخی از آثار داخلی و خارجی اشاره می‌شود:

مورگان و ترومن^۳ (۲۰۲۰) در گزارش قربانی شدن که هر ساله از سوی وزارت دادگستری ایالات متحده منتشر می‌شود نشان داده‌اند که میزان جرائم خشن به استثنای از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۱۹ با ۱۵ درصد کاهش - یعنی از ۸/۶ به ۷/۳ مورد قربانی شدن در هر ۱۰۰۰ نفر در سن ۱۲ سال یا بالاتر- رسیده است.

جینکرکدیلو (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «هیچ جایی برای مخفی شدن نیست (بزه‌دیده شناسی سرقت)» به بررسی اثرات سرقت بر بزه‌دیده گان پرداختند. آن‌ها نشان دادند که اگرچه در نگاه اول به نظر می‌رسد سرقت چندان اثری بر بزه‌دیده (کسی که اموالش به سرقت رفته) ندارد، اما اثرات جدی و ماندگاری بر روحیه فرد بجا می‌گذارد. نتایج پژوهش آن‌ها که از ۲۶ مورد مصاحبه عمیق برمی‌خیزد، نشان می‌دهد که بزه‌دیدگی سرقت موجب تغییر رویه زندگی می‌شود و به عنوان یک تروما، اثرات اجتماعی و روانی عمیقی بر زندگی فرد بر جای می‌گذارد. همچنین این بزه‌دیده گان تا مدت‌ها احساس ناامنی می‌کنند و به لحاظ فیزیکی و روانی در احساس خطر به سر می‌برند. تینکارا و نیوالا (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «قربانی‌شناسی افراد سالخورده در نواحی شهری لیوبلیانا و اوپسالا کشور اسلونی» به بررسی تیپولوژی و مقایسه دو منطقه پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که افراد سالخورده در هر دو منطقه بیشتر بزه‌دیده جرائم مربوط به مالکیت و سرمایه اقتصادی هستند. همچنین بزه‌دیدگی در منطقه لیوبلیانا در مقایسه با ناحیه اوپسالا با آزار و اذیت، ارباب و تهدید و کلاهبرداری بیشتری همراه بوده است. همچنین در هر دو ناحیه افراد

1. Stephen Schafer
2. Hans Van Henting
3. Rachel E. Morgan, Ph.D., and Jennifer L. Truman

مسن از جانب غریبه‌ها مورد سوءاستفاده و بزه‌دیدگی قرار گرفته‌اند. در نهایت در هر دو منطقه افراد مجرمی که به آن‌ها (سالخورده‌گان) حمله کرده‌اند، در رده سنی میان‌سال بوده‌اند.

جین چوئی و همکاران (۲۰۱۰) در «موسسه میانجی‌گری مجرمان با قربانیان» مطالعه‌ای با موضوع بزه‌دیده شناسی، نیازهای بزه‌دیده گان و قادرسازی، در ایالات متحده با روش کیفی و بررسی تجارب زیسته بزه‌دیده گان (۳۴ مورد مصاحبه عمیق) انجام دادند. نتایج نشان داد که بزه‌دیده گان سه نیاز اساسی را مطرح می‌کنند: ۱. درمیان گذاشتن تجارب بزه‌دیده شدن با دیگران؛ ۲) به دست آوردن اطلاعات بیشتر در باب شیوه‌های تطابق با وضعیت پیش‌آمده؛ ۳) دریافت کردن یک معذرت خالصانه از مجرم. همچنین بزه‌دیده گان اظهار داشتند که دو نیاز اول به عنوان یک فعالیت مفید جهت فهم آن‌ها از حادثه اتفاق افتاده و در نهایت در فرایند قادرسازی و تطابق بسیار مفید است.

در حوزه بزه‌دیده شناسی در ایران طی چند سال گذشته مطالعات محدودی انجام گرفته است که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود:

نورپور و سیدزاده ثانی (۱۳۹۹) در مقاله خود با عنوان «پیمایش‌های بزه‌دیده‌شناسی؛ ضرورتی پیش روی سیاست‌گذاران جنایی در ایران» با روش توصیفی - تحلیلی و با تکیه بر اسناد قانونی، ضرورت انجام پیمایش‌های بزه‌دیده‌شناسی را در ایران تحلیل کرده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد با اینکه در کشور ما ظرفیت حقوقی مناسبی برای اجرای پیمایش‌های بزه‌دیده‌شناسی هم در اسناد فرادستی و هم اسناد عادی قانونی وجود دارد، ولی تا به حال به صورت هدف‌دار و روشمند انجام نشده است. از این رو، اجرای این پیمایش‌ها در ابتدای کار با محدودیت‌ها و مشکلاتی همراه خواهد بود که بنا بر آثار مثبت اجتماعی و فردی، انجام آن ضرورتی گریزناپذیر است.

توکل و فاطمی نیا (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «جامعه اطلاعاتی و جرائم نوظهور: تلاشی جامعه‌شناختی در تبیین قربانیان تعرض سایبری در شهر تهران» که با روش پیمایش بزه دیده‌شناسی و با هدف کشف نرخ وقوع این جرم و تحلیل علل آن انجام شده است، دریافتند که در حدود ۸/۹ درصد کاربران تهرانی حداقل یک‌بار مورد تعرض قرار گرفته‌اند. بنابراین، می‌توان گفت تعرض سایبری، مسئله‌ای اجتماعی است که در فضای مجازی در حال رخ دادن است. تحلیل یافته‌ها بیانگر آن است که سبک زندگی آنلاین قربانیان بر میزان و کیفیت رخداد تعرض سایبری اثرگذاری معناداری دارد. از جمله عوامل اثرگذار بر قربانی شدن تعرض سایبری، تغییر ارزش‌ها در فضای سایبری و کاهش کنترل اجتماعی است که کناره‌گیری اخلاقی و کاهش خودکنترلی افراد را به دنبال دارد. این فرایند در نهایت موجب افزایش رؤیت‌پذیری و رفتارهای ریسک‌پذیرانه افراد می‌شود که شرایط قربانی شدن آن‌ها را فراهم می‌کند.

حسینی و مصطفی پور (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان «رقم سیاه، چالشی فراوری آمار جنایی رسمی (با رویکردی تطبیقی بر آمریکا و ایران)» بر آن است که با روشی توصیفی - تحلیلی به بررسی فرایند شکل‌گیری رقم سیاه در آمار جنایی رسمی بپردازد و راهکارهایی را هم برای خروج از آن ارائه دهد. البته تلاش شده تا با پرداختن به شیوه‌های جمع‌آوری آمار جنایی رسمی در آمریکا به عنوان پیشرفته‌ترین کشور در این حوزه، انتقادهای خاص و عام وارد بر آن را مشخص سازد و به این وسیله، مسیر مطالعات تجربی جرم‌شناسان ایرانی را نیز هموار نماید. در مجموع به نظر می‌رسد برای کاهش رقم سیاه باید افزون بر ارائه راهکارهای علمی‌تر در جمع‌آوری آمار جنایی رسمی، به تاکتیک‌های غیررسمی جمع‌آوری آمار جنایی همانند «پیمایش‌های جامعه‌محور» نیز متوسل شد. به همین دلیل در کشور آمریکا در کنار پیش‌بینی «سیستم ملی گزارش کردن حادثه‌محور» (NIBRS)

به عنوان شیوه‌ای علمی‌تر از «گزارش همسان جرم» (UCR)، از تاکتیک‌هایی مثل «پیمایش ملی بزه دیدگی جرم» (NCVS) و «پیمایش خودگزارش دهی» (SRS) نیز استفاده می‌شود. در ایران نیز هرچند راه‌اندازی سایت «مرکز آمار و فناوری اطلاعات قوه قضائیه» گامی مثبت در «دسترسی الکترونیکی به آمار جنایی» تلقی می‌شود، اما به نظر نمی‌رسد این مرکز به کاهش رقم سیاه آمار جنایی رسمی کمک شایانی نماید.

صادقی فسائی و میرحسینی (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر بزه دیدگی زنان شهر تهران با روش کیفی» از طریق مصاحبه‌های عمیق با ۶۵ زن ۱۹ تا ۶۰ ساله تهرانی انجام دادند. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که زنان مصاحبه‌شونده عواملی نظیر بی‌احتیاطی زنان، نوع فعالیت‌های روزمره، نوع رفتار و پوشش، خشونت در حوزه خصوصی و عمومی، نابسامانی خانوادگی و ضعف در جامعه‌پذیری، ناکارآمدی یا نبود قوانین حمایتی و اجتماعی، عدم آموزش روش‌های دفاع از خود، در هم ریختگی فضای شهری، وجود مکان‌های جرم‌خیز و مخفی نظیر زیرگذرها و معابر تاریک، وجود نابسامانی‌های اجتماعی و اقتصادی نظیر بیکاری و فقر را در کنار ویژگی‌های فیزیولوژیک و زیستی، از جمله مهم‌ترین دلایل بزه دیدگی می‌دانند.

مالجو (۱۳۸۹) پژوهشی با عنوان «تجاوز به محارم: زمینه‌ها، راهبردهای متجاوز و واکنش‌های بزه‌دیده» به انجام رسانیده که روش آن به دلیل تازگی و حساسیت، کیفی و از نوع اتنوگرافیک بوده است. داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق، رجوع به اسناد و مدارک، مشاهده و پرسشنامه جمع‌آوری شده و نمونه‌ای از ۳۹ نفر از زنان و دخترانی که در خانواده مورد تجاوز جنسی پدر یا برادر قرار گرفته‌اند، به روش در دسترس و هدفمند مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که راهبردهای آزار جنسی در چهار گروه قابل طبقه‌بندی است: ۱) راهبردهای اجبار و خشونت جسمانی؛ ۲) راهبردهای تحریکات عاطفی و ارعاب احساسی؛ ۳) راهبردهای اقتصادی؛ ۴) راهبردهای فریبکارانه. همچنین بنابر پاسخ‌های مربوطه، چهار نوع واکنش در زنان شناسایی شده است که به ترتیب، سکوت، مقاومت، اعتراض و خروج می‌باشند. هر چقدر زنان آزاردیده برخورد از شبکه‌های فردی و حمایت‌های اجتماعی باشند، امکان واکنش اعتراض و رفتار فعالانه بیشتر خواهد بود و هرچه این حمایت‌ها کمتر باشد، واکنش‌های منفعلانه بیشتر است. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تجاوز جنسی به محارم بیشتر از آنکه مسئله‌ای روانی باشد، مسئله‌ای اجتماعی است و مردسالاری و شکل روابط قدرت در خانواده و همچنین حاکمیت انگاره‌های مالکانه در روابط والدین و فرزندان، از مهم‌ترین زمینه‌های شکل‌گیری آن است.

زینالی (۱۳۸۳) در تحقیقی با عنوان «اثرات فقدان حمایت کیفری مناسب از زنان بر بزه دیدگی آنان» دریافت که قانون‌گذار کیفری ایران در قانون مجازات اسلامی نه تنها از یک سیاست کیفری افتراقی (ویژه) برای حمایت از زنان پیروی نکرده است، بلکه با عدول منفی از اصل تساوی افراد در برابر قانون کیفری، از آن‌ها در برابر تعرضات مجرمانه علیه تمامیت جسمانی‌شان، حمایت کمتری نموده است و این حمایت کیفری کمتر از زنان در برابر تعرضات جسمانی، عاملی در جهت بالا بردن ضریب و احتمال بزه دیدگی آن‌ها بوده است.

بررسی پژوهش‌های داخلی نشان دهنده آن است که حوزه بزه‌دیده شناسی جوانان کمتر مورد عنایت پژوهشگران حوزه جرم قرار گرفته است.

مبانی و چارچوب نظری پژوهش

امروزه نظریه‌های مختلفی تلاش دارند تا به تبیین بزه دیدگی بپردازند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: نظریه نقش‌آفرینی [یا اشتبزدگی]^۱، قربانی^۲، نظریه سبک زندگی^۳ و نظریه فعالیت‌های روزمره^۴.

۱. نقش‌آفرینی بزه‌دیده در رخ دادن جرم

این باور که باید در تحلیل جرم به سهم بزه‌دیدگان در رخ دادن جرم توجه داشت، از روش‌های پیشینه‌دار سرچشمه گرفته از جرم‌شناسی است. هانسفون هنتیگ^۴ نخستین بار در دهه ۱۹۴۰ میلادی به این موضوع که بزه‌دیدگان اغلب زمینه بزه دیدگی خود را فراهم می‌آورند، توجه نشان داد. او بر این نکته تأکید داشت که رفتار تحریک‌آمیز افراد می‌تواند به بزه دیدگی آنان بینجامد. دسته‌بندی وی از بزه‌دیدگان همچنین بر این نکته تأکید داشت که نقش‌آفرینی بزه‌دیده در رخ دادن جرم می‌تواند ناشی از ویژگی‌ها یا عوامل اجتماعی خارج از کنترل وی باشد. برخی از گونه‌های بزه‌دیدگان در دسته‌بندی وی زنان، سالمندان، ناتوانان ذهنی، مهاجران و افراد حریص^۵ هستند.

بنیامین مندلسون^۶ با تأکید بر اندازه نقش بزه‌دیده، این مفهوم را گسترش داد. محور طبقه‌بندی، مشارکت فعال بزه‌دیده در رخ دادن جرم یعنی رفتارها و اقداماتی بود که در بزه دیدگی وی نقش داشته‌اند. وی این دسته‌بندی را بر پایه مشاهدات و تجربه‌هایش به عنوان وکیل، با توجه به سطح تقصیر بزه‌دیده مطرح کرد. این طبقه‌بندی، بزه‌دیدگان کاملاً مقصر تا بزه‌دیدگان کاملاً بی‌تقصیر را در بر می‌گیرد. در تلاشی فراگیر، استیونشافر^۷ یک گونه‌شناسی ارائه کرد که طبقه‌بندی فون‌هنتیگ بر مبنای ویژگی‌ها و موقعیت اجتماعی بزه‌دیدگان (مشارکت انفعالی) را با طبقه‌بندی مندلسون بر مبنای رفتار و اندازه تقصیر بزه‌دیده (مشارکت فعال) را در هم آمیخت. این گونه‌شناسی شامل بزه‌دیدگان غیرمسئول (دارای ناتوانی بدنی، اجتماعی، سیاسی و بی‌ارتباط^۸)، بزه‌دیدگان نیمه‌مسئول (بزه‌دیدگان تحریک‌کننده و مقصر) و بزه‌دیدگان کاملاً مسئول (بزه‌دیدگان خودبزه‌دیده ساز^۹) است.

1. Victim Precipitation Theory

2. lifestyle theory

3. routine activities theory

4. Hans Von Hentig

5. Acquisitive

6. Benjamin Mendelsohn

7. Stephen Schafer

8. Unrelated Victim

منظور از بزه‌دیده بی‌ارتباط در این گونه‌شناسی، کسی است که تصادفی بزه‌دیده شده است.

9. Self victimizing

منظور از این نوع بزه‌دیدگان، کسانی هستند که درگیر فعالیت‌هایی همچون روسپی‌گری و قاچاق مواد مخدر هستند. در این نوع فعالیت‌ها بزه‌دیده و بزه‌کار، هماهنگ با یکدیگر عمل می‌کنند و هر بزه‌دیده، معمولاً به نوبه خود بزه‌کار هم هست.

۲. نظریه روبه روی سبک زندگی^۱

هیدلانگ، گاتفردسون و گارفالو^۲ (۱۹۷۸) در کتاب مشترکشان با عنوان اصلی «بزه دیدگان جرائم مرتبط با فرد»^۳ به نقش سبک زندگی در وقوع جرم پرداختند. این کتاب بر اساس داده‌های (هشت شهر بزرگ آمریکا) یک پیمایش بزه‌دیده‌شناختی نگاشته شده بود. آن‌ها در این کتاب نشان دادند که برخی از گروه‌ها و اقشار مردمی در مقایسه با دیگر گروه‌ها بیشتر در معرض بزه‌دیده شدن در جرائم مختلف هستند. برای مثال، مردان، جوانان و آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار بیشتر از زنان، سالمندان و سفیدپوستان، در معرض بزه‌دیده شدن قرار داشتند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که سبک زندگی عاملی اساسی در تبیین این پدیده است. درواقع، بزه‌دیده شدن کارکرد سبک زندگی افراد و گروه‌های مختلف است. بیرون رفتن از خانه، گذران اوقات فراغت، تردد زیاد و تعامل فراوان از ویژگی سبک زندگی افراد بزه‌دیده محسوب می‌شود. آن‌ها معتقدند که متناسب با پایگاه‌هایی که افراد در جامعه دارند، انتظارات نقشی متفاوت برای آن‌ها شکل می‌گیرد. این انتظارات نقشی، پیش‌بینی کننده رفتارهای آن‌هاست. علاوه براین، تفاوت در انتظارات نقشی، تعیین‌کننده سبک زندگی افراد است که در نهایت می‌تواند چگونگی قرار گرفتن در معرض خطر و تجربه بزه‌دیده شدن را توضیح دهد (هیدلانگ و همکاران، ۱۹۷۸: ۲۴۳).

به‌هرحال نکته مهم و قابل توجه این است که بزه دیدگان و بزه‌کاران از سبک و شیوه زندگی نزدیک به هم برخوردارند. به عبارت دیگر، وقوع جرائم را باید در درون یک سبک زندگی خاص جستجو کرد که فرصت رخداد جرم را در اختیار بزه‌کار قرار می‌دهد. تحقیقات مختلف در این زمینه نشان داده است که هر دو گروه بزه‌کاران و بزه دیدگان به‌احتمال زیاد در فعالیت‌های مشابهی مشارکت دارند (دیگان و همکاران، ۲۰۰۵). مفهوم روبه روی^۴ در این نظریه به سطح روابط بین افراد و کسانی که رفتارهای خطرناک دارند اشاره دارد که خود تابعی از میزان دسترسی‌پذیری و رؤیت‌پذیری افراد برای بزه‌کاران بالقوه در هر زمان و مکانی است (کوهن و همکاران، ۱۹۸۱: ۵۰۷). منظور از رؤیت‌پذیری یعنی موقعیتی که بزه‌کار بالقوه وجود یک بزه‌دیده بالقوه را تخمین و پیش‌بینی می‌کند و دسترسی‌پذیری به توانایی دست پیدا کردن بزه‌کار به بزه‌دیده اشاره دارد. البته این دو مفهوم در نظریه فعالیت روزمره و بحث جذابیت هدف یا بزه‌دیده مورد توجه و بررسی قرار خواهد گرفت. به‌هرحال، فرضیه این مبحث این است که روبه رویی بیشتر، بزه‌دیده شدن بیشتر را در پی خواهد داشت. در فضای سایبری مفهوم روبه روی به شیبه همین وضعیتی است که در بالا به آن پرداخته شد، اما تفاوت عمده آن فراگیری سطح دسترسی‌پذیری و رؤیت‌پذیری افراد است. شبکه جهانی مرزهای فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی را چنان درنور دیده است که هر کس در هرکجا به‌راحتی می‌تواند به دیگران ارتباط و دسترسی داشته باشد. به عبارت دیگر، باآنکه در جهان واقعی نسبت تعیین‌کننده ارتباط بزه‌کار با بزه‌دیده بالقوه است، اما در فضای سایبری این فاصله زمانی به صفر می‌رسد و لذا مهم نیست که این ارتباط در محدوده یک محله باشد یا در دو سوی کره زمین. افراد تنها با اتصال به شبکه جهانی اینترنت در دسترس یکدیگر قرار می‌گیرند.

1. Lifestyle-Exposure Theory

2. Michael J. Hindelang, Michael R. Gottfredson, and James Garofalo

3. Victims of Personal Crime

4. Exposure

۳. نظریه فعالیت روزمره^۱

فلسون و کوهن (۱۹۷۹) در پژوهشی با عنوان «تغییرات اجتماعی و روند نرخ جرائم: رویکرد فعالیت روزمره» بازه زمانی ۱۹۴۷ تا ۱۹۷۴ را مورد مطالعه قرار دادند و متوجه روند افزایشی نرخ جرائم در دهه ۱۹۶۰ شدند که آن را با فعالیت روزمره تبیین می‌کردند (فلسون و کوهن، ۱۹۷۹: ۵۸۹). ریشه این نظریه را می‌توان در نظریه بوم‌شناسی انسانی^۲ دانست (نالا، ۲۰۱۴: ۴). البته برخی نیز آن را زیر مجموعه «نظریه انتخاب عقلانی» می‌دانند (لانگ و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۴). این نظریه از سه عنصر اساسی بزه‌کار با انگیزه، هدف یا بزه‌دیده مناسب و فقدان نظارت‌ها و محافظت‌های قوی تشکیل شده است. زمانی جرم رخ می‌دهد که این سه عامل با هم همگرایی پیدا کنند؛ زمانی که بزه‌کار با انگیزه با یک بزه‌دیده مناسب ارتباط پیدا می‌کند و نظارت‌های اجتماعی و رسمی وجود ندارد - چیزی برای جلوگیری از رخداد جرم وجود ندارد. فقدان هر کدام از این سه عنصر می‌تواند مانع از وقوع جرم شود (میث و مایر، ۱۹۹۴: ۱۵۴). در تأیید این موضوع موستاین و توکسبوری^۳ (۱۹۹۸: ۸۴۳) معتقدند که اگرچه بزه‌کار با انگیزه وجود دارد، اما اینکه آیا فردی باشد که به اندازه کافی قابلیت تحریک او را داشته باشد، موضوع دیگری است و حتی در صورت مناسب بودن هدف یا بزه‌دیده ممکن است وجود نظارت‌های مناسب مانع ارتکاب جرم شود. «نظریه سبک زندگی» و «فعالیت روزمره» در عین تفاوت شباهت‌های فراوانی با هم دارند. مهم‌ترین تفاوت این دو نظریه مرتبط با سطح تحلیل آن‌هاست. در حالی که نظریه سبک زندگی بر عناصر فردی همچون جنسیت، سن، سطح درآمد و آموزش تأکید می‌کند، نظریه فعالیت روزمره سطح تحلیل خود را جامعه قرار داده است. البته ناگفته نماند که بسیاری تلاش کرده‌اند که این دو نظریه را در سطوح مختلف به کار ببندند (کوهن، کلوگل و لند، ۱۹۸۱). آنچه که این دو نظریه را به یکدیگر پیوند می‌دهد این نکته مهم است که ویژگی‌های فردی و اجتماعی و تغییرات هر کدام از آن‌ها می‌تواند فرصت‌های ارتکاب جرم را تحت تأثیر خود قرار دهد. این ویژگی‌ها شامل جنسیت، قومیت، وضعیت تأهل، سن، اشتغال، نوع شغل، سبک زندگی و .. است. افزایش و کاهش فرصت ارتکاب جرم، موضوعی کلیدی در دو نظریه شمرده می‌شود. علاوه بر این مایر و میث (۱۹۹۳) بر این باورند که یک پیش‌فرض یکسان در هر دو نظریه وجود دارد. اینکه بزه‌کار فردی عقلایی است که با ارزیابی فرصت‌ها در پی به دست آوردن بیشترین سود و کمترین هزینه است. به‌طور کلی، نظریه‌های فعالیت روزمره و سبک زندگی بیان می‌کنند که ساختارهای اجتماعی و انتظارات فرهنگی، فعالیت روزمره افراد و گروه‌ها را به گونه‌ای تغییر می‌دهند که می‌تواند بر بزه دیدگی آن‌ها تأثیرگذار باشد. این نظریه‌ها بیش از آن که به بزه‌کاران توجه داشته باشند، به بزه‌دیدگان و شرایط پیرامون جرم توجه دارند. این امر باعث شده است که برخی از نظریه‌پردازان، خواهان درآمیخته شدن نظریه‌های بزه‌کارمدار با این نظریه‌های اولیه بزه دیدگی شوند. نظریه‌های فعالیت روزمره و سبک زندگی، بر نقش بزه‌دیده در بزه دیدگی خود تمرکز دارند، اما به شدت از سرزنش بزه‌دیده پرهیز می‌کنند، زیرا این نظریه‌ها به تأثیراتی که انتظارات فرهنگی و ساختارهای اجتماعی بر رفتارهای افراد می‌گذارند، توجه بیش‌تری نشان می‌دهند. به علاوه، این

نظریه‌ها، رابطه همزیستی میان جرم و فعالیت‌های متعارف افراد برقرار می‌کنند و نشان می‌دهند که بزه دیدگی، از فعالیت‌های عادی شهروندان عادی سرچشمه می‌گیرد. فلسون به این نکته اشاره می‌کند که این نظریه‌ها از این تصور غلط که «بدی، از بدی سرچشمه می‌گیرد» دوری کرده‌اند و به این ترتیب به سهم بزه‌دیده در رخ دادن جرم اشاره می‌کنند بدون این که بگویند، او کاری «بد» انجام داده است.

در مجموع، نظریه موجه‌های سبک زندگی و نظریه فعالیت روزمره این فرضیات را به ذهن متبادر می‌سازد که بین جنسیت، وضعیت تأهل، سن و قومیت، از یک سو و بزه‌دیده شدن، از سوی دیگر رابطه وجود دارد- چیزی که پژوهش حاضر سعی دارد به آن پاسخ دهد. در واقع فرضیات این تحقیق از نوع تفاوت گروهی است؛ به این معنا که عضویت در گروه‌ها می‌تواند احتمال بزه‌دیده شدن را تحت تأثیر قرار دهد. برای مثال، زنان به احتمال قوی‌تر بیشتر از مردان در معرض تعرض و جرم قرار می‌گیرند.

روش‌شناسی پژوهش

۱۷

روش این تحقیق، پیمایش بزه‌دیده‌شناسی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی می‌باشد که در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸ در مقاطع تحصیلی سه‌گانه کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در حال تحصیل بوده‌اند. تعداد دانشجویان شاغل به تحصیل در این مقطع زمانی بالغ بر ۱۷ هزار نفر است. حجم نمونه بر مبنای فرمول کوکران برابر با ۴۰۰ نفر می‌باشد. نمونه‌گیری به صورت ترکیبی طبقه‌ای متناسب و تصادفی ساده می‌باشد. لذا دانشکده‌های علوم اجتماعی (۴۲ نفر)، ارتباطات (۳۶ نفر)، حقوق (۶۷ نفر)، روانشناسی و علوم تربیتی (۸۸ نفر)، اقتصاد (۴۶ نفر) و مدیریت و حسابداری (۱۱۵ نفر) انتخاب شدند. از سوی دیگر، معیارهای جنسیت و مقاطع تحصیلی سه‌گانه نیز برای توزیع پرسشنامه در بین نمونه منتخب لحاظ گردید. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که اعتبار صوری آن از سوی اساتید مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ ۰/۸۱ در سطح مطلوبی ارزیابی شد.

یافته‌های پژوهش

۱. متغیرهای زمینه‌ای

نتایج بررسی‌ها در زمینه جنسیت افراد نمونه نشان می‌دهد که حدود ۴۳ درصد افراد مذکر و ۵۷ درصد آن‌ها مؤنث هستند. از این میان ۵/۸۵ درصد از افراد مجرد و حدود ۹/۱۲ درصد متأهل بوده‌اند. همچنین حدود ۶/۱ درصد افراد نمونه یا مطلقه و یا متارکه کرده و همسر فوت‌شده بوده‌اند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که حدود ۶/۲۷ درصد دانشجویان کمتر ۲۰ سال سن دارند. ۱/۲۵ درصد در فاصله سنی ۲۱ تا ۲۴ سال، ۶/۲۹ درصد در فاصله سنی ۲۵ تا ۲۹ سال و ۹/۱۷ درصد دانشجویان در سنین بالاتر از ۳۰ سال قرار دارند. نتایج فراوانی تجمعی نشان می‌دهد که حدود ۸۲ درصد کمتر از ۳۰ سال سن یا مساوی آن را داشته‌اند- یعنی در محدوده سنی جوانان قرار می‌گیرند- و حدود ۱۸ درصد افراد بیشتر از ۳۰ سال سن داشته‌اند. بررسی‌های آماری در زمینه مقاطع تحصیلی افراد بیانگر آن است که حدود ۵۰ درصد آنان در مقطع تحصیلی لیسانس، حدود ۳۹ درصد در مقطع ارشد و حدود ۱۱ درصد در مقطع دکتری بوده‌اند.

همچنین بررسی‌های آماری در زمینه وضعیت قومیت افراد نمونه بیانگر آن است که حدود ۶۳ درصد از افراد نمونه‌ای که قومیت خود را مشخص نموده‌اند، فارس بوده‌اند و پس‌از آن قومیت

ترک بیشترین فراوانی را داشته است (حدود درصد ۱۸). قومیت‌های لر و لک نیز حدود درصد ۱۰ و کرد ۵/۷ درصد از افراد نمونه را تشکیل داده‌اند. طبقه سایر نیز شامل دیگر قومیت‌ها مانند بلوچ، گیلک و... می‌شود.

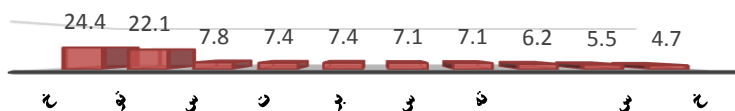
۲. تجربه بزه‌دیده شدن

جدول زیر توزیع افراد نمونه را بر حسب اینکه بزه‌دیده کدامیک از جرائم مذکور شده‌اند را نشان می‌دهد. همچنین به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا افرادی که بزه‌دیده این جرائم شده‌اند، عامل ارتکاب به جرم را می‌شناخته‌اند یا نه؟ همان‌طور که نتایج این جدول نشان می‌دهد بیشترین افراد نمونه (حدود ۴/۲۴) درصد بزه‌دیده خشونت شده‌اند که از این تعداد حدود ۳۳ درصد آنان عامل ارتکاب به جرم را می‌شناخته‌اند. حدود ۱/۲۲ درصد افراد بزه‌دیده توهین و فحاشی در فضای عمومی شده‌اند که حدود ٪ درصدشان عامل ارتکاب به جرم را می‌شناخته‌اند. کمترین افراد نمونه (حدود ۷/۴ درصد) اعلام نموده‌اند که بزه‌دیده خیانت در امانت شده‌اند که حدود ۷۷ درصد افراد نیز عامل ارتکاب به جرم را می‌شناخته‌اند- ۱۲ درصد آنان نیز به سؤال شناسایی عامل ارتکاب جرم پاسخ نداده‌اند و جزو مقادیر ناقص است. در زمینه شناسایی عامل ارتکاب به جرم نتایج نشان می‌دهد که کمترین فراوانی مربوط به سرقت از وسایل نقلیه و لوازم آن می‌باشد که فقط حدود ۵ درصد افراد، عامل ارتکاب به جرم را می‌شناخته‌اند. نمودار زیر درصد افراد بزه‌دیده شده هریک از جرائم در طول یکسال گذشته را نمایش می‌دهد:

جدول ۱: توزیع افراد نمونه بر حسب تجربه بزه‌دیده شدن انواع جرم و شناسایی عامل ارتکاب به

جرم از طرف بزه‌دیده

نوع جرم		بزه‌دیده شدن جرم				شناختن عامل ارتکاب به جرم	
		تجربه داشته		تجربه نداشته		بله	خیر
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
سرقت کیف‌دستی یا کیف پول و .. بازور	۲۰	۸/۷	۲۳۴	۱/۹۲	۰	۰/۰	۳/۸۹
توهین و فحاشی در فضای عمومی	۵۶	۱/۲۲	۱۹۸	۷/۷۷	۱۲	۸/۱۵	۳/۷۶
سرقت از منزل	۱۸	۱/۷	۲۳۶	۹/۹۲	۴	۷/۱۶	۰/۷۵
بردن مال‌تان به وسیله نیرنگ و فریب	۱۹	۴/۷	۲۳۵	۵/۹۲	۸	۰/۳۲	۰/۶۰
خشونت	۶۲	۴/۲۴	۱۹۲	۵/۷۵	۲۸	۶/۳۲	۸/۶۲
سرقت از وسیله نقلیه یا لوازم آن	۱۴	۵/۵	۲۴۰	۴/۹۴	۱	۳/۵	۷/۹۴
تهمت و افترا	۱۸	۱/۷	۲۳۶	۹/۹۲	۱۶	۷/۶۶	۳/۳۳
تعقیب شدن از سوی فرد غریبه	۱۹	۴/۷	۲۳۵	۵/۹۲	۵	۵/۱۸	۵/۸۱
خیانت در امانت	۱۲	۴/۷	۲۴۲	۲/۹۵	۱۳	۵/۷۶	۸/۱۱
هک شدن و سوء استفاده در فضای مجازی	۱۶	۲/۶	۲۳۸	۷/۹۳	۷	۸/۳۱	۱/۵۹



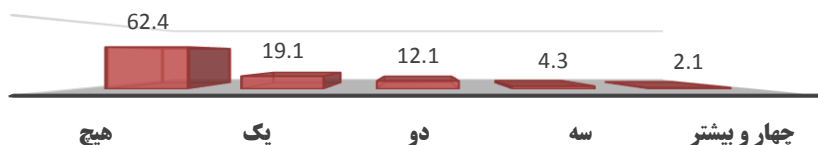
نمودار ۱: توزیع درصدی دانشجویان بر اساس بزه دیده شدن و نوع جرائم

اگرچه جدول فوق بزه دیده شدن دانشجویان را بر اساس نوع جرم نشان می‌دهد، اما مشخص نمی‌کند که در مجموع چند درصد افراد بزه دیده جرم شده‌اند. به همین دلیل یک شاخص ساخته شد تا به این پاسخ دهیم. برای اینکه بدانیم چه تعداد از افراد نمونه در مجموع بزه دیده هر نوع جرمی شده‌اند، با جمع گویه‌های مربوط به انواع جرائم مقیاسی به دست آمد که بیانگر توزیع افراد بر حسب بزه دیده شدن افراد به تعداد جرائم و یا اندازه بزه دیده شدن می‌باشد. شیوه انجام این کار به این صورت بوده است که به هر یک از انواع جرائم برای کسانی که بزه دیده جرم نشده‌اند کد ۰ و برای کسانی که بزه دیده جرم شده کد ۱ اختصاص داده می‌شود. بنابراین پس از جمع گویه‌های مربوط به انواع مقیاسی به دست خواهد آمد که دامنه آن ممکن است بین ۰-۱۰۰ در نوسان باشد- نمره صفر بیانگر عدم بزه دیده شدن و نمره ۸ بیانگر آن است که فرد بزه دیده ۸ نوع از جرائم یاد شده گردیده است.

نتایج با توجه به جدول ۱ نشان می‌دهد که حدود ۶۲/۴ درصد از دانشجویان دانشگاه در طول یک سال گذشته بزه دیده هیچ نوع جرمی نشده‌اند و در مقابل حدود ۳۷/۶ درصد از افراد نمونه حداقل بزه دیده یک نوع جرم شده‌اند. همچنین حدود ۱۹/۱ درصد از افراد نمونه بزه دیده یک نوع جرم و حدود ۱۲/۱ درصد آنان بزه دیده دو نوع جرم شده‌اند. حدود ۴/۳ درصد از افراد بزه دیده ۳ نوع و حدود ۲/۱ درصد بزه دیده بیش از چهار نوع از انواع جرائم شده‌اند. در مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد که در حدود ۳۷/۶ درصد دانشجویان در طول یکسال گذشته بزه دیده حداقل یک نوع جرم شده‌اند (حدود ۱۴۸ نفر).

جدول ۲: توزیع دانشجویان بر حسب بزه دیده شدن جرم و نام جرائم در طول یک سال گذشته

بزه دیده چند نوع جرم	فراوانی	درصد	سابقه بزه دیده شدن جرم	فراوانی	درصد
هیچ	۲۴۶	۶۲/۴	نداشتن	۲۴۶	۶۲/۴
یک	۷۵	۱۹/۱			
دو	۴۸	۱۲/۱	داشتن	۱۴۸	۳۷/۶
سه	۱۷	۴/۳			
چهار و بیشتر	۸	۲/۱	جمع	۳۹۴	۱۰۰
جمع	۳۹۴	۱۰۰			



نمودار ۲: توزیع درصدی دانشجویان بر اساس تعداد دفعات بزه‌دیده شدن در یکسال گذشته

همان‌طور که نمودار ۲ نمایش می‌دهد حدود ۶۲/۴ افراد در طول یکسال گذشته بزه‌دیده هیچ نوع جرمی نشده‌اند و از بین بقیه افرادی که بزه‌دیده جرم شده‌اند، اغلب بزه‌دیده یک نوع جرم هستند.

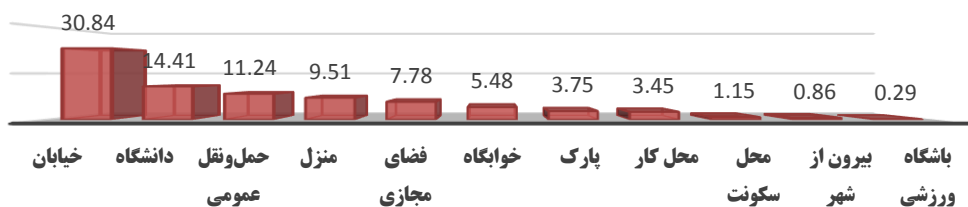
۳. محل بزه‌دیده شدن

جدول زیر توزیع جرائم را بر حسب محل وقوع آنان نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، افراد نمونه در محل‌های یاد شده در جدول زیر بزه‌دیده جرائم شده‌اند. با توجه به یافته‌ها، بیشترین جرائم (حدود ۳۱ درصد) برای افراد در خیابان اتفاق افتاده است. به عبارت دیگر، محل وقوع ۳۱ درصد از جرائم اتفاق افتاده برای افراد در خیابان بوده است. البته ممکن است بر حسب انواع جرائم محل وقوع آن نیز فرق کند. حدود ۱۰ درصد از جرائم نیز در منازل اتفاق افتاده است. همچنین با توجه به اینکه این تحقیق بر روی دانشجویان دانشگاه علامه انجام گرفته است، برخی از دانشجویان شهرستانی بوده و ممکن است که در شهرستان محل سکونت خود بزه‌دیده جرم شده باشند که بر اساس یافته‌های تحقیق حدود ۵ درصد از جرائم اتفاق افتاده برای افراد در طول یک سال گذشته در شهرستان محل سکونت خود بوده است. نتایج بیانگر آن است که حدود ۱۴ درصد جرائم نیز در محل دانشگاه اتفاق افتاده است که این جرائم بیشتر شامل توهین و فحاشی، خشونت‌های کلامی و تعقیب شدن می‌گردد. با توجه به نتایج جدول زیر سومین محل وقوع جرائم از لحاظ بیشترین فراوانی مربوط به وسایل حمل و نقل عمومی می‌باشد که حدود ۱۱ درصد از جرائم اتفاق افتاده برای افراد را در برمی‌گیرد.

جدول ۳: توزیع انواع جرائم بر حسب محل وقوع آن

محل وقوع جرم	فراوانی	درصد نسبی	محل وقوع جرم	فراوانی	درصد نسبی
خیابان	۷۹	۸۴/۳۰	باشگاه ورزشی	۱	۲۹/۰
منزل	۲۵	۵۱/۹	فضای مجازی	۱۹	۷۸/۷
محل کار	۹	۴۵/۳	خوابگاه	۱۴	۴۸/۵
پارک	۱۰	۷۵/۳	محل سکونت	۳	۱۵/۱
دانشگاه	۳۶	۴۱/۱۴	بیرون از شهر	۲	۸۶/۰
حمل و نقل عمومی	۲۹	۲۴/۱۱	سایر	۲۷	۶/۱۰
			جمع	۲۵۴	۱۰۰

اما کمترین آمار محل وقوع جرائم برای افراد مربوط به گزینه‌های باشگاه و بیرون شهر بوده است. یکی از نتایج قابل توجه این تحقیق فضای مجازی است که در حدود ۸ درصد از بزه‌دیده شدن دانشجویان در آن رخ می‌دهد. این فضا در آینده نه چندان دور، با توسعه دولت الکترونیک و سبک زندگی آنلاین رو به توسعه خواهد بود. نمودار زیر مکان‌های مختلف بزه‌دیده شدن را به ترتیب نمایش می‌دهد:



نمودار ۳: توزیع درصدی دانشجویان بر اساس محل وقوع بزه‌دیده شدن

۴. تعداد بزه‌دیده گان بر اساس نوع دانشکده و مقطع تحصیلی

یافته‌های تحقیق در جدول زیر نشان می‌دهد دانشجویان دوره کارشناسی با ۵/۴۱ درصد بیشترین بزه‌دیدگان را به خود اختصاص داده‌اند. در مقطع ارشد و دکتری به ترتیب ۸/۳۴ درصد و ۱/۳۰ درصد دانشجویان در طول یک سال بزه‌دیده حداقل یک نوع جرم بوده‌اند.

جدول ۴: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس مقطع تحصیلی

کارشناسی	ارشد	دکتری	جمع کل	
۸۱	۵۴	۱۳	۱۴۸	تعداد بزه‌دیده شدن
۱۹۵	۱۵۵	۴۴	۳۹۴	حجم نمونه
۵/۴۱	۸/۳۴	۱/۳۰	۵/۳۷	درصد نسبت به حجم نمونه

بر اساس داده‌های مندرج در جدول زیر بیشترین بزه‌دیده گان جرائم در طول یک سال گذشته مرتبط با دانشکده ارتباطات به میزان ۱/۴۷ درصد، دانشکده اقتصاد به میزان ۴/۴۳ درصد، دانشکده علوم اجتماعی به میزان ۱/۴۲ درصد و دانشکده روانشناسی به میزان ۷/۳۹ درصد می‌باشد. کمترین آمار بزه‌دیدگان مربوط به دانشکده مدیریت به میزان ۱/۲۶ درصد است.

جدول ۵: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس نوع دانشکده

مدیریت	روانشناسی	ارتباطات	علوم اجتماعی	حقوق	اقتصاد	جمع کل
تعداد بزه‌دیده شدن	۳۵	۱۷	۱۸	۲۸	۲۰	۱۴۸
حجم نمونه	۱۱۵	۸۸	۴۲	۶۷	۴۶	۳۹۴
درصد نسبت به حجم نمونه	۱/۲۶	۷/۳۹	۱/۴۷	۱/۴۲	۷/۴۱	۴/۴۳

۵. نگرش به بزه‌دیده شدن

نگرش دانشجویان به جرائم در قالب دو سؤال مورد بررسی قرار گرفت. از آن‌ها در مورد توصیف‌شان از تجربه بزه‌دیده شدن سؤال شد. یافته‌ها در مورد توصیف افراد از تجربه بزه‌دیده شدن جرم بیانگر آن است که حدود ۲۰/۲ درصد افراد بر این عقیده بودند که تجربه بدی بوده، اما دیگر آزرده‌خاطر نیستند. در مقابل، حدود ۳۵/۸ درصد آنان گفته‌اند که تجربه بدی بوده و همچنان از آن رنج می‌برند. همچنین حدود ۲۰/۲ درصد آنان اظهار داشته‌اند که جرم تأثیر زیادی بر آنان نداشته است و بقیه افرادی که بزه‌دیده جرم شده بودند (حدود ۲۳/۶ درصد) گفته‌اند که تجربه خیلی بدی بوده، اما با آن کنار آمده‌اند.

جدول ۶: توزیع افراد بر حسب نحوه‌ی توصیف تجربه بزه‌دیده شدن

تجربه فرد از بزه‌دیده شدن	فراوانی	درصد نسبی
تجربه بدی بود و همچنان از آن رنج می‌برم	۳۰	۲۰/۲
تجربه بدی بود، اما دیگر آزرده‌خاطر نیستم	۵۳	۳۵/۸
تجربه خیلی بدی بود و با آن کنار آمدم	۳۵	۲۳/۶
تأثیر زیادی بر من نگذاشت	۳۰	۲۰/۲
جمع	۱۴۸	۱۰۰

۶. گزارش بزه دیدگی

نتایج در مورد گزارش بزه دیدگی افراد به نهادهای مسئول با توجه به جدول زیر بیانگر آن است که فقط حدود ۲۲ درصد افراد بزه‌دیده شدن خود را به نهادهای مسئول گزارش داده‌اند و درصد ۷۸ آنان، بزه‌دیده شدن خود را گزارش ننموده‌اند. با توجه به جدول ۶ می‌توان گفت که احتمالاً دانشجویانی جرم را گزارش کرده‌اند که آن را تجربه‌ای منفی و آزاردهنده ارزیابی کرده‌اند (حدود ۲۱ درصد).

جدول ۷: توزیع افراد نمونه بر حسب وضعیت گزارش بزه دیدگی به نهادهای مسئول

وضعیت گزارش	فراوانی	درصد نسبی	درصد معتبر	درصد تجمعی
بله	۵۶	۷/۲۱	۷/۲۱	۷/۲۱
خیر	۱۹۸	۳/۷۸	۳/۷۸	۱۰۰
جمع	۲۵۴	۱۰۰	۱۰۰	

۷. جنسیت، بزه‌دیده شدن و نوع جرم

همان‌طور که از جدول زیر پیداست زنان دانشجو در اغلب جرائم بیش از مردان دانشجو مورد بزه‌دیده شدن قرار گرفته‌اند. بیشترین بزه‌دیده شدن برای زنان مربوط به نوع خشونت به میزان ۲۱/۳ درصد و تعقیب شدن از سوی افراد غریبه به میزان ۱۴/۶ درصد می‌باشد. برای گروه مردان نیز خشونت با میزان ۲۷ مورد و توهین و فحاشی به میزان ۱۳/۴ درصد بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده است. در مجموع زن و مرد نیز به ترتیب خشونت با ۵۱/۳ درصد، توهین و فحاشی با ۴۰ درصد و تعقیب شدن از سوی افراد غریبه با ۱۷/۹ درصد دارای بیشترین آمار بزه‌دیده شدن بوده است.

۲۳

جدول ۸: توزیع درصدی انواع بزه‌دیده شدن بر اساس جنسیت (درصد بر اساس ستون)

جمع کل	مردان	زنان	
۱۷/۶	۱۲/۲	۵/۴	سرقت کیف‌دستی یا کیف پول و... بازور
۴۰	۲۶/۶	۱۳/۴	توهین و فحاشی در فضای عمومی
۱۱/۴	۱/۱	۱۰/۳	سرقت از منزل
۱۵/۵	۸/۸	۶/۷	بردن مالتان به وسیله نیرنگ و فریب
۵۱/۳	۳۰	۲۱/۳	خشونت
۱۰/۶	۳/۳	۷/۳	سرقت از وسیله نقلیه یا لوازم آن
۱۵	۷/۷	۷/۳	تهمت و افترا
۱۷/۹	۳/۳	۱۴/۶	تعقیب شدن از سوی فرد غریبه
۹/۲	۴/۴	۴/۸	خیانت‌درامانت
۱۰/۷	۲/۲	۸/۵	هک شدن و سوءاستفاده در فضای مجازی
۱۰۰	۹۰	۱۶۴	جمع کل

با توجه به مباحث نظری برخی متغیرهای زمینه‌ای بر فرایند بزه‌دیده شدن بسیار اثرگذارند. یکی از این متغیرها، متغیر جنسیت است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که اگرچه از لحاظ تعداد، شمار زنانی (۸۲ مورد) که در یکسال گذشته بزه‌دیده شده‌اند بیش از مردان (۶۷ مورد) است، اما این تفاوت ناشی از تأثیر متغیر مستقل نیست؛ بلکه از تفاوت حجم نمونه ناشی می‌شود، زیرا که درصد رخداد بزه‌دیده شدن با توجه به حجم نمونه برای زنان در حدود ۴/۳۶ درصد و برای مردان دانشجو در حدود ۶/۳۹ درصد است. گفتنی است که نتایج آزمون T در مورد تفاوت دو گروه از

● بزه‌دیده شناسی جرائم علیه جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)

لحاظ آماری معنادار نبوده است. بنابراین می‌توان گفت شواهد آماری کافی برای تأیید تأثیر جنسیت بر رخداد بزه‌دیده شدن وجود ندارد.

جدول ۹: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس جنسیت

جمع کل	مردان	زنان	
۱۴۸	۶۷	۸۲	تعداد بزه‌دیده شدن
۳۹۴	۱۶۹	۲۲۵	حجم نمونه
۵/۳۷	۶/۳۹	۴/۳۶	درصد نسبت به حجم نمونه

۸. وضعیت تأهل، بزه‌دیده شدن و نوع جرم

بر اساس داده‌های مندرج در جدول زیر برای دانشجویان متأهل نسبت به دانشجویان مجرد در طول یکسال گذشته کمترین میزان بزه‌دیده شدن اتفاق افتاده است. بیشترین آمار بزه‌دیده شدن برای افراد متأهل سرقت از منزل و خشونت بوده و کمترین آن‌ها مورد تعقیب قرار گرفتن از سوی افراد غریبه است. درحالی‌که برای افراد مجرد بیشترین آمار مربوط به خشونت توهین و فحاشی می‌باشد و کمترین مربوط به خیانت در امانت است.

جدول ۱۰: توزیع درصدی انواع بزه‌دیده شدن بر اساس وضعیت تأهل (درصد بر اساس ستون)

جمع کل	مجرد بر اثر طلاق یا فوت	مجرد	متأهل	
۱۴/۹	۰	۸/۱	۶/۸	سرقت کیف‌دستی یا کیف پول و... بازور
۳۷/۱	۰	۲۳/۴	۱۳/۷	توهین و فحاشی در فضای عمومی
۲۶	۰	۵/۴	۲۰/۶	سرقت از منزل
۱۴/۴	۰	۷/۶	۶/۸	بردن مال‌تان به وسیله نیرنگ و فریب
۴۴/۴	۱۰۰	۲۳/۸	۲۰/۶	خشونت
۱۲/۴	۰	۵/۴	۶/۸	سرقت از وسیله نقلیه یا لوازم آن
۱۴	۰	۷/۲	۶/۸	تهمت و افترا
۱۱/۵	۰	۸/۱	۳/۴	تعقیب شدن از سوی فرد غریبه
۱۱/۳	۰	۴/۵	۶/۸	خیانت‌درامانت
۱۳/۱	۰	۶/۳	۶/۸	هک شدن و سوءاستفاده در فضای مجازی
۱۰۰	۳	۲۲۲	۲۹	جمع کل

آمار کم بزه‌دیده شدن افراد متأهل T این فرضیه را به ذهن متبادر می‌سازد که افراد متأهل کمتر از افراد مجرد بزه‌دیده جرائم می‌شوند. بررسی درصد دانشجویانی که در طول یکسال گذشته حداقل یک‌بار بزه‌دیده شده‌اند نشان می‌دهد که ۴/۲۷ درصد افراد متأهل بزه‌دیده جرائم بوده‌اند، در حالی که در طول یکسال گذشته ۱/۳۹ درصد افراد مجرد بزه‌دیده جرائم بوده‌اند. این نسبت برای افراد مجرد بر اثر فوت یا طلاق در حدود ۱/۶۱ درصد می‌باشد. اگرچه بین این داده‌ها از لحاظ تعداد رخداد تفاوت وجود دارد، اما نتایج آزمون آماری F یا همان آنالیز واریانس یک‌راهه تفاوت آماری معناداری میان گروه‌های مختلف قائل نیست. به عبارت دیگر، شواهد آماری کافی برای تأیید این فرضیه که وضعیت تأهل بر رخداد بزه‌دیده شدن اثرگذار است، وجود ندارد.

جدول ۱۱: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس وضعیت تأهل

تأهل	مجرد	مجرد بر اثر طلاق یا فوت	جمع کل
تعداد بزه‌دیده شدن	۱۴	۱۳۲	۱۴۸
حجم نمونه	۵۱	۳۳۸	۳۹۴
درصد نسبت به حجم نمونه	۴/۲۷	۱/۳۹	۵/۳۷

۹. سن، بزه‌دیده شدن و نوع جرم

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول زیر، کمترین رخداد بزه‌دیده شدن برای افراد ۳۰ سال به بالا است که در حدود ۲۶ مورد است، در حالی که این تعداد برای افراد کمتر از ۲۰ سال در حدود ۷۲ مورد می‌باشد. برای افراد ۲۱ تا ۲۴ سال ۷۶ مورد و برای دانشجویان ۲۵ تا ۲۹ سال ۸۰ مورد می‌باشد.

جدول ۱۲: توزیع انواع بزه‌دیده شدن بر اساس سن

کمتر از ۲۰	۲۱-۲۴	۲۵-۲۹	۳۰ به بالا	جمع کل
۵/۵	۹/۲	۱۱/۲	۳/۸	۷/۸
۱۳/۸	۲۵	۲۱/۲	۹	۲۲
۵/۵	۹/۲	۷/۵	۳/۸	۷
۸/۸۳	۶/۵	۶/۲	۳	۷/۴
۲۷/۷	۲۱	۲۵	۶	۲۴/۴
۶/۹	۷/۸	۲/۵	۳/۸	۵/۵
۴/۱	۶/۵	۸	۲	۲/۷
۱۳/۸	۳/۹	۶/۲	۳/۸	۷/۴
۲/۷	۶/۵	۵	۳/۸	۴/۷
۱۱/۱	۳/۹	۵	۳/۸	۶/۲
۷۲	۷۶	۸۰	۲۶	۱۰۰

تعداد دانشجویان کمتر از ۲۰ سالی که در طول یکسال گذشته حداقل یک‌بار مورد بزه‌دیده شدن قرار گرفته‌اند در حدود ۴۵ مورد (۲/۴۱ درصد) است، در حالی که این تعداد برای افراد ۲۰ سال به بالا حدود ۴/۳۰ درصد می‌باشد. اگرچه از لحاظ آماری نتایج آزمون آنالیز واریانس مؤید تأثیر سن بر بزه‌دیده شدن نیست، اما روند داده‌ها نشان می‌دهد که چنانچه این تحقیق در جامعه آماری غیر از دانشجویان انجام می‌شد احتمال دست یافتن به نتایج معنادار فراوان است. دانشجویان قشر فرهیخته‌ای هستند که به دلیل سرمایه فرهنگی بالا بسیاری از تفاوت‌های بیولوژیکی و اجتماعی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

جدول ۱۳: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس سن

جمع کل	کمتر از ۲۰	۲۱-۲۴	۲۵-۲۹	۳۰ به بالا	
تعداد بزه‌دیده شدن	۴۵	۴۶	۳۷	۲۱	۱۴۸
حجم نمونه	۱۰۹	۹۹	۱۱۷	۶۹	۳۹۴
درصد نسبت به حجم نمونه	۲/۴۱	۴/۴۶	۶/۳۱	۴۹/۳۰	۵/۳۷

۱۰. قومیت، بزه‌دیده شدن و نوع جرم

داده‌های مندرج در جدول زیر نشان می‌دهد بیشترین رخداد بزه‌دیده شدن برای قومیت فارس به میزان ۱۶۹ مورد است، در حالی که این تعداد برای دانشجویان ترک در حدود ۲۹ مورد، برای دانشجویان کرد ۲۴ مورد و برای دانشجویان لر و لک‌ها ۲۹ مورد می‌باشد.

جدول ۱۴: توزیع انواع بزه‌دیده شدن بر اساس قومیت

جمع کل	فارس	ترک	کرد	لر و لک	سایر
سرقت کیف‌دستی و ... بازور	۶/۴	۳/۴	۸/۳	۳/۴	۰
توهین و فحاشی در فضای عمومی	۲۳/۶	۲۴/۱	۱۶/۶	۱۳/۷	۳/۳۳
سرقت از منزل	۵/۳	۱۳/۷	۸/۳	۱۰/۳	۰
بردن مال‌تان به وسیله نیرنگ و فریب	۷/۱	۳/۴	۱۲/۵	۲	۳/۳۳
خشونت	۲۴/۲	۲۰/۶	۱۶/۶	۳۴/۴	۳/۳۳
سرقت از وسیله نقلیه یا لوازم آن	۶/۵	۳/۴	۸/۳	۰	۵/۵
تهمت و افترا	۶/۵	۶/۸	۸/۳	۱۰/۳	۰
تعقیب شدن از سوی فرد غریبه	۷/۶	۳/۴	۸/۳	۱۰/۳	۰
خیانت‌درامانت	۲/۳	۱۰/۳	۸/۳	۱۰/۳	۰
هک شدن در فضای مجازی	۷/۱	۱۰/۳	۱/۴	۰	۰
جمع کل	۱۶۹	۲۹	۲۴	۲۹	۳

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تعداد دانشجویان فارس زبانی که در طول یکسال گذشته حداقل یک‌بار مورد بزه‌دیده شدن قرار گرفته‌اند ۹۹ مورد (حدود ۹/۳۹ درصد) است، در حالی که برای دانشجویان ترک در حدود ۸/۳۳ درصد، برای کردها ۹/۳۷ درصد و برای لر و لک در حدود ۵/۲۷ درصد می‌باشد. بنابراین تفاوت معناداری از لحاظ آماری بین دانشجویان اقوام مختلف وجود ندارد؛ به این معنا که شواهد آماری برای تأیید این فرضیه که قومیت بر رخداد بزه‌دیده شدن اثرگذار است، وجود ندارد.

جدول ۱۵: تعداد بزه‌دیده و نسبت آن با حجم نمونه بر اساس قومیت

جمع کل	فارس	ترک	کرد	لر و لک	سایر
تعداد بزه‌دیده شدن	۹۹	۲۴	۱۱	۱۱	۳
حجم نمونه	۲۴۸	۷۱	۲۹	۴۰	۶
درصد نسبت به حجم نمونه	۹/۳۹	۸/۳۳	۹/۳۷	۵/۲۷	۵۰

بحث و نتیجه گیری

یکی از مشکلات اساسی در گزارش آمارهای مربوط به جرائمی این است که تنها بر گزارش‌ها پرونده‌های قضایی و یا افراد دستگیر شده از سوی پلیس متمرکز است - این درحالی است که بسیاری از افراد به دلیل ترس از آبرو، تهدید از سوی مجرم، بی اعتمادی به پلیس و نهادهای قضائی اقدام به شکایت نمی‌کنند. در این میان، دانشجویان نیز به دلیل شرایط سنی و ویژگی‌های مربوط به جوانی در معرض جرائم زیادی قرار می‌گیرند که به علل مختلف آن را گزارش نمی‌کنند. بر اساس یافته‌های این پژوهش در طول یکسال گذشته حداقل ۶/۳۷ درصد دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی حداقل یک‌بار مورد بزه‌دیده شدن قرار گرفته‌اند که اگر آن را در جامعه آماری دانشگاه ضرب نماییم در حدود ۶۹۳۲ مورد تجربه بزه‌دیده شدن در طول یکسال خواهد بود. این یافته از یک سو نشان می‌دهد که بسیاری از داده‌هایی که از سوی پلیس و دستگاه قضائی ارائه می‌شود بیانگر واقعیت رخداد جرم نیست - زیرا که از میان این تعداد تنها در حدود ۲۱ درصد رخداد بزه‌دیده شدن به مراجع ذی‌ربط گزارش شده است - از سوی دیگر، نشان می‌دهد که بزه‌دیده شدن یک مسئله اجتماعی است که از نگاه سیاست‌گذاران و برنامه ریزان مغفول مانده است. نتایج پژوهش توکل و فاطمی‌نیا (۱۳۹۸) در مطالعه «بزه‌دیدگان سایبری»، بیانگر گزارش نشدن بسیاری از جرائم از سوی افراد بزه‌دیده است.

همچنان که در تحقیق زندگی‌آبادی، علی و رحیمی (۱۳۸۹) گزارش شده است که تراکم جمعیت یکی از عوامل افزایش جرم است، یافته‌های این تحقیق نیز نشان می‌دهد که از نظر محل وقوع قربانی شدن بیشترین رخدادها مربوط به محل‌های پرتردد و با درجه ناشناختگی بالاست. خیابان‌ها با ۸۴/۳۰ درصد، حمل‌ونقل عمومی با ۲۴/۱۱ درصد و فضای مجازی با ۸/۷ درصد بیانگر این است که با افزایش درجه ناشناختگی و شلوغی و ازدحام، احتمال رخداد بزه‌دیده شدن فزونی می‌گیرد. یافته‌های دیگر این تحقیق هم مؤید این نظر است، زیرا که تنها در حدود ۲۹ درصد بزه‌دیده‌گان عامل ارتکاب جرم را می‌شناخته‌اند.

یافته‌ها نشان داد که در میان دانشجویان به لحاظ رخداد بزه‌دیده شدن بر اساس متغیرهایی مانند جنسیت، سن، مقطع تحصیلی، قومیت و وضعیت تأهل تفاوت معناداری وجود ندارد. این یافته ممکن است به دو دلیل باشد؛ یکی بافت نمونه یعنی دانشجویانی که اغلب مجرد هستند، از سرمایه فرهنگی بالا و در محدوده سنی مشخصی (۸۲ درصد زیر ۳۰ سال) قرار دارند و دوم اینکه سبک زندگی دانشجویان کمتر تفاوت‌های اجتماعی را در خود بروز و ظهور می‌دهد.

همان‌طور که در تحقیق نورپور و سیدزاده ثانی (۱۳۹۹) مورد تأکید قرار گرفته است، این پیمایش هم نشان داد که بزه‌دیده شناسی راه مناسبی برای برآورد دقیق‌تر از رخداد جرائم در کشور است. به‌ویژه در کشور ایران به دلیل قوی بودن هنجارهای و ارزش‌های اجتماعی سنتی، از یک سو و ضعف در دستگاه‌های نظارتی از سوی دیگر، بسیاری از جرائم ثبت و ضبط نمی‌شوند. بنابراین می‌توان با انجام پیمایش‌های بزه‌دیده شناختی مستمر میزان وقوع جرائم را به نحو مطلوب‌تری برآورد نمود. نتایج این پژوهش در کنار سایر پژوهش‌ها نشان می‌دهد که جوانان ازجمله گروه‌های اجتماعی هستند که بیشتر در معرض بزه‌دیدگی قرار دارند. این تجربه تلخ می‌تواند سایر مراحل و دوره‌های زندگی آنان را تحت تأثیر قرار دهد. نتایج پژوهش‌های بزه دیدگی می‌تواند به تدوین برنامه‌های حمایتی حقوقی، روانی، اجتماعی و اقتصادی بزه‌دیدگان جوان در جهت کاستن از آلام ناشی از تجربه بزه دیدگی یاری رساند.

● بزهدیده شناسی جرائم علیه جوانان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)

در مجموع یافته‌های این تحقیق نشان داد که وجود نرخ ۶/۳۷ درصد بزهدیدگی در میان دانشجویان آماری قابل توجه است- اگرچه از لحاظ متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری پیدا نشده است. یکی از دلایل عمده این عدم معناداری، نوع جامعه آماری دانشجویان است. به همین دلیل در پایان پیشنهاد می‌شود که این تحقیق بزهدیده شناختی بهتر است که در جامعه آماری عموم شهروندان اجرا شود تا بتواند تفاوت‌های گروهی جنسیتی، سنی، وضعیت تأهل و غیره را به‌خوبی نمایش دهد.

منابع

- برجس، آن ولبرت؛ چریل، رگر و رابرتس، آلبرت آر. (۱۳۹۵). بزه دیده شناسی: نظریه ها و کاربردها. حمیدرضا ملک محمد. بنیاد حقوقی میزان
- پایگاه خبری وزارت ورزش و جوانان (<http://news.msy.gov.ir>)
- توکل، محمد و فاطمی نیا، محمدعلی. (۱۳۹۸). «جامعه اطلاعاتی و جرائم نوظهور: تلاشی جامعه‌شناختی در تبیین قربانیان تعرض سایبری در شهر تهران». بررسی مسائل اجتماعی ایران. ۱۱۰(۱)، صص ۳۷-۶۲.
- حسینی، سید محمد و مصطفی پور، مسعود. (۱۳۹۶). «رقم سیاه، چالشی فراروی آمار جنایی رسمی (با رویکردی تطبیقی بر آمریکا و ایران)». مطالعات حقوق تطبیقی، ۸(۱)، صص ۱۰۳-۱۲۹.
- رضایی راد، مجید؛ تقی زاده، سید محمد و نوروزی، نادر. (۱۳۸۶). «تأثیر نگهداری محله در کاهش ترس از جرم مردم تهران بزرگ در محلات دارای نگهداری محله». فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم. سال ۲، شماره ۴.
- زندگی‌آبادی، علی و رحیمی، نادر حسین. (۱۳۸۹). «تحلیل فضایی جرم در شهر کرج (با استفاده از GIS)». مجله مطالعات حقوق خصوصی. دوره ۴۰، شماره ۲.
- زینالی، حمزه. (۱۳۸۳). «اثرات فقدان حمایت کیفری مناسب از زنان بر بزه دیدگی آن‌ها». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره ۳، شماره ۱۳.
- صادقی فسائی، سهیلا و میرحسینی، زهرا. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر بزه دیدگی زنان شهر تهران». فصلنامه زن در توسعه و سیاست. دوره ۹، شماره ۱.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی. حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- مالجو، محسن. (۱۳۸۹). «تجاوز به محارم: زمینه‌ها، راهبردهای متجاوز و واکنش‌های بزه‌دیده». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال نهم، شماره ۳۴.
- نصیری، اسماعیل؛ احمدی، علی؛ رحمانی، محمد حسن و کماسی، حسین. (۱۳۹۶). «تحلیل جغرافیایی - فضایی جرم و مکان‌های جرم خیز با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی GIS (مطالعه موردی: بزه سرقت در شهر قزوین)». مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره ۱، شماره ۲.
- نورپور، محسن و سیدزاده ثانی، سید مهدی. (۱۳۹۹). «پیمایش‌های بزه‌دیده‌شناسی؛ ضرورتی پیش روی سیاست‌گذاران جنایی در ایران». مجلس و راهبرد. ۲۷(۱۰۲)، صص ۳۳۱-۳۵۶.
- Cohe, L. E. , Kluegel, J. R. , and Land, K. C. (1981). "Social inequality and predatory criminal victimization: An exposition and test of a formal theory". American Sociological Review, vol. 46 pp. 505-524.
- Cohen, Lawrence E.; Felson, Marcus. (1979). "Social Change and Crime Rate Trends: A Routine Activity Approach". American Sociological Review, 44 (4): 588-608.

- Dignan, J. (2005). **Understanding Victims and Restorative Justice**. Maidenhead: Open.
- Felson, Marcus; Cohen, Lawrence, E. (1980). "Human Ecology and Crime: A Routine Activity Approach". *Human Ecology*, 8 (4): 389-406.
- Hindelang, M. J. Gottfredson, M. R.; Garofalo, J. (1978). **Victims of personal crime: An empirical foundation for a theory of personal victimization**. Cambridge, Massachusetts: Ballinger.
- Jenny, Korkodeilou. (2017) "No place to hide, Stalking victimization and its psycho-social effects". *International Review of Victimology*, Volume: 23 issue: 1, page(s): 17-32.
- Jung Jin Choi , Diane L. Green, Stephen Kapp A. (2010). "Victimization, Victims' Needs and Empowerment". *International Review of Victimology*, Volume: 17 issue: 3, page(s): 267-290.
- Longe, Olumide & etal. (2010). **Towards A Real-Time Response (RTR) Model for Policing the Cyberspace: A Newsletter of the International Federation for Information Processing Working Group (IFIP WG 9. 4)** . Centre for Electronic Governance Indian Institute of Management, Ahmedabad, Volume 20, No. 3
- Meier, R. F. & Miethe, T. D. (1993). "Understanding theories of criminal victimization". *Crime and Justice*, 17, 459-499.
- Miethe, T. D. & Meier, R. F. (1994). **Crime and its social context: toward an integrated theory of offenders, victims and situations**. Albany: State University of New York Press.
- Morgan, Rachel E. and Truman, Jennifer L. (2020). **Criminal Victimization**. U.S. Department of Justice, Office of Justice Programs, Bureau of Justice Statistics eau of Justice Statistics.
- Mustaine, E. E. & Tewksbury, R. (1998). **Predicting Risks of Larceny Theft Victimization: A Routine Activity Analysis Using Refined Lifestyle Measures**.
- Nalla, Mahesh. (2014). **Theorizing Cybercrime: Applying Routine Activities Theory**. <http://www.academia.edu/8897451/>.
- Siegel, Larry. (2017). **Criminology: Theories, Patterns and Typologies (MindTap Course List)**. Thamson-Wadsworth.
- Tinkara, Johanna Nivala. (2016). "Victimisation of the elderly in the municipalities of Ljubljana and Uppsala". *International Review of Victimology*, Volume: 23 issue: 1, page(s): 33-46.

چرایی رابطه فرا زناشویی مردان متأهل در شهر تهران

هلن نیک بخش^۱

نوروز هاشم زهی^۲

نازنین ملکیان^۳



10.22034/SSYS.2022.2202.2574

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

خانواده نقش مهمی در همبستگی اجتماعی دارد و هر نوع تحول در روابط زوجین آن را متأثر می‌سازد. یکی از تحولاتی که بنیان خانواده را سست و ناپایدار می‌سازد، ارتباط فرا زناشویی همسران است. رابطه فرا زناشویی به معنای عدم پابندی به تعهد ازدواج می‌باشد و با توجه به این‌که بنیان خانواده و در نتیجه ارکان جامعه را با مخاطره مواجه می‌کند، واکاوی آن اهمیت دارد. از این‌رو مسئله اصلی در این پژوهش، شناسایی چرایی ارتباط فرا زناشویی مردان متأهل جوان بوده که با رویکرد کیفی، بر مبنای گراند تئوری و با تکنیک مصاحبه عمیق بدون ساختار انجام شده است. داده‌های موردنیاز با مصاحبه از ۱۵ نفر از مردان جوان متأهل شهر تهران با سابقه رابطه فرا زناشویی که مایل به مشارکت در تحقیق بودند، جمع‌آوری شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل فردی، نگرشی، ازدواج نامناسب، تعاملی/ارتباطی و عوامل محیطی در شروع رابطه نامتعارف مردان جوان متأهل شهر تهران موثر بوده است.

واژگان کلیدی: رابطه فرا زناشویی، خیانت، بی‌وفایی، عشق سیال و نظریه داده بنیاد.

۱- دانشجوی دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استادیار، گروه علوم اجتماعی و ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: No_hashemzahi@yahoo.com

۳- استادیار، گروه علوم اجتماعی و ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

ارتباط زناشویی به دلیل ماهیت چندوجهی آن ممکن است تحت تأثیر عوامل متعددی قرار گیرد و با چالش‌هایی رو به رو می‌شود. در این میان، خیانت و رابطه فرازناشویی بیشترین آسیب را به رابطه همسران وارد می‌کند و حتی می‌تواند رابطه را در معرض نابودی قرار دهد.

زوجین در خانواده هسته مرکزی همه سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی به شمار می‌آیند و همه نقش‌های مربوط به ایجاد تمدن، انتقال موارث، رشد و شکوفایی انسانیت به عملکرد آنان مربوط می‌شود. حمایتگری و تعهد در محیط خانواده، برای زوجین و فرزندان مهم است به دلیل آن که خیانت والدین، وضعیت تاهل والدین، تعارض والدین و رضایت زناشویی والدین با احتمال خیانت فرزندان مرتبط است (ویزور^۱، ۲۰۱۸: ۳۱). محققان، رابطه فرا زناشویی را یکی از عوامل و دلایل اساسی تعارضات زناشویی، آسیب‌های روانی و اقدام عملی زوج‌ها برای طلاق مطرح کرده‌اند (آسایش و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۸). در جامعه کنونی، مشکلات و تعارض‌های خانوادگی و زناشویی افزایش چشمگیری یافته‌اند و شواهد فراوانی گویای آن هستند که زوج‌ها در جامعه امروزی برای برقراری و حفظ روابط صمیمی و دوستانه با مشکلات شدید و فراگیری دست به گریبان هستند (هادیان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۸۲). رشد آمار مراجعه به مشاوران ازدواج و دادگاه‌های خانواده، رونق گروه‌های خودیاری زناشویی و افزایش نرخ طلاق گویای این موارد است (گیدنز و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۵۹-۲۶۱).

بروز تحولات و دگرگونی‌های متعدد در نظام فرهنگی و اجتماعی جهان مدرن، ارزش‌ها و باورهای مردم پیرامون ازدواج و خانواده را از گذشته متفاوت کرده است. ارزشمند دانستن فرزندان، تحول نقش‌های زن و شوهری، موقعیت در حال تغییر زنان و موازنه قدرت آنان با مردان، حضور گسترده زنان شاغل در زندگی اجتماعی، تغییر و تنوع شکل‌های ازدواج، تأخیر در ازدواج، کاهش فرزندآوری، ظهور الگوهای جدید روابط جنسی و آزادی‌های جنسی و به تبع آن رابطه با جنس مخالف و دموکراسی عاطفی که پایه آن ارتباط و اعتماد میان زن و شوهر است، از مهم‌ترین دگرگونی‌های خانواده در عصر مدرنیته^۲ است (گیدنز^۳ و همکاران، ۱۳۸۶: ۹۶-۹۸).

امروزه ساختار خانواده ایرانی با چالش‌های متعددی در زمینه تعارض و ناسازگاری بین زوجین مواجه است. یکی از این موارد بی‌وفایی در زناشویی و تمایل به ارتباط نامتعارف (روابط فرا زناشویی^۴ و خیانت^۵) است. از نظر میان فرهنگی، به نوع ازدواجی که کسی در یک زمان، یک نفر را به همسری برمی‌گزیند، «تک-همسری» می‌گویند که در غالب فرهنگ‌ها یک هنجار است. هرچند تک همسری هنوز راهبرد اصلی ازدواج و تولید مثل انسان است، امروزه روابط فرا زناشویی نیز امری شایع می‌باشد. از منظر سنتی، روابط فرا زناشویی به معنای برقراری رابطه جنسی با فردی غیر از همسر است، اما با توجه به دگرگونی در روابط اجتماعی و همچنین تغییر در نگرش‌ها، علاوه بر روابط جنسی به طور خاص، داشتن سر و سر با فرد دیگر، شیفتگی و

1. Weiser
2. Modernity
3. Giddens
4. Extramarital affair
5. infidelity

محبت نامتعارف، روابط عاطفی فراتر از دوستی عادی، استفاده از پورنوگرافی^۱، ارتباط نامتعارف در فضاهای مجازی^۲ نیز در این تعریف می‌گنجد. با ظهور اینترنت و گوشی‌های هوشمند، رفتارهای رایجانه‌ای (مانند ارسال پیامک، ارسال عکس‌های صریح، یا تماشای پورن زنده وب‌کم) نیز به عنوان اشکال خیانت رایج‌تر شده‌اند (واولس^۳ و همکاران، ۲۰۲۱: ۵). به نظر می‌رسد که خیانت آنلاین، به اندازه خیانت واقعی آسیب‌زا است (مائو^۴ و همکاران، ۲۰۰۹: ۳۰۲). درباره علل و زمینه‌های رابطه فرازناشویی، بر اساس نتایج تحقیقات انجام یافته، مواردی نظیر نارضایتی از روابط جنسی و عاطفی، سوءظن نسبت به وفاداری همسر، تنوع‌طلبی، تجربه شکست عاطفی، انتقام‌جویی از همسر بی‌وفا، ویژگی‌های شخصیتی، سبک دلبستگی، مذهب، سطح تحصیلات، درآمد و شغل، بلوغ جنسی و اجتماعی، خانواده منشاء، وسایل ارتباط جمعی، مسائل طبی، عوامل زمینه‌ای، شخصیت و درک همسران از ازدواج و در نهایت عوامل پیش‌بینی‌کننده قبل از ازدواج، از جمله سابقه روابط جنسی رضایت‌بخش قبل از ازدواج و تجربه شکست عاطفی در زندگی مشترک (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۶) مطرح شده است. زمینه‌های شکل‌گیری و رواج خیانت جنسی و عاطفی در هر جامعه و منطقه متفاوت است و موضوع برقراری روابط فرازناشویی در جامعه معاصر ایران، روندی رو به رشد را نشان می‌دهد. با توجه به این‌که رابطه فرازناشویی زوجین از علل اصلی تعارضات زناشویی و طلاق محسوب می‌شود، اما در ایران به دلیل واکنش شدید و حساسیت زیاد جامعه و قوانین برای عاملان و مرتکبان و عدم دسترسی آسان به افراد، فقر پژوهش در این زمینه به چشم می‌خورد و تحقیقات انجام شده بسیار اندک و ناکافی است. همچنین اغلب تحقیقات به‌صورت کمی انجام شده است. در نتیجه، پژوهش حاضر، درصدد پاسخگویی به پرسش زیر است:

از دیدگاه مردان جوان متأهل درگیر در پدیده رابطه فرازناشویی، چه عواملی موجب بروز خیانت و ارتباط نامتعارف است؟

روش‌شناسی پژوهش

نوع روش تحقیق (اکتشافی) کیفی، از نوع نظریه داده بنیاد (گراندد تئوری^۵) و با رویکرد استقرایی یعنی رسیدن از جزء به کل بوده و به‌صورت مصاحبه و تحلیل محتوایی و ساختاری با روش اشتراوس و کوربین^۶ انجام شده است. تحقیق کیفی برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرایط پیچیده مفید است و اجازه می‌دهد تا یک دیدگاه انسانی و درون‌گرایانه در تحقیق گنجانده شود. از این رو، داده‌های کیفی جمع‌آوری شده بر اساس جهان‌بینی شرکت‌کننده است و نه جهان‌بینی ایجاد شده توسط محقق. رویکرد تفسیری بر خلاف رویکرد عینی‌گرای پوزیتیویستی، بر این باور است که شناخت اجتماعی و واقعیت‌های اجتماعی موجود در آن برحسب نوع و شیوه کنش انسانی، ماهیتی اقتضایی و موقعیتی دارند؛ به این معنا که جهان اجتماعی در درون و مبتنی بر

1. Pornography
2. Virtual spaces
3. Vowels
4. Mao
5. Grounded theory
6. Strauss and Corbin

تعاملات بین موجودات انسانی بر ساخته می‌شود و درون یک بستر ذاتاً اجتماعی گسترش می‌یابد و منتقل می‌شود (استراس و کوربین، ۱۳۹۰: ۴۲).

در پژوهش کیفی از افراد خواسته می‌شود تجارب روزمره، احساسات، هیجانات و نظراتشان را در مورد موضوع پژوهش بیان کنند. ابزار انجام پژوهش، مصاحبه عمیق ساخت نایافته است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند جهت گزینش افراد مورد مصاحبه استفاده شد. به منظور گردآوری دیدگاه‌ها، با ۱۵ نفر از مردان جوان متاهلی که درگیر ارتباط نامتعارف بودند تا زمان رسیدن به اشباع نظری مصاحبه عمیق و بدون ساختار انجام شد. این نوع مصاحبه به دلیل انعطاف‌پذیری و عمیق بودن مناسب پژوهش‌های کیفی است (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۷). پس از ضبط صدای مصاحبه‌شوندگان، کلیه مکالمات با دقت روی کاغذ نوشته شد. کسب اجازه برای ضبط مصاحبه‌ها، رضایت آگاهانه مصاحبه‌شوندگان، تعهد اخلاقی مصاحبه‌کننده برای حفظ گمنامی مصاحبه‌شوندگان و محرمانه ماندن اطلاعات در همه مصاحبه‌ها مدنظر بود. به منظور انجام روایی صوری یا ظاهری مطابق جدول ۱ به روش اسکینر^۱، از روایی داده‌های گردآوری شده اطمینان حاصل شد.

جدول ۱: روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	شیوه اجرا در پژوهش
مشاهده پایدار	مشارکت و حضور محقق در محیط مشارکت و تلاش جهت اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت توسط محقق و اساتید محترم راهنما و مشاور
چک کردن با مشارکت‌کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده و چک کردن با مصاحبه‌شوندگان برای اطمینان از درک صحیح مطالب در زمان مصاحبه
مثلث سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌شوندگان به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای روایی محتوایی، قبل از انجام مصاحبه سوالات با کمک چند تن از خبرگان طراحی شد. برای رسیدن به پایایی یا قابلیت وابستگی در روش‌های کیفی برخی از محققان تکنیک‌هایی مانند هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها، ایجاد فرایندهای ساختمند برای اجرا و تفسیر مصاحبه‌های همگرا و استفاده از کمیت‌های تخصصی را پیشنهاد می‌نمایند (فیروزجائیان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳۱). برای دستیابی به پایایی در مرحله مصاحبه، از پرسش‌های مولد و در مرحله تفسیر داده‌ها، چگونگی اجرای تفسیر و روش کدگذاری از دیدگاه صاحب‌نظران موردتوجه قرار گرفت. پس از اتمام مصاحبه‌ها، تجزیه و تحلیل یافته‌ها به روش استقرایی منطقی انجام گرفت. بدین

منظور پس از نگارش متن مصاحبه‌ها از روی صداهای ضبط شده، متن مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا به کوچک‌ترین واحدهای تشکیل دهنده و معنادار تبدیل و مقوله‌بندی شدند. سپس مقوله اصلی هر مصاحبه در جدولی زیر هم قرار گرفته و یک هسته مرکزی (پدیده) انتخاب شده است که تمامی مقوله‌های اصلی مصاحبه‌ها را دربر می‌گیرد. بررسی قیاسی و استقرایی بین متون اولیه و مقوله‌ها چندین بار انجام شد تا در نهایت، ثبات قابل قبولی برای مفهوم‌سازی از داده‌ها حاصل شد. هسته مرکزی (پدیده) این پژوهش رابطه فرا زناشویی (ارتباط نامتعارف، خیانت) بوده است.

یافته‌های پژوهش

پس از معرفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی، یافته‌های تحلیلی در قالب کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها در میان کنشگران ارائه شد. نمونه پژوهش شامل ۱۵ مرد متأهل ساکن تهران بوده که ارتباط نامتعارف داشته‌اند.

الف) یافته‌های توصیفی

از ۱۵ فرد مورد مطالعه (۲۹ تا ۳۵ ساله) میانگین سنی ۳۲/۸ سال بوده است. ۳ نفر سابقه ازدواج قبلی داشته‌اند. کمترین میزان سال‌های زندگی مشترک ۲ سال و بیشترین آن ۸ سال بوده است. تحصیلات ۵ نفر زیر دیپلم، ۴ نفر دیپلم، ۱ نفر کاردانی، ۳ نفر کارشناسی، ۱ نفر کارشناسی ارشد و ۱ نفر دکترا بوده است. ۶ نفر فرزند نداشته‌اند. ۴ نفر ۱ فرزند، ۳ نفر ۲ فرزند و ۲ نفر ۳ فرزند داشته‌اند. پراکندگی قومیت و محل تولد افراد مورد مطالعه زیاد بوده و شامل اقوام مختلف از شهرهای گوناگون بوده است. وضعیت اقتصادی ۴۰ درصد از افراد مورد مطالعه متوسط بوده، ۲۰ درصد وضعیت اقتصادی خوبی داشته و ۴۰ درصد از آن‌ها از وضعیت اقتصادی ضعیفی برخوردار بوده‌اند. ۲۰ درصد از افراد مورد مطالعه، با جنس مخالف قبل از ازدواج، هیچ‌گونه رابطه عاطفی و دوستی نداشته‌اند، ۲۰ درصد با جنس مخالف قبل از ازدواج رابطه عاطفی و دوستی داشته و ۶۰ درصد با جنس مخالف قبل از ازدواج، رابطه جنسی داشته‌اند.

ب) یافته‌های تحلیلی

کدگذاری باز: بر مبنای روش‌شناسی نظریه زمینه‌ای، ابتدا فرایند کدگذاری باز^۱ انجام شد که بر اساس آن، گزاره‌های خام مصاحبه، به مفاهیم تبدیل شدند. در مجموع، ۱۲۷ مفهوم از مصاحبه ۱۵ پاسخگو استخراج شده است.

کدگذاری محوری: در مرحله کدگذاری محوری^۲ مفاهیم غیرمرتبط حذف و مفاهیم نزدیک به یکدیگر در قالب مقوله‌های جدیدی که در تحلیل نهایی مورد استفاده قرار می‌گیرند، دسته‌بندی شدند. ۳۸ مقوله از مصاحبه ۱۵ پاسخگو استخراج شده است.

کدگذاری گزینشی: کدگذاری گزینشی^۳ سومین مرحله کدگذاری است. در این پژوهش، مفاهیم استحصال شده در کدگذاری محوری، در قالب مقولات با عنوان شرایط علی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبرد و پیامد قرار می‌گیرند.

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

محور عوامل فردی: با توجه به این که تصمیم‌ها، رفتارها و فعالیت‌های انسان‌ها تحت تاثیر عوامل مختلف روانی و اجتماعی است و هر انتخاب بر سایر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای بعدی موثر می باشد و افراد از لحاظ ویژگی‌هایی چون درونگرایی و برونگرایی، هیجان‌خواهی یا عدم هیجان‌خواهی و انعطاف‌پذیری با یکدیگر تفاوت دارند، عوامل فردی اهمیت ویژه‌ای می‌یابند. در برخی از موارد، رفتارهای والدین منجر به بروز ویژگی‌های شخصیتی در فرزندان می‌شود که تسهیل کننده رفتارهای خیانت آمیز آنان در بزرگسالی می‌شود (باربارو^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۲۵۱). تفاوت های فردی در پیوندهای دلبستگی ممکن است بر عملکرد رفتارهای حفظ همسر تاثیر بگذارد (باربارو و همکاران، ۲۰۱۶: ۶۰۷).

مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای^۲ در محور عوامل فردی شامل مقوله‌های شخصیتی (صفات و ویژگی‌های شخصیتی نمودی از افکار، احساسات و اعمال که معمولاً در طول زمان و شرایط و موقعیت‌های متفاوت، نسبتاً پایدار هستند) و تجربه زندگی گذشته است.

نمونه: «از همون اول هم ازش خیلی خوشم نیامد. زنم خیلی بی‌ریخته. برعکسش من خیلی خوش تیپم.» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده)

نمونه: «فقط ارتباط مجازی داشتیم... به هم پیام می‌دادیم و عکس خانواده‌هامون رو برای هم می‌فرستادیم و یاد گذشته‌ها می‌کردیم.» (بابک، ۳۵ ساله، کارشناسی ارشد، مدیر شرکت).
مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر^۳ در محور عوامل فردی شامل ویژگی‌های شخصیتی همسر و تفاوت‌های شخصیتی زوجین است.

نمونه: «زنم غرغرو شده. هیچ وقت نمی‌تونیم باهم چند دقیقه صحبت کنیم. هر بار با هم حرف می‌زنیم، کارمون به بحث می‌رسه... دائم می‌خواد من رو کنترل کنه.» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده).

نمونه: «من خونگرم و صمیمی هستم و زنم سرد و بی‌احساس. زنم خیلی اجتماعی نیست. نه اهل مهمونی رفته، نه مهمونی دادن» (فرهاد، ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

مقوله مرتبط با شرایط علی^۴ در محور عوامل فردی توجیه ارتباط نامتعارف است.

نمونه: «به نظرم تقصیر زنمه. وقتی که به نیازهای من توجه نمی‌کنه بایدم منتظر این برخوردها باشه» (علی، ۳۰ ساله، دیپلم، کارمند املاک).

مقوله پدیده^۵ در محور عوامل فردی، تنوع‌طلبی بوده است.

نمونه: «دوست ندارم زیاد با یک زن بمونم. برای همین تا حالا با زن‌های مختلفی رابطه داشتم.» (محمد، ۳۴ ساله، زیر دیپلم، سرایدار).

راهبرد^۶: راهبرد از پدیده محوری منتج می‌گردد و بیانگر کنش‌هایی است که کنشگران در قبال شرایط از خود نشان داده‌اند. در محور عوامل فردی، نارضایتی در ادامه زندگی است.

1. Barbaro
2. Background conditions
3. Interfering conditions
4. Cause conditions
5. Phenomenon
6. Strategy

نمونه: «مجبور شدم با دختر عمه‌ام ازدواج کنم تا حمایت خانواده را از دست ندم... از همان ماه اول پشیمان شدم.» (فرهاد ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

پیامد^۱ در محور فردگرایی افزایش لذت‌گرایی شامل جبران کمبودها و نیازها و احساس خوشی و لذت بوده است.

نمونه: «اکثر مردهایی که تو پارتی هستن، متاهل هستن و میگن با این برنامه‌ها ما شاد و شنگول می‌شیم و وقتی می‌ریم خونه به زن و زندگی گیر نمی‌دیم.» (حامد، ۳۱ ساله، دیپلم، فروشنده).

محور عوامل نگرشی: نگرش‌ها، در زمینه‌سازی و فرم دهی به رفتارها، ایجاد انگیزش، ارضای نیازها و جهت‌دهی به گرایش‌ها تاثیر مهمی دارند. آلپورت^۲ (۱۹۵۳) تعریفی از نگرش ارائه کرد: «وضعیتی از آمادگی روانی محصول تجربه سازمان یافته که نفوذی مستقیم و پویا در کنش فرد نسبت به محیط پیرامونی و اوضاع و احوالی که با آن در تماس قرار می‌گیرد، اعمال می‌نماید.» (گنجی و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۰). افزایش فردگرایی و لذت محوری در جهان مدرن، این باور و نگرش را در افراد ایجاد کرده که پیش از هر چیز و مهم‌تر از هر چیز، خود انسان و رفع نیازها و جلب لذت‌های اوست. به اعتقاد باومن^۳ (۱۳۸۴) انسان امروزی تمایل دارد وارد روابطی شود که از آن‌ها لذت ببرد و قادر باشد در زمان بروز مشکلات و سختی‌ها آن رابطه را ترک کند. فرهنگ مصرف‌گرایی^۴ در روابط انسانی رسوخ کرده و حتی روابط عاشقانه زوجین را دچار سیالیت و عدم قطعیت کرده است.

مقوله مرتبط با شرایط زمینه‌ای در محور عوامل نگرشی، نگرش به ازدواج (نگرش‌های افراد نسبت به ازدواج می‌توانند سازنده یا مخرب باشند. زمانی که افراد با نگرش مصلحت‌گرایی فردی، تمتع فردی، سودگرایی و مادی‌گرایی به ازدواج بیندیشند، ارتباط زوجین نیز تحت تاثیر قرار گرفته و روابطی سست و آسیب‌پذیر شکل می‌گیرد) است.

نمونه: «از همون اول هم ازش خیلی خوشم نیامد... ولی خرج خونه رو اون میداد. حقوق من خرج خودم میشه» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده).

مقوله مرتبط با شرایط مداخله‌گر در محور عوامل نگرشی، نگرش حق به جانب است. نمونه: «دیگه اون دختر حرف گوش کن نبود... وقتی عصبانیم می‌کرد، حال خودم رو نمی‌فهمیدم. چند بار تو عصبانیت کنکش زده بودم ... من بهش کمک کرده بودم، ولی اون قدردان نبود.» (بهرز، ۳۴ ساله، زیر دیپلم، راننده).

مقوله مرتبط با شرایط علی در محور عوامل نگرشی، نگرش به رابطه فرازناشویی است. نمونه: «این رابطه باعث شده بتونم سرپا بمونم. چه اشکالی داره اینجور ارتباط؟ زنم هم اگر بخواد با کسی در این حد ارتباط داشته باشه، برای من پذیرفتنی هست» (فرهاد ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

مقوله پدیده در محور عوامل نگرشی، نحوه نگرش به تعهد زناشویی است.

-
1. Consequences
 2. Alport
 3. Bauman
 4. Consumerism

نمونه: «ما همسران فضای مجازی هستیم... با خیلی‌ها رابطه داشتم از همون دوران دانشجویی تا حالا. کلا من اهل خوش گذرونی و لذت بردن از زندگی هستم. من مطمئن هستم همسر من این شرایط را می‌دونه، ولی به روش نیماره... به نظرم خیلی زود ازدواج کردم. هنوز شرایط زندگی مجردی رو بیشتر دوست دارم و فکر نکنم حالا حالاها به زندگی متاهلی متعهد بشم» (امید، ۳۳ ساله، دکترا، پزشک).

راهبرد در محور عوامل نگرشی، نگرش به زندگی با وجود رابطه فرا زناشویی است. نمونه: «به نظرم تقصیر زنده. وقتی که به نیازهای من توجه نمی‌کنه باید منتظر این برخوردها باشه» (علی، ۳۰ ساله، دیپلم، کارمند املاک).

پیامد در محور عوامل نگرشی، تلاش برای تداوم زندگی است. نمونه: «به خاطرش چند جلسه مشاوره رفتیم و بهش گفتم که این ارتباط را قطع می‌کنم. اما هنوز این ارتباط ادامه داره و فقط مراقبم که نفهمه» (بابک، ۳۵ ساله، کارشناسی ارشد، مدیر شرکت).

محور عوامل ازدواج نامناسب: ازدواج مقوله بسیار مهمی در زندگی هر فرد است. انتظار می‌رود روابط زوجین به گونه‌ای باشد که بتواند استعدادها را هر یک از آنان را بارور نماید، درک متقابل، نشاط، شادکامی و تعادل روانی آنان را ارتقا بخشد و کارکردهای هر یک از آنان را در ارتباط با فرزندان، والدین، خانواده یکدیگر و جامعه تقویت نماید. در برخی از موارد همسرگزینی به شیوه کاملاً سنتی، مصلحت‌اندیشانه و بدون توجه به ویژگی‌های شخصیتی صورت می‌پذیرد و به زندگی سرد و بی‌روح می‌انجامد. با ظهور جامعه مدرن، در پاره‌ای از موارد شیوه ازدواج احساسی جایگزین ازدواج سنتی شد که آن هم به دلیل در نظر نگرفتن تطابق شرایط زوجین، با بی‌ملاحظگی و بدون عقلانیت صورت پذیرفته و در بسیاری از موارد موفق نبوده است. روابط عاشقانه مستعد مشکلات مختلفی مانند شخصیت‌های متفاوت، اختلاف نظرها و فاصله‌های طولانی هستند که ممکن است نه تنها کیفیت رابطه را مورد تهدید قرار دهد، بلکه منجر به خاتمه آن شود (ناسیمنتو و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۴). خانواده یک نظام اجتماعی و طبیعی با ساختار عاطفی پیچیده است که محبت، وفاداری و تداوم عضویت از ویژگی‌های مهم آن به شمار می‌رود (گلدنبرگ و گلدنبرگ، ۱۳۹۶: ۱۱). رضایت یا نارضایتی از بخشی از زندگی به سایر بخش‌های زندگی تعمیم می‌یابد و آن بخش را نیز متأثر می‌سازد. شخصی که در یک زمینه از زندگی خود نارضاعی است، به دنبال کسب رضایت در زمینه‌های دیگر زندگی برمی‌آید (صفدری، ۱۳۷۴: ۳۸-۳۶). در برخی از زندگی‌های ناسازگار، زوجین با وجود ناخشنودی از شرایط زندگی، جدایی و طلاق را انتخاب نمی‌نمایند و به دلیل وجود فرزند یا رعایت هنجارهای اجتماعی به زندگی مشترک ادامه می‌دهند- درحالی که به تعهد زندگی مشترک وفادار نمانده اند و رابطه فرا زناشویی را به عنوان راهی برای تسکین مشکلات انتخاب می‌کنند.

مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای در محور عوامل ازدواج نامناسب، ازدواج زودهنگام و اختلاف سنی نامتعارف است.

نمونه: «هنوز درسم تموم نشده بود که مجبور شدم با فرزانه ازدواج کنم، چون طی ارتباطمون باردار شده بود. اون موقع من ۲۱ ساله بودم و فرزانه ۱۷ ساله. بدون اطلاع خانواده‌ام عقد کردیم.» (افشین، ۳۴ ساله، کارشناس، کارمند).

نمونه: «زنم ۳ سال از من بزرگتره. از همدیگه خسته شدیم. دائم می‌خواد من رو کنترل کنه» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده).

مقوله مرتبط با شرایط مداخله‌گر در محور عوامل ازدواج نامناسب، عدم توجه به احساسات در شروع ازدواج شامل ازدواج اجباری و ازدواج بدون احساس است.

نمونه: «مجبور شدم با دختر عمه‌ام ازدواج کنم تا حمایت خانواده را از دست ندم. اصلاً دوستش نداشتم.» (فرهاد، ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

مقوله مرتبط با شرایط علی در محور عوامل ازدواج نامناسب علل نامناسب شروع ازدواج شامل ازدواج به امید ترک اعتیاد و ازدواج به امید سر به راه شدن و مسئولیت‌پذیر شدن است.

نمونه: «کم کم مواد را شروع کردم. چند بار ترک کردم و دوباره مواد کشیدم... خانواده برام زن گرفتن که دیگه دنبال اعتیاد نرم» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده).

مقوله پدیده در محور عوامل ازدواج نامناسب، تداوم زندگی بدون خشنودی شامل تداوم زندگی به دلیل وجود فرزند و تداوم زندگی به علت مسائل سنتی است.

نمونه: «دیگه از چشمم افتاده، ولی به خاطر بچه‌ها نمی‌خوام از هم جدا شیم... جلوی دیگران وانمود می‌کنم که زندگی خوبی داریم، اما کلی دوست دختر دارم» (سپیل، ۳۵ ساله، کارشناسی، ارتشی).

راهبرد در محور عوامل ازدواج نامناسب، غلبه احساس شامل ازدواج احساسی است.
نمونه: «دوران سربازی ... با یک دختری دوست بودم. از سربازی که برگشتم آن قدر به خانواده اصرار کردم که رفتیم خواستگاری. خانواده دو تامون مخالف بودن. نه کار درست و حسابی داشتم نه تخصصی داشتم. خلاصه با بدبختی، خانواده‌ها کوتاه آمدن. عقد کردیم» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده).

پیامد در محور عوامل ازدواج نامناسب، نارضایتی و ناخرسندی از زندگی شامل شروع رابطه نامتعارف است.

نمونه: «زندگی مان گرمی سابق را نداشت. به بهانه این‌که خانواده من مذهبی هستند، رفت و آمدمان را با خانواده من محدود کرده بود. بهانه‌گیر شده بود و به هر دلیلی با من قهر می‌کرد. مشغولیتش موبایلش بود و دوستانش... تا چشم باز کردم دیدم دائم با دوست مهتاب چت می‌کنم» (میلاد، ۲۹ ساله، دیپلم، فروشنده).

محور عوامل تعاملی و ارتباطی: هدف اصلی ازدواج ارتباط است. ارتباط به زن و شوهر این امکان را می‌دهد که با یکدیگر به بحث و تبادل نظر بپردازند و از نیازهای هم آگاهی یابند، زیرا روابط زوجین در واقع با هدف ارضای تمام سطوح نیازها صورت می‌گیرد. نارضایتی و مشکلات زناشویی در واقع حاصل وجود مشکل در رابطه است. یکی از مهم‌ترین عوامل مشکل‌زا که موجب کاهش سطح کیفی زندگی و رضایتمندی زناشویی می‌شود، اختلال در ارتباط یا به عبارتی اختلال در فرایند تفهیم و تفاهم است. بیش از ۹۰ درصد زوج‌های آشفته، مشکلات ارتباطی را مسئله اصلی خود بیان می‌کنند (کارگر و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۵). علاوه بر ارتباط عاطفی، یکی از مهم‌ترین عوامل در دوام زندگی زناشویی، رضایت جنسی است. در برخی از موارد، زوجین به جنبه‌های فیزیولوژیکی، روان‌شناختی و احساسی یکدیگر ناآشنا هستند و رابطه زناشویی رضایت‌بخشی را

تجربه نمی‌کنند و عدم کارکرد مطلوب جنسی بر تمامی ابعاد زندگی تأثیر عمیقی برجای می‌گذارد و سبب بروز طلاق عاطفی یا گرایش به روابط نامتعارف می‌شود.

مقوله مرتبط با شرایط زمینه‌ای در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، تنوع‌جویی جنسی است. نمونه: «خودم را درگیر ارتباط طولانی نمی‌کنم. به رابطه با زن‌های متفاوت عادت کردم. برام هم مهم نیست که زنه چی هست و کی هست حتی با زن شوهردار هم رابطه داشتم» (بهرروز، ۳۴ ساله، زیر دیپلم، راننده).

مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، رابطه زناشویی کم کیفیت، مشکلات رفتاری، مشکلات مربوط به خانواده منشأ و عدم توجه به همسر است. نمونه: «از نظر جنسی هم کاملاً سرد و بی‌تحرك بود و به نظرش رابطه جنسی سالی چند بار کافی بود... واقعا هیچ لذتی از رابطه با همسر نمی‌بردم» (سهیل، ۳۵ ساله، کارشناسی، ارتشی). نمونه: «بهانه گیر شده بود و به هر دلیلی با من قهر می‌کرد» (میلاد، ۲۹ ساله، دیپلم، فروشنده).

نمونه: «از همون هفته اول ازدواج پشیمون شدم. زنم حرف تو دهنش بند نمی‌شه. همه‌اش خانواده‌اش تو زندگیمون دخالت می‌کنن» (علی، ۳۰ ساله، دیپلم، کارمند املاک).

نمونه: «حتی وقتی تصادف کردم و چند روز بیمارستان بستری بودم فقط یک بار به ملاقاتم آمد. انگار از سنگ ساخته شده» (فرهاد، ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

مقوله‌های مرتبط با شرایط علی در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، عدم ارضای نیازهای عاطفی و مشکلات رابطه جنسی است.

نمونه: «زنم از زن بودن فقط آشپزی و نظافت خونه و رسیدگی به بچه‌ها رو بلد بود. هر چی سعی کردم باهاش مهربون باشم، ازش تعریف کنم و... فایده نداشت. اصلاً انگار من وجود نداشتم. اصلاً توجهی به من و نیازهای من نداشت» (سهیل، ۳۵ ساله، کارشناسی، ارتشی). نمونه: «زنم نه به خونه و زندگی می‌رسید و نه به نیازهای جنسی توجه داشت.» (حامد، ۳۱ ساله، دیپلم، فروشنده).

مقوله پدیده در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، احساسات منفی رابطه است. نمونه: «رابطه جنسیمون هم افتضاحه. دائم زنم میگه خسته‌ام و حوصله ندارم ... من هم به شیوه قبل از ازدواجم، کلی دوست دختر دارم» (شهاب، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، فروشنده). راهبرد در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، تعامل حمایتی اطرافیان و ارضای نیازها در رابطه با فردی غیر از همسر است.

نمونه: «تا حالا با زن‌های مختلفی رابطه داشتم. مدیر ساختمون میدونه و چون خودش یواشکی و دور از چشم زن و بچه‌اش، تو خونه ما تریاک می‌کشه و با زن‌ها ارتباط داره، خودش شرایط رو جور می‌کنه» (محمد، ۳۴ ساله، زیر دیپلم، سرایدار).

نمونه: «وقتی نیاز جنسی داشتم، خودشو به بی‌حالی و مریضی می‌زد. منم با فیلم‌های پورن و جت‌های سکسی نیازم را برطرف می‌کردم... به نظرم تقصیر زنمه. وقتی که به نیازهای من توجه نمی‌کنه بایدم منتظر این برخوردها باشه» (علی، ۳۰ ساله، دیپلم، کارمند املاک).

محور عوامل محیط و جامعه: انسان موجودی اجتماعی است. در نتیجه، محیط و جامعه نقش بسیار مهمی در زندگی افراد ایفا می‌کند. در جامعه امروزی تقابل سنت و مدرنیته شرایط جدیدی در همه زوایای زندگی ایجاد کرده است. در نتیجه، سطوح فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به شدت تحت تأثیر قرار گرفته و نمود آن در زندگی زوجین نیز مشاهده می‌شود. از نظر گیدنز (۱۳۷۴) در

دوران مدرن جنبش‌های اجتماعی برابری‌خواهانه و ورود زنان به عرصه‌های تولید اقتصادی و اجتماعی، شکل جدیدی از روابط زن و مرد را ایجاد کرد. این عشق، تعهد سخت‌گیرانه عشق رمانتیک را نداشت و منکر ضرورت پایداری روابط صمیمانه بود (گیدنز، ۱۳۷۴: ۹۴). باومن این الگوی جدید را «عشق سیال» می‌نامد که هیچ نیازی به پیوندها و تعهدها متصور نیست و آن‌ها را بی‌فایده می‌داند و بنابراین نمی‌تواند آن‌ها را توجیه کند (باومن، ۱۳۸۴: ۸۵). امروزه رابطه ناب، شکل رایج مودت انسانی است. هر کس بنا به منافع حاصل از آن وارد رابطه می‌شود و رابطه ناب فقط تا جایی ادامه می‌یابد که هر دو طرف فکر کنند باقی ماندن در آن برای هر یک از آن‌ها به اندازه کافی رضایت‌بخش است (باومن، ۱۳۸۴: ۱۴۲). در بخش فرهنگی و اجتماعی، اهمیت فردگرایی و لذت‌جویی منجر به غفلت از همسران و نیازهای آنان شده است. در بخش اقتصادی، با شرایط جدید تحصیلات و اشتغال، زنان وارد بازار کار شده و فرهنگ مردسالاری و سنت‌های حاکم بر جامعه را نپذیرفته و انعطاف و سازگاری کمتری در مقابل مشکلات زندگی زنashویی از خود نشان می‌دهند. در این میان، رسانه‌ها با شیوع فرهنگ مصرف‌گرایی به نارضایتی زوجین دامن می‌زنند و از سوی دیگر، با تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌هایی با مضمون روابط زوجین، به عادی‌سازی ارتباط نامتعارف می‌پردازند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، به بخش جدا نشدنی از زندگی انسان‌ها تبدیل شده و شرایط و ویژگی‌های آن نظیر گمنامی، بی‌مکانی، ارزانی و ... سبب تسهیل انواع ارتباط از جمله روابط نامتعارف شده است. عامل مهم دیگری که در گزینش سبک زندگی موثر است، مذهب می‌باشد. دین نه تنها مردم را نسبت به برخی از سبک‌های زندگی در قیاس با سبک‌های زندگی دیگر ترغیب می‌نماید، بلکه می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در کنترل فرهنگ مصرفی و سبک‌های زندگی مصرفی داشته باشد (هاشمیان فر، ۱۳۹۲: ۱۵۴). مدرنیزاسیون سبب تغییر جایگاه مذهب در نگرش برخی از انسان‌ها شده است. تفسیرهای شخصی از دین، انتخاب گزینشی بخش‌هایی از مذهب و سوءاستفاده از مذهب از این شرایط ناشی می‌شوند. همچنین بیماری‌های سخت روحی و جسمی فرد یا همسر و رواج پاندمی کرونا که سبب بروز مشکلات عاطفی، اقتصادی و نگرشی گردیده، از سایر عوامل تأثیرگذار محیط و جامعه بر روابط زوجین و تمایل به ارتباط نامتعارف محسوب می‌شود.

مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای در محور عوامل محیط و جامعه، وابستگی اقتصادی، فاصله طبقاتی، تأثیرپذیری از دیگران و مسائل مذهبی است.

نمونه: «قرار شد طبقه پایین خونه پدری من زندگی کنیم... از پدرم پول قرض گرفتم و یک موتور خریدم و به عنوان پیک مشغول به کار شدم.» (آرمان، ۳۳ ساله، دیپلم، مربی باشگاه).
 نمونه: «وضع مالی خوبی دارم... تصمیم گرفتم با کسی ازدواج کنم که حتما تحصیل کرده باشه... زهره دانشجوی پزشکی بود از یک خانواده معمولی و با قیافه خیلی معمولی» (حامد، ۳۱ ساله، دیپلم، فروشنده).

نمونه: «بهناز مرتب از من تعریف می‌کرد و از همسرم بد می‌گفت کم کم روابط من و همسرم شکرآب شد» (پوریا، ۳۴ ساله، کارشناسی، کارمند).

نمونه: «روابطم با زن‌ها و مشروب و ... شروع شد. من قبلا اهل نماز خواندن بودم، ولی کم کم از دین فاصله گرفتم» (حامد، ۳۱ ساله، دیپلم، فروشنده).

مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر در محور عوامل محیط و جامعه، زمان طولانی دوری از همسر، محیط مساعد برای ارتباط نامتعارف و تعارضات شناختی است.

نمونه: «به خاطر طرحش مجبوره شهرستان باشه و ما خیلی کم همدیگه رو می‌بینیم و خیلی به‌طور واقعی متاهل نیستیم. ما همسران فضای مجازی هستیم» (امید، ۳۳ ساله، دکتر، پزشک).

نمونه: «با یکی از همکاران شرکت رابطه دارم. اون همه چی زندگی من را می‌دونه و تو این دوران سخت همراه هست و به من آرامش می‌ده» (محمود، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، آبدارچی).

نمونه: «هنوز هم با نیلوفر در ارتباطم. البته فقط رابطه در حد صحبت و گاهی بیرون رفتن برای خرید و کافی‌شاپ... بالاخره اون دو رکعت نمازی که می‌خونم باعث میشه از خدا بترسم و روابطم را گسترش ندم» (فرهاد، ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

مقوله‌های مرتبط با شرایط علی در محور عوامل محیط و جامعه، اختلاف سطح فرهنگی زوجین، مشکلات مالی، بیماری و تسهیلگری رسانه‌ها در ارتباط نامتعارف است.

نمونه: «مادرم اصرار داشت با دختر بایمان و باحجابی ازدواج کنم که مثل خانواده خودمون باشه... خانواده من کاملاً مخالف بودن، چون خانواده مهتاب و خصوصاً خودش اصلاً مذهبی نیستند.» (میلاد، ۲۹ ساله، دیپلم، فروشنده)

نمونه: «شرایط مالی خیلی بد شده بود... از پدرم پول قرض گرفتم و یک موتور خریدم و به عنوان پیک مشغول به کار شدم.» (آرمان، ۳۳ ساله، دیپلم، مربی باشگاه).

نمونه: «نصف بیشتر حقوقم رو برای شیمی‌درمانی و داروهای خرج می‌کنم. کلی قرض گرفتم... با یکی از همکاران شرکت رابطه دارم. اون همه چی زندگی من را میدونه و تو این دوران سخت همراه هست و به من آرامش میده.» (محمود، ۳۲ ساله، زیر دیپلم، آبدارچی).

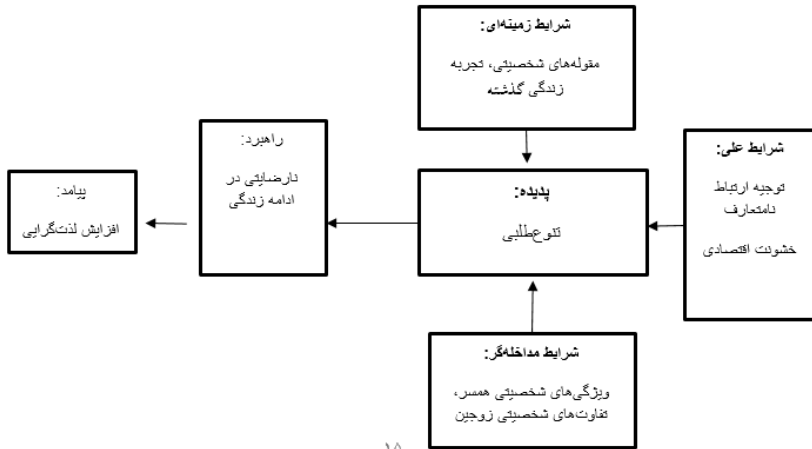
نمونه: «مشکلی نبود تا این‌که دوست دختر سابقم از طریق فیس‌بک پیغام کرد. فقط ارتباط مجازی داشتیم» (بابک، ۳۵ ساله، کارشناسی ارشد، مدیر شرکت).

مقوله پدیده در محور عوامل محیط و جامعه، از بین رفتن تابوی ارتباطات نامتعارف است. نمونه: «این رابطه باعث شده بتونم سرپا بمونم. چه اشکالی داره اینجور ارتباط؟ زنم هم اگر بخواد با کسی در این حد ارتباط داشته باشه، برای من پذیرفتنی هست» (فرهاد، ۳۴ ساله، کاردانی، کارمند).

راهبرد در محور عوامل محیط و جامعه، نقض رابطه متعهدانه است. نمونه: «کلاً من اهل خوش‌گذرونی و لذت بردن از زندگی هستم. من مطمئن هستم همسرم این شرایط را می‌دونه، ولی به روش نمی‌یاره» (امید، ۳۳ ساله، دکتر، پزشک).

پیامد در محور عوامل محیط و جامعه، تداوم ارتباط نامتعارف است. نمونه: «جلوی دیگران وانمود می‌کنم که زندگی خوبی داریم، اما کلی دوست دختر دارم و نیازهایی را که زنم نمی‌خواد برآورده کنه، کسان دیگری هستن که برآورده کنن» (سهیل، ۳۵ ساله، کارشناسی، ارثشی).

در این پژوهش، چرایی ارتباط نامتعارف زوجین مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های تحقیق، در هر محور که شامل شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، شرایط علی، راهبرد و پیامد بود تشریح و ارائه شد و در نتیجه مدل نهایی به شکل زیر حاصل گردید:



۱۵

شکل ۱: مدل نظریه بنیادی رابطه فرازنشویی

بحث و نتیجه‌گیری

رابطه فرازنشویی به‌عنوان یک نگرش جدید در حوزه روابط عاطفی و جنسی چالش جدی برای جامعه است که دارای پیامدهای مختلف فردی و اجتماعی و ماهیتی آسیب‌زا و آسیب‌زننده می‌باشد و تأثیرات مخربی بر همسر و خانواده فرد بر جای می‌گذارد. لذا به‌منظور درک چرایی تمایل زوجین به برقراری رابطه، لازم است زمینه شکل‌گیری آن مورد توجه قرار گیرد. به دلیل قبح مسئله و مشکلات شرعی و قانونی برای مرتکبین، آمار دقیقی در کشور وجود ندارد، اما وجود مطالب بسیاری در جراید و شبکه‌های اجتماعی، افزایش آمار مراجعان درگیر در رابطه فرازنشویی به مراکز مشاوره و دادگاه‌های خانواده و وجود انبوهی از فیلم‌ها و سریال‌ها با موضوع خیانت بیانگر وجود این معضل اجتماعی به صورت خزنده و پنهان در جامعه است. در این پژوهش چرایی ورود زوجین به رابطه فرازنشویی، عوامل فردی، عوامل نگرشی، عوامل ازدواج نامناسب، عوامل تعاملی و ارتباطی و عوامل محیطی مورد بررسی قرار گرفته است. در محور عوامل فردی، نظریه گیدنز مطرح شده که فردی شدن خانواده و ظهور فردگرایی در عرصه آن را با تمرکز بر فرآیندهای توسعه اجتماعی به‌ویژه مدرنیزاسیون تبیین کرده است. مدرنیزاسیون در جوامع در حال تغییر، ارزش‌ها را به سمت فردگرایی، لذت‌محوری و ارضای شخصی سوق داده و افراد را به این باور رسانده که پیش از هر چیز و مهم‌تر از هر چیز، خود آن‌ها و رفع نیازها و درک لذت‌هایشان است. بنابراین در صورتی که فرد در زندگی زناشویی احساس بسنده نبودن یا عدم رضایت جنسی و عاطفی داشته باشد، درصدد امتحان کردن رابطه دیگری برمی‌آید، زیرا با توجه به شرایط ساختاری جامعه امکان جدایی یا ازدواج مجدد قانونی دشوار است. در محور عوامل فردی، خستگی از زندگی مشترک، هیجان‌خواهی، اختلالات شخصیتی - نظیر پارانوئید، اسکیزوئید، اختلال دوقطبی و... - و خصیصه‌های شخصیتی - مانند شخصیت نمایشی، مرزی، ضداجتماعی،

خودشیفته- همسو با پژوهش باکوم، اسنایدر و گوردون^۱ (۲۰۰۹)؛ کنجکاوی همسو با پژوهش مارک، جانسن و میلهاسن^۲ (۲۰۱۱) و باکوم، اسنایدر و گوردون (۲۰۰۹) بوده است (صمدی کاشان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۹). گسست پیوندهای عاطفی در خانواده پدری و تجارب ناموفق دوستی‌های پیش از ازدواج را فولادیان و همکاران گزارش کرده‌اند که یافته‌های این پژوهش همسو با آن است (فولادیان و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۸۶). صمدی کاشان و همکاران (۱۳۹۸) احساس حقارت، غرور و خود برتر بینی، عدم بلوغ هیجانی و مشکلات مربوط به نقش و الگوگیری از والدین را گزارش کرده‌اند که این پژوهش با یافته‌های آنان مطابقت دارد. همچنین تنوع‌طلبی همسو با پژوهش رابینستین و ایوانی^۳ (۱۹۹۹) و مارک، جانسن و میلهاسن (۲۰۱۱) بوده است (شیردل، ۱۳۸۵: ۱۳۶).

در محور عوامل نگرشی، نظریه ناسازگاری شناختی فستینگر^۴ (۱۹۵۷) مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به این‌که ریشه بسیاری از مشکلات زناشویی در نوع تفکرات زوجین درباره یکدیگر و روابط آن‌ها نهفته است (صفرزاده شیرالی، ۱۳۹۹: ۸۸)، هنگامی‌که ارتباط نامتعارف اتفاق می‌افتد با توجه به این‌که با نگرش فرد در زمینه تعهد ازدواج مغایرت دارد، ناسازگاری شناختی رخ می‌دهد. هنگامی‌که فرد در معرض دو شناخت گوناگون و بعضاً ناسازگار قرار می‌گیرد، برانگیخته می‌شود که یکی از این دو را گزینش و مزایای آن را برجسته کند و دیگری را رها سازد (احمدی، ۱۳۸۷: ۲۱). ناهماهنگی شناختی موجب تنش درونی و احساس ناخوشایند می‌شود. برای مقابله با این حالت و کاهش و برطرف ساختن ناهماهنگی، سه گزینه وجود دارد: تغییر نگرش، تغییر رفتاری که باعث ایجاد ناهماهنگی شده است و توجیه رفتار مغایر با نگرش. توجیهات شخصی، حق به جانب‌گرایی و دلیل‌تراشی از راه‌های برون رفت از مشکل ناهماهنگی شناختی در این پژوهش بوده است.

در محور عوامل نگرشی، جبران کمبود با پژوهش اتکینز، باکوم و جاکوبسن^۵ (۲۰۰۱) و تریس و جیسن^۶ (۲۰۰۰) مطابقت دارد (صمدی کاشان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۷۲).

در محور عوامل ازدواج نامناسب، نظریه الگوی هسته‌ای خانواده پارسونز^۷ (۱۹۹۵) مورد توجه قرار گرفته است. از نظر پارسونز، خانواده هسته‌ای خانواده‌ای نکاحی، فرزندپای، نومکان، واحدی مصرفی و وابسته به شغل بیرون از منزل شوهر است که بر اساس همسرگزینی آزاد و بر پایه عشق رمانتیک به وجود می‌آید. در شرایط کنونی و با تغییر ساختار اجتماعی از شکل سنتی به مدرن و در نتیجه، ایجاد نهادهای هم عرض خانواده در عرصه‌های مختلف از جمله اشتغال و تامین نیازهای اقتصادی، خانواده کم کم کارکرد تولیدی خود را از دست می‌دهد و تنها نقش خویشاوندی اعضا نسبت به یکدیگر در آن باقی می‌ماند و تبدیل به خانواده هسته‌ای می‌گردد (گیدنز و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۵۵).

1. Bacom, Snyder and Gordon
2. Mark, Johnson, and Milesen
3. Robinstein and Ivan
4. Festinger
5. Atkins, Bakum and Jacobsen
6. Trace and Jason
7. Parsons

در محور عوامل ازدواج نامناسب، ازدواج در سن پایین را حییبی عسگرآباد و همکاران گزارش کرده‌اند که یافته‌های این پژوهش با آن همسوست (حیبی عسگرآباد و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۶). در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، نظریه انتخاب گلاسر^۱ (۱۹۹۸) مورد توجه قرار گرفته است. از نظر وی، زوجین تصور می‌کنند که مشکلات زناشویی آنان، ریشه در امور خارج از آنها دارد و سعی دارند با کنترل رفتارهای همسرشان بر این مشکلات فائق آیند. درحالی‌که باید بر رفتارهای خود تمرکز کنند و ضعف‌های مهارت‌های ارتباطی خود را بیابند و موانع ارتباط را متوقف و روابط خود با همسرشان را بهبود بخشند.

در محور عوامل تعاملی و ارتباطی، عدم تمکین همسر به رابطه، فرسایش رابطه جنسی، طلاق عاطفی، قهر و دعوا، فقدان صمیمت عاطفی، سوء رفتار، عدم ابراز احساسات را صمدی کاشان و همکاران گزارش کرده‌اند که یافته‌های این پژوهش با آن مطابقت دارد (صمدی کاشان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۹).

در محور عوامل جامعه و محیط، نظریه‌های تغییر فرهنگ از طریق رسانه اینگلهارت^۲ (۱۹۷۰)، نقش عوامل مذهبی آلپورت^۳ (۱۹۵۵)، نقش عوامل اقتصادی کانگر^۴ (۱۹۰۰)، کاشت گربرنر^۵ (۱۹۶۹) و شرایط بحران ساروخانی (۱۳۷۶) مورد توجه قرار گرفته است. از نظر اینگلهارت، استفاده فردی از رسانه‌ها و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌های فردی تأثیر مستقیم دارد. افرادی که به‌طور مداوم به بیشترین شکل در معرض اطلاعات شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها قرار گرفته‌اند جهت‌گیری‌های آنها نسبت به دین، برابری جنسیتی، معیارهای سنتی اخلاق، نگرش نسبت به دموکراسی و... به‌طور معناداری متفاوت خواهند بود (اینگلهارت، ۱۳۹۵: ۳۷). رشد جامعه شبکه‌ای، مجموعه‌ای از تغییرات فرهنگی را به همراه می‌آورد که به‌جای تمرکز، بر استقلال انسانی و رهایی از اقتدار تأکید دارند (اینگلهارت و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴). در دیدگاه آلپورت، جهت‌گیری مذهبی به دو صورت درونی و بیرونی می‌باشد (سیدعلی تبار و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۹۸). در جهت‌گیری مذهبی درونی، ایمان به خودی خود به عنوان یک ارزش متعالی تلقی می‌گردد و یک تعهد انگیزش فراگیر، نه وسیله‌ای، برای دستیابی به اهداف در نظر گرفته می‌شود. اما در جهت‌گیری مذهبی بیرونی، مذهب امری خارجی و ابزاری برای ارضای نیازهای فردی از قبیل مقام و امنیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. در اغلب تحقیقات داخلی و خارجی نقش مذهب در تعهد زناشویی مورد توجه قرار گرفته است، اما مدرنیزاسیون و افزایش فردگرایی منجر به کاهش دین‌داری و برخی اوقات تفسیر فردی از دین جهت رسیدن به اهداف فردی شده است. در زمینه نقش عوامل اقتصادی، از نظر کانگر، محرومیت اقتصادی تعاملات مثبت زوجین را کاهش می‌دهد و آنها را به‌سوی طلاق سوق می‌دهد. مشکلات اقتصادی در بین زوجینی که منافع خانوادگی آنها برای بقای زندگی در سطح استاندارد مناسب نیست، زندگی زناشویی آنها را بی‌ثبات می‌کند. در زمینه تاثیر رسانه‌ها، نظریه‌پردازان کاشت بر این باورند که یک برنامه ویژه، اثرات چشمگیری بر باورها و نگرش‌های طولانی بینندگان نسبت به دنیا و اعتقادات و باورهای آنها دارد. رسانه‌ها، در قالب

1. Glasser
2. Inglehart
3. Allport
4. Conger
5. Gerbner

فیلم‌ها و سریال‌هایی با موضوع روابط نامتعارف، به عادی‌سازی این‌گونه روابط می‌پردازند و تنوع‌طلبی جنسی را رواج می‌دهند. همچنین بیماری‌ها از عوامل مهم در ارتباطات بین زوجین محسوب می‌شوند. بیماری‌های مزمن جسمی یا روانی سبب بروز ضعف‌های عاطفی و ارتباطی میان زوجین می‌شود و در موارد متعددی از طریق ایجاد مشکلات اقتصادی بر روابط زوجین تأثیرات منفی برجا می‌گذارند. در این میان پاندمی کرونا سبب بروز بحران ارزشی در جامعه و به تبع آن خانواده و روابط بین زوجین شده است. از نظر ساروخانی، در هنگامه بحران ارزش‌ها، ارزش‌های اساسی یک جامعه بر لذت‌طلبی، تمتع‌آنی، مصلحت‌گرایی فردی، سودگرایی، ماده‌گرایی و ابزارگرایی استوارند و انسان‌ها تنها به تمتع می‌اندیشند و فقط مصالح خویشان را در نظر می‌آورند... در این شرایط روابط زوجیت نیز از این قاعده مستثنی نیست و آمار طلاق روز به روز افزایش خواهد یافت (ساروخانی، ۱۳۷۶: ۷).

در محور عوامل جامعه و محیط، محیط شغلی مستعد برای روابط فرا زناشویی، ساعات کار طولانی، دور بودن از همسر، شبکه‌های ناسالم اجتماعی و بیماری‌های جسمی شدید را صمدی کاشان و همکاران گزارش کرده‌اند که یافته‌های این پژوهش با آن همخوانی دارد (صمدی کاشان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۹). مصاحبه‌شوندگان اذعان کرده‌اند که با تغییر جامعه و ارزش‌های آن، باورهای آنان نسبت به هنجارهای جامعه، مذهب و تعهد تغییر کرده و با فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی و امکان دسترسی ساده‌تر، امکان ارتباط نامتعارف افزایش یافته است. رفتارها و فضاهای آنلاین گیج‌کننده هستند و خیانت به طور گسترده‌تر و روان‌تر در زمینه آنلاین تعریف می‌شود (وسلر^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۶۷). رسانه‌های اجتماعی راهی برای رفتارهایی فراهم می‌کنند که ممکن است به طور بالقوه برای روابط عاشقانه مضر باشند، مانند برقراری ارتباط با شرکای جایگزین که گاهی اوقات می‌تواند باعث تعارض رابطه، جدایی یا طلاق شود (مک‌دانیل^۲ و همکاران، ۲۰۱۷: ۸۹). اغلب آنان پاندمی کرونا را موجب اهمیت لذت‌جویی بیش از پیش دانسته‌اند که همسو با نتایج پژوهش کوپ‌گوردون^۳ است. وی اذعان داشته است که افزایش استرس ناشی از بیماری همه‌گیر ممکن است زوج‌ها را در معرض افزایش خطر خیانت قرار دهد و داده‌های جمع‌آوری شده در طول همه‌گیری نشان داده است که مردم در سراسر ایالات متحده رفتارهایی انجام می‌دهند که با احتمال بالایی برای تجربه خیانت مرتبط است. عواقب منفی خیانت همچنین به دلیل تلاقی با پیامدهای اجتماعی، عاطفی و مالی COVID-19 احتمالاً برای زوج‌ها در طول همه‌گیری تشدید می‌شود (کوپ‌گوردون و همکاران، ۲۰۲۰: ۹۵۷). همچنین بیشتر آنان به عدم ارتباط عاطفی و جنسی با همسرشان و تمایل به ارضای نیازهایشان در قالب روابط خارج از ازدواج تأکید کرده‌اند.

بنابراین توجه ویژه به آموزش مهارت‌های ارتباطی و جنسی و فرهنگ‌سازی در زمینه نحوه استفاده سالم از شبکه‌های اجتماعی از طریق آموزش و پرورش، رسانه‌های عمومی و نهادهای مسئول ضروری است.

1. Vossler
2. McDaniel
3. Coop Gordon

منابع

- آسایش، محمدحسن؛ فرحبخش؛ کیومرث، سلیمی بجستانی، حسین و دلاور، علی. (۱۳۹۸). «شناسایی و تبیین تجارب و واکنش‌های معنوی زنان قربانی خیانت زناشویی». پژوهش‌نامه اسلامی زنان و خانواده. دوره ۶، شماره ۱۲، صص ۵۷-۷۸.
- احمدی، حبیب. (۱۳۸۷). روان‌شناسی اجتماعی. شیراز: نشر دانشگاه شیراز
- اشتراوس، انسلم ال. و کریین، جولیت. (۱۳۹۲). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ابراهیم افشار. تهران: نشر نی
- اینگلهارت، رونالد و پیپا، نوریس. (۱۳۹۵). جهانی شدن و تنوع فرهنگی. عبدالله فاضلی و ساجده عالمه. تهران: انتشارات کویر
- باومن، زیگموند. (۱۳۸۴). عشق سیال. عرفان ثابتی. تهران: نشر ققنوس
- حبیبی عسگرآباد، مجتبی و حاجی حیدری، زهرا. (۱۳۹۴). «علل خیانت زناشویی از دیدگاه زوجین مراجعه کننده به دادگاه خانواده: یک مطالعه کیفی». خانواده پژوهی، دوره ۱۱، شماره ۴۲، صص ۱۶۵-۱۸۶.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۶). طلاق - پژوهشی در شناخت واقعیت و عوامل آن. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- سیدعلی تبار، سیدهادی؛ پورآوری، مینو؛ حبیبی عسگرآباد، مجتبی و محمدعلی پور، زینب. (۱۳۹۴). «مقایسه نگرش به روابط فرا زناشویی و جهت گیری مذهبی کاربران و غیرکاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک». خانواده پژوهی، دوره ۱۱، شماره ۴۳، صص ۲۹۷-۳۰۸.
- شیردل، ملیحه. (۱۳۸۵). «عوامل گرایش زنان و مردان متأهل به رابطه نامشروع جنسی». فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی. دوره ۶، شماره ۲۰، صص ۱۳۳-۱۴۸.
- صفدری، سلمان. (۱۳۷۴). رضایت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- صفرزاده شیرالی، پگاه و باوی، ساسان. (۱۳۹۹). «رابطه علی تمایز یافتگی خود و صمیمیت زناشویی با نگرش به روابط فرا زناشویی از طریق میانجی‌گری تعهد زناشویی در زنان مراجعه کننده به مراکز روان‌شناختی». زن و فرهنگ. دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۸۷-۱۰۱.
- صمدی کاشان، سحر؛ پورقناد، محدثه و زمانی زارچی، محمد صادق. (۱۳۹۸). «خیانت زناشویی: کاوشی در دیدگاه‌ها، عوامل و پیامدها». رویش روانشناسی. دوره ۸، شماره ۴(۳۷)، صص ۱۶۵-۱۷۶.
- فولادیان، مجید؛ برادران کاشانی، زهرا و دیاری، مرتضی. (۱۳۹۹). «تحلیل جامعه‌شناختی وقوع رابطه فرا زناشویی: ارائه یک نظریه زمینه‌ای». مسائل اجتماعی ایران. دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۱۷۷-۲۰۶.

- فیروزجائیان، علی اصغر و قدیری، حسن. (۱۳۹۶). «مطالعه پدیدارشناختی دلایل بی وفائی زناشویی». مطالعات اجتماعی ایران. دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۱۲۰-۱۴۴.
- قاسمی، بهزاد، رنجبر سودجانی، یوسف و شریفی، کبیر. (۱۳۹۵). «نقش عملکرد جنسی و تجربه شکست عاطفی در گرایش زوجین به روابط فرا زناشویی». رویش روانشناسی، دوره ۶، شماره ۱(۱۸)، صص ۴۶-۶۸.
- کارگر، مونا؛ قاصد، فاطمه و کیمیایی، سید علی. (۱۳۹۵). «اثربخشی آموزش مهارت‌های ارتباط زناشویی بر کیفیت زندگی و رضایتمندی زناشویی زوج‌های متعارض». فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده. دوره ۱۱، شماره ۳۶(۳۶)، صص ۱۲۳-۱۴۱.
- گلدنبرگ، ایرنه و گلدنبرگ، هربرت. (۱۳۹۶). خانواده درمانی. حمیدرضا حسین شاهی برواتی، سیامک نقشبندی و الهام ارجمند. تهران: ارسباران
- گنجی، قربانعلی؛ گنجی، محمدرضا و گنجی، نادر. (۱۳۹۵). «سنجش میزان سرمایه اجتماعی بر حسب نوع نگرش افراد نسبت به عملکرد ارگان‌های دولتی در استان گلستان». فصلنامه مطالعات سیاسی. دوره ۸ شماره ۳۲ (۳۲)، صص ۷۹-۹۲.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۴). جامعه‌شناسی. منوچهر صبوری. چاپ دوم. تهران: نشر نی
- گیدنز، آنتونی و بردسالی، کارن (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی. حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- مالدینوفسکی، برونیسلاو. (۱۳۸۴). نظریه‌ای علمی درباره فرهنگ. عبدالحمید زرین قلم. تهران: گام نو
- مؤمنی جاوید، مهرآور. (۱۳۹۳). روابط فرا زناشویی. تهران: شباهنگ
- هادیان، صبا و امینی، داریوش. (۱۳۹۸). «پیش‌بینی دزدگی زناشویی بر اساس هوش عاطفی، مهارت‌های ارتباطی و تعارضات زناشویی زوجین متأهل دانشگاه آزاد همدان». پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۷۹-۲۱۱.
- هاشمیان‌فر، سیدعلی و هاشمی، مولود. (۱۳۹۲). «بررسی نمودهای عرفی شدن دین در سبک زندگی جوانان شهر اصفهان (با تأکید بر نظریه عرفی شدن)». جامعه‌شناسی کاربردی. دوره ۲۴، شماره ۱(۴۹)، صص ۱۵۳-۱۷۶.
- Aron, Arthur & Fisher, Helen & J Mashek, Debra & Greg Strong, Haifang Li. & Brown, Lucy L. (2005). **“Reward, motivation, and emotion systems associated with early-stage intense romantic love”**. doi: 10.1152/jn.00838.. 94(1):327-347
- Barbaro, N., Pham, M. N., Shackelford, T. K., Zeigler-Hill, V. (2016). **“Insecure romantic attachment dimensions and frequency of mate retention behaviors”**. Personal Relationships, 23, 605-618.
- Barbaro, N., Shackelford, T. K. (2019). **“Environmental unpredictability in childhood is associated with anxious romantic attachment and intimate partner violence perpetration”**. Journal of Interpersonal Violence, 34, 240-269.

- Baumeister, Roy. & Leary, Mark. (1995). **“The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation”**. Psychological Bulletin, 117(3):497-529
- Conger & Elder, Linking. (1900). **“Economic hardship to material quality in stability”**. Journal of marriage and the family, P.646.
- Coop Gordon, Kristina , Mitchell Erica, A. (2020). **“Infidelity in the Time of COVID-19”**. Family Process. September. 956-966
- Mao, Angelina , Raguram, Ahalya. (2009). **“Online infidelity: The new challenge to marriages”**. Indian Journal of Psychiatry, 51(4):302-14
- McDaniel, Brandon T., Drouin, Michelle. (2017). **“Do you have anything to hide? Infidelity-related behaviors on social media sites and marital satisfaction”**. Computers in Human Behavior 66, 88-95
- Nascimento, Bruna S. & Little Anthony . (2020). **“Mate Retention Behaviours and Jealousy in Hypothetical Mate-Poaching Situations: Measuring the Effects of Sex, Context, and Rivals’ Attributes Evolutionary”**. Psychological Science, volume 6, 20-29
- Vossler Andreas. & Moller Naomi, P. (2019). **“Internet Affairs: Partners’ Perceptions and Experiences of Internet Infidelity”**. Journal of Sex & Marital Therapy. 67-77
- Vowels, L. M., Vowels, M. J., & Mark, K. P. (in press). (2021). **“Is infidelity predictable? Using interpretable machine learning to identify the most important predictors of infidelity”**. The Journal of Sex Research. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/00224499.1967846>
- Weiser, D.A., Niehuis S., Flora J., Punyanunt-Carter N.M., Arias, V.S., Baird, R. H.(2018). **“Swiping right: Sociosexuality, intentions to engage in infidelity, and infidelity experiences on Tinder”**. Personality and Individual Differences, 133, 29-33

جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)

محسن امیری^۱

سیمین حاجی پور ساردویی^۲

مجتبی مقصودی^۳

رضا کاویانی^۴

 10.22034/SSYS.2022.1809.2286

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۲/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۳/۴

تحلیل رفتار انتخاباتی یکی از کارویژه‌های اساسی جامعه‌شناسی انتخابات است که پژوهشگر می‌تواند با مطالعه انتخابات مختلف، الگوهای متعددی در رفتار انتخاباتی ارائه دهد. هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تعیین مولفه‌های تاثیر گذار بر جذب جوانان به کارزارهای انتخاباتی کاندیدای پیروز دوره های یازدهم و دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری می باشد. بر همین اساس، این تحقیق بر اساس نتیجه و هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش، جزو تحقیقات توصیفی و از حیث روش گردآوری داده ها از شاخه پیمایشی است. با توجه به حجم نمونه، ۳۸۴ عدد پرسشنامه تهیه و جهت جمع‌آوری اطلاعات در اختیار افرادی که به حسن روحانی رای داده بودند، قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده با استفاده از تکنیک های آماری نشان داد که برنامه های ویژه انتخابات در مشارکت جوانان در دوره های یازدهم و دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری نقش زیادی داشته است.

واژگان کلیدی: جامعه سیاسی، انتخابات ریاست جمهوری، کارزارهای انتخاباتی و مشارکت جوانان.

۱- دانشجوی دکتری جامعه شناسی سیاسی، گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- استادیار، جامعه‌شناسی سیاسی، گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: S_binesh@yahoo.com

۳- دانشیار، گروه علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار، گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

مشارکت انتخاباتی به عنوان یکی از گونه‌های مهم مشارکت سیاسی، جایگاه ویژه‌ای در مباحث جامعه‌شناسی سیاسی به طور عام و جامعه‌شناسی انتخابات به طور خاص دارد. تحلیل رفتار انتخاباتی یکی از کارویژه‌های اساسی جامعه‌شناسی انتخابات است که پژوهشگر می‌تواند با مطالعه انتخابات‌های مختلف، الگوهای متعددی در رفتار انتخاباتی ارائه دهد. مشارکت در انتخابات و رأی دادن از مؤلفه‌های اساسی رفتار سیاسی شهروندان محسوب می‌شود. این سؤال که علل و انگیزه‌های شهروندان برای مشارکت در انتخابات چیست، از مهم‌ترین موضوعات مورد مطالعه در جامعه‌شناسی سیاسی است. از جمله دلایل مطالعه مشارکت انتخاباتی، بررسی علل و عوامل تأثیرگذار بر انتخاب کاندیدای مورد نظر است. میزان مشارکت شهروندان در انتخابات، یکی از شاخص‌های میزان مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی در کشورهاست و حکومت‌ها بر حضور حداکثری مردم در انتخابات تأکید می‌کنند. در واقع، حکومتی که بتواند بیشترین مشارکت در انتخابات را جلب کند، نه تنها در عرصه داخلی بلکه در عرصه بین‌المللی نیز می‌تواند از مواضع مقتدرانه‌ای برخوردار باشد. مشارکت حداکثری مردم در انتخابات، بستری برای اعتماد به نفس مسئولان سیاسی و منتخبان مردم فراهم می‌کند که بتوانند در اداره امور کشور رأی مردم را پشتیبان تصمیم‌های خود بدانند. به همین دلیل، کاهش مشارکت مردم در انتخابات یکی از مسائل اساسی دولت‌ها به شمار می‌آید. در دهه‌های اخیر، روند کاهش مشارکت انتخاباتی به خصوص در میان جوانان در بسیاری از کشورها حتی در میان کشورهای پیشرفته صنعتی به یک مشکل جدی تبدیل شده است. لذا می‌توان با مطالعه عوامل تأثیرگذار بر جذب جوانان به کمپین‌های انتخاباتی یک نامزد انتخابات ریاست جمهوری، رفتار رأی‌دهی و به تبع آن مشارکت سیاسی جوانان را مورد بررسی قرار داد.

موضوع محوری این مقاله، کارزارهای انتخاباتی سیاسی^۱ است. کارزارهای انتخاباتی یک سازمان سیاسی است که امروزه به عنوان مؤثرترین و کاربردی‌ترین شیوه‌های رقابت انتخاباتی در جهان شناخته می‌شود و نقشی اساسی در پیروزی یک نامزد انتخاباتی دارند. یک کارزار انتخاباتی با برنامه‌ریزی هدفمند و بسیج امکانات، امکان پیروزی در یک رقابت انتخاباتی را فراهم می‌کند. یکی از عناصر اصلی کارزار انتخاباتی، نیروی انسانی است و جوانان به دلیل ویژگی‌های خاص سن جوانی، از سویی نیروی پیشرو در کارزارهای انتخاباتی و از سوی دیگر، یکی از مخاطبان اصلی کارزارهای انتخاباتی به شمار می‌آیند. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، ۳۲ درصد از جمعیت کشور معادل ۲۵ میلیون نفر در این بازه سنی قرار دارند. بنابراین، اهمیت میزان تأثیرگذاری جوانان بر سرنوشت انتخابات‌ها، به ویژه انتخابات ریاست جمهوری زمانی مشخص می‌شود که درصد آمار جوانان را به نسبت جمعیتی که از حق رأی دادن برخوردار است، مشخص کنیم. بر اساس آمار اعلامی وزارت کشور در سال ۱۳۹۶، افرادی که واجد شرایط رأی دادن بودند، ۵۵ میلیون نفر بودند که با توجه به میزان جمعیت جوان، سهم جوانان در جمعیت واجد شرایط رأی‌دهی ۴۵ درصد بود؛ میزانی که در پیروزی هر کاندیدایی که بتواند رأی جوانان را به خود جلب کند نقش

تأثیرگذاری ایفا می‌کند. به واقع، رأی جوانان در پیروزی نامزدهای انتخاباتی ریاست جمهوری بسیار تأثیرگذار است. با توجه به اهمیت میزان مشارکت شهروندان در مقبولیت و مشروعیت یک نظام سیاسی، حکومت‌ها همواره بر شرکت شهروندان در انتخابات تأکید می‌کنند تا بتوانند بیشترین میزان مشارکت را در انتخابات‌های مختلف جلب کنند، زیرا مشارکت حداکثری بر مشروعیت داخلی و بین‌المللی حکومت‌ها می‌افزاید. این در حالی است که پژوهش‌های صورت گرفته در مورد مشارکت انتخاباتی محدود و در حوزه جوانان بسیار اندک است و انجام این پژوهش می‌تواند به غنای ادبیات موضوع با توجه به قلت مطالعات در حوزه بررسی رفتار انتخاباتی کمک کند. از این رو، در این پژوهش برآنیم تا با مطالعه مشارکت سیاسی جوانان و علل جذب آنان به کاندیدای پیروز انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری به بررسی عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری جوانان در انتخاب، حمایت و مشارکت در کمپین نامزد انتخابات ریاست جمهوری بپردازیم. همچنین رفتار رأی‌دهی جوانان را مورد مطالعه قرار دهیم و با استفاده از نتایج حاصل، مدلی از رفتار رأی‌دهی آنان ارائه نماییم. بی تردید، رأی‌دهی و مشارکت در کمپین‌های انتخاباتی آشکارترین نوع مشارکت سیاسی برای اغلب شهروندان در جوامع مردم‌سالار است تا به این تصمیم برسند که از چه کسی حمایت کنند، به چه کسی رأی دهند و نظر خود را در اداره امور عمومی و اجتماعی اعمال کنند. این پژوهش درصدد است تا به پرسش زیر پاسخ دهد:

جذب جوانان به کارزارهای انتخاباتی کاندیدای پیروز انتخابات ریاست جمهوری یازدهم و دوازدهم متأثر از چه ویژگی‌ها، مختصات و دلایلی بود؟

مبانی نظری پژوهش

مشارکت سیاسی

مساعی پژوهشگران حوزه‌های مختلف از نیمه دوم قرن بیستم بر این امر بوده که علل بیرونی و محرکات مشارکت سیاسی به ویژه مشارکت انتخاباتی را مورد مطالعه قرار دهند. در این باب نظریه‌های مختلفی بیان شده که بیشتر از جوامع غربی ریشه می‌گیرند.

نظریه‌های مشارکت سیاسی

معنای مشارکت و وجه دیگر آن، عدم مشارکت، نقطه اتصال ساحت‌های اجتماعی - اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... است. نظریه پردازان عرصه سیاسی، روانشناسی، اجتماعی، اقتصادی و دیگر حوزه‌ها با هدف تفسیر مشارکت و عدم مشارکت نظریه‌های متفاوتی را ارائه نموده‌اند.

• ماکس وبر

وبر سه نوع جامعه را نام می‌برد:

نظام سنتی: در این نوع نظام، مشروعیت از اعتقاد به آیین‌های کهن تأمین می‌شود که نهادی پایدار دارد.

نظام کاریزماتیک: این نظام وضعیتی قهرمانانه و قداست گونه دارد و تعامل میان رهبر و تابع، وضعیتی را پدید می‌آورد که بر طبق آن توسعه نهادهای سیاسی، اداری، اجتماعی و اقتصادی به حداقل می‌رسد.

نظام بوروکراتیک: در این سیستم فرد در درون سازمان اداری، اعتقاد راسخ به قانونی بودن قوانین موجود دارد و در جامعه می‌تواند به ایفای نقش خود بپردازد.

● رابرت دال

بر اساس نظریه دال، «انسان هرچند حیوانی است اجتماعی، اما به صورت غریزی و اکتسابی، سیاسی نیست و یا حداقل کاملاً نمی‌توان او را سیاسی خواند. با این حال که زیستگاهش اجتماع است، اما ضرورتی برای مطابق سازی او با جامعه و سیاست های آن وجود ندارد.



شکل ۱: الگوی رابرت دال

● آلموند و همکاران

در نوشتار فرهنگی مدنی، آلموند و وربا در گونه شناسی فرهنگ سیاسی، سه گونه از فرهنگ سیاسی را از یکدیگر تفکیک می نمایند:

فرهنگ سیاسی محدود^۱: این فرهنگ در ساختار بدون دولت تکوین می یابد. شخص نه به صورت مستقیم از فرایند و سبک و سیاق «نظام سیاسی ملی» آگاه است و نه خویش را به عنوان یکی از اعضای ملت می شناسد. در این گونه فرهنگ سیاسی، شخص قدرت قیاس میان دگرگونی هایی را که دستگاه سیاسی آغاز کرده است، ندارد و از نظام سیاسی چشم داشت و توقعی ندارد.

فرهنگ سیاسی تبعی^۲: در این گونه فرهنگ، شهروندان از نقش های مختلف حکومتی آگاهی دارند، اما برای خود سهمی در شراکت و فعالیت در دستگاه سیاسی قائل نیستند. این امر از آنجا سرچشمه می گیرد که از دستگاه ورودی نظام، صورتی روشن در ذهن ندارند و خود را در اثرگذاری بر روی این نظام ناتوان می بینند. در این فرهنگ، اشخاص رویکردی منفعلانه دارند.

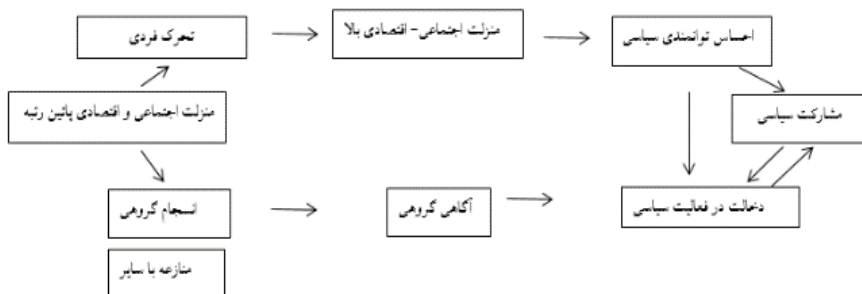
فرهنگ سیاسی مشارکتی^۳: آن دسته از افراد که از بافتار و فرایند نیازهای نظام سیاسی آگاه اند، مشارکت کنندگان سیاسی هستند^۴ که در تصمیم گیری های دولت مداخله می کنند. این گروه، از رفتار و کنش های خاص و ویژه ای در مقابل ساختارهای سیاسی همچون احزاب و گروه های صاحب منصب و نقش های آنها در این بافتارها برخوردارند.

1. parochial
2. subjective
3. participation
4. participants

انواع یاد شده به شکل خالص در هیچ فرهنگی وجود ندارد و اصولاً تمامی فرهنگ های سیاسی، آمیزه ای از این سه گونه را در خود گنجانیده اند. از این آمیزه، سه گونه فرهنگ سیاسی ترکیبی شکل می گیرد: فرهنگ سیاسی محدود- تبعی، تبعی - مشارکتی و مشارکتی - محدود. (آلموند، وربا، ۱۹۶۳: ۱۱)

• هانتینگتون و نلسون

نلسون و هانتینگتون، مشارکت سیاسی را امری عینی و منفک از رویکردهای ذهنی اشخاص مورد بررسی قرار داده اند. در بررسی آنها مشارکت سیاسی تابعی از دامنه کنش های دولتی در جامعه می باشد. در این رویکرد در کشورهای در حال توسعه، مشارکت اجتماعی به شکل اعم و مشارکت سیاسی به شکل اخص در ذات خود، هدف محسوب نمی شود و آن را باید تابعی از مقاصد نخبگان حاکم بر جامعه و خط مشی آنها و یا برآیند فرعی توسعه به طور کلی به حساب آورد. به بیان دیگر، در این جوامع نهادهای مسئول و دولت حاکمه برای استحکام و ثبات قدرت خویش، ثبات استقلال ملی و یا اصلاحات اجتماعی و به حداقل رسانیدن نابرابری های اقتصادی و اجتماعی، مشارکت قسمت هایی از جامعه را در سیاست تسهیل می سازد. در دیدگاه ایشان، از میان متغیرهای مربوط با منزلت اجتماعی، نرخ سواد مؤثرترین متغیر در مشارکت سیاسی است (هانتینگتون، نلسون، ۱۹۷۶: ۸۱). گذرگاه ثانوی، مجاری سازمانی به مفهوم میزان مشارکت و فعالیت در گروه ها و نهادهای اجتماعی همچون: اتحادیه های صنفی، انجمن های اجتماعی حامی گروه های خاص و ... است که در میزان مشارکت اجتماعی و سیاسی کم اثر نیستند. این عامل در جوامعی که مجال تحرک فردی در آن با موانعی رو به روست، حائز اهمیت است، چرا که در این رویکرد افراد برای وصول به موقعیت اجتماعی و اقتصادی بهتر، فعالیت در سازمان های اجتماعی، انجمن ها و احزاب را به عنوان آخرین راهکار در نظر می گیرند.



شکل ۲: الگوی عام بررسی های هانتینگتون و نلسون

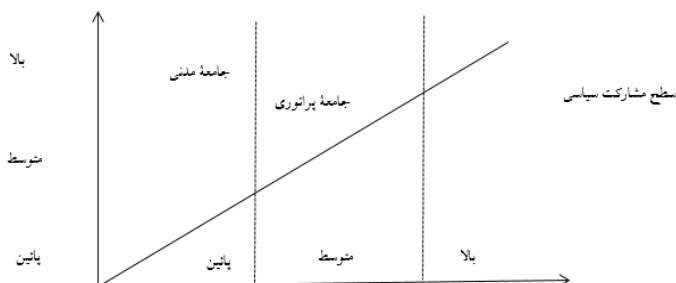
• ساموئل هانتینگتون

هانتینگتون در تلاش است تا اصول توسعه و نوسازی را بر اساس عواملی همچون: اقتدار خردمندان، تفکیک پذیری ساخت ها، توسعه مشارکت سیاسی و گسترش مشارکت سیاسی تعیین کند. وی مشارکت را از دو منظر تفسیر می کند: اول گسترش قدرت در نهاد یک نظام سیاسی به معنای کسب توانایی در مسیر سیاست نوینی برای اصلاحات اجتماعی و اقتصادی به واسطه

● جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)

کنش‌های دولت؛ دوم، هماهنگ سازی درست نیروهای اجتماعی تولیدکننده و مصرف کننده در یک نظام.

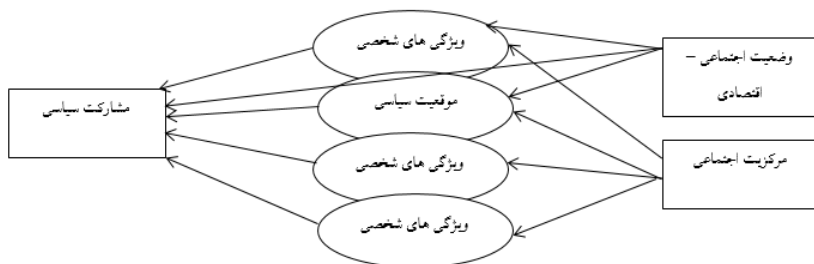
هانتینگتون در کتاب «سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی» با مطرح نمودن نظریه نوسازی و نهادمندی، نهادمندی را محور و متغیر اصلی بررسی‌های مرتبط با تغییرات اجتماعی بنا می‌گذارد و آن را سنج‌منحصر به فرد مشارکت سیاسی و توسعه سیاسی بیان می‌کند. وی خاطر نشان می‌سازد که دستگاه سیاسی کارآمد نظامی است که از بالاترین میزان نهادمندی برخوردار باشد (بدیع، ۱۳۷۶: ۸۲).



نمودار ۱: مدل هانتینگتون

● میلبراث و گوئل

یکی از مسائلی که در حوزه علوم اجتماعی مطرح می‌شود این است که از چه طریق و چگونه مهارت‌ها و توانایی‌های شخصیتی افراد آنها را به اعتقادات و کنش‌هایی در عرصه سیاست می‌کشاند. عامل اساسی که در مطالعات روانشناختی مورد نظر است، ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌باشد. این مسئله که این خصوصیات فردی ریشه در شخصیت و ذات فرد دارد، نظریه پردازان را در حوزه علوم اجتماعی بر آن داشت که این مسئله را در چارچوب میان رشته‌ای^۱ یعنی روانشناسی اجتماعی مورد بررسی قرار دهند. تأثیر گذاری، اطمینان، عدم قدرت و .. از این گونه عوامل در تبیین مشارکت سیاسی هستند.



شکل ۳: عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی میلبراث، گوئل

• دانیل لرنر^۱

لرنر دو گونه جامعه را که در اساس با یکدیگر متفاوت اند ترسیم می کند: جامعه سنتی و جامعه نوین.

جامعه سنتی، جامعه ای است که در آن به علت نرخ پایین سوادآموزی، شهرنشینی، میزان دسترسی به وسایل ارتباطات جمعی و در نهایت ضعف تعامل اجتماعی، مشارکت سیاسی و اجتماعی وجود ندارد یا در پایین ترین سطح خود واقع است. وی با آشکارسازی این متغیرها در جوامع مدرن، از این جوامع به عنوان «جوامع مشارکتی» یاد می کند. در نتیجه وجه ممیزه میان دو نوع جامعه سنتی و مدرن این متغیرهای مشارکتی است: «شیوه مشارکتی در جوامع مدرن در قیاس با جوامع سنتی، به کثرت مشارکت شهروندان بستگی دارد». لرنر در بررسی شش کشور خاورمیانه (مصر، لبنان، سوریه، اردن، ترکیه و ایران) متغیرهایی همچون: محل سکونت، نرخ سواد، پایگاه اجتماعی، اقتصادی، سن، مذهب را با میزان کاربرد رسانه‌های جمعی و گروه بندی سیاسی مورد سنجش قرار داده است. لرنر با به کارگیری نتایج حاصله، نظریه خود را بر اساس مراحل مدرنیزاسیون و توسعه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مطرح نموده است. وی بررسی هایی نیز پیرامون ۷۳ کشور به انجام رسانید و دریافت که چهار مرحله رشد ارتباطی تا تبدیل یک جامعه به جامعه مشارکتی به ترتیب زیر وجود دارد:

شهرنشینی: میزان شهرنشینی؛

سواد: میزان توانایی خواندن و نوشتن به یک زبان؛

مشارکت رسانه ای: میزان خرید روزنامه، مجله، حضور در سینماها، میزان مالکیت تلوزیون و رادیو توسط شهروندان؛

مشارکت انتخاباتی: میزان مشارکت در انتخابات محلی یا ملی.

گفتنی است که این چهار مرحله با یکدیگر در تعامل متقابل قرار دارند و مشارکت در هر یک به مفهوم مشارکت در دستگاه سیاسی جامعه است.

• ریموند فرست

وی از جمله نظریه پردازان آمریکایی تبار است که آغاز توسعه سیاسی را مرهون یک گونه نوآوری معیشت می داند. کشورهای عقب مانده در نگاه او از یک نوع رضایت بر ثبات و هراسان از تغییر برخوردارند. حتی در صورتی که این تغییر بازتاب اجتماعی و اقتصادی مثبت داشته باشد، بازهم در مقابل آن مقاومت می کنند. دلیل این کنش سیاسی را می توان در تمایل نخبگان سیاسی در حفظ میراث کهن دانست.

• سرمایه اجتماعی

در طی سالیان اخیر، مفهوم سرمایه اجتماعی به خصوص در آمریکا و بریتانیا، به یکی از مهمترین مفاهیم در علوم اجتماعی بدل شده و دلیل آن به این قضیه بازمی گردد که جوهر روابط اجتماعی در این جوامع فردگراست. در گرایشات مختلف تعاریف متفاوتی از سرمایه اجتماعی ارائه شده است که به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد:

جیمز کلمن: در رویکرد کلمن، سرمایه اجتماعی روندی اجتماعی است که با هموار نمودن مسیر برای کنشگران خود، به توسعه منافعشان می پردازد (اونق، ۱۳۸۴: ۲۴).

پیر بردیو: در نگاه بردیو، سرمایه اجتماعی موقعیت‌ها و تعاملاتی را در برمی‌گیرد که در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای افراد امکان دسترسی به فرصت‌ها، داده‌ها، منابع مادی و منزلت اجتماعی را افزایش می‌دهد (علوی، ۱۳۸۰: ۲۱).

رابرت پاتنام: سرمایه اجتماعی به مجموعه‌ای از تعاملات افقی میان افراد و ابعاد مختلف نهادهای اجتماعی همچون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها گفته می‌شود که با صورتبندی و هموار نمودن شرایط، بهره‌وری متقابل و اثر بخشی در جامعه را تقویت می‌کند (مبارکی، ۱۳۸۳: ۲۰).
فوکویاما: به مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌های نامتعارف که اعضای یک گروه که مشارکت میان آنها متداول است، در آن سهیم‌اند (فوکویاما، ۱۹۹۴: ۱۰).

گلن لوری: لوری، سرمایه اجتماعی را منابعی می‌خواند که در جوهر تعاملات خانوادگی و در نهاد اجتماع وجود دارد و برای توسعه شناختی و یا اجتماعی اعضای یک جامعه سودبخش است. این منابع که مزیتی در جهت رشد سرمایه انسانی محسوب می‌شوند، برای افراد مختلف شکل‌های متفاوتی دارند (اختر محقق، ۱۳۸۵: ۹۵).

نارایان: سرمایه اجتماعی در نظرگاه نارایان، بستری گسترده و مقبول است که به منزله یک دورنمای بارور نظری است که در درک و فهم هنجارها و تعاملات اجتماعی در نهادهای اجتماعی جوامع کاربرد دارد (اختر محقق، ۱۳۸۵: ۹۷).

استفن باس: باس بر این اعتقاد است که سرمایه اجتماعی نظر به توسعه احکام در مورد شرایطی دارد که بر اساس آن حکومت‌ها و اجتماعات محلی بتوانند برای وصول به غایات یکسان و مشترک، مشارکت داشته باشند (ازکیا، غفاری، ۱۳۸۴: ۱).

با توجه به این رویکردها و جمع‌بندی آنها می‌توان سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از شبکه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و فهمی دانست که مشارکت درون‌گروهی و میان‌گروهی را در راه به دست آوردن منافع متقابل تسهیل می‌نماید و این شکل از سرمایه را عموماً با میزان تعاون افراد در زندگی اجتماعی و اعتماد دوسویه میان آنها توصیف می‌کنند.

اهمیت رسانه در جلب مشارکت سیاسی

ابزار ارتباطات جمعی به عنوان یکی از سیستم‌های فرعی در جامعه، تحت تأثیر سیستم‌های اجتماعی است و میزان کارایی‌شان در توسعه مشارکت مردمی در چهارچوب سیستم حاکم بر این ابزار قابل سنجش است. کارآمدی رسانه‌ها منوط به وجود یک سیستم مردمی و ثبات آن شرط ضروری در شکل‌گیری انسجام و عنصر جریان بخشی مشارکت‌های اجتماعی است. در صورتی که بستر مشارکت مهیا نباشد، امید به اثربخشی پیام رسانه‌های جمعی در مشارکت مردم در همراهی با برنامه‌های توسعه ملی تعلیق به محال است. درحالی که رسانه‌ها می‌توانند در فضایی مردمی هماهنگ با شرایط در مشروعیت بخشی به سیستم و شکل‌دهی به اعتقادات توده‌ها و حاکمیت و در نهایت تحریک مردم به مشارکت در امور سیاسی و اجتماعی تأثیرگذار باشند. در صورت عدم توجه به این حقیقت، رسانه‌های جمعی به یک فناوری ارتباطی بدون کارایی در یک جامعه رو به توسعه تبدیل خواهند شد. قرار گرفتن ابزار ارتباط جمعی به منزله رکن چهارم حکومت دموکراسی در میان دیگر ارکان سه‌گانه مقننه، قضاییه و مجریه، بهترین نشانه ارتباط مردمی و نظام حکومتی است که با در نظر گرفتن آن - در صورتی که مشارکت با معنای تشریح شده را مقدمه توسعه ملی و از پیامدهای نظام مردمی و ثبات نظام مردمی را برگرفته از مشروعیت و اثرگذار بر آن بدانیم - دور جالبی از این مفاهیم به دست می‌آید که موفقیت رسانه‌های گروهی در گرو آن و بر آن اثرگذار

خواهد بود. در نتیجه می توان موفقیت رسانه‌های جمعی در مشارکت مردم را همتراز موفقیت آنها به عنوان یکی از پایه های نظام در حفظ دموکراسی و تداوم آن دانست. به همین دلیل، امروزه جامعه‌شناسان آن را وجه ممیزه میان نظام های مردمی و نظام های خودکامه می دانند. با توجه به مطالب گفته شده می توان دریافت نقش رسانه ها در سیستم های مردمی و جلب مشارکت آنان حائز اهمیت است. باید این نکته را در نظر داشت که هرچند شرایط با وجود یک سیستم حکومتی دموکراتیک برای فعالیت رسانه های جمعی مهیا و بستر توسعه فراهم است، اما تا میزان زیادی موفقیت رسانه ها منوط به شیوه کارکرد رسانه ها و هماهنگی شان با سیستم اجتماعی می باشد. در نتیجه می توان گفت مقدمه موفقیت رسانه ها در یک جامعه، اجرایی شدن یک سیستم حکومتی مردمی است که زمینه را برای مشارکت مردمی فراهم می سازد. البته این موفقیت در مراحل بعدی با عنصری چون مدیریت، تخصص عاملان رسانه ای و دانش مربوط به رسانه است.

رسانه و انتخابات

۵۹

برگزارکنندگان انتخابات سیاسی و همچنین رسانه‌ها پیش از ورود به عرصه منازعه، تصمیم خود را درباره راهبردهای رسانه‌ای انتخابات برمی‌گزینند. راهبرد رسانه ای را می توان مدلی نامید که هدف ها، خط‌مشی ها و فرایندهای عملیاتی نهاد رسانه‌ای را در چارچوب یک مجموعه به هم پیوسته درهم می‌آمیزد و در این فرایند افق های بلندمدت اطلاع رسانی را هدف قرار داده است. در این باب راهکارهای رسانه ای را می توان به چهار دسته تقسیم کرد:

راهبرد انفعالی: در این راهبرد، اولویت رسانه ها پوشش حداقلی اخبار در شرایط پیش از انتخابات است و واکنش آن طرد یا بی توجهی است. رسانه در اعمال این راهبرد بر آن است تا با کم توجهی به مسائل مرتبط با انتخابات، آن را بی اهمیت تر از آنچه در واقع در جریان است، نشان دهند؛ چرا که حامیان این راهبرد بر این باورند که رسانه با نمایش دادن جدال میان گروه های انتخاباتی در حقیقت به آنها اعتبار اجتماعی و منزلت می بخشد.

راهبرد واکنشی: این راهبرد با تمرکز بر الزام واکنش به فشارهای محیط، نهاد رسانه را به واکنش برای صیانت از اقتدار خود فرا می خواند. نهادهایی که این راهبرد را به کار می گیرند، یک پروسه بلند مدت را در مدنظر ندارند. از آنجا که رویکرد رسانه نسبت به مبارزات انتخاباتی گاهی محافظه کارانه است، از این نهاد توقع می رود که گونه‌ای از هماهنگی با این رقابت ها داشته باشد. این نهادها با شروع فشار از سوی افکار عمومی اقدام می‌کنند.

راهبرد فعال: در این راهبرد، رسانه ها همزمان با شروع رقابت های انتخاباتی، فعالیت خود را شروع می کنند و در تلاش اند تا بر روی افکار عمومی تأثیر بگذارند. در این راهبرد رسانه ها فعالانه به تحلیل شرایط می پردازند و اخبار را پوشش می دهند، اما در این فعالیت گزینشی عمل نمی کنند. رسانه ها همچنین در راهبرد فعال، کنترل اوضاع را به دست می گیرند تا در آن شرایط در میان طرفداران انتخاباتی درگیری صورت نگیرد و اوضاع از دست آنها خارج نشود.

راهبرد فوق فعال: رویکرد این راهبرد، یافتن افق‌های نو برای توسعه و تکامل است. رسانه ها در این فرایند اختلافات و درگیری های میان احزاب را به جان می‌خرند و در رویارویی با آنها به شکلی فعال وارد عمل می‌شوند. این راهبرد با هدف تأثیرگذاری بر اذهان عمومی و تقویت نظام سیاسی در رویارویی در این رقابت ها، به پیش‌بینی نیز می‌پردازد و نظریات و رویکردهای خویش را بیان می‌کند (نعمتی انارکی، ترابی، ۱۳۹۱: ۴).

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های داخلی

دارابی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «رفتار انتخاباتی در ایران: الگوها و نظریه‌ها» به بررسی نظریه رفتار رأی‌دهی ایرانیان پرداخته است. وی در این تحقیق مبانی فقهی مشارکت سیاسی در اسلام، جغرافیای انتخابات، انتخابات ریاست جمهوری در ایران از نگاه آمار، نگرشی تاریخی بر انتخابات ریاست جمهوری، جامعه‌شناسی انتخابات و رفتار انتخاباتی در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری را بررسی کرده است. نویسنده در این کتاب به رفتار رأی‌دهی جوانان نمی‌پردازد و به طور کلی به عوامل تأثیرگذار بر رفتار رأی‌دهی ایرانیان می‌پردازد.

حاجی‌پور ساردویی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان تهرانی (مطالعه موردی: شورای شهر تهران)» رفتار انتخاباتی شهروندان تهرانی را در انتخابات‌های شورای شهر تهران کانون مطالعه خود قرار داده است. نویسنده با توجه به تغییر رفتار انتخاباتی مردم تهران در این انتخابات، این پرسش را دستمایه مقاله خود قرار داده است: آیا این چرخش در رفتار و نگرش محصول تغییر تدریجی و آگاهانه فرهنگ سیاسی شهروندان تهرانی در طول زمان است یا برآیندی از یک حرکت جمعی، دفعی، کوتاه مدت و ناخودآگاه این تغییر را شکل داده است؟

عبدالله (۱۳۹۱) در تحقیقی به تحلیل رفتار رأی‌دهی در ایران (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی در انتخابات سال ۱۳۸۷-۱۳۸۸) پرداخته است. هدف مؤلف، بررسی و تحلیل منابع اجتماعی و عوامل انگیزشی مشارکت رأی‌دهندگان در شهر تهران و یافتن یک الگوی بومی در مشارکت رأی‌دهی افراد در جامعه است. نویسنده در این پژوهش به حوزه جوانان نپرداخته است.

پیشگاهی‌فرد، امیری و انصاری‌زاده (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «تحلیل مشارکت انتخاباتی مردم استان لرستان در انتخابات ریاست جمهوری» به رفتار رأی‌دهی مردم لرستان در انتخابات ریاست جمهوری پرداخته است. نویسندگان در این تحقیق با تأکید بر تحلیل جغرافیایی در نبود حضور پررنگ احزاب سیاسی، به تحلیل مشارکت مردم استان لرستان در انتخابات اول تا نهم ریاست جمهوری پرداخته‌اند.

مجددی‌زاده (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «بررسی میزان استفاده از رسانه‌های مختلف و ارتباط آن با ملاک‌های رأی‌دهی در میان شرکت‌کنندگان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶» به مقایسه نقش رسانه‌های مختلف تلویزیون، روزنامه و شبکه‌های اجتماعی بر رفتار رأی‌دهی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ پرداخته است.

صفوی، کریمی پاشاکی و خلیلی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سازماندهی فضای سیاسی یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری»، نقش شبکه‌های اجتماعی را در انتخابات مورد مطالعه قرار داده‌اند. محققان این شبکه‌ها را به عنوان محلی برای تضارب آرا و نظرات سیاسی و اجتماعی می‌دانند. به همین دلیل تأثیر این شبکه‌ها بر جریان‌های سیاسی حاکم بر اجتماع و روند تأثیرگذاری بر این جریان‌ها به خصوص در انتخابات قابل توجه است.

صالحی نجف‌آبادی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل انتخابات ریاست جمهوری در ایران»، به علل ناکارآمدی روش‌های اثبات‌گرایانه در توجیه رفتار انتخاباتی مردم در انتخابات‌های ریاست جمهوری سال‌های ۱۳۷۶، ۱۳۸۴، ۹۲۱۳ می‌پردازد و بیان می‌کند که نخبگان در هر سه انتخابات مذکور غافلگیر شده‌اند و این امر مؤید ناکارآمد بودن ابزارهای تجزیه و تحلیل انتخابات در ایران است.

بیگدلی (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی - اجتماعی پیام‌های تبلیغاتی انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران با توجه به مدل حکمرانی خوب»، به تحلیل شناختی - اجتماعی پیام‌های تبلیغاتی کاندیداهای انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران و بررسی میزان تطابق آنها با مدل حکمرانی خوب و همچنین میزان همخوانی بین مهم‌ترین اولویت‌های کاری رئیس جمهور منتخب با اولویت‌های مردم می‌پردازد.

قاسمی سیانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «واکاوی و تحلیل جامعه‌شناختی انتخابات ریاست جمهوری در ایران (مطالعه موردی: انتخابات سال ۱۳۸۴)»، به تحلیل انتخابات سال ۱۳۸۴ و عوامل تأثیرگذار بر انتخاب مردم پرداخته است، اما نقش خاصی برای جوانان قائل نشده است.

سیدامامی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «دلایل مشارکت در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (مطالعه موردی: رأی‌دهندگان شهر خوی)» به علل مشارکت رأی‌دهی ایرانیان، چگونگی و چرایی تغییرات در میزان رأی‌دهی و نیز تأثیر متغیرهای فردی و اجتماعی بر رفتار رأی‌دهی آنان پرداخته است. در این پژوهش نیز توجه خاصی به رفتار رأی‌دهی و انتخاباتی جوانان نشده است.

۶۱

پژوهش‌های خارجی

کنت کاتزمن^۱ (۲۰۱۷) در مقاله «انتخابات ریاست جمهوری ایران» به بررسی عوامل تأثیرگذار بر پیروزی روحانی می‌پردازد و حمایت جوانان را در کنار عواملی چون: حمایت روشنفکران، شهرنشینان، کاهش تحریم‌ها و کاهش انزوای بین‌المللی ایران از عوامل تأثیرگذار بر پیروزی روحانی در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران می‌داند.

رامین جهانگیلو^۲ (۲۰۱۱) در کتاب «جامعه مدنی و دموکراسی در ایران» به بیان ضرورت و اهمیت مشارکت سیاسی جوانان می‌پردازد و انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ ایران و نقش جوانان به عنوان یکی از نیروهای تأثیرگذار در جنبش سبز را بررسی می‌کند. نویسنده به علل جذب جوانان به یک کمپین انتخاباتی نمی‌پردازد، بلکه بر حوادث پس از انتخابات متمرکز شده است.

راب سالکویتز^۲ (۲۰۱۰) در کتاب «ظهور جهان جوان» به بررسی تحولات جوانان و شبکه‌های اجتماعی در حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران در سال ۱۳۸۸ می‌پردازد و جوانان و شبکه‌های اجتماعی مجازی را دو نیروی تأثیرگذار بر فضای سیاسی ایران می‌داند. نویسنده از عوامل تأثیرگذار بر جذب جوانان به یک کاندیدای ریاست جمهوری و کمپین انتخاباتی او سخنی به میان نمی‌آورد.

ست بلومنتال^۲ (۲۰۱۵) در کتاب «بچه‌های اقلیت خاموش: رأی دهندگان جوان ریچارد نیکسون در سال ۱۹۷۲» به بررسی چگونگی ساماندهی جوانان و افزایش آرای رأی‌دهندگان جوان در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا توسط ریچارد نیکسون می‌پردازد و تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که جمهوری خواهان چگونه توانستند با جذب جوانان به اکثریت آرا در انتخابات دست پیدا کنند.

-
1. kent katzman
 2. Rob Salkowitz

گزارشی با عنوان «رأی‌گیری جوانان» که توسط «مرکز اطلاعات و تحقیقات آموزش و مشارکت مدنی» (CIRCLE)^۱ - که در زمینه تحقیقات مربوط به تعامل مدنی و سیاسی جوانان آمریکایی فعالیت دارد- در سال ۲۰۱۸ تدوین گردیده است، به عوامل تأثیرگذار بر رأی‌دهی جوانان ایالات متحده می‌پردازد.

در مقاله ای با عنوان «رأی دادن با کیف پول های خود: پتانسیل تا حد زیادی استفاده نشده جوانان به عنوان اهدا کنندگان سیاسی» نوشته جاناتان تیش^۲ (۲۰۱۹) به بررسی پتانسیل بی‌حد و حصر جوانان برای جمع‌آوری کمک‌های مالی خرد برای کمپین‌های انتخابات ریاست جمهوری در ایالات متحده می‌پردازد و این شیوه را موفقیت‌آمیز ارزیابی می‌کند. این شیوه بیشتر توسط دموکرات‌ها به کار می‌رود.

پژوهش دیگری از «مرکز اطلاعات و تحقیقات آموزش و مشارکت مدنی» (CIRCLE) با عنوان «تقویت مشارکت جوانان در انتخابات ۲۰۱۸ با جنبش پیشگیری از خشونت اسلحه» به بررسی تأثیر کمپین پسا پارکلند- که پس از تیراندازی غمبار در دبیرستان مارجوری استونمن داکلاس در پارکلند فلوریدا تشکیل شد- بر افزایش مشارکت جوانان در انتخابات میان دوره‌ای ۲۰۱۸ می‌پردازد.

۶۲

روش شناسی پژوهش

این تحقیق بر اساس نتیجه یا هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش، جزو تحقیقات توصیفی و از حیث گردآوری داده‌ها از شاخه پیمایشی است. در این پژوهش، برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به توصیف موضوع و پیشینه پژوهش، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و با توجه به محیط واقعی تحقیق، در زمره مطالعات میدانی قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه شهروندان شهر تهران تشکیل می‌داد. جامعه آماری پژوهش شامل افرادی بود که در زمان برگزاری انتخابات ریاست جمهوری یازدهم و دوازدهم در بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال قرار داشتند و به حسن روحانی رای داده بودند- افرادی که اکنون در بازه سنی ۲۱ تا ۴۲ سال قرار دارند. تعداد کل آنها بالغ بر ۲۹۶۷۸۶۶۵ نفر می‌باشد. جهت تعیین حداقل حجم نمونه لازم، از فرمول کوکران برای جامعه محدود استفاده گردید. از بین متغیرهای تحقیق، متغیر ویژگی‌های فردی و سوابق مدیریتی (۳/۵۳) دارای بیشترین میانگین و سرمایه اجتماعی (۳/۳۲) دارای کمترین میانگین بودند. همچنین از بین متغیرها، سرمایه اجتماعی (۰/۸۲) دارای بیشترین انحراف معیار و متغیر سیاست‌های اجتماعی (۰/۷۱) دارای کمترین انحراف معیار می‌باشد.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]}$$

با توجه به حجم نمونه، ۳۸۴ عدد پرسشنامه تهیه و جهت جمع‌آوری اطلاعات در اختیار افرادی که به حسن روحانی رای داده بودند، قرار گرفت.

1. The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement
2. Jonathan M. Tisch

در نمونه انتخابی این تحقیق ۵۴ درصد مرد و ۴۶ درصد زن حضور داشتند. ۴۶ درصد از پاسخگویان در سنین ۲۵ تا ۲۱ سال و ۱۱ درصد در سنین ۳۶ تا ۴۱ سال بوده اند. میزان تحصیلات ۵۲ درصد از پاسخ گویان لیسانس و ۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر است. پرسشنامه این پژوهش بر اساس مطالعات نظری و پیشین و نیز هدف تحقیق در سه بخش طراحی شده است»

بخش اول شامل مشخصات فردی پاسخ دهنده از جمله: سن، جنسیت، میزان تحصیلات و شغل است.

در بخش دوم از ابزار پرسش نامه محقق ساخته برگرفته از مبانی نظری تحقیق با سؤالات بسته برای جمع آوری دیدگاه های جوانان جهت جذب به کارزارهای انتخاباتی کاندیدای پیروز استفاده گردید. پرسشنامه های این پژوهش شامل ۲ بخش عمده نامه همراه و سوالات پرسشنامه می باشد. سوالات از دو بخش تشکیل شده اند: الف) متغیرهای دموگرافی (جمعیت شناختی): در این قسمت سعی شده است که اطلاعات کلی و جمعیت شناختی در مورد پاسخ دهندگان جمع آوری گردد. این بخش از پرسشنامه شامل سه سؤال می باشد. ب) سؤالات تخصصی: سؤالات اختصاصی شامل سؤالات مربوط به سنجش متغیرهای تحقیق می باشد که از پاسخ دهندگان درخواست شد تا نظر خود را در پاسخنامه های که در طیف پنج گزینه ای لیکرت^۱ تنظیم گردیده، بیان کنند. روایی پرسشنامه یاد شده با استفاده از نظرات متخصصان و اساتید دانشگاه مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که میزان ۰/۸۶ نشان دهنده اعتبار خوب پرسشنامه مورد استفاده است. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار Spss در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. پس از جمع آوری داده ها، ویژگی های جمعیت شناختی از طریق آمار توصیفی و سؤالات (فرضیه ها) از طریق آمار استنباطی با استفاده از آزمون های فرض آماری مورد تحلیل قرار گرفته اند. در این پژوهش برای توصیف نمونه از میانگین استفاده شده و در بخش تحلیلی، با توجه به سؤالات پژوهش که به صورت رابطه ای است، از ضریب همبستگی و مدل رگرسیون بهره گیری شد.

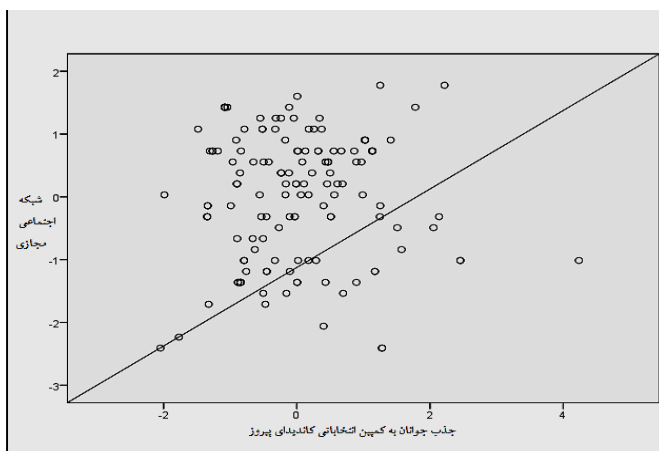
یافته های پژوهش

- فرضیه ۱: شبکه های اجتماعی مجازی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۱: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه اول

شبکه های اجتماعی مجازی	جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز	
۱	۰/۹۴۴ ۰/۰۰۰ ۳۸۴	شبکه های اجتماعی مجازی ضریب همبستگی سطح معناداری تعداد
۳۸۴		
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		

● جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)



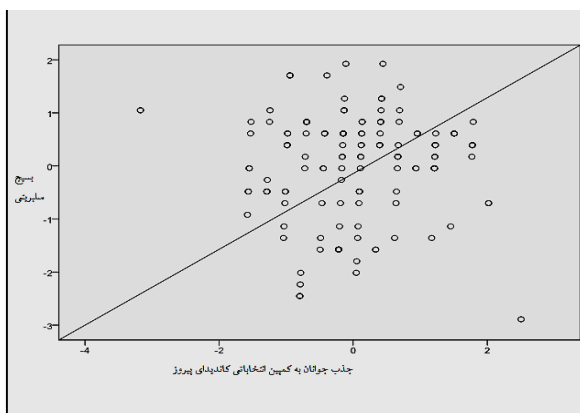
۶۴

نمودار ۲: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای شبکه های اجتماعی مجازی و جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز

● فرضیه ۲: بسیج سلبریتی ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۲: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۲

جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز	بسیج سلبریتی ها	
۱	۰/۷۷۷	بسیج سلبریتی ها
۳۸۴	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی
	۳۸۴	سطح معناداری
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		

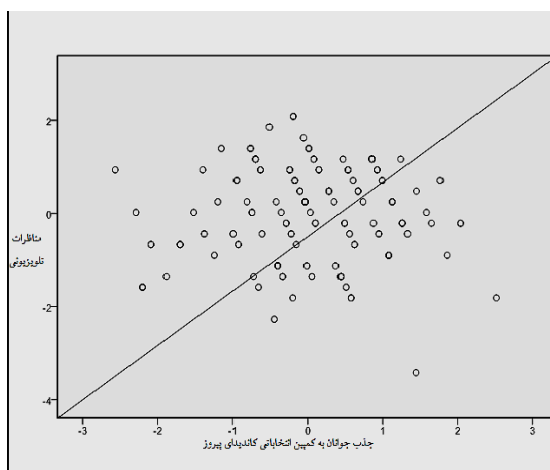


نمودار ۳: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای بسیج سلبریتی ها و جذب جوانان

- فرضیه ۳: مناظرات تلویزیونی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۳

مناظرات تلویزیونی	جذب جوانان	مناظرات تلویزیونی
۱	۰/۸۹۴	ضریب همبستگی
	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۳۸۴	۳۸۴	تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		



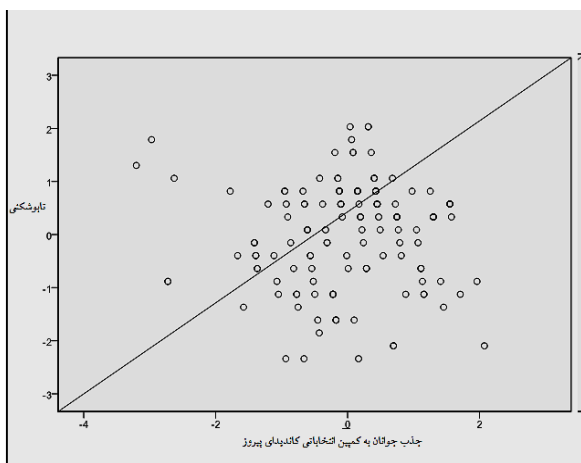
نمودار ۴: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای مناظرات تلویزیونی و جذب جوانان

- فرضیه ۴: تابوشکنی در مورد مذاکره با آمریکا بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۴

تابوشکنی در مورد مذاکره با آمریکا	جذب جوانان	تابوشکنی در مورد مذاکره با آمریکا
۱	۰/۷۷۷	ضریب همبستگی
	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۳۸۴	۳۸۴	تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		

● جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)



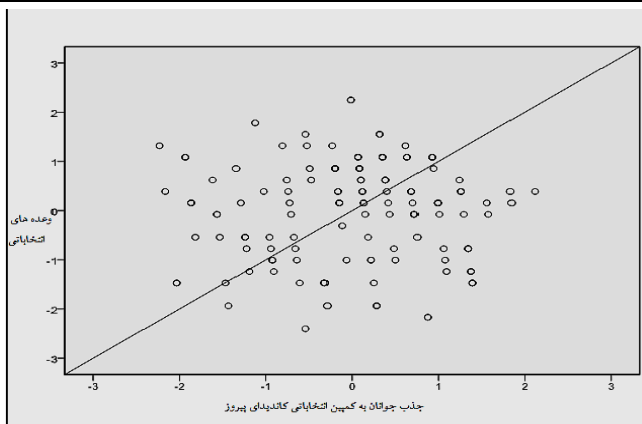
۶۶

نمودار ۵: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای تابوشکنی در خصوص مذاکره با آمریکا و جذب جوانان جدول ۷: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۷

● فرضیه ۵: وعده های انتخاباتی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۵: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۵

وعده های انتخاباتی	جذب جوانان	وعده های انتخاباتی
۱	۰/۷۹۴	وعده های انتخاباتی
۳۸۴	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی
	۳۸۴	سطح معناداری
		تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		

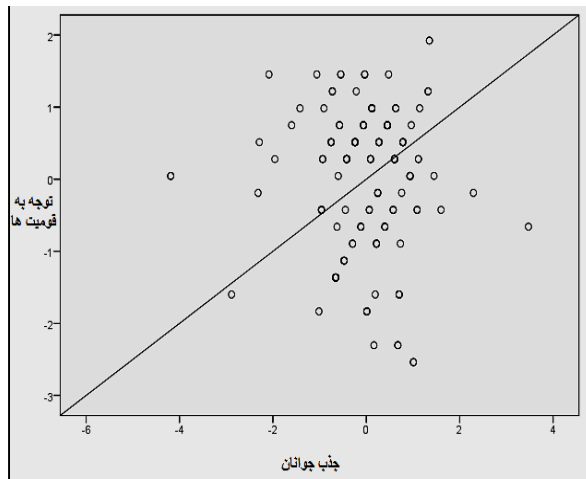


نمودار ۶: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای وعده های انتخاباتی و جذب جوانان

- فرضیه ۶: توجه به قومیت ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۶: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۶

توجه به قومیت ها	جذب جوانان	
۱	۰/۸۱۸	توجه به قومیت ها ضریب همبستگی
۳۸۴	۰/۰۰۰	سطح معناداری
	۳۸۴	تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		



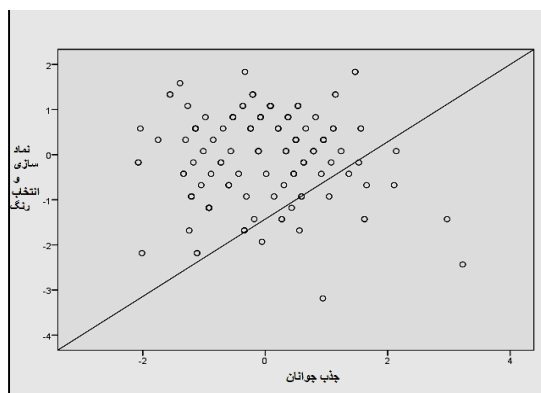
نمودار ۷: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای توجه به قومیت ها و جذب جوانان

- فرضیه ۷: نمادسازی و انتخاب رنگ بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

جدول ۷: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۷

نمادسازی و انتخاب رنگ	جذب جوانان	
۱	۰/۷۵۶	نرخ سود بانکی
۱۳۸	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی
	۱۳۸	سطح معناداری
		تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		

● جوانان و کارزارهای انتخاباتی در ایران (مطالعه موردی: انتخابات یازدهم و دوازدهم ریاست جمهوری)

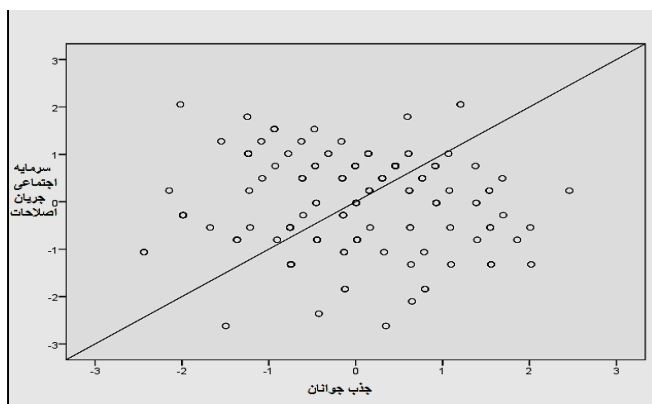


نمودار ۸: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای سرمایه گذاری مستقیم خارجی و نرخ سود بانکی

- فرضیه ۸: سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات در جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تأثیر دارد.

جدول ۸: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۸

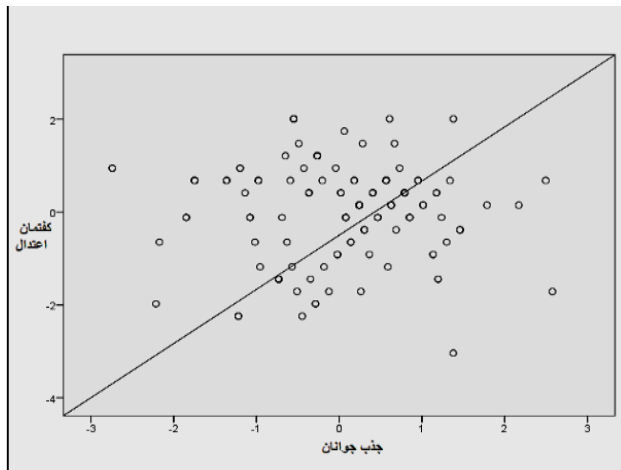
سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات	جذب جوانان	
۱	۰/۷۶۸	سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات
۳۸۴	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی
	۳۸۴	سطح معناداری
		تعداد
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		



نمودار ۹: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات و جذب جوانان

- فرضیه ۹: گفتمان اعتدال بر جذب جوانان در کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.
جدول ۹: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه ۹

گفتمان اعتدال	جذب جوانان	گفتمان اعتدال ضریب همبستگی سطح معناداری تعداد
۱	۰/۶۴۵ ۰/۰۰۰	
۱۴۲	۱۴۲	
همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است.		



نمودار ۱۰: وضعیت پراکنش مربوط به ارتباط متغیرهای گفتمان اعتدال و جذب جوانان

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تعیین مولفه های تاثیر گذار بر جذب جوانان به کارزارهای انتخاباتی کاندیدای پیروز دوره های یازدهم و دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری انجام شد. بررسی فرضیه های تحقیق به قرار زیر است:

فرضیه ۱: «شبکه های اجتماعی مجازی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.»

مقدار عددی سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از ۰/۰۱ و در واقع ۰/۰۰۰ است که از سطح معناداری استاندارد ۰/۰۵ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و شبکه های اجتماعی مجازی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارند.

فرضیه ۲: «بسیج سلبیتی ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.» مقدار عددی سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از ۰/۰۱ و در واقع ۰/۰۰۰ است که از سطح معناداری استاندارد ۰/۰۵ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه

معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و بسیج سلبریتی ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۳: «مناظرات تلویزیونی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.» مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و مناظرات تلویزیونی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۴: «تابوشکنی در مورد مذاکره با آمریکا بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.»

مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و تابوشکنی در مورد مذاکره با آمریکا بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۵: «وعده های انتخاباتی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.» مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و وعده های انتخاباتی بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۶: «توجه به قومیت ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.» مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و توجه به قومیت ها بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۷: «نمادسازی و انتخاب رنگ بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.»

مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و نمادسازی و انتخاب رنگ بر جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۸: «سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات در جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.»

مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از $0/01$ و در واقع $0/000$ است که از سطح معناداری استاندارد $0/05$ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و سرمایه اجتماعی جریان اصلاحات در جذب جوانان به کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.

فرضیه ۹: «گفتمان اعتدال بر جذب جوانان در کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تاثیر دارد.»

مقدار عدد سطح معناداری مشاهده شده، کوچکتر از ۰/۰۱ و در واقع ۰/۰۰۰ است که از سطح معناداری استاندارد ۰/۰۵ کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. پس فرض پژوهش تأیید می گردد و گفتمان اعتدال بر جذب جوانان در کمپین انتخاباتی کاندیدای پیروز تأثیر دارد.

با تجزیه و تحلیل های انجام شده بر اساس داده های گردآوری شده با استفاده از تکنیک های آماری می توان گفت که برنامه های ویژه انتخابات در مشارکت جوانان در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نقش زیادی داشته است.

منابع

- ازغندی، علیرضا. (۱۳۹۳). تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران. جلد دوم، تهران: سمت.
- امینی، علی اکبر و خسروی، محمدعلی. (۱۳۸۹). «تأثیر فرهنگ سیاسی بر مشارکت سیاسی زنان و دانشجویان». فصلنامه مطالعات سیاسی. سال دوم، شماره ۷.
- امینی، علی اکبر. (۱۳۹۰). «اثر فرهنگ سیاسی بر مشارکت سیاسی زنان و دانشجویان». فصلنامه مطالعات سیاسی. شماره ۲۸۲.
- ایوبی، حجت الله. (۱۳۷۷). مشارکت سیاسی (مجموعه مقالات). تهران: سفیر
- ایوبی، حجت الله. (۱۳۹۱). پیدایی و پویایی احزاب سیاسی در غرب. تهران: انتشارات سروش
- آبراهامیان، یرواند. (۱۳۹۷). ایران بین دو انقلاب. احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتحی. تهران: نشر نی
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۷۵). «میزان اثرگذاری تبلیغات سیاسی بر رفتار انتخاباتی شهروندان تهران در انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی». نامه علوم اجتماعی. شماره ۸.
- آشوری، داریوش. (۱۳۹۷). دانشنامه سیاسی. تهران: مروارید
- بابی لاشکی، مریم و پیشگاهی فرد، زهرا. (۱۳۸۸). «تحلیل رفتار انتخاباتی ایرانیان (مورد مطالعه حوزه انتخابیه نوشهر و چالوس در انتخابات دوره هشتم مجلس شورای اسلامی)». فصلنامه پژوهشی جغرافیای انسانی. سال ۱، شماره ۳.
- باستانی، ربابه. (۱۳۸۴). سوم تیر؛ واکنش‌ها به نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری. تهران: اساتید قلم تهران
- بختیارنژاد، پروین. (۱۳۸۶). «ملتی با رفتارهای پیچیده». نشریه اعتماد.
- بشیریه، حسین. (۱۳۸۷). آموزش دانش سیاسی. تهران: مؤسسه نگاه معاصر
- بصیری، محمدعلی و شادی‌وند، داریوش. (۱۳۸۰). «رفتار انتخاباتی در مناطق عشیره‌ای». فصلنامه راهبرد. شماره ۲۰.
- بیرو، آلن. (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی. باقر ساروخانی. تهران: انتشارات کیهان
- پیشگاهی فرد، زهرا. (۱۳۸۰). «سیمای جغرافیایی انتخابات پارلمانی استان همدان». مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران. شماره ۱۵۸ و ۱۵۹.
- پیشگاهی فرد، زهرا. (۱۳۸۲). «مشارکت احزاب در توسعه سیاسی و رفتار انتخاباتی در شهرستان اصفهان». پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۴۴.
- جرج، ریتز. (۱۳۹۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. چاپ اول، تهران: انتشارات علمی

- حاجی‌پور ساردویی، سیمین. (۱۳۹۶). «بررسی رفتار انتخاباتی شهروندان تهرانی؛ مطالعه موردی شورای شهر تهران». پژوهشنامه علوم سیاسی. سال ۱۲، شماره ۳.
- حقیقی، محمدصادق. (۱۳۷۰). انتخابات؛ تعاریف و اصطلاحات. تهران: وزارت کشور
- خواجه‌سروی، غلامرضا. (۱۳۸۲). رقابت سیاسی و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی
- دارابی، علی. (۱۳۹۶). رفتار انتخاباتی در ایران. تهران: نشر سروش
- درزی، علی. (۱۳۸۲). «جامعه‌شناسی انتخابات (تحلیل الگوی رفتار انتخاباتی مردم استان مرکزی در هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری)». رساله کارشناسی ارشد، تهران.
- رامشک، عطاالله. (۱۳۸۲). «بررسی جامعه‌شناختی رفتار انتخاباتی در کهکیلویه و بویراحمد». فصلنامه مطالعات ملی. سال ۴، شماره ۱.
- رحمانی، تقی. (۱۳۸۵). «چرا غافلگیر می‌شویم (کاوشی در رفتارهای انتخاباتی جامعه)». نشریه شرق.
- رحمانی، تقی. (۱۳۸۵). «رفتار انتخاباتی و نتایج راهبردی». نشریه شرق.
- رحیمی، مصطفی. (۱۳۸۹). قانون اساسی و اصول دموکراسی. تهران: نشر نیلوفر
- رضوانی، محسن. (۱۳۸۶). «تحلیل رفتار انتخاباتی، موردشناسی انتخابات ریاست جمهوری». فصلنامه معرفت، سال ۱۶، شماره ۱۲۳.
- رهنورد، فراه و مهدوی‌راد، نعمت‌الله. (۱۳۸۹). مدیریت انتخابات. تهران: انتشار اطلاعات
- سریع‌القلم، محمود. (۱۳۹۷). فرهنگ سیاسی ایران. تهران: فروزان روز
- عالم، عبدالرحمن. (۱۳۸۶). بنیادهای علم سیاست. تهران: نشر نی
- عباسیان، علی‌اکبر. (۱۳۸۷). فرهنگ سیاسی در آیین امثال و حکم فارسی. تهران: نشر اختران
- عبدالله، عبدالمطلب. (۱۳۸۸). «سیری در نظریه‌های رفتار رأی‌دهی». فصلنامه خط اول. سال ۳، شماره ۸.
- عطارزاده، مجتبی و توسلی، حسین. (۱۳۸۹). «تحلیل رفتار انتخاباتی شهروندان شهر اصفهان پیش از نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی». فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرضا، شماره ۵.
- علیخانی، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). مشارکت سیاسی (مجموعه مقالات وزارت کشور). تهران: نشر سفیر
- عیوضی، محمد رحیم. (۱۳۸۲). «انتخاب هفتم، تحلیلی بر انتخابات هفتمین دوره مجلس شورای اسلامی». ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر. سال ۳، شماره ۲۰.
- غفوری، علی‌اکبر. (۱۳۸۹). حقوق جمهوری اسلامی ایران. یزد: انتشارات

- فریدونی، فرحناز. (۱۳۸۴). «انتخابات و مشارکت سیاسی افراد». مجله روابط عمومی. شماره ۳۶.
- قشمی، عباس. (۱۳۹۱). «خویشاوندگرایی، شبکه‌های قومی و رفتار انتخاباتی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- قوام، عبدالعلی. (۱۳۸۷). «سیاست‌های مقایسه‌ای». چاپ نهم، تهران: سمت
- کریمی، غلامرضا. (۱۳۸۲). «جامعه‌شناسی رفتار سیاسی». ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر. سال دوم، شماره ۱۳
- کلاتری، صمد. (۱۳۸۰). «انتخابات شگفت‌انگیز و گیج‌کننده». فصلنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی. شماره ۲۱۴-۲۱۲.
- کلاتری، صمد. (۱۳۸۰). «تحلیل رفتار انتخاباتی مردم ایران در هفتمین و هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری». فصلنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی. شماره ۱۶۷-۱۶۸.
- کمالی، اکبر. (۱۳۸۲). «بررسی علل نوسانات میزان مشارکت سیاسی مردم اصفهان در دوره‌های ششم، هفتم و هشتم انتخابات ریاست جمهوری». پایان‌نامه، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- گلابچی، محمد. (۱۳۷۵). «تحلیل جامعه‌شناختی از رفتار انتخاباتی کاندیدای دوره چهارم مجلس شورای اسلامی در شهر تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- گولد، جولیس و کولب، ویلیام. (۱۳۹۲). «فرهنگ علوم اجتماعی: باقر پرهام. تهران: انتشارات
- مازیار لعلی، مسعود. (۱۳۷۸). «خاتمی از چه می‌گوید؟ نشر اخلاص.
- مجیدی قهرودی، نسیم. (۱۳۸۰). «بررسی نقش مطبوعات در شکل‌گیری افکار عمومی و ارائه الگویی مناسب با توجه به انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۷۶». رساله دکتری، رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- محمود و همکاران. (۱۳۸۰). «گونه‌شناسی فرهنگ سیاسی دانشجویان شاغل به تحصیل در ایران». مجله علمی - پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان. دوره ۲، شماره ۲۶-۲۷.
- محمودی، عبدالحسین. (۱۳۸۸). «موج بیداری بازخوانی گفتمان انقلاب و دولت‌ها پس از انقلاب اسلامی ایران. تهران: موج اندیشه
- مدنی، سیدجلال‌الدین. (۱۳۹۳). «کلیات حقوق اساسی». تهران: انتشارات پایدار
- معمار، رحمت‌الله. (۱۳۹۱). «جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی». تهران: امیرکبیر
- مقصودی، مجتبی. (۱۳۸۵). «مشارکت انتخاباتی اقوام در ایران، بررسی موردی: انتخابات ریاست جمهوری». فصلنامه مطالعات ملی. دوره ۷، شماره ۴.

- منصور، جهانگیر. (۱۳۷۷). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸ به انضمام اصلاحات و تغییرات مصوب ۱۳۶۸. تهران: دوران
- مهرگان، نادر و عزتی، مرتضی. (۱۳۸۵). «تأثیر متغیرهای اقتصادی بر مشارکت مردم در انتخابات ایران». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ۶، شماره ۱.
- میلبرث، الستر. (۱۳۸۶). مشارکت سیاسی. سید رحیم ابوالحسنی. تهران: نشر میزان
- ناظری، مهرداد. (۱۳۸۴). «رفتار انتخاباتی و گردش نخبگان». نشریه ایران.
- نقیب زاده، احمد. (۱۳۹۶). درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی. تهران: سمت
- Bayat, Asef. (2010). **“Life as politics: How ordinary people change the Middle East”**. Stanford studies in Middle East.
- Brooks, Jean. (2007). **“The Great Exaggeration: why primetime, TV is Alive and well”**. Politically Speaking, Campaigns and Elections, ۲۸(۸).
- CIRCLE. (2018). **What Affects Youth Voting**. CIRCLE (The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement).
- CIRCLE. (2019). **The Gun Violence Prevention Movement Fueled Youth Engagement in the 2018 Election**. CIRCLE (The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement).
- Jonathan M., Tisch. (2019). **Voting with their Wallets: The Largely Untapped Potential of Youth as Political Donors**.
- Mahdavi, Mojtaba. (2006). **“Rethinking, Agency and structure in the study of Democratic Transition: Iranian Lessons”**. University of Western.
- Seth E. Blumenthal. (2015). **Children of the “Silent Majority”: Richard Nixon’s Young Voters for the President**.
- Yukl, G. (2000). **“Influence tactics and leader effectiveness”**. Greenwich: Information Age.

بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مورد مطالعه: دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان)

جابر مولائی^۱

حبیب هاشمی فر^۲

فاطمه هاشمی رئوف^۳

 10.22034/SSYS.2022.1422.1983

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۴/۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۵/۵

هدف مقاله حاضر، بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی - و ابعاد سه گانه آن - بر مدیریت بدن در بین دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان است. از نظریه های بورديو، شيلينگ، مارتين و گانتز استفاده شده است. روش اين پژوهش پيمائشي و ابزار جمع آوري اطلاعات پرسش نامه بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان بود که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۱۸۲ نفر تعیین شد. روش نمونه گیری، طبقه ای متناسب با حجم است. داده ها با استفاده از نرم افزارهای آماری Spss و AMOS توصیف و تحلیل شدند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که بین ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. نتایج حاصل از مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل از

۱- استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Moulaei.J@pnu.ac.ir

۲- کارشناس ارشد جامعه شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

۳- کارشناس علوم اجتماعی، دانشگاه پردیس فرهنگیان، همدان، ایران

● بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مورد مطالعه: دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان)

برازش خوبی برخوردار است و شاخص‌های برازش مدل مقادیر قابل قبولی را نشان می‌دهد. همچنین داده‌های گردآوری شده از نمونه مورد مطالعه با مدل مفهومی پژوهش سازگاری و تناسب لازم را داشت. بنابراین، مدل مفهومی کلی پیشنهادی در این پژوهش مورد تأیید است.

واژگان کلیدی: سرمایه فرهنگی، مدیریت بدن، دانشجویان دختر و همدان.

مقدمه

میشل فوکو^۱، نظریه پرداز اجتماعی فرانسوی از اولین و مهم ترین کسانی است که به بدن به مثابه محصولی اجتماعی و فراتر از عناصر زیستی نگاه می کند. توجه او به تاریخ حرفه پزشکی و پرداختن وی به بدن انسان به عنوان موضوعی که دستمایه اعمال کنترل و مداخله پزشکی قرار می گیرد و نیز تحلیل های وی در مورد نظارتی که توسط دولت، کلیسا و پزشکی بر خصوصی ترین فعالیت های بدنی یعنی امور جنسی انسان اعمال می کرد، به ایجاد تخصص جدیدی در عرصه جامعه شناسی به نام «جامعه شناسی بدن» منجر شد (کوکرها^۲، ۲۰۰۱؛ به نقل از گل بهاری، ۱۳۹۱: ۲). جامعه شناسی بدن، شاخه ای از جامعه شناسی است که ماهیت اجتماعی جسمانیت انسان، تولید اجتماعی بدن، گفتمان های حاکم بر بدن، تاریخ اجتماعی بدن و تعامل پیچیده میان بدن، جامعه و فرهنگ را بررسی می کند. این شاخه از جامعه شناسی که به طور خاص به مفهوم بدنمندی به مثابه پدیده ای اجتماعی، موضوعی نمادین، بازنمود و عاملی برای تخیل می پردازد، همواره به ما یادآوری می کند که کنش های سازنده بافت زندگی روزمره، از ساده ترین اشکال تا پیچیده ترین آن ها، نیازمند دخالت و عامل بدنی هستند (صادقی فسائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۸).

مدیریت بدن به معنای دست کاری مستمر در ویژگی های ظاهری مرئی بدن است و این مفهوم با کمک معرف های مانند انواع عادت ها در لباس پوشیدن، آرایش موی سر، استفاده از پیرایه ها، رژیم غذایی، دست کاری پزشکی، میزان اهمیت دادن به مراقبت های آرایشی و بهداشتی، جراحی زیبایی، کنترل وزن و... نتیجه می شود (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴).

جذابیت و زیبایی جسمانی از جمله موضوعاتی است که در جوامع امروزی استانداردهای جدیدی یافته و از عوامل شکل دهنده روابط افراد به شمار می رود؛ به طوری که مدیریت بدن در دوران مدرن اهمیت بیش تری یافته و رفتارهای مختلف از جمله رژیم های لاغری و وسایل ورزشی و آرایشی گوناگون برای مراقبت از بدن ساخته شده است. برخی از عوامل این تحولات عبارت اند از: سیاسی کردن بدن به دست فمینیست ها، رشد فرهنگ مصرفی، پیدایش فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و حرکت از مدرنیته به سوی مدرنیته متأخر (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۹).

از آنجا که بدن یکی از شاخص های نهایی و بیان های غایی جهان اجتماعی است که در آن قرار داریم، می توانیم بپذیریم که داشتن بدن زیبا نشانه ارزش های اجتماعی و تا حدودی، سازوکار قدرت و کنترل اجتماعی است. لذا در اینجا با چشم اندازی نظری روبه رو هستیم که بر نقش فعال بدن در جهان اجتماعی تأکید می کند. بنابراین، بدن را می توان به عنوان جنبه اساسی خودنمایشی تلقی نمود. مطالعه زیبایی ظاهری و بدن انسانی از مسائل مهم جامعه امروزی است. دلیل این امر آن است که در جوامع پیشامدرن، فرد در جمع مستحیل بود و انتخاب و تغییر شرایط موجود به مانند جوامع مدرن امروزی زمینه ای برای ظهور پیدا نمی کرد. در دوران جدید، افراد در عرصه های تصمیم گیری و مشارکت در شبکه های اجتماعی نقشی مهم دارند. در همین راستا، نظریه های جامعه شناسی نیز از تأکید بر ساختارهای کلان به سوی «خود» و نظریه های خرد تمایل پیدا کردند. براین اساس، مفهوم «کنشگر خلاق و معنا ساز» وارد حوزه مطالعات جامعه شناسی شد.

1. Michel Foucault
2. Cockerham

کنشگری که با سیالت خود، واقعیت‌ها و ساختارهای کلان را آگاهانه می‌سازد (خواجانه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۲).

امروزه جراحی‌های زیبایی یکی از شایع‌ترین اعمال جراحی در سطح جهان می‌باشند و میزان متقاضیان آن رو به فزونی است (موسوی زاده و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۱۸). آمارها نشان می‌دهد در ۲۰ سال گذشته، در جهان شمار مصرف‌کنندگان لوازم آرایشی و متقاضیان عمل‌های زیبایی، ۸۰ درصد بیشتر شده است. اگرچه ایران را به‌عنوان رتبه نخست در جراحی‌های زیبایی می‌شناسند، اما بر اساس گزارش «انجمن بین‌المللی جراحی پلاستیک» (ISAPS) بالاترین میزان جراحی زیبایی با تعداد ۴, ۰۴۲, ۶۱۰ به کشور آمریکا اختصاص دارد. ایران در رتبه بیستم عمل‌های زیبایی جای دارد؛ به‌گونه‌ای که از هر ۱۰۰۰ نفر در ایران، ۶ نفر عمل جراحی انجام می‌دهند. باید توجه داشت که نوع جراحی در کشورهای مختلف، متفاوت است و ایران تنها به لحاظ جراحی بینی در صدر سایر کشورها قرار دارد. بنابراین رایج‌ترین عمل جراحی در ایران در زمینه جراحی بینی است (پریونا، ۲۰۱۸؛ به نقل از اخبار مشرق، ۱۳۹۷).

۸۰ بر اساس آمار «انجمن بین‌المللی جراحی پلاستیک» (ISAPS) میزان تقاضای عمل‌های زیبایی از سوی زنان بیش‌تر است؛ به‌طوری‌که ۸۶/۴ درصد عمل‌های زیبایی مربوط به زنان است (همان). به دلیل سهم حداکثری زنان از کل افرادی که عمل‌های زیبایی روی آنان انجام می‌گیرد، جراحی زیبایی به‌عنوان پدیده‌ای زنانه معرفی شده است (جمالی، ۱۳۹۶).

به نظر می‌رسد در زمینه مدیریت بدن، مطالعات کم‌تری با بهره‌گیری از نظریه سرمایه فرهنگی صورت گرفته است (ابراهیمی و ضیاء پور، ۱۳۹۱: ۱۲۷). سرمایه فرهنگی به‌عنوان یکی از متغیرهای اصلی و تأثیرگذار بر مدیریت بدن به‌عنوان شاخصی ترکیبی، شامل بعد تجسم‌یافته یعنی تمایلات و گرایش‌های ذهنی و روانی افراد به مصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی و بعد نهادی یعنی مدارک و مدارج تحصیلی و علمی فرهنگی افراد است (بورديو، ۱۹۸۶: ۲۴۶؛ به نقل از شعاع و نیازی، ۱۳۹۵: ۶۳). همچنین بررسی تحقیقات قبلی در این حوزه نشان‌دهنده این است که مدیریت بدن یکی از موضوعاتی بوده که بیش‌تر در سال‌های اخیر به آن پرداخته شده است. اما این پژوهش‌ها به‌صورت محدود انجام شده و تقریباً می‌توان گفت که در محیط‌های آموزشی مانند دانشگاه به‌ندرت چنین پژوهشی صورت گرفته است (سلطانی بهرام و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۳). بنا به دلایلی که مطرح شد، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن بر مدیریت بدن در میان دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان همدان است.

یافته‌های پژوهش نادریان جهرمی و پژوهان (۱۳۹۸) با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن» که در بین جوانان ۱۶-۱۸ ساله شهر اصفهان و با روش پیمایشی انجام شد، نشان داد که به ترتیب فرهنگ عمومی بین جوانان، پذیرش اجتماعی، گروه دوستان و همسالان، تبلیغات ماهواره‌ها و رسانه‌ها، گروه‌های مرجع، نارضایتی از بدن، عوامل اقتصادی و سرمایه فرهنگی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن است.

عبدالحسینی و حقیقتیان (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در نوجوانان و جوانان دختر و پسر شهر اصفهان» با استفاده از روش پیمایش، به این نتیجه رسیدند که

بین متغیرهای هویت اجتماعی، هویت دینی، هویت جنسی، سرمایه فرهنگی و سطح تحصیلات با مدیریت بدن رابطه وجود دارد.

احمدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه صورت پذیرفت، دریافتند که میان متغیرهای پذیرش اجتماعی، احساس فشارهای اجتماعی، سرمایه فرهنگی، وضعیت شغلی و تأهل، طبقه اجتماعی و استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و میان متغیرهای دین‌داری و استفاده از رسانه‌های جمعی داخلی با مدیریت بدن رابطه معکوس برقرار است.

شعاع و نیازی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن» به این نتیجه رسیدند که متغیر سرمایه فرهنگی نقش متوسطی در تبیین واریانس مدیریت بدن ایفا می‌کند.

گل‌بهاری (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه صورت پذیرفت، به این نتیجه رسیدند که نتایج حاصل از آزمون‌های همبستگی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، حاکی از وجود رابطه معنادار و مستقیم بین میزان سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن و عدم وجود رابطه معنادار بین تصویر ذهنی از بدن و متغیر وابسته است.

سلطانی بهرام و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در میان دانشجویان دانشگاه تبریز» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه انجام شد، دریافتند که سطح مدیریت بدن در میان دانشجویان در حد متوسط است و بین مدیریت بدن و سرمایه فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

کوهی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه صورت پذیرفت، به این نتیجه رسید که عوامل روان‌شناختی نظیر تصور بدنی، اعتماد به نفس و ایجاد نشاط و شادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی مانند مقایسه اجتماعی بدن، گروه‌های مرجع، سن، تحصیلات، سرمایه فرهنگی، دین‌داری و رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی و عوامل اقتصادی نظیر وضعیت شغلی و سرمایه اقتصادی در مدیریت بدن زنان تأثیرگذار هستند.

ضیاء پور (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن جوان (مطالعه موردی: جوانان شهر گیلان غرب)» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه انجام شد، به این نتیجه رسید که متغیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن بر متغیر مدیریت بدن تأثیرگذار می‌باشند.

ابراهیمی و بهنودی گدنه (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان» که به روش پیمایشی و با استفاده از فن پرسشنامه صورت پذیرفت، دریافتند که مدیریت ظاهر در میان جوانان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها حاکی از آن بود که هرچه میزان سرمایه فرهنگی افراد بیشتر باشد، نحوه مدیریت ظاهر نیز در میان دختران و پسران جوان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از سوی دیگر، نتایج حاصل از جداول توصیفی نشان داد که الگوی رایج مدیریت ظاهر در میان جوانان متأثر از نوگرایی و مؤلفه‌های مرتبط با دنیای مدرن است.

فیتزسیمونز و باردون کان^۱ (۲۰۱۱) طی پژوهش با عنوان «بررسی نظارت بر بدن و نگرانی از وزن و اندام در میان زنان کالج آفریقایی آمریکایی و هندواروپایی» به این نتیجه رسیدند که بین نظارت بدن و نگرانی‌ها درباره شکل و وزن بدن روابط متقابلی وجود دارد و این دو بر یکدیگر تأثیرگذارند؛ به این معنا که افراد با نگرانی بیش‌تر نسبت به ظاهر و وزن خود، به‌طور مداوم بر بدن خود نظارت می‌کنند و در مقابل افرادی که در نتیجه گرایش به استانداردهای فرهنگی بدن، نظارت بدنی مداومی را اعمال می‌کنند، نگرانی بیش‌تری درباره وزن و ظاهر بدن خود دارند.

گروث و همکاران^۲ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «ابعاد موقعیت اجتماعی- اقتصادی مرتبط با شاخص توده بدن و چاقی در میان زنان و مردان دانمارکی» به تعاملات بین ابعاد مختلف و تفاوت‌های جنسیتی پرداختند. نتایج نشان داد بعد آموزش، از ثابت‌ترین ارتباط با شاخص توده بدن و چاقی برخوردار بود و نشانگر اهمیت سرمایه فرهنگی در اهمیت وزنی است. همچنین فزونی مرتبط با وزن بدن برای زنان با شرایط مادی اجتماعی نامساعد مرتبط است، اما این برای مردان صدق نمی‌کند.

۸۲

بررسی پژوهش‌های قبلی در این حوزه نشان‌دهنده این است که مدیریت بدن یکی از موضوعاتی بوده که بیش‌تر در سال‌های اخیر به آن پرداخته شده است؛ اما این پژوهش‌ها به‌صورت محدود انجام شده و تقریباً می‌توان گفت که در محیط‌های آموزشی مانند دانشگاه به ندرت چنین پژوهش‌های صورت گرفته است. در محیط‌های آموزشی و دانشگاهی که افراد با سرمایه‌های فرهنگی متنوع حضور پیدا می‌کنند و به لحاظ وارد شدن در محافل دانشگاهی و امکان استفاده از محصولات فرهنگی (روزنامه، مجلات گوناگون و اینترنت و ...) از نظام فرهنگ علمی بیشتری برخوردارند و بیش‌تر در معرض رفتارهای مدیریت بدن قرار دارند، ضروری است به رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در محیط‌های آموزشی و دانشگاهی پرداخته شود.

همچنین در پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت بدن، از نرم‌افزارهای معادلات ساختاری مانند AMOS برای تحلیل داده‌ها استفاده نشده است.

با توجه به کاستی‌های مطالعات انجام شده، در این پژوهش سعی بر آن است که ضعف‌های موجود تا حدی برطرف گردد و تحقیق با محور تأثیر سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن در بین دانشجو معلمان دختر انجام گردد.

چارچوب نظری پژوهش سرمایه فرهنگی

پیر بوردیو برای اولین بار مفهوم سرمایه فرهنگی (۱۹۹۰) را به کار برده است. مقصود وی از این استعاره، سرمایه‌گذاری‌های طبقه مسلط در بازتولید مجموعه‌ای از نمادها و معانی است که از سوی طبقه تحت سلطه به‌طور غلط درک و درونی شده و آن‌ها را به‌مثابه نمادها و معانی طبقه خود پذیرفته‌اند. طبق این نظریه، سرمایه‌گذاری درکنش‌های آموزشی فرایند بازتولید همچون تعلیم و تربیت قرار دارد که هدف از آن تلقین توده‌ها و درونی کردن ارزش‌های این نمادها و معانی است. به نظر بوردیو، انتخاب راهکارهای سرمایه‌گذاری

1. Fitzsimmons & Bardone-Cone
2. Groth et al.

فرهنگی مناسب در خانواده نقش مهمی در فراگیری بهتر آموزش و اندوخته‌های افراد دارد. به عقیده وی، از بعضی جهات، سرمایه فرهنگی بهترین و مؤثرترین روش انتقال سرمایه موروثی است، زیرا تا حد زیادی به صورت عینی انجام گرفته و بنابراین از کنترل کمتری برخوردار است. از نظر بوردیو، مالکیت سرمایه فرهنگی تنها از سرمایه مادی حکایت نمی‌کند، بلکه ناشی از شرایط خانوادگی یا مدرسه‌ای، تا حدی از سرمایه اقتصادی مستقل عمل می‌کند (بوردیو، ۱۳۸۹: ۱۳۹؛ به نقل از نیازی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰). از نظر بوردیو، سرمایه فرهنگی پابرجاترین و ثابت‌ترین نوع سرمایه است (بوردیو، ۱۹۹۲: ۱۱۹). سه منبع عمده سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو عبارت‌اند از: پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی. تفاوت میزان سرمایه فرهنگی در افراد نیز ناشی از انباشت این نوع سرمایه در دارندگان است (Bourdieu, 1986: 225). این اندیشمند اجتماعی برای سرمایه فرهنگی سه سویه قائل است:

۱. سویه تجسم‌یافته که ترتیبات دیرپای ذهن و بدن را شامل می‌شود؛
۲. سویه عینیت یافته که به صورت کالاهای فرهنگی مانند تصاویر، کتب، کامپیوتر و هنر بروز می‌یابد؛
۳. سویه نهادینه‌شده که از طریق مدارک رسمی و دیگر نشانگرهای پایگاه فرهنگی بازنمایی می‌شود. سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از روابط، معلومات و امتیازات است که کنشگر برای حفظ کردن یا به دست آوردن موقعیتی اجتماعی از آن استفاده می‌کند. بدین ترتیب، سرمایه فرهنگی به عادت واره‌هایی برمی‌گردد که در میدان زندگی استفاده می‌شود تا به حفظ، بازتولید یا ارتقای سرمایه‌های متنوع بینجامد (بقایی سرایی و حق‌شناس، ۱۳۹۵: ۸۱).

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته

این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. درواقع، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمدی است. این همان بخشی است که بوردیو آن را «بعد سرمایه فرهنگی همراه با تولد» می‌نامد که نمی‌توان آن را از راه هدیه، خرید و یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این نوع سرمایه، به صورت آمادگی مداوم ذهن و جسم، تجلی می‌یابد (قاسمی و نامدار جویمی، ۱۳۹۳: ۱۰). این سرمایه می‌تواند با سرمایه‌گذاری زمان در شکل یادگیری افزایش یابد. این سرمایه در فرد عجین شده، نوعی از رفتار فرد می‌شود و بنابراین نمی‌تواند به طور آنی انتقال یابد (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶: ۶۰).

سرمایه فرهنگی عینیت یافته

یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی قرار گیرد. سرمایه فرهنگی عینیت یافته در اشیای مادی، رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و به طور کلی در مادیت آن، قابل انتقال است. لذا کالاهای فرهنگی را می‌توان به صورت مادی تخصیص داد که منجر به سرمایه اقتصادی می‌شود و هم به صورت نمادی که منجر به سرمایه فرهنگی می‌شود (شارع پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۵).

سرمایه فرهنگی نهادی شده

سرمایه فرهنگی نهادی شده، عینیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی است که خارج از دارایی‌های مادی و عینی فرهنگی، سرمایه تجسمی و بیولوژیکی واقعیت پیدا می‌کند (فرجی و فعلی، ۱۳۸۹: ۱۷۱).

ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن

مدیریت بدن به معنای دست‌کاری مستمر در ویژگی‌های ظاهری مرئی بدن است و این مفهوم با کمک معرف‌های مانند انواع عادت‌ها در لباس پوشیدن، آرایش موی سر، استفاده از پیراه‌ها، رژیم غذایی، دست‌کاری پزشکی، میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی و بهداشتی، جراحی زیبایی، کنترل وزن و... سنجیده می‌شود (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴).

بورديو تحليل خود از بدن را به توليد و تبديل سرمايه پيوند مي‌زند. سهم بورديو در مفهوم‌سازي از سرمايه فزيكي نيز تأثير فراواني در رشد جامعه‌شناسي بدن داشته است. بورديو سرمايه بدن را به‌مثابه يكي از انواع فرعي سرمايه فرهنگي، نوعي منبع فرهنگي مي‌داند كه در بدن سرمايه‌گذاري شده است. بورديو معتقد است كه هر كدام از سرمايه‌هاي فرد به‌ويژه سرمايه فرهنگي فرد بر نگرش وي نسبت به بدنش تأثيرگذار است. بورديو همچنين توليد سرمايه فزيكي را درگرو توسعه و گسترش بدن مي‌داند كه به‌موجب آن بدن حاصل ارزش در زمينه‌هاي اجتماعي قلمداد مي‌گردد (حيدر خاني و همكاران، ۱۳۹۲: ۶۲).

صورت‌بندی‌های بورديو برای تلفيق ساختار و عامليت و تبين نحوه بازاندیشي کنشگران در تعريف کيستي‌شان در فضاي اجتماعي با تكيه بر وجوه مختلف سرمايه مي‌تواند در راستاي رابطه سرمايه فرهنگي و مدیریت بدن تحليل شود. مدیریت بدن نيز در فضاي بصري فرهنگ مدرن مي‌تواند به‌عنوان رسانه‌اي هويتي در چارچوب نظم مدرن در تعريف کيستي فرد نقش بسزاي داشته باشد. اين نکته در قالب بحث راهبرد تمايز بورديو قابل بررسي است. در اين زمينه مي‌توان وجوه مختلف رفتارهاي مربوط به مدیریت ظاهر را در ارتباط با مبارزه هاي نماديني ديد كه در فضاي اجتماعي از سوي کنشگران بر اساس حجم تركيب سرمايه‌هاي مختلف برای تثبيت جايگاه و بازتعريف کيستي‌شان صورت مي‌پذيرد (ابراهيمی و ضياء پور، ۱۳۹۱: ۱۴۶).

اندیشه شيلينگ^۱ در مورد پروژه بدن بر دو اصل تكيه دارد: اولين اصل، کاربرد دانش فني در مداخله و تغيير در بدن است. اصل دوم به تعداد مردماني مربوط مي‌شود كه به‌طور فزاينده از اين امر اطلاع مي‌يابند كه با انتخاب نوع خاصي از شيوه زندگي، بدنشان در موقعيت‌هاي مختلفي قرار مي‌گيرد (عباس زاده و همكاران، ۱۳۹۲: ۲۰۱). شيلينگ نيز مانند بورديو بدن را نوعي سرمايه مي‌داند كه از طريق توانايي گروه‌هاي مسلط در معرفي بدن و سبك زندگي ارزشمند و والا تبين و تعريف مي‌شود. وي بدن را پروژه‌اي ناتمام مي‌داند كه طی فرايند مشاركت در جامعه تغيير مي‌يابد و معتقد است مدرنيته متأخر نوعي تفرد سازي بي‌سابقه را در باب بدن خلق کرده است كه بر اساس آن معناها مستور گرديده و بدن به حامل ارزش نمادين مبدل شده است (احمد نيا، ۱۳۸۴: ۱۳۲؛ شعاع و نيازي، ۱۳۹۵: ۶۹). مارتين^۲ معتقد است كه در حقيقت تغيير و اصلاح بدن باعث تصور نوييني از بدن مي‌شود. اصطلاح تصور بدن، توصيف راه‌هايي است كه فرد بدن

1. Shilling

2. Martin

خود را به لحاظ اجتماعی مفهوم سازی کرده، آن را به صورت خودآگاه و ناخودآگاه تجربه می کند. تصور بدنی، پویاست و در طول زندگی فرد شکل می گیرد و پیوسته در حال تجدید شدن است. ایده ها و گفتن های مسلط در بسترهای اجتماعی و فرهنگی که فرد در آن زندگی می کند، در ساخت تصورات بدنی او نقش مهمی دارند. بنابراین، تصورات افراد درباره بدن و سلامتی و بیماری با تحلیل های فرهنگی تعیین می شود (سلطانی بهرام و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۴). بر اساس نظر گانتز، دختران جوان به آن ظواهری از زندگی خود اهمیت می دهند و بر آن نظارت دارند که تحت کنترل و در حوزه قدرت خود دارند. بدن حامل هویت برای آنان است و از طریق کنترل و دست کاری بر آن، ضعف خود در حوزه های دیگر را جبران می کنند (ابراهیمی و ضیاء پور، ۱۳۹۱: ۱۳۸).

بدین ترتیب، فرضیه های پژوهش حاضر به قرار زیر است:

- بین سرمایه فرهنگی نهاده شده و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
- بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
- بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.
- بین ابعاد سرمایه فرهنگی (نهاده، عینیت یافته و تجسم یافته) و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه این پژوهش شامل تمامی ۳۴۴ دانشجو معلم دختر دانشگاه پردیس شهر همدان بود که در زمان انجام تحقیق، در این دانشگاه مشغول تحصیل بودند. این پژوهش در سال ۱۳۹۸ انجام شد و واحد تحلیل در این تحقیق، فرد (دانشجو معلمان دختر دانشگاه پردیس همدان) بود. در این پژوهش از روش نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم استفاده گردید و برای محاسبه حجم نمونه آماری، از فرمول کوکران بهره گیری شد. حجم نمونه پس از محاسبه $n=182$ نفر به دست آمد. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسش نامه بود که پایایی سؤال های پرسش نامه از طریق ۳۰ پرسش نامه توزیع شده در مرحله پیش آزمون و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مشخص شد. مقادیر آلفا در جدول ۱ آورده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS پردازش شده است.

جدول ۱: مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده در مرحله پیش آزمون

متغیرها	مقدار آلفا
مدیریت بدن	۰/۸۵
نگرش نسبت به آرایش	۰/۷۰
لوازم آرایشی - بهداشتی	۰/۸۳
کنترل وزن برای تناسب اندام	۰/۷۰
سرمایه فرهنگی	۰/۷۶
سرمایه فرهنگی نهاده شده	۰/۷۹
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	۰/۷۰
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	۰/۶۹

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته: مدیریت بدن

مدیریت بدن به معنای نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن تعریف می‌شود. مدیریت بدن نه‌فقط شامل تفکر درباره چگونگی قیافه شخصی، بلکه شامل فعالیت‌هایی برای نمایش قیافه و ظاهر نیز می‌شود. هر نوع تفکر و فعالیتی که به خریداری و پوشیدن لباس و نیز فرآیندهای تغییر بدن مانند رژیم‌های غذایی و ورزش و غیره منجر می‌شود، به‌عنوان بخشی از مدیریت بدن در نظر گرفته می‌شود (جعفری، ۱۳۹۵: ۶۳). برای تعریف عملیاتی متغیر مدیریت بدن از ۲۰ شاخص در سه بعد نگرش نسبت به آرایش، لوازم‌آرایی - بهداشتی و کنترل وزن برای تناسب اندام استفاده شده است.

نگرش نسبت به آرایش: از طریق ۹ شاخص، جراحی صورت یا بینی اگر به جوان‌تر و زیباتر شدن کمک کند خوب است، اندام ظریف بیش‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد، آرایش برای زنان میان‌سالی است که اغلب طراوت و شادابی جوانی را ندارند، به نظر من آرایش بیش‌تر مخصوص میهمانی و مجالس است و... سنجیده شده است.

لوازم‌آرایی - بهداشتی: از طریق ۵ شاخص، استفاده از عطر و اودکلن، استفاده از رژ گونه، استفاده از ناخن مصنوعی، استفاده از اپیلاسیون و استفاده از کرم‌های مرطوب‌کننده سنجیده شده است.

کنترل وزن برای تناسب‌اندام: از طریق ۶ شاخص، استفاده از پیاده‌روی، کنترل وزن از طریق رژیم غذایی، کنترل وزن از طریق ورزش و... سنجیده شده است.

متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی و ابعاد آن)

سرمایه فرهنگی همان مصرف کالاها و خدمات فرهنگی است که تحصیلات یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های آن است یا به معنای تصاحب کالاها و اطلاعات فرهنگی است که با معرف‌های مربوط به کتاب و کتاب‌خوانی، فیلم و سینما، تئاتر و موسیقی به متغیرهایی با پنج طیف خیلی کم، کم، تا اندازه‌ای، خیلی زیاد و زیاد سنجیده شده است. بر اساس مطالعات نظری این سرمایه در سه بعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت یافته و نهادی قابل مطالعه است (ضیاء پور، ۱۳۸۹: ۸۹). برای تعریف عملیاتی متغیر سرمایه فرهنگی از ۲۰ شاخص در سه بعد سرمایه فرهنگی نهادی، عینیت یافته و تجسم‌یافته استفاده شده است.

سرمایه فرهنگی نهادی: از طریق ۲ شاخص مدرک تحصیلی پدر و مادر سنجیده شده است. سرمایه فرهنگی عینیت یافته: از طریق ۱۱ شاخص میزان علاقه شما به جمع‌آوری اشیای عتیقه مثل تابلوی نقاشی و عکس چقدر است، شما ماهانه تا چه حد از موزه‌ها، گالری‌ها و نمایشگاه‌ها و فرهنگ‌سراها دیدن می‌کنید، در منزل چه تعداد آثار هنری از قبیل نقاشی، مجسمه و... دارید، کتاب‌های غیردرسی موجود در خانه شما چه تعداد است؟ و... سنجیده شده است.

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته: از طریق ۷ شاخص شما تا چه حدی به زبان‌های خارجی مانند عربی، زبان انگلیسی، فرانسه و غیره تسلط دارید، شما روزانه تا چه حدی وقت خود را صرف گوش دادن به موسیقی می‌کنید، در صورتی که نظرتان با نظر کل گروه مخالف باشد تا چه میزان بر نظر خود اصرار و تأکید می‌کنید؟ و... سنجیده شده است.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

سن پاسخ گویان بر مبنای حداقل سن ۱۸ و حداکثر آن ۲۳ بود. همچنین، ۲۰/۳ درصد پاسخ گویان در رشته علوم اجتماعی، ۶۹/۸ درصد در رشته علوم تربیتی و ۹/۹ درصد در رشته ادبیات تحصیل می کردند. توزیع فراوانی پاسخ گویان از نظر میزان تحصیلات والدین، ۵۱/۱ درصد پدران زیر دیپلم، ۲۴/۷ درصد دیپلم، ۲/۷ درصد فوق دیپلم، ۱۳/۷ درصد کارشناسی و ۷/۷ درصد هم دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. همچنین مطابق یافته های توصیفی ۶۸/۷ درصد مادران زیر دیپلم، ۱۹/۲ درصد دیپلم، ۳/۳ درصد فوق دیپلم، ۴/۹ درصد کارشناسی و ۳/۸ درصد هم دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.

جدول ۲: میانگین، انحراف معیار، بیش ترین و کم ترین نمره آزمودنی ها در متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

شاخص	متغیر	میانگین	انحراف معیار	کم ترین	بیش ترین	تعداد گویه
سرمایه فرهنگی نهاده شده	۳/۵۸	۲/۱۸۰	۲	۱۰	۲	
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	۲۵/۹۲	۵/۵۷۱	۱۵	۳۸	۱۱	
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	۱۹/۴۷	۳/۶۳۵	۱۰	۲۹	۷	
سرمایه فرهنگی	۴۸/۹۷	۸/۷۵۲	۳۳	۷۷	۲۰	
مدیریت بدن	۴۶/۱۹	۱۲/۱۸۱	۲۴	۸۸	۲۰	
نگرش نسبت به آرایش	۱۹/۱۸	۶/۹۶۵	۹	۴۵	۹	
لوازم آرایشی - بهداشتی	۱۵/۱۱	۴/۱۶۲	۵	۲۵	۵	
کنترل وزن برای تناسب اندام	۱۱/۹۰	۳/۹۸۶	۶	۲۴	۶	

همان گونه که در جدول ۲ ملاحظه می شود، میانگین سرمایه فرهنگی نهاده شده برابر ۳/۵۸ و انحراف معیار آن برابر ۲/۱۸۰ است که نشان دهنده میزان پایینی از سرمایه فرهنگی نهاده شده در میان پاسخ گویان است. میانگین سرمایه فرهنگی عینیت یافته برابر ۲۵/۹۲ و انحراف معیار آن برابر ۵/۵۷۱ می باشد که نشان دهنده میزان متوسط سرمایه فرهنگی عینیت یافته در میان پاسخ گویان است. همچنین میانگین سرمایه فرهنگی تجسم یافته برابر ۱۹/۴۷ و انحراف معیار آن برابر ۳/۶۳۵ می باشد که نشان دهنده میزان متوسطی از سرمایه فرهنگی تجسم یافته در میان پاسخ گویان است. میانگین سرمایه فرهنگی برابر ۴۸/۹۷ و انحراف معیار آن برابر ۸/۷۵۲ می باشد که نشان دهنده میزان متوسطی از سرمایه فرهنگی در میان پاسخ گویان است. همچنین میانگین مدیریت بدن برابر ۴۶/۱۹ و انحراف معیار آن برابر ۱۲/۱۸۱ می باشد که نشان دهنده میزان پایین توجه به مدیریت بدن در میان پاسخ گویان است. میانگین متغیر نگرش نسبت به آرایش برابر ۱۹/۱۸ و انحراف معیار آن برابر ۶/۹۶۵ می باشد که نشان دهنده میزان پایین نگرش به آرایش در میان پاسخ گویان است. میانگین متغیر میزان استفاده از لوازم آرایشی - بهداشتی برابر ۱۵/۱۱ و انحراف معیار آن برابر ۴/۱۶۲ است که نشان می دهد پاسخ گویان در سطح پایینی از لوازم آرایشی - بهداشتی استفاده کرده اند. همچنین میانگین کنترل وزن برای تناسب اندام برابر ۱۱/۹۰ و انحراف معیار آن برابر ۳/۲۳۸ است که نشان می دهد پاسخ گویان در سطح پایینی از شاخص های کنترل وزن برای تناسب اندام استفاده کرده اند.

تحلیل استنباطی

فرضیه اول: بین سرمایه فرهنگی نهاده شده و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. جدول ۳: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای دو متغیر سرمایه فرهنگی نهاده شده و مدیریت بدن

مدیریت بدن	کنترل وزن برای تناسب اندام	لوازم آرایشی - بهداشتی	نگرش نسبت به آرایش	متغیرها	
۰/۲۷۶	۰/۲۹۴	۰/۲۴۸	۰/۱۶۶	ضریب همبستگی	سرمایه فرهنگی نهاده شده
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

همان گونه که در جدول ۳ ملاحظه می شود، ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۲۷۶ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون کم تر از ۰/۰۵ شده، فرض صفر مبنی بر تصادفی بودن رابطه میان سرمایه فرهنگی نهاده شده و مدیریت بدن و معنی دار نبودن آن رد می شود و با توجه به مثبت بودن ضریب پیرسون مشخص می شود که هرچه پاسخگویان از میزان بالاتری از سرمایه فرهنگی نهاده شده برخوردار باشند، توجه به مدیریت بدن نیز در بین آنها افزایش می یابد و برعکس. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای هر دو متغیر نشان می دهد که شدت رابطه ضعیف است. در نهایت می توان نتیجه گرفت بین سرمایه فرهنگی نهاده شده و مدیریت بدن در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه دوم: بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. جدول ۴: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن

مدیریت بدن	کنترل وزن برای تناسب اندام	لوازم آرایشی - بهداشتی	نگرش نسبت به آرایش	متغیرها	
۰/۳۳۶	۰/۱۸۵	۰/۳۸۳	۰/۲۵۲	ضریب همبستگی	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

همان گونه که در جدول ۴ ملاحظه می شود، ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۳۶ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون کم تر از ۰/۰۵ شده، فرض صفر مبنی بر تصادفی بودن رابطه میان سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن و معنی دار نبودن آن رد می شود و با توجه به مثبت بودن ضریب پیرسون مشخص می شود که هرچه پاسخگویان از میزان بالاتری از سرمایه فرهنگی عینیت یافته برخوردار باشند، توجه به مدیریت بدن نیز در بین آنها افزایش می یابد و برعکس. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای هر دو متغیر نشان می دهد که شدت رابطه متوسط است. در نهایت می توان نتیجه گرفت بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و مدیریت بدن در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه سوم: بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

جدول ۵: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته و مدیریت بدن

متغیرها		نگرش نسبت به آرایش	لوازم آرایشی - بهداشتی	کنترل وزن برای تناسب اندام	مدیریت بدن
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	ضریب همبستگی	۰/۱۸۷	۰/۳۶۲	۰/۴۳۷	۰/۳۷۳
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

همان گونه که در جدول ۵ ملاحظه می شود، ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۷۳ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ شده، فرض صفر مبنی بر تصادفی بودن رابطه میان متغیرهای سرمایه فرهنگی تجسم یافته و مدیریت بدن و معنی دار نبودن آن رد می شود و با توجه به مثبت بودن ضریب پیرسون مشخص می شود که هرچه پاسخ گویان از میزان بالاتری از سرمایه فرهنگی تجسم یافته برخوردار باشند، توجه به مدیریت بدن نیز در بین آن ها افزایش می یابد و برعکس. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای هردو متغیر نشان می دهد که شدت رابطه متوسط است. در نهایت می توان نتیجه گرفت بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و متغیر مدیریت بدن در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار و مثبتی دارد و این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه چهارم: بین ابعاد سرمایه فرهنگی (نهادینه، عینیت یافته و تجسم یافته) و مدیریت بدن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

جدول ۶: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای دو متغیر سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن

متغیرها		نگرش نسبت به آرایش	لوازم آرایشی - بهداشتی	کنترل وزن برای تناسب اندام	مدیریت بدن
سرمایه فرهنگی	ضریب همبستگی	۰/۲۷۹	۰/۴۵۶	۰/۳۷۳	۰/۴۳۷
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

همان گونه که در جدول ۶ ملاحظه می شود، ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۴۳۷ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ شده، فرض صفر مبنی بر تصادفی بودن رابطه میان متغیرهای سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن و معنی دار نبودن آن رد می شود و با توجه به مثبت بودن ضریب پیرسون مشخص می شود که هرچه پاسخ گویان از میزان بالاتری از سرمایه فرهنگی برخوردار باشند، توجه به مدیریت بدن نیز در بین آن ها افزایش می یابد و برعکس. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای هردو متغیر نشان می دهد که شدت رابطه متوسط است. در نهایت می توان نتیجه گرفت بین متغیر سرمایه فرهنگی و متغیر مدیریت بدن در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد.

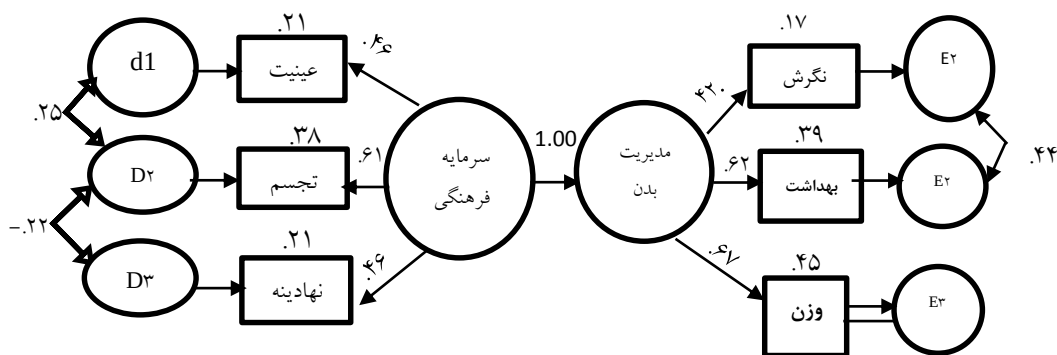
جدول ۷: نتایج حاصله از رگرسیون چند متغیره

شاخص‌ها متغیرها	B	اشتباه استاندارد	Beta	مقدار t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۱۵/۵۰۳	۴/۸۸۷		۳/۱۷۲	۰/۰۰۲
سرمایه فرهنگی نهادینه شده	۰/۳۴۰	۰/۱۶۹	۰/۱۵۶	۲/۰۱۳	۰/۰۴۶
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	۰/۹۲۹	۰/۲۵۰	۰/۲۷۷	۳/۷۲۲	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	۱/۰۵۶	۰/۲۵۰	۰/۱۸۹	۲/۷۰۰	۰/۰۰۸

نتایج مربوط به تحلیل رگرسیون مدیریت بدن با متغیرهای سرمایه فرهنگی نهادینه شده، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی تجسم یافته، (به روش Enter) در جدول ۷ نشان می‌دهد که میزان F محاسبه شده معنی‌دار است ($p < 0/01$). همچنین بر اساس ضریب تعیین محاسبه شده حدود ۰/۲۰۸ از واریانس مربوط به متغیر مدیریت بدن با متغیرهای ارائه شده در مدل، توضیح داده می‌شود. این جدول میزان همبستگی بین متغیرهای مدل و مدیریت بدن را نیز نشان می‌دهد که طبق آن، سرمایه فرهنگی نهادینه شده، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی تجسم یافته معنادار بوده‌اند. بنابراین اطلاعات تحلیل شده حاکی از اهمیت این سه بعد است.

مدل‌سازی معادله ساختاری

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود میزان تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن ۱/۰۰ است که نشان دهنده رابطه مستقیم این دو متغیر است؛ یعنی افزایش میزان سرمایه فرهنگی باعث افزایش میزان متغیر مدیریت بدن در میان دانشجویان می‌شود.



شکل ۱: مدل ساختاری سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن

به‌طور کلی شاخص‌هایی که برای بررسی برازش مدل استفاده می‌شوند، سه دسته‌اند: برازش مطلق، برازش تطبیقی و برازش مقصد. شاخص‌هایی از نوع برازش مطلق نشان می‌دهند که تا چه میزان مدل فرضی پیشنهادی شبیه به مدل مشاهدات است. مقدار این دسته از شاخص‌ها بر اساس ماتریس مانده‌ها، درجه آزادی و تعداد نمونه تعیین می‌شود و از آنجایی که این محاسبه بر اساس مقایسه مدل با مدل‌های دیگر نیست به آن «برازش مطلق» می‌گویند. GFI از جمله شاخص‌های

برازش مطلق هستند. شاخص‌های برازش تطبیقی، نشان‌دهنده موقعیت نسبی مدل بین بدترین برازش (صفر) و بهترین برازش (یک) هستند.

آستانه پذیرش شاخص‌های این گروه برای برازش خوب بالای ۰/۹۰ است. CFI, IFI, NFI از جمله شاخص‌های تطبیقی هستند. شاخص‌های برازش مقتصد، برای مقایسه مدل‌های مختلف با پارامترهای متفاوت استفاده می‌شوند و مقدار آن‌ها برای تصمیم‌گیری روی پذیرش یا رد کردن مدل به کار نمی‌رود و آستانه پذیرشی برای این منظور ندارند. CMIN/DF از جمله شاخص‌های برازش گروه مقتصد است.

جدول ۸: شاخص‌های برازش مدل

شاخص برازش	نام کامل	بازه‌ی قابل قبول	اندازه در مدل	نتیجه
GFI	Goodness-of-fit index	$> 0/90$ قابل قبول	۰/۹۶	غیر قابل قبول
NFI	normed fit index	$> 0/90$ قابل قبول	۰/۹۱	غیر قابل قبول
IFI	incremental fit index	$> 0/90$ قابل قبول	۰/۹۳	قابل قبول
CFI	comparative fit index	$> 0/90$ قابل قبول	۰/۹۳	قابل قبول
CMIN/DF	Minimum discrepancy function by degrees of freedom divided	< 3 خوب < 5 قابل قبول	۳/۵۰۸	قابل قبول

با توجه به نتایج جدول ۸، شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل از برازش خوبی برخوردار است.

جدول ۹: میزان ضرایب غیر استاندارد، استاندارد و آماره t در الگوی معادلات ساختاری

ردیف	مسیرهای اصلی	ضریب مسیر غیر استاندارد	ضریب مسیر استاندارد	T Statistic
۱	سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن	۲/۹۲	۱/۰۰	۳/۵۷۹

جدول ۹ نشان می‌دهد که مسیر اصلی یعنی سرمایه فرهنگی به مدیریت بدن میزان ضریب مسیر استاندارد ۱/۰۰ و قدر مطلق آماره T نیز بیشتر از عدد ۱/۹۶ است. به این ترتیب، این فرضیه یعنی رابطه سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن تأیید می‌شود.

بر اساس این یافته می‌توان گفت که توجه به مقوله مدیریت بدن در بین دانشجویان از اهمیت عمده‌ای برخوردار است. سرمایه فرهنگی سهم مهمی را در تبیین مدیریت بدن دارد و توجه به موقعیت سنی دانشجویان و جنسیت آن‌ها (برای دختران) مهم است و اهتمام بسیاری را از سوی پژوهشگران اجتماعی و متصدیان اجرایی می‌طلبد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن پرداخته است که طی آن دانشجو معلمان دختر دانشگاه پردیس فرهنگیان همدان به عنوان مورد مطالعه در نظر گرفته شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی و ابعاد آن یعنی سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی نهاده شده بر مدیریت بدن تأثیر دارند. با توجه به این که تأکید این تحقیق بر تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن بوده، نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن را تأیید کرده است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت سرمایه فرهنگی به عنوان پارامتری تأثیرگذار در رابطه با مدیریت بدن است؛ یعنی با

افزایش میزان سرمایه فرهنگی در میان پاسخ‌گویان، توجه به مدیریت بدن نیز در بین آن‌ها افزایش می‌یابد و برعکس. با توجه به نظریه بوردیو، در تحلیل این نتیجه می‌توان گفت که هرکدام از سرمایه‌های فرد به ویژه سرمایه فرهنگی او بر نگرش وی نسبت به بدنش تأثیرگذار است. هم چنین وی معتقد است که وجوه مختلف رفتارهای مربوط به مدیریت ظاهر بر اساس حجم ترکیب سرمایه‌های مختلف صورت می‌پذیرد.

همچنین، این فرضیه بر اساس نظریه مارتین که معتقد است ایده‌ها و گفتمان‌های مسلط در بسترهای اجتماعی و فرهنگی که فرد در آن زندگی می‌کند، در ساخت تصورات بدنی او نقش مهمی دارند و تصورات افراد درباره بدن و سلامتی و بیماری با تحلیل‌های فرهنگی تعیین می‌شود، قابل تبیین است. یافته‌های این تحقیق با پژوهش‌های داخلی نادریان جهرمی و پژوهان (۱۳۹۸)، عبدالحسینی و حقیقتیان (۱۳۹۶)، شعاع و نیازی (۱۳۹۵)، ابراهیم نژاد (۱۳۹۲)، گل‌بهراری (۱۳۹۱)، سلطانی و همکاران (۱۳۹۱) و ضیاء پور (۱۳۸۹) و پژوهش‌های خارجی فیتزسیمونز و باردون کان (۲۰۱۱) و گروث و دیگران (۲۰۰۹) همسوست. با توجه به این که در پژوهش حاضر، سرمایه فرهنگی سهم مهمی را در تبیین مدیریت بدن دارد و همچنین لزوم توجه به موقعیت سنی دانشجویان و جنسیت آن‌ها (برای دختران)، اهتمام ویژه پژوهشگران اجتماعی و متصدیان اجرایی ضرورت دارد.

آنچه امروزه بیش از پیش ضرورت دارد، این است که نهادها و سازمان‌های مختلف متصدی در عرصه فرهنگ، برنامه‌ریزی مناسبی برای استفاده افراد از سرمایه‌های فرهنگی ازجمله کتاب، روزنامه‌ها، مجله‌ها، فیلم‌ها، برگزاری نمایشگاه، سخنرانی‌ها و... داشته باشند تا در کارکرد آگاهی بخشی و دادن بصیرت لازم به افراد در مورد چگونگی مدیریت بدن آن‌ها تأثیر مثبتی بر جای بگذارد و از تأثیرهای منفی که می‌توانند بر چگونگی مدیریت بدن داشته باشند تا حد امکان اجتناب شود. از آنجا که این پژوهش در شهر همدان و در بین دانشجوی معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان انجام شده، بنابراین نتایج آن تنها بر آنها قابلیت تعمیم دارد و نمی‌توان آن را به کل کشور تعمیم داد. به علاوه، شمار پژوهش‌هایی که به‌طور جداگانه به بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن پرداخته باشند، بسیار اندک بود و به همین دلیل انجام این پژوهش با دشواری همراه بوده است. با توجه به این که روش این پژوهش از نوع کمی بود، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعد از روش کیفی استفاده شود.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). «بدن به مثابه رسانه هویت». مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ۴، شماره ۴، صص ۷۵-۵۷.
- ابادزی، رزا. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن؛ مطالعه موردی زنان ۱۸ تا ۶۰ سال ساکن شهر ساری». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، دانشکده علوم انسانی، گروه جامعه‌شناسی.
- ابراهیمی، قربانعلی و عباس بهنوئی، گدنه. (۱۳۸۹). «سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان». فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان). دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۷۶.
- ابراهیمی، قربانعلی و ضیاء پور، آرش. (۱۳۹۱). «بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن؛ مطالعه تجربی جوانان شهر گیلان غرب». جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۳، شماره پیاپی (۴۵)، شماره ۱، صص ۱۲۵-۱۴۸.
- ابراهیمی نژاد، عاطفه. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با نوع آرایش زنان ۲۵ تا ۳۵ ساله شهر تهران؛ بررسی مقایسه‌ای مناطق ۲ و ۱۶». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و فرهنگ، رشته مطالعات فرهنگی.
- احمد نیا، شیرین. (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی بدن و بدن زن (فصل زنان). نوشین احمدی و پروانه اردلان. تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان
- احمدی، عزت‌الله؛ عدلی پور، صمد؛ افشار، سیمین و بنیاد، لیلی. (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان دختران و زنان شهر تبریز». پژوهش‌نامه زنان، سال ۷، شماره ۱، صص ۲۹-۵۰.
- بقائی سرابی، علی و حق‌شناس، سمیه. (۱۳۹۵). «تأثیر سرمایه اجتماعی و فرهنگی در مواجهه زنان با رفتارهای غیراخلاقی». پژوهش‌نامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۷، شماره ۱، صص ۷۳-۹۷.
- بوردیو، پی. یر. (۱۳۸۹). شکل‌های سرمایه، سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه. کیان تاج‌بخش. تهران: انتشارات شیرازه
- بی‌نام (۱۳۹۷). «کدام کشورها بیش‌ترین جراحی زیبایی را انجام می‌دهند؟» اخبار مشرق، <https://www.mashreghnews.ir/news/1397/12/07>
- حیدر خانی، هایل؛ حاجی آقایی، لیلا و رحمانی، غلام عباس. (۱۳۹۲). «رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در زنان». فصلنامه زن و فرهنگ. سال ۴، شماره ۱۸، صص ۵۵-۷۰.
- خواجه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۰). «سبک زندگی و مدیریت بدن». فصلنامه علمی - پژوهشی جامعه‌شناسی زنان. سال ۲، شماره ۴، صص ۲۱-۴۸.

● بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن (مورد مطالعه: دانشجو معلمان دختر پردیس فرهنگیان شهر همدان)

- جعفری، فاطمه. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با مدیریت بدن (مورد مطالعه: زنان ۱۵-۴۵ ساله ساکن شهر نورآباد ممسنی)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یاسوج، گروه جامعه‌شناسی.
- جمالی، رامین. (۱۳۹۶). «چرا جراحی‌های زیبایی در ایران طرفداران زیادی دارد؟» سایت سلامت نیوز. ۱۳۹۶/۰۹/۲۱. <http://www.salamatnews.com/news/>
- سفیری، خدیجه و گل‌بهراری، ندا. (۱۳۹۲). «رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن در بین زنان و مردان ۲۰ تا ۵۹ سال ساکن تهران». مطالعات جامعه‌شناختی. دوره ۲۰، شماره ۱، صص ۳۹-۶۵.
- سلطانی بهرام؛ محمدباقر عزیزاده، سعید و کوهی، کمال. (۱۳۹۱). «ارتباط سرمایه فرهنگی با مدیریت بدن در میان دانشجویان دانشگاه تبریز». فصلنامه رفاه اجتماعی. سال ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۸۱-۲۰۵.
- شارع پور، محمود؛ متولیان، صباح و رازقی مله، هادی. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مشارکت شهری (مطالعه موردی: شهروندان شهر ساری)». مجله مدیریت فرهنگی. سال ۱۱، شماره ۳۸، صص ۲۹-۴۶.
- شعاع، صدیقه و نیازی، محسن. (۱۳۹۵). «فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۹، شماره ۱، صص ۶۱-۸۸.
- صادقی فسائی، سهیلا؛ فاضل، رضا و رضایی، حسین. (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مدیریت بدن زنان متولد دهه ۶۰ (مطالعه کیفی زنان شهر همدان)». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره ۵، شماره ۱، صص ۳۷-۶۱.
- ضیاء پور، آرش. (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن جوانان (مطالعه موردی: جوانان شهر گیلان غرب)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- عباس زاده، محمد؛ اقدسی، فرانک؛ کوهی، کمال و سعادت، موسی. (۱۳۹۲). «تأثیر سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سلامت روانی بر مدیریت بدن در بین زنان شهر تبریز». مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. سال ۱۰، شماره ۲، صص ۱۹۷-۲۲۳.
- عبدالحسینی، اشرف و حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۶). «عوامل اجتماعی مؤثر بر مدیریت بدن در نوجوانان و جوانان دختر و پسر شهر اصفهان». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره ۱۶، سال ۷، شماره ۶۷، صص ۲۳۳-۲۷۱.
- کوهی، کمال. (۱۳۹۰). «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان شهر تبریز». پایان نامه دکتری، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی.
- گل‌بهراری، ندا. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد.

- فرجی، لیلا و فعلی، جواد. (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بر میزان مشارکت زنان در سازمان‌های غیردولتی (NGOS)». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. دوره ۲، شماره ۴، صص ۱۶۷ - ۱۹۷.
- قاسمی، یار محمد و نامدار جویمی، احسان. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام)». فرهنگ ایلام. دوره ۱۵، شماره ۴۵ و ۴۴، صص ۷ - ۲۱.
- موسوی زاده، سید مهدی و دیگران. (۱۳۸۸). «ارزیابی گرایش و انگیزه‌های بیماران زن در جراحی‌های زیبایی». مجله پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی. سال ۱۴، شماره ۷۲، صص ۳۱۸-۳۲۳.
- نادریان جهرمی، مسعود و پژوهان، فاطمه. (۱۳۹۸). «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به مدیریت بدن (مطالعه موردی: جوانان ۱۶-۱۸ ساله شهر اصفهان)». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. شماره پیاپی ۲۷، شماره ۴، صص ۱-۱۶.
- نیازی، محسن و کارکنان نصرآبادی، محمد. (۱۳۸۶). «تبیین جامعه‌شناختی سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان». فصلنامه مطالعات ملی. سال ۸، شماره ۳۱، صص ۵۵-۸۰.
- نیازی، محسن؛ سعادت، موسی؛ منتظری خوش، حسن و حاتمی، رقیه. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در بروز رفتارهای پرخطر (مورد مطالعه: جوانان شهر تبریز)». فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی. شماره ۴۲، صص ۱ - ۳۰.
- Bourdieu, P (1992). **An Invitation to reflexive sociology**. University of Chicago press and polity press.
- Bourdieu, P. (1986). **The forms of capital in handbook of theory and research for the sociology of education**. J.G. Richardson (ed). New York: Greenwood Press, 241-258.
- Cockerham, William, C. (2001). **The Blackwell Companion to Medical Sociology**. Oxford: Blackwell Publishers.
- Fitzsimmons, E. & Bardone-Cone, M. A. (2011) **“Downward Spirals of Body Surveillance and Weight/Shape Concern among African American and Caucasian College Women”**.
- Groth. M. V, Fagt. S, Stockmarr. A, Matthiessen. J & Biloft-Jensen, A. (2009). **“Dimensions of Socioeconomic position to Body Mass index and Obesity Danish Woman and Men”**. Scandinavian Journal of Public Health, Vol37, 418-426.

فرا تحلیل مطالعات نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی ایران

لاچین علیزاده^۱

محمد نصیری^۲

 10.22034/SSYS.2022.500

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۹/۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۹

تحقیق حاضر با هدف فراتحلیل مطالعات نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی انجام شد. روش تحقیق از نوع فراتحلیل بود. جامعه آماری شامل همه تحقیقات گزارش شده در زمینه بررسی نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی بود. از بین جامعه آماری، ۱۱ تحقیق که ملاک های ورود به فراتحلیل را دارا بودند، از طریق روش سرشماری به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. تعداد ۱۰۳ فرضیه پژوهشی از تحقیقات نمونه تحقیق استخراج و در سه طبقه عوامل رسانه ای، اجتماعی و گردشگری طبقه بندی و در فرایند فراتحلیل وارد شدند. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده به صورت جداگانه از نرم افزارهای SPSS و CMA2 استفاده شد. نتایج با استفاده از مدل اثرات تصادفی نشان داد که اندازه اثر کلی همه عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی برابر $r=0/277$ است ($p=0/000$). همچنین بر طبق نتایج، اندازه اثر عوامل رسانه ای برابر $r=0/243$ ، عوامل اجتماعی $r=0/347$ و عوامل گردشگری برابر $r=0/225$ به دست آمد که همه اندازه اثرات بر طبق نظر کوهن در حد متوسط ارزیابی شد. از تلویزیون، اینترنت و رسانه های نوین به سبب دسترسی آسان و همچنین برای معرفی پتانسیل های گردشگری و جاذبه های ورزشی یک منطقه می توان بیشترین بهره را برد.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری ورزشی، رسانه، فضای مجازی و فراتحلیل.

۱- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد خوی، دانشگاه آزاد اسلامی، خوی، ایران

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد خوی، دانشگاه آزاد اسلامی، خوی، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Nasiri@iaukhoy.ac.ir

مقدمه

گردشگری امروزه یکی از اقتصادی ترین فعالیت ها در چرخه ملی کشورها محسوب می شود. صنعت گردشگری در سال های اخیر به یکی از بزرگترین صنایع جهان تبدیل شده است؛ به گونه ای که در سال ۲۰۱۵، بیش از ۱۱۸۶ میلیون گردشگر بین المللی در سطح جهان به سفر پرداخته اند که درآمدی در حدود ۱۲۶۰ میلیارد دلار را ایجاد نموده است (دلشاد و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۴). تلفیقی از گردشگری به عنوان بزرگترین صنعت جهان و ورزش به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی یکی از شگفت انگیزترین صنایع خدماتی مدرن را به نام «صنعت گردشگری ورزشی» به وجود آورده است (بیدیسکامب^۱، ۲۰۰۴: ۱۷). گردشگری ورزشی را مسافرت با مقاصد تجاری و غیر تجاری برای مشاهده یا شرکت در فعالیت های مختلف ورزشی تعریف کرده اند (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۸).

براساس پیش بینی سازمان جهانی گردشگری ورزشی درچند سال آینده صنعت گردشگری ورزشی در رأس همه صنایع قرار خواهد گرفت و بزرگترین بخش تجارت جهانی را به خود اختصاص خواهد داد. به همین دلیل امروزه کشورهایی که به مقاصد گردشگری ورزشی شناخته می شوند با تبلیغات گسترده مبنی بر ارائه خدمات فوق پیشرفته ورزشی در کنارگردشگری، جذابیت این مقاصد را افزایش داده اند، چرا که هر گردشگر ورزشی معادل سه گردشگر عادی ارز وارد کشورمیزبان خود می کند. ایران با داشتن فرهنگی کهن، آثار باستانی فراوان، طبیعتی بکر و جذاب و چشمه های آب گرم و آب معدنی سرآمد همسایگان خویش در منطقه است، اما با وجود داشتن چنین امکانات و پیشینه ای تاکنون نتوانسته ایم با برنامه ریزی و سیاست گذاری مناسب نسبت به توسعه زیرساخت های گردشگری ورزشی اقدام و سهم قابل قبولی در توسعه گردشگری ورزشی داشته باشیم (ارمغان، ۱۳۹۱: ۳). در کشورهای صنعتی، گردشگری ۴ تا ۶ درصد و گردشگری ورزشی ۱ تا ۲ درصد از تولید ناخالص ملی را شامل می شود. بسیاری از کشورهای توسعه یافته، با سرمایه گذاری فراوان، این صنعت را به یکی از منابع درآمد اصلی خود تبدیل نموده اند. (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۶۱).

بی شک جذب گردشگر و توسعه گردشگری ورزشی تنها در گرو داشتن جاذبه های گردشگری نیست، بلکه داشتن سیستم رسانه ای و تبلیغات مجازی گردشگری است که باعث توسعه گردشگری می شود. گردشگری ورزشی مدرن نقش گسترده ای در پویایی اقتصادی کشورها بازی می کند، اما لازمه بهره مندی از مزایای گردشگری ورزشی مدرن توجه ویژه به متغیرهای سیستمی رسانه ای و تبلیغات مجازی گردشگری است. رسانه ها با توجه به توانمندی هایی که دارند نقش مهمی را در زمینه سازی برای گسترش یا رکورد فعالیت های مربوط به این بخش ایفا می کنند. رسانه ها قادرند با برنامه ریزی های دقیق و کنترل شده، اندیشه های مردم یک جامعه را شکل دهند و رفتار آنان را به صورت دلخواه سمت و سو بخشند و دیدگاه مورد نظر خود را گسترش دهند. رسانه ها در جهان امروز با اشکال مدرن و مخاطب پسند خود بزرگترین و موثرترین ابزار تولید مفاهیم، تناسبات اجتماعی و به طور کلی پیام رسانان فرهنگ در جوامع هستند.

رادیو، تلویزیون، نشریات و اینترنت و رسانه های مدرن وسایل ارتباطی غیر مستقیم هستند که قدرت جهت دهی، اعمال سلیقه، ذهنیت سازی را دارند و در زمینه گردشگری بسیار می توانند کارآمد ظاهر شوند. رسانه ها و پیشرفت های کمی و کیفی آن در کلیه ابعاد زندگی و توسعه ارتباطات از جوانب مختلف، طایفه داران جنبش اخیر هستند. نتایج تحقیق طولایی و نصرالهی پیرامون تأثیر منابع اطلاعاتی بر تصویر ذهنی از مقصد گردشگری نشان داد که منابع اطلاعاتی گردشگران تأثیر زیادی بر تصویر ذهنی شناختی و عاطفی گردشگران دارد (طولایی و نصرالهی، ۱۳۹۶: ۱۲۱). تقی زادگان در پژوهش خود به بررسی نقش شبکه های اجتماعی آنلاین بر صنعت گردشگری پرداخت. وی با مطالعه محتوای چهار نمونه از سایت های گردشگری آنلاین، سایت ها، وبلاگ ها و یادداشت های شبکه های اجتماعی مرتبط با گردشگری به نقش و نفوذ فناوری اطلاعات و ارتباطات بر گردشگری ایرانی پرداخت و یافته های وی حاکی از آن بود که استقبال کم کاربران، عدم جذابیت طراحی سایت ها، عدم به روزرسانی، موقتی بودن سایت ها به علت نقایص فنی و گاهی توقف موقتی فعالیت هایشان، نبود زبان های چندگانه و در موارد خوشبینانه کاربرد حداقل زبان انگلیسی در آنها، عدم دسترسی آسان به بخش های مختلف سایت، دامنه کم اطلاعات آنها، از مهمترین مشکلات کم کارآمدی فضای مجازی در گردشگری ایران است (تقی زادگان، ۱۳۹۳: ۶).

اکنون گردشگری ورزشی یکی از گونه های رو به رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را جلب می کند. مسابقات ورزشی که با شرکت تیم های مختلف ورزشی و از نقاط مختلف کشور برگزار می شود، یکی از رویدادهایی است که می تواند توجه گردشگران را به خود جلب کند (همتی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۲). تصویر سازی، نیازسنجی و ترغیب و اقناع، آگاه سازی، ارتباطات موثر و بهره گیری از فناوری نوین در حوره رسانه است که بسیاری از کشورها را در زمره برترین مقاصد جذب توریست در جهان قرار داده است (کروبی، ۱۳۹۰: ۱۱۹). روز و اسپگل^۱، توریست ها را از مهم ترین منبع در آمد و اشتغال برای ساکنان محلی می دانند. بیشتر مطالعاتی که در مورد رویدادهای ورزشی انجام گرفته به فواید دائمی و بلند مدت مثل توسعه تسهیلات و زیر بناها، بازسازی شهرها، اعتبار بین المللی، بهبود رفاه عمومی، رشد گردشگری و اشتغال زایی تأکید دارند (روز و اسپگل، ۲۰۱۱: ۶۵۹). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۴ حدود ۵۵ درصد مسافرت های خارج از کشور مردم آلمان و ۵۲ درصد از مسافرت های مردم هلند ورزشی است. در آمریکا درآمد حاصل از رویدادهای گردشگری ورزشی ۲۷ میلیارد دلار در سال برآورده شده است و بیش از ۴۰ درصد مردم آمریکا بیان داشتند در پنج سال گذشته در یک رویداد ورزشی هنگام مسافرت به صورت تماشاگر یا شرکت کننده حضور داشته اند (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۲).

امروزه بسیاری از شهرها از میزبانی رویدادهای ورزشی استقبال می کنند و باعث افزایش تعداد گردشگر به کشور میزبان بازی ها می شوند (گراتون و همکاران^۲، ۲۰۱۲: ۴۱). از این رو، بسیاری کشورها با سرمایه گذاری فراوان اثرات و فوائد این گونه گردشگری را بخوبی جذب و از آن به عنوان منبعی مهم جهت افزایش اشتغال و درآمد، توسعه زیرساخت ها، افزایش وجه و برندسازی

1. Rose & Spiegel
2. Gratton et al.

خود استفاده می کنند (ژنگ و همکاران^۱، ۲۰۱۶: ۲۴۸). در عرصه ورزش هم در میان تمام ابزارهای مورد استفاده، رسانه ها به علت دامنه نفوذ و داشتن نقش هایی چون: فرهنگ سازی، آموزش، اطلاع رسانی و شگردهای تبلیغاتی نقش بسیار مهمی در شکل گیری واقعیت های اجتماعی، هنجارهای جامعه و توسعه صنعت گردشگری دارند (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴). نارانگایاوانا و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی تأثیر رسانه های اجتماعی در ایجاد انتظارات برای مقاصد توریستی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد رسانه های اجتماعی صنعت گردشگری را از الگوی سنتی خود به یک الگوی اطلاعات شدید تبدیل می کنند. گردشگران انتظارات خود را نسبت به مقصد ایجاد می کنند و اعتماد خود را به مطالب دریافت شده ایجاد می کنند (نارانگایاوانا و همکاران^۲، ۲۰۱۷: ۶۳).

بنابراین با شناخت عوامل موثر در گردشگری ورزشی، می توان از ظرفیت رسانه ها و فضای مجازی بیشترین بهره را برای توسعه گردشگری ورزشی برد. در این تحقیق فراتحلیلی با بررسی و تحلیل چندین مقاله که از سال های ۱۳۹۰ تا کنون درباره نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی نوشته و بررسی شده است، به شناخت هر چه بیشتر و بهتر این عوامل می پردازیم. در فراتحلیل ابتدا اطلاعات از منابع اولیه استخراج می شود. سپس با استفاده از روش های آماری با یکدیگر ترکیب می گردد و بالاخره یک کل جدید به دست می آید. در روش های فراتحلیل، پژوهشگر، ویژگی ها و داده های پژوهش های قبلی را به شکل کمی ثبت می کند و بعد با ترکیب نتایج تحقیقات قبلی، به یک نتیجه کلی می رسد (هومن، ۱۳۹۲: ۸).

توسعه گردشگری ورزشی از موضوعات اساسی مطالعات جامعه شناسی و مدیریت ورزشی است. مشکل دیگر این است که نتایج برخی از پژوهش های انجام شده در زمینه توسعه گردشگری ورزشی، کاملاً همسو نیستند. به این دلیل، بررسی آن ها و مقایسه نتایج با یکدیگر به دلایلی کاری دشوار و محال می باشد. تفاوت در روش های تحقیق گوناگون و ابزارهای اندازه گیری متفاوت، موجب می شوند که پژوهشگر نتواند یافته ها را به درستی مقایسه کند و در این حالت پژوهشگر ممکن است نیاز داشته باشد که فرایند بازنگری تصحیح شود، چرا که مطالعه تحقیقات قبلی به شکل کیفی دارای اشکال هایی است. برای نمونه باید گفت که این روش ها ذهنی هستند و پژوهشگر به بررسی پژوهش های قبلی با توجه به ملاک های ذهنی خود می پردازد. دوم این که پژوهشگر در انتخاب نوع ویژگی ها و نکات دچار مشکل می گردد. لذا به یک روش منظم همچون روش فراتحلیل نیاز است تا با استفاده از نتایج پژوهش های قبلی انجام شده، آن ها را مورد تفسیر و ارزشیابی قرار دهد و یک نتیجه کلی به دست آید. فراتحلیل مجموعه ای از فنون نظام دار برای حل تناقض های یافته های به دست آمده از پژوهش های مختلف است. این روش نتایج بررسی های گوناگون را به مقیاس مشترک تبدیل می کند یا به عبارت دیگر با استفاده از روش های آماری، پژوهش های انجام شده را ترکیب می کند. بنابراین فراتحلیل مجموعه ای از روش های آماری است که برای یکپارچه کردن نتایج حاصل از پژوهش های آزمایشی و همبستگی که هر کدام به طور مستقل درباره یک موضوع یکسان انجام گرفته اند، به کار می رود و پیش فرض این است که هر کدام از پژوهش ها برآورد متفاوتی از پارامترهای جامعه و روابط بین متغیرها را نشان می دهند که با تجزیه و تحلیل این یافته ها، برآورد دقیق تری از جامعه به دست می آید (هومن، ۱۳۹۲: ۸). همچنین، میزان اندازه اثر هر یک از متغیرهای توسعه دهنده گردشگری ورزشی مشخص نیست. به

1. Zheng et al.

2. Narangajavana et al.

همین جهت پژوهش حاضر درصدد است با استفاده از روش مرور سیستماتیک و فراتحلیل، وضعیت کلی پژوهش در این زمینه و میزان اثر هر کدام از عوامل را مورد بررسی قرار دهد تا از طریق ترکیب و مقایسه مطالعات منفرد، نتایج کلی و مملوس تری در این زمینه حاصل شود. لذا با توجه به آمارهای موجود و گاهی نتایج غیرهمسو در تحقیقات و مطالعات قبلی و از همه مهم تر نبود فراتحلیل هایی در زمینه نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی، اهمیت و ضرورت تحقیق در این زمینه آشکارتر می شود. این پژوهش با روش فراتحلیل و مقایسه چندین مقاله مرتبط در این حوزه، به بررسی نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی ایران می پردازد.

روش شناسی پژوهش

جامعه آماری تحقیق شامل همه تحقیقات (پایان نامه ها، طرح های پژوهشی و مقالات) انجام شده پیرامون اثربخشی روش های جذب رسانه ای در زمینه گردشگران ورزشی از سال ۹۰ تا زمان اجرای تحقیق حاضر یعنی سال ۱۳۹۸ بود. البته هم تحقیقات چاپ شده و هم چاپ نشده جزو جامعه آماری طرح محسوب می شوند. برای تعیین تحقیقات چاپ شده کلیه بانک های اطلاعات علمی ایران شامل ایران داک، سایت جهاد دانشگاهی، پرتال علوم انسانی، سایت مگ ایران، کتابخانه ملی و همچنین از طریق سایت گوگل و گوگل اسکولار به صورت جستجوی آزاد مورد مطالعه قرار گرفت. کلیدواژه های جستجو در پایگاه های اطلاعاتی اینترنتی شامل اصطلاحات «گردشگری ورزشی»، «توسعه گردشگری ورزشی»، «صنعت توریسم» و «رسانه ها و صنعت توریسم» بودند.

نتیجه جستجو از پایگاه های اطلاعاتی اینترنتی تا آذر ماه ۹۸ بر اساس کلیدواژه های تحقیق به قرار زیر بود:

جدول ۱: تعداد نتیجه جستجو از پایگاه های اینترنتی

تعداد	کلیدواژه	نام پایگاه اطلاعاتی
۱۷	گردشگری ورزشی	جهاد دانشگاهی
۴	توسعه گردشگری ورزشی	
۲۳	صنعت توریسم	
۱۱	رسانه ها و صنعت توریسم	
۱۴	گردشگری ورزشی	مگ ایران
۶	توسعه گردشگری ورزشی	
۴۲	صنعت توریسم	
۱۴	رسانه ها و صنعت توریسم	
۱۳	گردشگری ورزشی	نورمگز
۷	توسعه گردشگری ورزشی	
۳۷	صنعت توریسم	
۱۶	رسانه ها و صنعت توریسم	
۱۹	گردشگری ورزشی	ایران داک
۶	توسعه گردشگری ورزشی	
۲۱	صنعت توریسم	
۸	رسانه ها و صنعت توریسم	
۲۵	گردشگری ورزشی	پرتال علوم انسانی
۸	توسعه گردشگری ورزشی	
۵۹	صنعت توریسم	
۱۶	رسانه ها و صنعت توریسم	
۳۶۶		جمع

همان‌گونه که در جدول ۱ مشخص شده است نتیجه جستجو شامل ۳۶۶ مورد است. پس از شناسایی تحقیقات، مرحله غربال‌گری انجام گردید و تحقیقاتی که شرایط ورود به فراتحلیل را نداشتند، کنار گذاشته شدند. در این مرحله نخست همه تحقیقات تکراری و غیر مرتبط کنار گذاشته شدند.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

حجم نمونه تحقیق حاضر شامل ۱۱ تحقیق است که از بین همه تحقیقات شناسایی شده و موجود انتخاب شدند. در انتخاب نمونه سعی شد، از تحقیقاتی که دارای اعتبار کافی هستند، استفاده شود. داشتن شرایط لازم از نظر روش‌شناسی (برای مثال، فرضیه‌سازی، روش تحقیق مناسب، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری، ابزار اندازه‌گیری، روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری، روش تحلیل آماری و صحیح بودن محاسبات آماری) از جمله ملاک‌های درون گنجی تحقیقات به فراتحلیل بود. علاوه بر این‌ها، سه ملاک اصلی زیر نیز جهت وارد کردن پژوهش‌ها به فراتحلیل مدنظر قرار گرفت: ۱- پژوهش‌ها صرفاً در مورد گردشگری ورزشی باشند؛ ۲- پژوهش‌ها و فرضیه‌های آزمون شده از طریق روش آزمایشی یا شبه آزمایشی، نیمه تجربی و توصیفی انجام شده باشند؛ ۳- اطلاعات لازم برای محاسبه اندازه اثر در هر پژوهشی موجود باشد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده به‌صورت جداگانه از نرم افزارهای CMA21 و SPSS استفاده شد. از نرم افزار CMA2 جهت محاسبه اندازه اثر و ترکیب احتمالات و از نرم افزار SPSS جهت به دست آوردن فراوانی و مقایسه میانگین‌های به دست آمده از اندازه اثر گروه‌های ذکر شده در فرضیه‌ها و سؤالات پژوهش استفاده شد. با استفاده از روش فراتحلیل می‌توان نتیجه همه تحقیقات انجام شده را به یک شاخص استاندارد تبدیل کرد. معمولاً دو شاخص پرکاربرد اندازه اثر شامل شاخص r (رابطه) و شاخص D (کوهن (تفاوت) است (قربانی زاده و نانگیر، ۲۰۱۴: ۲۷). شاخص اندازه اثر r نسبت به شاخص D از انعطاف پذیری بیشتری برخوردار است و تفسیر آن نیز آسان‌تر می‌باشد. لذا در این تحقیق از این شاخص به عنوان اندازه اثر استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

در این بخش نخست ویژگی‌های نمونه تحقیق که شامل تحقیقات انجام شده در زمینه نقش رسانه‌ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی ارائه شده است. به دلیل زیاد بودن مشخصات تحقیقات قبلی، موارد لازم در قالب دو جدول نشان داده شده است. بعد از مطالعه دقیق ۱۱ تحقیق مورد نظر برای این پژوهش فراتحلیل، در جدول ۲ مشخصات توصیفی تحقیقات شامل کد تحقیق، عنوان و نام محققان، سال چاپ، نوع کار (مقاله)، حجم نمونه و روش انجام تحقیق ارائه شده است و در جدول ۳ متغیرهای مستقل در تحقیقات مختلف دسته‌بندی گردید. همان‌گونه که از داده‌های جدول ۲ مشخص است در کل تعداد ۱۱ پژوهش، حائز ملاک‌های درون گنجی فراتحلیل حاضر بودند و در فرایند فراتحلیل قرار گرفتند. اغلب تحقیقات مستخرج از

طرح‌های پژوهشی و پایان نامه های کارشناسی ارشد بودند که به شکل مقاله علمی پژوهشی چاپ شده اند. بازه زمانی تحقیقات از سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۸ می باشد.

جدول ۲: مشخصات توصیفی تحقیقات وارد شده در فراتحلیل

کد تحقیق	عنوان تحقیق، نام محقق، سال انجام تحقیق	روش تحقیق	حجم نمونه
۱	نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان: کیوان انتظامی لاهیجانی و نیما ماجدی، ۱۳۹۸	توصیفی-تحلیلی	۱۵۰
۲	بررسی نقش رادیو و تلویزیون در توسعه گردشگری ورزشی شهر اراک: میلاد اسکندری، حامد کریمی، محمد آمره، وحید صمیمی، ۱۳۹۸	توصیفی-پیمایشی	۳۸۴
۳	نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان: میترا ایران پور مبارکه، ناهید اقیانیا، مریم مختاری دینانی، ۱۳۹۸	توصیفی-پیمایشی	۳۵۰
۴	بررسی نقش تبلیغات رسانه ها در توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان گیلان): سیده صدیقه قاسمی نژادلیچایی و مرتضی رضایی صوفی، ۱۳۹۷	توصیفی-تحلیلی	۳۶۲
۵	نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی: مجید جاوید و حسن اسدی، ۱۳۹۶	توصیفی-پیمایشی	۳۰۶
۶	ارزیابی نقش و عملکرد رسانه ها بر توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی: مصطفی میرآبادی، ملیحه گل زاده و احمد کریمی، ۱۳۹۷	توصیفی-همبستگی	۱۰۶
۷	نقش رسانه تلویزیون در توسعه گردشگری ورزشی کشور: بهنام نقی پور گویی، مجید جاوید، مسعود ایمان زاده، مریم ملایی، زهرا سپهری، ۱۳۹۴	توصیفی-پیمایشی	۲۶۷
۸	نقش رسانه های جمعی در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی: حسن اسدی، محمود گودرزی و مجید جاوید، ۱۳۹۲	توصیفی-پیمایشی	۲۶۷
۹	بررسی نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری شهر ساری: ماچک پشته، اسدالله دیوسالار، مصطفی معلمی و سیدحمید حسینی، ۱۳۹۲	توصیفی-پیمایشی	۲۶۴
۱۰	نقش اینترنت و رسانه های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی: مجید جاوید، حسن اسدی، محمود گودرزی، احسان محمدی ترکمانی، ۱۳۹۱	توصیفی	۲۱۷
۱۱	نقش رسانه های جمعی در فرهنگ سازی و ایجاد انگیزه برای شرکت در برنامه های گردشگری ورزشی: صمد گودرزی، مجید جاوید، محمد حیدری، علی صابری، میثم قنبری، ۱۳۹۲	توصیفی-پیمایشی	۲۶۷

در این ۱۱ تحقیق تعداد ۱۰۳ فرضیه پژوهشی مورد آزمون قرار گرفته بود که نتایج همه آنها استخراج و مورد تحلیل قرار گرفتند. در ۱۰۳ فرضیه استخراج شده متغیر وابسته شامل توسعه گردشگری و متغیر مستقل شامل انواع متغیرهای دیگر نظیر نقش رسانه ها و فضای مجازی، بازاریابی، فرهنگ سازی و ایجاد انگیزه، امنیت، نقش رسانه ها و فضای مجازی و غیره بود که همه این متغیرهای مستقل در تحقیقات مختلف همسان بودند. در مرحله بعد، به دسته بندی فرضیه ها پرداخته شد که سه دسته متغیرهای رسانه ای شامل رتبه بندی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و رسانه های نوین، متغیرهای اجتماعی شامل تاثیر رسانه در بازاریابی، ایجاد امنیت، فرهنگ سازی، آموزش نیروی انسانی در گردشگری ورزشی و متغیرهای گردشگری شامل مدیریت، هماهنگی، بستر سازی گردشگری، معرفی جاذبه ها و... می باشند.

جدول ۳: دسته بندی متغیرهای مستقل در تحقیقات مختلف

کد متغیر	نام متغیر مستقل	تعداد	شامل
۱	متغیرهای رسانه ای	۲۷	رتبه بندی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت...
۲	متغیرهای اجتماعی	۳۹	بازاریابی، فرهنگ و امنیت و نیروی انسانی ...
۳	متغیرهای گردشگری	۳۷	مدیریت، هماهنگی، بستر سازی گردشگری...
جمع	-	۱۰۳	

● فراتحلیل مطالعات نقش رسانه ها و فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی ایران

همان گونه که مشاهده می شود متغیرهای اجتماعی با ۳۹ مورد بیشترین فرضیه را دارد. در رده دوم متغیرهای گردشگری با ۳۷ مورد و در رده سوم متغیرهای رسانه ای با ۲۷ مورد قرار دارند. طبق جدول ۴، انواع مختلفی از آزمون های آماری جهت آزمون فرضیه ها مورد استفاده قرار گرفته اند. در جدول زیر فراوانی آزمون های آماری مورد استفاده نشان داده شده است:

جدول ۴: فراوانی آزمون های آماری مورد استفاده در تحقیقات

نوع آزمون	تعداد
آزمون تی تک نمونه ای	۱۹
آزمون فریدمن	۸۳
آزمون تی دو گروه مستقل	۱
جمع	۱۰۳

همان گونه که مشاهده می شود از انواع آزمون های آماری مختلف استفاده شده است. در فراتحلیل همه آزمون های آماری اغلب به یک شاخص استاندارد r یا d تبدیل می شوند.

۱۰۴

یافته های استنباطی

● سوال اول پژوهش: اندازه اثر کلی در زمینه تاثیر رسانه ها بر توسعه گردشگری ورزشی چقدر است؟

جدول ۵: اندازه اثر کلی، فاصله اطمینان و معناداری تحقیقات وارد شده به فراتحلیل

مدل	تعداد مطالعات	نقطه تخمین	حد پایین	حد بالا	مقدار z	مقدار p
مدل	تعداد	نقطه تخمین	حد پایین	حد بالا	مقدار z	مقدار p
ثابت	۱۰۳	۰/۳۷۱	۰/۳۶۴	۰/۳۷۸	۹۲/۹۲۴	۰/۰۰۰
تصادفی	۱۰۳	۰/۳۷۷	۰/۲۲۰	۰/۳۳۲	۹/۲۲۲	۰/۰۰۰

نتایج جدول ۵ نشان می دهد که اندازه اثر کلی تحت مدل ثابت با شاخص r برابر ۰/۳۷۱ و تحت مدل اثرات تصادفی برابر ۰/۲۷۷ و با شاخص d کوهن به ترتیب برابر ۰/۷۳۵ و ۰/۴۱ است. مقدار Z متناظر با هر دو مدل به ترتیب برابر ۹۲/۹۲۴ و ۹/۲۲۲ که هر دو مقدار در سطح ۰/۰۰۱ معنادار هستند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که به طور کلی متغیرهای تعیین شده به طور معناداری بر توسعه گردشگری ورزشی موثر بوده اند و میزان تاثیر بر اساس طبقه بندی کوهن در حد متوسط ارزیابی می شود (جدول ۶).

جدول ۶: نتایج آزمون d کوهن جهت ارزیابی اثر

اندازه اثر	کوهن d (واحد انحراف استاندارد)	R
کوچک	۰/۲	۰/۱
متوسط	۰/۵	۰/۳
بزرگ	۰/۸	۰/۵

● سوال دوم پژوهش: میزان اندازه اثر هر کدام از متغیرهای موجود در تحقیقات چقدر است؟

ابتدا جهت بررسی همگنی تحقیقات وارد شده به فراتحلیل از نتایج جدول ۷ (آزمون Q) استفاده می شود:

جدول ۷: نتایج آزمون Q جهت بررسی همگنی

مقدور I	سطح معناداری	درجه آزادی (Q)	
۹۸/۰۴۶	۰/۰۰۰	۱۰۲	۵۲۲۰/۸۷۰

مقدار آزمون Q در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است و این نتیجه نشان می دهد که تحقیقات وارد شده به فراتحلیل همگن نیستند و فرض همگونی بین تحقیقات رد می شود. لذا می توان نقش متغیرهای تعدیل کننده را مورد مطالعه قرار داد. با توجه به این که تعداد فرضیه های استخراج شده از ۱۱ مطالعه اصلی تقریباً زیاد (۱۰۳ مورد) است، ناهمگن بودن نتایج طبیعی است. از سوی دیگر، تعدد عوامل مطالعه شده درباره تاثیر رسانه ها بر توسعه گردشگری ورزشی نیز از دلایل دیگر این ناهمگنی است. برای محاسبه اندازه اثر انواع متغیرهای مطالعه شده در ۳ مقوله (طبق جدول ۸) دسته بندی شده و نتایج حاصل از محاسبه فراتحلیل با روش اثرات تصادفی در جدول زیر گزارش شده است:

جدول ۸: اندازه اثر انواع متغیرهای مستقل به تفکیک نوع متغیر

کد متغیر	نوع متغیر	تعداد	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z مقدار	P مقدار
۱	متغیرهای رسانه ای	۲۷	۰/۲۴۳	۰/۱۷۷	۰/۳۰۸	۶/۹۵۹	۰/۰۰۰
۲	متغیرهای اجتماعی	۲۹	۰/۳۴۷	۰/۲۴۹	۰/۴۳۷	۶/۶۱۶	۰/۰۰۰
۳	متغیرهای گردشگری	۳۷	۰/۲۲۵	۰/۱۶۸	۰/۲۸۱	۷/۵۵۲	۰/۰۰۰

نتایج جدول ۸ حاکی از آن است که متغیرهای اجتماعی با اندازه اثر ۰/۳۴۷ بیشترین اندازه اثر را در بین انواع متغیرهای مستقل گردشگری که باعث توسعه گردشگری ورزشی می شود، به خود اختصاص داده است. بنابراین می توان گفت که طبق نتایج فراتحلیل حاضر موثرترین متغیر در توسعه گردشگری ورزشی می باشد. متغیرهای رسانه ای با اندازه اثر ۰/۲۴۳ در ردیف دومین متغیرهای تاثیرگذار و متغیرهای گردشگری نیز با اندازه اثر ۰/۲۲۵ در ردیف سومین متغیرهای تاثیرگذار بر گردشگری ورزشی می باشند.

بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق حاکی از آن است که به طور کلی عوامل مورد بررسی محققان به طور معناداری بر توسعه گردشگری ورزشی موثر بوده و اندازه اثر محاسبه شده با استفاده از مدل اثرات تصادفی برابر ۰/۲۷۷ و با شاخص d کوهن به ترتیب برابر ۰/۴۴ است که میزان تاثیر بر اساس طبقه بندی کوهن در حد متوسط ارزیابی می شود. کشور ایران به دلیل دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ویژه و همچنین داشتن پتانسیل های طبیعی لازم، از جمله غنی ترین کشورهای دنیاست که توان جذب گردشگران بسیاری را دارد. یکی از حوزه های مهم گردشگری در ایران که بنا به شرایط مختلف می تواند به عنوان یک منبع درآمد عظیم مورد توجه ویژه قرار گیرد، گردشگری ورزشی است. ایران از نظر آب و هوایی نسبت به تمامی کشورهای منطقه و بعضی دیگر از نقاط جهان مزیت کلی دارد. زمانی که در کشورهای عربی، گرمای طاقت فرسایی حاکم است و یا در اروپا

برف سنگینی باریده، مناطقی در ایران وجود دارد که از لحاظ آب و هوایی بسیار مساعد و دلپذیر و آماده پذیرایی از تیم‌های ورزشی جهت برپایی اردوهای ورزشی می‌باشد.

با اشاره به برنامه پنج ساله چهارم که مقرر گردیده باید سالانه ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر گردشگر جذب ایران شوند، با یک برنامه‌ریزی دقیق و اصولی توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و همچنین وزارت ورزش و جوانان و دیگر دستگاه‌های مسئول می‌توان بخش عظیمی از این گردشگران را از طریق گردشگری ورزشی جذب نمود (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۴).

در عصر حاضر نقش اینترنت در زندگی روزمره مردم و آسان سازی فعالیت های تجاری سازمان‌ها و کسب و کارها در حال افزایش است و در این میان داشتن یک وب سایت برای کلیه فعالیت های سازمان های دولتی و خصوصی فعال در عرصه های گردشگری (بخش آژانس های خدمات مسافرتی، هوایی، جهانگردی و زیارتی، بخش اماکن اقامتی، مجتمع های گردشگری و تفریحی، شرکت های حمل و نقل گردشگر، شرکت های تورگردان، سازمان های دولتی و بین المللی و راهنمایان تور) امری کاملاً ضروری به نظر می رسد، زیرا این امر زمینه تعامل ساده و ارزان با مشتریان، کارگزاران و سایر متقاضیان خدمات گردشگری را فراهم می‌سازد (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲: ۵۷).

صنعت گردشگری در زمینه فناوری اطلاعات در ایران بسیار بی برنامه و بی منطق عمل نموده و نتوانسته چرخ خود را در این مدار با سرعت لازم به گردش درآورد و از منافع این فناوری جهانی جهت بستر سازی آینده و توسعه و اصلاح خود چنان که شایسته است بهره جوید. تلفیق دو پدیده گردشگری و فن آوری اطلاعات که امروزه از فعالیت های مهم جهان در ایجاد درآمد به شمار می‌آید، به لحاظ خلق فرصت های شغلی در ایران روتق چندانی نداشته که این خود ضعف عمده‌ای به شمار می آید (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۴: ۵).

در بررسی متغیرهای مستقل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری، نتایج نشان داد که متغیرهای گردشگری با اندازه اثر ۰/۲۲۵ کمترین تاثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران دارند. متغیرهای گردشگری شامل مدیریت، هماهنگی، بستر سازی گردشگری، معرفی جاذبه های گردشگری و... می باشد. امروزه مدیریت صنعت پیچیده ای چون صنعت توریسم، تنها محدود به یک ساختار متمرکز، یک سازمان، یک وزارت خانه یا یک هیئت مدیره نیست، بلکه کلیه اقشار جامعه به نوعی در مدیریت چنین سازمان هایی در گیر و سهیم می باشند و تنها با مشارکت این گروه و تمامی مصرف کنندگان و ارائه دهندگان خدمات است که می توان پویایی و هماهنگی این صنعت را در سطح کلان تضمین کرد. نظام های اطلاع رسانی نقش بارزی را در این زمینه ایفا می‌نمایند و اصولاً اگر به جامعه، اطلاعات مورد نیاز داده نشود، آیا می توان انتظار داشت که در تحقق اهداف صنعت توریسم و گردشگری مشارکت لازم را داشته باشد؟

هر صنعت و سازمانی که چون قلعه ای تسخیر ناپذیر، خود را در حصارها پیچیده باشد، دارای سیستم و مکانیسمی است که هر گونه مشارکتی را دفع می‌کند و هر نوع مداخله ای را غیر مجاز می شمارد، اما توریسم و گردشگری به عنوان یکی از بخش های جامعه که با تمامی اقشار تماس مستقیم دارد، دارای ساختاری کاملاً انعطاف پذیر است و به دلیل مواجهه همه روزه با تغییر و تحولات گسترده ای که در سطح دنیا روی می دهد، نیاز به مشارکت تمامی گروه های ذینفع، در انطباق با شرایط جدید دارد تا به این ترتیب بتواند از هر نقطه ضعف یا نقطه قوت و از هر تهدید یا فرصتی به نفع خویش بهره ببرد (ارمغان، ۱۳۹۱: ۱۴).

بر اساس مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری برخاسته از آن انجام گرفته است از رویدادهای ورزشی و گردشگری به عنوان عاملی برای بالابردن کیفیت زندگی ساکنان، بهبود اقتصاد و افزایش غرور و روحیه در جامعه نام برده شده است. برای ایران که در فکر خروج از مشکل اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی و مشکل اشتغال است، صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از گزینه‌های مناسب مطرح باشد (ژنگ و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۴۸).

بررسی اثرات اقتصادی گردشگری ورزشی در جامعه میزبان، اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی ساکنان منطقه و مسئولان درباره این اثرات، می‌تواند هم موجب برنامه‌ریزی بهتر و دقیق‌تر از طرف مسئولان شود و هم حمایت‌های جامعه میزبان را در پی داشته باشد که این امر نیز به نوبه خود باعث افزایش گردشگر ورزشی در جامعه میزبان و توسعه اقتصادی جامعه میزبان می‌شود.

لازم است که به برخی از راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی اشاره شود که عبارت‌اند از: توسعه راهبرد برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی در مناطق دارای ظرفیت گردشگری ورزشی تفریحی، ایجاد سایت‌های مخصوص گردشگری ورزشی تفریحی در مناطق مختلف کشور، تدوین سایت‌های اینترنتی جهت تبلیغ و بازاریابی جاذبه‌های ورزشی تفریحی، تدوین نظامی جهت جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در گردشگری ورزشی تفریحی، تدوین و اجرای نظامی جامع جهت آنالیز و ارزیابی مداوم فوائد مختلف گردشگری ورزشی تفریحی برای کشور، معرفی صنعت گردشگری ورزشی تفریحی به جامعه با انجام تبلیغات و بازاریابی در این زمینه، ایجاد نظامی جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی تفریحی در حاشیه رویدادهای ورزشی، پرورش نیروهای متخصص مدیریتی در بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری ورزشی و تدوین نظام جامع خصوصی‌سازی گردشگری ورزشی با توجه به سیاست‌های اصل ۴۴ (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲).

در مجموع با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری و ورزش کشور باید اهتمام لازم را در جهت توسعه و بالندگی این صنعت از خود نشان دهند. در این میان از تعامل آگاهانه و سازنده‌ای که باید میان بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مختلف موثر و ذینفع در توسعه گردشگری ورزشی وجود داشته باشد، نباید غافل ماند (ملک زاده، ۱۳۸۹: ۳۸).

همچنین در بررسی متغیرهای مستقل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری، نتایج نشان داد که متغیرهای اجتماعی با اندازه اثر ۰/۳۴۷ بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی تاثیر دارند. متغیرهای اجتماعی شامل تاثیر رسانه در بازاریابی، ایجاد امنیت، فرهنگ سازی، آموزش نیروی انسانی در گردشگری ورزشی و... می باشد. رامونا و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، ایرانپور و همکاران (۱۳۹۸) و جاوید و اسدی (۱۳۹۶) نیز در یافته‌های خود اینترنت و رسانه‌های نوین را در دنیای مدرن امروزی به دلیل دسترسی سریع و آسان از همه جای دنیا پر اهمیت ترین ابزار بازاریابی گردشگری معرفی می کنند. هدف از بازاریابی گردشگری شناسایی و پیش بینی نیازهای گردشگران و فراهم آوردن امکانات و ایجاد انگیزه بازدید در آنهاست که این امر موجب تأمین رضایت گردشگران و مشتریان این صنعت خواهد شد (امین بیدختی و نظری، ۱۳۸۸: ۳).

یکی از عوامل بسیار مؤثر در بازاریابی گردشگری، تبلیغ و اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌های جمعی می باشد. رسانه‌ها با داشتن نقش‌هایی چون: فرهنگ سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و

ایجاد مشارکت اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی نقش تعیین کننده ای دارند. رسانه ها مسئول بخش اعظمی از مشاهدات و تجربه هایی اند که ما از طریق آن ها درک خود را نسبت به جهان پیرامون و نحوه عملکرد آن سامان می بخشیم. در واقع، بخش عمده ای از نگرش ما به دنیا، ریشه در پیام های رسانه ای دارد که از پیش ساخته شده اند (مهدویان مشهدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۷).

یوهیوتو^۱ نیز مزایای صنعت گردشگری با استفاده از اینترنت را شامل مواردی از قبیل دسترسی جهانی به اطلاعات، سهولت بروز رسانی اطلاعات و قابلیت بیشتر در رسیدن اطلاعات به مخاطبان هدف می داند (یوهیوتو، ۲۰۱۱).

سازمان های فعال در زمینه بازاریابی گردشگری ورزشی باید خود را با تغییرات سریع این صنعت سازگار نمایند تا در بازار رقابتی بتوانند جایگاه خود را حفظ کنند. این امر لزوم استفاده هرچه بیشتر از پایگاه های اطلاعاتی، سیستم های جامع مدیریت اطلاعات و اینترنت را برای سازمان های مورد نظر نشان می دهد. فناوری اطلاعات و ارتباطات به واسطه ایجاد محیط اطلاعاتی برای هریک از مؤسسات توریستی و ایجاد ساختار اطلاعاتی متمرکز در بازاریابی گردشگری تأثیرگذار بوده است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷).

همچنین اینترنت به لحاظ سطح دسترسی جهانی، دسترسی ۲۴ ساعته و قابلیت تغییر زبان آن به زبان های مختلف می تواند در امنیت در گردشگری و گردشگری ورزشی نقش مهمی ایفا کند. گردشگران به راحتی می توانند درباره امنیت در مقصد گردشگری شان به وسیله اینترنت و رسانه های نوین اطلاعات زیادی را به دست آورند که می تواند تصمیم آنها را برای سفر کردن به آن مقصد تغییر دهد. براساس این یافته و همچنین با توجه به اینکه یکی از موانع بزرگ بر سر راه صنعت گردشگری در ایران، دیدگاه منفی برخی گردشگران خارجی در زمینه وضعیت امنیت عمومی در ایران است، به وسیله این رسانه می توان نسبت به آشنا کردن آنان با واقعیت امنیت در ایران اقدام کرد - متعاقب آن، تغییر نگرش گردشگران خارجی موجب توسعه این صنعت خواهد شد (جاوید و اسدی، ۱۳۹۶: ۳۷). محسنی (۲۰۰۹) نیز در یافته های خود اینترنت را از مهم ترین رسانه ها در بازنمایی امنیت از مقاصد گردشگری بیان کرده است.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که متغیرهای رسانه ای با اندازه اثر ۰/۲۴۳ بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیر دارند. متغیرهای رسانه ای شامل رتبه بندی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و رسانه های نوین می باشد. در پژوهش جاوید و اسدی (۱۳۹۶) اغلب پاسخ دهندگان به ترتیب تلویزیون و اینترنت و رسانه های نوین را نسبت به سایر رسانه ها برای توسعه گردشگری ورزشی ترجیح می دهند و به نظر می رسد هدف از استفاده از این رسانه ها را کسب اطلاعات و ارتباط با جهان اطراف می دانند. تلویزیون، اینترنت و رسانه های نوین ازجمله ماهواره ها و شبکه های اجتماعی که به شکل بصری هستند، در ایجاد ذهنیت بسیار مؤثرتر از سایر رسانه ها عمل می کنند و جذابیت برنامه های ارائه شده از طریق این رسانه ها در توسعه گردشگری ورزشی بیشتر است. مستندات، اخبار، فیلم ها و... درباره جاذبه ها و رویدادهای ورزشی و به طور کلی ویژگی های مقصد گردشگری می تواند در ایجاد انگیزه سفر در گردشگری ورزشی مناسب باشد.

با توجه به نتایج پژوهش محققان مختلف، به لحاظ دسترسی راحت تر و بیشتر قشرهای مختلف یک جامعه، می توان از تلویزیون برای بازاریابی و ایجاد انگیزه در گردشگران ورزشی داخلی بهره برد (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۸) و از اینترنت و رسانه های نوین، به سبب دسترسی جهانی به آن و امکان استفاده از آن در زمان های دلخواه برای امنیت و شناساندن پتانسیل و جاذبه های ورزشی یک منطقه برای گردشگران خارجی بیشتر بهره گیری کرد. همچنین در پژوهش جاوید و اسدی، اغلب پاسخ دهندگان معتقدند رادیو در مقایسه با رسانه های دیگر کمترین نقش را در توسعه گردشگری ورزشی دارد و اذعان دارند با تهیه و پخش برنامه های رادیویی در زمینه های امکانات، توانمندی ها و جاذبه های گردشگری، رویدادهای ورزشی و ورزش های بومی محلی، ظرفیت هتل های کشور، مصاحبه با مسئولان، سرمایه گذاران و پرداختن به مشکلات گردشگری ورزشی، وضعیت مسیرهای حمل و نقل اعم از پروازها، خطوط زمینی و ریلی و... می توان به توسعه گردشگری ورزشی کمک کرد (جاوید و اسدی، ۱۳۹۶).

با توجه به نتایج به دست آمده از این پژوهش می توان اظهار داشت که برای توسعه گردشگری ورزشی، مولفه های مختلفی باید در نظر گرفته شوند؛ مولفه هایی مانند تبلیغات، بازاریابی، شناخت قابلیت ها و معرفی جاذبه ها، تغییر نگرش در افکار عمومی، توجه به فرهنگ و تقویت اقتصاد ورزشی، توسعه زیرساخت ها و اماکن و غیره.

رسانه ها در ارائه تصاویر واقعی و غیرواقعی از مناطق، به دلیل قابلیت های گسترده در جذب مخاطب انبوه و توانایی شکل دهی به افکار عمومی، نقش مهمی را ایفا می کنند. همچنان که تصویر سازی از مکان ها و کشورهای مختلف و شکل دهی به تصورات جغرافیایی، برای افراد اهمیت زیادی دارند، تصوراتی که مردم جهان از یک منطقه یا کشور خاص دارند، می تواند از طریق اشکال فرهنگ عامه در رسانه ها مانند فیلم ها، تلویزیون، شکل داده شود. گردشگران از طریق مفاهیم اخذ شده از ارتباطات رسانه ای و میان فردی که در زندگی روزمره با آن مواجه اند، تحریک می شوند و تحت تأثیر قرار می گیرند. به هر حال، تعامل بین رسانه ها و فضای مجازی با گردشگری ورزشی فرصت هایی را برای کسب آگاهی هایی عمیق در مورد الگوهای مصرف گردشگران فراهم می کند که این امر به نحوی غیر قابل اجتناب، شیوه و ساز و کار تولید انواع کالا و خدمات برای جلب هر چه بیشتر آنان را شکل می دهد. در نتیجه، رسانه ها و فضای مجازی مربوط به گردشگری ورزشی حوزه مطالعاتی به شمار می روند که به طور برجسته آگاهی ما را از فرایندها و کارکردهای گردشگری ورزشی افزایش می دهند.

منابع

- ارمغان، سیمین. (۱۳۹۱). «بسترسازی امنیت گردشگری در استان سیستان و بلوچستان». همایش شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافت‌ها، ۳۰ و ۳۱ فروردین، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- اسکندری، میلاد؛ کریمی، حامد؛ آمره، محمد و صمیمی، وحید. (۱۳۹۸). «بررسی نقش رادیو و تلویزیون در توسعه گردشگری ورزشی شهر اراک». نشریه تحقیقات کاربردی علوم ورزشی، آموزشی بدون مرز. صص ۱۰۶-۱۱۹.
- اصفهانی، نوشین؛ گودرزی، محمود؛ اسدی، حسن؛ سجادی، نصراله و اسمیت، استفین. (۱۳۸۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۵۹-۱۷۵.
- امین بیدختی، علی اکبر و نظری، ماشالله. (۱۳۸۸). «نقش بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری». چشم انداز مدیریت. دوره ۹، شماره ۳۲، صص ۴۹-۶۸.
- انتظامی لاهیجانی، کیوان و ماجدی، نیما. (۱۳۹۸). «نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان». اولین کنگره ملی مدیریت راهبردی در ورزش. گیلان، دانشگاه گیلان. ۳۱ مرداد. ص ۱۲-۱.
- ایران پورمبارکه، میترا؛ اتقیا، ناهید و مختاری دینانی، مریم. (۱۳۹۸). «نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. سال ۶، شماره ۲۴، صص ۵۹-۶۶.
- بختیاری، کاوه؛ کریمی زاده، رضا؛ دهگردی، سارا و تیموری، ساسان. (۱۳۹۴). «مفهوم تبلیغات و بررسی نقش آن در بازاریابی». اولین همایش علمی پژوهشی علوم مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و استاندارد سازی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- تقی زادگان، مریم. (۱۳۹۳). نقش شبکه های اجتماعی آنلاین بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات شاپرک
- جاوید، مجید و اسدی، حسن. (۱۳۹۶). «نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی». پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره ۹، شماره ۴، صص ۲۹-۴۲.
- جاوید، مجید؛ اسدی، حسن؛ گودرزی، محمود و محمدی ترکمانی، احسان. (۱۳۹۱). «نقش اینترنت و رسانه های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۱، شماره ۳، صص ۴۳-۴۹.
- حسین پور، حامد؛ فهیم دوین، حسن و ادیال باف مقدم، ریحانه. (۱۳۹۳). «بررسی موانع گرایش گردشگران ورزشی کشتی با چوخه به جاذبه های طبیعی ورزشی و گردشگری شهرستان اسفراین». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۲۳، صص ۶۷-۷۸.
- حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، سید محمد حسین؛ امیرنژاد، سعید؛ شفیع زاده، شهرام و فضلی درزی، اعظم. (۱۳۸۹). «تبیین راهبرد گردشگری ورزشی کشور ایران». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. دوره ۶، شماره ۱۲، صص ۵۱-۶۸.

- دلشاد، علی؛ ابوهاشم آبادی، فرزانه و قاسمیان صاحبی، ایمن. (۱۳۹۶). «اولویت بندی و تعیین روابط شاخص های سنجش پایداری توسعه گردشگری». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. دوره ۱۲، شماره ۳۹، صص ۷۲-۹۴.
- زمانی فراهانی، حمیرا. (۱۳۹۲). شناخت صنعت جهانگردی ایران و جهان. چاپ اول، تهران: انتشارات زهد
- شهبازی، رضا؛ مصطفایی کیوی، جواد؛ دایی، روح الله و سجادی، سید نصرالله. (۱۳۹۷). «بررسی نقش رسانه های جمعی در توسعه ورزش همگانی (از دیدگاه دانشجویان دانشگاه تهران)». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. دوره ۶ شماره ۲۱، صص ۳۳-۴۲.
- طولایی، زینب و نصرالهی وسطی، سیمین. (۱۳۹۶). «تاثیر منابع اطلاعاتی بر تصویر ذهنی از مقصد گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان خرم آباد)». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. دوره ۱۲، شماره ۳۸، صص ۱۱۱-۱۲۷.
- قربانی زاده، وجه الله و حسن نانگیر، سید طه. (۱۳۹۳). راهنمای کاربردی فراتحلیل با نرم افزار CMA 2. تهران: جامعه شناسان.
- کروی، مهدی. (۱۳۹۰). «رسانه های ارتباط جمعی و انتخاب مقصد گردشگری». فصلنامه مطالعات گردشگری. شماره ۱۵، صص ۱۱۱-۱۳۶.
- کریمی، جعفر؛ محبوب فر، محمدرضا؛ عطایی، محمد؛ قنبری، شهربانو و عطایی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). «نقش رسانه و فناوری اطلاعات در توسعه پایدار گردشگری». هفتمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی، آبان ماه.
- محسنی، رضاعلی. (۱۳۸۸). «گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش ها و راهکارها». مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیا. سال ۹، شماره ۲۸، صص ۱۴۹-۱۷۱.
- ملک زاده، محمدشریف. (۱۳۸۹). گردشگری با علایق ویژه در ایران. چاپ دوم، تهران: ایرانیکا
- مهدویان مشهدی، مریم؛ همتی نژاد، مهرعلی؛ احمدی، عبدالحمید و احسانی، محمد. (۱۳۹۱). «مقایسه وضع موجود و مطلوب نقش رادیو، تلویزیون و مطبوعات در ورزش بانوان از دیدگاه صاحب نظران». فصلنامه پژوهش های ارتباطی. شماره ۶۹، صص ۳۹-۵۳.
- نیازی، محسن؛ بخشی، قدیر؛ سخایی، ایوب و عشایری، طه. (۱۳۹۵). «فراتحلیل مطالعات رابطه بین عملکرد پلیس و احساس امنیت اجتماعی». مجله نظم و امنیت انتظامی. ۹(۳)، صص ۲۸-۵۵.
- همتی نژاد، علی؛ شهریار سبزه رودی، بهمن و ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۴). «اولویت بندی جاذبه های گردشگری ورزشی در توسعه توریسم ورزشی استان های شمالی ایران». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۹-۳۳.
- هومن، حیدرعلی. (۱۳۹۲). راهنمای عملی فراتحلیل در پژوهش علمی. تهران: انتشارات سمت

- Biddiscombe, R. (2004). "The Business of Sport Tourism Report: Sport Business Group".

- Gratton, C., Dobson, N., Shibli, S. (2012). **"Chapter 3-The role of major sports events in the economic regeneration of cities: Lessons from six World or European Championships"**. Routledge Online Studies on the Olympic and Paralympic Games, 1(45):35-45.
- Narangajavana, Y., FiolMiguel, L.J., Moliner, C. A., Maria, T.R. (2017). **"The influence of social media in creating expectations: An empirical study for a tourist destination"**. Annals of Tourism Research, 65: 60-70.
- Ramona, G., Gheorghe, P., Roxana, N. (2008). **"Comparing the effectiveness of the web site with traditional media in tourism industry marketing"**. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 17(4):1164-1168.
- Rose, A.K., Spiegel, M.M. (2011). **"The Olympic Effect"**. The Economic Journal, 121(553): 652-677.
- Tu, Y. H. (2011). **"Destination Marketing on the Internet: The Effectiveness of Advanced Website Features"** .IRIDESCENT. Ling Tung University.
- Zheng, X., Vincent, P., Magninia, D., Fesenmaierb, R. (2016). **"Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet"**. Journal of Retailing and Consumer Services, 22: 244-249.

شناسایی عوامل موثر استعدادیابی ورزش دانش آموزی در سامانه جامع مدیریت اطلاعات

بهشته دادگر^۱

فریده اشرف گنجویی^۲

محمدرضا اسماعیلی^۳



10.22034/SSYS.2022.495

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۳/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۹/۴

هدف از این پژوهش، شناسایی عوامل موثر استعدادیابی ورزش دانش آموزی در سامانه جامع مدیریت اطلاعات بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش شناسی، کیفی با استفاده از تحلیل محتوا و مبتنی بر روش نوحاسته بود. جامعه آماری این پژوهش را اسناد منتشر شده پیرامون مبحث استعدادیابی ورزش دانش آموزی و ۲۱ نفر از صاحب نظران تشکیل می دادند. نمونه گیری به صورت گلوله برفی انجام گرفت و تا رسیدن مصاحبه ها به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. داده ها از طریق مصاحبه عمیق جمع آوری شدند. روایی پژوهش بر اساس شش مورد تایید قرار گرفت. همچنین پایایی معادل ۸۵ درصد گزارش شد.

از تجزیه و تحلیل داده ها، چهار مقوله اصلی شامل (۱) هدف گذاری، (۲) عوامل استعدادیابی، (۳) موانع استعدادیابی و (۴) عوامل ساختاری و ۲۲ زیر مقوله به دست آمد. می توان گفت که وجود سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش آموزی بسیار ضروری است، زیرا بحث

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Ganjoufaridehashraf@gmail.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بودجه، جذب حامیان مالی و سرمایه‌گذاری در برگزاری برنامه استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی معنای مشخصی ندارد.

داشتن یک سیستم مدیریت اطلاعات استعدادیابی به مدیران کمک می‌کند تا با استفاده از خروجی این سیستم کم و کاستی‌ها را تعیین و نسبت به کسب بودجه مازاد از دیگر ارگان‌ها و یا جذب حامیان مالی اقدام نمایند و قبل از برگزاری برنامه استعدادیابی مطمئن شوند که بودجه کلیه فعالیت‌ها را حمایت می‌کند و دچار کاستی و بدهی نمی‌شوند. با توجه به نتایج و اینکه قدرت پیش‌بینی آزمون‌های استعدادیابی برای آینده کافی نیست و پیش‌بینی عملکردهای تخصصی دشوار است، پیشنهاد می‌گردد در امر استعدادیابی به اصول مطرح‌شده برای آن توجه شود.

واژگان کلیدی: استعدادیابی ورزشی، ورزش دانش‌آموزی و مدیریت اطلاعات.

مقدمه

ورزش قهرمانی یکی از مبانی اصلی در توسعه ورزش کشور به شمار می آید. تقویت ورزش قهرمانی کشور زمینه ساز کسب موفقیت در رقابت های جهانی و المپیک است (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۶؛ ۵۶، رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶: ۲۳۵). اسدی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی موانع استعدادیابی ورزش کشور به این نتیجه رسیدند که نه طرح اجرایی برای استعدادیابی وجود دارد و نه دستگاه معینی به طور جدی به استعدادیابی ورزشی می پردازد و عوامل مدیریتی و زیربنایی از جمله موانع مهم در استعدادیابی هستند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۴). یکی از این موانع، نادیده گرفتن نقش اطلاعات و مدیریت آن در سازمان های ورزشی می باشد (حسامی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه اطلاعات، مهم ترین منبع مدیران بعد از عامل انسانی محسوب می شود. اطلاعات در هر سازمانی مبنای تمام فعالیت ها و انجام وظایف و تحقق اهداف سازمان تنها از طریق تسریع و تسهیل جریان اطلاعات امکان پذیر است. به جهت اهمیت این موضوع، سیستم اطلاعاتی مدیریت امروزه جایگاه ویژه ای نزد سازمان ها یافته است و تمام سازمان های بزرگ و کوچک سعی در به کارگیری آن دارند. در عرصه ورزشی نیز سازمان های ورزشی به عنوان ارکان توسعه و تقویت ورزش قهرمانی زمانی در نقش خود موفق خواهند بود که از سیستم های اطلاعات مدیریت در تصمیم گیری های خود استفاده نمایند. به همین جهت لازم است که استعدادیابی کشور با برنامه ریزی راهبردی، سیاست ها و خط مشی ها و استفاده از مدل های استعدادیابی نوین با تکیه بر اطلاعات صورت گیرد و در غیر این صورت درجا زدن به روش سنتی است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۵، گلدهیل و همکاران^۱، ۲۰۱۷؛ ۹۵، دیوانی، ۲۰۱۹). رضایی صوفی و همکاران (۱۳۹۶) فقدان یک طرح یکپارچه و ساختارمند برای اجرای استعدادیابی در ورزش کشور و فقدان شیوه و برنامه برای شناسایی رشته های مستعد ورزشی را از جمله نقاط ضعف استعدادیابی در کشور بیان کرده اند (رضایی صوفی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۹). همچنین نتایج مطالعات ماهلانگو و همکاران^۲ (۲۰۱۹) حاکی از آن بود که بودجه ورزش مدارس ناکافی است و بسیاری از مدارس با امکانات ضعیف یا بدون امکانات اداره می شوند. علاوه بر این، بیشتر پاسخ دهندگان موافق بودند که مدارس مربی اختصاصی ندارند و این امر توسعه و پرورش استعداد را با مشکل رو به رو می کند. بیشتر مدارس طبق الزامات چارچوب سیاست های ورزشی را تدوین کرده اند، اما اجرای آنها بسیار ضعیف است. در نتیجه بسیاری از آنها فعالیت های ورزشی را در تقویم مدرسه یا برنامه سال ادغام نمی کنند (ماهلانگو و همکاران، ۲۰۱۹). بلیک^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی خود با عنوان «فرایندها و قوانین مرتبط با اجرای حرکتی» به این مهم دست یافت که راهبرد استعدادیابی باید زمینه های تکنیکال، تاکتیکال، فیزیکی و روانشناختی را در خود گنجانده باشد. کالان^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی که هدف از آن شناسایی و توسعه استعداد ورزشی از طریق فرایند مربیگری بود، گزارش کرد که در صورت آشنایی مربیان با شاخص های استعدادیابی راحت تر می توان کودکان مستعد و توانا را شناسایی کرد و در میسر درست قرار داد (کالان، ۲۰۱۵). در این مورد می توان اذعان داشت

1. Gledhill et al.
2. Mahlangu et al.
3. Blake
4. Callan

که استعدادیابی در ورزش با هدف توسعه ورزش نخبه و تقویت زیرساخت‌های ورزش کشورها جهت کسب موفقیت‌های بین‌المللی صورت می‌گیرد (لارکین و همکاران^۱، ۲۰۲۰) و مسئولیت این امر بر عهده مسئولان ورزش است. بررسی‌های انجام شده توسط سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ نشان داد که نه طرح اجرایی برای استعدادیابی در کشور وجود دارد و نه دستگاه معینی به صورت جدی به استعدادیابی می‌پردازد. همچنین، بین دستگاه‌های مختلف هماهنگی وجود ندارد و در این مورد بعضی از دستگاه‌ها به صورت جداگانه فعالیت می‌کنند (نظری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۷). بررسی روند استعدادیابی در کشورهای دیگر نشان می‌دهد که به کارگیری فناوری اطلاعات و روش‌های نوین جمع‌آوری اطلاعات و پردازش داده‌ها روند استعدادیابی را تسهیل و موثر می‌سازد (هوگو^۲، ۲۰۰۴). مدیران ورزشی سازمان‌های بزرگ و کوچک نظیر وزارت ورزش و جوانان، اداره کل و فدراسیون‌های ورزشی و به تبع آن هیئت‌ها و باشگاه‌های ورزشی نیز در سطوح مختلف مدیریتی، اجرایی و عملیاتی با حجم وسیعی از اطلاعات در ابعاد اقتصادی، عملیاتی و... رو به رو می‌باشند و در اکثر مواقع نیازمند تصمیم‌گیری صحیح با صرف کمترین زمان هستند. لذا نیاز به دسترسی به یک بانک اطلاعاتی که بتواند آنها را در تصمیم‌گیری با کمترین خطا یاری دهد، احساس می‌شود (به نقل از قاسم زاده میرکلائی، ۱۳۹۴: ۳۶). سبحانی و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در فدراسیون‌های ورزشی ایران به این نتیجه رسیدند که به طور کلی در زمینه استفاده از فناوری اطلاعات، فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران تا سطح بسیار خوب فاصله دارند (سبحانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۳). همچنین الماسی و زردشتیان (۱۳۹۷) بیان کردند که سیستم اطلاعات مدیریت می‌تواند برای ورزش مفید باشد و کمک شایانی به برگزاری با کیفیت رقابت‌ها و رویدادهای ورزشی نماید و بدین صورت در هزینه و زمان صرفه‌جویی کرد (الماسی و زردشتیان، ۱۳۹۷: ۱۵). به هر حال امروزه فناوری اطلاعات چیزی فراتر از ایجاد ارتباط مستقی میان افراد از طریق برنامه‌های کاربردی مانند پست الکترونیک، اتاق گفت و گو، ویدیو کنفرانس و انواع دیگر ابزار گروهی است. فناوری اطلاعات می‌تواند به عنوان یک پایگاه اطلاعاتی با ذخیره‌سازی و تسهیم دانش، بهترین شیوه برای حفظ سرمایه‌های فکری در سازمان باشد (سبحانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۴، بوریگز و همکاران^۳، ۲۰۱۵: ۴، سوتیریادو^۴، ۲۰۱۰).

بنابراین به نظر می‌رسد سازمان‌هایی مانند فدراسیون‌های ورزشی که پیوسته در حال رقابت با رقبای خارجی خود هستند، ناچارند برای حفظ مزیت رقابتی خود توجه ویژه‌ای به موضوع فناوری اطلاعات داشته باشند. در نتیجه، فدراسیون‌های ورزشی باید برای پیشرفت در این زمینه کلیه کارکنان و کارشناسان خود را به عنوان نیروی محرکه سازمان با فناوری‌های موجود در دنیا آشنا و زمینه آموزش‌های پیشرفت و رقابت خارجی را فراهم کنند. این پژوهش با هدف شناسایی عوامل موثر بر استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات و به منظور گردآوری و مدیریت اطلاعات دانش‌آموزان مستعد ورزشی در سراسر کشور در گروه‌های مختلف

1. Larkin et al.
2. Hugo
3. Buekers et al.
4. Sotiriadou

(سنی، ورزشی، جغرافیایی و ...) انجام می‌گردد و انتظار می‌رود نتایج آن بتواند به افزایش کارایی استعدادیابی به ویژه در سنین پایه کمک شایانی نماید. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده سایر فدراسیون‌های ورزشی قرار گیرد و تسریع و تسهیل امر استعدادیابی را در پی داشته باشد.

با توجه به مطالب گفته شده به سابقه اجرای طرح به کارگیری سامانه اطلاعات مدیریتی در سازمان ورزشی کشورهای دیگر خواهیم پرداخت. «کمیته ملی کانادا» (۲۰۰۷) توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در ورزش را یکی از مهم‌ترین عملکردهای مثبت خود بیان نمود که اجرای آن کمک بسزایی به توسعه ورزش کرد. این کمیته اعلام کرد برای توسعه ورزش و موفقیت آن باید این فناوری‌ها را گسترش داد (به نقل از عزیزی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶۲). رابینسون و پالمر^۱ (۲۰۱۱) در پژوهشی در کمیته ملی المپیک زیمبابوه بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۸، بهره‌گیری نا کافی از فناوری اطلاعات و نداشتن وب سایت و پایگاه اطلاعاتی را از ضعف‌های عمده آن کمیته بیان کردند (رابینسون و پالمر، ۲۰۰۸: ۲۴۳). همچنین سیستم فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان ورزش دانشگاهی نیجریه (۲۰۱۳) به کار رفته است و ایجاد یک سیستم تعاملی مبتنی بر وب را دنبال می‌کند. وب سایت ایجاد شده سبب می‌شود که همه اطلاعات مربوط به مسابقات دانشگاهی نیجریه پدیدار باشد. یک بانک اطلاعاتی حاوی اطلاعات مربوط به مسابقات، جداول، نام ورزشکاران، اطلاعات شخصی ورزشکاران، سن، جنس، روش‌های ارتباط با آن‌ها، سطح تحصیلی، تعداد سال‌هایی که در مسابقات شرکت داشته‌اند و اطلاعات پزشکی آنها را حفظ و ارائه می‌کند. این بانک اطلاعاتی جهت ردیابی افراد و استعدادهای بالقوه ورزشی بسیار مفید است. نمونه دیگر بانک اطلاعاتی جهت استعدادیابی ورزشی در کشور تایلند است (۲۰۱۵) که سبب کاهش زمان مصرفی، ارتباط با سیستم، ارزیابی، اجرای کارآمد، جست و جوی اطلاعات و افزایش کیفیت اقدامات شده است (به نقل از هاشمی، ۱۳۹۹).

دلایل افزایش تقاضا برای سیستم‌های اطلاعات در سازمان‌های ورزشی را می‌توان تقسیم‌بندی کرد: (۱) در سازمان‌های ورزشی پیشرفت در فناوری پردازش اطلاعات موجب افزایش ظرفیت فنی برای جمع‌آوری و پردازش داده‌ها گردیده است. در این سازمان‌ها در گذشته انجام این امور مشکل و زمان بر بوده است.

(۲) پیشرفت و توسعه فناوری مخابراتی و ارتباطات ورزشی موجب افزایش اثربخشی توزیع و مبادله اطلاعات در داخل سازمان و نیز بین آنها گردیده است.

(۳) افزایش پیچیدگی محیطی که سازمان‌های ورزشی در آن فعالیت دارند و محیطی که تصمیمات در آن اتخاذ می‌شود، از دیگر دلایل نیاز بیشتر به اطلاعات است. توضیح آنکه در محیط‌های ورزشی امروزه مدیران برای تصمیم‌گیری باید عوامل متعددی را در نظر بگیرند که مستلزم اطلاعات بیشتر است.

(۴) پیچیدگی محیط داخل سازمان نیز تقاضا برای اطلاعات را افزایش می‌دهد که این امر ناشی از بزرگ و گسترده شدن بیشتر سازمان‌های ورزشی و تنوع محصولات و خدمات ورزشی و افزایش تخصص و مهارت و فعالیت‌های حرفه‌ای در سازمان‌های ورزشی و تحصیلات و آموزش تصمیم‌گیرندگان است.

امید است نتایج این پژوهش بتواند گامی موثر در این راستا بردارد و سیستم جامع مدیریت اطلاعات (MIS) استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی کشور را در اختیار ذینفعان قرار دهد. با توجه به مطالب گفته شده و اهمیت مدیریت اطلاعات سوال اصلی پژوهش حاضر این است: چه عواملی بر استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی در سامانه جامع مدیریت اطلاعات موثر هستند؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف بنیادی، از نظر روش شناسی کیفی از نوع تحلیل محتوا بود. جامعه آماری این پژوهش را اسناد منتشر شده پیرامون مبحث استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی و ۲۱ نفر از صاحب‌نظران که رشته تحصیلی و تالیفات علمی آنها با استعدادیابی مرتبط بود و دارای سمت‌های مدیریتی و تجارب اجرایی در عرصه استعدادیابی بودند، تشکیل می‌دادند. نمونه‌گیری به صورت گلوله برفی انجام گرفت و تا رسیدن مصاحبه‌ها به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق جمع‌آوری شدند. این پژوهش شامل چندین مرحله بود. ابتدا پژوهشگر بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌های انجام‌شده، کدهای مفهومی را از متن مصاحبه‌ها شناسایی کرد. متن مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها هم‌زمان و به‌طور مستمر با جمع‌آوری داده‌ها انجام گرفت. با استفاده از این روش، مفاهیم آشکار و پنهان مشخص شدند. در این پژوهش، سه مرحله کدگذاری: کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳ انجام گرفت. در کدگذاری باز، متن هر مصاحبه چند بار خوانده شد و جملات اصلی آن استخراج و به‌صورت کدهایی ثبت شدند. در کدگذاری اولیه، پژوهشگر از کلمات مورد استفاده مصاحبه‌شوندگان و کدهای دلالت‌کننده (برداشت‌های پژوهشگر از گفته‌ها) استفاده کرد. سپس کدهایی که به‌لحاظ مفهومی با یکدیگر مشابه بودند، در یک دسته قرار گرفتند. در فرایند کدگذاری، واحدهای معنایی از بیان و گفته‌های مشارکت‌کنندگان که نشان‌دهنده تجارب آنها بود، استخراج شدند و پس از کدگذاری و خلاصه‌کردن داده‌ها بر اساس تشابهات و تفاوت‌ها، طبقه‌بندی کدها انجام گردید. طبقات با هم مقایسه شدند و از تحلیل و تفسیر این داده‌ها، درون‌مایه‌ها یا مقوله‌های انتزاعی‌تر استخراج گردیدند. در کدگذاری محوری، پژوهشگر یک مقوله کدگذاری باز را انتخاب می‌کند و آن را به‌عنوان «مقوله یا پدیده اصلی» در مرکز فرایند قرار می‌دهد. سپس سایر مقوله‌های مرتبط با آن را در آن دسته می‌گذارد. در این مرحله، کدها و دسته‌های اولیه که در کدگذاری باز ایجاد شدند، با یکدیگر مقایسه گردیدند و علاوه بر ادغام موارد مشابه، دسته‌هایی که به یکدیگر مربوط می‌شدند، حول محور مشترکی قرار گرفتند. برای توسعه مفاهیم در مرحله کاستن، طبقه‌هایی که با هم ارتباط داشتند، در یک طبقه قرار گرفتند. در مرحله آخر، فرایند کدگذاری انتخابی اجرا شد. در این مرحله، طبقه‌ای که بیشترین فراوانی را داشت، متغیر اصلی در نظر گرفته شد. در این پژوهش، استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی در سامانه جامع مدیریت اطلاعات، مقوله اصلی در نظر گرفته شد و بقیه متغیرها، حول محور آن قرار

1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding

گرفتند. روایی پژوهش بر اساس شش معیار درگیری طولانی مدت (افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشت‌های محقق)، مشاهده پایدار (مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان)، بازرسی مجدد مسیرکسب اطلاعات (انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع مورد پژوهش)، چک کردن با مشارکت‌کنندگان (بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه‌شوندگان در زمینه نتایج)، مثلث‌سازی (استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها) و مقایسه مستمر (مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق) اسکینر، ادواردز و کوربت^۱ (۲۰۱۴) مورد تایید قرار گرفت. همچنین با استفاده از پایایی بازآزمون پایایی ۸۵ درصد گزارش شد.

$$100\% \times \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد پایایی باز آزمون}$$

جدول ۱: میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	پایایی
۱	P5	۷	۳	۰/۸۵
۲	P11	۱۰	۴	۰/۸۰
۳	P19	۱۱	۵	۰/۹۰
	جمع	۲۸	۱۲	۰/۸۵

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان جزو عوامل اجرایی در سازمان‌ها و ۱۰ نفر از آنان عضو هیئت علمی دانشگاه بودند. گروه کانونی این پژوهش را هم این افراد تشکیل دادند.

جدول ۲: نمونه استخراج کد از مصاحبه در مرحله کدگذاری باز

کد مصاحبه شونده	متن مصاحبه	کد باز
P5	به نظر من، یکی از مهم‌ترین کارهایی که در استعدادیابی باید انجام شود، تعیین گروه‌های سنی است. بعد از این کار، تعیین رشته‌های ورزشی در اولویت قرار دارد. برای شروع باید نحوه کشف استعدادهای ورزشی عوض شوند. باید گزینش استعداد تغییر یابد. برای این کار امکانات و تجهیزات مورد نیاز است. باید وزارت	«تعیین گروه‌های سنی» «تعیین رشته‌های ورزشی» «نحوه کشف استعداد» «گزینش استعداد» «امکانات و تجهیزات» «حمایت وزارت آموزش و پرورش از استعدادیابی دانش‌آموزان»

آموزش و پرورش و دولت نیز از طرح استعدادیابی دانش‌آموزان حمایت کنند.	«حمایت‌های دولت از استعدادیابی دانش‌آموزان»

جدول ۳: استخراج زیر مقوله‌ها و مقوله‌ها

مقوله اصلی	زیر مقوله	کد گذاری اولیه
هدف گذاری	اسناد بالا دستی	ابلاغیه‌ها در مورد استعدادیابی ورزشی
		دستورات در مورد استعدادیابی ورزشی
	آیین نامه‌ها	آیین نامه کشوری در مورد استعدادیابی
		آیین نامه بین المللی در مورد استعدادیابی
هدف گذاری	ثبت نام دانش‌آموزان	اطلاعات دانش‌آموزان
	سطح بندی	تعیین جنسیت افراد شرکت‌کننده
		تعیین گروه‌های سنی
		تعیین رشته‌های ورزشی
	برنامه مدون	سیستم زمانبندی
	ستاد	ساختار سازمانی استعدادیابی ورزشی دانش‌آموزان کشور
		سمت افراد در استعدادیابی ورزشی
		وظایف افراد در استعدادیابی ورزشی
عوامل استعدادیابی	مراحل استعدادیابی	نحوه کشف استعداد
		پیش بینی عملکرد
		ارائه آموزش‌های مناسب
		گزینش استعداد
	پشتیبانی و حمایت از ورزشکاران مستعد	سخت افزاری
		محیط ورزشی مناسب جهت استعدادیابی
		امکانات و تجهیزات
		نرم افزاری
عوامل استعدادیابی	پشتیبانی و حمایت از ورزشکاران مستعد	حمایت‌های دولت از استعدادیابی دانش‌آموزان
		حمایت‌های بخش خصوصی از استعدادیابی دانش‌آموزان
		حمایت وزارت آموزش و پرورش از استعدادیابی دانش‌آموزان
		حمایت‌های فدراسیون‌های ورزشی از استعدادیابی دانش‌آموزان
		هماهنگی امور توسط مدیر ورزشی در امر استعدادیابی
		رضایت برای دانش‌آموزان در فرآیند استعدادیابی
		استفاده از مربیان با دانش در امر استعدادیابی
		حمایت والدین از دانش‌آموزان
	مراحل سنی استعدادیابی دانش‌آموزان	مرحله مقدماتی استعدادیابی ورزشی
		مرحله ثانویه استعدادیابی ورزشی

	الزامات اولیه	مرحله نهایی استعدادیابی ورزشی
		وضعیت بهداشتی و تندرستی دانش آموزان
		وضعیت تحصیلی دانش آموزان
		قابلیت اجتماعی شدن دانش آموزان
		ساختار جسمانی دانش آموزان
	الزامات ثانویه	بررسی ویژگی‌های جسمانی
عوامل استعدادیابی	الزامات ثانویه	دوره تمرینی مناسب
	مولفه‌های استعدادیابی	شناسایی و اندازه‌گیری ویژگی‌های جسمانی و بدنی
		شناسایی و اندازه‌گیری عملکرد ادراکی - حرکتی
		شناسایی و اندازه‌گیری توانایی یادگیری مهارت های ورزشی
		شناسایی و اندازه‌گیری ویژگی‌های روانی و عاطفی
		شناسایی و اندازه‌گیری عوامل ناملموس
		شناسایی و اندازه‌گیری ویژگی‌های آنتروپومتریکی
	عوامل اثرگذار بر موفقیت برنامه استعدادیابی	توانایی تشخیص ورزشکاران مستعد در سنین پایین
		توانایی پیش بینی رشد و تکامل جسمانی ورزشکار
		کسب ضمانت جهت حمایت‌های پس از فرایند استعدادیابی از والدین
		کسب ضمانت جهت حمایت‌های پس از فرایند استعدادیابی از مربیان
		کسب ضمانت جهت حمایت‌های پس از فرایند استعدادیابی از فدراسیون‌های ورزشی و وزارت ورزش کشور
		ایجاد انگیزه جهت شرکت ورزشکار مستعد در رشته ورزشی مورد نظر
		توانایی گسترش و ارتقای سطح علمی مربیانی
	آزمون‌ها و ابزارهای اندازه‌گیری مورد نیاز جهت سنجش مولفه‌های استعدادیابی	آزمون‌های پیکر سنجی
		آزمون‌های زیست - حرکتی
		آزمون‌های فیزیولوژیکی
		آزمون‌های روانی - حرکتی
		آزمون‌های روان شناختی
		عوامل ژنتیکی پایه
	نقش وراثت و محیط در استعدادیابی	عوامل محیطی
	نقش مربیان تربیت بدنی در فرایند استعدادیابی	دانش و تخصص مربیان استعدادیابی ورزشی
		توجه به کمبود منابع اقتصادی و امکانات کشور در مدارس

		اطلاعات مربوط به مربیان از نظر روانی و اجتماعی
	وجوه مشترک نظام‌های استعدادیابی	هماهنگی‌های بین ارگان‌های مجری استعدادیابی دانش‌آموزان
		نظام‌های ارزیابی استعداد
موانع استعدادیابی	موانع بنیادی	عوامل ساختاری و فرایندی
		کمبود امکانات مالی و مادی
		کمیت‌های تخصصی
		نبود برنامه اصولی برای استعدادیابی
		آشنا نبودن با روش‌های علمی استعدادیابی
		تربیت نکردن افراد متخصص
		مدنظر قرار ندادن اصول پرورش بلندمدت
		نبود شبکه‌های حمایتی
		نبود فضای فیزیکی مناسب در مدارس
	موانع عملیاتی	موانع محیطی
		موانع فنی
		موانع آموزشی
		موانع اقتصادی
		موانع ساختاری
		موانع فردی
		موانع فرهنگی
عوامل ساختاری	شرح عملیات	وظایف هر یک از ارگان‌ها در زمینه استعدادیابی ورزشی
		ارائه دادن اطلاعات مختلف استعدادیابی ورزشی
		چگونگی انجام فرایند استعدادیابی به وسیله معلمان
		چگونگی انجام فرایند استعدادیابی توسط باشگاه‌ها
عوامل ساختاری	پیشنهادهات	فرصت مجدد برای نوآموزان مستعد
		جذب حامیان مالی
		بهبود زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز استعدادیابی
		حمایت رسانه‌ها از استعدادیابی ورزشی دانش‌آموزان
		حمایت مدیران ارشد ورزش کشور از استعدادیابی
		حمایت خانواده از استعدادیابی ورزشی دانش‌آموزان
		ارائه خدمات پزشکی رایگان
	اطلاع رسانی	نتایج استعدادیابی دانش‌آموزان کشور در هر دوره
		مزایا و تسهیلات برای دانش‌آموزان مستعد

اطلاع‌رسانی استعدادیابی ورزشی به شرکت- کنندگان	

نتایج حاصل از کدگذاری بیانگر این است که چهار مقوله اصلی شامل (۱) هدف گذاری، (۲) عوامل استعدادیابی، (۳) موانع استعدادیابی و (۴) عوامل ساختاری و ۲۲ زیر مقوله در شکل‌گیری سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران نقش دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مفاهیم بسیار مهم در علوم ورزشی و تربیت‌بدنی، فرآیند شناسایی استعداد است. معنای لغوی شناسایی استعداد ورزشی، انتخاب افرادی است که در مقایسه با سایرین، توانایی بیشتری برای انجام مهارت‌های یک رشته ورزشی خاص دارند. امروزه، همه کشورهای دنیا برای کسب مدال‌های طلا، نقره و برنز رقابت‌های جهانی و المپیک برنامه‌ریزی‌های زیربنایی چشم‌گیری می‌کنند. در طی نیم قرن گذشته مربیان ورزشی، متخصصان علم تمرین و دانشمندان علوم ورزشی همواره به طور غیررسمی و سنتی و از دهه ۱۹۷۰ میلادی به بعد به شکل رسمی و علمی تلاش نموده‌اند تا استعدادهای ورزشی را در رشته‌های مختلف ورزشی شناسایی و گزینش نمایند و با اجرای برنامه‌های آموزشی از پیش تعیین شده و مبتنی بر توانایی‌های ذاتی آنان را تربیت و پرورش دهند (هاشمی، ۱۳۹۹). به این منظور مطالعه حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر بر استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات انجام شد.

نتایج حاصل از کدگذاری بیانگر این است که چهار مقوله اصلی شامل (۱) هدف گذاری، (۲) عوامل استعدادیابی، (۳) موانع استعدادیابی و (۴) عوامل ساختاری در شکل‌گیری سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران نقش دارند. نتایج نشان داد یکی از مقوله‌های اصلی استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات، «هدف‌گذاری» می‌باشد. در این پژوهش مفاهیم تشکیل‌دهنده هدف‌گذاری استعدادیابی شامل عوامل (۱) اسناد بالا دستی، (۲) آیین نامه‌ها، (۳) ثبت نام دانش‌آموزان، (۴) سطح بندی، (۵) برنامه مدون و (۶) ستاد می‌باشد. زمانی که افراد مستعد به درستی شناسایی نشوند و عمل انتخاب استعدادها برتر نیز از بین این افراد صورت نگیرد می‌توان گفت که فرایند استعدادیابی در مسیر درستی حرکت نکرده است.

نتایج پژوهش حاکی از آن بود که یکی دیگر از مقوله‌های اصلی استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات، «استعدادیابی» است. با فروپاشی تدریجی نظام سرسخت و تا اندازه ای غیراخلاقی رایج در کشورهای اروپایی شرقی در زمینه شناسایی و گزینش استعدادها و ورزشی و تربیت اجباری آنها به منظور بهره‌کشی در راستای اهداف سیاسی و اقتصادی نظام حکومتی، تا حدی از ناپسندی و زشتی افکار عمومی در جهان نسبت به این امر زدوده شد. لذا امروزه شاهد آنیم که بیشتر کشورهای صنعتی و توسعه یافته در دنیا به طرق مختلف سعی در تربیت و معرفی قهرمانان ورزشی به عنوان نمادی از پیشرفت و توسعه اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی خود دارند. از سوی دیگر، بالا بودن هزینه‌های زمانی و مالی تربیت ورزشکاران زبده و کارآمد، دست‌اندرکاران امور ورزشی را وادار به شناسایی افراد برتر در رشته‌های ورزشی خاص کرده است؛ به طوری که تعداد محدودی از کودکان و نوجوانان را که استعداد بیشتری در ورزش مورد نظر دارند، انتخاب می‌کنند و سال‌های متمادی به پرورش و تربیت آنان می‌پردازند. عوامل استعدادیابی و گزینش افراد برتر در ورزش، از طرفی فرصتی در اختیار مربیان و متخصصان قرار

می‌دهد تا هزینه و وقت خود را صرف تعداد محدودی از ورزشکاران کنند و به صورت بهینه با گروه ویژه‌ای به تمرین بپردازند؛ از سوی دیگر، در این وضعیت ورزشکارانی که شانس موفقیت بیشتری دارند انتخاب می‌شوند و فرصت زیادی برای تمرین و ممارست پیدا می‌کنند که پیامد آن تربیت قهرمانان آینده خواهد بود. با توجه به نظر صاحب‌نظران در این پژوهش و بررسی اسنادی که انجام گرفت مشخص گردید که عوامل استعدادیابی مشمول مراحل استعدادیابی، پشتیبانی و حمایت از ورزشکاران مستعد، مراحل سنی استعدادیابی دانش‌آموزان، الزامات اولیه، الزامات ثانویه، مولفه‌های استعدادیابی، عوامل اثرگذار بر موفقیت برنامه استعدادیابی، آزمون‌ها و ابزارهای اندازه‌گیری مورد نیاز جهت سنجش مولفه‌های استعدادیابی، نقش وراثت و محیط در استعدادیابی، نقش مربیان تربیت‌بدنی در فرایند استعدادیابی، وجوه مشترک نظام‌های استعدادیابی می‌باشد. مهم‌ترین این عوامل، پشتیبانی و حمایت از ورزشکاران مستعد، عوامل اثرگذار بر موفقیت برنامه استعدادیابی و نقش مربیان تربیت‌بدنی در فرایند استعدادیابی بود.

از مهم‌ترین مقوله‌های اصلی استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات، «موانع استعدادیابی» می‌باشد. یکی از این موانع به گواه کارشناسان و با بررسی‌های که در اسناد مربوط به عمل آمد، موانع بنیادی است. موانع بنیادی در این پژوهش شامل عوامل ساختاری و فرایندی، کمبود امکانات مالی و مادی، کمیته‌های تخصصی، نبود برنامه اصولی برای استعدادیابی، آشنا نبودن با روش‌های علمی استعدادیابی، تربیت نکردن افراد متخصص، مدنظر قرار ندادن اصول پرورش بلندمدت، نبود شبکه‌های حمایتی و نبود فضای فیزیکی مناسب در مدارس بود. این موانع همواره در محیط‌های استعدادیابی و در فرایند استعدادیابی وجود دارند. یکی از راه‌های مؤثر بر کنترل اثر این موانع استفاده از برنامه‌ریزی‌های سیستماتیک و پویا می‌باشد که بتواند محیط و شرایط استعدادیابی را پیش‌بینی کند. هر اندازه متولی امر استعدادیابی در این راه موفق تر عمل کند و بتواند شرایط زمینه‌ای را که همواره قابل کنترل نیست پیش‌بینی نماید، این احتمال وجود دارد که این مانع چندان بر سر راه فرایند استعدادیابی مشکل‌آفرینی نکند. با این حال بخش اعظمی از مشکلات استعدادیابی به طرح استعدادیابی مربوط می‌شود که در بخش‌های تدوین، اجرا و ساختار مورد توجه قرار گرفته است. از میان موانع تدوین طرح‌های استعدادیابی می‌توان به کمبود امکانات مالی و مادی، نبود برنامه اصولی برای استعدادیابی، آشنا نبودن با روش‌های علمی استعدادیابی و تربیت اشاره کرد. در این بین نبود کمیته‌های تخصصی، نبود برنامه اصولی برای استعدادیابی، تربیت نکردن افراد متخصص، نبود شبکه‌های حمایتی و نبود فضای فیزیکی مناسب در مدارس نسبت به سایر مفاهیم اهمیت بیشتری داشتند؛ به این معنی که عوامل نام‌برده پیش‌ترین سهم را در موانع سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی داشتند. لذا لازم است برای رفع موانع استعدادیابی بیشتر بر روی این عوامل تمرکز شود. ضمن پرداختن به موانع بنیادی لازم است موانع عملیاتی نیز مورد توجه قرار گیرد. در این مطالعه این موانع شامل موانع محیطی، موانع فنی، موانع آموزشی، موانع اقتصادی، موانع ساختاری، موانع فردی و موانع فرهنگی است. موانع فنی، موانع اقتصادی، موانع ساختاری و موانع فرهنگی مهم‌ترین موانع عملیاتی بودند. این یافته‌ها تا حدودی با نتایج مطالعه دوستداری (۱۳۹۱) همخوان است. نتایج مطالعات دوستداری (۱۳۹۴) نشان داد که مهم‌ترین مشکلات استعدادیابی در فوتبال به ترتیب عبارت اند از: کمبود امکانات مالی و مادی برای استعدادیابی فوتبال، نبود کمیته‌های تخصصی استعدادیابی در باشگاه‌ها، نداشتن برنامه اصولی برای استعدادیابی فوتبال، آشنا نبودن با روش‌های علمی استعدادیابی و

تربیت نکردن افراد متخصص در امر استعدادیابی توسط سازمان‌های مربوطه. همچنین حسینی و همکاران (۱۳۹۲) در زمینه بررسی و شناسایی عوامل راهبردی (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید)، استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسیدند که استعدادیابی در ورزش قهرمانی کشور با وجود برخورداری از نقاط قوت و فرصت‌هایی همچون: کثرت جمعیت جوان سرشار از استعداد در کشور، وجود اساتید متخصص و دانشکده‌های تربیت‌بدنی در کلیه مراکز استانی و برخی شهرستان‌های کشور، توجه مسئولان کشور به ورزش قهرمانی، وجود دفتر استعدادیابی در سازمان تربیت بدنی، وجود پایگاه‌های ویژه استعدادیابی و قهرمانی در ادارات تربیت بدنی مراکز استان‌ها با ضعف‌ها و تهدیدهایی از قبیل فعال نبودن وزارت آموزش و پرورش در امر استعدادیابی، نبود نظام آمایش و قطب بندی ورزش‌ها در نقاط مختلف کشور، فقدان طرح یکپارچه، اجرایی و ساختارمند در استعدادیابی، کمبود امکانات و تجهیزات مناسب برای استعدادیابی، سهم اندک باشگاه‌های ورزشی در پرورش استعداد، تقدم اقدامات سلیقه‌ای بر اجرای برنامه‌های راهبردی در بین برخی از مدیران ورزش کشور و تمرکز مسئولان ورزش کشور و رسانه‌های گروهی بر نتیجه‌گرایی در ورزش به جای فرایند گرایی، مواجه می‌باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۰).

آخرین مقوله اصلی استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ایران در سامانه جامع مدیریت اطلاعات عوامل ساختاری می‌باشد. در این پژوهش منظور از عوامل ساختاری عواملی است که فرایند استعدادیابی را تسهیل می‌کنند و به عنوان محرکی مؤثر سبب می‌شوند فرایند استعدادیابی مطلوب باشد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد که سه زیر مقوله (۱) شرح عملیات، (۲) پیشنهادات و (۳) اطلاع رسانی از عوامل ساختاری هستند. مدل شماییک کدگذاری محوری عوامل ساختاری هم نشان داد زیر مقوله «پیشنهادهای» مهم‌ترین عوامل ساختاری استعدادیابی در ورزش دانش‌آموزی کشور می‌باشد. این یافته تا حدودی با یافته‌های مطالعه روشنی (۱۳۹۴) همخوان است. همچنین یافته‌های مطالعه کالان (۲۰۱۵) در زمینه شناسایی و توسعه استعداد ورزشی از طریق فرایند مربیگری نیز نشان داد که در صورت آشنایی مربیان با شاخص‌های استعدادیابی، راحت‌تر می‌توانند کودکان مستعد و توانا را شناسایی کنند و در میسر درست قرار دهند که تأیید کننده یافته‌های این پژوهش می‌باشد.

با توجه به مطالب یاد شده می‌توان گفت که وجود سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی کشور بسیار ضروری است، زیرا در مصاحبه با صاحب‌نظران مشخص شد بحث بودجه، جذب حامیان مالی و سرمایه‌گذاری در برگزاری برنامه استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی ما معنای مشخصی ندارد؛ یعنی برای برنامه استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی از قبل سرمایه‌گذاری و بودجه مشخصی که همه موارد را پوشش دهد وجود ندارد یا اگر هم بودجه ای تخصیص داده شود بسیار ناچیز است. لذا داشتن یک سیستم مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی کشور به مدیران کمک می‌کند تا با استفاده از خروجی این سیستم کم و کاستی‌ها را تعیین و نسبت به کسب بودجه مازاد از دیگر سازمان‌ها و یا جذب حامیان مالی اقدام نمایند و قبل از برگزاری برنامه استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی مطمئن شوند که بودجه کلیه فعالیت‌ها را حمایت می‌کند و دچار کاستی و بدهی نمی‌شوند. درواقع، سرمایه‌گذاری در امر استعدادیابی در ورزش موجب می‌شود استعدادهای جدیدی در رشته‌های مختلف کشف شوند و با برنامه‌ریزی برای این استعدادهای ورزشی کشف شده، آینده رشته‌های ورزشی در کشور تضمین

گردد. قاسمی (۱۳۹۴) بیان داشته است که در ورزش کشف افراد با استعداد و گزینش آنها در سنین پایین و سپس هدایت، کنترل و ارزیابی آنها در صعود به بالاترین سطح از مهارت اهمیت زیادی دارد. فراگیر شدن ورزش و اهمیت آن در مناسبات بین المللی، توجه فراوانی از ناحیه دولت‌ها را متوجه این پدیده ساخته است. موفقیت کشورها در میداين ورزشی علاوه بر تاثیرات اجتماعی و اقتصادی، نمادی از ثبات و توانمندی‌های همه جانبه آن کشورها محسوب می‌شود و یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، از این مورد نشات می‌گیرد (قاسمی، ۱۳۹۴). به جز بحث بودجه که با سامانه جامع مدیریت اطلاعات استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی کشور می‌توان به خوبی آن را مدیریت کرد، بحث هماهنگی و نیز گرفتن بازخورد از فعالیت‌ها و بازتاب آن در فعالیت‌های آتی سبب می‌شود وجود ارزشمند این سیستم بیش از پیش در سازمان‌های ورزشی احساس گردد. علاوه بر مزایای یاد شده، این سیستم زمان انجام کارها را بسیار کاهش خواهد داد، زیرا در پی هماهنگی بین بخش مختلف برگزاری برنامه استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی از دوباره کاری‌ها جلوگیری می‌کند. همچنین با ثبت اطلاعات برگزاری یک رویداد، در آینده و هنگام برگزاری رویدادی دیگر به راحتی می‌توان بدان مراجعه و تنها اطلاعات آن را به روز رسانی و استفاده نمود. مزیت دیگر آن که خروجی حاصل از اطلاعات این سیستم، کم و کاستی‌ها و نقاط ضعف و قوت را به مدیران یادآور می‌شود که خود مبنای خوبی برای تصمیم‌گیری با کیفیت است.

از آنجا که موانع استعدادیابی، فرایند استعدادیابی را با چالش روبه رو می‌کنند، پیشنهاد می‌گردد این موانع مرتفع گردند. برای تحقق چنین هدفی، داشتن برنامه اصولی برای استعدادیابی، ارائه طرحی جامع در جهت استعدادیابی و تخصیص منابع مالی کافی و وافی به امر استعدادیابی و برقراری ارتباط سازنده بین نهادهای متولی استعدادیابی می‌تواند مؤثر باشد. به موجب اینکه فرایند استعدادیابی یک فرایند پیچیده، زمان‌بر و هزینه‌بردار است و انجام آن مستلزم براینده مطلوب است، پیشنهاد می‌گردد محرک‌های تسهیل‌کننده این فرایند بیش از پیش تقویت شود. برای این منظور باید از تجربیات کشورهای صاحب سبک در امر استعدادیابی ورزش دانش‌آموزی استفاده شود، امکانات و ابزار بروز تأمین گردد، نیروی انسانی متخصص که بتواند در امر استعدادیابی فعالیت کند پرورش یابد و مدارس که به صورت ویژه و تخصصی به برخی رشته‌های ورزشی می‌پردازند، احداث گردد. از آنجا که قدرت پیش بینی آزمون‌های استعدادیابی برای آینده کافی نیست و پیش بینی عملکردهای تخصصی دشوار است، پیشنهاد می‌گردد در امر استعدادیابی به اصول مطرح شده توجه شود.

منابع

- ابراهیم، خسرو و حلاجی، محسن. (۱۳۸۳). آشنایی با مبانی نظری فرایند استعدادیابی ورزش. تهران: بامداد کتاب
- اسدی، نوید؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سیدنصرالله و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۶). «بررسی موانع استعدادیابی در ورزش ایران». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۵ (۱۸)، صص ۲۳-۳۲.
- پورکیانی، محمد؛ حمیدی، مهرزاد؛ گودرزی، محمود و خیبری، محمد. (۱۳۹۶). «تحلیل اثرگذاری ورزش حرفه‌ای و قهرمانی بر توسعه ورزش». مطالعات مدیریت ورزشی. ۹ (۴۳)، صص ۵۵-۷۲.
- حسامی، شادی؛ اشرف گنجویی، فریده و زارعی، علی. (۱۳۹۴). «طراحی سیستم اطلاعات مدیریت الکترونیک داوطلبان ورزشی ایران و ارائه الگوی تحلیل نیازمندی‌ها». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- حسینی، سید شاهو؛ قربانیان رجبی، آسیه؛ حمیدی، مهرزاد و سجادی، سیدنصرالله. (۱۳۹۱). «شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراوی آن». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۴۱، صص ۲۹-۵۴.
- دوستداری خسروخانی، سجاد. (۱۳۹۱). «تدوین شاخص‌های استعدادیابی فوتبال و ارائه راهکارها برای پرورش استعدادها از نظر مربیان رده‌های پایین استان تهران». پایان نامه ارشد تربیت بدنی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- دوستداری، سجاد؛ اشرف گنجویی، فریده و سهیلی، بهزاد. (۱۳۹۴). «بررسی مشکلات استعدادیابی فوتبال». مدیریت ورزشی ۷ (۴)، صص ۶۲۱-۶۳۵.
- رضایی صوفی، مرتضی؛ فراهانی، ابوالفضل و شعبانی، عباس. (۱۳۹۶). «تحلیل محیطی ورزش حرفه‌ای کشور». فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۶ (۱)، صص ۱۰۸-۱۱۸.
- رمضانی‌نژاد، رحیم و هژبری، کاظم. (۱۳۹۶). «مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران». مجلس و راهبرد. ۲۴ (۹۱)، صص ۲۳۳-۲۶۳.
- روشنی، فرناز. (۱۳۹۴). «استعدادیابی در ورزش بسکتبال دختران متوسطه اسلامشهر تهران». پایان نامه ارشد تربیت بدنی، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- سبحانی، یزدان؛ هنری، حبیب؛ شهلائی، جواد و احمدی، علیرضا. (۱۳۹۲). «رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در فدراسیون‌های ورزشی». نشریه مدیریت ورزشی. ۵ (۲)، صص ۵۵-۷۳.
- عزیزی، بیستون؛ مهربانی کوشکی، علی و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه فناوری اطلاعات و ساختار سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران». مدیریت ورزشی. ۵ (۳)، صص ۱۶۱-۱۷۴.

- قاسم‌زاده میرکلائی، ابراهیم. (۱۳۹۴). «بررسی موانع موفقیت و تداوم اجرای طرح ملی استعدادیابی فدراسیون دوومیدانی ایران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۴ (۲)، صص ۳۵-۴۷.
- قاسمی، فرزین. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر پرورش استعدادهای ورزشکاران شنا ایران». پایان‌نامه ارشد تربیت بدنی، مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی ایران.
- الماسی، سمانه و زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۷). «طراحی سیستم اطلاعات مدیریت رویدادهای ورزشی در ادارات ورزش و جوانان». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۶ (۲۲)، صص ۱۵-۲۸.
- نظری، فرهاد؛ یوسفی، بهرام و عیدی، حسین. (۱۳۹۴). «مقایسه و تعیین اولویت عوامل ارزیابی کیفیت سیستم توسعه استعدادیابی ورزشی از منظر ذینفعان». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ۵ (۱)، صص ۱۹-۳۶.
- هاشمی، آذر. (۱۳۹۹). «تدوین برنامه راهبردی استعدادیابی ورزشی در نظام آموزش و پرورش ایران». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- Blake, R. (2016). **Digging for diamonds: Talent identification process values potential over performance**. Connected Coaches.
- Buekers, M., Borry, P., & Rowe, P. (2015). "Talent in sports. Some reflections about the search for future champions". Movement & Sport Sciences-Science & Motricité, (88), 3-12.
- Callan, M. (). **The scientific identification and development of talent**.
- Candel, V. (2011). "Information system in management 4th edition Belmont California wad way publishing". vol.44 No9:431-435
- Devaney, D. (2019). "An Examination of Athlete Lifestyle Support for Elite Youth Cricketers on a National Development Program". Doctoral dissertation, Liverpool John Moores University.
- Gledhill, A., Harwood, C., & Forsdyke, D. (2017). "Psychosocial factors associated with talent development in football: A systematic review". Psychology of Sport and Exercise, 31, 93-112.
- Hugo, K. (2004). "A model for talent identification and development for team sports in South Africa". Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University.
- Larkin, P., Marchant, D., Syder, A., & Farrow, D. (2020). "An eye for talent: The recruiters' role in the Australian Football talent pathway". PloS one, 15(11), e0241307.
- Mahlangu, E. E., Njoko, M. B., & Lethoko, M. X. (2019). **Implementation of School Sport Policy for Public Schools; Lessons from Mgwenya Circuit**. Mpumalanga Province, South Africa. Acta Universitatis Danubius. Administratio, 10(2).
- Mike Callan. (2015). **The scientific identification and development of talent, through evidence-based coaching**. lietuvos sporto universitetas.

- Robinson, L., & Palmer, D. (Eds.). (2010). **Managing voluntary sport organizations**. Routledge.
- Robinson, Leigt. Palmer, Dick. (2011). **Managing Voluntary Sport Organizations**. First published, London and New York Routledge . 242-246.
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). **Research methods for sport management**. Routledge.
- Smaoui, M., & Garbey, M. (2013). **Improving volunteer computing scheduling for evolutionary algorithms**. Future Generation Computer Systems, 29(1), 1-14.
- Sotiriadou, P. (2010). **The sport development processes in Australia: The attraction, retention/transition, and nurturing of sport participants and athletes**. Germany. Europe: Lambert Academic Publishing.
- Sounthornwiboon, P., Srichaisawat, P., & Sriprasertpap, K. (2015). **"The Development of a MIS Model for Elite Sports Development Department of SAT Thailand"**. Proscenia-Social and Behavioral Sciences, 197, 1926-1930.

ارائه مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران

محمد مهدی سلطانی^۱

حسین علی محمدی^۲

حمید فروغی پور^۳



10.22034/SSYS.2022.496

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۴/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۷/۲۴

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران طراحی گردید. پژوهش حاضر از نوع آمیخته بود که به صورت کیفی و کمی اجرا گردید. جامعه آماری بخش کیفی را نخبگان حوزه مدیریت ورزشی کشور و حوزه مالکیت فکری تشکیل می دادند که با استفاده از روش نمونه گیری گلوله برفی، ۱۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص گردیدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل پژوهشگران و مخترعان حوزه ورزش بودند (حدود ۲۱۰ نفر) که با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس و با توجه به جدول مورگان تعداد ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار تحقیق حاضر شامل پرسشنامه و مصاحبه های نیمه ساختارمند بود. جهت بررسی داده های بخش کیفی از کدگذاری مطابق با مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین استفاده

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 و گروه تربیت بدنی، دانشگاه قم، قم،

ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: H_alimohamady@yahoo.com

۳- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

گردید و در بخش کمی از روش معادلات ساختاری بهره گیری شد. کلیه روند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق حاضر در نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۰ و Smart PLS نسخه ۲ انجام گردید. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش برخی موجبات علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، پیامدها و راهبردها وجود دارد و در مجموع، مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار است. همچنین یافته‌ها نشان داد جهت توسعه حاکمیت فکری نیاز است تا ضمن توجه به قوانین، شرایط ساختاری، فرهنگی و اجتماعی، برخی مسائل مربوط به دولت، رسانه و افراد سودجو مدیریت گردد. بهبود مسئولیت اجتماعی، عدالت محوری و کنترل سرقت‌ها نیز نقش مهمی در جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش دارا می‌باشد.

واژگان کلیدی: حاکمیت فکری، ورزش، اختراع و دارایی.

مقدمه

امروزه دارایی های افراد از برخی مسائل مادی به مسائل ذهنی نیز تغییر جهت یافته است (کالامادی^۱، ۲۰۱۲: ۴۳۸). شکل گیری ایده ها و خلاقیت ها و همچنین ایجاد ظرفیت ها و سودهای فراوان به واسطه ایده ها و خلاقیت های افراد سبب گردیده است تا تلاش جهت محافظت از وضعیت ایده و خلاقیت افراد بهبود یابد. این مسئله سبب شکل گیری حاکمیت فکری در عرصه بین المللی شده است (پار^۲، ۲۰۱۸: ۱۲۷). بدون شک، فکر و ذهن افراد یکی از بزرگترین ظرفیت های انسانی می باشد که توجه به آن به عنوان یک ضرورت مشخص می باشد. حاکمیت فکری به مفهوم ایجاد چارچوبی مشخص جهت مراقبت از ایده ها و تفکرات خلاقانه و نوآورانه افراد در حوزه های مختلف می باشد. به عبارت دیگر، حاکمیت فکری سبب ایجاد یکپارچگی مدون در روند تولید ایده ها، خلاقیت ها و نوآوری ها می گردد و به واسطه ایجاد بستر و چارچوبی مدون و منظم سبب مدیریت افکار و ایده های خلاقانه می شود. اهمیت حاکمیت فکری در سطح بین المللی چندان بوده است که امروزه سازمان جهانی مالکیت فکری در جهت پاسخگویی به نیازهای مختلف افراد و گروه ها در حوزه حاکمیت فکری ایجاد گردیده است (ایندرادی^۳، ۲۰۲۰: ۱۵).

اهمیت روزافزون حاکمیت فکری به عنوان عاملی در تولید سبب گردیده است تا مشکلات عمده ای در جهت بهبود حاکمیت فکری ایجاد گردد (گریفیس^۴ و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۳). عدم رویه های مشخص در جهت هدایت و به نتیجه رساندن خلاقیت ها و نوآوری های ذهنی سبب گردیده است تا امروزه تلاش جهت ایجاد اختلال در زمینه حاکمیت فکری جدی تر از پیش از سوی افراد، گروه ها و حتی سازمان ها انجام گردد. افزایش ضرورت حاکمیت فکری و گسترش آن در سطح جوامع سبب گردیده است تا تحقیقاتی جهت بهبود شواهد علمی در مورد حاکمیت فکری به انجام رسد (لو^۵، ۲۰۱۶: ۲۲۹۹). تلاش جهت بهبود حاکمیت فکری از سوی محققان بسیاری دنبال شده است (هوانگ^۶، ۲۰۱۷: ۴۱). این مسئله سبب گردیده است تا تمامی حوزه های مختلف علوم از جمله ورزش به نوعی با قضیه حاکمیت فکری درگیر و مرتبط شوند.

حاکمیت فکری در ورزش نیز از اهمیت و ضرورت ویژه ای برخوردار می باشد. کوکونن^۷ (۱۹۹۸) یکی از اولین محققانی بود که به حاکمیت فکری در ورزش اشاره کرد. وی اذعان داشت که در ورزش به واسطه جابه جایی هزینه های مالی سنگین، مراقبت از جنبش های ورزشی و حرکات مرتبط با ورزش نیازمند مراقبت در قالب حاکمیت فکری است. حاکمیت فکری در تمامی عرصه های مختلف ورزشی از جمله رویدادهای ورزشی (امادی^۸، ۲۰۱۷: ۱۵۵)، پخش مسابقات ورزشی (لیو و هو^۹، ۲۰۰۶؛ کوکونن، ۱۹۹۸: ۲۲)، شهرت بازیکنان (حکمت نیا و خوشنویس،

1. Kalamadi
2. Parr
3. Indradewi
4. Griffs
5. Lo
6. Huang
7. Kukkonen
8. Amadi
9. Liu & Hu

۲۰۰۹: ۱۳۰)، تبلیغات و نوآوری ها در ورزش (هیلتون^۱، ۲۰۱۱: ۵۰) نمود می نماید. اهمیت حاکمیت فکری در ورزش سبب گردیده است تا تلاش هایی در جوامع بین المللی جهت ارتقای چارچوب ها و قوانین و همچنین بهبود آگاهی در این حوزه صورت گیرد. این مسئله در کشور ایران نیز به صورت جسته و گریخته مورد توجه قرار گرفته، اما به صورت جامع و تخصصی به توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران اشاره ای نشده است. عدم آگاهی در مورد مفهوم حاکمیت فکری در ایران سبب گردیده است تا امروزه مشکلاتی در ورزش کشور ایجاد گردد.

ایده ها و خلاقیت ها در هر صنعتی نیازمند بهبود نظام حاکمیت معنوی است. شعوری و نجفی (۱۳۹۶) اعلام داشتند که یکی از خلاهای موجود در کشور ایران، بهبود کارایی نظام حاکمیت معنوی و دانش ثبت شده می باشد. عباس زاده و همکاران (۱۳۹۴) نیز بیان نمودند که ایران جهت توسعه اقتصاد مقاومتی در کشور نیازمند حاکمیت فکری است. همچنین سوءاستفاده از فقدان حاکمیت فکری در کشور ایران در حال گسترش می باشد که این مسئله سبب بروز مشکلاتی برای افراد شده است. فقدان آگاهی ها در زمینه حاکمیت فکری در کشور ایران به خصوص در ابعاد ورزش سبب بروز بی نظمی هایی نیز در مسیر توسعه ورزش در کشور شده است (حکمت نیا و خوش نویس، ۲۰۰۹: ۱۳۲). امادی (۲۰۱۸) اعلام داشت که برخی حوزه ها در ورزش کشور نیچریه از جمله قوانین کپی رایت، بازاریابی و پخش رویدادهای ورزشی نیازمند برخورداری از حاکمیت فکری مناسب است و لزوم توسعه آن در ورزش کشور نیچریه را نشان می دهد. خلاهای مربوط به نظام حاکمیت فکری یکی از مشکلات موجود در حیطه ورزش می باشد (هیلتون، ۲۰۱۱: ۵۱).

گریفیس و همکاران (۲۰۱۴) بیان نمودند که ایجاد حاکمیت فکری سبب می گردد تا ترجیح رفتار مالیاتی به درآمد ناشی از ثبت اختراعات نیز تحت تاثیر قرار گیرد. ویوچرا^۲ و همکاران (۲۰۲۰) ادعان داشتند که جهت حمایت از اختراعات و فرایند تجاری رسانی آن لازم است تا حاکمیت فکری ایجاد گردد. کیف^۳ و همکاران (۲۰۰۸) نیز معتقد بودند که در حوزه ورزش و ابعاد مختلف آن حاکمیت فکری باید اجرایی گردد و حمایت های قانونی جهت بهبود حاکمیت فکری در ورزش لازم است. کلامادی (۲۰۱۲) اشاره داشت که محیط متنوع ورزشی و وجود برندهای تجاری، باشگاه ها، افراد، کالاهای تجاری و مجوزهای مختلف سبب گردیده است تا اهمیت پوشش حاکمیت فکری در ورزش بیش از پیش درک گردد. داس^۴ (۲۰۰۰) نیز اشاره داشت که حاکمیت فکری در ورزش می تواند تضمینی جهت توسعه فعالیت های مربوط به ورزش باشد. وانگ و هوانگ^۵ (۲۰۱۱) نیز مشخص نمودند که جهت توسعه حاکمیت فکری باید نظارت ها و غربالگری هایی در میان مدیران به صورت منظم اجرایی گردد. لیو^۶ و همکاران (۲۰۰۹) نیز بر این باور بودند که کیفیت اختراعات ثبت شده نقش مهمی در بهبود وضعیت حاکمیت فکری دارد.

-
1. Hylton
 2. Wiwchar
 3. Kieff
 4. Das
 5. Wang & Hwang
 6. Lu

حبیب^۱ و همکاران (۲۰۱۹) نیز بیان نمودند که سرمایه انسانی می تواند به بهبود و گسترش حاکمیت فکری منجر گردد. بررسی پیشینه های تحقیق مشخص می نماید که اهمیت حاکمیت فکری در حوزه ورزش نیز مورد اشاره قرار گرفته - اگرچه تحقیقات جامعی در این زمینه انجام نشده و مدل های توسعه حاکمیت فکری در ورزش به ویژه در کشور ایران ارائه نگردیده است. از طرفی ابهامات اساسی در مورد حاکمیت فکری سبب شده تا نیاز به طراحی مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش کشور درک گردد.

باید توجه داشت که حاکمیت فکری یک پوشش حمایتی جهت حمایت از نوآوری، خلاقیت، کارآفرینی، ایده و فکر می باشد و منظور از ورزش در تحقیق حاضر شامل تمامی ابعاد مختلف ورزش در سازمان های ورزشی، صنایع ورزشی، باشگاه های ورزشی، تحقیقات ورزشی و فعالیت های ورزشی حرفه ای، قهرمانی، تربیتی و همگانی است. برخی مسائل جامع در زمینه حاکمیت فکری سبب گردیده است تا تحقیق حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران طراحی و اجرا گردد. لذا پرسش های تحقیق به قرار زیرند:

۱. شرایط علی موثر بر توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چیست؟
۲. شرایط زمینه ای موثر بر توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چیست؟
۳. شرایط مداخله گر موثر بر توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چیست؟
۴. راهبردهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چیست؟
۵. پیامدهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چیست؟
۶. مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده ها آمیخته بود که به صورت کیفی و کمی انجام گردید. در مرحله اول، برای ساخت مدل از روش کیفی تحلیل محتوا و برای آزمون مدل از روش کمی توصیفی- تحلیلی و از نوع همبستگی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. روش تحقیق آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا به صورت کیفی و سپس به صورت کمی به اجرا درآمد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش مصاحبه بود که بعد از رسیدن به اشباع نظری، ۲۳ گویه در قالب پنج مؤلفه کلی شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، پدیده اصلی و اقدامات و پیامدها به صورت پنج گزینه ای لیکرت (خیلی زیاد، ۵ امتیاز تا خیلی کم، ۱ امتیاز) تدوین شد. جامعه آماری بخش کیفی این پژوهش را نخبگان و صاحب نظران حوزه مدیریت ورزشی کشور و حوزه مالکیت فکری تشکیل می دادند. جهت تعیین نمونه پژوهش در این بخش، از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده گردید؛ بدین صورت که ضمن مشخص نمودن برخی خبرگان اولیه در این زمینه، از آنها در شناسایی سایر خبرگان استفاده گردید. در نهایت پس از اتمام روش نمونه گیری گلوله برفی و رسیدن به اشباع نظری، تعداد ۱۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص گردیدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل پژوهشگران و مخترعان حوزه ورزش بودند که پس از بررسی های انجام شده، تعداد این افراد حدود ۲۱۰ نفر مشخص گردید. با استفاده از جدول حجم نمونه مورگان، تعداد ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه آماری

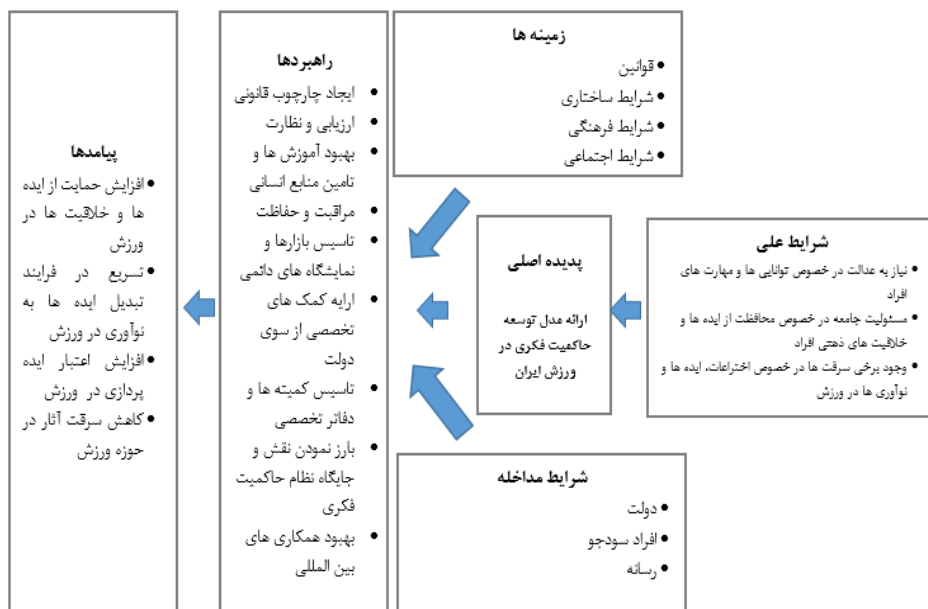
انتخاب شدند. پس از پخش و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها در نهایت تعداد ۱۲۱ پرسشنامه تکمیل شده، جمع‌آوری گردید. روش نمونه‌گیری در بخش کمی به صورت در دسترس بود. داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری (مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین) و کدگذاری گزینشی (انتخاب یک مقوله محوری به عنوان مقوله اصلی و مشخص کردن ارتباط بین هر یک از مقوله‌های محوری) انجام و با عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت. در بخش کمی از دو روش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از میانگین و درصد فراوانی برای بیان ویژگی‌های دموگرافیک پژوهش و از شاخص‌های کشیدگی و چولگی جهت بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیر طبیعی بودن) و در بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش و رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل‌سازی از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۰ و Smart PLS نسخه ۲ استفاده شد.

۱۳۶ پایایی و روایی در PLS در دو بخش سنجیده می‌شود: الف) بخش مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری؛ ب) بخش مربوط به مدل‌سازی. پایایی مدل اندازه‌گیری به وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بارعاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۷ (سخت‌گیرانه‌ترین حالت به دلیل استفاده از نرم‌افزار واریانس محور) شود، موید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین در مورد روایی محتوایی نیز با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR مورد تأیید قرار گرفت. مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۱۲ نفر)، ۰/۸۹ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۹۳ به دست آمد. بنابراین روایی محتوی ابزار هم مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا که مربوط به معادلات ساختاری است، نیز سنجیده شد. همچنین در بخش تحلیل مصاحبه‌ها از نرم‌افزار Max QDA نسخه ۱۲ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از ۱۲ مصاحبه تا حد اشباع نظری ادامه یافت و از طریق تحلیل محتوا و کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب پنج مؤلفه کلی شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده اصلی و اقدامات و پیامدها انجام شد. نتایج بخش کیفی پژوهش - بر اساس مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین - نشان داد که پدیده اصلی، توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران می‌باشد. موجبات علی، شامل نیاز به عدالت در زمینه توانایی‌ها و مهارت‌های افراد، مسئولیت جامعه در زمینه محافظت از ایده‌ها و خلاقیت‌های ذهنی افراد و وجود برخی سرقت‌ها در زمینه اختراعات، ایده‌ها و نوآوری‌ها در ورزش دارد. شرایط زمینه‌ای نیز در دو سطح خرد و کلان به ترتیب شامل قوانین، شرایط ساختاری، شرایط فرهنگی و شرایط اجتماعی می‌باشد. شرایط مداخله‌گر نیز شامل دولت، افراد سودجو و رسانه می‌باشد. راهبردها (اقدامات)، توسعه حاکمیت فکری در ورزش شامل ایجاد چارچوب قانونی در زمینه حاکمیت فکری در ورزش، ارزیابی و نظارت بر حوزه حاکمیت فکری، بهبود آموزش‌ها و تأمین منابع انسانی در زمینه حاکمیت فکری در ورزش، مراقبت و حفاظت از آثار و نوآوری‌های تولید شده در ورزش، تأسیس بازارها و نمایشگاه‌های دائمی جهت ارائه و فروش حق امتیاز اختراعات به ثبت رسیده در ورزش، ارائه کمک‌های

تخصصی از سوی دولت به مخترعان و نوآوران عرصه ورزش، تاسیس کمیته ها و دفاتر تخصصی جهت بهبود حاکمیت فکری در ورزش، بارز نمودن نقش و جایگاه نظام حاکمیت فکری در ورزش ایران و بهبود همکاری های بین المللی مخترعان و نوآوران می باشد. پیامدها هم شامل افزایش حمایت از ایده ها و خلاقیت ها در ورزش توسط بخش دولتی و خصوصی، تسریع در فرایند تبدیل ایده ها به محصول و خدمات در ورزش، افزایش اعتبار ایده پردازی در ورزش و کاهش سرقت آثار در حوزه ورزش بود. مدل پارادایمی توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران در شکل ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱: مدل پارادایمی توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران

با توجه به مدل پارادایمی تحقیق مشخص گردید که عدالت محوری، مسئولیت جامعه در برابر ایده های افراد و همچنین وجود برخی سرقت ها از جمله مسائل علی است که لزوم گسترش حاکمیت فکری در ورزش را کاملاً مشخص می نماید. از طرفی مدل پارادایمی تحقیق مشخص نمود که در مسیر توسعه حاکمیت فکری در ورزش دولت، افراد سودجو و همچنین رسانه ها نقش مداخله گری را ایفا می نمایند. این در حالی است که نتایج تحقیق مشخص نمود که توسعه حاکمیت فکری در ورزش باید در بستر قوانین و شرایط ساختاری، فرهنگی و اجتماعی حرکت نماید. مدل پارادایمی تحقیق حاضر نشان داد که توسعه حاکمیت فکری در ورزش می تواند به بهبود حمایت از خلاقیت ها، تسریع در فرایند، افزایش اعتبار ایده پردازی و کاهش سرقت ایده ها و خلاقیت ها در ورزش منجر گردد.

در ادامه از طریق نرم افزار SPSS به تحلیل ویژگی های جمعیت شناختی نمونه های پژوهش پرداخته شد. سپس با تحلیل نتایج حاصل از جمع آوری پرسشنامه ها از طریق نرم افزار Smart PLS به سؤال های پژوهش پاسخ داده شد. یافته های توصیفی مربوط به نمونه های آماری تحقیق حاضر در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: یافته های توصیفی تحقیق

ویژگی های جمعیت شناختی	گروه ها	فراوانی	درصد
بخش کیفی تحقیق	جنسیت	مرد	۶۶/۶
		زن	۳۳/۴
	سطح تحصیلات	دکتری	۷۵
		کارشناسی ارشد	۲۵
بخش کمی تحقیق	جنسیت	مرد	۶۵/۲
		زن	۳۴/۷
	سطح تحصیلات	دکتری	۳۱/۵
		کارشناسی ارشد	۴۴/۶
		کارشناسی و پایین تر	۲۳/۹
	رده سنی	زیر ۳۰ سال	۶/۶
		۳۰-۴۰ سال	۵۲/۱
		۴۰-۵۰ سال	۳۱/۴
		بالای ۵۰ سال	۹/۹

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد که نمونه های بخش کیفی تحقیق شامل ۶۶/۶ درصد مرد و ۳۳/۴ درصد زن بودند. همچنین از این میان نمونه های تحقیق افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری با ۷۵ درصد بیشترین تعداد را داشتند. نتایج توصیفی مربوط به وضعیت جنسیت نمونه تحقیق در بخش کمی نشان داد که ۶۵/۲ درصد از افراد شرکت کننده در تحقیق را مردان و ۳۴/۷ درصد را زنان تشکیل می دهند. نتایج یافته های توصیفی تحقیق نیز نشان داد که از میان نمونه های تحقیق، افراد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با ۴۴/۶ درصد بیشترین تعداد را دارا می باشند. نتایج توصیفی تحقیق همچنین نشان داد که در میان گروه های سنی، گروه سنی ۳۰-۴۰ سال با ۵۲/۱ درصد بیشترین تعداد را دارا می باشند.

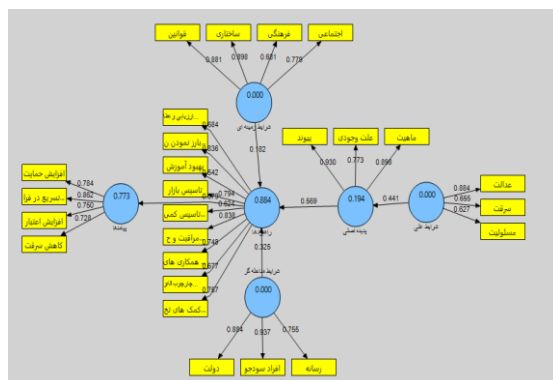
بنابراین هیر^۱ و همکاران (۲۰۱۲)، برای تعیین نرمالیه داده ها از چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج نشان داد که چولگی بین ۳ و ۳- و کشیدگی بین ۵ و ۵- قرار دارد. برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می شود و پایایی خود از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی صورت می پذیرد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۷ می باشد.

برای تمامی سوال‌ها، اکثر ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۷ بیشتر بود. مقدار مربوط به آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها در هر پنج متغیر نیز بالاتر از ۰/۷ بود که از پایایی مناسب مدل حکایت دارد. در این تحقیق پایایی متغیرها در حد مطلوب قرار دارد. از آنجا که پایایی تأیید می‌شود می‌توان به بررسی فرضیات توسط معادلات ساختاری پرداخت و نتیجه قابل تعمیم به کل جامعه مورد نظر می‌باشد. معیار دوم در بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگراست که به بررسی همبستگی هر متغیر با سوالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. با توجه به روش فورنل و لارکر که مقدار مناسب برای AVE را ۰/۴ به بالا معرفی کرده‌اند، برای تمامی ۵ متغیر، مقدار AVE بیشتر یا مساوی ۰/۴ می‌باشد. روایی واگرا، سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است که در این پژوهش در هر دو بخش روش اول (سوالات مربوط به هر متغیر نسبت به خود آن متغیر همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به متغیرهای دیگر) و دوم (معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک متغیر با سوالاتش در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهاست؛ به طوری که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک متغیر در مدل تعامل بیشتری با سوالات خود دارد تا با متغیرهای دیگر. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد) مورد تأیید قرار گرفت. نتایج مربوط به آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE در جدول ۱ آمده است:

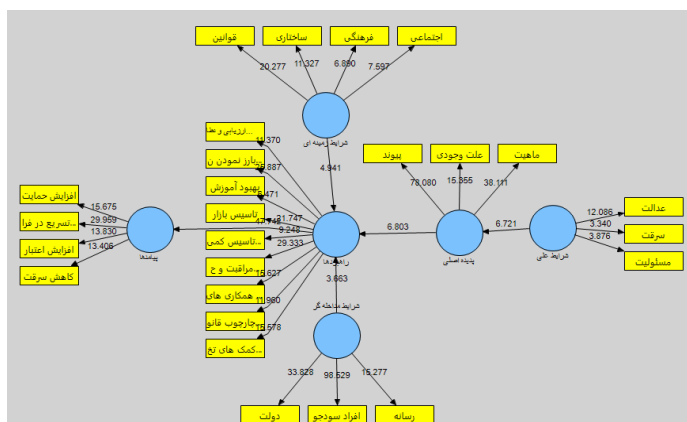
جدول ۱: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	
۰/۴۸۷۴۱۲	۰/۷۴۱۲۵۱	۰/۸۲۱۰۵۱	موجبات علی
۰/۵۰۲۱۸۱	۰/۶۸۵۲۵۴	۰/۸۵۶۳۲۰	شرایط زمینه‌ای
۰/۹۵۳۶۲۱	۰/۶۲۳۶۲۱	۰/۸۱۲۳۶۹	شرایط مداخله‌گر
۰/۵۲۱۸۷۴	۰/۶۳۶۲۵۱	۰/۸۴۵۲۱۰	راهبردها
۰/۵۳۶۲۵۱	۰/۷۰۵۸۱۵	۰/۸۰۲۱۱۴	پیامدها

مطابق با نتایج جدول ۱، مشخص گردید که داده‌های تحقیق جهت انجام روش معادلات ساختاری مناسب می‌باشد. همچنین نتایج این جدول مناسب بودن برازش اولیه مدل تحقیق را نشان می‌دهد. بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. همان گونه که پیش از این اشاره شد، بخش مدل ساختاری بر خلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سوالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آنها بررسی می‌گردد. در ادامه، مدل ساختاری پژوهش در شکل ۲ آورده شده است. همچنین شکل ضرایب تی همان مدل در شکل ۳ گزارش شده است:



۱۴.



شکل ۳: ضرایب تی مدل ساختاری پژوهش

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می شود که اولین و اساسی ترین معیار، ضرایب معنی داری t یا همان مقادیر t -values می باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۰/۹۵ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تایید روابط در سطح اطمینان ۱/۹۶ است.

جدول ۲: ضرایب مسیر و ضرایب معنی داری t (مقادیر t-values) روابط

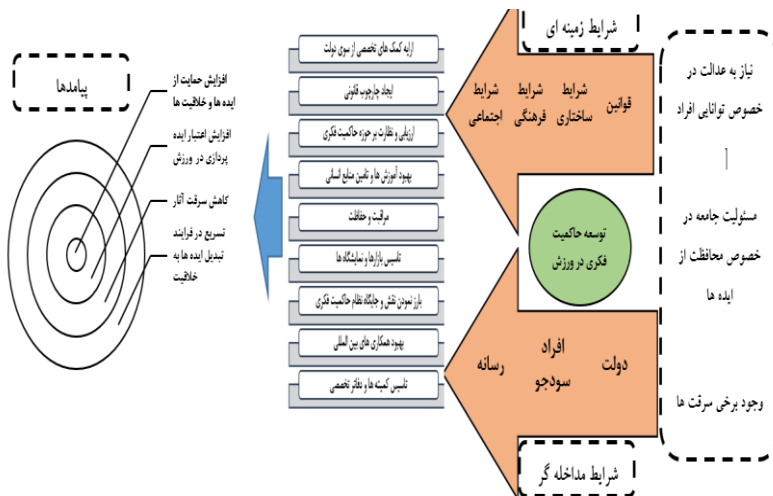
متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضرب مسیر	مقدار T-VALUE
موجبات علی	پدیده اصلی	۰/۴۴۱	۶/۷۲۱
پدیده اصلی	راهبردها	۰/۵۶۹	۶/۸۰۳
شرایط زمینه‌ای	راهبردها	۰/۱۸۲	۴/۹۴۱
شرایط مداخله‌گر	راهبردها	۰/۳۲۵	۳/۶۶۳
راهبردها	پیامدها	۰/۸۷۹	۴۷/۷۴۲

با توجه به جدول فوق، مقدار T-Value همگی بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همه روابط حاضر در مدل پژوهش در سطح ۰/۹۹ مورد تأیید قرار گرفت؛ بدین صورت که شرایط علی بر پدیده اصلی تاثیر معناداری به میزان ۰/۴۴۱ دارد. از طرفی نتایج مشخص نمود که در غالب مدل تحقیق، پدیده اصلی (۰/۵۹۶=تاثیر)، شرایط زمینه ای (۰/۱۸۲=تاثیر) و شرایط مداخله گر (۰/۳۲۵=تاثیر) بر راهبردهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش تاثیرگذار می باشد. لذا می توان گفت که در مسیر اجرایی نمود راهبردهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش باید به پدیده اصلی، شرایط زمینه ای و شرایط مداخله گر توجه ویژه داشت، چرا که این مسائل بر روند شکل گیری و اجرای راهبردهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش تاثیر بسزایی دارند.

معیار Q2 قدرت پیش بینی مدل را مشخص می سازد و در صورتی که مقدار Q2 در مورد یکی از متغیرهای درون زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۲ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی متغیر یا متغیرهای برون زای مربوط به آن را دارد. این معیار برای متغیرهای درون زا بیشتر از ۰/۳۲ می‌باشد که این نشان می دهد که متغیرهای برونزا(مستقل) در پیش بینی متغیرهای وابسته قوی هستند و بار دیگر برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش را تا حدودی تایید می نمایند.

برازش مدل کلی

برازش مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری می شود و با تایید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می شود. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است و حصول مقادیر بیشتر از ۰/۳۶ برای GOF، برازش کلی مدل قوی است. پس از بررسی برازش مدل تحقیق و مشخص نمودن اعتبار مدل، مدل نهایی تحقیق در شکل ۴ به نمایش گذاشته شده است:



شکل ۴: مدل نهایی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران طراحی گردید. نتایج نشان داد که جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش برخی موجبات علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، پیامدها و راهبردها وجود دارد. بدین صورت که پدیده اصلی، توسعه حاکمیت فکری در ورزش ایران می‌باشد. موجبات علی شامل نیاز به عدالت در زمینه توانایی‌ها و مهارت‌های افراد، مسئولیت جامعه در مورد محافظت از ایده‌ها و خلاقیت‌های ذهنی افراد و وجود برخی سرقت‌ها در زمینه اختراعات، ایده‌ها و نوآوری‌ها در ورزش است. ویوچر و همکاران (۲۰۲۰) مشخص نمودند که لزوم عدالت محوری در جوامع سبب گردیده است تا امروزه لزوم حمایت از اختراعات در جوامع درک گردد. شعوری و نجفی (۱۳۹۶) نیز بیان نمودند که سرقت‌های ادبی موجود در جوامع بین‌المللی سبب گردیده است تا تلاش جهت ایجاد حاکمیت فکری گسترده در سطح جهان صورت پذیرد. بر این اساس می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات ویوچر و همکاران (۲۰۲۰) و شعوری و نجفی (۱۳۹۶) همخوان می‌باشد. در تفسیر این مسئله باید گفت که برخی بی‌قانونی‌ها در ورزش کشور طی فرایند ایده‌پردازی و سرقت‌های انجام گرفته شده سبب گردیده است تا امروزه بیش از هر زمانی دیگر نیاز به ایجاد حاکمیت فکری درک گردد. از طرفی لزوم عدالت محوری سبب گردیده است تا تمامی گروه‌ها و افراد در ورزش این حق را داشته باشند که از ایده و خلاقیت خود به گونه مناسبی مراقبت کنند و لزوم حاکمیت فکری در ورزش بیش از پیش درک شود.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که شرایط مداخله‌گر موجود در جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش شامل دولت، افراد سودجو و رسانه می‌باشد. وانگ و هوانگ (۲۰۱۱) در تحقیق خود نشان دادند که فرایندهای مدیریتی و ضعف در این فرایندها نقش مهمی در جهت توسعه حاکمیت فکری دارد و به نوعی سبب ایجاد محدودیت برای توسعه حاکمیت فکری می‌گردد. این در حالی است که این مسئله در تحقیق حاضر به عنوان عوامل مداخله‌گر در جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش مشخص نگردیده است. از این رو می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق وانگ و هوانگ (۲۰۱۱) ناهمخوان می‌باشد. به نظر می‌رسد وجود مشکلات اساسی در جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش در ایران در ارتباط با دولت، افراد سودجو و رسانه‌ها سبب گردیده است تا برخی مسائل از جمله فرایندهای مدیریتی نقش پررنگی در جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش نداشته باشند. به عبارت دیگر، اهمیت و تاثیرگذاری دولت، افراد سودجو و رسانه در این زمینه چندان قوی و مهم بوده است که برخی ضعف‌های مدیریتی در این زمینه به چشم نمی‌آید. از طرفی به نظر می‌رسد عدم نظارت مناسب دولت در این حوزه و همچنین قدرت و نفوذ افراد سودجو در این حوزه سبب گردیده است تا مشکلات عمده‌ای در این مسیر ایجاد گردد. از سوی دیگر، رسانه با توجه به عدم انجام رسالت خود در این حوزه، به نوعی دیگر عامل مداخله‌گر در زمینه حاکمیت فکری در ورزش ایران می‌باشد. نیکیتنکو^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود دریافتند که دولت به واسطه تاثیرگذاری خود نقش مهمی در مسیر حاکمیت فکری دارد. پان^۲ (۲۰۱۸) نیز نشان داد که رسانه با توجه به گستردگی خود از

1. Nikitenko

2. Pan

تاثیرگذاری عمیقی در جهت حاکمیت فکری برخوردار می باشد. دولت و رسانه در کشور ایران به علت عدم انجام وظایف محوله خود و فقدان برنامه ریزی های جامع جهت بهبود حاکمیت فکری در ورزش توانسته اند تا بستر مناسبی را جهت حاکمیت فکری در ورزش ایران فراهم آورند. از طرفی، قدرت و نفوذ افراد سودجو در برخی حوزه ها از جمله ورزش سبب گردیده است تا بسیاری از تلاش های موجود در زمینه حاکمیت فکری در حوزه ورزش دچار مشکلات عمده ای گردد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که از پیامدهای توسعه حاکمیت فکری در ورزش، افزایش حمایت از ایده ها و خلاقیت ها در ورزش، تسریع در فرایند تبدیل ایده ها به نوآوری در ورزش، افزایش اعتبار ایده پردازی در ورزش و کاهش سرقت آثار در حوزه ورزش می باشد. منطقی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود مشخص نمودند که مسیر بهبود حاکمیت فکری وابسته به برخی شرایط فرهنگی و مدیریتی می باشد. خانی و نصراللهی (۱۳۹۱) اشاره داشتند که جهت بهبود حاکمیت فکری نیازمند ایجاد مراکز تخصصی و همچنین گسترش نظارت و ارزیابی ها در این زمینه می باشد. پس می توان گفت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات منطقی و همکاران (۱۳۹۲) و خانی و نصراللهی (۱۳۹۱) همخوان است. در تفسیر این مسئله لازم به ذکر است که حاکمیت فکری جهت توسعه نیازمند برخورداری از برنامه ریزی و سازماندهی دقیق است. لذا ایجاد بستر قانونی، فرهنگی، ساختاری و اجتماعی در فضای ورزش کشور می تواند زمینه جهت رشد و گسترش حاکمیت فکری را فراهم نماید. وانگ و هوانگ (۲۰۱۱) مشخص نمودند که حاکمیت فکری نتیجه برنامه ریزی دقیق و منظم در حوزه های قانونی، مدیریتی و فرهنگی می باشد. بدین صورت، جهت توسعه حاکمیت فکری باید اصول و بستر اولیه فراهم باشد. لذا مسائل قانونی، اجتماعی، ساختاری و فرهنگی نقش مهم و اساسی در جهت فراهم آوردن بستر اولیه جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش دارد.

تحقیق حاضر مشخص نمود که توسعه حاکمیت فکری در ورزش سبب بهبود حمایت از خلاقیت ها، تسریع در فرایند، افزایش اعتبار ایده پردازی و در نهایت کاهش سرقت ایده ها و خلاقیت ها در ورزش می گردد. تحقیقات مختلفی به این مسئله اشاره داشته اند. پان (۲۰۱۸) در تحقیق خود مشخص نمود که ارتقای جایگاه نظام حاکمیت فکری نقش مهمی در بهبود و گسترش این نظام دارد. لیو و همکاران (۲۰۰۹) اشاره داشتند که توسعه حاکمیت فکری سبب کاهش سرقت ایده و فکر افراد می گردد. به عبارت دیگر، توسعه حاکمیت فکری سبب بهبود حمایت از نوآوری می گردد. با این توجه می توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات پان (۲۰۱۸) و لیو و همکاران (۲۰۰۹) همخوان می باشد. در تفسیر این مسئله باید گفت که حاکمیت فکری سبب می گردد تا شرایطی بر ورزش حکمفرما شود که خروجی آن ایجاد قوانین شفاف، نظارت های جامع و همچنین استانداردهای دقیقی شود که ارتقای حمایت از خلاقیت در ورزش، تسریع فرایند ایده پردازی، ارتقای اعتبار ایده پردازی و کاهش سرقت ایده و خلاقیت در ورزش را در پی داشته باشد. حاکمیت فکری به مانند یک چتر حمایتی سبب می گردد تا فضای ورزش در حوزه خلاقیت و نوآوری کاملاً تحت کنترل باشد و با سوء استفاده های موجود به صورت کامل برخورد قانونی شود. این مسئله بدون شک می تواند پیامدهای مثبتی بر ورزش کشور و روند ایده پردازی در ورزش کشور داشته باشد.

گسترش حاکمیت فکری در ورزش می تواند ضمن امنیت بخشی به فضای ورزش کشور، دانش فنی و علمی این حوزه را ارتقا دهد. به عبارت دیگر، مسیر بهبود و گسترش منابع انسانی و همچنین شایسته سالاری در ورزش که یکی از نیازهای روز ورزش می باشد، جدا از بهبود حاکمیت فکری نیست. ارتقای حاکمیت فکری سبب می گردد تا بستری ایمن و مطمئن در ورزش جهت ارتقا و پیشرفت فراهم شود و به بهبود وضعیت ورزش بینجامد. تحقیق حاضر مشخص نمود که مسیر بهبود حاکمیت فکری در ورزش نیازمند برخی راهبردها از جمله ایجاد چارچوب قانونی در زمینه حاکمیت فکری در ورزش، ارزیابی و نظارت بر حوزه حاکمیت فکری، بهبود آموزش ها و تامین منابع انسانی در زمینه حاکمیت فکری در ورزش، مراقبت و حفاظت از آثار و نوآوری های تولید شده در ورزش، تاسیس بازارها و نمایشگاه های دائمی جهت ارائه و فروش حق امتیاز اختراعات به ثبت رسیده در ورزش، ارائه کمک های تخصصی از سوی دولت به مخترعان و نوآوران عرصه ورزش، تاسیس کمیته ها و دفاتر تخصصی جهت بهبود حاکمیت فکری در ورزش، بارز نمودن نقش و جایگاه نظام حاکمیت فکری در ورزش ایران و بهبود همکاری های بین المللی مخترعان و نوآوران می باشد.

پیشنهادهای

با توجه به راهبردهای فوق، پیشنهادات عملیاتی جهت توسعه حاکمیت فکری در ورزش ارائه می گردد:

- کمیته های نظارتی در بدنه ورزش جهت بررسی حاکمیت فکری و همچنین ارزیابی فعالیت های انجام شده در این حوزه، مسیر توسعه حاکمیت فکری را دنبال نمایند.
- در دوره های آموزشی موجود در صنعت، سازمان ها، باشگاه ها و دانشگاه ها، به حاکمیت فکری توجه بیشتر و آموزش های لازم ارائه شود.
- نمایشگاه های ملی و بین المللی تخصصی در حوزه ورزش جهت ارائه آخرین یافته های علمی، صنعتی و خدماتی افراد صاحب ایده در ورزش به صورت منظم اجرایی گردد.
- با کاهش زمان و فرایند اداری ثبت و بررسی ایده ها، خلاقیت ها، نوآوری ها و طرح های افراد در جهت کاهش سوء استفاده از این ایده ها اقدام شود.
- قوانین شفاف در جهت برخورد با متخلفان در حوزه های مربوط به حاکمیت فکری در ورزش ایجاد و اجرایی گردد.
- مکان هایی مشخص در سطح کشور جهت ایجاد و دائمی نمودن نمایشگاه های تخصصی در زمینه آخرین یافته های حوزه ورزش در نظر گرفته شود.

- Abbas Zadeh, A. Ataei Nejad, M. Ismael Zadeh, M. (2014). **“Role of Intellectual Property in Resistance Economics and Operational Opportunity”**. First National Conference on Management, Innovation and Entrepreneurship in Resistance Economics, Mashhad, Khorasan Branch of Iranian Management. p:118.(Persian)
- Amadi, U. J. (2017). **“Intellectual property rights in sports: A trick or two Nigeria can learn from the global game”**. African Sports Law and Business Bulletin, (1), 14: 152-171
- Das, P. K. (2000). **“Offensive Protection: The Potential Application of Intellectual Property Law to Scripted Sports Plays”**. Ind. LJ, 75, 1073.
- Indradewi, A. A. S. N. (2020). **“Protection of intellectual property rights in international trade”**. International journal of social sciences, 3(1), 13-16.
- Hekmat Nia, M, Khoshnevis, A. (2009). **“Examples of intellectual property rights in the sports industry”**. Islamic law, 6 (23), 127-159. (Persian)
- Griffith, R., Miller, H., & O'Connell, M. (2014). **“Ownership of intellectual property and corporate taxation”**. Journal of Public Economics, 112, 12-23.
- Habib, M., Abbas, J., & Noman, R. (2019). **“Are human capital, intellectual property rights, and research and development expenditures really important for total factor productivity? An empirical analysis”**. International Journal of Social Economics.
- Huang, C. (2017). **“Recent development of the intellectual property rights system in China and challenges ahead”**. Management and Organization Review, 13(1), 39-48.
- Hylton, J. G. (2011). **“The Over-Protection of Intellectual Property Rights in Sport in the United States and Elsewhere”**. Journal of Legal Aspects of Sport, 21(1), 43-73.
- Kalamadi, S. (2012). **“Intellectual Property and the Business of Sports Management”**. Sports Management, 17, 437-442.
- Khani, R. Nasrallahi, Z. (2012). **“Investigating Economic Factors Affecting Intellectual Property Rights: Comparing Selected Developing and Developed Countries”**. Economics and Modeling, 3 (11), 172-145. (Persian)
- Kieff, F. S., Kramer, R. G., & Kunststadt, R. M. (2008). **“It's your turn, but it's my move: Intellectual property protection for sports moves”**. Santa Clara Computer & High Tech. LJ, 25, 765.
- Kukkonen III, C. A. (1998). **Be a Good Sport and Refrain from using my Patented Putt: Intellectual Property Protection for Sports related Movements**. J. Pat. & Trademark Off. Soc'y, 80, 808.
- LIU, C., JING, J. P., & YU, J. (2009). **“Analysis on the definition and composition factor of patent quality in intellectual property rights”**. Information Science, 11.

- LIU, Q., & HU, F. (2006). **“Protection of the Intellectual Property of Sport Tournament and the Television Right”**. Journal of Nanjing Institute of Physical Education (Social Science), 2(16): 21-36
- Lo, C. P. (2016). **“Intellectual property, research intensity, and scale effect”**. Journal of Business Research, 69(6), 2297-2301.
- Manteghi, M. Taghavi Bafghi, M. Shahshahi, M. (2013). **“How to protect intellectual property in collaborative technology transfer projects”**. National Conference on Accounting and Management, Tehran, Center for the Conferences of the Research Institute of Power. (Persian)
- Nikitenko, S. M., Mesyats, M. A., & Protsenko, A. P. (2018). **“Intellectual property as an active resource for sustainable development of the regional economy”**. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science .Vol. 206(1): p. 109-120
- Pan, L. (2018). **Research on Macro Influencing Factors of Energy Intellectual Property in China: Analysis Based on Dynamic Panel Data Model**.
- Parr, R. L. (2018). **Intellectual property: valuation, exploitation, and infringement damages**. John Wiley & Sons.
- Shakouri, S. Pishvae, M. Ghaffari, A. (2015). **“Comparison of Intellectual Property System of Iran with the Top Countries of Innovation America, Germany, England, France”**. International Conference on Modern Research in Management, Economics and Consultation, Istanbul, Iliya Capital Ideas Managers Institute. p:81-85 (Persian)
- Shouri, M. Najafi, A. (2017). **“Investigating the Impact of Developing the Intellectual Property System and Registered Knowledge on Motivation for Innovating Industry”**. Innovation and Creativity in the Humanities, 7 (3), 250-217. (Persian)
- Wang, M. K., & Hwang, K. P. (2011). **“Key factors for the successful evaluation and screening of managers of the intellectual property rights speciality”**. Expert Systems with Applications, 38(9), 10794-10802.
- Wiwchar, M., Walker, D., & Marsh, R. (2020). **“Protecting Your Digital Health Intellectual Property: Fundamentals of Intellectual Property and How It Applies to Software”**. Hardware and Business Processes. In Digital Health Entrepreneurship (pp. 103-118). Springer, Cham.

طراحی مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی ایران

حوریه نیک دست^۱

سید محمد حسین رضوی^۲

سعید امیرنژاد^۳

 10.22034/SSYS.2022.775.1531

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۴/۲

هدف از این پژوهش، تدوین مدل ساختاری برای شناسایی موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی^۴ ایران بود. روش تحقیق این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و کارشناسان خبره فدراسیون‌های ورزشی به تعداد ۲۰۰ نفر بود که نمونه‌گیری به روش تمام شمار انجام گرفت و تعداد ۱۷۷ پرسشنامه جمع‌آوری گردید. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته حاصل از مصاحبه‌ها (۱۶ مصاحبه) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ بر روی یک نمونه اولیه ۳۰ نفره با ۰/۸۲ تایید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و در سطح آمار استنباطی از تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون رتبه بندی فریدمن و مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای

۱- دکترای مدیریت ورزشی، گرایش مدیریت راهبردی در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی، دانشگاه شمال، آمل، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: H.nikdast@yahoo.com

۲- استاد، مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۳- استادیار، دانشگاه هنر، تهران، ایران

۴- اسامی فدراسیون‌هایی که در تحقیق حاضر مورد استفاده قرار گرفته اند، در مقدمه بیان شده است.

SPSS و Amos نسخه ۲۳ استفاده گردید. نتایج نشان داد که ۱۱ عامل اصلی موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران را تشکیل می‌دهند. همچنین، بین موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران از دیدگاه نمونه‌های تحقیق تفاوت معناداری وجود دارد؛ به طوری که «موانع مدیریتی» بالاترین رتبه و «محیط سیاسی و حقوقی» پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در نهایت، مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی ایران تدوین شد و برازش آن مورد تایید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: برنامه راهبردی، فدراسیون ورزشی و مدل ساختاری.

مقدمه

در سال‌های اخیر در بسیاری از سازمان‌ها و بخش‌های اقتصادی جهان ناپیوستگی وجود دارد. در چنین شرایطی، داشتن چشم‌انداز روشنی از رسالت، عوامل خارجی تأثیرگذار و پیشرفتی که در راه رسیدن به اهداف حاصل می‌شود، بسیار حائز اهمیت است. به تعبیری دیگر، در دنیای کنونی سازمان‌ها باید با توجه به بالا بودن سرعت تحولات، محیط‌های متلاطم و غیر قابل پیش‌بینی و فرصت‌ها و تهدیدات رقابتی فراوان، همواره عوامل محیطی را مورد پایش قرار دهند و با تجزیه و تحلیل محیط پیرامونی، راهبردهای اثربخش، زمینه‌ها و عوامل کلیدی و بحرانی موفقیت را شناسایی و کنترل نمایند (رضایی^۱، ۲۰۱۸). سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی از این قاعده مستثنی نیستند و همانند سایر سازمان‌ها در این محیط پویا، پر ابهام و متحول فعالیت می‌کنند.

بسیاری از اندیشمندان علم مدیریت معتقدند که یکی از راه‌های پیوند درونی و بیرونی برنامه‌ها و سیستم‌های سازمانی در این محیط پر تلاطم امروزی، الگوی جامع مدیریت راهبردی است. مدیریت راهبردی، یک روند مداوم و چرخشی است که هدف آن حفظ تناسب کل سازمان به گونه‌ای صحیح با محیط اطرافش می‌باشد (برتو و همکاران^۲، ۲۰۱۸). برخی دیگر اعتقاد دارند که مدیریت راهبردی، فرآیندی است که به وسیله آن مدیران سمت‌گیری درازمدت فعالیت‌های سازمان را تعیین، اهداف عملیاتی ویژه‌ای را مشخص، راهبردهای نیل به این اهداف را با توجه به شرایط داخلی و خارجی طراحی و برنامه‌های عملی برای اجرای راهبردها را انتخاب می‌کنند (کارثیون و همکاران^۳، ۲۰۱۹). از دیدگاه دیوید^۴ (۲۰۱۱) مدیریت راهبردی هنر و علم تدوین، اجرا و کنترل تصمیمات وظیفه‌ای چندگانه‌ای است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد به اهداف بلندمدت خود دست یابند (دیوید، ۲۰۱۰).

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت راهبردی و نقش مهمی که می‌تواند در سازمان‌های ورزشی به ویژه فدراسیون‌های ورزشی جهت تحقق اهداف به ویژه در تأمین سلامت و تندرستی افراد جامعه داشته باشند، می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد (کاتر و پوکو^۵، ۲۰۱۰). فدراسیون‌های ورزشی نقش ترویج، ارتقای سلامت و تندرستی افراد جامعه را به عهده دارند. در واقع آنها در فرایند توسعه سلامت، همچون موتور محرکه جامعه عمل می‌کنند و در پرتو برخورداری از اقتدار ورزشی برتر، فرماندهی این مهم را در کشور بر عهده دارند. وجود آنها در واقع، معرف نوع مهمی از سرمایه‌گذاری در منابع انسانی است که با فراهم آوردن و ارتقا بخشیدن سلامت و تندرستی مردم، توسعه مهارت‌ها و بهبود نگرش‌ها، به توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور

-
1. Rezaei
 2. Boroto et al.
 3. Craciun et al.
 4. David
 5. Cater and Pucko

کمک می‌کنند. آنها نه تنها مالک و صاحب ورزش کشور تلقی می‌شوند، بلکه در تکاپوی توسعه ورزش و تأمین سلامت جامعه نیز هستند. این امر تحقق نمی‌یابد، مگر این که برنامه‌ریزی جزو فرهنگ فدراسیون‌های ورزشی درآید. فدراسیون‌های ورزشی با توجه به اهداف، رسالت‌ها و کارکردهای ویژه خود جایگاه خاصی در تحقق برنامه‌های توسعه همه جانبه کشور یافته‌اند و در این برهه از زمان، از یک سو با توجه به افزایش جمعیت، افزایش تقاضا برای عرضه خدمات، افزایش رقابت بین المللی و کاهش حمایت‌های مالی دولت رو به رو است، از طرف دیگر آینده‌نگری و ضرورت تفکر راهبردی جهت تحقق اهداف بلندمدت در این سازمان‌ها مطرح می‌باشد. یکی از راهکارهای پذیرفته شده در این زمینه مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی متناسب با ویژگی‌ها، شرایط محیطی داخلی و خارجی به منظور تعیین جهت‌گیری آینده سازمان و بهبود و ارتقای عملکرد آن است. مدیران موفق و اثربخش، تفکر راهبردی خویش را در چارچوب برنامه ریزی راهبردی جامه عمل می‌پوشانند (کارثیون و همکاران، ۲۰۱۹).

امروزه سازمان‌های ورزشی از جمله فدراسیون‌های ورزشی در معرض تغییر و تحولات محیطی و جهانی قرار دارند و با مسائلی مختص به خود روبه رو هستند (خسروی زاده، ۱۳۹۱). با توجه به رسالت‌های مهم سازمان‌ها و با در نظر گرفتن پیشرفت در فناوری، ارتباطات و ابداع و نوآوری‌ها، رقابت با رقیبان با شرایط قبلی خود را برای آنان غیر ممکن ساخته است (دی ویت و مایر^۱، ۲۰۰۴).

یکی از راهکارهای پذیرفته شده در این زمینه، مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی متناسب با ویژگی‌ها و شرایط محیطی داخلی و خارجی به منظور تعیین جهت‌گیری آینده سازمان و بهبود و ارتقای عملکرد آن است. مدیران موفق و اثربخش، تفکر راهبردی خویش را در چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی جامه عمل می‌پوشانند (الهی و همکاران، ۱۳۹۲). محققان معتقدند که در راستای موفقیت و اجرای راهبرد ها به شیوه ای صحیح باید به مقوله تدوین راهبردها و در مرحله بعدی به اجرایی سازی راهبرد ها توجه دقیقی نمود (اینس^۲، ۲۰۱۱).

امروزه توجه شرکت‌ها و سازمان‌ها به برنامه‌ریزی جامع یا راهبردی بسیار افزایش یافته است؛ به طوری که تنها راه اثربخشی و کارآمدی مدیران، در بهره‌گیری از این برنامه‌ریزی جستجو می‌شود. برنامه ریزی راهبردی قبل از آن که یک تکنیک و یا فن باشد، یک نحوه تلقی و باور است که مدیران را به تفکر دراز مدت و آینده‌نگری و پیش‌بینی افق‌های دور ترغیب می‌کند. در سازمانی که این باور و اعتقاد وجود نداشته باشد، بستر مناسبی برای رشد و ایجاد برنامه‌ریزی راهبردی وجود نخواهد داشت. تفکر راهبردی بر توان دیدن آینده و شناخت پویایی محیط و حضور اثربخش سازمان یا واحد مورد نظر برای کسب موفقیت مستمر در طی زمان دلالت دارد (آقازاده، ۱۳۸۱).

1. De Wit, B. & Meyer, R.

2. Ines

تفکر راهبردی از مهمترین مهارت‌های مدیریت در جهان امروز است. این مهارت، شرایط آینده را در نظر می‌گیرد و سپس دگرگون‌سازی شرایط امروز و آمادگی برای فردا را بررسی می‌کند. راهبرد، مسیر سازمان‌ها و مؤسسات و واحدهای داخلی از بزرگترین مؤسسه گرفته تا کوچکترین آن را مورد بحث قرار می‌دهد. با توجه به اینکه محیط بیرونی همه سازمان‌ها همواره در حال تغییر و دگرگونی است و این تحولات در دنیای کنونی اجتناب‌ناپذیر است، شناخت و بررسی کلیه عوامل محیطی می‌تواند در تصمیمات و عملکردهای سازمان تأثیر بسزایی داشته باشد. در پرتو برنامه‌ریزی راهبردی، جهت‌گیری آینده سازمان به درستی تبیین شده و با فراهم کردن زمینه مناسب برای تفکر راهبردی در مدیران باعث اتخاذ تصمیمات بر مبنای توسعه جامع و مستمر و در نهایت بصیرت در نواحی تحت کنترل سازمان و بهبود عملکردها خواهد شد (کاپلان و نورتون، ۱۳۹۰). از سوی دیگر، بیش از ۹۰ درصد از راهبردها با شکست مواجه می‌شوند و از دستیابی به اهداف اساسی خود باز می‌مانند. جانسون^۱ (۲۰۰۴) نیز معتقد است که ۶۶ درصد از راهبردهای سازمان‌ها اصلاً به اجرا در نمی‌آید (جانسون، ۲۰۰۴). در حوزه سازمان‌های ورزشی و در داخل کشور نیز اغلب در اجرای برنامه‌ها و راهبرد ها موفقیت چشمگیر نبوده است و اغلب سازمان‌ها به آنچه در برنامه‌های خود در نظر گرفته‌اند، دست نیافته‌اند. گواه این واقعیت را می‌توان طرح جامع ورزش کشور (۱۳۸۲) و مطالعات قالیباف (۱۳۸۹)، مظفری و همکاران (۱۳۸۸)، مندعلی زاده و هنری (۱۳۹۰) و... دانست که با هزینه‌های قابل توجهی طراحی و تدوین شده، اما از رسیدن به مرحله اجرا بازمانده است (الهی و همکاران، ۱۳۹۲).

در واقع در مسیر اجرای برنامه‌های راهبردی^۲ هر سازمانی موانع و مشکلات عدیده‌ای وجود دارد که اجرای بهینه برنامه‌های تدوین شده را با مشکل مواجه می‌سازند (عباسی، ۲۰۰۹). موانع برنامه‌ریزی راهبردی، به مجموعه‌ای از عواملی گفته می‌شود که از دستیابی سازمان به اهداف برنامه‌ریزی راهبردی جلوگیری می‌کنند. بعضی از سازمان‌ها، علیرغم تدوین راهبرد و اجرا و پیاده‌سازی آنها و استفاده از روش‌های مختلف موفق نبوده‌اند و با وجود شروعی خوب و با اتکا بر یک روش و مدل اجرایی پس از گذشت مدت زمان و صرف هزینه‌های زیاد، متأسفانه به دلیل عدم توجه مدیران و برنامه‌ریزان سازمان به مجموعه‌ای از عوامل تأثیرگذار بر روند تدوین و اجرای برنامه‌ها منتهی به شکست شده‌اند. گرچه تدوین برنامه‌ریزی راهبردی کاری مشکل تلقی می‌شود، اما اجرا یا پیاده‌سازی آن در سراسر سازمان دشوارتر است. بدون اجرای اثربخش، هیچ راهبردی قادر به کسب موفقیت نیست (کاتر و پوکو^۳، ۲۰۱۰). هربینیاک^۴ (۲۰۰۶) اظهار می‌دارد مدیران، برنامه‌ریزان و استراتژیست‌های سازمان‌ها عملاً در فرایند اجرای راهبردها با چالش‌هایی از این قبیل مواجه‌اند:

1. Johanson
2. Strategic Planning
3. Cater, T., Pucko, D.
4. Herbiniak

مدیران برای برنامه‌ریزی تعلیم دیده‌اند، نه برای اجرا؛ واگذاری اجرا به زیردستان؛ برنامه ریزی و اجرا، وابستگی متقابل دارند؛ اجرایی کردن یک راهبرد نسبت به تدوین آن، فرایندی است که زمان بیشتری نیاز دارد و اجرای راهبرد، افراد بیشتری را نسبت به تدوین راهبرد درگیر می‌کند (هریبنیاک، ۲۰۰۶). به اعتقاد فرد آر^۱ (۲۰۱۰) برخی موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی، عبارت‌اند از: انجام برنامه‌ریزی راهبردی تنها برای کسب کنترل در مورد تصمیمات و منابع از سوی بعضی مدیران؛ انجام برنامه‌ریزی راهبردی تنها برای برآورده‌سازی الزامات قانونی از سوی بعضی مدیران؛ شکست در تفهیم برنامه‌ها به کارمندان و افراد سازمان؛ فقدان حمایت مدیران ارشد از فرایند برنامه ریزی راهبردی؛ ناتوانی در استفاده از برنامه به عنوان استاندارد برای ارزیابی عملکرد؛ فقدان توانایی به کارگیری کارمندان کلیدی در مراحل مختلف برنامه‌ریزی راهبردی؛ فقدان به کارگیری تمامی مدیران در فرایند برنامه‌ریزی و رسمیت بیش از حد در برنامه‌ریزی- به طوری که انعطاف‌پذیری و خلاقیت از بین برود (فرد آر، ۱۳۸۲). کاپلان و نورتون^۲ (۲۰۰۱) عقیده دارند موانع اساسی در پیاده‌سازی راهبرد عبارت‌اند از: عدم تخصیص منابع؛ عدم تعهد مدیریت ارشد؛ عدم همسویی کارکنان با راهبردها و عدم انتقال راهبرد (کاپلان و نورتون، ۱۳۹۰).

تحقیقات مختلفی در سازمان‌های مختلف در داخل و خارج کشور در زمینه شناسایی موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی انجام شده است. نظری و همکاران (۱۳۹۶) طی تحقیقی با عنوان «تحلیل موانع عملیاتی شدن برنامه راهبردی ورزش استان اصفهان براساس مدل فورچون» به این نتیجه رسیدند که باور ضعیف مدیران عالی، ضعف همراهی مدیران عملیاتی و ضعف در تخصیص منابع مالی، مهمترین موانع اجرای برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان بود (نظری و همکاران، ۱۳۹۶). معصومی و همکاران (۱۳۹۵) نیز با شناسایی و اولویت بندی موانع مدیریت راهبردی در وزارت ورزش و جوانان با استفاده از روش تصمیم‌گیری آنترپی- فازی^۳ نشان دادند عوامل مدیریتی، تخصیص منابع، نیروی انسانی و موانع ادراکی، ارتباطی، اجرایی، راهبردی، ارزیابی و فرهنگی به ترتیب به عنوان موانع مهم و مؤثر در مدیریت راهبردی وزارت ورزش و جوانان به شمار می‌آیند (معصومی و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین، گودرزی و همکاران (۱۳۹۴) به شناسایی و تدوین الگوی موانع اجرای برنامه‌های راهبردی در وزارت ورزش و جوانان ایران پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن بود که به ترتیب موانع مدیریتی، موانع برنامه‌ریزی، موانع فردی، موانع سازمانی و در نهایت موانع محیطی مهم ترین موانع پیش روی اجرای برنامه‌های راهبردی در وزارت ورزش و جوانان ایران بود (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۴). در همین

1. Fred, R.
2. Kaplan & Norton
3. Entropy-fuzzy decision making

راستا، لطیف^۱ و همکاران (۲۰۱۶) موانع برنامه‌ریزی راهبردی موثر را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که برای رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی راهبردی مؤثر، مدیریت مؤثر و مدیریت تغییرات ضروری است. همچنین رهبری شامل مشارکت کارمندان در روند تصمیم‌گیری همراه با شرح صریح از نقش آنها در سازمان و از سوی دیگر، ساز و کار کامل حسابداری کارکنان و چک کردن منظم برای حذف این موانع الزامی است (لطیف و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین، محمدی^۲ و همکاران (۲۰۱۵) به شناسایی موانع پیاده‌سازی مدیریت راهبردی^۳ با استفاده از تحلیل عاملی و تکنیک تاپسیس^۴ (تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی) پرداختند. نتایج نشان داد که سه شاخص تیم مدیریت ارشد بی اثر، فرهنگ سازمانی برای ایجاد مقاومت در برابر اجرای برنامه‌ریزی راهبردی و عدم توافق در میان رهبران سازمان، از اهمیت عمده‌ای برخوردارند و شاخص‌هایی نظیر عدم استفاده از رهبران داخلی با دانستن نیازها و چگونگی پیاده‌سازی بهبود و عدم پشتیبانی توسط مدیران ارشد اهمیت کمتری داشتند (محمدی و همکاران، ۲۰۱۵). رابرتسون^۵ (۲۰۱۱) نیز به ارزیابی چهار مانع برنامه‌ریزی راهبردی کلیدی و چگونگی کاهش و تأثیر آنها پرداخت. مدل ایده‌آل نشان داد که همیشه باید جایگزین‌هایی برای برخورد با عدم اطمینان‌های آینده وجود داشته باشد. وقتی فقدان منابع به یک موضوع تبدیل می‌شود، نوآوری و تخیل باید به پا خیزند. وی موانع اجرای مدیریت راهبردی را به ترتیب موانع مدیریتی، موانع ساختاری، موانع ارتباطی و موانع فرهنگی بیان نمود (رابرتسون، ۲۰۱۱).

با توجه به موارد یاد شده و اهمیت اجرای برنامه راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی جهت بهبود وضعیت ورزش کشور و فقدان اجرای صحیح و نظارت بر روند اجرای این برنامه‌ها، تحقیق پیش رو در پی شناخت عوامل اثرگذار در عدم اجرایی شدن راهبرد های تدوین شده در فدراسیون های ورزشی و ارائه راهکارهایی جهت برداشتن این موانع می باشد. این تحقیق برای اولین بار در بخش فدراسیون های ورزشی کشور صورت گرفته است که در صورت توجه مسئولان ورزش کشور به آن می تواند کمک شایانی به از میان برداشتن موانع اجرای برنامه راهبردی نماید. در این تحقیق از بین فدراسیون هایی که دارای برنامه راهبردی بودند، ۸ فدراسیون انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند: والیبال، کشتی، کاراته، وزنه برداری، هاکی، بولینگ و بلیارد، دو و میدانی و دوچرخه سواری. بنابراین، این پژوهش در راستای پاسخ به این سوال است:

چه موانعی بر سر راه اجرای برنامه راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی کشور وجود دارد و مدل ساختاری موانع اجرای برنامه راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی کشور چگونه است؟

-
1. Latif
 2. Mohammadi
 3. Barriers to implementing strategic management
 4. TOPSIS: Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution
 5. Robertson

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است که به شکل میدانی اجرا شد. همچنین، از لحاظ زمانی از نوع تحقیقات مقطعی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه متخصصان و مدیران ارشد، میانی، عملیاتی و کارشناسان خبره وزارت ورزش و جوانان و فدراسیونهای ورزشی به تعداد ۲۰۰ نفر بود که نمونه گیری به روش تمام شمار انجام گرفت و تعداد ۱۷۷ پرسشنامه جمع آوری گردید. ابزار اندازه گیری پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته حاصل از مصاحبه ها (۱۶) بود؛ به طوری که پس از انجام مصاحبه، پرسشنامه ای بر اساس موانع مطرح شده با استفاده از روش دلفی در جهت به وجود آوردن اجماع و جمع آوری گروهی اطلاعات، تدوین گردید. برای شروع فرایند با توجه به بررسی های انجام شده از بین کلیه خبرگان، متخصصان و مدیران ورزشی که دارای سوابق مدیریتی و تجارت ارزنده ای در بخش اجرای برنامه های راهبردی در فدراسیون های ورزشی بودند، از ۱۶ تن از آنان نظر خواهی شد و موانع اجرای برنامه مشخص گردید. در دور دوم، موارد به دست آمده از نظرات متخصصان تثبیت و تعدیل شد. در دور آخر (سوم) نیز مواردی را که متخصصان روی آنها اتفاق نظر داشتند به عنوان مبنای کار قرار گرفت و پرسشنامه نهایی تدوین شد.

برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با اساتید و متخصصان مشورت و بعد از اعمال کلیه پیشنهادات اصلاحی و تغییرات ضروری جهت مطابقت با شرایط و ویژگی جامعه آماری مورد تحقیق، مورد استفاده قرار گرفت. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از بخش کوچکی از جامعه آماری (۳۰ نفر) استفاده و از طریق آلفای کرونباخ در سطح ۰/۰۵ پایایی پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمد که این ضرایب به دست آمده از پرسشنامه، نشان دهنده پایایی بالای ابزار پژوهش (پرسشنامه) بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها در سطح آمار توصیفی از جدول فراوانی و درصد فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون رتبه بندی فریدمن و مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Amos نسخه ۲۳ استفاده گردید.

یافته های پژوهش

بر اساس تحلیل و کدبندی داده های جمع آوری شده حاصل از مصاحبه های کیفی از ۱۶ خبره برنامه ریزی راهبردی در ورزش تا رسیدن به اشباع نظری و سپس مشورت با نخبگان و متخصصان ورزشی پرسشنامه محقق ساخته تهیه و پس از توزیع و جمع آوری ۱۷۷ پرسشنامه موانع اصلی اجرای برنامه راهبردی فدراسیون ها شناسایی شدند.

بر اساس یافته های جمعیت شناختی، بیشتر نمونه های تحقیق را مردان تشکیل می دادند که شامل ۶۳ درصد بودند. همچنین بیشترین دامنه سنی افراد در محدوده سنی ۴۱ تا ۴۵ سال قرار داشت (۲۷ درصد). از بین پاسخ دهندگان بیشترین سابقه شغلی را گروه ۱۱ تا ۱۵ سال دارا بودند. همچنین نتایج نشان داد بیشتر پاسخ دهندگان به پرسشنامه یعنی ۵۵ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند، زیرا اغلب کارشناسان ورزشی با سابقه و با تجربه در بدنه ساختاری ورزش کشور که سال های سال در جریان روند اجرای برنامه ها قرار داشتند، دارای مدرک کارشناسی بودند (جدول ۱).

جدول ۱: توصیف ویژگی های دموگرافیک نمونه های تحقیق

متغیرهای جمعیت شناختی	عوامل جمعیت شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۶۳	۳۶
	مرد	۱۱۴	۶۴
سن	کمتر از ۳۵ سال	۱۹	۱۱
	۳۶ تا ۴۰ سال	۴۷	۲۷
	۴۱ تا ۴۵ سال	۵۰	۲۸
	۴۶ تا ۵۰ سال	۲۱	۱۲
	۵۱ تا ۵۵ سال	۲۶	۱۵
	بیشتر از ۵۵ سال	۱۴	۱۱
سابقه شغلی	زیر ۵ سال	۷	۴
	۶ تا ۱۰ سال	۲۶	۱۵
	۱۱ تا ۱۵ سال	۴۵	۲۵
	۱۶ تا ۲۰ سال	۴۱	۲۳
	۲۱ تا ۲۵ سال	۳۲	۱۸
	بالای ۲۶ سال	۲۶	۱۵
تحصیلات	فوق دیپلم	۲۳	۱۳
	لیسانس	۹۸	۵۵
	فوق لیسانس	۳۵	۲۰
	دکتری	۲۱	۱۲

ابتدا با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی روایی سازه پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت و نتیجه نشان داد که تمامی شاخصهای مربوط به موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران، از مقادیر t و بار عاملی مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش این متغیر شاخصهای مناسبی محسوب می شوند. سپس به منظور اولویت بندی و بررسی تفاوت بین موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران (انتخاب ۸ فدراسیون دارای برنامه راهبردی: والیبال، کشتی، کاراته، وزنه برداری، هاکی، بولینگ و بیلیارد، دو و میدانی و دوچرخه سواری) از نظر نمونه های تحقیق، از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد که نتیجه آن در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: تفاوت بین موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران

آماره	تعداد	کای اسکوآر (X^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
نتیجه	۱۷۷	۳۶/۴۹	۱۰	۰/۰۱

بر اساس یافته های حاصل از آزمون فریدمن جدول ۲، بین موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران از دیدگاه نمونه های تحقیق تفاوت معناداری وجود دارد ($X^2=۳۶/۴۹, Sig=۰/۰۱$). پس از معنادار بودن تفاوت بین موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران، این عوامل بر اساس نتایج به دست آمده اولویت بندی شدند:

جدول ۳: رتبه بندی موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران از دیدگاه نمونه تحقیق

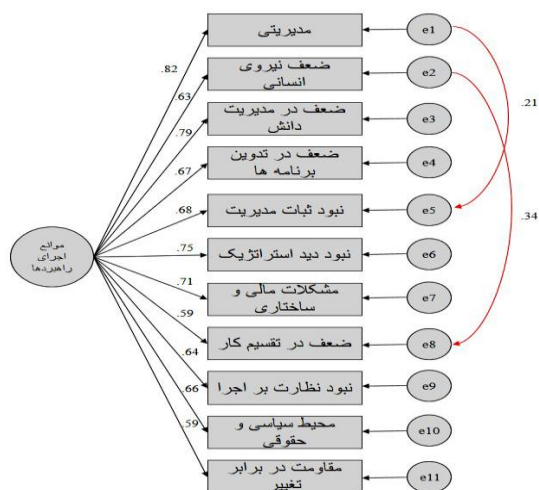
رتبه	گویه	میانگین رتبه
۱	مدیریتی	۷/۱۲
۲	ضعف نیروی انسانی	۶/۷۹
۳	ضعف در مدیریت دانش	۶/۶۱
۴	ضعف در تدوین برنامه ها	۶/۶۰
۵	نبود ثبات مدیریت	۶/۵۴
۶	نبود دید راهبردی	۶/۳۲
۷	مشکلات مالی و ساختاری	۵/۹۸
۸	ضعف در تقسیم کار	۵/۹۱
۹	نبود نظارت بر اجرا	۵/۸۵
۱۰	محیط سیاسی و حقوقی	۵/۸۱
۱۱	مقاومت در برابر تغییر	۵/۷۷

با توجه به نتایج به دست آمده از دیدگاه نمونه تحقیق، «عوامل مدیریتی» بالاترین رتبه در موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران و «مقاومت در برابر تغییر» پایین ترین رتبه را به خود اختصاص داده اند.

در نهایت و بر اساس عوامل ۱۱ گانه شناسایی شده موثر بر موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران، مدل عوامل موثر بر موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران با توجه به این عوامل طراحی شد (جدول ۴ و شکل ۱).

جدول ۴: مسیرهای مدل عوامل موثر بر موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران

P value	T مقدار	ضرایب رگرسیونی استاندارد	مسیرهای مدل عوامل موثر بر موانع اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران
۰/۰۰۱	۱	۰/۸۲۳	مدیریتی ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۹/۳۵	۰/۶۳۴	ضعف نیروی انسانی ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۳/۳۵۱	۰/۷۹۲	ضعف در مدیریت دانش ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۱/۸۹۱	۰/۶۶۸	ضعف در تدوین برنامه ها ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۲/۲۷۹	۰/۶۸۴	نبود ثبات مدیریت ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۲/۸۹۲	۰/۷۵۲	نبود دید راهبردی ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۲/۴۲۷	۰/۷۱۰	مشکلات مالی و ساختاری ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۸/۲۶۷	۰/۵۸۸	ضعف در تقسیم کار ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۹/۵۲۱	۰/۶۴۱	نبود نظارت بر اجرا ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۱۱/۷۲۸	۰/۶۶۳	محیط سیاسی و حقوقی ---> موانع مدیریتی
۰/۰۰۱	۸/۴۱۷	۰/۵۹۲	مقاومت در برابر تغییر ---> موانع مدیریتی



شکل ۱: مدل عوامل موثر بر موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران همان گونه که جدول ۴ و شکل ۱ نشان می دهند، همه عوامل شناسایی شده موثر بر موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران از مقدار T و بار عاملی قابل قبولی و مثبتی برخوردارند. بر اساس جدول ۵ نیز شاخص های برازش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار هستند و مدل تحقیق تأیید می شود. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) با مقدار $0/063$ و CFI با مقدار $0/912$ هستند.

جدول ۵: شاخص های برازش مدل عوامل موثر بر موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیونهای ورزشی منتخب ایران

شاخص های برازش	برازش قابل قبول	مقادیر شاخص ها	تفسیر
کای اسکوار (کای دو)	-	۱۱۴/۳۵	-
درجه آزادی	-	۷۲	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	مقدار بین ۱ تا ۳	۱/۵۹	مطلوب
ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از $0/08$	$0/063$	مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از $0/9$	$0/912$	مطلوب
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از $0/9$	$0/909$	مطلوب
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از $0/9$	$0/931$	مطلوب

بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتایج تحقیق حاضر با عنوان «طراحی مدل ساختاری موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی ایران»، عوامل یازده گانه زیر موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران به شمار می آیند: عوامل مدیریتی، ضعف در تدوین برنامه ها، نبود ثبات مدیریت، مشکلات مالی و ساختاری، نبود دید راهبردی، ضعف نیروی انسانی، ضعف در مدیریت دانش، ضعف در تقسیم کار، نبود نظارت بر اجرا، مقاومت در برابر تغییر و محیط سیاسی و حقوقی. نتایج به دست آمده تحقیق حاضر با نتایج این تحقیقات همسو بود: نظری و همکاران (۱۳۹۶)، معصومی و همکاران (۱۳۹۵)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۵)، لطیف و همکاران (۲۰۱۶) و رابرتسون (۲۰۱۱). این محققان نیز در پژوهش های خود به بخشی از موانع شناسایی شده در این تحقیق اشاره داشتند. بر کسی پوشیده نیست که در عصر حاضر، برای موفقیت در هر امری باید از مدیریت قوی و برنامه ریزی ویژه ای برخوردار بود. به ویژه این موضوع در سازمان هایی همچون فدراسیون های ورزشی باید به صورت برنامه ریزی راهبردی باشد و از آنجایی که تدوین و اجرای برنامه های راهبردی مستلزم داشتن مدیریت مجرب در این زمینه است، لذا کمبود تجربه مدیران و سایر عوامل مدیریتی جهت اجرای برنامه راهبردی می تواند فدراسیون ها را با شکست در دستیابی به اهداف خود مواجه سازد. همچنین، نمی توان منکر این موضوع شد که برنامه ریزی ضعیف نیز می تواند مزید بر علت شده و موجب ناکامی اجرای برنامه شود. از سوی دیگر، ثبات مدیریت به ثبات مسیر و برنامه تدوین شده سازمان برای موفقیت آن اشاره دارد، در حالی که در سازمان های ورزشی کشور به ویژه فدراسیون های ورزشی، تغییرات قدرت گاهی موجب توقف کامل برنامه های از پیش تعیین شده و تدوین برنامه های جدید می شود. در همین راستا، باید گفت که امروزه مسائل مالی و اقتصادی بر تمام فعالیت های نوع بشر تاثیر مستقیم می گذارد و تمام مدیران موظف اند که برای انجام طرح ها و برنامه های خود، احتیاجات مالی و اقتصادی آن ها را برآورده نمایند و به طور صحیح و به موقع به مصرف برسانند. پس موانع مالی و اقتصادی می توانند اجرای راهبرد های تدوین شده را با مخاطره مواجه سازند. علاوه بر این موارد، با توجه به اینکه راهبرد عبارت است از ابزاری که سازمان یا شرکت می تواند بدان وسیله به هدف های بلند مدت خود دست یابد، در واقع در برنامه ریزی راهبردی اهداف بلند مدت مد نظر است و باید تمامی کارکنان سازمان به ویژه مدیران ارشد و برنامه ریزان اصلی سازمان دارای دید راهبردی باشند؛ به این معنی که توانایی مشاهده و پیش بینی آینده سازمان و اهداف آن را داشته باشند و چنانچه دید راهبردی وجود نداشته باشد احتمالاً مدیران و کارکنان به انجام وظایف روزمره و و دستیابی به اهداف کوتاه مدت بسنده می کنند و از اهداف بلندمدت غافل می مانند. از سوی دیگر، ضعف نیروی انسانی نیز مانع مهمی بر سر راه اجرای راهبرد های سازمانی است. بر کسی پوشیده نیست که منابع انسانی مهم ترین منابع هر سازمانی را تشکیل می دهند و در صورت نداشتن منابع انسانی کارآمد و توانمند، تحت هر شرایطی سازمان با عدم موفقیت در دستیابی به اهداف سازمانی مواجه خواهد شد. در کنار این عوامل، مدیریت نامناسب دانش در سازمان و ضعف در تقسیم مناسب کار نیز موجبات عدم برنامه ریزی صحیح و متعاقب آن عدم اجرای صحیح برنامه های تدوین شده را فراهم می نمایند و لازم است مدیران به این

موضوعات نیز رسیدگی نمایند. همچنین باید توجه داشت که اجرای برنامه های راهبردی مستلزم تغییراتی هرچند اندک در سازمان خواهد بود و چنانچه مدیران و کارکنان سازمان در مقابل این تغییرات از خود مقاومت نشان دهند نمی توان به اهداف تدوین شده دست یافت. تمامی این عوامل نیز تحت تاثیر محیط حقوقی و سیاسی سازمان قرار می گیرند و در صورت مغایرت بین اهداف و برنامه های تدوین شده با محیط حقوقی و سیاسی سازمان انتظار می رود که برنامه راهبردی به درستی اجرا نشود. در نهایت باید توجه داشت که آخرین وظیفه مدیران مبنی بر نظارت و کنترل اجرای برنامه ها نیز باید به طور صحیح اعمال شود تا بتوان به دستیابی به اهداف سازمانی به طور کارا و موثر امیدوار بود و چنانچه در این سیستم نقصی وجود داشته باشد، بدون شک اجرای برنامه های راهبردی با مشکل رو به رو می شوند. با تمام این تفاسیر، به نظر می رسد که به منظور اجرای بهینه برنامه های راهبردی در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران باید موانع شناسایی شده به طور جدی مورد توجه قرار بگیرند و استفاده از مدل تدوین شده می تواند برای بسیاری از مدیران و دست اندکاران فدراسیون های ورزشی کشور کارگشا باشد و آنان را در انجام هر چه بهتر وظایف خود و در نهایت، اجرای بهینه راهبرد های تدوین شده این فدراسیون ها یاری رساند.

در اینجا به توضیح عوامل اصلی شناسایی شده به عنوان موانع اجرای برنامه های راهبردی در فدراسیون های ورزشی می پردازیم. یکی از موانع اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران را عوامل مدیریتی تشکیل می دهد. کمبود تجربه مدیران جهت اجرای برنامه راهبردی می تواند فدراسیون ها را با شکست در دستیابی به اهداف خود مواجه سازد. از سوی دیگر، به نظر می رسد که عدم توجه کافی مدیران به اجرای برنامه راهبردی و کاهش سطح علاقه مدیران ارشد پس از تدوین برنامه راهبردی نیز مزید بر علت شده و کارایی آنان را در پیگیری اجرای راهبرد ها کاهش می دهد که نتیجه آن همان شکست برنامه ها خواهد بود. در همین راستا، به نظر می رسد که مدیران برای اجرای برنامه های تدوین شده از انگیزه کافی برخوردار نیستند و به نوعی نیاز مدیران بعد از تدوین برنامه راهبردی ارضا می شود که این موضوع اجرای ناقص برنامه ها را در پی دارد.

مانع دیگر در اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران، ضعف در تدوین برنامه ها بود. برنامه ریزی شامل تعریف اهداف سازمان، تدوین راهبرد کلی برای دستیابی به آن اهداف و تهیه برنامه های عملیاتی برای یکپارچگی و هماهنگی فعالیت ها می باشد (اعرابی، رفاعی و اسراری ارشاد، ۱۳۸۶).

مانع دیگر در مسیر اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون های ورزشی منتخب ایران، نبود ثبات مدیریت بود. ثبات مدیریت به ثبات مسیر و برنامه تدوین شده سازمان برای موفقیت آن اشاره دارد و این در حالی است که در سازمان های ورزشی کشور به ویژه فدراسیون های ورزشی، تغییرات قدرت گاهی موجب توقف کامل برنامه های از پیش تعیین شده و تدوین برنامه های جدید می شود و تغییرات مداوم در مدیران مزید بر علت می شود، چرا که معمولا مدیران از اجرای برنامه هایی که خود در تدوین آن ها نقشی نداشته اند، سر باز می زنند و ترجیح می دهند که برنامه جدیدی را تدوین و طبق آن پیش ببرند.

از دیگر موانع شناسایی شده در مسیر اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران، وجود مشکلات مالی و ساختاری بود. امروزه مسائل مالی و اقتصادی بر تمام فعالیت‌های نوع بشر تاثیر مستقیم می‌گذارد. تمام مدیران موظف اند که برای انجام پروژه ها و برنامه های خود، احتیاجات مالی و اقتصادی آن ها را برآورده نمایند و به طور صحیح و به موقع به مصرف رسانند. در سازمان های ورزشی و به طور ویژه فدراسیون های ورزشی و هیئت های ورزشی تابعه نیز این قاعده وجود دارد و پیشبرد اهداف توسعه ورزش در استان های مختلف، مستلزم تامین منابع مالی مورد نیاز می‌باشد.

در کنار تمامی موانع یاد شده در اجرای برنامه‌ریزی راهبردی در فدراسیون‌های ورزشی منتخب ایران، ضعف نیروی انسانی نیز به چشم می خورد که این موضوع مزید بر علت شده و اجرای راهبرد ها را با مشکل بیشتری مواجه می‌سازد.

در یک جمع بندی کلی می توان گفت که برای دستیابی به اهداف سازمانی تدوین شده در برنامه راهبردی سازمان، لازم است که راهبرد های تدوین شده به گونه ای شایسته اجرا شوند و برای اجرای کارا و اثربخش آن بدون شک عوامل مدیریتی مختلفی وجود دارد که باید کارا عمل نمایند. در هر سازمان ورزشی چنانچه تمام عوامل مساعد جهت پیشرفت و ارتقای آن وجود داشته باشد، اما از مدیریت ناکارآمدی برخوردار باشند، به احتمال فراوان می توان شاهد عدم موفقیت آن سازمان ورزشی بود. این موضوع را به سادگی می توان در برخی فدراسیون های ورزشی کشور مشاهده کرد. در واقع مدیریت کارآمد و موثر را می توان یکی از مهمترین عوامل موفقیت سازمان‌های ورزشی دانست. با وجود افراد متخصص و شایسته در بدنه فدراسیون های ورزشی کشور، احتمالا تمام زیرمجموعه فدراسیون یادشده با تلاش بیشتری به انجام وظایف خود می‌پردازند. یکی از مهم ترین عوامل موثر بر عدم تحقق اجرای مناسب راهبرد های سازمانی همان ضعف در تدوین برنامه هاست. این موضوع می تواند ناشی از عوامل مختلفی از جمله عدم استفاده از نظرات مدیران اجرایی در تدوین برنامه ها، تدوین ضعیف برنامه راهبردی در فدراسیون، ابهام در برنامه های تدوین شده در فدراسیون، استفاده از کلمات کلی و عدم مشخص بودن مسیر برنامه‌ها در هنگام تدوین برنامه، کلی گویی و مبنای نادرست در تدوین راهبرد، عدم آشنایی برنامه‌نویسان با عملکرد و بدنه فدراسیون های ورزشی، نگاه غیرعلمی به تدوین برنامه، شناسایی ناکافی نقاط ضعف فدراسیون و عدم توجه شایسته به آنها، استفاده ناکافی از مشاوران و متخصصان تدوین راهبرد خارج از فدراسیون و عدم وجود اهداف کمی- کیفی و روشن جهت اجرا توسط کارکنان باشد. بنابراین لازم است که مدیران ارشد و برنامه ریزان اصلی فدراسیون های ورزشی برای رفع موانع موجود، تمامی عوامل فوق را در نظر گرفته و در جهت مرتفع ساختن آنها گام‌های مثبتی بردارند تا بتوانند بر مشکل موجود غلبه نمایند. بسیاری از فعالیت های فدراسیون‌ها و هیئت های ورزشی در واقع به نوعی سرمایه گذاری بلند مدت محسوب می شود و در سال های آتی به نتیجه خواهند رسید. به عنوان نمونه می توان برنامه های استعدادیابی را در نظر گرفت. این برنامه ها در ابتدا هزینه بر خواهند بود، اما در واقع یکی از بهترین سرمایه گذاری هایی است که در تمام رشته‌های ورزش می توان انجام داد. در واقع، موفقیت این نوع برنامه ها در گرو تعهد مدیران و دست اندرکاران اجرای آن خواهد بود و چنانچه با تغییر مدیران ارشد سازمانی، این

برنامه ها نیز موقوف شوند، بدون شک سازمان ها برای دستیابی به اهداف خود دچار مشکل خواهند شد.

بی تردید، نمی توان موفقیت یا شکست در اجرای برنامه ریزی راهبردی در فدراسیون ها را به یک علت خاص نسبت داد و جای هیچ گونه تردیدی نیست که مطالعه علمی و شناسایی مشکلات موجود در این حوزه، از یک سو و تلاش برای مرتفع ساختن این مشکلات توسط مسئولان ورزش کشور، از سوی دیگر در اصلاح هرچه بیشتر روند اجرای راهبرد اثرگذار خواهد بود. همچنین، باید توجه داشت که جامعه تحقیق را مدیران ارشد، میانی، عملیاتی و کارشناسان و وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون های ورزشی تشکیل داده اند و نظر آنان می تواند راهگشای موفقیت فدراسیون های ورزشی کشور و به ویژه اجرای بهینه راهبرد های تدوین شده آن سازمان ها باشد. بنابراین به نظر می رسد توجه به نظرات این متخصصان، می تواند یکی از بهترین داده های مورد نیاز جهت تصمیم گیری مدیران در زمینه اجرای راهبردهای فدراسیون های ورزشی کشور باشد.

منابع

- آقازاده، هاشم. (۱۳۸۱). «طراحی و تبیین مدل برنامه‌ریزی راهبردی برای صنایع کوچک و مقایسه تطبیقی با صنایع بزرگ». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- استیفن، پی؛ رابینز، دیوید ای و سنزو، دی. (۱۳۸۶). **مبانی مدیریت**. سید محمد اعرابی، حمید رفیعی، محمد علی اسراری و بهروز ارشاد. چاپ پنجم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد و خیبری، محمد. (۱۳۹۱). «تدوین راهبردها و تعیین موقعیت راهبردی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. دوره ۱، صص ۱۱-۲۵.
- فرد. آر، دیوید. (۱۳۸۲). **مدیریت راهبردی**. علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. چاپ پنجم، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- کاپلان، روبرت و نورتون، دیوید. (۱۳۹۰). **سازمان‌های راهبرد محور**. محمود بختیاری. چاپ نهم، تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- گودرزی، محمود؛ قربانی، محمدحسین و صفری، حمیدرضا. (۱۳۹۴). «شناسایی و تدوین الگوی موانع اجرای برنامه‌های راهبردی در وزارت ورزش و جوانان ایران». مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۳۱، صص ۱۳-۳۲.
- معصومی، حسن؛ غرایق زندی، حسن؛ کیاکجوری، داود و عمادی، سیدرسول. (۱۳۹۵). «شناسایی و اولویت‌بندی موانع مدیریت راهبردی در وزارت ورزش و جوانان با استفاده از روش تصمیم‌گیری آنتروی-فازی». پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره ۱۲، شماره ۲۳، صص ۲۹۵-۳۱۷.
- نظری، رسول؛ طباطبایی، محمد و کریمیان، جهانگیر. (۱۳۹۶). «تحلیل موانع عملیاتی شدن برنامه راهبردی ورزش استان اصفهان براساس مدل فورچون». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۲.
- الهی، علیرضا؛ حمیدی، مهرزاد و پیمانفر، محمدحسن. (۱۳۹۲). «رتبه‌بندی موانع پیاده‌سازی مؤثر راهبرد ها در نظام ورزش کشور براساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۳، شماره ۶، صص ۸۱-۹۵.
- Abasi, M. jafari, A, A. (2009). **“Obstacles to Realizing Strategies and an Executive Approach”**. Iranian Rubber Magazine, 14. No. 56, (2009), pp: 57- 79.
- Boroto, H., Irwin, B., & Quentin, W. (2018). **“Stakeholder influence in public sector information systems strategy implementation (The case of public hospitals in South Africa)”**. Medical Informatics, pp: 1. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf>.
- Cater, T., Pucko, D. (2010). **“Factors of effective strategy Implementation: Empirical evidence from Slovenian business practice”**. JEEMS, Vol. 15, No. 3, (2010), pp: 207-236.

- Craciun, L. Gîrboveanu, S. Ogarca, R. (2018). **“Strategic control and the performance measurement system”**. Strategic management, 1(2), pp: 189-194.
- David, F. R. (2011). **Strategic management Concepts and Cases**. 13th edition, publishing as Prentice Hal, New Jersey, USA, (2011), pp: 36-61.
- De Wit, B. Meyer, R. (2004). **Strategy Process, Content, Context: An International Perspective**. Third Edition, North Yorkshire Learning. 11 (6), pp: 238-247.
- Ines, Ghorbal-Blal. (2011). **“The role of middle management in the execution of expansion strategies: The case of developers’ selection of hotel projects”**. International Journal of Hospitality Management. 30 (2011), pp: 272-282.
- Hrebiniak, L.G. (2006). **“Obstacles to effective strategy implementation”**. Organizational Dynamics, 35 (1), pp: 12-31.
- Johnson, L. K. (2004). **Execute your strategy-without killing it**. Harvard Management Update, December. pp: 3-5.
- Latif, B., Rashid, F., Hussain, A., and Kashef, M. (2016). **“Barriers to Effective Strategic Planning”**. International Journal of Management & Organizational Studies. 12, 1, pp: 19-31.
- Mohammadi, D., Sobhanallahi, M., Mohammadi M. (2015). **“Identifying the implementation barriers of strategic management using factor analysis and TOPSIS Technique”**. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 5, No. 11, pp 323-336.
- Rezaei, Sh. (2018). **Fundamentals of Sports Organizations Management**. Ilam University Publications, 1th Edition, (2018), pp: 143-156. (Persian)
- Robertson, A. H. (2011). **“An Assessment of Four Key Strategic Planning Barriers and How to Mitigate or Reduce Them and Their Effects”**. In Partial Fulfillment for the Requirements for the Degree of Masters of Public Administration Submitted to the Department of Political Science, Texas State University, December 2011, pp: 45-60

تحلیل راهبردی آمایش سرزمینی فوتبال ایران

جواد محمدی^۱

سید نصرالله سجادی^۲

حسین رجبی^۳

رسول نظری^۴



10.22034/SSYS.2022.728.1497

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۳/۲۸

هدف این پژوهش، تدوین مضامین راهبردی آمایش سرزمینی فوتبال ایران بود. روش تحقیق مطالعه حاضر از نوع مطالعات پیمایشی با رویکرد توسعه ای منطبق بر پارادایم انتقادی بود که به صورت میدانی انجام گردید. مشارکت کنندگان پژوهش، صاحبانظران ایرانی بودند. در مجموع ۷۰ نفر از طریق روش نمونه گیری هدفمند به روش گلوله برفی انتخاب شدند. ترکیبی از روش های کیفی پرسشنامه باز و مصاحبه و روش های کمی ضریب دهی و رتبه دهی برای گردآوری و تحلیل داده ها استفاده شد. ابزار پژوهش، چک لیست برآمده از رویکردهای تحلیل آمایش سرزمینی فوتبال ایران بود که روایی صوری و محتوایی آن مورد تایید ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی قرار گرفت. از پاسخ دهندگان خواسته شد که قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای این ورزش را فهرست کنند، ضمن اینکه با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) ارائه مدل به روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفت و بخشی از اطلاعات به دست آمده در محیط نرم افزار Arc

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران، کیش، ایران

۲- استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳- استادیار، مدیریت ورزشی، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران، کیش، ایران

۴- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی،

اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

GIS - تحلیل و بررسی شد. نتیجه کلی مطالعات آمایش فوتبال نشان داد که توزیع غیرمتوازی از اماکن و فضاهای فوتبالی در پهنه ایران وجود دارد و با توجه به ماتریس موقعیت و اقدام راهبردی، رویکرد راهبرد های فوتبال ایران از نوع راهبردهای رقابتی می باشد.

واژگان کلیدی: آمایش سرزمین، برنامه، فوتبال و راهبردی.

مقدمه

در هزاره سوم، سازمان های ورزشی برای بقا و دوام در عرصه رقابت جهانی به سازمانی راهبرد محور تبدیل شدند، چرا که تفکر راهبردی، در جستجوی چرخه های زاینده و پاینده برای سازمان است (لشکر بلوکی، ۱۳۹۰). اندیشمندان حوزه مدیریت، مدیریت راهبردی را به عنوان عاملی مهم و حیاتی برای سازمان ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده امروزی لحاظ کرده اند (مونتهس^۱، ۲۰۰۴). فرایند هوشمندی راهبردی، با تحلیل اطلاعات داخلی و محیطی سازمان، فعالیت های رقبا، مستقیم و غیرمستقیم را در ابعاد مختلف پیگیری می نماید. از این رو، تحلیل محیط های درونی و بیرونی سازمان و تفسیر مستمر اطلاعات دریافتی از محیط، تأثیر به سزایی در تصمیمات آتی مدیران برای موفقیت بیشتر سازمان خواهد داشت (روچ و سانتی^۲، ۲۰۰۱). جهان در شرایط متغیری از فرایندها قرار دارد. در این بین، سازمان ها به شدت متأثر از تغییرات شتابناک قرن حاضر قرار دارند. بدین منظور سازمان ها نیازمندند فرایندها و روش ها را به منظور ایفای نقش معنادار در محیط مورد بررسی قرار دهند و فرایندهای عملیاتی را به منظور دستیابی به رسالت ها، ارزش ها و مطلوبیت ها سازمان دهی کنند (جانکوآرت و ساندر^۳، ۲۰۱۷). امروزه سازمان های پاسخگو با شرایط محیط بیرونی به طور موفقیت آمیزی تعامل برقرار می کنند و سازمان را به طور اثربخش در جهت اهداف و مقاصد اصلی خود هدایت می نمایند (نظری و همکاران، ۲۰۱۶). از این رو، سازمان ها برای بقا و رشد خود در این محیط متغیر رقابتی و ناپایدار عصر امروزی، ناگزیر از پذیرش راهبرد محوری می باشند و برای خروج از این چالش باید به فرایند مدیریت راهبردی تکیه زنند (هربیناک^۴، ۲۰۰۶). در دنیای امروز، یکی از مهمترین شاخص های توسعه و پیشرفت واقعی کشورها ورزش شناخته می شود (ای اس سی^۵، ۲۰۱۳). ارتباط ورزش با پدیده های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی حکایت از اهمیت این پدیده در برنامه توسعه ملی کشورها دارد (اسپایج^۶ و همکاران، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، فوتبال محبوب ترین و بیش از هر ورزش دیگری درآمدزاست. تورنمنت های مهم فوتبال سود زیادی تولید می کنند و از طریق برگزاری لیگ ها و صنعت باشگاه داری باعث رشد و توسعه اقتصادی در سطح کلان می شوند (کندی^۷، ۲۰۱۳). در صنعت فوتبال مسئله اصلی تنها برنده شدن در مسابقات نیست، بلکه مسئله کسب درآمد و پول است؛ چرا که کسب یک سرمایه گذار قدرتمند و یا جذب یک حامی مالی قوی از اهمیت زیادی برخوردار است. باشگاه های مدرن و جدید، حقوق پخش رسانه ای، موفقیت فنی تیم، کسب عناوین قهرمانی در لیگ ها و تجارت محصولات ورزشی و غیر ورزشی صنعت فوتبال را تبدیل به صنعتی جذاب نموده است (سنر^۸، ۲۰۱۵). حرفه ای شدن در فوتبال شرایطی را ایجاد نموده که باید به طور ویژه به مدیریت

1. Montes
2. Rouach&Santi
3. Jeabquart & Sandra & Mark
4. Hrebinak
5. Australian Sports Commission
6. Spaaij et al.
7. Kennedy
8. Şener

آن پرداخت. مدیریت فوتبال حرفه ای امروز نیازمند به کارگیری برنامه ریزی راهبردی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت مؤثر مالی است (دیمیترپلوس^۱، ۲۰۱۶). کارتاکولیس^۲ و همکاران (۲۰۱۳) بیان داشتند که تنظیم برنامه ریزی راهبردی و اهداف بلند مدت شرط موفقیت توسعه و عملکرد مناسب بلند مدت در باشگاه های فوتبال می باشد.

هدف از مطالعات آمایش سرزمینی^۳، توسعه مناطق و روابط متقابل درونی و بیرونی آنها، استفاده معقول از منابع، توزیع عادلانه ثروت و درآمدها، توسعه متعادل و ایجاد خدمات و تسهیلات اجتماعی متناسب با نیازهای جامعه است (احسانی و همکاران، ۱۳۸۷). آمایش سرزمین به لحاظ مفهوم، ایجاد تعادل بین سه عنصر انسان، فضا و فعالیت تعریف شده و مقوله آمایش، تلفیقی از سه علم اقتصاد، جغرافیا و جامعه شناسی است (محمودی، ۱۳۸۸)، لذا آمایش سرزمین از تنظیم روابط بین انسان، سرزمین و فعالیت های انسانی در سرزمین، برای استفاده مناسب و پایدار از کلیه امکانات انسانی و فضایی سرزمین در جهت بهبود وضعیت اجتماع در طول زمان برای همه نسل ها می باشد (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۲). از این رو، آمایش سرزمین را سازماندهی هماهنگ و سزاوار فضای حیاتی در قالب سیاست های کلی و توسعه همه جانبه دانسته اند (زرگان و مست^۴، ۲۰۱۱). از جمله استفاده هایی که از اطلاعات حاصل از طرح های آمایش سرزمین می توان به عمل آورد، ارائه نقشه آمایش براساس شرایط اقتصادی و اجتماعی مناطق مختلف می باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲).

کنلی و توهی^۵ (۲۰۱۴) اذعان دارند در جهان پرشتاب امروز، توسعه مردم، ورزش و محیط از طریق بوم شناختی اجتماعی صورت پذیرد. از این رو، بسیاری از سازمان های ورزشی کشورهای مختلف بر حسب ماموریت خود راهبرد لازم را تهیه کردند و با اجرای آن به موفقیت های خوبی دست یافتند. با حاکمیت چنین تفکری، برخی از سازمان های ورزشی برای توفیق در ماموریت خود راهبرد سازمانی خود را تدوین نمودند. در واقع، راه برون رفت از دایره توسعه نیاقتگی، برنامه ای عملکردن حوزه ورزش است (نظری و مختاری، ۱۳۹۷). با چنین اندیشه ای سازمان های ورزشی علاوه بر دارا بودن برنامه راهبردی و چشم انداز شفاف، به دنبال حضوری موفق در عرصه های ملی و بین المللی هستند و امیدوارند با اجرای این راهبردها به اهداف تعیین شده با حداقل انرژی و منابع دست یابند (گوهر رستمی و همکاران، ۱۳۹۱). سالانه بخش چشمگیری از منابع در ورزش صرف می شود، اما باید اذعان کرد که متأسفانه اولویت بندی مشخصی برای توزیع منابع در ورزش کشور وجود ندارد. با توجه به اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه مقوله های مختلف از جمله ورزش، ضرورت توجه به این مهم در کشور بیش از پیش آشکار می شود. بدون شک، یکی از دلایل عدم توسعه کشور در عرصه ورزش، کم توجهی مسئولان به این مقوله مهم و سلیقه ای عملکردن است (نظری و همکاران، ۱۳۹۳). هیلتون و گرین^۶ (۲۰۰۸) توسعه ورزش را همان سیاست های ورزشی تعریف کرده اند، در صورتی که برخی دیگر از

-
1. Dimitropoulos
 2. Kartakoullis
 3. Land Use Palanning
 4. Zarghan & Most
 5. Kennelly & Toohey
 6. Hylton & Green

محققان این مفهوم را مشتمل بر ساختارها، سیستم ها، فرصت ها و فرایندهایی می دانند که افراد جامعه را قادر می سازد در گروه ها و طبقات خاصی در ورزش شرکت کنند و عملکرد خود را تا سطح دلخواه ارتقا دهند (نظری و همکاران، ۱۳۹۶). ورزش کنشی است که سبب افزایش مهارت های بدنی در کنشگر اجتماعی با هدف بهبود موقعیت های ذهنی یا بدنی می شود و اهداف اقتصادی را نیز دنبال می نماید (نظری و مختاری، ۱۳۹۷). اولین بعد اهمیت ورزش برای قدرت ها، کنترل بدنی جامعه به مثابه پایه کنترل عمومی سیاسی است. بعد دیگر برای دولت ها به ویژه دولت های رفاه و مدرن، کاهش هزینه های اقتصادی جامعه از خلال تعمیم رفتارهای ورزشی است (نظری و قوامی، ۱۳۹۶).

بی شک، تراکم جمعیت و تجمع امکانات در کنار توجه به موقعیت مکانی یکی از مهمترین ملاحظات برنامه ریزی برای هر مکان ورزشی است. پژوهش های موجود در مورد اماکن ورزشی و تفریحی بر مسائل مالی، آثار اقتصادی و منافع نامحسوس مربوط به ساخت مکان ورزشی متمرکز شده است. مباحث فراگیری چون تأثیرات اقتصادی ملموس و غیرملموس و منافع فرهنگی، هسته اصلی پژوهش در زمینه اماکن ورزشی در دوره پیشرفت آن در سال های اخیر بوده است (برونسون^۱ و همکاران، ۲۰۰۱). از طرف دیگر، تعداد زیادی از افراد کم درآمد، به مراکز ورزشی تفریحی مانند سالن های ورزشی و زمین های ورزشی دسترسی ندارند. همچنین هزینه یکی از موانع سد راه شرکت ساکنان مناطق کم درآمد در فعالیت های ورزشی می باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳). باید توجه داشت امروزه دسترسی عادلانه به فضاهای ورزشی و استفاده بهینه از آن و ساماندهی مکان های ورزشی از مؤلفه های اساسی توسعه پایدار به حساب می آید (رحیمی، ۲۰۰۷). آنچه مسلم است مدیریت و اجرای مطلوب برنامه های راهبردی در حوزه ورزش مستلزم فراهم آوردن مجموعه از شرایط و امکانات است. از جمله مهمترین این شرایط، ایجاد و توسعه و بهره برداری مطلوب از اماکن و تأسیسات ورزشی و فراهم آوردن تسهیلات لازم برای دسترسی آسان افراد به این فضاهاست. این موضوع یکی از ارکان مهم تعیین مکان بهینه فضاهای ورزشی است، ضمن اینکه پراکنش فضاهای ورزشی در سطح بخش در الگوی مطلوب و کارایی عملکردی تأثیر مستقیم خواهد داشت (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲).

ورزش ثابت کرده است که در ساختن مهارت ها، دانش و منابع محلی مؤثر است و همبستگی اجتماعی را افزایش می دهد، ساختارها و ساز و کارهای گفتمان جامعه را تسهیل می بخشد، توسعه راهبردی می کند و مشارکت مدنی را تشویق می کند (نظری و لطیفی، ۱۳۹۷). راه برون رفت از دایره توسعه نیافتگی را برنامه ای عمل کردن حوزه ورزش باید دانست (قالیباف، ۱۳۸۹). با چنین اندیشه ای سازمان های ورزشی علاوه بر دارا بودن برنامه راهبردی و چشم انداز شفاف، به دنبال حضوری موفق در عرصه های ملی و بین المللی هستند و امیدوارند با اجرای این راهبردها به اهداف تعیین شده، با حداقل انرژی و منابع دست یابند (کرمدیس^۲، ۲۰۰۹). برنامه ریزی و ایجاد تأسیسات، تجهیزات و نهادهای ورزشی نیازمند درجه خاصی از تراکم جمعیت است. بنابراین از نظر دسترسی، در مکان هایی با تراکم جمعیت بیشتر، ارائه خدمات و استفاده از آنها آسانتر خواهد بود (نظری، یغمایی و سهرابی، ۱۳۹۵). این نکته حائز اهمیت است که فضاهای ورزشی باید در

1. Brownson
2. Kroemadis

مکان هایی ساخته شوند که همگان بتوانند استفاده کنند. یکی از مهمترین مشکلات کنونی، استقرار نامناسب فضاهای ورزشی است؛ به طوری که بسیاری از افراد جامعه به علت عدم دسترسی به آنها نمی توانند از مکان های ورزشی به صورت مطلوب استفاده کنند و حل آنها به برنامه ریزی و مدیریت در زمینه مکان یابی و ساماندهی فضاهای ورزشی نیاز دارد (نظری و همکاران، ۱۳۹۶). آمار رسمی جدید در ورزش نشان می دهد که صنعت فوتبال در جهان به شدت در حال رشد و توسعه است و عملکرد پایداری را در این زمینه نشان می دهد، چرا که در حوزه مالی با سودآوری زیادی مواجه گردیده است (دیلویت، ۲۰۱۷). مؤسسه کی پی ام جی^۱ یکی دیگر از مؤسسات بزرگ جهانی حسابرسی در گزارش سال ۲۰۱۷ ملاک خود را در ارزش گذاری باشگاه ها به پنج بخش شامل سودآوری و بهره وری عملیاتی، محبوبیت (عمومی و پیگیری در شبکه های اجتماعی)، پتانسیل موفقیت ورزشی در سطح ملی و بین المللی، حقوق پخش رسانه ای و مالکیت باشگاه های اختصاصی تقسیم نمود (کی پی ام جی^۱، ۲۰۱۷). حرفه ای شدن فوتبال ایران در سال ۱۳۸۱ اتفاق افتاد است. اما با وجود بروز شدن اجباری اساسنامه فدراسیون فوتبال کشورمان پس از تعلیق عضویت آن از سوی FIFA و علی رغم الزامات چندگانه و چند باره AFC، به گواه آمار و مطالعات صورت گرفته هنوز صنعت فوتبال ایران عملکرد و توسعه پایدار را تجربه ننموده است و مشکلات اقتصادی و مالی سال هاست که فدراسیون فوتبال، سازمان لیگ و باشگاه ها را آزار می دهد و کار را به جایی رسانده که کنفدراسیون فوتبال آسیا تهدید کرده است. از این رو، فوتبال در ایران به عنوان یک صنعت سودآور و درآمدزا مطرح نیست و چرخ اقتصاد در این رشته ورزشی برخلاف سایر کشورهای مطرح در فوتبال به کندی حرکت می کند (ترابی و همکاران، ۲۰۱۶). کمبود منابع مالی و وابستگی شدید باشگاه های فوتبال کشور به دولت از مهم ترین دلایل این اتفاق است. تکیه باشگاه ها به بودجه دولت، از آنها مجموعه هایی هزینه بر و زیان ده ساخته است که از نظر اقتصادی حتی با وجود کمک های دولتی توان ارائه یک ترازنامه مالی مثبت در پایان یک سال ورزشی را ندارند.

ایران به لحاظ شاخص های عملکردی در حوزه فوتبال، جایگاه ویژه ای را در میان سایر ورزش ها به خود اختصاص داده است. هر چند نتیجه کلی مطالعات آمایش بخش ورزش ایران نشان از این دارد که سرانه نسبت ورزشکار به کل جمعیت زیر ۱۰ درصد می باشد. در بخش سخت افزاری نیز وضعیت کلی ورزش کشور حدود ۰/۷۲ متر مربع می باشد، ضمن اینکه توزیع غیرمتوازی از اماکن و فضاهای ورزشی در پهنه کشور وجود دارد. در این میان، فوتبال به عنوان یکی از رشته های ورزشی تاثیرگذار اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی می باشد که سهم بسزایی را در کسب جایگاه کنونی ورزش ایران بر عهده دارد. فوتبال رشته ورزشی مفرح و لذت بخش است که طرفداران زیادی از زن و مرد را به خود جلب کرده است. فوتبال ورزشی فوق العاده سرگرم کننده، سالم، جذاب، در حال ترقی، مرفه و آگاه به شرایط روز است. ورزشی که با هزینه های اندک ایجاد و بازی می شود و ایده آل برای برنامه های توسعه ای و ورزش همگانی است. فوتبال نه تنها ورزش محبوب همه افراد جامعه در سراسر دنیا است، بلکه از آن به عنوان یکی از ورزش های سطح بالا در رقابت های ورزشی یاد می شود. فوتبال ایران در بخش های مختلف در سال های گذشته، جایگاه ویژه ای را در سطح کشور و آسیا به خود اختصاص داده است. ولی باید اذعان

نمود با توجه به اینکه تنها تعداد کمی از استان ها، سهم بسزایی در کسب جایگاه کنونی فوتبال در سطح کشور دارند، لذا هدف از پژوهش حاضر ارائه راهبردهای توسعه این ورزش از طریق تدوین برنامه راهبردی با رویکرد آمایش سرزمینی در سطح ایران می باشد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق مطالعه حاضر از نوع مطالعات پیمایشی با رویکرد توسعه ای منطبق بر پارادایم انتقادی می باشد که به صورت مبدائی انجام گردید. از این رو، پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده ها توصیفی است و از ترکیبی از روش های کیفی و کمی برای گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها به منظور دستیابی به منظرهای راهبردی فوتبال ایران استفاده شد. مشارکت کنندگان پژوهش، صاحب نظران و خبرگان فوتبال ایران شامل مدیران و کارشناسان برجسته این رشته ورزشی بودند. در مجموع ۷۰ نفر از طریق روش نمونه گیری هدفمند به روش گلوله برفی انتخاب شدند. ترکیبی از روش های کیفی و کمی شامل مصاحبه و چک لیست برای گردآوری و تحلیل داده ها استفاده گردید. روایی صوری و محتوایی آن را ۱۰ نفر از متخصصان حوزه مدیریت ورزش تایید نمودند. با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) ارائه مدل به روش توصیفی- تحلیلی انجام گرفت و بخشی از اطلاعات به دست آمده در محیط نرم افزار Arc - GIS تحلیل شد. فرایند تحلیل داده ها به این صورت بود که اطلاعات در قالب فرم هایی در اختیار کمیته راهبردی تدوین برنامه راهبردی فوتبال ایران با رویکرد آمایش ورزش که شامل صاحب نظران خبره این رشته در سطح کشور بودند، قرار گرفت و آنان بر اساس قضاوت های شهودی شرایط ورزش فوتبال در شاخصه های مختلف سخت افزاری، نرم افزاری و مغز افزاری تشریح نمودند. در بخش کیفی برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش استقرایی منطقی- که برای تحلیل یافته ضمن توجه به داده های کمی از قضاوت های شهودی خبرگان که از دانش و تجربه آنها نشأت می گیرد- به منظور مفهوم سازی استفاده شد. اطلاعات جمع آوری شده در بخش کمی برای اولویت بندی راهبردهای از ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی^۱ (QSPM) استفاده شد. به منظور پهنه بندی اماکن و فضاهای ورزشی و توزیع پراکنش منابع انسانی و اماکن و فضاهای فوتبال، داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزار Arc GIS تحلیل گردید.

یافته های پژوهش

جدول ۱: وضعیت دموگرافیک مشارکت کنندگان

وضعیت تحصیلی	تعداد نفر	درصد
دیپلم و فوق دیپلم	۹	۱۲
کارشناسی	۳۱	۴۵
کارشناسی ارشد	۲۸	۴۰
دکتری	۲	۳
----	۷۰	۱۰۰
آقایان	۴۸	۶۸/۵
خانم ها	۲۲	۳۱/۵

1. Quantitative Strategic Planning Matrix

بر اساس یافته های جدول ۱، وضعیت مدرک تحصیلی افراد مشارکت کننده در پژوهش بدین شرح بود: مدرک تحصیلی کارشناسی با حدود ۴۵ درصد دارای بیشترین فراوانی و دکترا با حدود ۳ درصد کمترین فراوانی را داشتند. حدود ۶۸ درصد مشارکت کنندگان را آقایان و حدود ۳۲ درصد را خانم ها تشکیل می دادند.

نتایج فاز تئوریک برنامه راهبردی فوتبال ایران

بیانیه ماموریت

فدراسیون فوتبال ایران بر آن است تا با بهره گیری از مدیریت راهبردی و استفاده بهینه از منابع و امکانات، در توسعه بعد همگانی و قهرمانی فوتبال ایران نقش آفرینی نماید و از طریق ساماندهی رویدادهای تفریحی، فرهنگی و ورزشی در سطح ایران، از یک سو موجبات ارتقای سلامت و نشاط اجتماعی و از سوی دیگر، بستری مناسب جهت شکوفایی استعدادها و پرورش نخبگان و ارتقای جایگاه فوتبال ایران به قدرت برتر آسیا را فراهم آورد.

بیانیه چشم انداز

با توسعه متوازن زیرساخت های سخت افزاری، استفاده مناسب از تخصص منابع انسان افزاری و ارتقای سطح بهره وری فرایندهای نرم افزاری فوتبال ایران با گسترش فعالیت در بعد همگانی، بر ارتقای سطح سلامت و نشاط اجتماعی تأکید دارد و همچنین از طریق کشف استعدادها و نخبه پروری زمینه حضور قهرمانان در سطح ملی و بین المللی را فراهم می نماید و در سال ۱۴۰۴ قدرت برتر فوتبال آسیا می گردد.

نتایج فاز استنباطی برنامه راهبردی فوتبال ایران

جدول ۲: اولویت بندی نهایی راهبردهای کلان بر اساس ماتریس QSPM

اولویت	نمره	عنوان استراتژی
اول	۲/۹۰	توسعه ورزش فوتبال با رویکرد آمایش سرزمینی در پهنه ایران
دوم	۲/۸۵	کسب کرسی های بین المللی فوتبالی
سوم	۲/۷۴	توسعه برنامه های استعداد یابی و نخبه پروری در فوتبال
چهارم	۲/۶۷	جلب نظر سرمایه گذاران خصوصی در فوتبال
پنجم	۲/۶۳	توسعه متوازن و عادلانه زیرساخت های فوتبالی متناسب با تراکشن جمعیت

در جدول ۲، راهبردهای اولویت دار فوتبال ایران برای توسعه فوتبال پیشنهاد شده است. مهمترین و اولیت دارترین راهبرد پیشنهاد شده، توسعه ورزش فوتبال با رویکرد آمایش سرزمینی در پهنه ایران می باشد که منطبق بر رویکرد توسعه آمایش سرزمین فوتبال ایران است. چهار راهبرد بعدی شامل راهبردهای کسب کرسی های بین المللی فوتبالی، توسعه برنامه های استعداد یابی و نخبه پروری در فوتبال، جلب نظر سرمایه گذاران خصوصی در فوتبال و توسعه متوازن و عادلانه زیرساخت های فوتبالی متناسب با تراکشن جمعیت هم باید به عنوان مهمترین راهبرد های فوتبال ایران مدنظر مدیران قرار گیرند.

نقشه های آمایشی فوتبال ایران



نقشه ۱: تعداد اماکن فوتبال موجود

با مطالعه نقشه آمار تعداد اماکن فوتبال موجود مشخص گردید که بیشترین تعداد مکان مربوط به استان تهران می باشد و پس از آن، استان های فارس و خوزستان قرار دارند. استان های خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، زنجان، قم، مرکزی، کردستان و چهارمحال و بختیاری کمترین تعداد اماکن فوتبال را دارا می باشند.



نقشه ۲: نقشه طبقی اماکن فوتبالی در پراکنش ایران

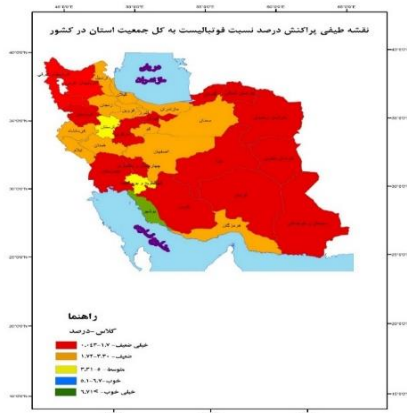
در مطالعه و بررسی نقشه های طبقی، تعداد یا درصد فعالیت در هر فرآیند در پنج طبقه تقسیم‌بندی می شود که هر کدام از این طبقات با رنگ مخصوص خود شناخته می شوند و هر یک از رنگ ها بیانگر طبقه ای خاص است. رنگ قرمز (طبقه خیلی ضعیف)، رنگ نارنجی (طبقه ضعیف)، رنگ زرد (طبقه متوسط)، رنگ آبی (طبقه خوب) و رنگ سبز (طبقه خیلی خوب) را نشان می‌دهد. در نقشه طبقی اماکن فوتبال، تهران با رنگ سبز در طبقه خیلی خوب، فارس و خوزستان با رنگ آبی در طبقه خوب، کرمان، خراسان رضوی و مازندران با رنگ زرد در طبقه متوسط، استان‌هایی مثل هرمزگان و یزد در طبقه ضعیف با رنگ نارنجی و پس از آن بقیه استان‌ها

مثل خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان در طبقه خیلی ضعیف با رنگ قرمز قرار دارند. گفتنی است که تعداد اماکن در طبقه خیلی ضعیف از ۹ تا ۲۰، در طبقه ضعیف از ۲۱ تا ۴۱، در طبقه متوسط از ۴۲ تا ۶۲، در طبقه خوب از ۶۳ تا ۸۴ و در طبقه خیلی خوب از ۸۵ به بالا می باشد.



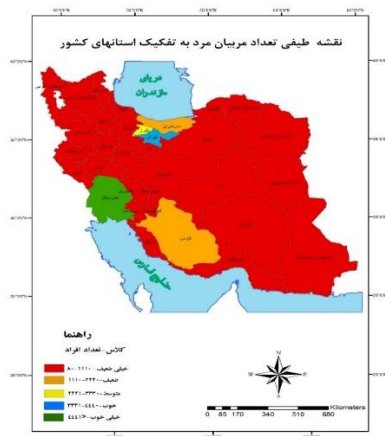
نقشه ۳: نقشه پراکنش درصد بازیکنان فوتبال استان ها

با مطالعه نقشه درصد تعداد بازیکنان فوتبال سازمان یافته مشخص گردید بیشترین تعداد بازیکنان فوتبال سازمان یافته مربوط به استان تهران می باشد که با توجه به تعداد جمعیت ساکن در استان تهران، این موضوع طبیعی است؛ اما بررسی های دقیق تر نشان داد که درصد پراکنش تعداد بازیکنان فوتبال با توجه به شمار جمعیت در تهران کمتر از ۲ درصد کل جمعیت این استان می باشد. گفتنی است پراکنش درصد بازیکنان فوتبال در استان های سیستان و بلوچستان، خراسان شمالی، آذربایجان غربی و یزد کمتر از یک درصد جمعیت این استان ها و در استان بوشهر بالاتر از هشت درصد کل جمعیت این استان می باشد.



نقشه ۴: نقشه طیفی پراکنش نسبت بازیکنان فوتبال به کل جمعیت استان ها

در مطالعه و بررسی نقشه های طیفی، تعداد یا درصد فعالیت در هر فرآیند در پنج طبقه تقسیم بندی می شود که هر کدام از این طبقات با رنگ مخصوص خود شناخته می شوند و هر یک از رنگ ها بیانگر طبقه ای خاص است. در نقشه طیفی پراکنش درصد بازیکنان فوتبال به کل جمعیت استان در کشور، استان بوشهر با رنگ سبز در طبقه خیلی خوب، لرستان و کهگیلویه و بویراحمد با رنگ زرد در طبقه متوسط، هرمزگان، اصفهان، مازندران، سمنان، قم، البرز، قزوین، گیلان، زنجان، اردبیل، همدان، کرمانشاه و ایلام با رنگ نارنجی در طبقه ضعیف و پس از آن بقیه استان ها مثل خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان، تهران و یزد در طبقه خیلی ضعیف با رنگ قرمز قرار می گیرند. گفتنی است که در طبقه خیلی ضعیف درصد پراکنش از ۰/۴۳ تا ۱/۷۱، در طبقه ضعیف از ۱/۷۲ تا ۳/۳۰، در طبقه متوسط از ۳/۳۱ تا ۵/۰۰، در طبقه خوب از ۵/۰۱ تا ۶/۰۷ و در طبقه خیلی خوب از ۶/۰۷ به بالا می باشد.



نقشه ۵: نقشه طیفی مربیان مرد و زن فعال در فوتبال

در نقشه طیف تعداد مربیان مرد، خوزستان در طبقه خیلی خوب، تهران در طبقه خوب، البرز در طبقه متوسط، فارس و مازندران در طبقه ضعیف و پس از آن بقیه استان ها در طبقه خیلی ضعیف قرار می گیرند. گفتنی است در طبقه خیلی ضعیف تعداد مربی مرد از ۸۰ تا ۱۱۱۰، در طبقه ضعیف از ۱۱۱۱ تا ۲۲۲۰، در طبقه متوسط از ۲۲۲۱ تا ۳۳۳۰، در طبقه خوب از ۳۳۳۱ تا ۴۴۴۰ و در طبقه خیلی خوب از ۴۴۴۱ به بالا می باشد.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس نظر شورای راهبردی تدوین برنامه راهبردی فوتبال ایران با رویکرد آمایش سرزمینی، توسعه کمی و کیفی فوتبال در پهنه جغرافیایی ایران به عنوان مأموریت فدراسیون فوتبال ایران در نظر گرفته شده است. در مرحله تئوریک تدوین برنامه راهبردی فوتبال ایران بر اساس نظر خبرگان در بیانیه مأموریت متولی فوتبال کشور فدراسیون فوتبال ایران آمده است. فدراسیون بر آن است تا با بهره گیری از مدیریت راهبردی و استفاده بهینه از منابع و امکانات، در توسعه بعد همگانی و قهرمانی فوتبال ایران نقش آفرینی نماید و از طریق ساماندهی رویدادهای تفریحی، فرهنگی و

ورزشی در سطح ایران، از یک سو موجبات ارتقای سلامت و نشاط اجتماعی و از سوی دیگر، بستری مناسب جهت شکوفایی استعدادها و پرورش نخبگان و ارتقای جایگاه فوتبال ایران به قدرت برتر آسیا را فراهم آورد. برای تعالی برند فوتبال ایران، شعار راهبردی برنامه راهبردی با رویکرد آمایش سرزمینی شعار نشاط اجتماعی با فوتبال ایرانی، خط مشی تعامل هم افزا و سازنده با دیگر سازمان ها و نهادهای در جهت توسعه فوتبال و در نهایت ارزش های محوری اشاعه فرهنگ اسلامی ایرانی در گستره ورزش فوتبال، احترام به پیشکسوتان و نخبگان ورزش فوتبال، تقویت روحیه مسئولیت پذیری و پاسخ گویی در تمام ارکان فوتبال مد نظر قرار دارد.

در تحلیل نقشه های آمایشی وضعیت موجود فوتبال ایران در اماکن فوتبالی، تهران در طبقه خیلی خوب، فارس و خوزستان در طبقه خوب و کرمان، خراسان رضوی و مازندران در طبقه متوسط، استان هایی مثل هرمزگان و یزد در طبقه ضعیف و پس از آن بقیه استان ها مثل خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان در طبقه خیلی ضعیف قرار می گیرند. با توجه به تعداد اماکن فوتبال موجود مشخص گردید که بیشترین تعداد مکان مربوط به استان تهران می باشد. با توجه به تراکم جمعیتی در استان تهران و علاقمندان زیادی که در این استان پر جمعیت وجود دارد، نیاز به اماکن فوتبالی بیشتر دور از انتظار نیست. منتهی نکته حائز اهمیت این است که هر چند تهران از نظر تعداد اماکن در وضعیت مناسبی قرار دارد، ولی وقتی نسبت ورزشکار به جمعیت را تحلیل می کنیم، متوجه خواهیم شد که وضعیت تهران در وضعیت ضعیف قرار داد.

با بررسی های صورت پذیرفته مشخص گردید که تهران، فارس و خوزستان دارای بیشترین تعداد مکان فوتبال می باشند که به لحاظ فوتبال خیز بودن این دو استان، وجود این تعداد از اماکن منطقی می باشد. استان های خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، زنجان، قم، مرکزی، کردستان و چهارمحال و بختیاری کمترین تعداد اماکن فوتبال را دارا می باشند که مدیران عرصه ورزش فوتبال باید با رایزنی بتوانند زیر ساخت های مناسب فوتبالی را برای عموم علاقمندان این استان ها فراهم آورند. گفتنی است که وضعیت سرانه سخت افزاری ایران بر اساس مطالعات انجام شده حدود $0/72$ متر مربع می باشد که بر اساس برنامه های تکلیفی بالا سری مثل برنامه توسعه پنجم باید $1/2$ متر مربع در نظر گرفته شود (نظری و همکاران، ۲۰۱۶). از این رو نتیجه گیری می شود که وضعیت زیر ساخت فوتبال نیز همانند بقیه رشته ها از وضعیت متوسطی قرار دارد.

با مطالعه نقشه پراکنش درصد تعداد بازیکنان فوتبال سازمان یافته مشخص گردید علیرغم اینکه بیشترین تعداد بازیکنان فوتبال سازمان یافته مربوط به استان تهران می باشد- با توجه به تعداد جمعیت ساکن در استان تهران این موضوع طبیعی می باشد- اما درصد پراکنش تعداد بازیکنان فوتبال با توجه به تعداد جمعیت در تهران کمتر از ۲ درصد کل جمعیت این استان است. گفتنی است که پراکنش درصد بازیکنان فوتبال در استان های سیستان و بلوچستان، خراسان شمالی، آذربایجان غربی و یزد کمتر از یک درصد جمعیت این استان ها و در استان بوشهر بالاتر از هشت درصد کل جمعیت این استان می باشد که از این حیث بوشهر بهترین وضعیت را در بین ۳۱ استان ایران دارد و نشان از این دارد که مردم این استان علاقمندی وافری به فوتبال دارند و به شرط مدیریت درست و منطقی استعداد بر اساس فرایندهای استعدادیابی و نخبه پروری از این علاقمندی می توان نتیجه مطلوبی به دست آورد. در نقشه طیفی پراکنش درصد بازیکنان فوتبال به کل جمعیت استان در کشور استان بوشهر در طبقه خیلی خوب، لرستان و کهگیلویه و بویراحمد

در طبقه متوسط، هرمزگان، اصفهان، مازندران، سمنان، قم، البرز، قزوین، گیلان، زنجان، اردبیل، همدان، کرمانشاه و ایلام در طبقه ضعیف و پس از آن بقیه استان ها مثل خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان، تهران و یزد در طبقه خیلی ضعیف قرار می گیرند.

در این طبقه بندی، قرار گرفتن استان هایی از قبیل اصفهان، مازندران و گیلان در وضعیت ضعیف و مهمتر از همه تهران در وضعیت خیلی ضعیف نشان گر آن است که فوتبال نیز از قاعده کلی نسبت ورزشکار به کل جمعیت مستثنی نیست و بازیکنان فوتبال هم مثل بقیه ورزش ها حجم بسیار کمی از کل جامعه ای که به ورزش می پردازند را به خود اختصاص داده اند. گفتنی است وضعیت سرانه نسبت ورزشکار به کل جمعیت در کشور بر اساس مطالعات انجام شده عددی کمتر از ۱۰ درصد را نشان می دهد (نظری و همکاران، ۲۰۱۶).

به طور کلی می توان اذعان نمود وضعیت موجود آمایش سرزمینی فوتبال در ایران در وضعیت ایده آل قرار نگرفته و با توزیع متوازن زیر ساخت های سخت افزاری، استفاده بهینه از زیر ساخت های انسان افزاری و ارتقای سطح کمی و کیفی زیر ساخت های نرم افزاری می توان به سمت وضعیت مطلوب حرکت نماید. رویکرد راهبردی، فوتبال ایران را در موقعیت رقابتی نسبت به کشورهای حاشیه خلیج فارس و کشورهای بلوک شرق آسیا نشان می دهد که راهبردهای موثر بر ارتقای محیط درون زای فوتبال در کنار راهبردهای برون زا موجبات ارتقای سطح فوتبال ایران را فراهم خواهد نمود. این امر حاکی از این است که در محیط بیرون رقبای جدی پیش روی فدراسیون فوتبال به عنوان متولی اصلی این رشته وجود دارند و باید با استفاده حداکثری از قوت های محیط درون تهدیدهای محیط بیرونی را کنار زد و از فرصت ها نهایت استفاده را برد. بررسی روند تحولات بخش ورزش و پیش بینی وضعیت آن در آینده فوتبال نشان می دهد که این ورزش در حال حاضر در ایران به لحاظ قهرمانی و حرفه ای در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار ندارد. باشگاه های ورزشی فعال در سطح کشور با هزینه محدود در رشته پر مخاطب فوتبال در این اوضاع اقتصادی نمی توانند نقش بسیار مهمی در توسعه این رشته داشته باشند. مشکلات مالی سال های اخیر و تغییرات در قوانین بودجه دستگاه های دولتی اندکی از رونق ورزش حرفه ای در کشور کاسته که البته در این میان نقش صنایع خصوصی در ورزش حرفه ای باعث کم شدن اثر این تغییرات شده است. آنچه مسلم است ظرفیت های ورزش فوتبال در ایران قابلیت رفع بسیاری از کاستی ها را داراست که مدیریت یکپارچه از این امکانات می تواند بخش عمده ای از نیازهای مردم را در زمان حال پاسخگو باشد. بی تردید، تهیه برنامه ای مدون برای استفاده از ظرفیت های صنایع در توسعه امکان فوتبالی نقش بسیار مهمی را ایفا می کند.

نتیجه کلی از مطالعات آمایش ورزش فوتبال ایران با رویکرد راهبردی حاکی از آن است که توزیع غیرمتوازی از اماکن و فضاهای ورزشی در پهنه کشور وجود دارد، ضمن اینکه براساس مطالعات صورت گرفته با نگاه جنسیتی به فضاهای ورزشی نیز این توزیع غیرمتوازن مشاهده می گردد. توجه یکسان فارغ از نگاه جنسیتی به ورزشکاران خانم و آقا جهت ایجاد زیر ساخت های سخت افزاری، ضمن رعایت ارزش های ایرانی اسلامی می تواند زمینه بستر سازی لازم جهت ایجاد این نگاه متوازن را فراهم آورد. همچنین طراحی فضاهای محرم سازی شده یا بازآفرینی فضاهای ویژه خانم ها می تواند راهکار دیگری باشد. در بخش نرم افزاری حوزه ورزش اعم از فرایندها و فعالیت های ورزشی شامل فعالیت های آموزشی، میزبانی و قهرمانی باید چابک سازی گردد. جهت متوازن ساختن توزیع منابع در پهنه کشور، ایجاد و تعمیق نگرش آمایشی برای برقراری

توازن در عوامل آمایشی ورزش فوتبال ایران، هم افزایی هر چه بهتر فعالیت های ورزشی سازمان ها و ارگان های دولتی، غیردولتی و بخش خصوصی و در نهایت تمرکز برای موفقیت هر چه بیشتر این ورزش ضروری است. بر اساس تحلیل یافته های پژوهش حاضر مشخص گردید که ایران در چشم اندازی روشن، قدرت برتر فوتبال در سال ۱۴۰۴ می باشد. در بیانیه چشم انداز آمده است با توسعه متوازن زیرساخت های سخت افزاری، استفاده مناسب از تخصص منابع انسان افزاری و ارتقای سطح بهره وری فرایندهای نرم افزاری فوتبال ایران با گسترش فعالیت در بعد همگانی، بر ارتقای سطح سلامت و نشاط اجتماعی تأکید می شود. همچنین از طریق کشف استعدادها و نخبه پروری زمینه حضور قهرمانان در سطح ملی و بین المللی فراهم می آید و در سال ۱۴۰۴ قدرت برتر فوتبال آسیا می گردد. لذا راهبردهای اولویت دار توسعه فوتبال ایران عبارت اند از: توسعه ورزش فوتبال با رویکرد آمایش سرزمینی در پهنه ایران، کسب کرسی های بین المللی فوتبالی، توسعه برنامه های استعداد یابی و نخبه پروری در فوتبال، جلب نظر سرمایه گذاران خصوصی در فوتبال و توسعه متوازن و عادلانه زیرساخت های فوتبالی متناسب با تراکنش جمعیت.

منابع

- احسانی، محمد و قره خانی، حسن. (۱۳۸۷). «بررسی وضعیت منابع انسانی در ورزش حرفه ای کشور». مجله تربیت بدنی و علوم ورزشی. ۳، صص ۱۵-۲۲.
- حسینی، شاهو؛ حمیدی، مهرزاد؛ قربانپان، آسیه و سجادی، سیدنصرالله. (۱۳۹۳). «شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش های فراروی آن». نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران. ۱۷(۱)، صص ۲۹-۵۴.
- گوهر رستمی، حمید رضا؛ کوزچیان، هاشم؛ امیری، مجتبی و هنری، حبیب. (۱۳۹۱). «گونه شناسی ذینفعان و مدیریت راهبردی آنها در سیستم ورزش کشور». مطالعات مدیریت ورزشی. ۵(۱۹)، صص ۹۵۹-۹۷۱.
- قالیباف، محمدباقر. (۱۳۸۹). نگاه راهبردی به نظام ورزش در کشور از برنامه پیشرفت و عدالت. تهران: نشر نگارستان
- محمودی، سعید. (۱۳۸۸). «تحلیلی بر سیرتحولات کلان آمایش سرزمین فرانسه». مجله آمایش سرزمین. ۱(۱)، صص ۳۵-۴۵.
- نظری، رسول؛ احسانی، محمد؛ حمیدی، مهرزاد و سالاری، محسن. (۱۳۹۳). «تدوین و معرفی منظرهای راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان از طریق مدل دیوید». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۱، صص ۱۵۷-۱۷۲.
- نظری، رسول؛ قاسمی، حمید و سهرابی، زهرا. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین مهارت های ارتباطی، الگوهای مدیریتی فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران در سازمان های ورزشی: مدل معادلات ساختاری». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره ۲۱، صص ۹۳-۱۰۲.
- نظری، ر و قوامی کومله، ف. (۱۳۹۶). «تأثیر اعتبار برند بر استراتژی اتحاد برند به منظور ارتقای جایگاه استراتژیک برند (مطالعه موردی: باشگاه سپاهان اصفهان)». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۶، شماره ۱، صص ۶۱-۷۱.
- نظری، ر و حدادی، س. (۱۳۹۶). «اثر کیفیت خدمات بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان و ارتقای جایگاه استراتژیک برند باشگاه های خصوصی: ارائه مدل». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۴۵-۵۶.
- نظری، ر و لطیفی، ا. (۱۳۹۷). «تحلیل اثر سقف شیشه ای بر ارتقای جایگاه مدیریتی بانوان در سازمان های ورزشی». نشریه مدیریت ورزشی. ۱۰(۳)، صص ۴۵۶-۴۷۷.

- نظری، ر؛ طباطبایی، م و کریمیان، ج. (۱۳۹۶). «تحلیل موانع اجرای برنامه های راهبردی در ورزش ایران بر اساس مدل فورچون». نظریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران. ۱۹(۱)، صص ۹۹-۱۱۲.
- نظری، ر و مختاری، م. (۱۳۹۷). «ارائه مدل عناصر سازنده برند باشگاه های حرفه ای فوتبال براساس ارزش ویژه برند از دیدگاه مشتریان». مدیریت و توسعه ورزش. ۵(۷)، صص ۷۱-۸۰.
- نظری، ر؛ یغمایی، ل و سهرابی، ز. (۱۳۹۵). «سند راهبردی آمایش سرزمینی بخش ورزش استان اصفهان». نشریه مدیریت ورزشی. ۸(۵)، صص ۶۶۵-۶۸۰.
- نوروزی سید حسینی، رسول؛ دهقانی زاد، رضا؛ هنری، حبیب؛ یوسفی، بهرام و نوروزی حسینی، ابراهیم. (۱۳۹۲). «ارائه مدل (GIS) تحلیل مکانی فضاهای ورزشی با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی مطلوب (مطالعه موردی : منطقه یک شهر تهران)». مدیریت ورزشی. ۵(۴)، صص ۵-۲۸.
- Australian Sports Commission. (2013). **A joint strategy of the Australian Sports Commission (ASC) and the Australian Agency for International Development (AusAID) 2013**. 201.
- Brownson E A. Baker R A. Houseman R. C. (2001). **“Environmental and policy determinants of physical activity in the united states”**. American journal of public health. (12). P: 91.
- Deloitte. (2017). **“Ahead of the curve Annual review of football finance 2017. Highlights, Sports Business Group”**. Available from: <http://www.deloitte.co.uk/sports-business-group/access/download>.
- Dimitropoulos, P. (2016). **“Audit Selection in the European Football Industry under Union of European Football Associations Financial Fair Play”**. International Journal of Economics and Financial, 6(3), PP: 901-906.
- Houlihan, B. and Green, M. (2008). **Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy**. Published by Elsevier Ltd, ISBN: 978-0-7506-8281-7.
- Hrebiniak, L.G. (2006). **“Obstacles to effective strategy implementation”**. Organizational Dynamics, 35, 1, pp 12-31.
- Jeanquart Miles, Sandra. Clieaf, Mark Van. (2017). **“Strategic fit: Key to growing enterprise value through organizational capital”**. Business Horizons, 60(1). 55-65.
- KPMG. (2017). **Football Clubs’ Valuation: The European Elite 2017**. Available from: <http://www.Footballbenchmark.com>.
- Kriemadis, Thanos. (2009). **“Strategic planning in University Athletic Departments in the United Kingdom”**. The sport Journal (Month refereed Journal, Published by the United State Sport Academy), Vol. 12 number 2, ISSN: 1543-9518.
- Kartakoullis, N. L. D., Vrontis, A., Thrassou, T. Kriemadis. (2013). **“Strategic resource Planning for football clubs”**. Journal for

- International Business and Entrepreneurship Development, 7(1), PP: 1-20.
- Kennedy, P. (2013). Left wing' supporter movements and the political economy of football. Soccer and Society. 14(2), PP: 277-290.
 - Kennelly, Millicent. Toohey, Kristine. (2014). **"Strategic alliances in sport tourism: National sport organizations and sport tour operators"**. Sport Management Review, 17(4): 407-418.
 - Lashkar Bloki, Mojtaba. (2011). **"Strategic Thinking and Strategies"**. Nasat Publishing Tehran. 13-165. (in Persian)
 - Montes, F.J.L. and Moreno, A.R. and Fernandez, L.M.M. (2004). **"Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation"**. International Journal of Manpower, 25(1). 167-80.
 - Rahmani, B. (2007). **"Create a database of documented and credible sport of indoor and outdoor spaces Golestan province"**. Research plan, Physical Education Department in Golestan Province. 57-89.
 - Rouach, D. Santi, P. (2001). **"Competitive Intelligence Adds Value: Five Intelligence Attitudes"**. European Management Journal, 19(5). 552-559.
 - Şener a İrge, Karapolatgil, Ahmet, Anıl. (2015). **"Rules of the Game: Strategy in Football Industry. Social and Behavioral Sciences"**. Issue, 207, PP: 10 – 19.
 - Spaaij, Ramón. Schulenkorf, Nico. Jeanes, Ruth. Oxford, Sarah. (2018). **"Participatory research in sport-for-development: Complexities, experiences and (missed) opportunities"**. Sport Management Review, 21 PP: 25-37.
 - Torabi, Taghi; Ghorbani Bagheri, Mahsa. (2016). **"New methods for financing soccer clubs in developed countries and its comparative study with other countries (special case: professional soccer clubs of the Premier League and the United Kingdom)"**. Investing Knowledge, 13(11), pp. 231-217.
 - Zarghan, S H. Most, H. (2011). **"Analysis of the military-security considerations in the planning and site selection, emphasizing the centers and military lodgments Razavi Khorasan Province"**. Journal of Humanities lecturer (Spatial Planning), 15 (2). Pp. 141-161.

شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت ورزش با رویکرد ورزش قهرمانی

تقی عاشوری^۱

مرتضی دوستی^۲

سید محمد حسین رضوی^۳

ابوالحسن حسینی^۴



10.22034/SSYS.2022.640

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۲/۲۹

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت ورزش با رویکرد ورزش قهرمانی می‌باشد. این تحقیق از لحاظ استراتژی (راهبرد) کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوا با هدف کاربردی و توسعه‌ای بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اساتید دانشگاهی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان گرایش‌های مختلف رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، مدیران سازمانی با تخصص پژوهشی یا اجرایی در حوزه ورزش قهرمانی و رویدادهای ورزشی و آشنا با مبانی کارآفرینی و همچنین کارآفرینان حوزه ورزش قهرمانی می‌باشند که با روش نمونه‌گیری هدفمند در مجموع ۳۲ نفر در مصاحبه نیمه ساختاریافته به روش دلفی طی چهارنوبت مشارکت داشتند تا اشباع نظری حاصل گردید. ابزار پژوهش، دستورالعمل برگه‌های کدگذاری

۱-دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: T.ashouri86@yahoo.com

۲-دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۳-استاد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۴-دانشیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

محقق ساخته بود که روایی محتوایی آن‌ها توسط متخصصان و خبرگان دانشگاهی و کارآفرینی تأیید شد و پایایی ابزار (برگه‌های کدگذاری) با کمک ضریب توافق بین کدگذاران یعنی ضریب پی‌اسکات (۹۵ درصد) تعیین گردید. با شناسایی ۱۷۴ فرصت کارآفرینی در ۶ زیرحوزه و رتبه‌بندی آنها نتایج نشان داد که درآمد و فعالیت‌های تجاری، فعالیت‌های باشگاه ورزشی و استعدادیابی ورزشی به ترتیب رتبه‌های نخست تا سوم اهمیت زیرحوزه‌ها را داشته‌اند. هزینه پایین شروع کسب‌وکار، ظرفیت بالای نوآوری و اشتغال، ایجاد توسعه پایدار، تنوع بالادر زمان و مکان کسب‌وکار از ویژگی‌هایی هستند که می‌توان با بررسی فرصت‌ها به آن پی برد و نیروی انسانی در ورزش (فارغ‌التحصیلان و ورزشکاران) به اقتضای توانمندی‌های خود می‌توانند به کارآفرینی مبادرت ورزند.

واژگان کلیدی: کشف فرصت، فرصت کارآفرینانه، ورزش قهرمانی، صنعت ورزش و ایران.

مقدمه

یکی از ویژگی‌های بارز اقتصاد امروز، تغییرات سریع است و کشورهایی می‌توانند از نظر اقتصادی قوی و موفق گردند که نوآوری و کارآفرینی را رونق بخشند. نقش کارآفرینی به عنوان موتور محرکه برای تحول اقتصادی و اجتماعی، در ادبیات اقتصاد جدید نیست (دهاری و اومری^۱، ۲۰۱۸). به طور فزاینده‌ای روشن می‌باشد که کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه توسعه اقتصادی را موجب می‌شود (کیوان و ژائو^۲، ۲۰۱۸).

اکنون صنعت ورزش مقوله‌ای جهانی می‌باشد (کرکاتریک^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). ورزش‌ها هرگز به اندازه امروز جنبه تجاری نداشته است (دسبوردیز^۴، ۲۰۱۷) به همین دلیل صنعت ورزش به عنوان صنعتی که از سریع‌ترین رشد در جهان برخوردار می‌باشد، شناخته شده است (چوه و همکاران، ۲۰۱۹). تنها در آمریکای شمالی، در سال ۲۰۱۶ بازار صنعت ورزش تقریباً ۶۷ میلیارد دلار ارزش داشت و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۱ به ۷۸ میلیارد دلار (به ازای هر سال ارزش رشد ۳/۱) دست یابد (پرایزواترکوپر^۵، ۲۰۱۷).

به زعم تیمونز^۶ (۲۰۰۹) برای خلق کسب‌وکار سه موضوع باید مورد توجه قرار گیرد: فرصت، تیم کارآفرینی و منابع. از نظر او فرایند کارآفرینی از فرصت نشأت می‌گیرد و با یک کارآفرین و یا تیم کارآفرینی هدایت می‌شود. در این فرایند یکپارچه و خلاق، کارآفرینی موفق‌تر است که برای رسیدن به هدف یکسان، منابع کمتری صرف کند. این درحالی است که تاکنون تحقیق اندکی با موضوع شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش انجام شده است.

سه رویکرد مهم موضوع کارآفرینی خلق ثروت، ایجاد اشتغال و توسعه فناوری می‌باشد (آقاجانی و همکار، ۱۳۹۱). براین اساس، یکی از خروجی‌های کارآفرینی در ورزش خلق ثروت می‌باشد، این در حالی می‌باشد که در تحقیقات مختلفی میزان توسعه اقتصادی را در کنار عامل جمعیت و سابقه ورزشی از عوامل مهم کسب مدال در بازی‌های المپیک بر می‌شمرند (استامن و لامپرچت^۷، ۲۰۰۱). تحقیقات دیگر نیز نشان از برتری کشورهای ثروتمند در جدول توزیع مدال‌های بازی‌های المپیک دارد (گیرین و اوکلی^۸، ۲۰۰۱؛ استام و لامپرچت، ۲۰۰۱). بنابراین به نظر می‌رسد در ورزش، کارآفرینی از طریق توسعه اقتصادی می‌تواند موجب موفقیت در حوزه قهرمانی و رقابتی گردد. رویکرد بعدی کارآفرینی، ایجاد اشتغال می‌باشد. در کشور ما در شرایط فعلی به دلایل متعدد مانند بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و از دیگر سو، خیل تازه‌واردان به عرصه کار، بیکاری به یک معضل بزرگ اقتصادی اجتماعی تبدیل شده است (داوری و رضایی، ۱۳۸۵). در ورزش، دو نوع نیروی انسانی حرفه‌ای وجود دارد: فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و ورزشکاران. تحقیقات مختلف نشان از وضعیت نامناسب اشتغال هر دو نوع نیروی انسانی دارد. یافته‌های پژوهش برومند و همکاران (۱۳۹۲)

1. Sabrine Dhahri, Anis Omri
2. Haifeng Qian, Chang Zhao
3. Kirkpatrick
4. Desbordes
5. Choa
6. PricewaterCoopers
7. Timmons
8. Stamm, H., Lamprecht, M.
9. Green and Oakly

نشان داد اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته علوم ورزشی از نظر عوامل داخلی و خارجی وضعیت مناسبی ندارد که یکی از دلایل بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی در تحقیقات دیگر، عدم کسب مهارت یا انباشتن محفوظاتی است که ارتباط روشن و تعریف شده‌ای با نیازها و زمینه‌های شغلی ندارد (فراهانی و همکاران، ۱۳۸۸) و بسیاری از ورزشکاران بعد از اتمام دوره ورزشی خود در فعالیت‌های غیرورزشی سرمایه‌گذاری می‌کنند (فرید، ۱۳۸۸). بنابراین لازم است تا فرصت‌های آنها در ایجاد چنین مشاغلی به دقت بررسی شود.

تحقیقات زیادی در زمینه بررسی علل ناکامی و موفقیت‌های ورزشکاران در رشته‌های مختلف ورزشی انجام گرفته است، اما تاکنون تحقیقی که به طور اختصاصی به بررسی زمینه‌های فعالیت کارآفرینی در حوزه قهرمانی بپردازد انجام نشده است. برخی از تحقیقات به بررسی اثرات اقتصادی رویدادهای ورزشی پرداخته‌اند، از جمله شعبانی مقدم و اشرف خزایی (۱۳۹۴) که اثرات سیاسی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی رویدادهای ورزشی را نشان داده‌اند. در تحقیق دیگری از مرکز مطالعات صنعت ورزش انگلستان^۱ (۲۰۰۷) اثرات اقتصادی ورزش طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۵ از طریق ارزش افزوده ناخالص بخش ورزش، میزان هزینه‌های ورزشی خانوار، میزان اشتغال در ورزش (اعم از داوطلب و غیرداوطلب)، هزینه‌ها و درآمدها در ورزش و درصد تغییر این عوامل در طول زمان مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. در برخی از تحقیقات ورزش قهرمانی را از تقسیم‌بندی‌های مهم اقتصادی برشمرده‌اند. در برخی دیگر ورزش رقابتی، تناسب اندام و اوقات فراغت، کالاهای ارتقا یافته ورزشی، آموزش ورزش، محل برگزاری مسابقات ورزشی و دیگر بخش‌های ورزشی مانند آژانس‌های ورزشی، رسانه‌های ورزشی و ... - که می‌تواند به رشد و توسعه بعضی از بازارهای واسطه بیشتر کمک نماید- را به عنوان بخش‌های مهم برای توسعه استراتژیک نام برده‌اند. ورزشی رقابتی شامل آژانس‌ها، سازمان‌ها، موسسات، مدارس و سایر واحدهایی می‌باشد که به طور گسترده از مسابقات ورزشی مختلف تماشاگر حمایت می‌کنند (استیو راون^۲، ۲۰۱۸). کوهیان (۱۳۹۰) و فرامرزی (۱۳۹۲) در دو تحقیق جداگانه به ترتیب در اصفهان و تهران فرصت‌های کارآفرینی در ورزش را در حوزه‌های ورزش قهرمانی و حرفه‌ای، گردشگری ورزشی، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، تبلیغات ورزشی، ساخت و ساز کالاها و تجهیزات ورزشی، خدمات ورزشی، ورزش همگانی، آموزش ورزشی، پژوهش ورزشی و امور فرهنگی در ورزش شناسایی کردند. فروغی‌پور و همکاران (۱۳۸۷) نیز حوزه قهرمانی و حرفه‌ای را در کنار حوزه‌های حوزه‌های آموزش و پژوهش در ورزش، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزشی، ورزش همگانی، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی ورزشی از مهم‌ترین زمینه‌های اصلی برای کارآفرینی در ورزش برشمردند. در برخی از تحقیقات نیز به فرصت‌های کارآفرینی در حوزه قهرمانی به نوعی اشاره شده‌اند. همزمان با اهمیت رقابت‌های ورزشی، موضوع پیش‌بینی و شرط‌بندی این رقابت‌ها در تحقیقات بی شماری مطرح شده است (لاسترا^۳، ۲۰۱۷؛ مارتینز و همکاران^۴، ۲۰۱۷؛ دلفابرو و کینگ^۵، ۲۰۱۲). بخش شرط‌بندی ورزشی سریع‌ترین رشد را در صنعت قمار استرالیا به خود اختصاص داده است. حجم معاملات با افزایش ۲۷۸ درصدی، از ۸۸۰ میلیون دلار استرالیا در سال ۲۰۰۰-۲۰۰۱ به ۳/۳

1. Sport Industry Research Center
2. Steve Raven
3. Lastra
4. Martinsa et al.
5. Delfabbro and King

میلیارد دلار استرالیا و طبق آخرین آمار به ۷/۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴-۲۰۱۵ رسیده است (خزانه‌داری کوینزلند، ۲۰۱۶؛ کمیسیون جرم استرالیا، ۲۰۱۳). اسپیلینگ^۳ (۱۹۹۶) در پژوهشی با عنوان «سیستم کارآفرینانه» به بررسی کارآفرینی در زمینه رویدادهای بزرگ ورزشی پرداخت و دریافت که ورزش به طور ذاتی کارآفرین است. راب سیچ^۴ (۱۹۹۹) در مورد نقل و انتقالات ورزشکاران حرفه‌ای بین باشگاه‌ها تحقیقی انجام داد. نتایج نشان داد که این مسئله ضمن اینکه کارآفرینی و درآمد ایجاد می‌کند، شکل معامله ندارد، بلکه نیاز به متخصصان و استفاده از تخصص آنان تلقی می‌شود. هریسون و همکار^۵ (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «نقش کارآفرینی تجاری در ورزش و سرگرمی» به بررسی نقطه اشتراک کارآفرینی تجاری با ورزش و سرگرمی پرداختند و چنین نتیجه‌گیری نمودند که پیشرفت‌های بسیار و مدرنیزه شدن فن‌آوری باعث ایجاد بازارهای مصرف کننده گوناگونی در دو حوزه ورزش و سرگرمی شده است. سولبرگ و پروس^۶ (۲۰۰۷) معتقدند جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های جهانی، رویدادهای سلطنتی، حوادث و رویدادهای ورزشی و ... می‌توانند نقش زیادی در توسعه شهری داشته باشد.

از سوی دیگر، علمی ساختن امور، خواسته اکثر مدیران ورزشی می‌باشد. به همین علت ورزش قهرمانی به پدیده‌ای پیچیده تبدیل شده است. شناخت راهکارهای توسعه ورزش قهرمانی نیازمند توجه به ابعاد مختلف با نگاه علمی و تجربی می‌باشد که براساس تحقیقات پیشین، بعد اقتصادی یکی از ابعاد مهم آن به شمار می‌آید. ورزش قهرمانی مقوله‌ای می‌باشد که نه تنها مسئولان بلکه توجه و علاقه مردم را به خود جلب می‌کند. از این رو، بخش قابل توجهی از منابع مادی و معنوی صرف این موضوع می‌شود، اما متأسفانه برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی دقیقی برای توسعه ورزش کشور از منظر توسعه اقتصادی وجود ندارد. به همین علت موفقیت‌های این حوزه به صورت تصادفی یا در رشته‌هایی خاصی اتفاق می‌افتد. بدین ترتیب، این تحقیق در پی پاسخگویی به این پرسش می‌باشد:

فرصت‌های کارآفرینی ورزش در حوزه ورزش قهرمانی کدام اند و اهمیت هر یک چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی بود که با روش کیفی بر اساس تحلیل محتوا انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای و نحوه جمع‌آوری داده‌ها به شکل میدانی بود که اطلاعات مورد نیاز، نخست از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و سپس برگه‌های کدگذاری محقق ساخته و مصاحبه به روش دلفی در ۴ نوبت جمع‌آوری شد. جامعه آماری پژوهش متشکل از سه گروه بودند: گروه ۱: شامل اعضای هیئت علمی، فارغ‌التحصیلان و دانشجویان گرایش‌های مختلف رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی بودند که حوزه‌های پژوهشی آن‌ها مشتمل بر ورزش قهرمانی و رویدادها و آشنا با مفاهیم کارآفرینی بود؛ گروه ۲: کارآفرینان حوزه رقابتی و رویدادهای ورزشی و گروه ۳: مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان (حوزه ورزش رقابتی)، فدراسیون‌های ورزشی، اتحادیه باشگاه‌های فوتبال کشور و ... که با مفاهیم کارآفرینی آشنا

1. Queensland Treasury
2. Australian Crime Commission
3. Spilling
4. Rob Sitch
5. Harrison&et al.
6. Solberg & Preuss

بودند. روش نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند از جامعه آماری بوده است. چون اطلاعات دقیقی از تعداد کل افراد وجود نداشت، به طور هدفمند و تصادفی از نظرات هر سه گروه جامعه آماری به تعداد ۳۲ نفر از متخصصان دانشگاهی، کارآفرینی و سازمانی استفاده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پژوهش، دستورالعمل برگه‌های کدگذاری محقق‌ساخته بودند که «روایی محتوایی» آن‌ها توسط متخصصان و خبرگان دانشگاهی و کارآفرینی تأیید شد. بدین ترتیب که برگه‌های کدگذاری به ۵ صاحب‌نظر یا همان کمیته راهبردی داده شد و نظرات اصلاحی آنان اعمال گشت. پایایی ابزار نیز توسط ضریب توافق بین کدگذاران یعنی ضریب پی اسکات (۹۵ درصد) تعیین گردید. در ادامه با اجماع گروهی از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی، سازمانی و کارآفرینان به روش دلفی در چهار نوبت انجام شد تا اشباع نظری حاصل گردید. در مصاحبه به روش دلفی در مرحله اول دلفی، این سؤال مطرح شده است که آیا هریک از فرصت‌های کارآفرینانه می‌تواند فرصت کارآفرینانه باشد؟ که جواب پرسش‌ها به صورت دو گزینه‌ای (بلی / خیر) بودند. همچنین یک سؤال باز با عنوان «از منظر شما چه فرصت کارآفرینانه دیگری وجود دارد؟» طرح شد که هدف از آن تأیید یا رد موردها و کسب پیشنهادات جدید در صورت نادیده گرفته شدن برخی از مفاهیم بوده است. در مصاحبه‌ها، فرصت‌های تأیید نشده حذف و تعدادی فرصت با صلاح‌دید اعضای مصاحبه به روش دلفی اضافه شد که در مرحله بعدی (مرحله دوم) مورد تأیید قرار گرفتند. مرحله سوم، مربوط به دسته‌بندی این فرصت‌ها و مرحله چهارم و پایانی مربوط به رتبه‌بندی هریک از زیرحوزه‌های فرصت‌های کارآفرینی بر حسب اهمیت می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

در مطالعه دلفی، معیار مشخصی برای نمایاندن دستیابی به اجماع و همگرایی وجود ندارد. معمولاً اگر حداقل ۶۰ درصد پاسخ دهندگان موافق یک موضوع باشند، گفته می‌شود که آن موضوع از اجماع برخوردار است (عطاردی، ۱۳۸۴). نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که در مرحله اول تعداد گزاره به اجماع بالای ۶۰ درصد دست یافت. میزان فراوانی اجماع هر یک از گزاره‌های مرحله اول را می‌توان در جدول ۱ مشاهده کرد. تحلیل نتایج مرحله اول نشان می‌دهد که ۱۷۴ گزاره، حداقل توافق ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را کسب کرده‌اند. تعدادی از گزاره‌ها نتوانسته اجماع صاحب‌نظران را به دست بیاورند و تعداد دو گزاره جدید توسط خبرگان در مرحله اول پیشنهاد شده بود که در قالب یک پرسشنامه جدید مورد پرسش قرار گرفتند.

مرحله دوم دلفی به ایده‌هایی اختصاص یافت که هنوز اجماعی روی آن‌ها صورت نگرفته بود. در این مرحله، تمامی اعضای گروه دلفی در مورد هر گزاره و نظر اولیه هر فرد در مورد هر گزاره به اطلاع فرد رسید و نظر اصلاحی آن‌ها مجدداً بر اساس طیف سه گزینه‌ای موافق-ممتنع-مخالف، مورد سؤال قرار گرفت. میزان فراوانی اجماع هر یک از گزاره‌های مرحله دوم را می‌توان در جدول ۱ مشاهده کرد (فرصت‌های این مرحله در جدول ۱ بزرگنمایی شده و علامت * دارد).

تحلیل نتایج نشان می‌دهد که در مرحله دوم تعداد دو گزاره، حداقل توافق ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را کسب کرده و بنابراین در مجموع ۱۷۴ گزاره اجماع صاحب‌نظران را به دست آورده و هفت گزاره این اجماع را کسب نکرده است.

جدول ۱: فرصت‌های کارآفرینی ورزشی حوزه قهرمان

زیر حوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)	زیر حوزه	فرصت	تحقیق	مصاحبه (فراوانی)
شعاعین های روز رویداد	استفاده از فناوری روز در برگزاری مسابقات	محمودی یکتا و همکاران (۱۳۹۱)	ایقان رویداد	برگزاری کنفرانس‌های ورزشی	زیتونلی و همکاران (۱۳۹۰)	۳	۳
	طراحی و فروش لوگوی ورزشی	فرامرزی (۱۳۹۲)، محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)		برگزاری سمینارهای علمی (ملی و بین‌المللی) ورزشی	حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) باران و شین ^۱ (۲۰۰۵)	۴	۴
	شماره‌زنی و تبلیغات پیراهن ورزشی	کوهیان (۱۳۹۵)، محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)، پیتر و استاتلار ^۲ (۲۰۰۲)، جلیلیان و خبیری (۱۳۸۴)		برگزاری همایش‌های ورزشی	زیتونلی و همکاران (۱۳۹۰)	۷	۷
	ایجاد کانون مترجمان ورزشی	فرامرزی (۱۳۹۲)		کارناوال شادی و گردشگری		۱	۱
	خدمات (کانون) تبلیغات ورزشی	چگینی مقدم (۱۳۹۵)، پارکر و همکاران ^۳ (۱۹۹۲)		کنگره‌های ورزشی		۱	۱
	(در روز مسابقات) فروش لوازم با آرم باشگاه از قبیل پیراهن، محصولات فرهنگی باشگاه مثل فیلم‌ها و کتب ورزشی	بهرامی (۱۳۹۵)		برگزاری کارگاه ورزشی		۲	۲
	فروش بلیت (دستی و اینترنتی)	طالب‌پور (۱۳۹۲)، ریکاردسون و ریکاردسون ^۴ (۲۰۱۳)		برگزاری سمپوزیوم (هم‌اندیشی) ورزشی		۲	۲
	اژانس‌های واسطه فروش بلیط بازی‌های داخلی و خارجی	دبوره (۱۹۹۶)		برگزاری تالار گفتگو ورزشی		۱	۱
	تبلیغات ورزشی روی اتوبوس‌های	پیتر و استاتلار (۲۰۰۲)		برگزاری جشنواره		۷	۷

1. Baron, Shane
2. Pits & Stotlar
3. Parks, Zanger & qurtermen
4. Rikardson & Rikardson

		ورزشی			درون شهری (محیطی شهری)
۱	کروبی (۱۳۹۰)	برگزاری گالری هنری ورزشی	۳	کوهیان (۱۳۹۵)	تبلیغ از طریق محبوبیت ورزشکاران
۲	تاج‌زاده نمین (۱۳۹۱)	نمایش‌های ورزشی (اجرای هنرهای رزمی، نمایشی و ...)	۱		خدمات طرح موزاییکی در ورزشگاه‌ها و ...
۱		سیمولتانه (نمایش یا مسابقه هم‌زمان)	۳		لیدری تماشاگران
۳		رویدادهای ثبت رکورد	۳		صدور ای‌دی کارت
۱		جشن تولد فوتبالی (با ورزشی)	۱		فروشگاه مجازی باشگاه‌های ورزشی
۲	کوهیان (۱۳۹۰)؛ فرامرزی (۱۳۹۲)	برگزاری مسابقات فرهنگی ورزشی (رویکرد ترکیبی مانند قرآن و تکواندو)	۲	کروبی (۱۳۹۰)	بروشورها، کانال‌لوگ، پوستر مسابقات
۴	فرامرزی (۱۳۹۲)	برگزاری مسابقات ورزشی همگانی	۳		خبرنامه (مسابقات، باشگاه‌ها، دانشگاه)
۱		جشن‌های مختلف ورزشی (جشن پیراهن، معارفه بازیکن یا مربی، جشن قهرمانی و ...)	۱		تشریفات مسابقات (استفاده از کودکان ورزشکار در تشریفات شروع مسابقات)
۳	اسپیلینگ ^۱ (۱۹۹۶)	برگزاری ابررویداد ورزشی	۱		امدادگری ورزشی
۳		پیاده‌روی خیرخواهانه ^۲	۸		داوری رشته‌های ورزشی
۲		بازی‌های خیرخواهانه	۲		خدمات غذایی (مهمانان، تماشاگران، داوران، ورزشکاران و ...)
۳		تورنمنت ورزشی	۲		ایجاد شبکه فروش و توزیع مواد غذایی و بهداشتی بین مراکز ورزشی

1. Spilling
2. charity walking

		خدمات رنگ آمیزی صورت و ارائه پرچم و پوسترهای هواداری		۳	
		ارائه سکه و تمبرهای مسابقات			
		برگزاری مسابقات در زمان مناسب			
		گرفتن عکس یادگاری با ورزشکاران			
		ارائه محصولات ورزشی با نام و نشان، امضا و عکس یادگاری با ورزشکاران			
باشگاه های ورزشی		صوتی و تصویری یا موسیقی در رویداد ورزشی		۲	
		کلینیک های توجیهی و آموزشی داوری و مربیگری			
		مراسم افتتاحیه و اختتامیه			
		فعالیت های تبلیغاتی			
		بانک ورزش			
		تاسیس شرکت های حمل و نقل تخصصی تیم های ورزشی			
		راه اندازی فروشگاه های عرضه			
		کوهیان (۱۳۹۰)			
		کوهیان (۱۳۹۰)، ونسا راتن (۲۰۱۰)،			
		مسابقات دوستانه ورزشی		۴	
		برگزاری استارتاپ های ورزشی			
		نمایشگاه های کسب و کار ورزشی			
		جدید و متفاوت بودن رویداد ورزشی			
		برگزاری مسابقات با رویدادهای ورزشی در مناسبت های ویژه (عروسی ها، جشن های ملی و مذهبی و... مثل یلدای ماجر اجویان و...)			
		محمد کاظمی و همکاران (۱۳۹۳)؛ پارکز و همکاران (۱۹۹۸)			
		خدمات پزشکی ورزشی			
		سرپرستی تیم های ورزشی			
		تمرین دهنده ورزشی تیم			
		مربی ریکآوری			
ورزش		روانشناس تیم های ورزشی		۲	
		آنالیز (فنی) حرفه ای ورزشی			
		مربی بدنسازی تیم ورزشی			

				محصولات باشگاه به هواداران ورزشی	محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)
۵	سرمرپی و کمک مربی			راه‌اندازی و فعالیت در سازمان‌هایی برای شناسایی اسپانسرهای ورزشی	فرامرزی (۱۳۹۲)
۲	تدارکات ورزشی			ایجاد و فعالیت تخصصی در موسسات یا آژانس‌های تخصصی برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی	فرامرزی (۱۳۹۲)
۶	هنرکسن ^۱ (۲۰۰۳)			راه‌اندازی و فعالیت در باشگاه‌های حرفه‌ای	فرامرزی (۱۳۹۲)
۲	قرارداد بین بازیکنان حرفه‌ای ورزشی و باشگاه‌ها به عنوان یک شخصیت حقوقی	پارکرز و همکاران (۱۹۹۸)		مدیر برنامه چهره‌های ورزشی	چگینی‌مقدم (۱۳۹۵)
۱	انعقاد قرارداد بین مدیران باشگاه‌ها و اسپانسرها در جهت حمایت مالی از باشگاه‌ها			حمایت مالی	(والمسلی ^۲ ، ۲۰۰۱) (ریکاردسون و ریکاردسون، ۲۰۱۳)، آنالکن ^۳ (۲۰۱۴)، ماروو ^۴ (۱۹۹۹)
۱	انعقاد قرارداد با برندهای ورزشی و شرکت‌های پوشاک در جهت استفاده از نماد باشگاه‌ها و اسامی بازیکنان تیم‌ها بر روی پوشاک و تجهیزات ورزشی شرکت‌ها و			خرید و فروش وسایل و کالاها با آرم باشگاه‌های حرفه‌ای	ماروو (۱۹۹۹)

1. Henerekson
2. Walmsly
3. Unlucan
4. Morrow

		برندها				
۱		مدیریت حضور هواداران باشگاه های ورزشی و کسب درآمد از طریق فروش بلیط		بهرامی (۱۳۹۵)، محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)	فروش اقلام تجاری	
۲		امور حقوقی باشگاه ورزشی	۱		بازاریابی برند	
۱		فروش محصولات ورزشی		محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)	تبلیغات برند	
۲		حسابداری یا خزانه داری	۱		برندسازی شخصی	
۱		طراحی و اجرای طرح های جامع مدیریتی در سازمان های ورزشی با استفاده از فناوری های روز مثل IT	۱		بدل شخصیت های حرفه ای	
۴		مربی تغذیه تیم های ورزشی	۲	مارتینز و همکاران ^۱ (۲۰۰۹)	تبلیغات فروش	
۳		کانون هواداری باشگاه ورزشی	۳	دبوره ^۲ (۱۹۹۰)، پارکز و همکاران (۱۹۹۸)	بیمه های ورزشی	
۴		فروشگاه ورزشی باشگاه ورزشی	۱	دبوره (۱۹۹۰)	اژانس های نقل وانتقال بازیکنان و مربیان	
	محمدکاظمی می و همکاران (۱۳۹۳)	طراحی و توسعه برندها	۲		شرکت با شخصیت های ورزشی حرفه ای و مشهور	
۳		کارت های تجاری هواداری باشگاه ها	۲		سفیر ورزشی	
۲		ورودی ها و حق عضویت باشگاه ها	۲		قراردادهای ورزشی	
۲		ماساژور ورزشی (حسب شرایط مسابقات: قبل از مسابقات، حین مسابقات و بعد	۱		اتحادیه باشگاه های ورزشی	

1. Martinez montaner, pina
2. Wuest, Deborah

		از مسابقات)				
۳		کمپ‌های ورزشی باشگاه (تمرینی، آموزشی و مسابقه‌ای ویژه باشگاه و تیم‌های دیگر)		۱	پارکرز و همکاران (۱۹۹۸)	حق امتیاز و یادبود
۲		ورزش‌های گروهی (فوتبال، بسکتبال، والیبال، سبک تاکرا، پینت بال، هندبال، بیسبال، فوتسال، راگبی، کبیدی، هاکی روی یخ و...)	رشته های ورزشی	۳		موسسات حقوقی و وکلایی صرفا با موضوع ورزش
۲		ورزش‌های قدرتی (پرورش اندام، ژیمناستیک، ورزش‌های زورخانه‌ای، وزنه برداری، پرورش اندام، بدنسازی و ...)		۱		تاسیس سامانه عظیم حقوقی در کشور در زمینه حقوق ورزش در جهت حمایت از ورزشکاران حرفه‌ای و آمپبیکی و ورزش همگانی
۴		ورزش‌های پرتابی و راکتی (تنیس روی میز، تنیس روی چمن، گلف، بدمینتون، اسکواش، راکتبال، کریکت، پرتاب نیزه، پرتاب وزنه، پرتاب دیسک، پرتاب چکش و ...)		۲		وکالت در ورزش
۳		ورزش‌های رزمی (کاراته، تکواندو، جودو، کیک‌بوکسینگ، بوکس، کشتی، ووشو، مویتای و ...)		۱		قضاوت در ورزش
۵		ورزش‌های ایبی (شنا، واترپلو، شیرجه، غواصی، قایقرانی و ...)		۱		موسسات داوری و حکمیت در ورزش
۴		ورزش‌های		۱		دادسرای ویژه

		نشانه روی (تیراندازی با تفنگ، تیراندازی با کمان، بیلیارد، اسنوکر، دارت و ...)				ورزش
۳		ورزش های فکری (شطرنج، دومینو، منج و ...)		۲		دادگاه ویژه ورزش
				۲		شورای حل اختلاف ویژه ورزش
				۳		مشاوره با مؤسسات ثبت شرکت های ورزشی
				۲		مؤسسات ثبت علام و برند ورزشی
				۲		مؤسسات ثبت اختراعات و ایده های ورزشی
				۱	محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)	بنگاه های پیش بینی فوتبال
				۳		مشاوره کسب و کار ورزشی
					محمدکاظمی و همکاران (۱۳۹۳)	ایجاد صندوق اعتبارات مالی
					*	شرکت های تعاونی ورزشی
				۲		اتحادیه یا اصناف ورزشی
				۳	پارکز و همکاران (۱۹۹۸)	سازمان ها و آژانس های بازاریابی ورزشی
				۱		شخصیت های ورزشی در نقش مدل
				۱		بازاریابی سبز
				۱		بازاریابی با نمونه رایگان ^۱
				۱		بازاریابی پایگاه داده ^۲

-
1. Free Sample Marketing
 2. Database Marketing

			۱		بازاریابی دیجیتال ^۱	
			۱		بازاریابی مستقیم ^۲	
			۱		بازاریابی متنوع ^۳	
			۱		بازاریابی رسانه مقاطع ^۴	
			۱		بازاریابی بشارتی ^۵	
			۱		تبلیغات شوخ طبعانه	
			۱		بازاریابی بدون عوض؛ شبه رایگان ^۶	
			۱		تبلیغات داستانی	
			۱		بازاریابی چریکی	
				*	ازانس‌های خصوصی ضد دوپینگ	
			۲	کوهیان (۱۳۹۰)؛ فرامرزی (۱۳۹۲)	طراحی و تاسیس رشته‌های جدید ورزشی (کارآفرینی سازمانی)	
			۳		ازمایشات و مطالعات ژنتیک در استعدادیابی	استعدادیابی ورزشی
			۲		پزشکی ورزشی، پایش سلامت و تندرستی در استعدادیابی	
			۵	عرب عامری و همکاران (۱۳۹۰) بهپور و همکاران (۱۳۸۴)	آزمون پیگرسنجی، فیزیولوژیکی - زیست حرکتی، روانی حرکتی	
			۱		کمپ استعدادیابی	
			۱		کانون استعدادیابی	
			۴		مربیگری حرفه‌ای ^۷	
			۴		مربیگری افراد مبتدی ^۸	

1. Digital Marketing
2. Direct Marketing
3. Diversity Marketing
4. Cross-media Marketing
5. Evangelism Marketing
6. Freebie Marketing
7. coaching
8. teaching

					وجود امکانات و تجهیزات مناسب تمرینی در باشگاه‌ها	محمودی یکتا و همکاران (۱۳۹۱)
			۲		نرم افزار استعدادیابی	
			۴		مدارس ورزشی (فوتبال)	قاسم زاده امیرکلاهی و همکاران (۲۰۱۳)
			۲		آموزشگاه‌های ورزشی	
			۳		استعدادیابی و پرورش ورزشکاران قهرمانی و حرفه‌ای	کوهیان (۱۳۹۰)؛ فرامرزی (۱۳۹۲)
			۱		طراحی بازی‌های حرکتی و ورزش‌های رشدی کودکان	
			۲		طرح سنجش قامت (جهت شناسایی ناهنجاری‌های اسکلتی و ساختاری، شناسایی مستعدین ورزشی و...)	
			۳		همایش استعدادیابی	
			۵		جشنواره‌های استعدادیابی	
			۴		دوره‌های تخصصی تربیت مربی استعدادیابی	
			۲		تشکیل بانک اطلاعات مستعدین ورزشی	
			۲		برنامه‌های سواد جسمانی و حرکتی	
			۴		فستیوال ورزش (فوتبال) پایه	
			۱		سامانه استعدادیابی سراسری با قابلیت تحلیل اطلاعات آناتومی / ورزشی / سوابق	
			۳		تمرین مهارت‌های بنیادی و سنجش	
			۱		برگزاری کارگاه‌های فنی استعدادیابی	
			۲		آنتروپومتری	

						(کاربرد پیکرشناسی در استعدادیابی - غربالگری جهت شناسایی ناهنجاری‌ها در مدارس - و حتی عموم مردم جهت پایش سلامت اسکلتی)	
				۱		موسسه یا شرکت استعدادیابی ورزشی و تحصیلی (توأم با هم)	
				۲		آزمون رفتاری و روانشناختی استعدادیابی ورزشی	
				۱		بهبود توانایی‌ها و عملکرد شناختی (افزایش قدرت حافظه، یادگیری، بازداری حل مساله، برنامه‌ریزی و پیشرفت تحصیلی و ...)	
				۲		تأسیس آکادمی باشگاه‌های بزرگ در شهرهای مختلف (نماینده‌گی)	
				۳		باشگاه‌های توسعه مهارت‌های بنیادین کودکان (ارزیاب، تمرین دهنده و ...)	
				۲		متخصص علم تمرین دوران رشد (اختصاصی استعدادیابی)	
				۲		متخصص تغذیه ورزشی دوران رشد (اختصاصی استعدادیابی)	

در مرحله سوم دلفی، پس از بررسی کل فرصت‌های کارآفرینی براساس تجانس محتوایی، زیرحوزه‌هایی از حوزه رقابتی و قهرمانی شناسایی شده است و از خبرگان خواسته شده براساس فرصت‌های کارآفرینانه این حوزه‌ها رتبه‌بندی شوند. نظرات جمع‌آوری گردید و پس از تحلیل رتبه‌بندی‌ها برایشان ارسال گردید. در مرحله چهارم دلفی، جمع به اجماع نهایی رسید که نتایج در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: رتبه‌بندی زیرحوزه‌های ورزش قهرمانی

زیرحوزه	رتبه	فراوانی فرصت
درآمد و فعالیت‌های تجاری	۱	۵۵
فعالیت‌های باشگاه ورزشی	۲	۲۶
استعدادیابی ورزشی	۳	۳۱
فعالیت‌های روز رویداد	۴	۲۹
انواع رویداد	۵	۲۶
رشته‌های ورزشی	۶	۷
جمع	-	۱۷۴

بحث و نتیجه‌گیری

۱۹۹

امروزه نگاه به ورزش، علمی شده و ورزش کردن به اثرگذارترین پدیده‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع تبدیل شده است. امروزه ورزش را یک پدیده جهانی می‌دانند و از حد محلی خارج و با فرایند جهانی شدن همگام شده است (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۲). به زعم ژانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۷) صنعت ورزش در بین دیگر صنایع بیشترین سهم را از جهانی شدن برده است. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد در حوزه رقابتی و برگزاری رویدادها نیز نگاه علمی وجود داشته باشد. بنابراین تحقیق حاضر به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش قهرمانی پرداخته است. کل فرصت‌ها در شش زیرحوزه فعالیت‌های روز رویداد، انواع رویداد، درآمد و فعالیت‌های تجاری، فعالیت‌های باشگاه‌های تجاری، استعدادیابی ورزشی و رشته‌های ورزشی طبقه‌بندی شده‌اند. پژوهش حاضر در تقسیم‌بندی حوزه قهرمانی از الگوی تحقیق بهرامی (۱۳۹۵) بهره جسته است. درآمدزایی فعالیت‌های باشگاه‌های فوتبال از طریق ۱- فروش پخش تلویزیونی و رادیویی ۲- درآمد روز مسابقه ۳- درآمد تجاری (فروش اقلام تجاری، تورسم ورزشی، ترانسفر بازیکن، دریافت حق عضویت و حمایت مالی) انجام می‌گیرد. نتیجه تحقیق حاضر با نتیجه تحقیق بهرامی (۱۳۹۵)، فروغی‌پور و همکاران (۱۳۸۷)، کوهیان (۱۳۹۰) و فرامرزی (۱۳۹۲) هم‌راستا است. بهرامی (۱۳۹۵) نشان داد درآمدزایی فعالیت‌های باشگاه‌های فوتبال از طریق فروش پخش تلویزیونی و رادیویی، درآمد روز مسابقه و درآمد تجاری (فروش اقلام تجاری، تورسم ورزشی، ترانسفر بازیکن، دریافت حق عضویت، حمایت مالی) انجام می‌گیرد. در تحقیقات فروغی‌پور و همکاران (۱۳۸۷)، کوهیان (۱۳۹۰) و فرامرزی (۱۳۹۲) حوزه قهرمانی به عنوان یکی از حوزه‌های تقسیم‌بندی ورزش بیان شده است.

تعداد ۱۷۴ فرصت کارآفرینی ورزشی به کمک تحقیقات پیشین و مصاحبه با افراد خبره (کارآفرینانی که کسب‌وکارشان در حوزه ورزش قهرمانی می‌باشد، مدیران سازمانی و اعضای هیئت علمی که هم سابقه کار اجرایی یا پژوهشی در حوزه قهرمانی دارند و هم با مبانی کارآفرینی شناخت دارند) شناخته شد.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد کارآفرینی از طریق توسعه اقتصادی می‌تواند موجب موفقیت در حوزه قهرمانی و رقابتی شود. با بررسی پیشینه تحقیق می‌توان گفت شناخت فرصت‌های

کارآفرینی، حلقه مفقوده توسعه اشتغال می‌باشد، این در حالی است که در بسیاری از پژوهش‌ها فرصت را به عنوان قلب کارآفرینی می‌دانند. به زعم شین و ونکاتارامن^۱ (۲۰۰۰) کارآفرینی یعنی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و چانگ^۲ (۲۰۰۴) فرصت را به عنوان شکاف بین وضعیت جاری و آینده بالقوه تلقی می‌کند که پل زدن روی این شکاف توسط اقدامات کارآفرینان انجام می‌گیرد. بنابراین درک فرصت‌های کارآفرینانه اهمیت زیادی دارد. باید توجه داشت فرصت‌ها از لحاظ ارزش مورد انتظار به طور قابل توجهی با یکدیگر تفاوت دارند. در تحقیقات مختلفی نشان داده شده است که به طور ثابت بعضی صنایع نسبت به دیگر صنایع فرصت‌های ارزشمندتری برای کسب و کارهای جدید ایجاد می‌کنند (اکهارد^۳، ۲۰۰۳). بنابراین در این مورد آنچه مهم و ضروری به نظر می‌رسد بررسی نوع و ماهیت متفاوت فرصت‌های کارآفرینی ورزشی - بر اساس تحقیق حاضر در حوزه رقابتی و رویدادهای ورزشی - از صنایع دیگر می‌باشد تا از این طریق کارآفرینان و سرمایه‌گذاران بیشتری راغب به فعالیت در حوزه ورزش شوند.

۲۰۰ مهم‌ترین ماهیت فرصت‌های کارآفرینی، برخورداری از میزان نوآوری می‌باشد. نوآوری برای بهبود و افزایش جذابیت و انتقال محصول، فرایند، خدمات یا فن‌آوری مهم است (اوکی و همکاران^۴، ۲۰۰۷). این درحالی است که بسیاری صنعت ورزش را بازار رقابتی می‌دانند که در آن نوآوری برای موفقیت پایدار دارای اهمیت است (راتن، ۲۰۱۰). با بررسی فرصت‌های تحقیق حاضر می‌توان نتیجه‌گیری کرد که در حوزه ورزش به دلیل گستردگی بسیار زیاد، ایده‌های بسیاری خلق می‌شود، ولی میزان سرمایه‌گذاری که این ایده‌ها را به نتیجه برساند بسیار کمتر است.

از ویژگی مهم فرصت‌های کارآفرینی که با بررسی فرصت‌های تحقیق حاضر می‌توان پی‌برد، هزینه کم شروع کسب و کار می‌باشد. تحقیقات مختلف نشان داده که میزان هزینه‌کرد برای شروع یک کسب و کار در حوزه ورزش بسیار پایین‌تر از حوزه‌های دیگر می‌باشد. به عنوان مثال، سلطان حسینی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود نشان دادند که سرمایه اولیه برای ایجاد شغل در بخش ورزش از بسیاری از مشاغل دیگر عرصه‌های اقتصادی شامل حمل و نقل، کشاورزی، آب و برق، ساختمان، نفت و گاز، بازرگانی و ارتباطات پایین‌تر است. همچنین براساس تحقیقات پیشین بسیاری از رویدادها الزاماً نیازمند تحولات زیرساختی نمی‌باشند (منوری، ۲۰۱۳).

یکی دیگر از ویژگی‌های مهم غیرقابل جایگزین بودن است. امروزه برای بهتر اجرا شدن مسابقات ورزشی و تمرینات از فناوری‌هایی استفاده می‌شود که روز به روز در حال پیچیده‌تر شدن هستند. استفاده از این فناوری‌های به روز، تاثیر چشمگیری بر روند اجرای مسابقات و تمرینات ورزشی داشته است. بنابراین فناوری اطلاعات در حوزه ورزش بیشتر فرصت می‌باشد نه تهدید (غیرقابل جایگزین با فناوری اطلاعات).

یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینی، ایجاد ارزش افزوده آن پس از بهره‌برداری می‌باشد. با بررسی فرصت‌ها می‌توان پی‌برد که برگزاری رویداد از سطح کوچک تا بزرگ همواره برای منطقه از اهمیت برخوردار می‌باشد. همان‌طور که میرزایی (۱۳۹۵) اشاره می‌کند مزایای جشنواره‌ها و

-
1. Shane and Venkataraman
 2. Chung
 3. Eckhard
 4. Oke, Burke & Myers

رویدادهای ویژه حتی در مناطق روستایی و شهرهای کوچک از بعد بهبود کیفیت زندگی از طریق تقویت اقتصاد محلی، اشتغال‌زایی، توسعه مقاصد روستایی، ارتقای فرهنگ و تاریخ بومی و فرصت‌های تفریحی، فرهنگی و آموزشی برای ساکنان و ... از اهمیت برخوردار است (منوری، ۲۰۱۳). به همین علت ساوینویک^۱ و دیگران (۲۰۱۲) پیشنهاد داده‌اند برگزارکنندگان رویدادها به ویژه رویدادهای کوچک مقیاس محلی که بودجه اندک و منابع محدودی برای بازاریابی دارند، باید به طور منظم راهبردهای بازاریابی خود را ارزیابی کنند، اطلاعات مربوط به به فعالیت‌های فرهنگی جشنواره را گسترش دهند و مخاطبان بیشتری را در این زمینه مطلع نمایند (اصفهانی و همکاران، ۱۳۸۸). در مورد رویدادهای بزرگ یا ابررویداد (المپیک، جام جهانی فوتبال و ...) نیز اشاره شده است نه تنها گرفتن میزبانی رویدادها دارای منافع فراوانی است، بلکه درخواست میزبانی این رویدادها نیز دارای اثرات و منافع مشابه با برگزاری رویداد می باشد به عبارت دیگر، شهرهایی که نامزد میزبانی بوده‌اند و آن را کسب نکرده اند نیز منافع کم، اما مشابه شهر میزبان را کسب خواهند کرد (پورمهدی و همکاران، ۱۳۸۴).

در نهایت اینکه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در این حوزه منجر به کشف و توسعه فرصت‌های جدیدتری می‌شود. از نظر سولبرگ و پروسه^۲ (۲۰۰۷) رقابت و میزبانی رویدادهای ورزشی مهم موجب توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد تجهیزات جدید، پیشرفت منطقه میزبان و جذب گردشگران بیشتر می‌شود؛ یعنی برنامه‌ریزی رویداد باعث توسعه اماکن ورزشی، جذب گردشگر، رسانه و حمایت مالی و دیگر حوزه‌های ورزشی می‌شود (کیم و چالپ، ۲۰۰۴).

براساس نتایج تحقیق، فعالیت‌های روز رویداد به مجموعه فعالیت‌های کارآفرینانه در روز برگزاری رویداد اشاره دارد؛ یعنی در کنار رویداد اصلی می‌توان به فعالیت‌های فرعی اقدام نمود. انواع رویدادها اشاره به تنوع در نوع برگزاری رویدادها دارد. سولبرگ و پروس (۲۰۰۷) نشان داده‌اند جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های جهانی، رویدادهای سلطنتی، حوادث و رویدادهای ورزشی و ... می‌توانند نقش زیادی در توسعه شهری داشته باشد. یانژکو، مولز و ریچی^۳ (۲۰۰۲) به بررسی اثرات اقتصادی رویدادها و جشنواره‌ها پرداختند و نشان دادند که رویدادها با ایجاد تنوع در محصولات گردشگری به برطرف نمودن مشکل فصلی بودن، توزیع عادلانه پول، افزایش فرصت‌های شغلی تمام وقت، افزایش طول اقامت گردشگران و افزایش در پرداختی گردشگران در آن منطقه کمک می‌کنند و موجب افزایش آگاهی در زمینه مقصد، عرق ملی و همبستگی جامعه محلی می‌گردند. گان^۴ (۲۰۰۲) نیز هدف از برگزاری رویدادهای ویژه در قالب گردشگری رویداد را شامل گسترش فصل رونق^۵، گردشگری در منطقه در طول سال، افزایش تقاضای گردشگری در منطقه، جذب بازدیدکنندگان خارجی و ایجاد تصویر ذهنی مطلوب برای یک مقصد برمی‌شمارد. شهر بارسلونا، به طور آگاهانه از فرصت برگزاری رویدادها برای کسب مزایای مختلف و توسعه و ارتقای فرهنگ جامعه خود استفاده کرده است. تاکنون چند برنامه با توجه به توسعه رویدادها و بهره‌برداری مفید

1. Savinovic
2. Solberg and Preuss
3. Janeczko, Mules & Ritchie
4. Gunn
5. High season

از آن‌ها در زمینه توسعه اقتصادی و بازآفرینی شهری در شهر بارسلونا تدوین شده است (نورانی و ستاری، ۱۳۹۶: ۴۸).

درآمد و فعالیت‌های تجاری، به مجموعه کسب‌وکارهای اختصاصی در حوزه رویدادهای ورزشی اشاره دارد. برخی از شهرهای بزرگ جهان با برنامه منظم جهت بهره‌برداری از مزایای میزبانی رویدادهایی مثل المپیک، نمایشگاه‌های بین‌المللی و جام‌های جهانی با یکدیگر رقابت می‌کنند (نورانی و ستاری، ۱۳۹۶: ۴۶).

فعالیت‌های باشگاه ورزشی اشاره به اقداماتی دارد که هر باشگاهی از سطح محلی تا حرفه‌ای می‌تواند در کنار هدف اصلی به عنوان کارآفرینی سازمانی داشته باشد. گیلبرتسون^۱ (۲۰۰۰) هفت عامل را در موفقیت یک تیم یا سازمان ورزشی مهم و ضروری می‌داند که از جمله آن خلأیت و منابع مالی می‌باشد.

استعدادیابی ورزشی به عنوان زیرحوزه دیگر، در برنامه‌ریزی آمایش سرزمین و تعیین قابلیت‌های استفاده از اراضی اهمیت دارد (محرابی، ۱۳۹۱). شناسایی و انتخاب ورزشکاران بر مبنای انتخاب طبیعی اخیراً جای خود را به روش‌های علمی متداول داده است (بروون^۲، ۲۰۰۱). مقوله استعدادیابی به عنوان روشی علمی، فاقد زیان، قانونمند و موثر، به همراه دارا بودن جنبه‌های مثبت دیگر برای هدایت نوجوانان به سمت ورزش قهرمانی مورد قبول بیشتر متخصصان واقع شده است (شیخ، شهبازی، امینی و غلامعلی‌زاده، ۱۳۸۹). عوامل مختلف جسمانی، فیزیولوژیکی، روانی، مهارتی و حرکتی برای استعدادیابی رشته‌های مختلف ورزشی سهم دارند که این بر حضور افراد با تخصص و مطالعات متعدد در فرآیند استعدادیابی تأکید دارد.

رشته‌های ورزشی به انواع رشته‌ها در حوزه رقابتی اشاره دارد: ورزش‌های گروهی، ورزش‌های قدرتی، ورزش‌های پرتابی و راکتی، ورزش‌های رزمی، ورزش‌های آبی، ورزش‌های نشانه‌رویی و ورزش‌های فکری.

پیشنهادهای

- توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این مهم، به متولیان امور ورزش و کارآفرینی پیشنهاد می‌گردد به زیرساخت‌های فرصت‌های کارآفرینی توجه نمایند.
- به کارآفرینان علاقمند به سرمایه‌گذاری در ورزش پیشنهاد می‌شود تا با اتکا به تخصص و توانایی خود نسبت به ارائه پیشنهاد جهت اجرای هریک از فرصت‌های کارآفرینی اقدام نمایند.
- پیشنهاد می‌شود نیروی انسانی حرفه‌ای در ورزش (فارغ‌التحصیلان رشته تربیت بدنی و ورزشکاران، مربیان و ...) پس از امکان‌سنجی مالی، بازار، فناوری و ... فرصت کارآفرینی خود را انتخاب نمایند و به دنبال مهارت‌آموزی آن باشند.

- براساس فرصت‌های کارآفرینی ورزشی شناسایی شده در تحقیق حاضر، برخی از رویدادها پیرامون یک رویداد بزرگتر، فعالیت‌های جانبی متعددی برای ترغیب اقامت بیشتر و افزایش درآمد در رستوران‌ها و دیگر جاذبه‌های گردشگری به همراه دارند؛ یعنی یک رویداد ورزشی، جدا از رقابت اصلی، برنامه‌های جانبی متعدد دیگری دارد که می‌تواند فعالیت‌های گردشگری، اماکن ورزشی، آموزشی و رسانه را شامل شود.
- برای تحقیقات آینده نیز موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:
- ماهیت هریک از فرصت‌های کارآفرینی شناسایی شده براساس تئوری شومپتری یا کرزنری، بر اساس طبقه‌بندی فرصت‌های مبتنی بر نیاز و مبتنی بر فرصت و یا ماهیت فرصت‌های کارآفرینی بر اساس کارآفرینی فردی، اجتماعی و سازمانی شناسایی و طبقه‌بندی گردد- این طبقه‌بندی در به کارگیری فرصت‌های کارآفرینی تاثیرگذار می‌باشد.
- پیشنهاد می‌گردد تحقیقی جهت شناسایی و اولویت بندی موانع راه‌اندازی فرصت‌های کارآفرینی فراروی دانشجویان رشته تربیت بدنی انجام شود.

منابع

- اصفهانی، نوشین؛ گودرزی، محمود؛ اسدی، حسن؛ سجادی، سید نصرالله و اسمیت، استیفن. (۱۳۸۸). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه جهانگردی ورزشی داخلی ایران». مجله مدیریت ورزشی. شماره ۱، صص ۱۵۹-۱۷۵.
- آقاجانی، حسنعلی و نامدار، عباس. (۱۳۹۱). «تبیین عوامل موثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در باشگاه‌های ورزشی خصوصی استان مازندران». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره ۱۵، صص ۱۰۷-۱۲۷.
- برومند، محمدرضا؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ رضانی‌نژاد، رحیم؛ رضوی، سید محمد حسین و ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۲). «تحلیل وضعیت اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران و تعیین جایگاه آنان بر اساس ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک SPACE». مدیریت و توسعه ورزش. ۲ (۱)، صص ۱-۱۹.
- بهپور، ناصر؛ گودرزی، محمود و یوسفی، بهرام. (۱۳۸۴). «بررسی وضع موجود و تعیین شاخص استعدادیابی در کشتی». حرکت. شماره ۲۵، صص ۶۳-۸۱.
- بهرامی، زینب. (۱۳۹۵). «مطالعه تطبیقی منابع درآمدی باشگاه‌های معتبر فوتبال جهان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، رشته مدیریت ورزشی. دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- پروینی، نسترن؛ شعبانی مقدم، کیوان و اشرف خزایی، علی. (۱۳۹۴). «بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تاکید بر بعد اقتصادی (مطالعه موردی: سومین جشنواره جهانی سنگنوردی بیستون)». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۲، شماره ۵، صص ۸۷-۹۵.
- پورمهدی، راضیه؛ رهنورد، فرج‌الله و الهی، شعبان. (۱۳۸۴). «طراحی مفهومی سیستم اطلاعات گردشگری (مورد مطالعه: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری)». مجله اقتصاد و دارایی. ۱۷ (۴)، صص ۳۳-۴۲.
- تاج زاده نمین، آیدین. (۱۳۹۱). «نگرشی بر آمیزه بازاریابی گردشگری ورزشی استان اردبیل از دیدگاه گردشگران داخلی». فصلنامه مطالعات گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی. شماره ۳۰، صص ۴۹-۸۰.
- جلیلیان، غلامرضا و خبیری، محمد. (۱۳۸۴). «توصیف وضعیت باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران و مقایسه آن با باشگاه‌های لیگ‌های برتر کشورهای چین، مالزی و انگلستان». نشریه علوم حرکتی و ورزش. شماره ۵، صص ۴۱-۵۴.
- چگینی مقدم، حسن. (۱۳۹۵). «شناسایی و اولویت بندی موانع و فرصت‌های کارآفرینی فراوری دانشجویان مدیریت رسانه‌های ورزشی». پایان نامه کارشناسی ارشد، گرایش مدیریت رسانه‌های ورزشی، دانشکده علوم انسانی. دانشگاه علم و فرهنگ.
- حمیدی، مهرزاد؛ رضوی، سید محمدحسین؛ امیرنژاد، سعید؛ شفیع‌زاده، شهرام و فضلی‌درزی، اعظم. (۱۳۸۹). «تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)». پژوهش نامه علوم ورزشی (مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی). سال ۶، شماره ۱۲، صص ۵۱-۶۸.

- زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). «شناسایی توانمندی های گردشگری ورزشی استان گلستان». پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۱، شماره ۱، صص ۷۱-۸۳.
- سلطان حسینی، محمد؛ مجتهدی، حسین؛ نادریان، مسعود و عابدین، حجت. (۱۳۸۹). «بررسی آثار اقتصادی اماکن ورزشی بر محیط شهری». المپیک. ۳، صص ۵۹-۶۷.
- سلیمی، مهدی؛ سلطان حسینی، محمد و نصر اصفهانی. (۱۳۹۲). «اولویت بندی موانع توسعه حمایت مالی شرکت های خصوصی از ورزش قهرمانی بر اساس جمع بندی نتایج روش های MAPM با استفاده از تکنیک ادغامی POSET». مطالعات مدیریت ورزشی. ۵ (۲۱)، صص ۱۴۹-۱۷۲.
- شیخ، محمود؛ شهبازی، مهدی؛ امینی، اشرف و غلامعلی زاده، رضا. (۱۳۸۹). «بررسی وضع موجود و تدوین شاخص های استعدادیابی در کاراته های ایران بر اساس آمادگی های جسمانی و روانی». رشد و یادگیری حرکتی- ورزشی. شماره ۴، صص ۴۵-۵۶.
- طالب پور، مهدی؛ خزایی پول، جواد؛ شمسی، عبدالحمید و روحانی، میثم. (۱۳۹۲). «تحلیلی و ارزیابی موانع پیاده سازی بلیت فروشی اینترنتی در لیگ برتر فوتبال با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)». مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۲، صص ۴۱-۵۴.
- عرب عامری، الهه؛ دهخدا، محمدرضا؛ طاهری، مرتضی و سیاح، منصور. (۱۳۹۰). «تعیین نیم رخ شاخص های استعدادیابی در رشته تکواندو (زنان) ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۲، صص ۲۷-۴۲.
- فرامرزی، مریم. (۱۳۹۲). «شناسایی فرصت های کارآفرینی ورزشی شهر تهران از نظر متخصصان ورزشی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران.
- فراهانی، ابوالفضل؛ گودرزی، محمود؛ عزیزیان کهن، نسرین و احمدی، علی اکبر. (۱۳۸۸). «نقش سرفصل و محتوای دروس تربیت بدنی در کارآفرینی دانش آموختگان رشته مدیریت ورزشی». شماره ۱، صص ۲۰۳-۲۲۳.
- فروغی پور، ح؛ مظفری، سید ا و اشرف گنجوی، ف. (۱۳۸۶). «ارزیابی و معرفی مهم ترین اولویت های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست اندر کاران ورزش کشور». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۶، صص ۵۵-۶۸.
- فرید، داریوش. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)». مدیریت ورزشی. شماره ۲، صص ۹۷-۱۱۶.
- کروی، مهدی. (۱۳۹۰). «رسانه های ارتباط جمعی و انتخاب مقصد گردشگری». فصلنامه مطالعات گردشگری. شماره ۱۵، صص ۱۱۱-۱۳۶.
- کوهیان، سعیده. (۱۳۹۰). «شناخت فرصت های کارآفرینی در حوزه ورزش استان اصفهان». پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کارآفرینی گرایش عمومی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران.

- محرابی، حمیدرضا. (۱۳۹۱). «بررسی فیزیوگرافی جهت استعدایابی رویشگاه‌های طبیعی غرب بروجرد». فصلنامه علمی-پژوهشی گیاه و زیست بوم. سال ۸، شماره ۱-۳۱، صص ۲-۱۳.
- محرم‌زاده، مهرداد؛ سیدعامری، میرحسن؛ صیادی، محمد امین و محمدی، میترا. (۱۳۹۲). «ارزیابی مهم‌ترین شاخص‌های موثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی». دوره ۲، شماره ۲، صص ۳۱-۴۵.
- محمدکاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، عباس. (۱۳۹۳). «شناسایی فرصت‌های کسب و کار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات». توسعه کارآفرینی. ۷(۱).
- محمودی یکتا، مهدی؛ ذبیحی، اسماعیل و جورابلو، مسعود. (۱۳۹۱). «تاثیر مولفه های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزشی به ایران». فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی. سال ۴، شماره ۲، صص ۱۳۹-۱۴۹.
- میرزایی، روزبه. (۱۳۹۵). «گردشگری رویداد: راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی». جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران). دوره جدید، سال ۱۴، شماره ۴۹، صص ۴۱-۶۰.
- نورانی، همایون و ستاری، نیکو. (۱۳۹۶). «تحلیل میزان رویدادمنداری مناطق ۱۵ گانه کلان‌شهر اصفهان با تاکید بر زیرساخت‌های رویداد». نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی. دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۴۵-۵۶.
- Australian Crime Commission (ACC). (2013). **Threats to the Integrity of Professional Sport in Australia**. <https://www.crimecommission.gov.au>
- Baron, Robert, Shane. Scott. (2005). **Entrepreneurship: A Process Perspective**. Thomson, New York
- Brown, J. (2001). "Sports talent". Human Kinetics, Chapter 4, 11.
- Chung, K.C. (2004). "Entrepreneurial Opportunity Identification Through of Bisociative Mode of Thinking". Unpublished doctoral Dissertation, university of Hong Kong.
- Debord, G. (1995). **The society of the spectacle** (trans. D. Nicholson-Smith). New York: Zone Books
- Dongfeng Liu James Zhang Michel Desbordes. (2017). "Sport business in China: current state and prospect". International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 18 Iss 1, pp: 1-19.
- Eckhard, J. T., & Shane, S. A. (2003). "Opportunities and entrepreneurship". Journal of Management, 29(3), Pp: 333-349.
- Ghasemzadeh Mirkolaei, E. Razavi, S. M. H. Amirnejad, S. (2013). "A Mini Review of Track and Field's Talent-Identification Models in Iran and Some Designated Countries". Annals of Applied Sport Science, 1, No. 3, pp: 17-28.
- Gillbertson, D. W. (2000). "Transformational leadership in Australasian sport organizations". New Zealand Innovation

- and Competitiveness Project Victoria University of Wellington. pp: 65-81.
- Green, M., & Oakley, B. (2001). **“Elite sport development systems and playing to win: uniformity and diversity in international approaches”**. Leisure Studies, 20, Pp: 247 –267.
 - Gunn, C. A., & Var, T. (2002). **Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases**. Routledge
 - Haifeng Qian, Chang Zhao. (2018). **“Space-time analysis of high technology entrepreneurship: A comparison of California and New England”**. Applied Geography, 95 (2018): Pp: 111–119.
 - Harrison, C. K., and Sutton, Wn. A. (2008). **“The role of Business Entrepreneurship in Sport Entertainment”**. University of central Florida, college of Business Administration.
 - Heetae Cho; Dongoh Joo; Christina G. Chi. (2019). **“Examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans”**. Tourism Management Perspectives, 29: Pp: 97-104.
 - Henerekson, M. (2003). **The entrepreneur or the sports hero**. Stocklm School of economics.
 - Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. W. (2002).. CRC for Sustainable Tourism **Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide**
 - Kim, N.; L. Chalip. (2004). **“Why travel to the FIFA world Cup? Effects of motives, background, interest and constraints”**. Tourism Management, 25, pp: 695–707.
 - Lastra, R. (2017). **“Sports betting and the integrity of Australian sport: Athletes’ and non-athletes’ perceptions of betting-motivated corruption in sport”**. International Journal of Law, Crime and Justice. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcrj.2017.11.005>
 - Martinez, e. montaner, t. pina, J. (2009). **“Brand extension feedback: the role of advertising”**. Journal of business research, 62 (3), pp305-313.
 - Monavari, S. M. (2013). **“Delphi Basedtrategic Planning for Tourism Management”**. Environ Study, Pp: 465-473.
 - Morrow, S. (1999). **The new business of football: Accountability and Finance in Football**. UK, Basingstoke: Macmillan
 - Nathan Kirkpatrick, Joseph Pederson, Darin White. (2018). **“Sport business and marketing collaboration in higher education”**. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 22, Pp: 7-13.
 - Oke, A. Burke, G. & Myers, A. (2007). **“Innovation types and performance in growing UK SMEs”**. International Journal of Operations & Production Management, 27(7), Pp: 735–753.
 - Parks J.B, Zanger B.R.K & Qurtermen. J. (1998). **Contemporary sport management**, Human Kinetics Publisher Inc.
 - Pitts BG, & Stotlar D.K. (2002). **Fundamentals of Sport Marketing**. Fitness Information Technology: USA

- Pricewaterhouse Coopers. (2017). **“PwC sports outlook - at the gate and beyond: Outlook for the sports market in North America through 2021”**. Retrieved from: <https://www.pwc.com/us/en/industries/entertainment-media/publications/sportsOutlook-north-america.html>
- Queensland Treasury. (2016). **Australian Gambling Statistics**. 32nd edition. <http://www.qgso.qld.gov.au/products/reports/aus-gambling-stats/aus-gambling-stats-32nd-edn-summary-tables.pdf>
- Ratten, V. (2010). **“Developing a theory of sport-based entrepreneurship”**. Journal of Management & Organization, 16(4), 557–565.
- Rikardsson. Hand rikardson. L. (2013). **“Strategic management in football. Master thesis in business administration international business and economics programme”**. Linkoping University. Pp: 1, 24.
- RodrigoG.Martinsa, c, Alessandro S.Martinsa, Leandro A.Neves, Luciano V.Lima, EdnaL.Flores, MarceloZ.doNascimento. (2017). **“Exploring polynomial classifier to predict match results in football championships”**. Expert Systems with Applications, 83 (2017) Pp: 79–93.
- Sabrine Dhahri, Anis Omri. (2018). **“Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say?”** World Developmentm, 106, Pp: 64–77.
- Savinovic, A., Kim, S., & Long, P. (2012). **“Audience Members’ Motivation, Satisfaction, and Intention to Re-visit an Ethnic Minority Cultural Festival”**. Journal of Travel& Tourism Marketing, 29(7), Pp: 682-694;
- Savinovic, A., Kim, S., & Long, P. (2012). **“Audience Members’ Motivation, Satisfaction, and Intention to Re-visit an Ethnic Minority Cultural Festival”**. Journal of Travel& Tourism Marketing, 29(7), Pp: 682-694;
- Shane, S. and Venkataraman. S. (2000). **“The promise of entrepreneurship as a field of research”**. Academy of Management Review, 13, Pp: 257-279.
- Sitch, Rob. (1999). **“The Champing Changing business”**. Forbes, Vol40: issue 34, p98.
- Solberg H., & Preuss H. (2007). **“Major Sport events and long-term tourism impacts”**. Journal of sport Management, 21. Pp: 213,234.
- Spilling, O. R. (1996). **“The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event”**. Journal of Business Research, 26(1), Pp: 91-103.
- Sport Industry Research Centre. (2007). **“The economic importance of sport in Scotland 2004 sport Scotland’s research digest”**. Available at: <http://www.sportscotland.org.uk/Documents/Resources/The>
- Stamm H., M. Lamprecht. (2001). **“Sydney 2000, the best games ever? World Sport and Relationships of Structural**

- Dependency".** 1st World Congress of the Sociology of Sport. Seoul , Korea. http://www.lssfb.ch/download/ISSA_Seoul.pdf.
- Steve, Raven. (2018). **"Mind the gap: Sport management education and employability autoethnographical analysis of sport management education and the sports fitness industry"**. Education + Training, <https://doi.org/10.1108/ET-11-2017-0179>.
 - Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). **A new venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century**, 8th edition. NY, NY: McCreaw-Hill Irwin
 - Unlucan, d.(2014). **Jersey sponsors in football/ soccer: the industry classification of main jersey sponsors of 1147 football/ soccer clubs in top leagues of 79 countries**. Soccer & society (ahead – of- print): Pp: 1-21.
 - Walmsly, D. (2001). **Maximizing revenue from sport tickting: the complete guide publish**. sport business group.
 - Weintraup, Arlene. (2004). **"Marketing champ of the world"**. Business Week, issue 39, p64.
 - Wuest, Deborah. (1996). **1996 Reviewer Index**, Journal of Physical Education, Recreation & Dance, 67:9, 75-77, DOI: 10.1080/07303084.1996.10604864.

بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تاکید بر حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی

محبوبه نقوی^۱
امیررضا خادم^۲

 10.22034/SSYS.2022.1288.1893

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۳/۳۱

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تاکید بر حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی بود. پژوهش با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها، آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در مرحله کیفی، مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با ۲۳ نفر از تماشاگران ورزشی زن و مرد و اعضای کانون هواداران، لیدرهای تماشاگران در ورزشگاه‌ها، ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان، مدیران ورزشی، روانشناسان و جامعه‌شناسان ورزشی و متخصصان رسانه‌های ورزشی بود که به صورت غیراحتمالی و به شیوه گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها در مرحله کیفی از طریق روش کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شدند و یافته‌ها شامل ۶۷ نشان در کدگذاری باز در قالب ۱۰ مفهوم در کدگذاری محوری طبقه‌بندی گردیدند. در مرحله کدگذاری انتخابی به مدل‌سازی مولفه‌های سرمایه اجتماعی که بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال تاثیرگذار بوده‌اند، پرداخته شد. در مرحله کمی، نمونه پژوهش شامل ۲۰۰ نفر به صورت تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش در مرحله کمی تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. از تحلیل

۱- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: Mahboubehnaghavi@yahoo.com

۲- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

عاملی اکتشافی و تاییدی با استفاده از نرم افزار Spss ۲۰ و AMOS جهت ارزیابی مدل پژوهش استفاده شده است. نتایج آزمون مدل تحقیق نشان داد با توجه به شاخص‌های نیکویی برازش (GFI) ۰/۹۱۳ مدل تدوین شده در زمینه نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تاکید بر حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی از برازش مطلوب برخوردار است. در نتیجه ضروری است مسئولان و برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی به مولفه‌های سرمایه اجتماعی که در شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال نقش کلیدی دارند توجه بیشتری نمایند تا با بهره‌گیری از این عوامل زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی حضور زنان در ورزشگاه‌های فوتبال فراهم آید.

واژگان کلیدی: ورزشگاه‌ها، تماشاگران، سرمایه اجتماعی، زنان و فوتبال.

مقدمه

در عصر حاضر ورزش به بخش مهمی از زندگی اجتماعی و فرهنگی بسیاری از جوامع دنیا بدل شده است (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۶). ورزش در حکم نهادی اجتماعی با سطوح متعددی از روابط اجتماعی ارتباط دارد و بر عناصر گوناگونی مانند پایگاه اجتماعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، رسانه‌های جمعی، روابط قومی و نژادی، پوشش زبان فرهنگ و ارزش اجتماعی مردم و تماشاگران اثر عمیقی بر جای می‌گذارد (رحمتی، ۱۳۸۸: ۳). بی‌تردید از بین فعالیت‌های گوناگون ورزشی که در همه دنیا انجام می‌شود، فوتبال پرتعدادترین، پربیننده‌ترین و پرمشارکت‌ترین فعالیت ورزشی است و گسترش روزافزون آن مرزهای جغرافیایی، نژادی قومی، سیاسی و عقیدتی را درنور دیده است. در سراسر جهان صنعت رویدادهای ورزشی در حال تبدیل به یک روند اجتماعی برای حضور مردم به عنوان تماشاگران در این رویدادهاست (هیل و گرین^۱، ۲۰۰۰: ۱۴۷). فوتبال به دلیل تاثیرات چشمگیری که در ارتقای ارتباطات اجتماعی و تغییرات فرهنگی جوانان جامعه دارد، مورد توجه پژوهشگران اجتماعی است. در ورزش مدرن، اقتصاد، سیاست و فرهنگ همگی نقشی ایفا می‌کنند و ورزش از حالت تک بعدی خارج شده است. در این رهگذر، تماشاگران فوتبال نیز شکل نوینی به خود گرفته‌اند (سودوراکیس و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۴۵۶). تماشاگرانی که برای تماشای مسابقات ورزشی در ورزشگاه حضور می‌یابند از اهمیت خاصی برای هر لیگ ورزشی برخوردارند و از مهم‌ترین سرمایه‌های هر باشگاه حرفه‌ای هستند. آنها به لیگ‌های ورزشی هویت می‌دهند (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۴). همچنین حضور بانوان در اماکن ورزشی و ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر، موضوعی است که به تازگی اهمیت بیشتری یافته است. ابراز علاقه فراوان زنان برای تماشای بازی‌های ورزشی، از یک سو و درخواست و فشار نهادهای بین‌المللی ورزشی مانند فیفا، ای‌اف‌سی، فدراسیون جهانی فوتبال و... از سوی دیگر اهمیت این بحث را بیش از گذشته کرده است. همچنین امروزه در بیشتر جوامع، زنان از فرصت‌هایی برابر برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی محروم و با محدودیت‌هایی مواجه‌اند. محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی، محدودیت‌های مالی و امکاناتی، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، از جمله این محرومیت‌ها هستند- ولی این محرومیت‌ها در ایران به دلایل مختلف، به ویژه شرایط فرهنگی، اجتماعی حاکم بر کشور برجستگی بیشتری دارد (منظمی و همکاران، ۱۳۹۰).

ورزش فوتبال به واسطه ایجاد هیجان و حواشی باعث بروز بسیاری از معضلات در جنبه‌های فردی و اجتماعی شده است. درگیری در ورزشگاه‌های ورزشی، مصاحبه‌های تند بازیگران بر علیه یکدیگر و حرکات ناشایست آنان در زمین و... همه و همه نشان از معضلات صنعت ورزش در جامعه مدرن امروزی دارد. این پدیده‌ها در سطوح مختلف و با دلایل گوناگونی بروز کرده و تماشاگران و هواداران را متأثر می‌کند. البته بیشتر این رفتارها از جانب هواداران روی می‌دهد که می‌تواند ناشی از برخی ناهنجاری‌ها مانند دوپینگ، شرط بندی، تبانی، ناداوری و رفتارهای

غیرمتعارف ورزشکاران باشد (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۹). اما بسیاری از کارشناسان، مهم‌ترین عوامل به‌وجود آمدن این مشکل را تک‌جنسیتی کردن ورزشگاه‌ها بیان می‌کنند. با توجه به نظر کارشناسان، کشور ما به بلوغ فرهنگی لازم رسیده و شرایط فرهنگی مهیاست تا این طرح، بدون به‌وجود آمدن مشکلات اخلاقی و فرهنگی اجرایی شود (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۳۹۹). می‌توان پیش‌بینی کرد عدم تفکیک جنسیتی، «کنترل اجتماعی» لازم برای مشکلات فرهنگی موجود در این اماکن ورزشی را حل خواهد کرد. به نظر می‌رسد با حضور بانوان و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها برای تماشای دیدار ورزشی می‌توان نظارت و کنترل اجتماعی را در ورزشگاه تا حد زیادی افزایش داد، زیرا خرده فرهنگ اوباشگیری در مقابله با فرهنگ ناموس پرستی فرصت ابراز وجود و آلوده‌سازی محیط ورزشگاه را نخواهد یافت (قراخانیلو و نیسیان، ۱۳۸۶: ۳۵). البته جای هیچ بحثی نیست که به دلیل فرهنگ اسلامی کشورمان لازم است تدابیر و برنامه‌های فرهنگی کارشناسی‌شده برای رعایت مسائل فرهنگی و اخلاقی لحاظ شود و برای اجرای هرچه بهتر این طرح، وضع قوانین و مقررات خاص، نظارت صحیح، اجرای مرحله به مرحله، کار فرهنگ‌سازی توسط رسانه‌ها و همراهی و همدلی مردم لازم است. امروزه رسیدن به توسعه، جامعه مدنی، معیارهای جهان شمول و بستر مناسب برای زیست اجتماعی فقط با وجود سرمایه اجتماعی امکان پذیر است (توسلی و امانی‌کلاریجانی، ۱۳۹۱: ۹۰). سرمایه اجتماعی، آن دسته از عناصر و ویژگی‌های نظام اجتماعی (مانند اعتماد اجتماعی، هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های اجتماعی) می‌باشد که هماهنگی و همکاری را بین افراد یک جامعه برای دستیابی به سود متقابل تسهیل می‌کند. از نظر پاتنام^۱، اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که خانواده، دوستان و همکاران دارایی بسیار مهمی را تشکیل می‌دهند که یک فرد می‌تواند در شرایط بحرانی از آن‌ها بهره گرفته یا برای منافع مادی به کار گیرد (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۸). سرمایه اجتماعی عنصری مطلوب برای انجام همکاری‌های درون گروهی است و هر چه میزان آن بالاتر باشد، دستیابی گروه به اهداف خود بهتر انجام می‌گیرد؛ به طوری که سرمایه اجتماعی در یک منطقه یا مکان می‌تواند به کنش جمعی منجر شود و در نهایت فرآیند مشارکت و توسعه را پیش ببرد (احمدپور، ۱۳۹۸: ۵۷). در واقع سرمایه اجتماعی بر روابط بین انسان‌ها با یکدیگر و با نهادها و ایجاد مشارکت بین آن‌ها تاکید دارد (رهید^۲، ۲۰۱۵: ۱۷۹). بر این اساس، سرمایه اجتماعی می‌تواند از عوامل موثر در شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی باشد. تماشاگران جزئی از فوتبال محسوب می‌شوند که ساعت‌های طولانی وقت خود را- حتی قبل از شروع مسابقه- در ورزشگاه‌ها صرف می‌کنند. ورزشگاه‌های فوتبال محیطی را فراهم می‌کنند که امکان ابراز وجود تماشاگران در آن وجود دارد. در این محیط، هواداران و تماشاگران یک تیم همدلی و همبستگی خود را به طرق مختلف مانند پوشیدن لباس‌های متحدالشکل، حمل پرچم تیم خود، سردادن هماهنگ، شعارهایی برای حمایت از تیم خود و خواندن سرودها و آوازه‌ها نشان می‌دهند. در مقابل، با سردادن شعارهایی علیه بازیکنان، طرفداران و هواداران تیم مقابل، حتی درگیری‌های لفظی و فیزیکی با تماشاگران تیم حریف سعی می‌کنند برتری خود را نسبت به آنان نشان دهند. بنابراین، با توجه به اهمیت محیط‌های ورزشی در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی، از یک

طرف و وجود برخی مشکلات و مسائل حاشیه‌ای در ورزشگاه‌های فوتبال که به طور عمده تماشاگران زن را متأثر می‌کند، از سوی دیگر حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی شایسته توجه اساسی به منظور افزایش برابری در ورزش و کاهش شکاف جنسیتی می‌باشد که متأسفانه کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به بیان دیگر، با توجه به اینکه امروزه ایجاد زمینه‌های مناسب برای حضور زنان در جوامع مختلف، موضوعی مهم و ملی تلقی می‌شود و میزان حضور یا عدم حضور زنان در فعالیت‌ها و محیط‌های ورزشی به عنوان شاخص جهانی از وضعیت اجتماعی زنان در جامعه به شمار می‌آید، این موضوع در ایران اهمیت بیشتری می‌یابد. زنان مسلمان ایرانی نیازمند محیط و امکاناتی مستقل و اختصاصی برای انجام فعالیت‌های تربیت بدنی و حضور در محیط‌های مختلف ورزشی هستند. از این رو، لازم است علاوه بر حمایت‌های برابر با مردان، از حمایت‌های قانونی بیشتری به منظور حضور در ورزشگاه‌های ورزشی برخوردار شوند.

در همین زمینه، براتلو و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تاثیر سیاست فرهنگی بر ناهنجاری‌های فرهنگی - اجتماعی تماشاگران در مجموعه‌های ورزشی شهر تهران پرداختند. نتایج نشان داد که باید در زمینه‌های فرهنگی، مدیریتی - سیاسی، نهادی - اجتماعی، برنامه‌ریزی برای سیاست گذاری ها، راهبردها و برنامه‌ها، اقدام‌ها و فعالیت‌ها در حوزه ورزش اهتمام ویژه‌ای صورت گیرد بویژه در رشته فوتبال که با هویت ملی و قومی ما گره خورده است. در مجموع، ضروری است که سیاست‌های فرهنگی در ایران با حساسیت و آگاهی، از یک سازماندهی منسجم برخوردار گردد. همچنین شفيعی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به ارائه مدل فرایندنگر بروز پرخشگری و چارچوب کنترل آن در تماشاگران فوتبال پرداختند. نتایج نشان داد عوامل مدیریتی (امنیت، برگزاری، امکانات و تردد)، زمینه‌ای (رسانه، فرهنگ، تعارض و رفتار) و عملکردی (تیم‌ها، داوری و مدیریت) از مهمترین عوامل بروز پرخشگری در بین تماشاگران فوتبال است. محمدی ترکمانی و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای به طراحی مدل ارتقای سرمایه اجتماعی میان گروهی هواداران فوتبال پرداختند. نتایج نشان داد که ارتقای سرمایه اجتماعی هواداران فوتبال از طریق پنج بعد ادراک عدالت، ایجاد هویت هواداری، تقویت انسجام اجتماعی، سیاست‌های رسانه‌ای و آموزش‌های حرفه‌ای به بازیکنان قابل دستیابی است. همچنین صابری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر بروز واکنش‌های رفتاری نامناسب در بین هواداران فوتبال پرداختند. نتایج نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی و شخصیت‌های شکل گرفته از عوامل مؤثر در بروز رفتارهای تماشاگران فوتبال می‌باشد. شهبازی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) هم در پژوهشی به واکاوی وضعیت سیاست‌گذاری رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران در زمینه ورزش بانوان پرداختند. نتایج بررسی‌ها نشان داد بانوان تا اندازه زیادی از صحنه ورزش غایب‌اند و این امر باعث کوچک شمردن حقوق مدنی آنها می‌شود و تلاش رسانه‌ها درگیری زنان را در ورزش به حاشیه می‌کشد. برای خروج از این وضعیت و استفاده مطلوب جایگاه رسانه‌ای، ناگزیر از بازنگری در برنامه‌ها و اتخاذ راهکارها و راهبردهایی در جهت ایجاد تعامل هرچه بیشتر با رسانه‌ها هستیم. همچنین نتایج پژوهش مرادی‌سیاسر و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که مهم‌ترین عامل در گرایش تماشاگران فوتبال به خشونت، بی‌عدالتی و ناداوری می‌باشد. نظری‌آزاد و همکاران (۱۳۹۷) بیان نموده‌اند که دلیل عدم اجازه به زنان برای حضور در بسیاری از رشته‌های ورزشی به بهانه مغایرت با موازین شرعی می‌باشد. گری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی دریافتند که تساوی حقوق تماشاگران مرد و زن فوتبال، اقدامات شرعی در اجتماعات زنان و مردان در

ورزشگاه‌ها، رعایت اصول مدنی زنان تماشاگر، رعایت قوانین ورزشگاه‌ها، خصوصیات جمعیت‌شناختی بانوان، توسعه امنیت ورزشگاه‌ها برای بانوان تماشاگر، طراحی بلیت‌های خانوادگی، تقویت برنامه‌های رسانه‌ای، گذراندن دوره‌های آموزشی میزبانی و رونق کانون‌های هواداری از عوامل موثر بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر می‌باشد. نتایج مطالعات کویان چوگلا و همکاران^۱ (۲۰۱۵) حاکی از آن است که علل اصلی گرایش‌های خشونت‌آمیز طرفداران قبل از بازی مربوط به وقایع گذشته و انتشارات رسانه‌ای در طول و پس از بازی مربوط به اشتباه داوران و رفتارهای منفی حریف می‌باشد. نتایج پژوهش بوش‌من^۲ و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد که رسانه‌ها به روش‌های مختلفی بر روی رفتار افراد تاثیر می‌گذارند و تاثیرگذاری رسانه‌ها بر افراد ظریف است و به آسانی قابل مشاهده نیست. افراد از رفتارهایی که در رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شوند، تقلید می‌کنند و در بلند مدت این رفتارها را از طریق فرایند مشاهده یاد می‌گیرند. همچنین کلگمن^۳ (۲۰۱۷) معتقد است اگرچه زنان ممکن است اطلاعات کم و ناچیزی نسبت به مردان در زمینه فوتبال داشته باشند، اما نمی‌توان از علاقه فراوان آنها به این رشته مردمی به عنوان گزینه‌ای پرترفدار جهت گذران اوقات فراغت چشم‌پوشی کرد. مارتا^۴ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی نقش ارتباطات اجتماعی و درون گروهی در شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال پرداختند. نتایج نشان داد که نحوه و چگونگی طراحی عوامل روانی و موقعیتی، نقش اساسی در رفتار تماشاگران فوتبال دارد. همچنین نتایج پژوهش ژو^۵ و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی ایجاد شده در نتیجه سطح درگیری و نوع رویداد متفاوت است. علاوه بر این، چهار پیامد مثبت حاصل از سرمایه اجتماعی در نتیجه مشارکت در رویدادهای ورزشی عبارت اند از: نگرش و رفتارهای حمایتی، تأثیر مثبت بر دیگران، رفتارهای اجتماعی و افزایش جامعه پذیری روزمره. با ایجاد این نتایج مثبت در بین شرکت کنندگان در رویدادهای ورزشی، سرمایه اجتماعی این ظرفیت را دارد که به توسعه و بهزیستی جامعه کمک کند.

مرور تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته در کشور به بررسی علل بروز رفتارهای نابهنجار تماشاگران فوتبال پرداخته و تاکنون پژوهشی در قالب بررسی نقش سرمایه اجتماعی - به عنوان عاملی فرهنگی- رفتاری- بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تاکید بر حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی انجام نگرفته است. با توجه به اهمیت این مسائل در بخش ورزش ایران، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به پرسشی زیر است:

آیا ابعاد سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی تاثیر دارند؟

همچنین هدف اصلی پژوهش، دستیابی به مستندات و شواهد متقن به منظور به کارگیری مؤثر سرمایه اجتماعی به منظور تقویت رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی است.

1. Koyuncuoglu, Goktas & Demir
2. Bushman
3. Klugman
4. Martha
5. Zhou

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به روش انجام پژوهش، روش آمیخته از نوع اکتشافی متوالی (ابتدا روش کیفی و سپس روش کمی) بود. برای ساخت مدل مفهومی پژوهش در ابتدا از تحلیل محتوا (مصاحبه کیفی با افراد متخصص) و استفاده از مطالعه مقالات، اسناد و مدارک و ابزار مصاحبه استفاده شد. طی مصاحبه حضوری و نیمه ساختار یافته با لیدرهای تماشاگران تیم ملی، اعضای کانون هواداران فوتبال که در دیدار تیم ملی مردان ایران و کامبوج در مسابقات مقدماتی جام جهانی فوتبال ۲۰۲۰ در ورزشگاه‌ها حضور داشته‌اند، ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان، مدیران ورزشی، روانشناسان و جامعه‌شناسان ورزشی و متخصصان رسانه‌های ورزشی، به شناسایی و دسته‌بندی مولفه‌های سرمایه اجتماعی که در شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌ها نقش موثر داشتند، پرداختیم. نمونه آماری در بخش کیفی شامل ۲۳ نفر بود که به صورت غیراحتمالی و به روش گلوله برفی انتخاب شده بودند. در مرحله کمی به منظور ارزیابی مدل ارائه شده در تحقیق، بیشترین توجه در مباحث مرتبط با حجم نمونه به پیچیدگی مدل اختصاص یافته است. در مباحث مرتبط با پیچیدگی مدل توجه اصلی، بیشتر مربوط به تعداد متغیرهای مشاهده شده یا معرف‌ها، تعداد سازه‌ها یا عامل‌ها و تعداد پارامترهای آزاد برای برآورد بود. در تحقیق با توجه به تعداد پارامترهای موجود در مدل طراحی شده و یافته‌های مرحله کیفی تحقیق، به ازای هر پارامتر ۲۰ نمونه انتخاب شده‌اند (مک‌کلام^۱ و همکاران، ۲۰۰۱: ۶۳۵). تعداد نمونه تحقیق با توجه به تعداد پارامترهای موجود ۲۰۰ نفر شامل لیدرهای تماشاگران در ورزشگاه‌ها، ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان، مدیران ورزشی، روانشناسان و جامعه‌شناسان ورزشی و متخصصان رسانه‌های ورزشی بود. با توجه به متفاوت بودن گروه‌های موجود در جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده گردید (جدول ۱):

جدول ۱: نمونه آماری تحقیق در بخش کمی

گروه	فراوانی	درصد
لیدرهای تماشاگران	۱۰	۵
ورزشکاران حرفه‌ای	۱۰	۵
تماشاگران ورزشی زن و مرد و اعضای کانون هواداران	۱۳۰	۶۵
مربیان و مدیران ورزشی	۳۵	۱۷/۵
روانشناسان و جامعه‌شناسان ورزشی	۱۰	۵
متخصصان رسانه‌های ورزشی	۵	۲/۵
جمع	۲۰۰	۱۰۰

به منظور گردآوری داده‌ها در مرحله کمی تحقیق، از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از مفاهیم بخش کیفی استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۴۵ سوال با گویه‌های هم وزن بود که با استفاده از مقیاس پنج ارزشی (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی گردیده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از مربیان، جامعه‌شناسان و روانشناسان ورزشی تأیید شد. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی و محاسبه گردید ($\alpha=0/824$). در مرحله کمی تحقیق، از

تحلیل عاملی اکتشافی و سپس تاییدی با استفاده از نرم افزار Spss ۲۰ و نرم افزار AMOS جهت بررسی مدل ساختاری متغیرهای پژوهش و ارزیابی مدل پژوهش استفاده شده است.

یافته های پژوهش

فرایند تحلیل اطلاعات در نظریه پردازی داده بنیاد مبتنی بر سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. در کدگذاری باز مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل، نکات کلیدی مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری شدند و در مرحله دوم به تحلیل مفاهیم، نشان‌ها و کدگذاری گزینشی بر اساس نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران ورزشی پرداخته شده است. نشان‌ها در قالب ۱۰ مفهوم طبقه‌بندی شدند: احساس اعتماد و امنیت؛ ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها؛ مشارکت اجتماعی؛ عمل‌گرایی اجتماعی؛ همکاری؛ ارزش زندگی؛ مشارکت مدنی؛ هنجارپذیری؛ پیوندهای کاری و حمایت اجتماعی (جدول ۲).

جدول ۲: کدگذاری باز و محوری (شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها)

مقوله	مفهوم	نشان
سرمایه اجتماعی	احساس اعتماد و امنیت	۱. عدم سوگیری در ارائه گزارش‌های ورزشی تیم‌های ورزشی ۲. عدم توجه به نفع شخصی یا گروهی در راستای ارائه حقیقت در رسانه‌های ورزشی ۳. کیفیت خدمات ارائه شده در ورزشگاه‌های ورزشی ۴. طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه‌های ورزشی ۵. امنیت فیزیکی و استانداردسازی ورزشگاه‌های ورزشی (جلوگیری از اغتشاشات و آشوب توسط اوباش) ۶. احساس امنیت ادراک شده توسط تماشاگران در طول مسابقات و در محیط ورزشگاه‌های ورزشی

جدول ۲: کدگذاری باز و محوری (شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها)

مقوله	مفهوم	نشان
سرمایه اجتماعی		(نسبت به مال، ناموس، حیثیت، هویت، ارتباطات، تفکرات و ارزش‌های خود در زمان حال و آینده) ۷. تعیین مکان مناسب و ویژه برای خانواده‌ها و زنان ۸. برنامه‌ریزی‌های دقیق و اصولی در فرایند عرضه خدمات و همچنین مسئولیت‌پذیری ۹. میزان توجه مدیران امنیت اماکن و رویدادهای ورزشی به وظایف قانونی مراقبت از تماشاگران، بازیکنان در زمینه تروریسم، هولیکانیسم و وندالیسم و بی‌نظمی‌های جمعیتی ۱۰. نحوه عملکرد و رفتار بازیکنان در رویدادهای ورزشی و حضور کادر فنی مجرب در کنار تیم‌های ورزشی ۱۱. نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ورزشگاه‌ها با تماشاگران ورزشی

فکرپذیرش تفاوت‌ها	۱۲. تعداد کارکنان در حوزه ارائه خدمات به تماشاگران ورزشی در ورزشگاه‌ها ۱۳. میزان پاسخگویی مسئولان در مورد اتفاقات نابهنجار ورزشگاه‌های ورزشی در زمان برگزاری فوتبال و وضع و اعمال قوانین و مقررات در زمینه تماشاگران ورزشی در ورزشگاه‌ها
	۱۴. توجه به تفاوت‌های زنان و مردان و ارائه خدمات در ورزشگاه‌های ورزشی متناسب با نیازهای تفاوت در حالت‌های روانی و روحی زنان تماشاگران ۱۵. بهره‌گیری از ظرفیت‌های تماشاگران زن در راستای توسعه نهضت هواداری در ورزش فوتبال ۱۶. بهره‌گیری از قدرت و توانایی زنان در راستای توسعه اخلاق و ارائه رفتار مطلوب در بین تماشاگران توجه به نقش‌های متفاوت زنان در جامعه (مادر، همسر)
مشارکت اجتماعی	۱۷. فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها ۱۸. زنده کردن روح ورزش ۱۹. یافتن الگوهای ورزشی مناسب به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی ۲۰. تقویت ورزش زنان از راه دیدن مسابقات برتر ۲۱. رواج فرهنگ ناموس‌پذیری ۲۲. مقابله با خرده‌فرهنگ اوباشگری در ورزشگاه‌های ورزشی ۲۳. تقویت مظاهر فرهنگی از سوی تماشاچیان و ورزشکاران مرد ۲۴. حمایت تشکل‌های بانوان از فوتبال ۲۵. رواج حضور بانوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها
	۲۶. بروز تحولات اجتماعی در خلال فوتبال ۲۷. ارائه معانی و تفسیرهای صادقانه در پخش اخبار از ورزشکاران و رویدادهای ورزشی ۲۸. عدم اعمال سلیقه و سوگیری شخصی در ارائه اطلاعات ۲۹. عدم ایجاد حساسیت کاذب نسبت به برخی از رویدادهای ورزشی در رسانه‌ها ۳۰. عدم پرداختن به حاشیه‌های جنجال برانگیز نظیر شایعات، رجز خوانی، برقراری ارتباطات و انتشار اطلاعات در زمینه مسابقات فوتبال براساس توقعات و اصول اخلاقی ۳۱. ارائه اطلاعات درست از حواشی ورزشی به تماشاگران ۳۲. دستیابی اطلاعات از منابع دست اول ۳۳. فوتبال به مثابه کنش اجتماعی و عامل اجتماعی شدن در سطح آماتوری
عمل‌گرایی اجتماعی	

جدول ۲: کدگذاری باز و محوری (شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها)

مقوله	مفهوم	نشان
سرمايه اجتماعي	همکاری	۳۴. مشارکت دسته جمعی در ورزشگاه‌ها به منظور توسعه نهضت داوطلبی بین زنان و مردان تماشاگر ۳۵. مشارکت در اجرای برنامه‌های دسته جمعی توسط زنان و مردان به منظور فرهنگ‌سازی در ورزشگاه ۳۶. ارتقای مدیریت تماشاگران و به کارگیری زنان در پست‌های مدیریتی
	ارزش‌زندگی	۳۷. گذراندن اوقات فراغت به صورت خانوادگی و گروهی ۳۸. یک برنامه‌ریزی مطلوب فراغت از نوع ورزشی، کاهش آسیب‌پذیری زنان و خانواده‌ها ۳۹. توجه به جایگاه و شان زنان در فرهنگ و سنت ایرانی و در آموزه‌های دین مبین اسلام شرم فرهنگی و ارزشی مردان (حجب و حیا) مردان در حضور زنان که از ویژگی‌های

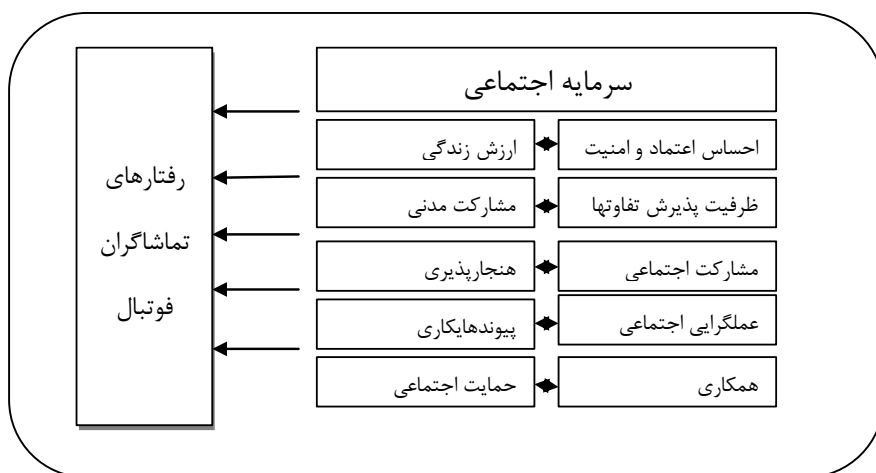
مشارکت مدنی	عرفی- ملی ایرانیان است) ۴۰. میزان کارایی در زندگی اجتماعی زنان ۴۱. ارتقای بیش و معرفت عمومی مردم نسبت به حضور زنان در جوامع ورزشی
	۴۲. حفظ حقوق شهروندی زنان در عرصه ورزش ۴۳. افزایش تعاملات اجتماعی زنان ۴۴. توسعه عدالت اجتماعی ۴۵. عدالت‌جنسیتی ۴۶. توسعه ارتباطات اجتماعی زنان در عرصه ورزش فوتبال ۴۷. شناخت قوانین و مقررات ورزشی و اطلاعات عمومی ورزشی ۴۸. دانش داوری و دانش مربیگری فوتبال در بین زنان، تسلط به گفتمان ورزشی ۴۹. توانایی تجزیه و تحلیل و قدرت قضاوت و اظهار نظر در زمینه فوتبال حرفه‌ای در بین تماشاگران زن ۵۰. اجتناب از قضاوت ذهنی و شخصی در ارائه اطلاعات ورزشی به زنان تماشاگر فوتبال ۵۱. وضع مقررات خاص به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌ها
	۵۲. برگزاری رویدادهای فوتبال به طریقی که باعث توسعه آگاهی و درک روابط اجتماعی موجود در رفتارهای بین تماشاگران شود ۵۳. عدم ارائه خشونت و مسائل جنسی در رویدادهای فوتبال ۵۴. شکل‌دهی هنجارهای ذهنی تماشاگران ورزش فوتبال در راستای توسعه حضور زنان در ورزشگاه‌ها ۵۵. ایجاد رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق با اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی ۵۶. عدم ارائه نگرش مردسالاری در ورزش فوتبال ۵۷. ذکر بایدها و نبایدهای حضور زنان در ورزشگاه‌های فوتبال (حل و فصل مسائل دینی و شرعی مرتبط با حضور زنان تماشاگر در ورزشگاه‌ها)
پیوندهای کاری	۵۸. بازنگری در سیاست‌های خارجی باتوجه به اهمیت ورزش در مجامع بین‌المللی و همچنین برنامه‌ریزی در سیاست‌های داخلی با توجه به نقش کلیدی ورزش فوتبال و جایگاه آن در بین جوانان و زنان در قالب برنامه‌های بلند مدت ۵۹. تاکید بر وجود نظام جامع اطلاع‌رسانی در ورزش ۶۰. تاکید بر اجرای قوانین اجتماعی و حقوقی در زمینه تخلفات تماشاگران مسابقات فوتبال ۶۱. به کارگیری کارکنان متخصص در بخش‌های مختلف ورزشگاه‌های ورزشی ۶۲. آموزش کافی در زمینه مسائل اخلاق ورزشی حرفه‌ای در بین تماشاگران فوتبال

جدول ۲: کدگذاری باز و محوری (شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها)

مفهوم	نشان
پیوندهای کاری	۶۳. برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری برای مسئولیت اجتماعی، اخلاقی، آموزش و توانمندسازی تماشاگران ۶۴. فعالیت دانشکده های علوم ورزشی به منظور توسعه اشاعه فرهنگ تماشای رویدادهای ورزشی
اجتماعی	۶۵. دولتی بودن ورزش فوتبال ۶۶. درگیر شدن رسانه‌ها در برخورد منافع گروه‌های مختلف در ورزش فوتبال ۶۷. تنظیم اخبار و گزارش‌ها در رویدادهای فوتبال تنها بر اساس سلیقه‌های گروه‌های خاص رونق کانون هواداری

در گام بعدی محقق بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به کدگذاری انتخابی و ارائه نظریه پرداخت (شکل ۱). در جامعه ورزش کنونی، شناسایی نقش سرمایه اجتماعی در شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌های ورزشی نیازمند اکتشاف، فرایندها، ساختارها و پارادایم‌های خاصی است. در این فرایند ضروری است به مولفه‌های سرمایه اجتماعی شامل احساس اعتماد و امنیت؛ ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها؛ مشارکت اجتماعی؛ عمل‌گرایی اجتماعی؛ همکاری؛ ارزش زندگی؛ مشارکت مدنی؛ هنجارپذیری؛ پیوندهای کاری و حمایت اجتماعی توجه ویژه ای شود. از نظر محققان سازمانی، احساس اعتماد هم به عنوان مقدمه‌ای برای عمل جمعی موفقیت‌آمیز است و هم می‌تواند به منزله نتیجه اعمال جمعی موفق قلمداد گردد. این بعد برای اینکه افراد بتوانند در کنار یکدیگر بر روی پروژه‌های مشترک کار کنند لازم است (جوان‌پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۷). اعتماد در بین تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌های ورزشی نتیجه برهم کنش‌های موجود گروه‌ها، انجمن‌ها و فعالیت اجتماعی است. اعتماد تماشاگران به همان اندازه که یک نگرش شخصی است، یک دارایی ضروری اجتماعی به منظور حضور زنان و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها هم هست. اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است؛ هزینه مذاکرات و مبادلات اجتماعی را به حداقل می‌رساند و در حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی در ورزشگاه‌های فوتبال نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. به تعبیری، مفاهیم مربوط به اعتماد به‌طور بالقوه روابط اجتماعی را توصیف می‌کند- این مفهوم یکی از مولفه‌های اساسی و پراهمیتی است که در مرکز ثقل این پژوهش قرار دارد. ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها بین زنان و مردان نیز از عناصر سرمایه اجتماعی است. حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی در بسیاری از کشورها، عادی تلقی می‌شود و از این نظر تفاوتی میان زن و مرد وجود ندارد. اما با توجه به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران ایجاب می‌کند که برای حضور زنان به عنوان تماشاچی مسابقات مردان تعریف ویژه‌ای صورت گیرد تا این ارزش‌ها خدشه‌دار نشود و زنان هم بتوانند به حقوق خود دست یابند. از سوی دیگر، حضور زنان در ورزشگاه‌ها نیازمند مشارکت اجتماعی نهادها و گروه‌های اجتماعی مختلف از جمله: نهادهای اجتماعی- فرهنگی، رسانه‌ها و نیروی انتظامی می‌باشد. همچنین یکی دیگر از عناصر سرمایه اجتماعی، عمل‌گرایی اجتماعی است. با توجه به این‌که زنان نیمی از افراد جامعه انسانی و همچنین مادران آینده جامعه را تشکیل می‌دهند، توجه به سلامت جسمی، روانی و اجتماعی آنان از اهمیت بالایی برخوردار است. در نتیجه اتخاذ خط مشی‌های عمل‌گرایانه و واقع‌بینانه توسط دولت‌مردان و همکاری در زمینه ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی و فرهنگی به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌های فوتبال ضروری است. یکی دیگر از طبقات حاصل از مرحله کدگذاری محوری در راستای شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران در ورزشگاه‌های ورزشی، ارزش زندگی است. ارزش زندگی، احساس رضایت‌مندی فرد از زندگی و با ارزش دانستن خود در جامعه است و باور به اینکه جامعه نیز در مقابل احترام لازم را به آن‌ها می‌گذارد. متأسفانه در کشور ما محدودیت‌های بسیاری سد راه زنان در امر ورزش، چه به عنوان تماشاگر و چه ورزش قهرمانی وجود دارد و همین امر در سبک زندگی سالم و غنای اوقات فراغت نسل جوان و زنان کشورمان تأثیر منفی بر جای گذاشته است. با توجه به وجود این مشکلات و محدودیت‌ها، لازم است مسئولان توجه ویژه‌ای به برطرف کردن این کاستی‌ها و غنی‌سازی اوقات فراغت زنان به عنوان نیمی از افراد جامعه داشته باشند و زمینه مساعد برای گسترش حضور و مشارکت مدنی زنان در ورزشگاه‌های فراهم آورند. مشارکت زنان در

رویدادهای ورزشی به عنوان تلاقی ساختار فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌ای است. به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌ها ضروری است به هنجارها و ارزش‌های اجتماعی جامعه اسلامی در ورزشگاه‌های فوتبال توجه شود. هنجارشکنی موجود در ورزشگاه‌های ورزشی مانع توسعه حضور تماشاگران زنان در ورزشگاه‌های فوتبال است، زیرا پایه‌های ارزشی جامعه را زیر سؤال می‌رود و کم‌کم به آنومی (شرایط آشفته و نابسامان) منجر خواهد شد. مطابق با متن مصاحبه‌های انجام گرفته، یکی دیگر از مولفه‌های اثرگذار بر شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران در ورزشگاه‌ها، وجود پیوندکاری و مشارکت نهادهای مختلف در برگزاری رویدادهای فوتبال است. با این وصف، لزوم مساعدت و مشارکت و کنترل نهادهای غیرورزشی در ورزش احساس می‌شود. در واقع مدیریت کلان ورزشی را نباید در چهارچوب وزارت ورزش و جوانان معنا کرد و بار سنگین این مسئولیت را یک‌تنه به دوش آن مرجع انداخت. همچنین میزان حمایت اجتماعی و نحوه مشارکت افراد مختلف با زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی متفاوت در تماشای مسابقات فوتبال نقش تعیین‌کننده‌ای در ارائه رفتارهای مطلوب دارد.



شکل ۱: نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌دهی رفتارهای مطلوب تماشاگران فوتبال با تاکید بر حضور زنان در ورزشگاه‌ها

به منظور بررسی نتایج کمی به دست آمده از مرحله کیفی، پرسشنامه‌ای تهیه و توسط تماشاگران و هواداران ورزشی، لیدرها، ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان و مدیران ورزشی، روانشناسان و جامعه‌شناسان ورزشی و متخصصان رسانه‌های ورزشی تکمیل گردید. برای اندازه‌گیری روایی سازه پرسشنامه، از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. با توجه به نتایج، شاخص‌های بار عاملی تمامی سوالات بالاتر از ۰/۳ و آماره آنها بزرگتر از قدرمطلق ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین تمامی شاخص‌های مربوط به سرمایه اجتماعی از نقشی موثر در شکل‌دهی رفتار ورزشکاران حرفه‌ای- با مقادیر t و بارعاملی مورد قبول- برخوردارند و برای سنجش این متغیر شاخص‌های مناسبی می‌باشند (جدول ۳).

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی تأییدی (روایی سازه) پرسشنامه ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل-
دهی رفتار تماشاگران ورزشی

ت	بارعاملی	بارعاملی	ت	بارعاملی	بارعاملی	ت	بارعاملی
۴/۶۶۰	۰/۸۵	q24	۴/۱۸۵	۰/۴۰	q1	ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران ورزشی	
۴/۷۹۶	۰/۸۶	q25	۴/۶۰۶	۰/۸۶	q2		
۴/۶۱۷	۰/۶۳	q26	۴/۱۷۴	۰/۵۷	q3		
۴/۵۴۹	۰/۵۳	q27	۴/۷۰۷	۰/۵۵	q4		
۴/۴۹۴	۰/۴۳	q28	۴/۷۸۸	۰/۳۶	q5		
۴/۷۹۶	۰/۴۰	q29	۴/۶۸۵	۰/۸۳	q6		
۴/۷۷۲	۰/۵۱	q30	۴/۵۶۳	۰/۸۷	q7		
۴/۲۵۴	۰/۷۱	q31	۴/۸۷۶	۰/۹۲	q8		
۴/۶۸۶	۰/۴۳	q32	۴/۶۰۰	۰/۸۳	q9		
۴/۱۹۴	۰/۶۴	q33	۴/۱۰۹	۰/۸۳	q10		
۳/۹۶۷	۰/۵۶	q34	۴/۶۴۴	۰/۹۷	q11		
۴/۶۷۸	۰/۹۳	q35	۴/۵۵۰	۰/۷۱	q12		
۴/۵۹۰	۰/۵۴	q36	۴/۵۸۶	۰/۶۴	q13		
۴/۷۹۸	۰/۵۷	q37	۴/۷۵۵	۰/۶۷	q14		
۴/۴۸۹	۰/۸۵	q38	۴/۶۰۲	۰/۹۱	q15		
۴/۳۶۴	۰/۸۸	q39	۴/۲۴۵	۰/۸۳	q16		
۴/۶۳۰	۰/۵۳	q40	۴/۶۲۲	۰/۷۲	q17		
۴/۳۹۰	۰/۴۰	q 41	۴/۴۲۲	۰/۹۳	q18		
۴/۳۲۸	۰/۵۵	q42	۴/۶۸۷	۰/۵۷	q19		
۴/۸۳۹	۰/۴۲	q43	۴/۸۳۰	۰/۶۶	q20		
۴/۳۲۴	۰/۸۲	q44	۴/۴۳۷	۰/۸۳	q21		
۴/۳۴۰	۰/۵۵	q45	۴/۴۴۷	۰/۶۹	q22		
			۴/۶۱۷	۰/۸۶	q23		

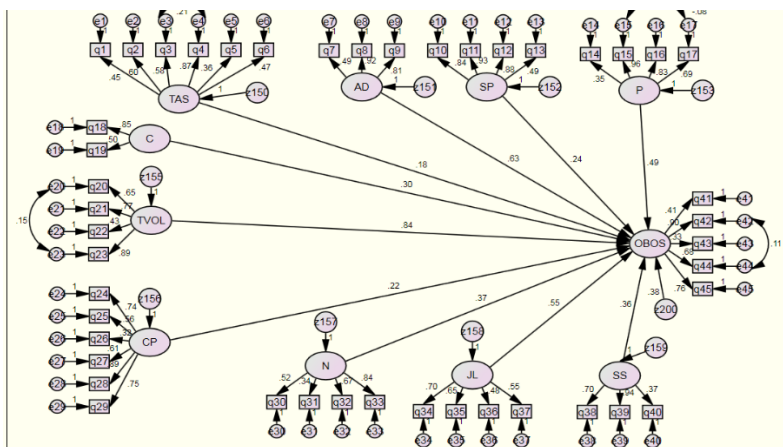
در این پژوهش برای تعیین و شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. به همین دلیل پیش از انجام تحلیل عاملی، به منظور اطمینان از کافی بودن تعداد نمونه از معیار کایرز-می-یر-اولکین^۱ (KMO) و برای تعیین همبستگی بین گویه‌ها از آزمون بارتلت^۲ استفاده گردید (جدول ۴).

1. Kaiser- Meyer-Oklin measure of sampling adequacy (KMO)
2. Bartlett' Test of Sphericity

جدول ۴: نتایج آزمون بارتلت و KMO

مقدار	
۰/۷۵۹	مقدار کایرز - می‌یر و اوکلین (کفایت حجم نمونه)
۱۵۹/۹۷	آزمون کرویت بارتلت
۱۱۹	مقدار کای اسکوار (χ^2)
۰/۰۰۱	درجه آزادی
	سطح معناداری

با توجه به یافته‌های جدول ۴ مقدار KMO به دست آمده ۰/۷۵۹ می‌باشد. این مقدار بیانگر این موضوع است که تعداد نمونه‌های تحقیق به منظور تحلیل عاملی کفایت می‌کند و انجام تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر امکان‌پذیر است و می‌توان داده‌ها را به یک سری عامل‌های پنهان تقلیل داد. همچنین نتایج آزمون بارتلت ($\chi^2=1559/97$, $Sig=0/001$) نشان می‌دهند بین گویه‌ها همبستگی بالایی وجود دارد. از این‌رو، استفاده از تحلیل عاملی برای شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال مناسب است. بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی - حاصل ترکیب ۴۵ گویه مورد نظر در تحقیق که قابل تقلیل بوده است - می‌توان گفت که ده عامل به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال شناسایی شدند و توان پیشگویی این عوامل بر اساس مجموع درصد واریانس تجمعی عامل‌ها برابر با ۳۸ درصد است. بنابراین در طراحی مدل ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال ده عامل مؤثرند: ۱- احساس اعتماد و امنیت (۰/۱۸)، ۲- ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها (۰/۶۳)، ۳- مشارکت اجتماعی (۰/۲۴)، ۴- عمل‌گرایی اجتماعی (۰/۴۹)، ۵- همکاری (۰/۳۰)، ۶- ارزش زندگی (۰/۸۴)، ۷- مشارکت مدنی (۰/۲۲)، ۸- هنجارپذیری (۰/۳۷)، ۹- پیوندهای کاری (۰/۵۵)، ۱۰- حمایت اجتماعی (۰/۳۶) و رفتار مطلوب (۰/۳۸) (شکل ۲).



شکل ۲: نتایج بررسی سهم واریانس ابعاد سرمایه اجتماعی مؤثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال

برای آزمون اینکه آیا مدل ابعاد سرمایه اجتماعی موثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران از برازش مناسبی برخوردار است، از شاخص‌های برازش- برازش مطلق، تطبیقی و مقتصد- استفاده شد. براساس نتایج، مقدار نسبت آماره کای اسکوار (χ^2) برابر با ۲۴۲/۵۱۹ با درجه آزادی ۱۱۹ برابر با ۲/۷۰۲ است. از آنجا که این مقدار بین ۱ الی ۳ قرار دارد، نشان دهنده تأیید مدل می‌باشد. شاخص نیکویی برازش^۱ (GFI) ۰/۹۱۳ است که نشان دهنده قابل قبول بودن این میزان برای برازش مطلوب مدل است. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)^۲ که شاخص دیگر نیکویی برازش است نیز ۰/۰۶۷ می‌باشد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است، قابل قبول و نشان دهنده تأیید مدل پژوهش می‌باشد. دیگر شاخص‌های نیکویی برازش شامل مقدار شاخص توکر- لویس (TLI)^۳ ۰/۹۲۱؛ شاخص برازش بنتلر- بونت (BBI)^۴ ۰/۹۲؛ شاخص برازش تطبیقی (CFI)^۵ ۰/۹۱۸ و شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)^۶ ۰/۶۲۱ نیز همگی نشان دهنده برازش مطلوب و تأیید مدل ابعاد سرمایه اجتماعی موثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال می‌باشند (جدول ۶).

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل ابعاد سرمایه اجتماعی موثر بر شکل‌دهی رفتار تماشاگران فوتبال

	شاخص برازش	میزان	ملاک	تفسیر
مطلق	کای اسکوار (χ^2)	۲۴۲/۵۱۹	-	-
	درجه آزادی (df)	۱۱۹	-	-
	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۷۰۲	بین ۱ تا ۳	برازش مطلوب
	شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۱۳	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
تطبیقی	شاخص توکر- لویس (TLI)	۰/۹۲۱	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
	شاخص برازش بنتلر- بونت (BBI)	۰/۹۲	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۱۸	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۶۷	کمتر از ۰/۰۸	برازش مطلوب
	شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	۰/۶۲۱	بیشتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب

1. Goodness Fit Index
2. Root Mean Squared Error of Approximation
3. Tucker- Lewis Index
4. Bentler- Bonett Index
5. Comparative Fit Index
6. Parsimonious Normed Fit Index

بحث و نتیجه‌گیری

ورزش پدیده‌ای منحصر به فرد است که اغلب مردم به آن گرایش دارند. با حرفه‌ای شدن ورزش فوتبال و افزایش هیجانات ناشی از مسابقات آن که بخشی از آن مرهون گزارش‌های رسانه‌ای است، به تدریج بر تعداد تماشاگران این رشته ورزشی افزوده شده است؛ به طوری که در برخی مسابقات جمعیت حاضر در ورزشگاه‌ها به بیش از ۱۰۰ هزار نفر هم می‌رسد. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزشی اشاره می‌کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف رفتاری مطلوب در بین تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌ها می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش، احساس اعتماد و امنیت به عنوان یکی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی نقشی موثر در شکل‌دهی رفتارهای تماشاگران فوتبال دارد. اعتماد و امنیت اجتماعی یکی از محورهای اصلی سرمایه اجتماعی است. اعتماد به عنوان مقدمه‌ای برای عمل جمعی موفقیت‌آمیز می‌تواند به منزله نتیجه اعمال جمعی موفق هم قلمداد گردد. اعتماد و امنیت اجتماعی بدین منظور که افراد بتوانند در کنار یکدیگر بر روی پروژه‌ای مشترک کار کنند، لازم است. امنیت و اعتماد به عنوان یکی از سرمایه‌های بارزش در ورزش حرفه‌ای تلقی می‌شود. وجود این سرمایه در بین ورزشکاران و تماشاگران ورزشی موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی و اقدامات مختلف می‌شود. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش شفيعی و همکاران (۱۳۹۵)، محمدی-ترکمانی و همکاران (۱۳۹۵)، عباس‌زاد و همکاران (۱۳۹۶)، مرادی‌سیاسر و همکاران (۱۳۹۷)، گری و همکاران (۱۳۹۷)، کویان چوگلا (۲۰۱۵) و بوش‌من و همکاران (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. همچنین، نتایج نشان داده است که عدم سوگیری در ارائه گزارش‌های ورزشی تیم‌های ورزشی، عدم توجه به نفع شخصی یا گروهی در راستای ارائه حقیقت در رسانه‌ها، عدم ارائه گزارش‌های گزینشی و تفسیر اطلاعات در راستای نفع شخصی فرد و گروهی تیم‌های ورزشی حرفه‌ای، کیفیت خدمات ارائه شده در ورزشگاه‌ها، طراحی و جذابیت فضای ورزشگاه‌ها، امنیت فیزیکی ورزشگاه‌ها (استانداردسازی اماکن ورزشی به منظور جلوگیری از اغتشاشات و ایجاد آشوب توسط اوباشگران)، احساس امنیت ادراک شده توسط تماشاگران در طول مسابقات و در محیط ورزشگاه‌ها (نسبت به مال، ناموس، حیثیت، هویت، ارتباطات، تفکرات و ارزش‌های خود در زمان حال و آینده)، تعیین مکان مناسب و ویژه برای خانواده‌ها و زنان، برنامه‌ریزی‌های دقیق و اصولی در فرایند عرضه خدمات و همچنین مسئولیت‌پذیری، میزان توجه مدیران امنیت اماکن و رویدادهای ورزشی به وظایف قانونی مراقبت از تماشاگران و بازیکنان در زمینه تروریسم، هولیکانیسم و وندالیسم و بی‌نظمی‌های جمعیتی، نحوه عملکرد و رفتار بازیکنان در رویدادهای ورزشی، حضور کادر فنی مجرب در کنار تیم‌های ورزشی، نحوه برخورد مدیریت و کارکنان اجرایی ورزشگاه‌ها با تماشاگران ورزشی، تعداد کارکنان در حوزه ارائه خدمات به تماشاگران ورزشی در ورزشگاه‌ها، میزان پاسخگویی مسئولان در مورد حوادث و اتفاقات ناهنجار ورزشگاه‌های ورزشی در زمان برگزاری مسابقات فوتبال و وضع و اعمال قوانین و مقررات در زمینه تماشاگران ورزشی در ورزشگاه‌ها از پیش شرط‌های لازم برای ایجاد «احساس اعتماد و امنیت» و در نهایت توسعه سرمایه اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌هاست.

یکی دیگر از عوامل موثر در ارتقای سرمایه اجتماعی تماشاگران فوتبال به منظور شکل‌دهی رفتار مطلوب در ورزشگاه‌ها در زمان حضور زنان، پذیرش تفاوت‌ها در بین زنان و مردان است که شامل

توجه به تفاوت‌های زنان و مردان و ارائه خدمات در ورزشگاه‌ها متناسب با نیازهای آنان؛ تفاوت در حالت‌های روانی و روحی زنان تماشاگران، بهره‌گیری از ظرفیت‌های تماشاگران زن در راستای توسعه نهضت هواداری در ورزش فوتبال، بهره‌گیری از قدرت و توانایی زنان در راستای توسعه اخلاق و ارائه رفتار مطلوب در بین تماشاگران فوتبال و توجه به نقش‌های متفاوت زنان در جامعه (مادر، همسر) می‌باشد. گری و همکاران (۱۳۹۸) و کلگمن (۲۰۱۷) نیز بر وجود تفاوت‌ها بین زنان و مردان در ورزشگاه‌ها تاکید کرده‌اند. در دنیای ورزش کنونی، مشکلات انسانی متعدد و متنوعی، پیش روی زنان و خانواده‌ها در زمان حضور آن‌ها در ورزشگاه‌های ورزشی وجود دارد که به نظر می‌رسد بخشی از آن‌ها به دلیل باور نداشتن یا کم بها دادن به تفاوت‌هایی است که بین زن و مرد وجود دارد. این تفاوت‌ها در ابعاد جسمی، روانشناختی، جامعه‌شناختی، وظایف، کارکردها و نقش‌ها به چشم می‌خورند. با حضور زنان در ورزشگاه‌ها می‌توان فضای نامناسب و پراشتاب موجود را کاهش داد یا بر عکس. به نظر می‌رسد در شرایط کنونی نیاز است زمانی صرف رشد فرهنگی- اجتماعی مردم شود تا به مرتبه‌ای برسند که فضای ورزشگاه‌ها از نظر فرهنگی برای حضور زنان امن باشد.

بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود با فراهم آوردن شرایط فیزیکی در اماکن و فضاهای ورزشی و آموزش افراد جامعه مبتنی بر برابر بودن زن و مرد، رعایت دقیق ضوابط قانونی و احترام به ارزش‌های والای اسلامی و اخلاقی، دختران و زنان از آنچه طالب آن اند و حق آنان است، محروم نشوند و ارزش‌های تربیتی، بهداشتی و اجتماعی ورزش جامعه ارتقا یابد و مشارکت زنان به عنوان تماشاگران در فعالیت‌های ورزش تضمین گردد.

یکی دیگر از سازه‌های مهم سرمایه اجتماعی میزان مشارکت اجتماعی تماشاگران در رویدادهای اجتماعی است. مطابق با نتایج پژوهش فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها، زنده کردن روح ورزش، یافتن الگوهای ورزشی مناسب به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌ها، تقویت ورزش زنان از راه دیدن مسابقات برتر، رواج فرهنگ ناموس‌پذیری، مقابله با خرده‌فرهنگ اوباشگری در ورزشگاه‌ها و تقویت مظاهر فرهنگی از سوی تماشاچیان و ورزشکاران مرد، حمایت تشکلی‌های زنان از فوتبال و رواج حضور زنان تماشاگر در ورزشگاه‌ها همه به نوعی به مؤلفه مشارکت اجتماعی مربوط می‌شوند. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش براتلو و همکاران (۱۳۹۴)، شفیع‌ی و همکاران (۱۳۹۵) و گری و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. فراهم بودن زمینه حضور زنان و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها، امری است که مشارکت اجتماعی را حداکثری می‌سازد و ورزش فوتبال را به سمت مردمی بودن سوق می‌دهد. توسعه آگاهی‌های عمومی، بهبود تعاملات اجتماعی و گسترش انجام امورات به‌صورت داوطلبانه در بین زنان و مردان از جمله مولفه‌های موثر در توسعه مشارکت اجتماعی در جامعه است. همچنین افزایش دانش و آگاهی مردم در مورد نقش و اهمیت فوتبال در نشاط اجتماعی و فرهنگ‌سازی جامعه زمینه توسعه مشارکت اجتماعی زنان را فراهم می‌نماید.

یکی دیگر از عوامل موثر بر شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران در ورزشگاه‌های ورزشی در زمان حضور زنان، عمل‌گرایی اجتماعی است. مطابق با نتایج به دست آمده، عمل‌گرایی اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال شامل بروز تحولات اجتماعی در خلال فوتبال، ارائه معانی و تفسیرهای صادقانه در پخش اخبار از ورزشکاران و رویدادهای ورزشی، عدم اعمال سلیقه و سوگیری شخصی در ارائه اطلاعات، عدم ایجاد حساسیت کاذب نسبت به برخی از رویدادهای ورزشی در رسانه‌ها،

عدم پرداختن به حاشیه‌های جنجال برانگیز نظیر شایعات، رجز خوانی، برقراری ارتباطات و انتشار اطلاعات در زمینه مسابقات فوتبال براساس توقعات و اصول اخلاقی، ارائه اطلاعات درست از حواشی ورزشی به تماشاگران، دستیابی اطلاعات از منابع دست اول، فوتبال به مثابه کنش اجتماعی و عامل اجتماعی شدن در سطح آماتوری می‌باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش کویان چوگلا و همکاران (۲۰۱۵) و بوش‌من و همکاران (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. با توجه به دیدگاه عملگرایی اجتماعی، رفتار تماشاگران در ورزشگاه‌ها نتیجه ترکیبی از پاسخ به محرک‌ها و عوامل خارجی و داخلی است. رفتارهایی که تماشاگران در موقعیت‌های متفاوت نشان می‌دهند، تصویری از فرهنگ و اخلاق ایران می‌باشد. با توجه به نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی رفتار تماشاگران و ویژگی‌های ذاتی و اقتضائات آن، توجه به محتوای آن برای ایجاد رضایت در مخاطب و دسترسی به اهدافی که برای رسانه تعریف شده است، ضروری می‌باشد. مأموریت رسانه‌ها، سبب تعیین سمت و سوی محتوا و مفاد رسانه‌ای و حوزه پخش آن می‌شود (خجسته، ۱۳۸۶: ۸). با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در محتوای رسانه‌های ورزشی، رسانه‌ها به صورت فزاینده‌ای، رفتارهای غیراخلاقی ورزشکاران را بازتاب می‌دهند و مانند خود حاشیه‌سازان، نسبت به پیامدهای منفی ناشی از آن بی‌توجه هستند. رسانه‌ها از تصادفات رانندگی در حین مستی ورزشکارانی نظیر جرج بست، کریستین رونالدو و غیره گرفته تا حضور آنان در پارتی‌های شبانه خصوصی و بی‌تفاوتی نسبت به ارزش‌های جامعه را - که از محافل خصوصی به زمین مسابقه نیز کشیده می‌شود - پوشش می‌دهند. همچنین مواردی مانند ضربه پای اریک کانتونا، پرتاب آب دهان و فحاشی علیه یکی از طرفداران تیم کریستال پالاس، برخورد زننده بازیکنان تیم ملی ایران با یکدیگر در مقابل ده‌ها دوربین تلویزیونی، بیانی‌های زننده مربیان سرشناس علیه یکدیگر، فحاشی تماشاچیان ناراضی به داوران، ورزشکاران و مربیان در رسانه‌ها منعکس می‌گردد (احسانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۷). همه این موارد نشان‌دهنده وضعیتی است که نیاز به توجه بیشتر به محتوا و نقش رسانه‌ها در ترویج اخلاق و شکل‌دهی رفتار جامعه در ورزش دارد.

در میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، عنصر همکاری نقش برجسته‌ای دارد. نکته‌ای که باید در این بعد به آن پرداخته شود، این است که همکاری در ورزشگاه‌ها شامل مشارکت دسته جمعی در ورزشگاه‌ها به منظور توسعه نهضت داوطلبی بین زنان و مردان تماشاگر، مشارکت در اجرای برنامه‌های دسته جمعی توسط زنان و مردان به منظور فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها و ارتقای مدیریت تماشاگران و به کارگیری زنان در پست‌های مدیریتی است. نتایج به دست آمده در بعد توسعه مدیریت زنان در ورزشگاه‌ها با نتایج پژوهش گری و همکاران (۱۳۹۸) و مارتا و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. افراد داوطلب، مجموعه ارزشمندی از منابع انسانی سازمان‌های ورزشی و تفریحی جهان را به خود اختصاص داده‌اند و نقش مهمی در موفقیت بسیاری از مسابقات و رویدادهای بزرگ ورزشی دارند. گزینش افراد به ویژه داوطلبان برای همکاری در یک رویداد کار چندان آسانی نیست. برنامه‌ریزی صحیح و مدیریت نیروی انسانی، اصلی‌ترین بخش از برگزاری هر رویداد موفق محسوب می‌شود. انتخاب داوطلبان ورزشی از بین تماشاگران مناسب و آموزش دیده باعث می‌شود تا دستیابی به اهداف مربوط به این رویدادها بهتر و راحت‌تر صورت پذیرد (والیو و همکاران^۱، ۲۰۱۳: ۸۵).

است. محقق با توجه به یافته‌های خود، گذراندن دوره‌های تخصصی ویژه در زمینه مدیریت رویدادها و نهضت داوطلبی با حداکثر تماشاگران را به مسئولان پیشنهاد می‌کند تا با خلاقیت و نوآوری به برگزاری موفق‌تر رویدادها بپردازند. همچنین با به کارگیری زنان در نهضت داوطلبی در رویدادهای مختلف ورزشی می‌توان مقدمات حضور بانوان تماشاگر را در ورزشگاه‌های فوتبال ایران فراهم ساخت. بدین ترتیب، توانایی آنها در کنترل شرایط و ایجاد جوی مناسب برای حضور زنان و افزایش جمعیت تماشاگران و هواداران بیشتر موجب رونق و توسعه صنعت فوتبال کشور می‌شود.

یکی دیگر از طبقات حاصل از مرحله کدگذاری محوری، ارزش زندگی است. ارزش زندگی، احساس رضایتمندی فرد از زندگی و با ارزش دانستن خود در جامعه است و باور به اینکه جامعه نیز در مقابل احترام لازم را به آنها می‌گذارد (بولن و اونیکس^۱، ۱۹۸۸: ۱۵). گذراندن اوقات فراغت به صورت خانوادگی و گروهی، برنامه‌ریزی مطلوب فراغتی از نوع ورزشی با هدف کاهش آسیب پذیری زنان و خانواده‌ها، جایگاه و شان زنان هم در فرهنگ و سنت ایرانی و هم در آموزه‌های دین مبین اسلام، شرم فرهنگی و ارزشی مردان (حجب و حیای مردان در حضور زنان که از ویژگی‌های عرفی- ملی ایرانیان به شمار می‌آید)، میزان کارایی در زندگی اجتماعی زنان و ارتقای بیش و معرفت عمومی مردم نسبت به حضور زنان در جوامع ورزشی نشانه‌هایی از ارزش‌های موجود برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها می‌باشد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج گری و همکاران (۱۳۹۸) و کلگمن (۲۰۱۷) همسو می‌باشد. با توجه به اینکه زنان حدود ۵۰ درصد جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، باید تمام نیازهای زنان از لحاظ جسمی و روحی مورد توجه و مطالعه قرار گیرد و توجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی و خصوصیات آنان می‌تواند در شناسایی و رفع این خواسته‌ها و نیازها مؤثر باشد. حضور در ورزشگاه‌های فوتبال به لحاظ جذابیت و هیجان بالا برای تماشاگران، مورد توجه زنان نیز هست که با فراهم‌سازی جوی شاد و پرنشاط در بهبود سلامت روحی آنها مؤثر است. حضور زنان تماشاگر می‌تواند علاقه و محبوبیت تماشاگری فوتبال به همراه خانواده را در جامعه افزایش دهد و سبب حضور حداکثری تماشاگران و هواداران در ورزشگاه‌های فوتبال کشور شود- این مهم گامی بزرگ در جهت توسعه فوتبال ایران خواهد بود. همچنین با حضور زنان در ورزشگاه‌ها، جایگاه سیاسی فوتبال ایران در دنیا نیز ارتقا خواهد یافت.

مشارکت مدنی یکی دیگر از شاخص‌های سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. حفظ حقوق شهروندی زنان و ایجاد نقشی مهم در عرصه ورزش، افزایش تعاملات اجتماعی زنان، توسعه عدالت اجتماعی، عدالت جنسیتی، توسعه ارتباطات اجتماعی زنان در عرصه ورزش فوتبال، شناخت قوانین و مقررات ورزشی و اطلاعات عمومی ورزشی، دانش دآوری و دانش مربیگری فوتبال در بین زنان، تسلط به گفتمان ورزشی، توانایی تجزیه و تحلیل و قدرت قضاوت و اظهار نظر در زمینه فوتبال حرفه‌ای در بین تماشاگران زن، مدیریت هیجانات داخل ورزشگاه‌ها، اجتناب از قضاوت ذهنی و شخصی در ارائه اطلاعات ورزشی در بین زنان تماشاگر فوتبال و وضع مقررات خاص به منظور حضور زنان در ورزشگاه‌ها نقش عنصر سرمایه اجتماعی را بین تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌ها تأیید می‌کند. نتایج پژوهش با شهبازی و همکاران (۱۳۹۷) و گری و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. مشارکت مدنی از اصلی‌ترین

شاخص‌های توسعه‌ی اجتماعی به شمار می‌آید (عبداللهی، ۱۳۸۳: ۶۴). تماشاگری فوتبال جزو حقوق مدنی یک شخص در جامعه محسوب می‌شود که باید رعایت گردد و از آنجا که زنان نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، این حق مدنی آنهاست که بتوانند به تماشاگری فوتبال در ورزشگاه‌های کشور بپردازند. توجه به شرایط رشد و تعالی زنان در تمام عرصه‌های اجتماعی موجب بهره‌مندی جامعه از توانمندی‌های آنها می‌شود و راه رسیدن به توسعه پایدار را برایشان هموار می‌سازد. حقوق زنان در زمینه ورزش و تفریحات سالم و دسترسی آسان و سریع به آن با حفظ فرهنگ اسلامی ایران و رعایت حقوق مدنی، امری مهم در حقوق مدنی حاکم بر جامعه است. رعایت حقوق مدنی زنان تماشاگر جزو مقوله‌های اصلی از مقدمات حضور آنها در ورزشگاه‌های ایران است که باید مورد توجه مسئولان قرار بگیرد و در جهت رعایت آن مبادرت ورزند. رعایت حقوق مدنی زنان در این زمینه می‌تواند به تقویت حیات معاشرتی و توسعه روابط زنان در جامعه، ورزش خانواده و حضور حداکثری تماشاگران مرد و زن در ورزشگاه‌های فوتبال کشور کمک کند و در نهایت به توسعه فوتبال ایران بینجامد.

۲۳۰

از دیگر طبقات خروجی مرحله کدگذاری محوری، هنجارپذیری است. هنجارپذیری یکی از عناصر سرمایه اجتماعی است. مولفه‌های هنجارپذیری شامل برگزاری رویدادهای فوتبال به طریقی که باعث توسعه آگاهی و درک روابط اجتماعی موجود در رفتارهای بین تماشاگران شود، عدم ارائه خشونت و مسائل جنسی در رویدادهای فوتبال، شکل‌دهی هنجارهای ذهنی تماشاگران ورزش فوتبال در راستای توسعه حضور زنان در ورزشگاه‌ها، ایجاد رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق با اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی، عدم ارائه نگرش مردسالاری در ورزش فوتبال، بیان بایدها و نبایدهای حضور زنان در ورزشگاه‌های فوتبال (حل و فصل مسائل دینی و شرعی مرتبط با حضور زنان تماشاگر در ورزشگاه‌ها) می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش با نتایج براتلو و همکاران (۱۳۹۴)، گری و همکاران (۱۳۹۸) و ژو و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد. هنجار، رفتار، قاعده، معیار یا میزانی است که با آن رفتار اجتماعی افراد در جامعه سنجیده می‌شود. هر رفتاری که با آن تطبیق کند رفتاری بهنجار است و اگر نسبت به آن انحراف داشته باشد، نابهنجار تلقی می‌شود (نیک‌گهر، ۱۳۸۳: ۱۶۷). هنجارشکنی برخلاف هنجارپذیری ضد توسعه است، زیرا پایه‌های ارزشی جامعه زیر سؤال می‌رود و کم‌کم به آنومی (شرایط آشفته و نابسامان) یک جامعه منجر خواهد شد. امروزه تماشاگران در فوتبال جایگاه ویژه یافته‌اند که اهمیت آن، لزوم توجه به ابعاد مختلف آنان را در ورزش فوتبال پیش از پیش نشان می‌دهد. یکی از ابعاد، رفتار تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها در زمان برگزاری بازی‌های مهم و حساس و نیز بعد از این بازی‌هاست که همواره بیشترین توجه را به خود اختصاص داده است، زیرا این رفتارها به دلیل پیروی از هنجارهای خاص رفتارهای جمعی گاه منجر به آسیب‌های جدی شده‌اند. در واقع فضای حاکم بر ورزشگاه‌ها در مسابقات حساس فوتبال، بازیکنان و تماشاگران را در وضعیتی قرار می‌دهد که ممکن است به دلیل نقض قواعد و هنجارهای رایج، به رویارویی‌های پر خاشگرانه و خشونت‌آمیز منتهی شود. برقراری امنیت در جهت کنترل ناآرامی تماشاگران و هواداران در گرو توسعه امنیت و بهبود شرایط فیزیکی ورزشگاه‌هاست تا افزایش حضور تماشاگر صورت بگیرد. با طراحی فضاهای فیزیکی مدرن در ورزشگاه‌های فوتبال، توان امنیت و آسایش ارتقا می‌یابد و با تعریف فضاهای فیزیکی خاص برای زنان و خانواده‌ها و همچنین ارائه تسهیلات و امکانات رفاهی، مقدمات حضور بانوان تماشاگر در

ورزشگاه‌های فوتبال ایران فراهم می‌گردد و افزایش حضور حداکثری کلیه تماشاگران و هواداران در توسعه فوتبال ایران نقش مؤثری خواهد داشت.

پیوندکاری یکی دیگر از شاخص‌های سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که نقش مؤثری در شکل دهی رفتار مطلوب تماشاگران فوتبال دارد. همچنین نتایج پژوهش با نتایج براتلو و همکاران (۱۳۹۴)، محمدی ترکمان و همکاران (۱۳۹۵) و شهبازی و همکاران (۱۳۹۷) همسو می‌باشد. پیوند کاری مفهومی است که اغلب به تلاش داوطلبانه اطلاق می‌شود؛ به این معنا که وقتی افراد امکان انتخاب داشته باشند، به گونه‌ای عمل می‌کنند که منافع سازمان افزایش یابد. فرد پیوندیافته با کار، فردی خلاق است که با کار خود عجزین شده و نسبت به آن انگیزش و اشتیاق شدید نشان می‌دهد و احساس می‌کند که مشارکت وی، به پیشرفت سازمان کمک می‌کند (کندی و دیام، ۲۰۱۰: ۶۷۲). مطابق با نتایج به دست آمده، نمودهایی از پیوندهای کاری در ورزشگاه‌های فوتبال که ضرورت دارد به آن توجه ویژه‌ای شود و توصیف‌کننده پیوندهای کاری در ورزشگاه‌هاست، شامل بازنگری در سیاست‌های خارجی باتوجه به اهمیت ورزش در مجامع بین‌المللی و همچنین - برنامه‌ریزی در سیاست‌های داخلی با توجه به نقش کلیدی ورزش فوتبال و جایگاه آن در بین جوانان و زنان در قالب برنامه‌های بلند مدت، تاکید بر ایجاد نظام جامع اطلاع رسانی در ورزش، تلاش در اجرای قوانین اجتماعی و حقوقی در زمینه تخلفات تماشاگران مسابقات فوتبال، عدم به کارگیری کارکنان غیرمتخصص در بخش‌های مختلف ورزشگاه‌ها، تاکید بر ارائه آموزش‌های کافی در زمینه‌های مسائل اخلاق ورزش حرفه‌ای در بین تماشاگران فوتبال، برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری برای مسئولیت اجتماعی، اخلاقی، آموزش و توانمندسازی تماشاگران فوتبال و فعالیت دانشکده‌های علوم ورزشی به منظور توسعه فرهنگ تماشای رویدادهای ورزشی می‌باشد.

ورزش یک فعالیت فرهنگی است که به افراد فرصت خودشناسی، ابراز عقیده، موفقیت شخصی، کسب مهارت، به نمایش گذاردن توانایی‌ها، تعامل اجتماعی و لذت بردن از سلامتی و رفاه را می‌دهد. ورزش باعث ترویج تأثیرگذاری، تعامل با جمع و مسئولیت‌پذیری در جامعه می‌شود و به توسعه اجتماعی کمک شایانی می‌کند. بنابراین بالا بردن سطح فرهنگ ورزشی در جامعه به ویژه در زمینه ورزش بانوان باید در اولویت برنامه‌ریزی سازمان‌های ذیربط قرار گیرد. امروزه در جوامع مختلف، پرداختن به ورزش برای بانوان و ایجاد سازوکارهای ورزشی برای آنان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ چنان که حضور یا عدم حضور زنان در فعالیت‌های ورزشی به عنوان شاخص جهانی وضعیت اجتماعی آنان در جامعه به حساب می‌آید (قلی‌زاده و سید صالحی، ۱۳۹۴: ۲۴). از این‌رو، درک جایگاه ورزش بانوان و پرداختن به امر سیاست‌گذاری این حوزه اهمیتی دوچندان می‌یابد. با پدید آمدن این برداشت در جوامع بین‌المللی و فیفا که زنان تا اندازه زیادی از صحنه ورزش غایب‌اند، برخی حقوق آنان از جمله حق حضور پررنگ‌شان در عرصه‌های ورزشی به خصوص تماشاگری فوتبال نادیده گرفته شده است. متأسفانه در این حوزه به‌رغم وجود نهادهای مختلف، با نبود سیاست‌های شفاف و کاربردی مواجهیم. برای خروج از این وضعیت، ناگزیر از بازنگری در برنامه‌ها و اتخاذ راهکارها و راهبردهایی در جهت تغییر سیاست‌های خارجی باتوجه به اهمیت ورزش در مجامع بین‌المللی و همچنین برنامه‌ریزی در سیاست‌های داخلی با توجه به

نقش کلیدی ورزش فوتبال و جایگاه آن در بین جوانان و زنان در قالب برنامه‌های بلند مدت هستیم.

با توجه به نتایج پژوهش حمایت اجتماعی به عنوان یکی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی، نقش موثری در شکل‌دهی رفتارهای تماشاگران فوتبال دارد. حمایت اجتماعی را می‌توان به عنوان میزان برخورداری از محبت، همراهی، مراقبت، احترام، توجه و کمک دریافت شده از سوی افراد یا گروه‌های دیگر نظیر اعضای خانواده، دوستان و دیگران مهم تعریف نمود (ریاحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۸). مطابق با نتایج به دست آمده، مهم‌ترین شاخص‌های توصیف‌کننده حمایت‌های اجتماعی در ورزشگاه‌های ورزشی شامل دولتی بودن ورزش فوتبال، درگیر شدن رسانه‌ها در برخورد منافع گروه‌های مختلف در ورزش فوتبال و تنظیم اخبار و گزارش‌ها در رویدادهای فوتبال تنها بر اساس سلیقه گروه‌هایی خاص می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش با نتایج شفيعی و همکاران (۱۳۹۵)، محدّی ترکمانی و همکاران (۱۳۹۵)، شهبازی و همکاران (۱۳۹۷)، کویان چوگلا و همکاران (۲۰۱۵) و بوشمن و همکاران (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. ورزش همواره جاذبه خاصی برای سیاست‌مداران داشته است. از این‌رو، ورزش و ورزشکاران همواره مورد توجه دولت‌ها و سیاست‌مداران بوده‌اند و گاهی از آنها استفاده ابزاری شده است. با توجه به جذابیت‌های ورزش و قدرت رسانه‌ها در راستای تحقق اهداف سیاست‌گذاران ورزش، مهم‌ترین چالش‌های رسانه‌های ورزشی عبارت‌اند از: دولتی بودن ورزش فوتبال، درگیر شدن رسانه‌ها در برخورد منافع گروه‌های مختلف و تنظیم اخبار و گزارش‌ها تنها بر اساس سلیقه گروه‌های خاص.

در بررسی موضوعات فرعی فوق، مشخص شد به طور مکتوب و در آیین‌نامه‌های اجرایی، سیاستی یا امنیتی نه تنها منع قانونی برای ورود زنان به ورزشگاه‌ها وجود نداشته است، بلکه هیچ نوع سیاست جامع و کاملی مرتبط با حضور زنان در رویدادهای ورزشی به عنوان تماشاگر نیز در رسانه ملی به چشم نمی‌خورد. پس نیاز به ورود جدی سیاست‌گذاران فرهنگی و رسانه‌ای به این حوزه احساس می‌شود. سیاست‌های رسانه‌ای در کشورمان همواره به گونه‌ای بوده که تصویر کامل و شفاف‌ی از وضعیت تماشاگران زن در ورزشگاه‌های ورزشی نشان نمی‌داده و به تبع آن، وضعیت پوشش برنامه‌ها و رویدادهای ورزشی زنانه نیز به طور چشمگیری در رسانه‌ها مغفول و مسکوت مانده است.

در پایان پیشنهاد می‌شود با توجه به خلأ سیاستی در حوزه محتوای رسانه‌های ورزشی و سیاست‌گذاری کلان ورزش کشور، به شکل‌دهی رفتار تماشاگران به عنوان فرصتی مغتنم نگریسته شود تا با بهره‌مندی از تجربیات قبلی و نتایج حاصل از پژوهش کنونی، سازمان‌ها و نهادهایی که امکان تأثیرگذاری بر رفتار تماشاگران فوتبال را دارند- باشگاه‌های ورزشی، فدراسیون فوتبال، نیروی انتظامی، وزارت آموزش و پرورش، رسانه‌ها و مطبوعات ورزشی- در چارچوب ارتباطی متقابل و به گونه‌ای فعال در تهیه سیاست‌های جامعی برای شکل‌دهی رفتار مطلوب تماشاگران فوتبال و ارائه الگوهای رفتاری مناسب به تماشاگران فوتبال در زمان حضور زنان در ورزشگاه‌ها مشارکت نمایند و موجب رشد و اعتلای امر ورزش و بهبود سلامت روانی جامعه گردند.

منابع

- احمدپور، امیر؛ عرب، فاطمه و شهرکی، محمدرضا. (۱۳۹۸). «بررسی تاثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در رفتار کارآفرینانه زنان عضو تعاونی‌های روستایی استان مازندران». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی. ۸ (۳)، صص ۴۵-۵۸.
- براتلو، فاطمه؛ صالحی‌امیری، سیدرضا و غرق‌شفیعی، وحید. (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر سیاست فرهنگی بر ناهنجاری‌های فرهنگی - اجتماعی تماشاگران در مجموعه‌های ورزشی شهر تهران». فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۴ (۲۷)، صص ۹۳-۱۱۶.
- توسلی، غلام‌عباس، و امانی‌کلاریجانی، ام‌الله. (۱۳۹۱). «تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی مجازی (با تاکید بر تئوری شبکه)». نشریه مطالعات رسانه‌ای. ۷ (۱۸)، صص ۸۹-۹۹.
- جوان‌پور، محمدعلی؛ گرجی‌دوز، سمیه؛ و سیحانی، عبدالرضا. (۱۳۹۶). «تحلیلی بر سرمایه اجتماعی در سازمان». فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری. ۳ (۳)، صص ۱۰۸-۱۲۵.
- خبرگزاری جمهوری اسلامی. (۱۳۹۹). اهمیت حضور خانم‌ها و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها. <https://www.irna.ir/news>
- رحمتی، محمد مهدی. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی خشونت ورزشی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- ریاحی، محمداسماعیل؛ وردی‌نیا، اکبر علی و پورحسنف، سیده زینب. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه بین حمایت اجتماعی و سلامت روان». فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی. ۱۰ (۳۹)، شماره ۳۹، صص ۸۵-۱۲۱.
- شفیع، شهرام؛ دستوم، صلاح؛ عبدالی، حسن و افروزه، حکیمه. (۱۳۹۵). «ارائه مدل فرایند نگر بروز پرخاشگری و چارچوب کنترل آن در تماشاگران فوتبال». نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۴ (۱۴)، صص ۵۱-۶۷.
- شهبازی‌پور، محمد مجید و بهزادنسب، محمد امین. (۱۳۹۷). «واکاوی وضعیت سیاست‌گذاری رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: ورزش بانوان)». مقاله ترویجی دوفصلنامه علمی نامه فرهنگ و ارتباطات. ۲ (۲)، صص ۴۵-۶۵.
- طالب‌پور، مهدی؛ رجبی، مجتبی؛ مصلی‌نژاد، محمد؛ صاحبکار، محمدعلی و صمصامی، مهرداد. (۱۳۹۵). «ارزیابی نيات رفتاری تماشاگران ليگ برتر هندبال بر اساس کیفیت کارکرد و نتیجه». نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۴ (۱۳)، صص ۲۳-۳۴.
- طاهری، محمدرضا و حاجی‌پور، ناهید. (۱۳۹۴). «تعلیم و تربیت از دیدگاه مکتب عمل گرایی». مجموعه مقالات سومین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران. قم: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی
- عبداللهی، محمد. (۱۳۸۳). «زنان و نهادهای مدنی». مجله جامعه‌شناسی ایران. ۵ (۲)، صص ۶۳-۹۹.

- عباس‌زاده، محمد؛ سعادت، موسی؛ کبیری، افشار و عشایری، طاهرا. (۱۳۹۶). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر پرخشگری در بین تماشاگران فوتبال». فصلنامه پژوهش‌های انتظام اجتماعی. ۹(۴)، صص ۳۵-۷۰.
- قاسمی، وحید؛ ذوالاکتاف، وحید و نورعلی‌وند، علی. (۱۳۸۸). «توصیف جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش فوتبال». نشریه المپیک. ۱(۴۵)، صص ۶۹-۷۹.
- قراخانو، رضا و نیسیان، فریده. (۱۳۸۸). «بررسی نگرش افشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان». نشریه پژوهش در علوم ورزشی. ۵(۱۷)، صص ۳۳-۵۰.
- قلیزاده، آذر و سیدصالحی، سپیده. (۱۳۹۴). «نقش برنامه‌های شبکه ورزش در ارتقای فرهنگ ورزشی زنان خانه‌دار منطقه پنج تهران». مجله مدیریت فرهنگی. ۹(۲۸)، صص ۲۳-۴۹.
- گری، شهلا؛ کلاته‌سیف‌ری، معصومه و رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۹۸). «ارائه مدل توسعه فوتبال ایران با تاکید بر مقدمات حضور تماشاگر». نشریه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۷(۲۶)، صص ۱۳۹-۱۵۱.
- محمدی‌ترکمانی، احسان؛ قربانی، محمدحسین؛ باقری، قدرت‌الله و سروش، سجاد. (۱۳۹۵). «طراحی مدل ارتقای سرمایه اجتماعی میان گروهی هواداران فوتبال». نشریه مدیریت سرمایه اجتماعی. ۳(۱)، صص ۸۹-۱۱۱.
- مردادی‌سیاسر، غلامرضا؛ عبدالرحمانی، رضا؛ پرویزی، غلامرضا و محمودی، محمود. (۱۳۹۷). «تأثیر شیوه‌های کنترلی پلیس و تصویرسازی رسانه‌ها در کاهش گرایش تماشاگران فوتبال ایران به خشونت و اوباشگری». فصلنامه پژوهش‌های انتظام اجتماعی. ۴، صص ۲۱۷-۲۴۰.
- منظمی، مریم؛ علم، شهرام و شتاب‌بوشهری، سیده‌ناهد. (۱۳۹۰). «تعیین عوامل مؤثر بر توسعه تربیت بدنی و ورزش بانوان جمهوری اسلامی ایران». نشریه مدیریت ورزشی. ۱۰، صص ۱۵۱-۱۶۸.
- نظری‌آزاد، معصومه؛ طالب‌پور، اکبر و کاشانی، مجید. (۱۳۹۸). «تحلیل جامعه‌شناختی از نابرابری جنسیتی در ورزش (از منظر زنان ورزشکار قهرمان ملی)». فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه. ۱۰(۴۰)، صص ۲۸۹-۳۱۵.
- نیگ‌گهر، عبدالحسین. (۱۳۸۳). مبانی جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات رایزن
- Bullen, P., Onyx, J. (1998). **Measuring Social capital in five communities in NSW. Neighbourhood and Community Centers.** Sydney, Australia: Publish by Manegement Alternatives Pty Ltd.
- Bushman, B. J., & Whitaker, J. L. (2016). "Media Influence on Behavior". *Journal of Encyclopedia of Human Behavior*, Amsterdam, USA, 571-575.
- Hill, B., & Green, B. C. (2000). "Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts". *Sport Management Review*, 3(2), 145-162.

- Kennedy, E., & Daim, T. U. (2010). **“A strategy to assist management in workforce engagement and employee retention in the high tech engineering environment”**. Evaluation and Program Planning, 33(4), 468-476.
- Khogaste, H. (2007). **“Principles for determining the content of local media with emphasis on radio”**. Journal of Communication Research, 44, 7 – 38.
- Klugman, M. (2017). **“Female Spectators, Agency, and the Politics of Pleasure: An Historical Case Study from Australian Rules football”**. The Journal of History of Sport, 33(17), 2087-2104.
- Koyuncuoglu, K., Goktas, Z., &Demir, E. (2014). **“Effects of the socio-economic-cultural structure of football spectators on the tendency towards violence (Manisaspor case)”**. Turkish Journal of Sport and Exercise, 16(2), pp: 41-49.
- Mac Callum, R.C., Widaman, K. F., Preacher, K.J., & Hong, S. (2005). **“Sample Size in Factor Analysis. The role of model error”**. Multivariate Behavioral Research, 36, 611-637.
- Martha, N., Tiago, B., Michael, B., Silvio, R. S., Jefferson, N. Q. A., & H, W., (2018). **“Brazil's football warriors: Social bonding and inter-group violence”**. Evolution and Human Behavior, 39(6), 675 – 683.
- Reahad, R. Elliot, M. & Upham, P. (2015). **“Assessing the structure of UK environmental concern and its association with proenvironmental behavior”**. Journal of Environmental Psychology. 43. 175 – 183.
- Theodorakis, N. D., Koustelios, A., Robinson, L., & Barlas, A. (2009). **“Moderating role of team identification on the relationship between service quality and repurchase intentions among spectators of professional sports”**. Managing Service Quality: An International Journal, 19(4), 456-473.
- Valéau, P., Mignonac, K., Vandenberghe, C., & Gatignon Turnau, A. (2013). **“A Study of the Relationships between Volunteers' Commitments to Organizations and Beneficiaries and Turnover Intentions”**. Canadian Journal of Behavioural Science, 45(2), 85 - 95.
- Zhou, R. & Kaplanidou, K. (2018). **“Building social capital from sport event participation: An exploration of the social impacts of participatory sport events on the community”**. Sport Management Review, 21(5), 491-503.

تحلیل فرصت های شرط بندی در سوارکاری استان گلستان

فاطمه شایگان^۱

مرتضی دوستی^۲



10.22034/SSYS.2022.648.1440

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۲/۱۰

پژوهش حاضر با هدف تحلیل فرصت های شرط بندی در سوارکاری استان گلستان به روش آمیخته انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه نخبگان دانشگاهی، چابکسواران، مربیان، تماشاگران، مالکان اسب و کارشناسان فعال در عرصه اسب دوانی استان گلستان بود. در مرحله اول پژوهش، از طریق مصاحبه با ۲۰ نفر از جامعه آماری، فرصت ها شناسایی شد. در مرحله دوم، فرصت های شناسایی شده توسط گروه دلفی در دو دور بررسی گردید. در مرحله نهایی، فرصت های شناسایی شده با استفاده از آزمون فریدمن در قالب نرم افزار SPSS رتبه بندی شد.

نتایج پژوهش نشان داد با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه سیاسی و حقوقی، برگزاری شرط بندی به صورت منسجم و قانونی با میانگین رتبه ای ۴/۶۳، در مؤلفه اقتصادی و زیرساختی، در نظر گرفتن اسب اصیل ترکمن به عنوان ثروت ملی و ابزاری جهت ورود به عرصه رقابت جهانی از نظر اقتصادی و ورزشی با میانگین رتبه ای ۱۴/۲۰، در مؤلفه اجتماعی، ضریب نفوذ سوارکاری در خانواده های ترکمن با میانگین رتبه ای ۷/۲۳، در مؤلفه فناوری، وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی با میانگین رتبه ای ۵/۴۳ و

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
۲- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)

در مؤلفه زیست محیطی، پتانسیل بسیار جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) با میانگین رتبه‌ای ۱/۵۵ بیشترین تاثیر را داشته‌اند. روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۶ نفر از اساتید رشته مدیریت ورزشی مورد بررسی قرار گرفت. پایایی کل پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار Spss 23، از طریق آزمون آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت و عدد ۰/۸۵ به دست آمد.

واژگان کلیدی: شرط بندی ورزشی، سوارکاری، گلستان و فرصت.

مقدمه

امروزه اسبدوانی و سوارکاری یکی از ورزش های رایج و تفریحات سالم است. صنعت اسب در دنیا همواره یکی از صنایع با اشتغال زایی و گردش مالی بسیار بوده است. پرورش اسب در حوزه گردشگری ورزشی و اکولوژیکی (اکوتوریسم) هم در دنیا اهمیت اقتصادی زیادی دارد. ورزش سوارکاری و پرورش اسب، نقشی اساسی در اقتصاد و شرایط اجتماعی جوامع ایفا می نماید. صنعت اسب در جهان بسیار پررونق بوده و همواره مورد توجه سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور قرار گرفته است (مولادوست و مقدسی، ۱۳۹۴).

ورزش سوارکاری باعث ایجاد اشتغال از طریق پرورش و نگهداری اسب و همچنین جذب تماشاگران و مشتاقان این رشته و رویدادهای مختلفی که در این صنعت وجود دارد می شود و می توان از این صنعت به منافع پولی قابل توجهی دست یافت (مولادوست و مقدسی، ۱۳۹۴).

استان گلستان با اتکا بر قابلیت ها و ظرفیت های طبیعی، جغرافیایی و گردشگری به عنوان قطب سوارکاری و ورزش های قهرمانی، تفریحی و همگانی کشور، مرکز عمده پرورش یکی از بهترین نژادهای اسب اصیل ایرانی یعنی اسب ترکمن می باشد. در این منطقه همه ساله به طور منظم در فصول بهار و پاییز مسابقات اسبدوانی برگزار می شود و علاقه مندان زیادی دارد. بی تردید، یکی از پتانسیل های بسیار قوی و توانمندی های ارزشمند و بالقوه در توسعه اقتصادی، اجتماعی، ورزشی و فرهنگی استان گلستان، توسعه صنعت اسب است. صنعت اسب به عنوان یک جاذبه طبیعی و اکوتوریسمی در کنار سایر جاذبه ها می تواند حجم قابل توجهی از گردشگران داخلی و خارجی علاقمند به اسب را جذب کند و حتی درآمد ارزی قابل توجهی نصیب کشور نماید (یزدانی، ۱۳۹۰).

شرط بندی ورزشی در کشورمان بخصوص در چند سال اخیر در شمال کشور رو به فزونی گذارده و آمارهای اعلام شده از سوی مراجع قضایی و سیاسی کشور گواه تبدیل شدن این پدیده به یک مسئله اجتماعی است (علیوردی نیا و همکاران، ۱۳۹۵). دستاورد اینترنت در اواسط دهه ۱۹۹۰، با میسر ساختن جهانی شدن بازار شرط بندی، به رشد فزاینده شرط بندی ورزشی کمک کرده است؛ به طوری که مرزهای ملی که زمانی ساختار پوششی و منظمی ارائه می دادند، اکنون دیگر قابلیت های شرط بندی افراد شرط بند را محدود نمی کنند. بازار بین المللی اکنون وجود دارد و افراد می توانند روی هر ورزشی که در هر جای دنیا و در هر زمانی بازی می شود، شرط بندی کنند (ریچ^۱، ۲۰۱۳). با توجه به اهمیت بالای ورزش در کشورهای مختلف و خیل عظیم هواداران در رشته های مختلف ورزشی، شرکت های بزرگ ورزشی، کارخانه های صنعتی، رسانه های گروهی و صنعت شرط بندی (سایت ها و بنگاه های شرط بندی فوتبال در دو شکل قانونی و غیرقانونی) نگاه ویژه ای به این عرصه داشته اند (دلانی^۲، ۲۰۰۸).

-
1. Reiche
 2. Delaney

در حال حاضر شرط بندی در بسیاری از کشورهای جهان در دو شکل قانونی و غیر قانونی آن صورت می گیرد. اولین مکان های شرط بندی در سال ۱۹۹۵ میلادی شکل گرفتند و در پایان سال ۱۹۹۶ در سراسر جهان ۱۵ سایت شرط بندی آنلاین شروع به فعالیت نمود که این رقم در سال ۲۰۰۲ به ۱۸۰۰ سایت شرط بندی رسید (ویلیامز^۱ و دیگران، ۲۰۰۷). بنابر آمار منتشر شده از سوی مراجع مرتبط، در حال حاضر ۲۸۲۸ سایت شرط بندی آنلاین با مجوز قانونی مشغول به فعالیت هستند. از میان این سایت های شرط بندی، ۹۵۷ کازینو، ۵۱۷ سایت شرط بندی ورزشی و ۵۲۴ سایت شرط بندی پوکر وجود دارد (مک گowan^۲، ۲۰۱۳). همچنین افرادی که به شرط بندی ورزشی مشغول هستند، ۹۴ میلیون دلار پول در سال ۲۰۰۶ صرف شرط بندی بر روی مسابقات فوتبال آمریکایی کرده اند. از سال ۲۰۰۳ تا سال ۲۰۱۰ منافع حاصل از شرط بندی اینترنتی ۱۹/۹ درصد بوده و در آماری دیگر منافع جهانی شرط بندی آنلاین ورزشی در سال ۲۰۰۴ را ۵۲/۳ درصد و در سال ۲۰۱۰ ۴۵/۴ درصد بیان کرده است. آمار نشان می دهد که قاره اروپا در سال ۲۰۱۰ با سود ۳۴/۳۴ درصد در مکان اول، قاره آسیا با سود ۳۱/۱۰ درصد در مرتبه دوم و قاره آمریکای جنوبی ۳۰/۸ درصد در مکان سوم قرار گرفته اند (مک گowan، ۲۰۱۳).

شرط بندی ورزشی یکی از محبوب ترین بخت آزمایی ها (لاتاری) در میان شرکت کنندگان دائمی و موقتی است. شرط بندی و ورزش، به دلیل علاقه مصرف کننده، مشارکت موقتی او و سهل گیری در عدم اطمینان از نتایج رقابت، طبیعتاً همواره با هم ارتباط داشته اند (کونینگ و ولزن^۳، ۲۰۰۹). توسعه در فناوری اطلاعات، صنعت بخت آزمایی را با نظر به شرط بندی ورزشی، قادر به بسط چشمگیر پیشنهادات تجاری کرده است (گینزبری^۴، ۲۰۱۲ و هینگ و همکاران^۵، ۲۰۱۶). چنین برآورد می شود که شرط بندی ورزشی آنلاین، تقریباً ۳۰-۵۰ درصد از تمام معاملات بخت آزمایی آنلاین را به خود اختصاص می دهد (انجمن بازی و شرط بندی اروپایی^۶، ۲۰۱۶) و انتظار می رود که این رقم همچنان افزایش داشته باشد (گینزبری، ۲۰۱۴؛ لوپز-گونزالز و همکاران^۷، ۲۰۱۸ و رادریگز و همکاران^۸، ۲۰۱۷). با توجه به افزایش سریع بازار شرط بندی ورزشی آنلاین و مصرف آن، مشاهده بالا رفتن گزارش شرط بندی ورزشی آنلاین به عنوان فعالیت اصلی بخت آزمایی که به این جامعه مشکل دار و در پی درمان آسیب می رساند، موضوع شگفت آوری نیست (بلسزینسکی و هانت^۹، ۲۰۱۱ و هینگ و همکاران، ۲۰۱۸).

-
1. williams
 2. Mc Gowan
 3. Koning and Velzen
 4. Gainsbury
 5. Hing et al.
 6. European Gaming and Betting Association
 7. Lopez-Gonzalez et al.
 8. Rodríguez, z. et al.
 9. Blaszczyński and Hunt

گرچه به لحاظ تاریخی، شرط بندی ورزشی به عنوان شکل پر خطر خاصی از بخت آزمایی شناخته نشده است (لوپز- گونزالز و همکاران، ۲۰۱۷)، اما بسیاری از محققان اینطور استدلال می کنند که گسترش و بسط ویژگی های ساختاری شرط بندی ورزشی آنلاین، به افزایش خطر آسیب های مرتبط با بخت آزمایی منتهی می شوند (هینگ و همکاران، ۲۰۱۶). مهم تر اینکه، در دسترس بودن آنی و تبدیل شرط بندی ورزشی آنلاین به سمت شکلی از بخت آزمایی مستمرتر عواملی هستند که احتمال افزایش رفتار بخت آزمایی نابسامان را بالا می برند (هینگ و همکاران، ۲۰۱۴؛ کیلیک و گریفیثز^۱، ۲۰۱۸؛ لوپز- گونزالز و همکاران^۲، ۲۰۱۸).

تحقیقات اخیر حاکی از آن است که شرط بندهای ورزشی آنلاین که مشکلات بخت آزمایی خیلی جدی تری داشتند، سهم بیشتری از شرط بندی شان را با استفاده از فناوری تلفن همراه انجام می دهند (لوپز- گونزالز و همکاران، ۲۰۱۸). ادبیات موجود نشان می دهد شرط بندی های ورزشی که به صورت آنلاین انجام شده اند در مقایسه با شرط بندی در محل را می توان بیش از پیش به صورت چیزی که در ذات خود تابع امیال غریزی است طبقه بندی کرد (هینگ و همکاران، ۲۰۱۸). این امر در تضاد مستقیم با توصیه های مربوط به بخت آزمایی مسئولانه است که اساساً انتخاب های شرط بندی آگاهانه را می سازد و شرط بندی را درون حد و مرز با زمان و هزینه معین، مشخص و قابل فراهم حفظ می کند (هینگ و همکاران، ۲۰۱۶). تحقیقات اخیر در استرالیا نشان داده است که بین یک سوم تا نصف شرط بندی های آنلاین، از نظر شرکت کننده ها، شرط بندی هایی تابع امیال غریزی هستند و انتخاب های شرط بندی همراه با ارزیابی آگاهانه نیستند- این کاملاً تصدیق شده است که شرط بندی غریزی، پیش بین مسائل بخت آزمایی است (هینگ و همکاران، ۲۰۱۶).

چنین تصور می شد که تغییر ساختاری شرط بندی ورزشی آنلاین در سال های اخیر، همراه با عوامل موقعیتی متغیر در بخت آزمایی آنلاین، بخش بیشتری از شرط بندی های غریزی آنلاین را میسر می سازند (هینگ و همکاران، ۲۰۱۸). برای مثال، لوپز- گونزالز و گریفیثز (۲۰۱۶) گزارش دادند که استفاده از گردش پول الکترونیک، در دسترس بودن آنی و جاری و افزایش چشمگیر بازار بخت آزمایی از عواملی هستند که شرط بندی ورزشی آنلاین غریزی را میسر می سازند. شاید بتوان گفت که مهم ترین تغییر شرط بندی ورزشی در زمینه فناوری اطلاعات مدرن، شرط دسترسی آنی به بازارهای شرط بندی زنده و ظرفیت بازارهای شرط بندی زنده در نقدینگی قبل از وقفه رویدادهای ورزشی است (لوپز- گونزالز و همکاران، ۲۰۱۸).

استان گلستان، یکی از مهم ترین مراکز پرورش اسب به شمار می آید و مردم منطقه علاقه فراوانی به این امر دارند. سوارکاری در میان مردم این استان به خصوص اقوام ترکمن از ضریب نفوذ بسیار بالایی برخوردار است. با توجه به ظرفیت بالای سوارکاری استان گلستان و برگزاری کورس های سوارکاری، اهمیت موضوع شرط بندی در کورس های سوارکاری گلستان، حضور افراد زیادی برای شرط بندی و گردش مالی بالایی که در هنگام شرط بندی وجود دارد و نیز با توجه به فراز و نشیب های سوارکاری در این خطه و ناکافی بودن پژوهش های انجام گرفته در این زمینه، محقق

1. Killick and Griffiths

2. Lopez-Gonzalez and Griffiths

امیدوار است با انجام این پژوهش فرصت های شرط بندی در سوارکاری استان گلستان را از دیدگاه جامعه ورزش سوارکاری استان و همچنین مدیران، کارشناسان، مربیان و چابکسواران ارزیابی کند و عواملی را که می تواند موجب استفاده بهینه از فرصت ها در سوارکاری این استان شود، شناسایی نماید. حال این سؤال پیش می آید با توجه به این که استان گلستان از مهم ترین قطب های سوارکاری در کشور می باشد و همچنین وجود پیست های سوارکاری و چابکسواران حرفه ای به عنوان پتانسیل های سوارکاری استان، آیا انجام شرط بندی در این مسابقات فرصت هایی را در بردارد؟

طبق تحقیقات (گریفیتز^۱، ۲۰۰۳؛ گریفیتز و پارک، ۲۰۰۲؛ گریفیتز و وود، ۲۰۰۰) بسیاری از بخت آزمایی های ورزشی در سراسر دنیا به دو شکل خریداری می شوند: (الف) نمایندگی های فروش سستی؛ (ب) وب سایت ها. بخت آزمایی اینترنتی می تواند یکی از آسان ترین شکل های بخت آزمایی از نظر پنهان بودن از دوستان و خانواده باشد. بنا بر یافته ها، طبیعت واسطه و تجربه شرط بندی اینترنتی که آسان، به راحتی در دسترس، ناشناس، جذب کننده و بالقوه راحت تر قابل پرداخت است، شرط بندی مشکل دار را تسهیل می کند.

پتری و همکاران^۲ (۲۰۰۴) طی پژوهشی دریافتند که ابتلا به شرط بندی مشکل ساز در بین زنان بسیار شدیدتر از مردان است. طبق گزارش مرکز اعتیاد و سلامت ذهنی کانادا (۲۰۰۶) تمام کسانی که در شرط بندی افراط می کنند، مشابه نیستند و مشکلاتشان نیز شباهتی به هم ندارد.

طبق پژوهش های دیگر (بلازینسکی و همکاران، ۲۰۰۴)، منع بخت آزمایی مسئله ساز شامل طیفی از اقدامات نوآورانه می شود که هدف از هر یک، کاهش آسیب احتمالی بخت آزمایی قانونی است. اقدامات مبتنی بر به حداقل رساندن آسیب در حوزه اختیارات بین المللی را می توان به سه نوع اصلی تقسیم کرد: برنامه های پیشگیری اولیه، ثانویه و درجه سوم. هر یک از اینها، مجموعه اهداف و شاخص های پیامد خودش را دارد. پیشگیری اولیه، اقدام برای منع افراد از میان عامه مردم از درگیر شدن در بخت آزمایی مسئله ساز است. منع ثانویه، تلاش برای منع توسعه شرط بندی مسئله ساز در افرادی با عوامل خطر بالاست. منع درجه سوم، اقدام به متوقف کردن و تغییر جهت دادن بالقوه مسائلی است که در بخت آزمایی مسئله ساز موجود اتفاق می افتد. رویکرد دیگر طبقه بندی های برنامه پیشگیری، بر طبیعت اقدامات مبتنی است که هم می تواند آموزش محور باشد هم سیاست محور.

طبق پژوهش های اسمیتون و گریفیتز^۳ (۲۰۰۴) برای پیشگیری از دردرساز شدن شرط گذاران، بعضی از عوامل توزیع بخت آزمایی ورزشی، با محدود کردن فعالیت های بخت آزمایی از شرط بندی آنلاین، ارزیابی های احتیاطی را صورت داده اند. برای مثال، شرکت بازی های علمی، اپراتور بخت آزمایی ورزشی پیشتاز در دنیا، بخت آزمایان را با معیارهایی مثل توزیع کارت بازیکن، لزوم تأیید سن، تعیین حدود حداکثر نرخ شرط بندی و به اجرا در آوردن ممنوعیت خود، محدود کرده اند. گرچه چنین مواردی وجود دارد، اما بیشتر عوامل توزیع بخت آزمایی ورزشی، مسئولیت اجتماعی شان را در قبال قماربازها و اجتماع نادیده می گیرند. تحقیق بر روی ۳۰ کمپانی

1. Griffiths

2. Petry et al.

3. Smeaton and Griffiths

شرط بندی ورزشی نشان داد که سایت های خیلی کمی هستند که خود را درگیر اقدامات مسئولانه اجتماعی می کنند و برای حمایت از بخش های آسیب پذیر شرط گذاران اقدامات بیشتری می توان صورت داد.

نیل و دیگران^۱ در مطالعه ای (۲۰۰۵) به این نتیجه رسیدند که شرط بندی به دو شکل شرط بندی های تفریحی (مانند شرط بندی که بین دو دوست و یا دو همکار بر سر نتیجه یک مسابقه صورت می گیرد و منافع حاصل از آن می تواند شامل وجه نقدی، صرف شام و ... باشد) و شرط بندی پاتولوژیک (طی آن فرد با بی پولی مواجه می گردد و وقت زیادی را صرف شرط بندی می کند که پیامد هایی برای فرد قمار باز، دیگران و جامعه دارد) طبقه بندی می گردد.

در پژوهش بیند^۲ (۲۰۰۵) پیرامون قمار در کلیه فرهنگ ها، در برخی از کشورها همانند آمریکا بخت آزمایی قانونی است و در برخی کشورها مانند مالزی ویا شهری وجود دارد که دسترسی به آن ها آزاد و قمار قانونی است. همچنین در تعدادی از کشورها مانند کشورهای شمال آفریقا، خاورمیانه، ایران تا غرب هند (به غیر از لاتاری) غیرقانونی است. در برخی دیگر از کشورها مانند ایران، عراق و افغانستان، با وجود غیر قانونی و حرام بودن قمار براساس دین اسلام، شرط بندی روی مسابقات اسب سواری، شنا و تیر اندازی مجاز است. در کشورهایی که قمار غیر قانونی است، معمولاً بخت آزمایی به صورت زیرزمینی انجام می گیرد. به عنوان مثال، در ایران قمار (مثل قاپ، تاس و شرط بندی بر حیوانات) به عنوان بخشی از سنت های محلی در میان برخی از اقشار جامعه همچنان وجود دارد.

در مطالعه گارسپا و رودریگوئز^۳ (۲۰۰۷) و گارسپا و همکارانش (۲۰۰۸)، دلایلی مبنی بر مکمل های مهم بین تماشا یا پیگیری رویدادهای ورزشی و شرط بندی ورزشی در لاکوینلا در اسپانیا گزارش شد. هیچ گونه شواهد رسمی برای این مکمل ها در دیگر کشورها وجود ندارد.

در پژوهش سیمونز (۲۰۰۷) عوامل موثر بر قوانین شرط بندی تحلیل شده است. او تنش بین مصرف کننده ها، یعنی کسانی که شرط بندی انحصاری با حامی مالی ایالت را منبع عواید می بینند، شناسایی کرد. فعالیت های شرط بندی غیر قانونی ورزشی در بسیاری از کشورها به ویژه در ایالات متحده به چشم می خورد.

بر اساس تحقیقات ویلیامز و همکاران (۲۰۰۷)، اقدامات آموزشی با هدف ارتقای دانش فردی، نگرش ها، باورها و مهارت های زندگی برای منصرف کردن از شرط بندی مسئله ساز شکل گرفته اند؛ در حالی که اقدامات سیاسی هدفی مبتنی بر پیشگیری شرط بندی مسئله ساز از طریق تغییر کنترل محیط خارجی در جهت کاهش دادن یا محدود کردن موجودیت و فراهم سازی بخت آزمایی هستند.

به عقیده دلانی^۴ و همکاران (۲۰۰۸) ورزش، بستری مناسب برای شرط بندی فراهم می کند. بازی های هفتگی، اهمیت هر مسابقه برای قمار باز را تضمین می کند. بخت آزمایان همچون هواداران ورزشی، نتایج مسابقات را دنبال می کنند، پیگیر مصدومیت بازیکنان هستند و حتی به وضعیت جوی مسابقه که به احتمال زیاد بر روی نتیجه بازی اثرگذار است، توجه دارند در

1. Neal et al.
2. Binde
3. Garcia and Rodriguez
4. Delaney

حقیقت، امروزه قشر جوان با تنوعی از فرصت های شرط بندی رو به روست و بسیاری از آن ها در اشکال متنوعی از شرط بندی مشغول می گردند (ترنر^۱ و دیگران، ۲۰۰۷).

مرور پیشینه پژوهش های اخیر درباره شرط بندی نشان می دهد که در بین عوامل تسهیل کننده ابتلا به شرط بندی مشکل ساز، عواملی مانند سن پایین، مرد بودن، تحصیلات کم، متاهل یا مجرد بودن، درآمد پایین و توانایی سازگاری پایین قرار دارند. (جانسون^۲ و همکاران، ۲۰۰۹؛ برگ^۳ و همکاران، ۲۰۰۴؛ مسرلیان^۴؛ واینستاک^۵ و همکاران، ۲۰۰۸).

لاپلانت^۶ (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی ارتباط انواع قمار با اختلال مرتبط با آن و همچنین قمار مشکل ساز پرداخته و فرض کرده که برخی از انواع قمارها احتمال اعتیاد به قمار را افزایش می دهند. در این پژوهش بین انجام قمار در کازینوها (قمارخانه) و بخت آزمایی ها در مردان، انجام بازی با ماشین های قمار و بینگو و بخت آزمایی در زنان، همچنین مشارکت فعالانه در قمار مثل بازی های راهبردی در مردان و بازی های مبتنی بر شانس در زنان و میزان مبلغ شرط بندی در قمار با افزایش میزان اختلالات مرتبط با قمار و یا قمار مشکل ساز ارتباط معناداری وجود داشت. در مطالعه موردی که در سال ۲۰۰۴ انجام شده، هیچ رابطه معناداری بین نقش فرهنگ در قمار و قمار مشکل ساز وجود نداشته است.

در مطالعه شید^۷ و دیگران (۲۰۱۰) به فراهم بودن فرصت های شرط بندی به عنوان عاملی مهم برای آغاز مشارکت در فعالیت های شرط بندی اشاره شده است. به عقیده پژوهشگران، وجود فرصت های ساختاری بالقوه، علت اصلی شکل گیری شرط بندی های ورزشی است.

فورست و پرز^۸ (۲۰۱۱) براین باورند که وجود مسابقات خبرساز با کوین شرط بندی، حجم شرط بندی ها را بر روی لاکوینیا که یک بازی شرط بندی فوتبال است و توسط لاتاری ملی اسپانیایی اجرا می شود، بالا می برد.

نتایج مطالعه مورگاس (۲۰۱۵) پیرامون قمار و آسیب های مرتبط با آن در کشورهایی که قمار در آن ها قانونی است، نشان داد که زنان دارای اختلالات مرتبط با قمار یک سوم کل افراد دارای اختلالات مرتبط با قمار را تشکیل می دهند. آنها بازی های غیر راهبردی و کاملاً مبتنی بر شانس را که نقش غیر فعالی در آن ها دارند را به بازی های راهبردی ترجیح می دهند- در حالی که مردان بازی های راهبردی را که نیاز به مهارت فردی دارند مثل بازی با کارت که باید نقش فعالانه ای در آن داشته باشند، ترجیح می دهند.

ادرین وجوناتان^۹ (۲۰۱۹) در مطالعه ای با عنوان «تبدیل شرط بندی ورزشی به بخت آزمایی سریع و مستمر: بررسی نظری ریشه دار شرط بندی ورزشی مسئله دار در موقعیت های آنلاین» دریافتند که توجه ها باید به سمت خلق مکانیسم هایی جهت کاهش الگوهای شرط بندی ورزشی آنلاین

-
1. Turner
 2. Johansson
 3. Burge
 4. Messerlian
 5. Weinstock
 6. Laplante
 7. shead
 8. Forrest and perez
 9. Adrian and Jonathan

مستمر معطوف باشد و این کار با بالا بردن وقفه در بازی در ساختار فعالیت و با توانمند ساختن مشتریان برای محدود کردن کاربست ویژگی های مرتبط با بازی نابسامان مثل شرط بندی زنده امکانپذیر است.

در پژوهش علیپوردی نیا و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «تبیین شرط بندی ورزشی دانشجویان دانشگاه رشت از دیدگاه نظریه یادگیری اجتماعی ایکرز» مشخص شد که میزان مشارکت دانشجویان در فعالیت های شرط بندی و میزان تمایل به چنین فعالیت هایی در بستری اجتماعی صورت می گیرد و تغییر چنین الگوی رفتاری منبعث از محیط اجتماعی در وهله اول نیازمند الگوسازی فرهنگی مناسب و در وهله دوم برنامه های پیشگیرانه حمایتی برای گروه های هدف است.

نتایج مطالعه معصومه معارف وند و دیگران (۱۳۹۵) با عنوان «مطالعه کیفی انواع قمار و پیامدهای آن» نشان داد که قمار قانونی (شامل شرط بندی روی مسابقات اسب دوانی، شنا و تیراندازی) و قمار غیر قانونی شامل (شرط بندی روی جنگ حیوانات، شرط بندی روی بازی با ورق، شرط بندی روی ورزش ها، شرط بندی روی بازی هایی که در آن ها تاس یا کارت به کار می رود، قاپ بازی و یا شرط بندی روی پلاک ماشین) دو نوع اصلی قمار در ایران هستند. قمار غیر قانونی و زیر زمینی و چالش های تامین امنیت آن و عوارض قمار در ایران دو مضمون اصلی این مطالعه بودند.

کارکن و همکاران (۱۳۹۲) به این نتیجه رسیدند که رویدادهای ورزش اسبدوانی استان گلستان بر توسعه گردشگری تاثیر بسزایی دارد.

همچنین یافته های پژوهشی که به بررسی نقش اسب اصیل ترکمن و تعاونی های پرورش اسب در توسعه گردشگری خارجی پرداخته بود نشان داد که صنعت اسب ایران به عنوان یک جاذبه طبیعی و اکوتوریسمی در کنار سایر جاذبه ها می تواند حجم قابل توجهی از افراد علاقمند به اسب را به کشور جذب کند و درآمد ارزی قابل توجهی نصیب کشور نماید. سوارکاری یکی از مهم ترین رویدادهای ورزشی دنیا با جذابیت و هیجانات فراوان و با پتانسیل بسیار بالا برای جذب گردشگر از سراسر دنیا است (یزدانی، ۱۳۹۰).

بر اساس تحقیقات قره باش (۱۳۹۵) استان گلستان به عنوان یکی از مهم ترین مراکز پرورش اسب ترکمن با داشتن جاذبه های گردشگری طبیعی، پتانسیل بسیاری جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) دارد. با اتکا بر قابلیت ها و ظرفیت های طبیعی، جغرافیایی و گردشگری خود به عنوان قطب سوارکاری ورزشی قهرمانی، تفریحی و همگانی کشور، در بردارنده معتبرترین مراکز پرورش اسب و سوارکاری در سطح ملی و منطقه ای و بزرگترین مراکز پرورش اسب اصیل ایرانی است. بنابراین برای شکوفایی و رونق صنایع و حرف نوین مرتبط با صنعت اسب و سوارکاری در این استان نیاز به برنامه ریزی راهبردی است. در همین عرصه، شناسایی و معرفی توانمندی های گردشگری اسب های ایرانی به عنوان یک منبع و جاذبه گردشگری منحصر به فرد و خاص قلمرو فرهنگی ایران می تواند برای ایران اسلامی بسیار سودمند واقع شود.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. مصاحبه هایی که انجام شد به صورت توصیفی و برای جمع آوری اطلاعات می باشد و تحلیل آن از طریق بررسی اطلاعاتی است که از دل مصاحبه ها به دست آمده است. روش پژوهش برحسب نحوه گردآوری داده ها، آمیخته و از لحاظ هدف، کاربردی محسوب می شود. جامعه آماری این تحقیق را کلیه نخبگان دانشگاهی (۱۰ نفر)، چابکسواران (۴۰ نفر)، مربیان (۱۰۰ نفر)، تماشاگران (بیش از ۵۰۰ نفر)، مالکان

اسب (بیش از ۱۰۰۰ نفر)، کارشناسان (۱۰۰ نفر) اسب دوانی گلستان تشکیل می دادند. نمونه آماری در این تحقیق شامل نخبگان دانشگاهی (۲ نفر)، چابکسواران (۴ نفر)، مربیان (۲ نفر)، تماشاگران (۵ نفر)، مالکان اسب (۲ نفر) و کارشناسان اسب دوانی (۵ نفر) استان گلستان بودند. در بخش کیفی، تعداد ۲۰ مصاحبه انجام شد و در بخش کمی، با همین تعداد افراد کار به پایان رسید. روش نمونه گیری در این پژوهش، هدفمند و در دسترس بود. در مرحله اول، مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۲۰ نفر از جامعه آماری انجام و پس از اشیاع نظری، مصاحبه ها متوقف شد. در این مرحله فرصت های شرط بندی سوارکاری گلستان شناسایی شد. در مرحله بعد از طریق تکنیک دلفی (دومرحله) به استخراج فرصت های شرط بندی در سوارکاری گلستان پرداخته شد. در مرحله اول بخش دلفی پرسشنامه حاصل از عوامل شناسایی شده در مصاحبه با پاسخ بلی / خیر برای استخراج عوامل اصلی فرصت های شرط بندی سوارکاری گلستان و مرحله دوم به صورت طیف پنج گزینه ای لیکرت برای رتبه بندی این عوامل در بین گروه دلفی (۲۰ نفر) توزیع شد. برای تعیین روایی پرسشنامه با ۶ تن از اساتید مدیریت ورزشی مشورت گردید و بعد از اعمال کلیه پیشنهادات اصلاحی و تغییرات ضروری، پرسشنامه مورداستفاده قرار گرفت - پرسشنامه مورد نظر شامل ۵ بعد و ۳۷ متغیر می باشد. همچنین پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد ($\alpha=0/85$). برای تجزیه تحلیل داده ها، در مصاحبه پس از اجرا و ویرایش مصاحبه ها، نظرات مختلف در گروه های مفهومی یکسان، طبقه بندی و به صورت کیفی تحلیل شدند و در مرحله اول بخش دلفی پس از اعمال نظر گروه دلفی، مواردی که بیش از ۶۰ درصد پاسخ مثبت بودند، برای مرحله نهایی در پرسشنامه باقی ماندند. در مرحله دوم دلفی تجزیه تحلیل داده ها از طریق آزمون فریدمن و در قالب آمار توصیفی و استنباطی و در قالب نرم افزار SPSS انجام شد.

یافته های پژوهش

در جدول ۱ ویژگی های جمعیت شناختی نمونه پژوهش آمده است:

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی نمونه پژوهش

درصد	فراوانی	متغیر	
۴۰	۸	۳۵-۲۵	سن
۳۰	۶	۴۵-۳۶	
۲۰	۴	۵۵-۴۶	
۱۰	۲	۵۶ و بالاتر	
۱۰۰	۲۰	مرد	جنسیت
۰	۰	زن	
۱۵	۳	۵-۱	سابقه
۲۰	۴	۱۰-۶	
۳۵	۷	۱۵-۱۱	
۵	۱	۲۰-۱۶	
۲۵	۵	۲۰ به بالا	تحصیلات
۵۵	۱۱	دیپلم و پایین تر	
۲۰	۴	لیسانس	
۱۰	۲	کارشناسی ارشد	
۱۵	۳	دکتر	

جدول ۱ نشان می‌دهد بیشترین افراد در دامنه سنی ۲۵-۳۵ سال با ۴۰ درصد و کمترین تعداد در دامنه سنی ۵۶ سال به بالا با ۱۰ درصد قرار دارند. در بخش جنسیت، مردان حضور داشتند و درصد ۱۰۰ را به خود اختصاص دادند. در بخش میزان سابقه در فعالیت های سوارکاری نیز بین ۱۱-۱۵ سال با ۳۵ درصد بالاترین و ۲۰-۱۶ سال با ۵ درصد کمترین میزان را به خود اختصاص دادند. همچنین در زمینه تحصیلات، دیپلم و پایین تر با ۵۵ درصد بیشترین و کارشناسی ارشد با ۱۰ درصد کمترین میزان را به خود اختصاص دادند.

جدول ۲: درصد عوامل (دور اول دلفی)

شاخص‌ها	مؤلفه	ردیف	متغیرهای شناسایی شده	درصد
فرصت‌های شرط بندی سوارکاری گلستان	سیاسی و حقوقی	۱.	برگزاری شرط بندی به صورت منسجم و قانونی	۱۰۰
		۲.	حضور نیروهای امنیتی به منظور تامین امنیت و جلوگیری از شرط بندی های غیر قانونی	۱۰۰
		۳.	تعدیل و بروزرسانی قوانین در حوزه شرط بندی	۱۰۰
		۴.	آوردن اسب ها برای شرکت در مسابقات از سراسر ایران	۸۰
		۵.	جذب و توسعه گردشگر ورزشی با ایجاد هیجان و درآمد	۸۵
		۶.	ایجاد فرصت شغلی از طریق شرط بندی	۱۰۰
		۷.	غنی سازی اوقات فراغت مردم منطقه و درآمد از محل شرط بندی	۹۵
		۸.	زمینه برای افزایش درآمد مردم بومی منطقه و کمک به اقتصاد محلی	۱۰۰
		۹.	توسعه باشگاه های سوارکاری برای پرورش اسب و ایجاد اصطبل های استاندارد در سطح بین المللی	۸۰
		۱۰.	علاقمندی سرمایه گذاران غیر بومی در مسابقات و شرط بندی	۸۰
		۱۱.	شناخت نسبی پیش بینی کنندگان از توانایی و قدرت اسب های شرکت کننده در مسابقه	۷۰
		۱۲.	شناخت نسبی پیش بینی کنندگان از توانایی و مهارت چابکسواران	۷۰
	اقتصادی و زیر ساختی	۱۳.	معرفی صحیح و کامل اسب ها، چابکسواران و پرورش دهندگان توسط گزارشگر حاضر در ورزشگاه جهت اتخاذ تصمیم درست برای شرط بندی	۹۵
		۱۴.	پرداخت جوایز شرط بندی به موقع و منصفانه	۹۰
		۱۵.	تقویت توانایی های پیش بینی در شرط بندی کنندگان از طریق آموزش	۹۵
		۱۶.	وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی	۱۰۰
		۱۷.	فراهم آوردن زمینه های ایجاد اشتغال دائم فصلی و نیمه وقت	۹۵

	برای نیروی انسانی با تخصص کم و آموزش متوسط		
۹۰	کاهش نرخ بیکاری	۱۸.	
۹۵	علاقه نژاد ترکمن به سوارکاری و شرط بندی	۱۹.	
۱۰۰	ایجاد زمینه برای عمومی سازی اسب دوانی در استان گلستان	۲۰.	
۹۵	برگزاری جشنواره همگانی استعدادیابی و پرورش نونهالان علاقتمند به این رشته	۲۱.	
۹۰	ضرب نفوذ سوارکاری در خانواده های ترکمن	۲۲.	
۷۵	همجورای با کشور ترکمنستان که در زمینه صنعت اسب پیشگام هستند	۲۳.	اجتماعی
۹۵	برگزاری مسابقات محلی سوارکاری به مناسبت های جشن های عروسی و تولد و شرط بندی روی آن	۲۴.	
۹۰	نقش مهم مراکز سوارکاری در زمینه حفظ فرهنگ جامعه	۲۵.	
۹۰	افزایش چاپ نشریات و کتب حوزه شرط بندی در سوارکاری	۲۶.	
۹۰	برگزاری همایش های سوارکاری و صنعت اسب	۲۷.	
۷۵	تقویت مشروعیت شرط بندی و اقبال عمومی	۲۸.	
۹۰	موانع فرهنگی کم در استان گلستان در زمینه شرط بندی	۲۹.	
۸۵	تاسیس مراکز تحقیقاتی و پژوهشی در باشگاه های سوارکاری	۳۰.	
۹۰	وجود باجه های شرط بندی منظم و پر تعداد در ورزشگاه	۳۱.	
۹۵	توزیع به موقع و مناسب برگه های شرط بندی	۳۲.	
۹۵	افزایش روحیه ریسک پذیری در شرط بندی بوسیله افزایش اطلاعات در دسترس	۳۳.	
۹۵	اینترنتی شدن شرط بندی و عدم نیاز به حضور فیزیکی پیش بینی کنندگان در پیست	۳۴.	فناوری
۹۵	وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی	۳۵.	
۱۰۰	اشراف پیش بینی کنندگان بر توانایی و مهارت چابکسواران از طریق معرفی و بیوگرافی	۳۶.	
۱۰۰	داشتن جاذبه های گردشگری طبیعی فراوان از جمله: جنگل، کوه، دریا و جلگه های سرسبز	۳۷.	زیست محیطی

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می شود، همه متغیرهای شناسایی شده در فرصت های مرحله دلفی دارای حداقل ۶۰ درصد پاسخ مثبت بودند و متغیرهای شناسایی شده برای مرحله بعد در پرسشنامه باقی ماند.

رتبه بندی مولفه های فرصت های ابعاد تحقیق

جدول ۳: اولویت بندی فرصت های شرط بندی سوارکاری در مولفه سیاسی و حقوقی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه سیاسی و حقوقی
۱	۴/۶۳	برگزاری شرط بندی به صورت منسجم و قانونی
۲	۳/۹۸	حضور نیروهای امنیتی به منظور تامین امنیت و جلوگیری از شرط بندی های غیر قانونی
۳	۳/۶۵	تعدیل و بروزرسانی قوانین در حوزه شرط بندی

در جدول ۳، با توجه به میانگین رتبه های مؤلفه سیاسی و حقوقی، برگزاری شرط بندی به صورت منسجم و قانونی با میانگین رتبه ای ۴/۶۳، بیشترین تاثیر و تعدیل و بروزرسانی قوانین در حوزه شرط بندی با میانگین رتبه ای ۳/۶۵ کمترین درصد را به خود اختصاص داده است.

۲۴۹

جدول ۴: اولویت بندی فرصت های شرط بندی سوارکاری در مولفه اقتصادی و زیر ساختی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه اقتصادی و زیرساختی
۱	۱۳	جذب و توسعه گردشگر ورزشی با ایجاد هیجان و درآمد
۲	۱۲/۸۸	پتانسیل قوی، توانمند و بالقوه در توسعه اقتصادی، اجتماعی، ورزشی و فرهنگی استان
۳	۱۲/۵۰	غنی سازی اوقات فراغت مردم منطقه و درآمد از محل شرط بندی
۴	۱۲/۲۰	آوردن اسب ها برای شرکت در مسابقات از سراسر ایران
۵	۱۲	پتانسیل رشته سوارکاری برای احداث مرکز خرید و فروش اسب و نیز برگزاری جشنواره زیبایی اسب
۶	۱۱/۸۳	توسعه باشگاه های سوارکاری برای پرورش اسب و ایجاد اصطبل های استاندارد در سطح بین المللی
۷	۱۱/۵۰	فراهم آوردن زمینه های ایجاد اشتغال دائم فصلی و نیمه وقت برای نیروی انسانی با تخصص کم و آموزش متوسط
۸	۱۱/۱۰	ایجاد فرصت شغلی از طریق شرط بندی
۹	۱۰/۹۸	وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی
۱۰	۹/۷۸	واگذاری مجموعه های سوارکاری به بخش خصوصی و طرح سرمایه گذاری بلند مدت

۱۱	۹/۷۰	تقویت توانایی های پیش بینی در شرط بندی کنندگان از طریق آموزش
۱۲	۹/۵۵	کاهش نرخ بیکاری
۱۳	۹/۵۰	زمینه برای افزایش درآمد مردم بومی منطقه و کمک به اقتصاد محلی
۱۴	۸/۶۵	پرداخت جوایز شرط بندی به موقع و منصفانه
15	۸/۴۸	علاقمندی سرمایه گذاران غیر بومی در مسابقات و شرط بندی
۱۶	۶/۶۰	شناخت نسبی پیش بینی کنندگان از توانایی و مهارت چابکسواران
۱۷	۶/۵۶	معرفی صحیح و کامل اسب ها، چابکسواران و پرورش دهندگان توسط گزارشگر حاضر در ورزشگاه جهت اتخاذ تصمیم درست برای شرط بندی
۱۸	۵/۹۰	شناخت نسبی پیش بینی کنندگان از توانایی و قدرت اسب های شرکت کننده در مسابقه

در جدول ۴، با توجه به میانگین رتبه های مؤلفه اقتصادی و زیرساختی، جذب و توسعه گردشگر ورزشی با ایجاد هیجان و درآمد با میانگین رتبه ای ۱۳، بیشترین تاثیر و شناخت نسبی پیش بینی کنندگان از توانایی و قدرت اسب های شرکت کننده در مسابقه با میانگین رتبه ای ۵/۹۰، کمترین تاثیر را دارا هستند.

جدول ۵: اولویت بندی فرصت های شرط بندی سوارکاری در مولفه اجتماعی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه اجتماعی
۱	۷/۲۳	ضریب نفوذ سوارکاری در خانواده های ترکمن
۲	۶/۹۵	علاقه نژاد ترکمن به سوارکاری و شرط بندی
۳	۶/۹۵	همجواری با کشور ترکمنستان که در زمینه صنعت اسب پیشگام هستند
۴	۶/۷۸	برگزاری جشنواره همگانی استعدادیابی و پرورش نونهالان علاقمند به این رشته
۵	۶/۶۵	افزایش چاپ نشریات و کتب حوزه شرط بندی در سوارکاری
۶	۶/۶۰	ایجاد زمینه برای عمومی سازی اسب دوانی در استان گلستان
۷	۶/۰۸	برگزاری همایش های سوارکاری و صنعت اسب
۸	۵/۴۰	نقش مهم مراکز سوارکاری در زمینه حفظ فرهنگ جامعه
۹	۵/۱۸	تقویت مشروعیت شرط بندی و اقبال عمومی
۱۰	۴/۱۳	برگزاری مسابقات محلی سوارکاری به مناسبت های جشن های عروسی و تولد و شرط بندی روی آن
۱۱	۴/۰۸	موانع فرهنگی کم در استان گلستان در زمینه شرط بندی

در جدول ۵، با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه اجتماعی، ضریب نفوذ سوارکاری در خانواده های ترکمن با میانگین رتبه‌ای ۷/۲۳، بیشترین تاثیر و موانع فرهنگی کم در استان گلستان در زمینه شرط بندی با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۸، کمترین تاثیر را دارا هستند.

جدول ۶: اولویت بندی فرصت‌های شرط بندی سوارکاری در مؤلفه فناوری

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه فناوری
۱	۵/۴۳	وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی
۲	۴/۵۰	تاسیس مراکز تحقیقاتی و پژوهشی در باشگاه های سوارکاری
۳	۴/۱۰	ایسترنی شدن شرط بندی و عدم نیاز به حضور فیزیکی پیش بینی کنندگان در پیست
۴	۳/۸۸	اشراف پیش بینی کنندگان بر توانایی و مهارت چابکسواران از طریق معرفی و بیوگرافی
۵	۳/۶۸	افزایش روحیه ریسک پذیری در شرط بندی بوسیله افزایش اطلاعات در دسترس
۶	۳/۳۰	وجود باجه های شرط بندی منظم و پر تعداد در ورزشگاه
۷	۳/۱۳	توزیع به موقع و مناسب برگه های شرط بندی

در جدول ۶، با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه فناوری، وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی با میانگین رتبه‌ای ۵/۴۳، بیشترین تاثیر و توزیع به موقع و مناسب برگه های شرط بندی با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۳، کمترین تاثیر را دارا هستند.

جدول ۷: اولویت بندی فرصت‌های شرط بندی سوارکاری در مؤلفه زیست محیطی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه زیست محیطی
۱	۱/۵۵	پتانسیل بسیار جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم)
۲	۱/۴۵	داشتن جاذبه های گردشگری طبیعی فراوان از جمله: جنگل، کوه، دریا و جلگه های سرسبز

در جدول ۷، با توجه به میانگین رتبه‌ای مؤلفه زیست محیطی، پتانسیل بسیار جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) با میانگین رتبه‌ای ۱/۵۵، بیشترین تاثیر و داشتن

جاذبه های گردشگری طبیعی فراوان از جمله: جنگل، کوه، دریا و جلگه های سرسبز با میانگین رتبه ای ۱/۴۵، کمترین تاثیر را دارا هستند.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش، تحلیل فرصت های شرط بندی سوارکاری استان گلستان بود. نتایج نشان داد که اولین و مهم ترین مؤلفه سیاسی و حقوقی، برگزاری شرط بندی به صورت منسجم و قانونی می باشد.

برگزاری شرط بندی به صورت منسجم از طریق رعایت استانداردهای فدراسیون سوارکاری از جمله میکروچیپ گذاری اسب ها، تست دوپینگ، استاندارد سازی پیست های سوارکاری، ممانعت از شرط بندی به صورت مجزا از مجموعه و گروه محوره انجام می پذیرد که با نتایج پژوهش معصومه معارف وند و همکاران (۱۳۹۵) همخوان است.

در مؤلفه اقتصادی و زیرساختی، جذب و توسعه گردشگر ورزشی با ایجاد هیجان و درآمد بیشترین تاثیر را دارد. این تحقیق با پژوهش کارکن و همکاران (۱۳۹۲) و یزدانی (۱۳۹۰)، همسو می باشد.

با توجه به میانگین رتبه ای در مؤلفه اجتماعی، ضریب نفوذ سوارکاری در خانواده های ترکمن بیشترین تاثیر را داراست. طبق پژوهش های انجام شده توسط کارکن (۱۳۹۰)، ضریب نفوذ سوارکاری در اقوام ترکمن مهم ترین مؤلفه اجتماعی می باشد. سوارکاری نیز به نوعی معرف فرهنگ استان گلستان می باشد که با دارا بودن سه میدان ملی و برگزاری مسابقات جذاب و دیدنی اسب دوانی هزاران نفر را از تمام نقاط کشور حتی کشورهای همسایه به خود جلب نموده است. این تحقیقات با پژوهش لایلا کارکن (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه فناوری، وجود مربیان مجرب برای شناسایی و آموزش چابکسواران جهت شرکت در مسابقات شرط بندی با میانگین رتبه ای ۵/۴۳، بیشترین تاثیر را دارد. بحث مربیگری در ورزش یکی از مهمترین موضوعاتی است که دنیای امروز ورزش به ضرورت آن پی برده و از این رو سرمایه گذاری های زیادی بر روی این مقوله مهم انجام می گیرد. درک نقش و وظایف مربی، مسئولیت ها، معیارها و ضوابط اخلاقی او برای توسعه و پیشرفت سوارکاری بسیار اهمیت دارد. همین طور تأثیر زیادی بر پیشرفت و بهبود تکنیکی و تاکتیکی مهارت های چابکسواران و نتایج آنها می گذارد.

طبق تحقیقات میدانی محقق، در استان گلستان چابکسواران معمولاً از سنین بسیار کم وارد مسابقات می شوند و سطح سواد پایینی (زیر دیپلم) دارند. لذا قالب شخصیتی آنها به طور کامل شکل نیافته است. پس وظیفه مربی در رشد و توسعه شخصیت چابکسواران بسیار مهم می باشد. مشکلات مربوط به رشد شخصیتی چابکسواران می تواند سطح کیفی مسابقات را به طور چشمگیری پایین آورد. مربی می تواند با قالب ریزی شخصیت چابکسوار و رشد صفات اخلاقی از جمله نظم برای حضور در تمرین و جلسه های تئوری، شجاعت، پشتکار، پایداری و تلاش و ... به کیفیت مسابقات کمک کند.

بسیار ضروری است که یک مربی به عنوان یک آموزگار، خوب آموزش دیده باشد و از نظر شخصیتی از رشد بالایی برخوردار باشد. ظاهر، رفتار، اعمال و تصمیمات او باید ممتاز و نمونه باشد.

مربیان باید بر تئوری های سوارکاری و نظریه های علمی تسلط کامل داشته و نیز با مواردی از جمله: نگهداری و بهداشت اسب، آشنایی با لوازم سوارکاری، نحوه نزدیک شدن به اسب، زین گذاری و نحوه استفاده از ابزار سواری، هدایت اسب به سمت مانژ، نحوه سواره و پیاده شدن و نشست صحیح، کار زمینی با اسب (قدم، یورتمه، چهارنعل) و رفتار صحیح با اسب پس از تمرین، آشنایی کامل داشته باشند، زیرا بروز سانحه در ورزش سوارکاری، می تواند خطرات جانی یا حتی آسیب دیدگی دائمی به همراه داشته باشد. به همین دلیل مربیان باید با تمامی تکنیک ها آشنا باشند و بتوانند آنها را به طور کامل به چابکسواران انتقال دهند.

طبق پژوهش انجام شده وجود مربیان مجرب و کارآزموده برای شناسایی و آموزش چابکسواران به طور مستقیم تأثیر بسزایی در شرط بندی دارد. هرچه سطح کیفی و تکنیکی چابکسواران بالاتر باشد، می توانند تماشاگران بیشتری را جذب کنند و هیجان مسابقات را بالاتر ببرند. در نتیجه، حجم شرط بندی بیشتر گردد.

با توجه به میانگین رتبه ای مؤلفه زیست محیطی، پتانسیل بسیار جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) با میانگین رتبه ای ۱/۵۵، بیشترین تأثیر را داشته است. هر ساله تعداد بسیار زیادی گردشگر از کشورهای ثروتمند دنیا به سراسر نقاط جهان سفر می کنند و برای حجم انبوهی از نیازهای متنوع خود مبالغ بالایی را هزینه می کنند. این مبالغ آنقدر از نظر عددی بالاست که امروزه از صنعت گردشگری به عنوان یکی از سه رشته فعالیت بزرگ پولساز یاد می شود. استان گلستان به عنوان یکی از مهم ترین مراکز پرورش اسب ترکمن با داشتن جاذبه های گردشگری طبیعی فراوان از جمله: جنگل، کوه، دریا، جلگه های سرسبز و دشت های هموار، از پتانسیل بسیاری جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) برخوردار است. یافته های تحقیق حاضر با پژوهش های بهنام یزدانی (۱۳۹۰)، آشور محمد قره باش (۱۳۹۵) و کارکن و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد.

درمجموع با توجه به فرصت ها شناسایی شده در مطالعه حاضر، به مدیران ورزشی کشور و استان گلستان پیشنهاد می گردد با در نظر گرفتن اولویت های ارائه شده در این پژوهش و پژوهش های مشابه اقدام به برنامه ریزی های راهبردی نمایند تا درنهایت با تقویت فرصت های شرط بندی موجبات رشد و شکوفایی در سوارکاری استان گلستان فراهم آید.

با توجه به یافته های این پژوهش در بخش فرصت های شرط بندی و مؤلفه ها و عوامل تأثیرگذار بر فرصت های شرط بندی سوارکاری استان گلستان، توصیه می شود که مسئولان به عوامل مهمی مانند برگزاری مسابقات به صورت منسجم و قانونی و یکپارچه نمودن تمامی پیش بینی کنندگان در سامانه، برگزاری دوره های تخصصی مربیگری و نیز شرکت دادن مربیان در دوره های آموزشی خارج از کشور، ایجاد فرصت شغلی از طریق شرط بندی و نیز غنی سازی اوقات فراغت مردم منطقه، زمینه افزایش درآمد مردم بومی منطقه و کمک به اقتصاد محلی از طریق جذب گردشگر ورزشی و شرکت کردن در پیش بینی، و پتانسیل بسیار جهت تلفیق گردشگری ورزشی و طبیعی (اکوتوریسم) با توجه به داشتن جاذبه های گردشگری طبیعی فراوان از جمله: جنگل، کوه، دریا و جلگه های سرسبز اهتمام بیشتری بورزند.

با توجه به ضریب نفوذ بالای سوارکاری در خانواده های ترکمن و شور و اشتیاق فراوان آنها جهت حضور در میادین سوارکاری و شرکت در شرط بندی، در صورت ایجاد یک سیستم شرط بندی کارآمد و منسجم می توان از این پتانسیل به عنوان یک فرصت برای توسعه سوارکاری در استان گلستان بهره جست.

منابع

- پهلوان زاده، حمیده و محمدی استادکلایه، امین. (۱۳۹۰). «بررسی فرصت ها و چالش های پرورش اسب در توسعه گردشگری استان گلستان». مجموعه مقالات اولین همایش ملی صنعت اسب و اسب داری ایران. دانشگاه گنبد کاووس. صص ۵۱-۶۳.
- علیوردی نیا، اکبر؛ ملک دار، اعظم و حسنی، محمدرضا. (۱۳۹۵). «تخلقات رایانه ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران: آزمون تجربی نظریه یادگیری اجتماعی ایکرز». مجله جامعه شناسی ایران. ۱۵(۲)، صص ۲۴-۵۶.
- علیوردی نیا، علی اکبر. (۱۳۹۵). «تبیین شرط بندی های ورزشی دانشجویان دانشگاه رشت از دیدگاه نظریه های یادگیری اجتماعی ایکرز». راهبرد فرهنگ. (۳۵)، صص ۱۱۵-۱۴۸.
- قره باش، آشورمحمد. (۱۳۹۵). «نقش پرورش اسب در توسعه گردشگری و اشتغالزایی استان گلستان». دومین همایش ملی اقتصاد کلان ایران.
- کارکن، لیلا؛ زیتونلی، عبدالحمید و اسدی، حمید. (۱۳۹۲). «تأثیر رویداد ورزشی اسب دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان». رویکرد نوین در مدیریت ورزشی. ۱(۲)، صص ۹-۱۷.
- کشکر، سارا؛ قاسمی، حمید؛ محمدی، لیلا و بجانی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). «مقایسه ویژگی های رفتاری شرکت کنندگان در پیش بینی نتایج رقابت های فوتبال با توجه به ویژگی های جامعه شناختی و وضعیت بازاریابی این مسابقات». دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ۴(۱)، صص ۹۹-۱۱۵.
- معارف وند، معصومه. (۱۳۹۵). «مطالعه کیفی انواع قمار و پیامدهای آن». فصلنامه مددکاری اجتماعی. ۵(۳)، صص ۴۱-۵۰.
- معارف وند، معصومه؛ مردانه جبه دار، مارال؛ زمانی، زهره و مرشدی، زهره. (۱۳۹۵). «قمار در ایران». فصلنامه مددکاری اجتماعی. ۵(۳)، صص ۴۱-۵۰.
- مولا دوست، کیومرث و مقدسی، رضا. (۱۳۹۴). «تبیین اقتصادی صنعت اسب ایران (مطالعه موردی: واردات)». اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی. صص ۱-۷.
- مولا دوست، کیومرث و مقدسی، رضا. (۱۳۹۴). «تبیین راه های توسعه صنعت اسب کاسپین؛ مسئولیت های اساسی دولت». دامپزشکی و بهداشت. صص ۲۵-۲۹.
- یزدانی، بهنام. (۱۳۹۰). «نقش اسب اصیل ترکمن و تعاونی های پرورش اسب در توسعه گردشگری خارجی و ثروت افزایی». مجموعه مقالات اولین همایش ملی صنعت اسب و اسب داری ایران. دانشگاه گنبد کاووس، صص ۵۱-۶۳.
- “Adolescents 1997–2008”. International Journal of Social Welfare. 20(1), 75–86
- Binde, P. (2005). “Gambling across cultures: Mapping worldwide occurrence and learning from ethnographic comparison”. International Gambling Studies, 5(1), 1-27
- Delaney, T. (2008). **Basic Concepts of Sports Gambling: An Exploratory Review**. State University of New York at Oswego

- Forrest, D. and Simmons, R. (2003). **“Sport and gambling”**. Oxford Review of Economic Policy, 19, 598–611.
- Hardoon, K. K., Gupta, R. & Derevensky, J. L. (2004). **“Psychosocial Variables Associated with Adolescent Gambling”**. Psychology of Addictive Behaviors. 18 (2) , 170–179
- Kristiansen, S. & Jensen, S. M. (2011). **“Prevalence of Gambling Problems among Adolescents in the Nordic Countries: An Overview of National Gambling Surveys 1997–2009”**.
- Lastra, R., Bell, P., & Bond, C. (2018). **“Sports betting and the integrity of Australian sport: Athletes' and non-athletes' perceptions of betting-motivated corruption in sport”**. International Journal of Law, Crime and Justice, 52, 185-198.
- Lee, G.; R. Akers. & Borg, M. (2004). **“Social Learning and Structural Factors in Adolescent Substance Use”**. Western Criminology Review. 5(1), 17-34.
- Lee, K.M., Guo, S., Manning, V., Thane K., & Wong, K.E. (2011). **“Are the**
- **Lesieur, H. R. (1988). Altering the DSM-III criteria for pathological gambling”**. Journal of Gambling Behavior, 4, 38–47.
- Loo, J., Raylu, N., & Oei, T. (2008). **“Gambling among the Chinese: A comprehensive review”**. Clinical Psychology Review, 28, 1152–1166.
- Moragas, L., Granero, R., Stinchfield, R., Fernández-Aranda, F., Fröberg, F., Aymamí, N., Del Pino-Gutiérrez, A. (2015). **“Comparative analysis of distinct phenotypes in gambling disorder based on gambling preferences”**. BMC psychiatry, 15(1), 86.
- Neal, P., Delfabbro, P., & O’Neil, M. (2004). **“Problem gambling and harm: A national definition.”** Adelaide, Australia: South Australian Centre for Economic Studies.
- Neal, P.; P. H. Delfabbro. & O’Neil. M. (2005). **“Problem Gambling and Harm: Towards a National Definition”**. Gambling Research Australia: Melbourne.
- Petry, N. M., Stinson, F. S., & Grant, B. F. (2005). **“Comorbidity of DSM-IV pathological gambling and other psychiatric disorders: Results from the national epidemiologic survey on alcohol and related conditions”**. The Journal of Clinical Psychiatry, 66(5), 564–574.
- Reiche, D. (2013). **“The prohibition of online sports betting: a comparative analysis of Germany and the United States”**. Eur. Sport Manage. Q. 13 (3), 293–314.
- Rickwood, D.; A. Blaszczyński; P. Delfabbro; N. Dowling & Heading, K. (2010). **“The Psychology of Gambling, APS Review Paper Final”**. Singapore changing, 52(6), 428-431.
- Shaffer, H. J. & Hall, M. N. (2010). **“Updating and Refining Prevalence Estimates of Disordered Gambling Behavior in the**

United States and Canada". Canadian Journal of Public Health, 92, 168-172.

- Shead, N. W.; J. L. Derevensky. & Gupta, R. (2010). **"Risk and Protective Factors Associated with Youth Gambling"**. International Journal of Adolescent Medicine and Health, 22, 39-58.
- **"Singapore changing?"** (2011). Singapore Med J, 52(6) , 428-431.
- Smeaton, M., & Griffiths, M. D. (2004). **"Internet gambling and social responsibility: An exploratory study"**. Cyber Psychology and Behavior, 7, 49-58.
- Stinchfield, R. (2003). **"Reliability, validity, and classification accuracy of a measure of DSM-IV diagnostic criteria for pathological gambling"**. The American Journal of Psychiatry, 160(1), 180-182.
- Stinchfield, R., Govoni, R., & Frisch, G. R. (2004). **"Screening and assessment instruments"**. In J. E. Grant & M. N. Potenza (Eds.), *Pathological gambling: A clinical guide to treatment*. Washington, DC: American Psychiatric Association. 207-231
- Stinchfield, R., Govoni, R., & Frisch, G. R. (2005). **"DSM-IV diagnostic criteria for pathological gambling: Reliability, validity, and classification accuracy"**. The American Journal on Addictions, 14(1), 73-82.
- Turner, N., Ialomiteanu, A. Paglia-Boak, A. & Adlaf, E. (2011). **"A Typological Study of Gambling and Substance Use among Adolescent Students"**. Journal of Gambling Issues. 25, 88-108
- Vacek, H. (2011). **The History of Gambling**. Center for Christian Ethics at Baylor University.
- Volberg, R. A., & Young, M. M. (2008). **"Using the South Oaks Gambling Screen vs. the Canadian Problem Gambling Index in problem gambling screening and assessment"**. Guelph: The Ontario Problem Gambling Research Centre.
- Volberg, R., GuptaGriffiths, M. D., Olason, D. & Delfabbro, P. (2010). **"An International Perspective on Youth Gambling Prevalence Studies"**. International Journal of Adolescent Medicine and Health, 22, 3-38.
- Williams, R. J.; West, B. L. & Simpson, R. I. (2007). **"Prevention of Problem Gambling: A Comprehensive Review of the Evidence"**. Report prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre. Guelph, Ontario, Canada.

شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

علی اصغر دورودیان^۱

معصومه شهبازی^۲

موسی اکبری^۳



10.22034/SSYS.2022.1556.2080

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۲۶

فرآیند پیش‌بینی و پیشگیری از وقوع بحران، برخورد و مداخله در بحران و سالم سازی بعد از وقوع بحران را «مدیریت بحران» گویند. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی) بود. این تحقیق به شیوه آمیخته با استفاده از روش مقایسه‌های زوجی انجام شد. جامعه آماری در دو بخش کیفی و کمی بود. مدیران و صاحبانظران و کارشناسان مرتبط با حوزه مدیریت بحران اماکن ورزشی در بخش کیفی (روش دلفی) ۲۰ نفر و در بخش کمی نیز مدیران و مسئولان ورزشی مجموعه آزادی و اساتید دانشگاه با تخصص مدیریت ورزشی به تعداد ۳۰ نفر بودند که به شیوه هدفمند انتخاب شدند. ابزار تحقیق، روش کتابخانه‌ای و پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها بود. در این تحقیق شناسایی عوامل با روش دلفی انجام گرفت و سپس با استفاده از روش AHP عوامل

۱- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Doroudian1980@gmail.com

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

شناسایی شده اولویت بندی شدند. نتایج نشان داد که عوامل موثر در مدیریت بحران شامل تغییر و بازنگری در قوانین موجود (۴ مشخصه)، تامین منابع مالی مورد نیاز (۳ مشخصه)، بهره گیری از نیروی متخصص (۴ مشخصه)، برگزاری دوره های آموزشی و آموزش دادن (۳ مشخصه)، بهره گیری از تجهیزات و تاسیسات استاندارد (۵ مشخصه) و وجود منابع ایمنی و بهداشتی (۵ مشخصه) بودند. اولویت بندی کلی نشان داد تغییر و بازنگری در قوانین موجود در رتبه اول قرار دارد. بدین ترتیب، پیشنهاد می گردد بهره مندی از نیروهای متخصص و آموزش مستمر آنها در الویت مدیران اماکن ورزشی قرارگیرد.

واژگان کلیدی: مدیریت بحران، روش دلفی و تحلیل سلسه مراتبی.

مقدمه

مدیریت بحران، یکی از موضوعات مهمی است که در طول سال‌های اخیر با تاکید بیشتری مورد توجه کارورزان حوزه عمل و اندیشه قرار گرفته است. بحران‌ها بخشی از فضای کار هستند و حذف تمامی بحران‌هایی که سازمان را تهدید می‌کند ناممکن است (جاکوز، ۲۰۱۰). عملیات مدیریت بحران، سازمان را قادر می‌سازد تا پاره‌ای از بحران‌ها را از میان بردارد، برخی دیگر را به گونه‌ای مؤثر اداره کند و ابزار لازم برای یادگیری کامل و سریع از بحران‌های واقع شده را در اختیار بگیرد. فراهم کردن امنیت و جلوگیری از به وقوع پیوستن بحران در اماکن ورزشی و برقراری نظم و انضباط در ورزشگاه‌ها هنگام برگزاری مسابقات، یکی از مهمترین دغدغه‌های مدیران ورزشی در شرایط کنونی است. نکته حائز اهمیت این است که هر چه رویدادها و مسابقات ورزشی از نظر گستردگی برگزاری و اهمیت در سطح بالاتری قرار داشته باشند، امکان بروز مشکلات و بحران بیشتر می‌گردد. به عبارت دیگر، بحران به صورت بخش جدایی ناپذیر و طبیعی رویدادها و فعالیت‌های مختلف جوامع درآمده است. بحران‌ها دیگر ویژگی غیرعادی، کمیاب و اتفاقی برای جامعه جهانی تلقی نمی‌شوند، بلکه در تاروپود جوامع مدرن رخنه کرده‌اند. نباید فراموش کرد که بیشتر بحران‌های بزرگ که بسیاری از رویدادها و یا حتی حیات سازمان‌ها را با خطرات جدی رو به رو نموده است، به طور اتفاقی و تصادفی رخ نداده‌اند، بلکه بحران‌هایی بوده‌اند که مدیران و افراد هیئت مدیره‌شان در روی دادن آن بحران‌ها به طور سهو دخالت داشته‌اند. (کلایس، ۲۰۱۷) رشد فوق العاده ورزش‌های تجاری و برگزاری مسابقات ورزشی در قالب لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال، والیبال، گلف، دو و میدانی، بسکتبال، بوکس و دیگر رشته‌های ورزشی میلیون‌ها تماشاچی را به ورزشگاه‌ها می‌کشاند. مردم، ورزش، تیم‌های ورزشی و قهرمانان را دوست دارند و از آنان حمایت و پشتیبانی می‌کنند. رسانه‌ها با تبلیغات وسیع برای جذب تماشاگر و کسب درآمد از طریق ورزش اقدام می‌کنند (اصغری اعلایی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران و مسئولان اماکن ورزشی، ایجاد مکانی امن برای کاربران این اماکن می‌باشد. توجه به نکات ایمنی در ساخت اماکن ورزشی، به کارگیری تجهیزات ورزشی مناسب، نگهداری مناسب اماکن ورزشی، داشتن جدول زمان بندی برای تعمیر اماکن ورزشی و استفاده از مدیران متخصص برای اداره این اماکن می‌تواند از بروز بسیاری از آسیب‌ها و حوادث در این اماکن جلوگیری نماید. بنا برآنچه مطرح شد در طرح مسئله تحقیق با سه مفهوم اساسی سروکار داریم که عبارت‌اند از: اماکن ورزشی، مدیریت ایمنی و یا بحران و عوامل بحران‌زا. اماکن ورزشی به مکان‌ها یا فضاهایی اطلاق می‌شود که بستر اجرای فعالیت‌های ورزشی هستند و کیفیت آنها بر اجرای تمرین‌ها و برگزاری مسابقات ورزشی تأثیر مستقیم دارد. اگر از زاویه بالا به سطح زمین نگریسته شود، سه دسته کلی از اماکن ورزشی بر روی زمین به چشم می‌خورد که هر دسته دارای ویژگی‌هایی است که آن را از سایرین جدا می‌کند: الف) اماکن ورزشی طبیعی مثل کوه‌ها، سرزمین‌های برف گیر، دریاچه‌ها و دریاها؛ ب) اماکن ورزشی روباز احداثی مانند زمین فوتبال، پیست دومیدانی و استخرهای روباز؛ پ) اماکن ورزشی سرپوشیده مثل سالن‌های ورزشی، استخرهای سرپوشیده، زورخانه‌ها و (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۰). بحران، حادثه‌ای است که به

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

طور طبیعی یا توسط بشر به صورت ناگهانی و یا فراینده به وجود آمده و سختی و مشقتی را به جامعه انسانی تحمیل نماید؛ به طوری که جهت برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اساسی و فوق العاده باشد. مدیریت بحران، علمی کاربردی است که به وسیله مشاهده سیستماتیک بحران ها و تجزیه و تحلیل آنها در جستجوی یافتن ابزاری است که به وسیله آنها بتوان از بروز بحران ها پیشگیری و یا در صورت بروز آن در جهت کاهش آثار آن آمادگی لازم، امدادرسانی سریع و بهبودی اوضاع اقدام نمود (حسینی، ۱۳۸۷). یکی از راه های جلوگیری از بحران، ایمنی و امنیت است. ایمنی و امنیت عبارت است از: میزان درجه دور بودن از خطر که در تعریف علمی ایمنی آمده است. درواقع شرایطی است که دارای پتانسیل رساندن آسیب به کارکنان، تجهیزات و ساختمان ها و از بین بردن مواد با کاهش کارایی در اجرای یک وظیفه از پیش تعیین شده می باشد. مدیریت، مسئول ایمنی و امنیت کارکنان و افراد حاضر در مکان است. همان گونه که یک مدیر برای بهره وری و سودآوری مسئولیت سنگین دارد، در مورد ایمنی و امنیت نیز چنین وضعیتی صادق است. تولید از دست رفته ممکن است از طریق بهبود مدیریت مجدداً به دست آید، اما هیچ راهی برای جبران تلفات انسانی که در نتیجه بروز حوادث حاصل می شود، وجود ندارد. تجارت گسترده بازیکنان توسط شبکه های تجارت بین المللی و نفوذ شرکت های بزرگ چندملیتی، بسیاری از بازی ها و مسابقات جهانی را تحت نفوذ خود درآورده است. در بسیاری از موارد حمایت های مالی، خرید و فروش بازیکنان، پخش تلویزیونی و ماهواره ای بازی ها توسط مؤسسات تجاری و حتی نهادهای دولتی رایج شده است. بسیاری از مسابقات به صورت زنده از شبکه های تلویزیونی و ماهواره ای پخش می شوند و مردم شاهد صحنه های بسیار زیبا، جذاب و خیره کننده قهرمانان هستند. در کنار این همه زیبایی و شور و نشاط، متأسفانه صحنه های زشت و ناهنجار مشاهده می شود. موارد متعددی از پرتاب یا انفجار مواد منفجره مثل بمب های دست ساز در میدان های ورزشی در حین برگزاری مسابقات ورزشی اتفاق افتاده است. زد و خورد بین هواداران باشگاه ها و دعواهای خیابانی که امنیت جانی و سرمایه های مجموعه های ورزشی را به خطر می اندازد و زیبایی های ورزش را تحت تأثیر قرار می دهد (نادریان جهرمی و همکاران، ۱۳۹۲).

فراهانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیل عوامل بحران در ورزش همگانی» اظهار می دارند که ۹ عامل بحران را در حیطه ورزش همگانی ایران براساس اولویت عبارت اند از: ضعف برنامه ریزی، نگرش نامناسب جامعه، ضعف نیروی انسانی، ضعف هماهنگی، مشکلات زیرساختی، مسائل مالی، مشکلات ساختاری و قانونی، ضعف نظام ارتباطی و عملکرد ضعیف رسانه ها. کازوهیکو^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «مدیریت بحران برای تجهیزات ورزش همگانی» که با روش مصاحبه با افراد نخبه انجام شد، اظهار می دارد که شیوه همگانی مدیریت ژاپنی و به کار گماردن افراد متخصص در جهت ارزیابی اولیه همه ابعاد بحران در دستور کار قرار می گیرد و در نهایت برای کاستن از دامنه بحران، در کوتاه ترین زمان ممکن این موارد رفع می شود تا بر روحیه جمعی نیز تأثیر منفی نگذارد (کازوهیکو، ۲۰۱۲). رید و ریچی^۲ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «مدیریت ورزشی؛ نگرش های حوادث مدیریتی، عقاید و محدودیت های

1. Kazuhiko
2. Reid & Ritchie

ادراک شده» اظهار می دارد که شیوه برخورد مدیران در برخورد با حوادث و بحران‌های ورزشی تا حد زیادی متأثر از باورها و شیوه‌های عقیدتی است که آنها در برخورد با مسائل درک کرده اند و برآن اساس رفتار می‌کنند- البته اندازه بحران نیز در این معادله بی تاثیر نیست(رید و ریچی، ۲۰۱۱).

ورزشگاه آزادی معروف به «ورزشگاه یک صدهزار نفری»، ورزشگاه ملی و بزرگترین ورزشگاه ایران است. این ورزشگاه برای میزبانی بازی‌های آسیایی ۱۹۷۴ که در تهران برگزار گردید، ساخته شد. این ورزشگاه در واقع بخشی از مجموعه ورزشی آزادی است که بازی‌های خانگی تیم ملی فوتبال ایران و همچنین دو تیم بزرگ پایتخت‌نشین - استقلال و پرسپولیس- در این ورزشگاه برگزار می‌شود. طبق گزارشی که در مهرماه سال ۱۳۹۲ در بلیچر رپورت منتشر شد، ورزشگاه آزادی در میان ۲۰ ورزشگاه برتر جهان جای گرفت. همچنین این ورزشگاه برای مدت زیادی در رسانه‌های مطرح جهان از جمله گاردین به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین ورزشگاه‌های جهان مطرح بود. ورزشگاه آزادی تهران از نظر استانداردها و ضوابط کنفدراسیون فوتبال آسیا، دارای نمره A- است. زمان تخلیه برای ورزشگاه ۱۱ دقیقه محاسبه شده است. تونل‌ها و راهروهای ورزشگاه به گونه‌ای پیش‌بینی شده‌اند که وسایل نقلیه مانند آتش‌نشانی، تیزکاری و همچنین کانتینرهای مخصوص تلویزیون می‌توانند در هنگام لزوم تا نزدیک جایگاه بیایند. گنجایش این ورزشگاه ۷۸۱۱۶ صندلی است. تا پیش از نصب صندلی در ورزشگاه، گنجایش این ورزشگاه ۱۰۰ هزار نفر بود، اما پس از نصب صندلی و اعلام تعداد دقیق صندلی‌ها، گنجایش اسمی ورزشگاه به ۷۸۱۱۶ نفر کاهش یافت. طرح ورزشگاه براساس دید کامل برای همه تماشاچیان در نظر گرفته شده است؛ به طوری که بیشترین دید تماشاچی از مرکز زمین در شمال و جنوب ۱۳۶ متر و در شرق و غرب ۱۲۶ متر است.(ویکی پدیا فارسی، ۱۰ آذر ۱۳۹۹)

مشاهدات نشان می دهد در ایران و در جریان مسابقات مختلف، شاهد درگیری مکرر تماشاچیان با یکدیگر و نیروهای امنیتی، ضرب و شتم و مجروحیت تماشاچیان و بازیکنان، پرتاب اشیای خطرناک به داخل زمین بازی، بر زبان آوردن الفاظ رکیک از طرف تماشاچیان و بازیکنان و مریبان، حمله به وسایل و تجهیزات ورزشگاه‌ها مانند صندلی ها و به طور کلی خشونت هم در بین تماشاچیان و هم بازیکنان افزایش یافته است. این موارد بسیار نگران کننده و گاهی بحرانی است. ازاین رو، در همه مسابقات و برای اجرای همه برنامه‌های ورزشی اقداماتی ضروری به منظور اطمینان از امنیت در استادیوم‌ها و محوطه ورزشگاه‌ها در برابر حوادث احتمالی باید انجام گیرد. در بسیاری از کشورها موضوع برقراری امنیت و جلوگیری از شرایط بحرانی در مسابقات در اولویت قرار گرفته است. در سال‌های اخیر و با همه گیر شدن ورزش حرفه ای و روی آوردن تماشاچیان به این ورزش‌ها که همراه با پوشش رسانه‌ای است، انواع بحران‌ها نیز گریبان اماکن ورزشی را گرفته است مانند شلوغی و ازدحام در این مکان‌ها که گاهی با انواع درگیری ها بین تیم های رقیب همراه است. مدیریت کردن بحران‌ها در اماکن ورزشی یکی از مسائل اساسی است که می‌تواند باعث پایین آوردن مسایل خطرآفرین در این مکان ها شود و در نهایت بر زیبایی‌های ورزشی می افزاید و حاشیه بر متن نمی چربد. نتایج این تحقیق می تواند برای مجموعه‌های ورزشی اثر بخش باشد و میزان رضایت مندی عوامل مختلف همچون تماشاچیان و ورزشکاران را به همراه داشته باشد. از سوی دیگر، نتایج این تحقیق می تواند در پایین آوردن میزان صدمات و مخاطرات برای افراد حاضر در این مجموعه‌ها مورد استفاده مدیران و مسولان قرار بگیرد. پایین

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

آمدن میزان تلفات و صدمات در این مجموعه ها می تواند در پوشش های خبری و رسانه ای و افکار عمومی مردم و جامعه تاثیر گذار باشد.

بروز بحران در میادین ورزشی دلایل خاص خود را دارد و مدیریت آن نیز مدیریت ویژه ای را طلب می کند. بحران هایی که در زمینه ورزش به وجود می آید، اغلب دلایل گوناگونی دارد. لذا سوال اصلی این تحقیق، این است:

عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی- که در این تحقیق، ورزشگاه صد هزار نفری آزادی انتخاب شده است- کدام اند و چگونه می توان آنها را اولویت بندی کرد؟

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نوع تحقیق توصیفی- پیمایشی می باشد. این تحقیق به شیوه کیفی و کمی با استفاده از روش مقایسه های زوجی انجام شد؛ بدین معنا که افراد صاحب نظر و متخصص در این زمینه به سوالات منتخب و عوامل انتخاب شده وزن دادند. جامعه آماری این تحقیق در دو بخش کیفی، مدیران و صاحب نظران و کارشناسان مرتبط با حوزه مدیریت بحران اماکن ورزشی و در بخش کمی مدیران و مسئولان ورزشی مجموعه آزادی و اساتید دانشگاه بودند. از روش دلفی در جمع آوری نظرات پیرامون موضوعات خاص و یافتن توافق جمعی درباره موضوعات مورد اختلاف استفاده شد. روش دلفی علاوه بر اینکه یک روش آینده پژوهی است، یکی از پرکاربردترین روش های تحقیق کیفی نیز محسوب می شود. در این روش هیئت پنل هایی از متخصصان تشکیل می شود. مبنای این روش، جمع آوری نظرات و رسیدن به اجماع گروهی بین شرکت کنندگان در پنل است. از آنجا که مشارکت کنندگان در موضوع مورد بحث، افرادی مطلع و خبره هستند، ایده هایی که در این روش جمع آوری می شوند بسیار سودمند خواهند بود. نتیجه اینکه روش دلفی به خصوص در موضوعاتی که پژوهش اندکی بر روی آنها انجام شده یا مبهم و بحث برانگیزند، راهگشا خواهد بود. در روش دلفی، ۵ نفر از اساتید صاحب نظر و ۱۵ کارشناس خبره در این زمینه طی سه دور نظر دادند و سپس برای روش AHP^۱ تعداد ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری، پرسشنامه ای را تکمیل کردند. شیوه نمونه گیری، انتخابی هدفمند بود و تعداد سوالات پرسشنامه ۲۷ گویه بود که در قالب ۶ عامل اصلی دسته بندی شدند. در این تحقیق شناسایی عوامل با روش دلفی انجام و سپس با استفاده از روش AHP و به کارگیری نرم افزار Expert Choice11 عوامل شناسایی شده اولویت بندی شدند.

یافته های پژوهش

در این پژوهش ابتدا به شناسایی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی (مطالعه موردی: ورزشگاه صد هزار نفری ورزشی آزادی) از طریق بررسی اسناد و مطالعه منابع پرداخته شد. در مرحله دوم با روش دلفی به غربال گری عوامل شناسایی شده اقدام و در نهایت موارد شناسایی شده اولویت بندی گردید. در جدول ۱ عوامل موثر بر مدیریت بحران بر پایه روش دلفی و نظر سنجی از صاحب نظران و متخصصان آمده است:

جدول ۱: طبقه بندی عوامل سانشنایی شده موثر در مدیریت بحران

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گزاره‌های منطقی (کداولیه)
عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی	تغییر و بازنگری در قوانین موجود	تصویب قوانین در زمینه آشنایی با مباحث مدیریت بحران در ورزش
		اتخاذ سیاست های حمایتی در جهت مدیریت بحران
		بازنگری آیین نامه های موجود با توجه به شرایط موجود
		ملزم کردن مسئولان به برگزاری دوره های آموزشی جهت آشنایی با مدیریت بحران کارکنان
		اطلاع رسانی درمورد اجزای مدیریت بحران
	تامین منابع مالی مورد نیاز	تعیین بودجه مالی از طریق وزارت ورزش و جوانان برای بحث مدیریت بحران در ورزشگاه آزادی
		تخصیص دادن قسمتی از درآمدهای حاصله به مدیریت بحران ورزشگاه آزادی
		ملزم کردن حامیان مالی به اختصاص دادن قسمتی از هزینه حمایت مالی به مدیریت بحران ورزشگاه آزادی
	بهره گیری از نیروی متخصص	استخدام نیروهای متخصص در بحث اماکن ورزشی
		بهره گیری از کارکنان توانمند در بحث آشنایی به اماکن ورزشی
		استفاده از مدیران متخصص و تحصیلکرده از در بحث تاسیسات و اماکن ورزشی
		عدم به کارگیری نیروهای سفارشی برای استخدام از سوی مدیران
		عدم استفاده از نیروهای پیمانی کوتاه مدت
	برگزاری دوره های آموزشی و آموزش های دادن	برگزاری دوره های توانمندسازی برای مدیران و کارکنان
		آموزش های تخصصی به مدیران و کارکنان بخش عملیاتی در بحث مدیریت بحران
		تهیه و پخش برنامه های آموزشی برای هواداران فوتبال در برنامه های ورزشی
		تهیه بروشورهای آموزشی و پخش آن در بین تماشاگران هنگام برگزاری مسابقات
	بهره گیری از تجهیزات و تاسیسات استاندارد	وجود سیستم های گرمایشی و سرمایشی استاندارد
		بهره گیری از سیستم های نور پردازی مدرن و استاندارد
		استفاده از منابع آب رسانی و سیستم های فاضلابی پیشرفته
		بهره گیری از سیستم های ارتباطی مدرن بین مسئولان، کارکنان و تماشاچیان
	وجود منابع ایمنی و بهداشتی	استفاده از تجهیزات ورزشی استاندارد
		داشتن ورودی و خروجی های استاندارد و مطمئن
		داشتن وسایل امداد و نجات در ورزشگاه
		وجود امکانات رفاهی برای تماشاچیان (بوفه، صندلی...)
		وجود سالن و راهروهای با مساحت مناسب
		وجود سرویس های بهداشتی مناسب برای تماشاچیان

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

در مرحله دلفی، محقق اقدام به غربالگری کدهای اولیه نمود و بر اساس فراوانی های به دست آمده سه مورد اطلاع رسانی در مورد اجرای مدیریت بحران، عدم استفاده از نیروهای پیمانی کوتاه مدت و تهیه بروشورهای آموزشی و پخش آن در بین تماشاگران هنگام برگزاری مسابقات به دلیل کسب امتیاز کمتر، از ادامه تحلیل حذف شدند. در بخش کمی ۳۰ نفر به پرسشنامه ها جهت الویت بندی پاسخ دادند که از این تعداد ۲۳ نفر مرد بودند. تحصیلات ۱۹ نفر از آزمودنی ها، کارشناسی ارشد بود و بیشترین فراوانی در دامنه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با تعداد ۱۶ نفر بود. از این تعداد، ۵ نفر از اساتید دانشگاه با تخصص مدیریت ورزشی و مدیریت بحران، ۱۵ نفر از مدیران و کارشناسان مجموعه ورزشی آزادی و ۱۰ نفر از کارشناسان و مدیران خبره حوزه مدیریت بحران در وزارت ورزش و جوانان بودند.

نتایج مقایسات زوجی جهت اولویت بندی گویه های مربوط به هر عامل که با استفاده از روش AHP صورت گرفت، نشان داد که از میان ۲۴ گویه مورد بررسی، ۶ گویه شامل تصویب قوانین در زمینه آشنایی با مباحث مدیریت بحران در ورزش، تعیین بودجه مالی از طریق وزارت ورزش و جوانان برای مدیریت بحران در ورزشگاه آزادی، بهره گیری از کارکنان توانمند در بحث آشنایی با اماکن ورزشی، آموزش های تخصصی به مدیران و کارکنان بخش عملیاتی در بحث مدیریت بحران، استفاده از تجهیزات ورزشی استاندارد و وجود امکانات رفاهی برای تماشاچیان(بوفه، سندلی و...) در هر عامل بالاترین اولویت را دارا بوده اند.

سوال اصلی پژوهش: آیا عوامل موثر مدیریت بحران در اماکن ورزشی به لحاظ اولویت بندی دارای تفاوت هستند؟

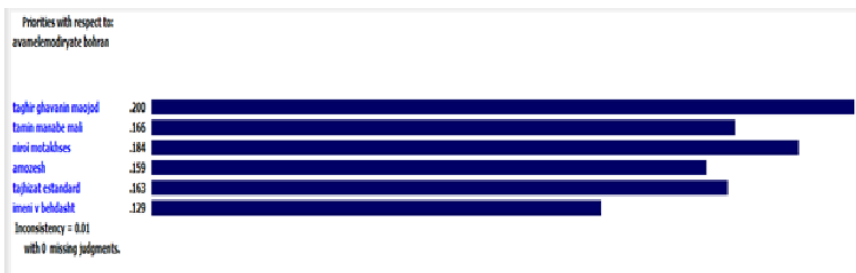
جدول ۲: ماتریس تصمیم گیری غیرنرمال عوامل موثر مدیریت بحران در اماکن ورزشی

عوامل موثر مدیریت بحران در اماکن ورزشی	۱	۲	۳	۴	۵	
تغییر و بازنگری در قوانین موجود	۱	۱/۱۵	۱/۲۶	۱/۶۸	۱/۰۴	۱/۲۹
شاخص های تامین منابع مالی مورد نیاز		۱	۱/۱	۱/۲۳	۱/۱۵	۱/۴۴
بهره گیری از نیروی متخصص			۱	۱/۵۲	۱/۱۳	۱/۲۷
برگزاری دوره های آموزشی و آموزش دادن				۱	۱/۱۴	۱/۳۵
بهره گیری از تجهیزات و تاسیسات استاندارد					۱	۱/۳۶
وجود منابع ایمنی و بهداشتی						۱

پس از تشکیل ماتریس بالا، باید داده‌های موجود نرمالیزه شوند که روش محاسبه آن‌ها به این صورت می‌باشد: ابتدا هریک از داده‌های ستون‌های مقایسات زوجی بر جمع هر یک از ستون‌ها تقسیم و سپس با محاسبه میانگین سطرها، اولویت‌های مربوط به عوامل اصلی به شرح جدول زیر هستند:

جدول ۳: ماتریس نرمال شده و مقادیر اولویت نسبی معیار عوامل موثر مدیریت بحران در اماکن ورزشی

رتبه‌ها	وزن نسبی	مقدار استاندارد	معیار
۱	۰/۲۰۰	۱/۰۰	تغییر و بازنگری در قوانین موجود
۳	۰/۱۶۶	۰/۸۳۳	شاخص‌های تامین منابع مالی مورد نیاز
۲	۰/۱۸۴	۰/۹۱۹	بهره‌گیری از نیروی متخصص
۵	۰/۱۵۹	۰/۷۹۵	برگزاری دوره‌های آموزشی و آموزش دادن
۴	۰/۱۶۳	۰/۸۱۹	بهره‌گیری از تجهیزات و تاسیسات استاندارد
۶	۰/۱۲۹	۰/۶۴۵	وجود منابع ایمنی و بهداشتی
نرخ ناسازگاری قضاوت=۰/۰۰۱			



نمودار ۱: اولویت بندی شاخص‌ها

نمودار ۱، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی و وزن شاخص‌های عوامل موثر بر مدیریت بحران را نشان می‌دهد. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب‌نظران، عامل اول (تغییر و بازنگری در قوانین موجود) با وزن ۰/۲۰۰ در رتبه اول و عامل ششم (وجود منابع ایمنی و بهداشتی) با وزن ۰/۱۲۹ در آخرین رتبه قرار دارد. همچنین نرخ سازگاری ماتریس ترکیبی بر اساس خروجی نرم افزار، ۰/۰۱ به دست آمد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ می‌باشد، ناسازگاری چندانی وجود ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی (مطالعه موردی: ورزشگاه صد هزار نفری ورزشی آزادی) بود که به شیوه کیفی و کمی با استفاده از روش مقایسه‌های زوجی انجام شد. اولین عامل شناسایی شده، تغییر و بازنگری در قوانین با پنج گویه بود که بعد از غربالگری در روش دلفی و با نظر اساتید، یکی از آنها حذف

گردید و در نهایت به عامل تغییر یافت. سپس عوامل نیز با نظر خبرگان با نرم افزار AHP رتبه بندی شدند. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران، سوال اول (تصویب قوانین در زمینه آشنایی با مباحث مدیریت بحران در ورزش) با وزن ۰/۳۰۲ در رتبه اول و سوال دوم (اتخاذ سیاست های حمایتی در جهت مدیریت بحران) با وزن ۰/۱۸۴ در آخرین رتبه قرار گرفت. واژه «مدیریت بحران» از سال ۱۹۸۲ و پس از مواجه شدن شرکت جانسون و جانسون با بحران عظیمی که حیات آن را به مخاطره انداخت، مورد توجه قرار گرفت. اقداماتی که این شرکت جهت مقابله با بحران به کار گرفت، سرآغازی برای انجام تحقیقاتی در زمینه مدیریت بحران بود. رویدادهای مهم دهه های اخیر جهان از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و انسانی نشان می دهد که جوامع بشری پیوسته دستخوش حوادث طبیعی یا تمایلات مخرب انسان ها که باعث بروز بحران های گوناگون می شود، بوده است. روزی نیست که اخبار مربوط به بحران های کوچک و بزرگی که در گوشه و کنار دنیا رخ می دهد، در وسایل ارتباط جمعی منعکس نشود. در سراسر جهان، تعداد و شدت حوادث و فجایع غیر مترقبه به شدت در حال افزایش است. یکی از مواردی که می توان پیرامون آن بحث کرد و باید مورد ارزیابی قرار گیرد، قوانین موجود می باشد که با توجه به وضعیت روز جامعه و شرایط حال باید بررسی شود و با نظر کارشناسان و افراد صاحب نظر بازنگری گردد. این امر در ورزش به مراتب مهمتر است، چرا که ورزش هر ساله دچار تحولاتی می شود و در معرض شرایط جدید قرار دارد. ورزشگاه آزادی نیز به عنوان مهمترین مکان ورزشی کشور همواره در کانون توجه قرار دارد و مهمترین مسابقاتی کشور در این ورزشگاه برگزار می شود. از این رو، همیشه افراد زیادی به عنوان تماشاگر به آن مراجعه می کنند و باید با توجه به شرایط روز، قوانین نیز تغییر یابند تا از مشکلات پیش نیامده پیشگیری شود.

از دیگر عامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی شناسایی شده، تامین منابع مالی مورد نیاز بود که از سه عامل تشکیل شده است و این سه عامل نیز مورد تایید خبرگان قرار گرفت و هیچ عاملی از آن حذف نشد. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران سوال اول (تعیین بودجه مالی از طریق وزارت ورزش و جوانان برای بحث مدیریت بحران در ورزشگاه آزادی) با وزن ۰/۴۲۰ در رتبه اول و سوال دوم (تخصیص دادن قسمتی از درآمدهای حاصله به مدیریت بحران ورزشگاه آزادی) با وزن ۰/۲۶۲ در آخرین رتبه قرار دارد. این نتایج با بخشی از نتایج اصغری علایی و همکاران (۱۳۹۶)، هوانگ^۱ (۲۰۱۷) و فراهانی و همکاران (۱۳۹۹) و آیجو و همکاران (۲۰۱۸) همسوست. مدیریت بحران یکی از موضوعات مهمی است که در طول سال های اخیر با تاکید بیشتری مورد توجه کارورزان حوزه عمل و اندیشه قرار گرفته است. بحران ها بخشی از فضای کار هستند و حذف تمامی بحران هایی که سازمان را تهدید می کند ناممکن است (جاکوز^۲، ۲۰۱۰). یکی از اصلی ترین و مهم ترین وظیفه مدیران بحران در زمان بروز حوادث و بحران های غیر منتظره و ناگهانی، اخذ تصمیمات کار ساز، منطقی، موثر و فوری بر اساس آمار و اطلاعات موجود به منظور کاهش حداکثری میزان خسارات وارده و کنترل و مدیریت روند بحران است. مدیران باید همیشه و در همه حال آمادگی رویارویی با بحران های دیگر در حین مدیریت کردن

بحران اولیه را داشته باشند و تدابیر لازم برای کنترل ابعاد مآجر را به کار گیرند. غافلگیر شدن در روند مدیریت یک بحران به واسطه وقوع بحران دوم که احتمال وقوع آن نیز به نسبت زیاد است می تواند یک عامل بسیار مخرب به شمار رود. از این رو، برای پیشگیری از بحران باید منابع مالی لازم تامین گردد و سازمان های مربوطه برای تامین منابع مالی مورد نیاز اقدامات لازم را انجام دهند. سازمان هایی مانند وزارت ورزش و جوانان باید هر ساله برای بحث مدیریت بحران بودجه خاصی اختصاص دهند. بودجه اختصاص داده شده نیز باید با بررسی های کارشناسی در زمینه های مختلف هزینه گردد.

سومین عامل شناسایی شده، بهره گیری از نیروی متخصص بود که ابتدا شامل ۵ عامل بود که با غربالگری طبق نظر خبرگان، یکی از عوامل حذف گردید و در نهایت ۴ عامل باقی مانده اولویت بندی شد. نتایج حاصله از اولویت بندی نشان داد سوال اول (بهره گیری از کارکنان توانمند در بحث آشنایی به اماکن ورزشی) با وزن ۰/۲۸۱ در رتبه اول و سوال دوم (استفاده از مدیران متخصص و تحصیل کرده در بحث تاسیسات و اماکن ورزشی) با وزن ۰/۲۲۶ در آخرین رتبه قرار دارد. این یافته ها با بخشی از نتایج کازوهیکو (۲۰۱۲)، لاگیری^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۷) و برن استین^۲ (۲۰۱۲) مطابقت دارد. نتایج این تحقیقات بر روی نیروی انسانی و به کارگیری افراد متخصص در پیشگیری از بحران های ورزشی تاکید داشتند. دنیای امروز دنیای سازمان هاست و نیروی انسانی به عنوان با ارزش ترین منابع سازمانی، متولی آن محسوب می شود. منابع انسانی به سازمان معنا و مفهوم بخشیده و زمینه های تحقق اهداف سازمانی را فراهم می آورد. امروزه بیش از هر زمان دیگری مشخص شده است که رشد و توسعه سازمان ها و در پی آن توسعه یک جامعه و کشور در گرو استفاده صحیح از نیروی انسانی است؛ انسان هایی که خود به واسطه در اختیار داشتن عظیم ترین منبع قدرت یعنی تفکر، می توانند موجبات رشد و بهره وری سازمان ها را فراهم آورد. به عبارت دیگر، باید کارکنان را پایه و اساس بهبود کیفیت و بهره وری کلیه فرآیندهای سازمانی دانست. همه منابع سازمان باید در جهت دسترسی به هدف اصلی به کار آیند. حصول کارایی و اثربخشی سازمانی تنها از طریق منابع انسانی حاصل می شود. بنابراین قبل از پرداختن به مقوله کارایی و اثربخشی باید به توسعه منابع انسانی که زیر بنای اساسی بهره وری هستند اندیشید. آن چه مسلم است، سازمان ها نیاز به انعطاف پذیری برای موفقیت و مواجهه با رقبا دارند. به منظور انجام این مهم، بهره وری از جمله ساز و کارها و مؤلفه هایی است که زمان بردار و کهنه شونده نیست، بلکه دائما باید مورد توجه و نظر سازمان باشد- در بهره وری مزیت رقابتی حاصل می شود. از این رو، داشتن منابع انسانی قوی می تواند تاثیر مثبتی بر مدیریت بحران در ورزشگاه ها باشد. مسئولان بهتر است در این مورد از افراد تحصیل کرده با بحث علوم ورزشی استفاده نمایند، چون که با آشنایی و تجربه ای که دارند می توانند در موقعیت های مهم و بحرانی تصمیمات درستی اتخاذ کنند و همچنین قبل از وقوع حادثه اقدامات لازم را انجام دهند تا مشکلی پیش نیاید.

عامل چهارم موثر در مدیریت بحران، برگزاری دوره های آموزشی و آموزش دادن برای افراد درگیر در ورزشگاه آزادی بود. این عامل از سه مشخصه تشکیل شده بود که با نظر خبرگان ۳

1. La Gree
2. Bernstein

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

مشخصه مورد تایید قرار گرفت. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران، سوال اول (برگزاری دوره‌های توانمندسازی برای مدیران و کارکنان) با وزن ۰/۴۵۳ در رتبه اول و سوال دوم (استفاده از مدیران متخصص و تحصیل کرده در بحث تاسیسات و اماکن ورزشی) با وزن ۰/۲۵۹ در آخرین رتبه قرار دارد. همچنین نرخ سازگاری ماتریس ترکیبی بر اساس خروجی نرم افزار ۰/۰۰ به دست آمد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ می‌باشد، ناسازگاری چندانی وجود ندارد. میسر^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه خود بیان نمودند که بین یادگیری از نقص‌ها و ضعف‌ها و آمادگی بحران ارتباط وجود دارد. در واقع، یادگیری از نقص‌ها و ضعف‌ها یک آمادگی مهم برای بحران‌های حال و آینده است و توجه به نقایص و ضعف‌های موجود در هر زمینه‌ای می‌تواند آمادگی مدیران را برای رویارویی با بحران‌ها افزایش دهد. در همین راستا آیجو^۲ و همکاران (۲۰۱۸) طی مطالعه خود با عنوان «مدیریت بحران در ورزش نیجریه»، پیشنهاد می‌دهند که سازمان‌های ورزشی باید تحقیقاتی را برای تعیین نگرش و دیدگاه عموم افراد نسبت به بحران در محیط‌های ورزشی انجام دهند، چراکه با داشتن این دانش، سازمان‌ها بهتر می‌توانند در مقابل بحران‌ها عکس العمل نشان دهند. همچنین معتقدند که باید یک آموزش مستمر برای ورزشکاران و مسئولان برگزاری رویدادهای ورزشی برای رعایت نظم و قانون و احترام به بازی جوانمردانه تدارک دید تا از بروز بحران در مسابقات و رویدادهای ورزشی پیشگیری کرد. لذا این بخش از یافته‌های تحقیق حاضر مبنی بر اهمیت مسئله آموزش و تربیت نیروی انسانی با نتایج تحقیق آیجو و همکاران همسوست.

منظور از آموزش کارکنان، کلیه تلاش‌های و کوشش‌هایی است که در جهت ارتقای سطح دانش و آگاهی‌ها، مهارت‌های فنی حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان سازمان‌ها به عمل می‌آید و آنان را آماده انجام وظایف و مسئولیت‌های شغلی خود می‌نماید. هدف از آموزش آن است که با افزودن به دانش شغلی فرد یا آموزش مهارت‌ها و تخصص‌های به خصوص، رفتار و نگرش او در جهت مطلوب یعنی نیل به اهداف سازمانی تغییر کند. برای نیل به اهداف، هر سازمانی باید کادری از نیروهای لایق و کارآمد در اختیار داشته باشد. از این رو لازم است افرادی که به استخدام سازمان در می‌آیند، علاوه بر برخورداری از آموزش رسمی و همگانی، به آموزش تخصصی و حرفه‌ای نیز دست یابند تا دانش فنی و مهارت‌های لازم را برای انجام شایسته وظایف محوله به دست آورند. گسترش و ارتقای کیفیت و افزایش متناسب برنامه‌های آموزشی کارکنان در جهت ایجاد دانش فنی و اجتماعی و کار مولد در جهان امروز یک ضرورت است و اگر این آموزش‌ها با کیفیتی بالا گسترش یابد، منطق و علم جایگزین سنت و تجربیات غلط گردد و در نهایت به عنوان یک ارزش مطرح شود، مقدمات افزایش بهره‌وری نیز فراهم خواهد شد. باید به این نکته توجه داشت که آموزش نیروی انسانی یک امر کوتاه مدت نیست، بلکه یک هدف بلندمدت، همیشگی و تدریجی است که شامل فراهم آوردن امکانات تحصیل در دوره‌های مقدماتی بالاتر، کسب مهارت‌های فنی، آموزش نظری مرتبط با شغل و پرورش شخصیت کارکنان می‌باشد. بی تردید یکی از عواملی که تأثیر زیادی بر بهره‌وری دارد و

1. Meer

2. Ijuo et al.

می‌تواند در بهبود و افزایش آن نقش مهمی داشته باشد، آموزش است. در ورزشگاه آزادی نیز باید از نیروهای استفاده شود که دارای تخصص های لازم باشند. برای این افراد حتما باید دوره های آموزشی برگزار شود تا آموزش های لازم را ببیند که در مواقع اتفاقات بتواند تصمیمات لازم را بگیرند.

عامل دیگری که بر مدیریت بحران اثر گذار است، بهره گیری از تجهیزات و تأسیسات استاندارد می باشد که شامل ۵ مشخصه می باشد که همگی مورد تایید خبرگان قرار گرفتند. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران، سوال پنجم (استفاده از تجهیزات ورزشی استاندارد) با وزن ۰/۲۳۷ در رتبه اول و سوال چهارم (بهره گیری از سیستم های ارتباطی مدرن بین مسئولان، کارکنان و تماشاچیان) با وزن ۰/۱۵۷ در آخرین رتبه قرار دارد. این بخش از یافته های پژوهش با تحقیقات مهراییان و همکاران (۱۳۹۵)، اصغری علایی و همکاران (۱۳۹۶)، پریکوب (۲۰۱۲) و فراهانی و همکاران (۱۳۹۹) همسو بود. یکی از مهم ترین وظایف مدیران و مسئولان اماکن ورزشی ایجاد مکانی امن برای کاربران این اماکن می باشد. توجه به نکات ایمنی در ساخت اماکن ورزشی، به کارگیری تجهیزات ورزشی مناسب، نگهداری مناسب اماکن ورزشی، داشتن جدول زمان بندی برای تعمیر اماکن ورزشی و استفاده از مدیران متخصص برای اداره این اماکن می تواند از بروز بسیاری از آسیب ها و حوادث در این اماکن جلوگیری نماید. بدین ترتیب، در طرح این مسئله تحقیق با سه مفهوم اساسی سروکار داریم: اماکن ورزشی، مدیریت ایمنی و یا بحران و عوامل بحران زا و اماکن ورزشی. اماکن ورزشی به مکان ها یا فضاهایی اطلاق می شود که بستر اجرای فعالیت های ورزشی هستند و کیفیت آنها بر اجرای تمرینات و برگزاری مسابقات ورزشی تأثیر مستقیم دارد. بی شک، بهره گیری از امکانات و تجهیزات استاندارد در این زمینه می تواند موثر باشد و از بروز مشکلات جلوگیری کند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۹) معتقدند نبود قوانین حمایتی از حامیان مالی در حوزه ورزش قهرمانی منجر به عدم تمایل بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش ورزش قهرمانی کشور شده است و به دنبال آن فقدان بودجه کافی، به ناچار وابستگی به منابع دولتی را بیش از پیش افزایش می دهد. همچنین تحریم های اقتصادی و نوسانات غیرمنتظره ارزش پول ملی و کاهش ارزش آن در مقایسه با ارزهای خارجی مزید بر علت شده و تمام برنامه ریزی های مالی و بودجه بندی های انجام شده را با بحران روبه رو می نماید. با عنایت به اینکه ساخت و نگهداری تجهیزات و اماکن ورزشی استاندارد، ارتباط مستقیم با مسائل مالی دارد، لذا می توان گفت این یافته با بخشی از تحقیقات فراهانی و همکاران (۱۳۹۹) همسوست.

آخرین عاملی که بر مدیریت بحران ورزشگاه صد هزار نفری آزادی اثرگذار بود، وجود منابع ایمنی و بهداشتی بود که از ۵ مشخصه تشکیل شد که مورد تایید خبرگان قرار گرفت و اولویت بندی شدند. بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران، سوال سوم (وجود امکانات رفاهی برای تماشاچیان مانند بوفه، صندلی و ...) با وزن ۰/۲۱۹ در رتبه اول و سوال های دوم و پنجم با وزن ۰/۱۸۵ در آخرین رتبه قرار دارند. یکی از راه های جلوگیری از بحران، ایمنی و امنیت است. ایمنی و امنیت عبارت از میزان درجه دور بودن از خطر است؛ درواقع شرایطی است که دارای پتانسیل رساندن آسیب به کارکنان، تجهیزات و ساختمان ها، از بین بردن مواد با کاهش کارایی در اجرای یک وظیفه از پیش تعیین شده می باشد. مدیریت، مسئول ایمنی و امنیت کارکنان و افراد

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

حاضر در مکان است. همان گونه که یک مدیر برای بهره وری و سودآوری مسئولیت سنگین دارد، در مورد ایمنی و امنیت نیز چنین وضعیتی صادق است. تولید از دست رفته ممکن است از طریق بهبود مدیریت مجدداً به دست آید، اما هیچ راهی برای جبران تلفات انسانی که در نتیجه بروز حوادث حاصل می شود، وجود ندارد.

همچنین عامل های موثر در مدیریت بحران اولویت بندی شدند که بر این اساس و بنا بر نظر صاحب نظران، عامل اول (تغییر و بازنگری در قوانین موجود) با وزن ۰/۲۰۰ در رتبه اول و عامل ششم (وجود منابع ایمنی و بهداشتی) با وزن ۰/۱۲۹ در آخرین رتبه قرار دارند.

نتیجه اینکه در سال های اخیر و با همه گیر شدن ورزش حرفه ای و روی آوردن تماشاچیان به این ورزش ها که همراه با پوشش رسانه ای است، انواع بحران ها نیز گریبان گیر اماکن ورزشی شده است مانند شلوغی و ازدحام در این مکان ها که گاهی با انواع درگیری ها بین تیم های رقیب همراه است. مدیریت کردن بحران ها در اماکن ورزشی یکی از مسائل اساسی است که می تواند باعث پایین آوردن مشکلات خطرآفرین در این مکان ها شود و در نهایت بر زیبایی های ورزش بیفزاید.

با توجه به نتایج پیشنهاد می شود که مسئولان و افراد تصمیم گیرنده با بررسی همه جانبه و مطالعه دقیق قوانین، به بازنگری امور در جهت بهبود قوانین و مدیریت بهتر بحران در اماکن ورزشی و تفریحی بپردازند. همچنین پیشنهاد می شود در پژوهشی میزان آگاهی تماشاگران ورزشی از مدیریت بحران در مکان های ورزشی ارزیابی شود.

منابع

- اصغری علایی و همکاران. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی استان مازندران». اولین همایش بین المللی پژوهش های نوین در علوم ورزشی و تربیت بدنی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری.
- حسینی، مازیار. (۱۳۸۷). مدیریت بحران. تهران: نشر شهر
- سلیمانی مقدم، رضا؛ ناظمی، مهدی؛ دربانی، حسین و عیوضی، ایرج. (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت ایمنی سالن های ورزشی آموزش و پرورش استان کرمانشاه از دیدگاه مدیران». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی. شماره ۵، سال ۲، صص ۱۱۱-۱۲۷.
- فراهانی، ابوالفضل؛ کشاورز، لقمان و مروی اصفهانی، ناهید. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل بحران در ورزش همگانی». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۶ (۲۱)، صص ۵۱-۶۷.
- فراهانی، ابوالفضل؛ کشاورز، لقمان؛ مروی اصفهانی، ناهید و رضایی صوفی، مرتضی. (۱۳۹۹). «تحلیل عوامل موثر بر رفتار مدیران ورزش برای رویارویی و مدیریت بحران های ورزش قهرمانی کشور». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۷. شماره ۲۶، صص ۳۹-۵۲.
- مهربان، سمیه؛ حسن نژاد، مجتبی وبرزگری نژاد، عباس. (۱۳۹۵). «رتبه بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی بر اساس مدل». اولین همایش ملی مطالعات کاربردی در علوم ورزشی. تنکابن، موسسه آموزش عالی شفق تنکابن.
- نادریان جهرمی و همکاران. (۱۳۹۲). «شناسایی شاخص ها و استانداردهای ایمنی سالن ها و اماکن ورزشی و رتبه بندی آنها». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۳، صص ۲۱-۳۶.
- ویکی پدیا. (۱۳۹۹). عبارت «ورزشگاه آزادی»، ورزشگاه-آزادی. <https://fa.wikipedia.org/wiki/Bernstein>
- Bernstein, B. (2012). "Crisis Management and Sports in the Age of Social Media: A Case Study Analysis of the Tiger Woods Scandal". *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(2)pp-24-39. Retrieved from <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=833>
- Claeys, A.S. (2017). "Better safe than sorry: Why organizations in crisis should never hesitate to steal thunder". *Business Horizons*, 41(3), P: 293-300.
- Hwang, Geumchan. (2017). "An Examination of Crisis Response in Professional Athlete Scandals: A Sport Fan's Perspective". *International Journal of Crisis Communication*, 1(2), 64-71.
- Jaques, T. (2010). "Embedding issue management as a strategic element of crisis prevention". *Disaster Prevention and Management*, 19 (4).pp 68-85.

● شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت بحران در اماکن ورزشی با رویکرد دلفی (مورد مطالعه: ورزشگاه صد هزار نفری آزادی)

- Kazuhiko, A. (2012). **“Crisis management for public sports facilities”**. The 20th Conference of the European Association for Sport Management (EASM), Aalborg, Denmark 18 - 21 September 2012.
- LaGree, D., Wilbur, D. and Cameron, G.T. (2019). **“A strategic approach to sports crisis management: Assessing the NFL concussion crisis from marketing and public relations perspectives”**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 20 No. 3, pp. 407-429. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2018-0045>
- Meer, T., Verhoeven, P., Beentjes, H., Vliegthart, R. (2017). **“Communication in times of crisis: The stakeholder relationship under pressure”**. Public Relations Review, 12(3), P: 231-246.
- Pricop, o. c. (2012). **“Critical aspects in the strategic management theory”**. Procedia- Social and Behavioral Sciences, 58, 98-107.
- Reid, Sacha, Ritchie, Brent. (2011). **“Risk Management: Event Managers' Attitudes, Beliefs and Perceived Constraints”**. Event Management, Volume 15, Number 4, pp. 329-341(13).

تأثیر مدیریت تنوع بر بهره‌وری منابع انسانی با تأکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

معصومه احدی نژاد^۱

حمید فروغی پور^۲

نجف آقایی^۳

رضا صابونچی^۴

 10.22034/SSYS.2022.1535.2059

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۱

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تأثیر مدیریت تنوع بر بهره‌وری منابع انسانی با تأکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی در ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان انجام گرفته است. این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی از نوع میدانی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارمندان و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان (۳۲۰ نفر) تشکیل می‌دادند. نمونه آماری این پژوهش، ۲۸۰ نفر از کارکنان و مدیران ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان بوده است که به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی، نمودار، میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و مدل معادلات

۱- دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

۲- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: ForoghiBORojerd@yahoo.com

۳- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه خوارزمی و دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

۴- استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

● تاثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

ساختاری استفاده شد.

نتایج پژوهش نشان داد مدیریت تنوع بر مولفه رضایت شغلی ($p=0/004$, $r=0/476$)، مولفه رفتار شهروندی سازمانی ($p=0/000$, $r=0/585$)، مولفه درگیری شغلی ($p=0/013$, $r=0/543$) و مولفه جذب کارکنان مستعد ($p=0/000$, $r=0/592$) تاثیر مثبت و بر مولفه قصد ترک خدمت ($p=0/002$, $r=-0/451$) تاثیر معنادار و منفی داشته است. نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی از طریق آزمون سوبل که بالاتر از $1/96$ بود، تایید شد.

از آنجا که از بین مولفه های بهره وری منابع انسانی، مولفه جذب کارکنان مستعد بیشترین تاثیر را از متغیر مدیریت تنوع گرفته است، به سازمان هایی که تنوع منابع انسانی دارند پیشنهاد می شود که بهره وری سازمان خود را از طریق جذب کارکنان مستعد- صرف نظر از تفاوت های فردی آنها- با تمرکز بر برنامه های مدیریت تنوع بالا ببرند تا موفقیت سازمان نیز تضمین گردد.

واژگان کلیدی: مدیریت تنوع، هویت اجتماعی، بهره وری منابع انسانی و ادارات ورزش و جوانان.

مقدمه

نیروی انسانی به عنوان مهمترین سرمایه های هر سازمان به حساب می آیند. به همین منظور استفاده موثر و بهینه یا به عبارت بهتر، بهره وری موثر از این سرمایه یکی از اهداف و برنامه های اصلی مدیران در سطح کلان هر سازمانی می باشد (طالب زاده، ۱۳۹۵). بررسی های اخیر در مقیاس بزرگ از ۵۰۰ شرکت برتر جهان (فوجون^۱: ۵۰۰) و دیگر سازمان های جهانی نشان داده است که صد درصد سازمان های مورد مطالعه، تنوع و تفاوت ها را به عنوان یک موضوع مهم یا بسیار مهم درک کرده اند (نیشی و ازبیلگین^۲: ۲۰۱۰: ۱۸۸۳-۱۸۹۴). تنوع به دنبال منحصر به فرد بودن هر شخص از نظر جنسیت، نژاد، آموزش و تجربه می باشد (ونگ و مک لین^۳: ۲۰۱۵: ۱-۱۲). تنوع کارکنان می تواند برای سازمان ها مزایای بسیاری داشته باشد. بر طبق گفته برمان و همکاران^۴ (۲۰۱۶: ۱۱۸) تنوع کارکنان یک ضرورت مدیریتی و اخلاقی است که شامل مزایای زیادی از جمله: پیشرفت رشد اقتصادی (کربی و برنز^۵: ۲۰۱۲: ۷۵) می شود. تنوع منابع انسانی اگر به درستی مدیریت شود، می تواند ابعاد بهره وری منابع انسانی را افزایش دهد. سازمان ها برای اینکه بتوانند به اهدافشان دست پیدا کنند احتیاج به منابعی دارند که تفاوت از سازمان های دیگر باشد (منابع انسانی، مالی، فیزیکی/ جسمی)، اما منابع انسانی مهمترین منابع هر سازمانی می باشند (ماتیس و همکاران^۶: ۲۰۱۸: ۱۱۸). به عبارت دیگر، مدیریت تنوع اصولاً به معنای خط مشی هایی برای کارمندیابی، جذب و حفظ استعدادها از پیشینه های متفاوت و مختلف می باشد (پودسیدووسکی و همکاران^۷: ۲۰۱۵: ۱۵۹-۱۷۵). بنابراین به دنبال جذب و حفظ کارکنان مستعد صرف نظر از تفاوت های فردی آن ها هستند که می تواند بهره وری و عملکرد افراد را بالا ببرد و در نتیجه موفقیت سازمان را تضمین نماید. ان جی و بورک^۸ (۲۰۰۵) در پژوهش های خود نشان داده اند که آن دسته از تبلیغات استخدامی که مشخص می کند سازمان خط مشی مدیریت تنوع فعالانه ای دارد زنان و اقلیت های نژادی نسبتاً بیشتر، بهتر و موفق تری را جذب خواهد کرد. مدیریت تنوع نیروی کار از دو دیدگاه برای سازمان مهم است: از دیدگاه بیرونی، نیروی کار ابزار رقابت است (ماگوشی و چانگ^۹: ۲۰۰۹: ۱۹۲-۲۰۶) و به مزیت رقابتی منجر می شود، جذب کارکنان مستعد و در نتیجه عملکرد سازمان را بهبود می بخشد و با جابجایی کمتر نیروی کار، مقامه دعاوی حقوقی کمتر و با کاهش قصد ترک خدمت (سینگ و سلواراجان^{۱۰}: ۲۰۱۳: ۲۶۹-۲۵۹)

1. Futune
2. Nishii & Ozbilgin
3. Wang & McLean
4. Berman et al.
5. Kerby & Burns
6. Mathis et al.
7. Podsiadlowski et al.
8. Ng & Burke
9. Magoshi & Chang
10. Singh & Selvarajan

● تاثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

هزینه ها کاهش می یابد و رضایت شغلی (آلن و همکاران^۱، ۲۰۰۸؛ ۲۰-۳۳؛ کاندو و مور^۲، ۲۰۱۷؛ ۸۷۵-۸۶۶)، درگیری شغلی (هارتر و همکاران^۳، ۲۰۰۵؛ ۲۶۸)، رفتارهای شهروندی سازمانی (موچیری و آیوکو^۴، ۲۰۱۲؛ ۳۸۴-۴۰۶) و دیگر پیامدهای رفتاری کارکنان افزایش می یابد. از دیدگاه درونی، مدیریت نیروی کار متنوع باعث انعطاف پذیری فرایندهای سازمانی خواهد شد. در تحقیق سولمان^۵ (۲۰۱۷) که به بررسی شبکه تلفن همراه غنا پرداخته است بیان می شود که مدیریت تنوع تاثیر مثبتی بر عملکرد شبکه تلفن همراه غنا داشته است. همچنین باید برنامه های آموزشی برای کارکنان سازماندهی شود تا مدیریت تنوع و مدیریت کردن موضوعات پیچیده را یاد بگیرند و به این ترتیب عملکرد سازمان افزایش یابد. سلطانی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان «نقش مدیریت تنوع در بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی» نشان دادند که بین مدیریت تنوع و تمامی ابعاد آن و بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. همان گونه که شن و همکاران^۶ (۲۰۱۰، ۲۱۵۶-۲۱۷۲) مطرح می سازند تنوع به صورت یک شمشیر دو لبه ظاهر شده است؛ به این معنی که اگر خوب مدیریت شود، فرصت را برای خلاقیت و نوآوری ایجاد می کند و مهم است تا نوآوری ها در محیط کار پرورش یابند (برمان و همکاران، ۲۰۱۶؛ ۱۱۸) از طرف دیگر، اگر به گونه ای مناسب مدیریت نگردد، احتمال می رود که اعضای گروه ناراضی شوند و هویت سازمانی و گروهی از بین برود، تعارض افزایش یابد، انسجام کارکنان کاهش و ترک خدمت آن ها افزایش یابد و در نتیجه از بهره وری منابع انسانی و عملکرد سازمان کاسته گردد. توجه نکردن به بهره وری منابع انسانی و توجه صرف به دیگر عوامل نه تنها سبب کاهش کارایی و اثربخشی در سازمان می شود، بلکه باعث افزایش ضایعات، حوادث، ترک خدمت و ایجاد نارضایتی در منابع انسانی می گردد. بنابراین برای افزایش بهره وری منابع انسانی ابتدا باید عوامل تسهیل کننده و بازدارنده در افزایش آن را شناخت. با استفاده از افزایش آگاهی مدیران از عوامل تسهیل کننده (رضایت شغلی، تعهد سازمانی، درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی) و عوامل بازدارنده (غیبت، تضاد و قصد ترک خدمت کارکنان) می توان ستانده بیشتری نسبت به داده های منابع انسانی به دست آورد. در نتیجه فراهم کردن این شرایط جهت ارتقای بهره وری منابع انسانی در میان منابع انسانی متنوع مسئله ای است که در این پژوهش مورد بررسی قرار می گیرد. ترک خدمت یکی از مشکلات عمده ای است که سازمان ها با آن دست به گریبان هستند. علیرغم تضعیف اقتصاد، نتایج پژوهش ها نشان داده است که میزان کارکنانی که شغل شان را ترک کرده اند، بیشتر از کارکنانی بوده است که توسط کارفرمایان اخراج یا تعلیق شده اند (سینگ و سلواراجان، ۲۰۱۳؛ ۲۶۹-۲۵۹). از زاویه ای دیگر، ممان و همکاران (۲۰۱۲؛ ۲۸۵-۳۰۲) مطرح می کنند که بی عدالتی درک شده یا واقعی بعضی از کارکنان متنوع از سیستم یا سازمان خود نیز منجر به بروز رفتارهای خاصی چون غیبت و ترک خدمت می شود. برعکس زمانی که سازمان ها

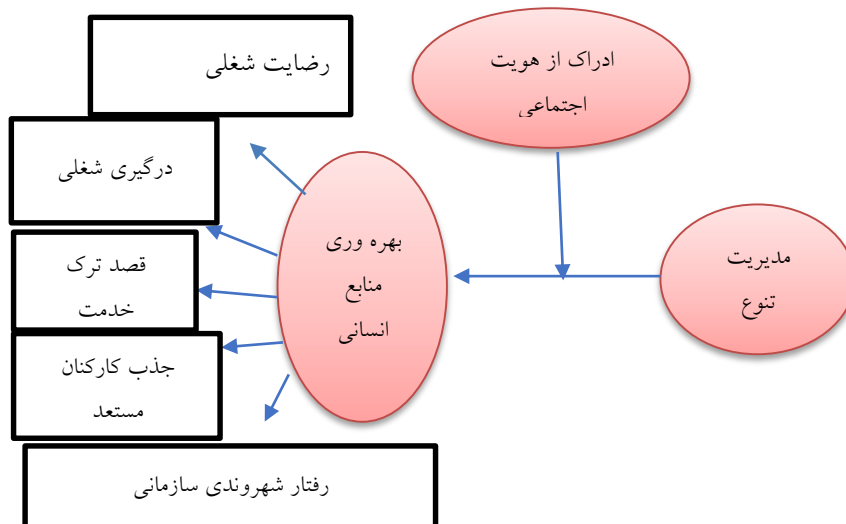
1. Allen et al.
2. Kundu & Mor
3. Harter et al.
4. Muchiri & Ayoko
5. Suleman
6. Shen et al.

مدیریت تنوع مؤثری داشته باشند و رویکرد مدیریت تنوع فعال را در پیش گیرند، این افراد به احساس مقبولیت و پذیرش توسط سازمان دست می یابند و طبیعتاً این احساس ترک خدمت کارکنان را کاهش می دهد. هویت نوعی رابطه میان شخصیت فرد و ساختار اجتماعی است؛ بدین معنا که هویت رابطه میان ذهن فرد و واقعیت زندگی اجتماعی می باشد. بنابراین اگر نیروی کار متنوع به درستی مدیریت شود، خود مدیریت تنوع می تواند ایجادکننده هویت سازمانی و اجتماعی برای افراد باشد و نتیجه فرایند هویت سازمانی (اجتماعی) این است که افراد (به ویژه افراد با ویژگی های متنوع نسبت به اکثریت) به احتمال بسیار زیاد احساسات قوی تری نسبت سازمان خواهند داشت و این احساسات قوی به سازمان می تواند منجر به بهره وری بیشتر منابع انسانی سازمان گردد. نظریه هویت اجتماعی توسط تاجفل^۲ در سال ۱۹۷۸ ارائه شده است. تاجفل (۱۹۷۸) تئوری هویت اجتماعی را برای تشریح چگونگی و چرایی اینکه افراد خودشان را در زمینه های بین گروهی مفهوم سازی می کنند، ارائه می کند (ایچر و سامارینوویتز^۳، ۲۰۱۲: ۲۰۶-۱۹۲).

بنا به نظر تاجفل (۱۹۷۸) هویت اجتماعی شخص به عنوان عقیده فرد در مورد تعلق وی به گروه اجتماعی خاصی که مهم یا ارزشمند است، تعریف می شود. نظریه هویت اجتماعی از سه نقطه قانونی استفاده می کند: طبقه بندی، تعیین هویت و مقایسه (ایچر و کانینگهام^۱، ۲۰۱۱: ۳۶۰-۳۴۴؛ ایچر و سامارینوویتز، ۲۰۱۲: ۱۹۲-۲۰۶). این نظریه شناختی پیشنهاد می کند که افراد تمایل دارند خود و دیگران را در طبقه های اجتماعی طبقه بندی کنند و این طبقه بندی تأثیر بسیار قابل توجهی بر تعاملات انسانی دارد و نیز به عنوان وسیله ای برای خود ارجاعی مورد استفاده قرار گیرد. مطالعات گذشته نشان داده است که ادراک کارکنان و افراد متفاوت از تبعیض های حاصل شده از همکاران بر تصمیمات مدیریت هویت اجتماعی افراد اثر می گذارد (مادرا و همکاران^۲، ۲۰۱۲: ۱۷۰-۱۶۵). به عبارت دیگر، یکی از مؤثرترین عوامل درون سازمانی که بر هویت اجتماعی کارکنان مؤثر می باشد، تبعیض هایی که بر علیه کارکنان سازمان به ویژه افراد اقلیت و متنوع صورت می گیرد. زمانی که در سازمان هویت اجتماعی شخص در محیط کاری مدیریت شود می تواند بر نگرش های کاری مهم نظیر رضایت شغلی و قصد ترک خدمت تأثیرگذار باشد. در نتیجه نتایج حاصل از این پژوهش می تواند برای رفع نیاز سازمان های کشور به طور کل و ادارات ورزش و جوانان مورد مطالعه به طور اخص جهت حل مشکلات ناشی از تبعیض ها و بی عدالتی های موجود در محیط کار در مورد اقلیت ها سودمند باشد. برای رسیدن به چنین هدفی این پرسش ها مطرح می شود:

- ۱- آیا مدیریت تنوع بر مولفه های بهره وری منابع انسانی تأثیر می گذارد؟
 - ۲- آیا ادراک از هویت اجتماعی در تاثیرگذاری مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی نقشی ایفا می کند؟
- بنابراین باتوجه به مباحث گفته شده سه محور زیر، بخش های اصلی تشکیل دهنده مدل پژوه به شرح شکل ۱ می باشند:

● تاثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری می باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان (اعم از مدیریتی و غیر مدیریتی) ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان (۳۲۰ نفر) تشکیل می دادند. از این تعداد ۳۰۰ نفر به صورت تصادفی ساده از میان جامعه مورد نظر انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. روش نمونه گیری در این پژوهش، نمونه گیری طبقه ای سهمیه ای بود که با توجه به کل حجم نمونه بر مبنای قوانین معادلات ساختاری و فرمول استاندارد کوکران، تعداد نمونه مورد نظر در هر طبقه به تناسب تعداد منابع انسانی هر اداره سهمیه بندی و توزیع گردید که ۲۸۰ پرسشنامه عودت داده شد. جهت اندازه گیری متغیر مستقل (مدیریت تنوع) از پرسشنامه ۱۵ گویه ای «مدیریت تنوع» فینک و همکاران^۱ (۲۰۰۱) استفاده گردید. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه توسط ۶ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی مورد بررسی و تایید قرار گرفت و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ ۰/۹۱ تایید شد. برای سنجش متغیر میانجی ادراک از هویت اجتماعی از پرسشنامه ۲۱ گویه ای هنری و همکاران^۲ (۱۹۹۹) استفاده شد که پس از بررسی نسخه های کوتاه شده پرسشنامه ۵ گویه ای مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش مولفه های بهره وری پرسشنامه های «رضایت شغلی» تیلور و باورز^۳ (۱۹۷۲)، «درگیری شغلی» کانگو^۴ (۱۹۷۹)، «رفتار شهروندی

1. Fink et al.
2. Henry et al.

سازمانی» اورگان و کانوسکی^۳ (۱۹۹۶)، پرسشنامه «قصد ترک خدمت» ابرامز و همکاران^۴ (۱۹۹۸) (۱۹۹۸) و پرسشنامه محقق ساخته «جذب کارکنان مستعد» به کار گرفته شد. مقادیر آلفای کرونباخ برای همه ابزارهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ بوده است که بیان کننده روایی و پایایی مناسب ابزارهای سنجش می باشد. در این پژوهش مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) به کار گرفته شد. برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری از روش های پایایی شاخص برای سنجش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی همگرا برای سنجش ضرایب AVE سازه ها استفاده گردید. برای سنجش مدل ساختاری از معیار R²، برای سنجش مدل کلی از معیار نکویی برازش (GOF) و برای آزمودن فرضیه های پژوهش از ضرایب معناداری مربوط به هر یک از فرضیه ها بهره گیری شد.

یافته های پژوهش

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی

زن	مرد	زیر ۳۰ سال	۴۰-۳۱	۵۰-۴۱	۵۰ سال به بالا
۳۲/۲	۶۷/۸	۲۲/۱	۳۳/۳	۲۷/۲	۱۷/۴

زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	زیر ۱ سال	۳-۱	۵-۳	بالای ۵ سال
۴/۵	۲۱/۹	۱۹/۸	۳۵/۴	۱۸/۴	۱۰/۲	۲۱/۴	۳۹/۸	۲۸/۶

بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش بر مبنای مقادیر میانگین و انحراف معیار برای کل ادارات مورد مطالعه در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲: مقادیر میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
مدیریت تنوع	۳/۵۴۳	۰/۸۷۱
ادراک از هویت اجتماعی	۳/۹۸۶	۰/۹۳۵
رضایت شغلی	۳/۲۸۷	۰/۸۹۸
درگیری شغلی	۳/۴۹۸	۰/۵۶۵
قصد ترک خدمت	۳/۱۳۲	۱/۰۰۲
رفتار شهروندی سازمانی	۳/۵۸۴	۰/۶۷۶
جذب کارکنان مستعد	۲/۷۶۹	۰/۹۹۸

1. Taylor & Bawers
2. Kanungo
3. Organ & Kanoski
4. Abrams et al.

● تاثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

در جدول فوق در قالب تحلیل توصیفی و مقادیر میانگین متغیرها مشخص است که با توجه به مقدار میانگین $2/769$ ، متغیر جذب کارکنان مستعد که از مقدار متوسط 3 پایین تر می باشد بیانگر این است که ادارات ورزش و جوانان نتوانسته اند نخبگان و کارکنان مستعدتر را جذب کنند. همچنین بالاترین مقادیر میانگین متغیرهای وابسته پژوهش مربوط به رفتار شهروندی سازمانی بوده است که مقادیر بسیار بالاتر از متوسط را در تمامی ادارات (ادارات لنجان و اصفهان) مورد مطالعه به خود اختصاص داده است. در مورد سایر متغیرها، میانگین متوسط و بالاتر از متوسط بوده است و تا حدودی منابع انسانی ادارات مورد مطالعه ادراک خوبی از فرایندها و متغیرها داشته اند.

جدول ۳: مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، AVE و R2 متغیرهای پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	R ²
مدیریت تنوع	۰/۹۰۳	۰/۹۶۰	۰/۵۰۴	۰/۰۰۰
ادراک از هویت اجتماعی	۰/۷۹۸	۰/۸۴۵	۰/۵۲۴	۰/۳۵۴
درگیری شغلی	۰/۸۶۷	۰/۸۹۹	۰/۷۱۵	۰/۶۸۹
رضایت شغلی	۰/۷۹۳	۰/۸۵۷	۰/۶۰۵	۰/۷۲۳
جذب کارکنان مستعد	۰/۸۷۷	۰/۸۹۸	۰/۷۸۷	۰/۵۸۸
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۸۵۰	۰/۸۸۹	۰/۴۹۷	۰/۷۸۹
قصد ترک خدمت	۰/۷۹۹	۰/۸۷۵	۰/۵۶۶	۰/۴۵۵

برای بررسی پایایی در برازش مدل های اندازه گیری پژوهش، از روش آلفای کرونباخ استفاده می شود که مقادیر قابل قبول مقدار بالاتر از $0/7$ می باشد. با توجه به اینکه مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مدل های اندازه گیری پژوهش همگی بالاتر از $0/7$ می باشد در نتیجه مدل های اندازه گیری پژوهش پایایی لازم را دارند. برای سنجش روایی همگرا مقدار قابل قبول $0/5$ می باشد. برای سنجش مدل ساختاری از معیار R2 استفاده می شود. هرچه مقادیر R2 بیشتر باشد، برازش مدل بهتر است و بنا به نظر چین (۱۹۹۸) مقادیر $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی قابل قبول می باشد. باتوجه به جدول فوق مقدار R2 متغیرهای مدل ساختاری قوی و مناسب می باشند و بر مبنای این معیار برازش مناسب و قوی داشته است و در نتیجه برازش مدل ساختاری پژوهش تأیید می گردد. معیار نیکویی برازش تنها معیار برای سنجش برازش کلی مدل های معادلات ساختاری می باشد که هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری را کنترل می کند. (وتزل و همکاران، ۲۰۰۹) مقادیر $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش کلی مدل تعیین می نمایند. بنابراین مقدار میانگین متغیرهای پژوهش طبق فرمول $GOF 0/758$ می باشد. میانگین مقادیر R2 سازه های درون زای مدل پژوهش $0/754$ می باشد. بنابراین مقدار معیار GOF عدد $0/594$ به دست می آید که با توجه به مقادیر ملاک و معیار، چون از $0/36$ بیشتر می باشد، نشان دهنده برازش کلی قوی مدل پژوهش است. باتوجه به تحلیل داده ها در روش ساختاری و کلی پژوهش، محقق می تواند به بررسی و آزمون فرضیه های پژوهش خود پردازد که این بر اساس بررسی ضرایب معناداری هریک از فرضیه ها با استفاده از آزمون تی استیودنت انجام می شود. در این قسمت بر مبنای مقادیر

● تأثیر مدیریت تنوع بر بهره‌وری منابع انسانی با تأکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

جدول ۴: مقادیر ضرایب مسیر و معناداری میان مؤلفه‌ها

تأثیر	ضریب مسیر	سطح معناداری	آماره t	نتیجه
تأثیر مدیریت تنوع بر رضایت شغلی	۰/۴۷۶	۰/۰۰۴	۱۳/۹۴۵	پذیرش فرضیه
تأثیر مدیریت تنوع بر قصد ترک خدمت	-۰/۴۵۱	۰/۰۰۲	۱۰/۳۴۳	پذیرش فرضیه
تأثیر مدیریت تنوع بر رفتار شهروندی سازمانی	۰/۵۸۵	۰/۰۰۰	۱۵/۵۴۳	پذیرش فرضیه
تأثیر مدیریت تنوع بر درگیری شغلی	۰/۵۴۳	۰/۰۱۳	۹/۷۵۶	پذیرش فرضیه
تأثیر مدیریت تنوع بر جذب کارکنان مستعد	۰/۵۹۲	۰/۰۰۰	۱۶/۱۷۶	پذیرش فرضیه

با توجه به جدول فوق تأثیر مدیریت تنوع بر تمامی مولفه‌های بهره‌وری منابع انسانی با سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد. پس از تأیید تأثیر مدیریت تنوع بر مؤلفه‌های بهره‌وری منابع انسانی، با توجه به جدول فوق مشخص است که بیشترین تأثیر مدیریت تنوع بر جذب کارکنان مستعدتر می‌باشد. همچنین تأثیر مدیریت تنوع بر قصد ترک خدمت افراد معکوس و ۴۵/۱٪ از تغییرات در قصد ترک خدمت کارکنان ناشی از مدیریت تنوع بوده است که باعث کاهش آن می‌گردد. برای محاسبه معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر علاوه بر مقادیر معناداری و ضرایب مسیر، یک آزمون بسیار پرکاربرد دیگر به نام آزمون سوبل نیز مورد استفاده قرار گرفت که با توجه به مقدار Z-value به دست آمده از فرمول زیر معناداری تأثیر میانجی یک متغیر مشخص می‌شود:

$$Z\text{-value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times S_a^2) + (a^2 \times S_b^2) + (S_a^2 \times S_b^2)}}$$

در فرمول فوق a مقدار ضریب مسیر متغیر مستقل بر میانجی، b مقدار ضریب مسیر متغیر میانجی بر وابسته، S_a مقدار خطای استاندارد مربوط به a و S_b مقدار خطای استاندارد مربوط به b می‌باشد. با توجه به جدول زیر مقادیر آماره Z حاصل از آزمون سوبل برای متغیر میانجی از مقدار ۱/۹۶ بالاتر بوده و در نتیجه می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر متغیر میانجی ادراک از هویت اجتماعی در تأثیرگذاری مدیریت تنوع بر بهره‌وری منابع انسانی معنادار بوده و مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۵: نتیجه آزمون سوبل برای بررسی نقش متغیر میانجی

متغیر میانجی	a	b	SE_a	SE_b	Z-value
ادراک از هویت اجتماعی	۰/۴۹۴	۰/۵۸۸	۰/۰۶۲	۰/۰۶۷	۵/۱۷۴

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش تاثیر مدیریت تنوع بر ابعاد بهره وری منابع انسانی را باتوجه به متغیر میانجی ادراک از هویت اجتماعی بررسی کرده است. سوال اول پژوهش اینکه آیا مدیریت تنوع بر مولفه های بهره وری منابع انسانی تاثیر می گذارد مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد مدیریت تنوع بر مولفه های بهره وری منابع انسانی تاثیر معنادار و قابل توجهی داشته است. همچنین مدیریت تنوع ۴۷/۶ درصد از تغییرات رضایت شغلی، ۴۵/۱ درصد از تغییرات قصد ترک خدمت، ۵۸/۵ درصد از تغییرات رفتار شهروندی سازمانی، ۵۴/۳ درصد از تغییرات درگیری شغلی و ۵۹/۲ درصد از تغییرات جذب کارکنان مستعد را تبیین می کند. باتوجه به نتایج پژوهش بیشترین تاثیر مدیریت تنوع بر جذب کارکنان مستعد بوده است. در نتیجه می توان ادعا کرد که با افزایش مدیریت تنوع و تقویت راهبردهای مدیریت تنوع در ادارات مورد مطالعه و بالارفتن مقادیر میانگین مدیریت تنوع برای ادارات مورد مطالعه، می توان بیشترین تاثیر را بر بهره وری منابع انسانی از طریق افزایش جذب کارکنان مستعد ایجاد کرد که این امر دستاورد بزرگی برای این پژوهش به ارمغان آورده است. بر طبق گفته سولمان (۲۰۱۷) جذب و حفظ کارکنان مستعد اعتبار فزاینده ای برای سازمان ها کسب می نماید. مدیران باید به نحو موثری تنوع را مدیریت کنند تا رضایت شغلی افزایش یابد. نتایج پژوهش حاضر در مورد تاثیر مدیریت تنوع بر رضایت شغلی با نتایج تحقیقات سولمان (۲۰۱۷) همخوانی دارد. همچنین هراندازه رضایت شغلی افزایش یابد، عملکرد سازمانی افزایش می یابد (سولمان، ۲۰۱۷). تاثیر مدیریت تنوع بر قصد ترک خدمت کارکنان نیز با نتایج پژوهش سینک و سلواواجان (۲۰۱۳) تا حدودی هماهنگی دارد، زیرا آن ها اثبات کردند که به کارگیری اقدامات مدیریت تنوع به ویژه اقدامات ضد تبعیض در کاهش ترک خدمت کارکنان نقش دارد. ان جی و بورک (۲۰۰۵) نیز در پژوهش خود نتیجه گرفتند که اجرای راهبرد های سطح بالای مدیریت تنوع، زمینه ساز جذب کارکنان مستعد و نیروهای نخبه و حفظ آن ها می باشد که با تاثیر مدیریت تنوع بر جذب کارکنان مستعد همخوانی دارد. نتایج پژوهش نشان داد مدیریت تنوع بر مولفه درگیری شغلی تاثیر معناداری دارد که نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات هارتر و همکاران (۲۰۰۵) همخوان است. سال هاست که مدیران به این نتیجه رسیده اند که اخلاقیت و درک اهداف سازمانی کمک شایانی به مدیران و کارکنان می نماید تا در فرآیند توسعه سازمانی موفق گردند. ادارات ورزش و جوانان هر روز با چالش های جدید روبه رو می گردند و نیاز دارند که کارکنان و کارشناسان آنها با استفاده از اخلاقیت و نوآوری شان راه حل های جدیدی را به سازمان ارائه دهند. واضح است که وجود چنین ویژگی مفیدی می تواند در بهره وری منابع انسانی موثر باشد. شاید بتوان گفت با توجه به نتایج یافته های سولمان (۲۰۱۷) لازم است که برنامه های آموزشی برای کارکنان در نظر گرفته شود تا موضوعات پیچیده را به نحوی مدیریت کنند که بهترین عملکرد را برای سازمان به ارمغان آورد. تاثیر مدیریت تنوع بر مؤلفه رفتار شهروندی سازمانی با نتایج پژوهش موچیری و آیوکو (۲۰۱۲) همخوانی دارد.

سوال دوم این پژوهش که آیا ادراک از هویت اجتماعی در تاثیرگذاری مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی نقشی ایفا می کند هم مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. اگر نیروی کار به درستی مدیریت شود، خود مدیریت تنوع می تواند ایجادکننده هویت سازمانی و اجتماعی برای افراد باشد. نتایج پژوهش نشان داد متغیر میانجی ادراک از هویت اجتماعی تاثیر زیادی بر بهره وری منابع انسانی داشته است. نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی در تاثیر مدیریت تنوع بر

● تاثیر مدیریت تنوع بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش میانجی ادراک از هویت اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان)

مؤلفه‌های بهره وری منابع انسانی تا حدودی با نتایج پژوهش ماگوشی و چانگ (۲۰۰۹) سنخیت دارد. آن‌ها تایید کرده‌اند که اثر راهبرد های تنوع در کل بر روی بهره وری منابع انسانی معنادار است و زمانی که ادراک کارکنان از راهبرد های تنوع عادلانه باشد، آن راهبرد ها بر تعهد سازمانی کارکنان اثرگذار خواهد بود. مادرا و همکاران (۲۰۱۲) بیان می کنند ادراک کارکنان و افراد متفاوت از تبعیض های حاصل شده از همکاران بر تصمیمات مدیریت هویت اجتماعی افراد اثر می گذارد و می توان گفت از این نظر نتایج تحقیق مادرا با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

پیشنهاده‌ها

باتوجه به یافته های پژوهش حاضر پیشنهاد می شود از گروهی که متقاضی قبول مسئولیت در ادارات ورزش و جوانان هستند ادارات را به سمتی سوق دهند که جذابیت بیشتری برای کارکنان داشته باشد و محیطی فراهم شود تا کارکنان بتوانند ضمن تلاش و کوشش خود بهترین بهره وری را برای اداره خود به ارمغان بیاورند. همچنین، به مدیران پیشنهاد می گردد که نگرش خود را نسبت به تنوع منابع انسانی تغییر دهند و تنوع و تفاوت های میان منابع انسانی خود را به عنوان یک دارایی و مزیت رقابتی در نظر بگیرند. از آنجا که از بین مولفه های بهره وری منابع انسانی، مولفه جذب کارکنان مستعد بیشترین تاثیر را از متغیر مدیریت تنوع گرفته است به سازمان هایی که تنوع منابع انسانی دارند پیشنهاد می شود که بهره وری سازمان خود را از طریق جذب کارکنان مستعد افزایش دهند. در واقع، سازمان ها باید با تمرکز بر برنامه های مدیریت تنوع به دنبال جذب کارکنانی با قابلیت ها و توانایی لازم و به عبارتی به دنبال جذب و حفظ کارکنان مستعد صرف نظر از تفاوت های فردی آن ها باشند تا بهره وری و عملکرد افراد افزایش یابد و موفقیت سازمان تضمین گردد.

منابع

- طالب زاده، عادل. (۱۳۹۵). «عوامل بهره وری نیروی انسانی در مدیریت سازمانی». کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت. تهران.
- سلطانی، مصطفی؛ دژآهنگ، منوچهر و پیرزه، حامد. (۱۳۹۵). «نقش مدیریت تنوع در بالندگی سازمانی دبیران تربیت بدنی». اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی.
- Abrams, D.; Ando, K. and Hinkle, S. (1998). **“Psychological attachment to the group: Cross-cultural differences in organizational identification and subjective norms as predictors of workers' turnover intentions”**. Personality and Social Psychology Bulletin, Vol. 24, No. 10, pp. 1027-1039.
- Allen, R. S., Dawson, G., Wheatley, K., & White, C. S. (2008). **“Perceived diversity and organizational performance”**. Employee Relations, 30(1), 20-33.
- Aicher, T. J. and Cunningham, G. B. (2011). **“Organizational culture and leader sex impacts leader prototypicality and effectiveness”**. International Journal of Sport Management, Vol. 12, No. 3, pp. 344-360.
- Aicher, T. J. and Samariniotis, H. N. (2012). **“A Comparison of Athletes' Use of Situational Cues and Gender Stereotypes on Coaching Endorsement”**. Journal of Issues in Intercollegiate Athletics, Vol. 5, pp. 192-206. .
- Berman. E., Bowman, J., West, J., & Van Wart, M. (2016). **Human Resource Management in Public Service: Paradoxes, Processes, and Problems (5th ed.)**. London: Sage Publications, Inc, p.118.
- Chin S. E. (1998). **“Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implications”**. Journal of Management, Vol. 29, No. 6, pp. 801-830.
- Fink, J. S.; Pastore, D. L. and Riemer, H. A. (2001). **“Do differences make a difference? Managing diversity in division IA intercollegiate athletics”**. Journal of Sport Management, Vol. 15, pp. 10-50.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2005). **“Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis”**. Journal of Applied Psychology, 87(2), 268.
- Henry K. B, Arrow H, Carini B. (1999). **“A tripartite model of group identification, theory and measurement”**. Small Group Research, Vol. 30, No. 5, pp. 558-581.
- Kanungo, R.N. (1979). **“Measurement of Job and Work Involvement”**. Journal of Applied Psychology, Vol. 67, p. 341 – 349.
- Kerby, S. & Burns, C. (2012). **“The Top 10 Economic Facts of Diversity in the Workplace”**. Retrieved May 25, 2017 from: <https://www.americanprogress.org/issues/labor/news/2012/07/12/11900/the-top-10-economic-facts-of-diversity-in-the-workplace/p.75>.

- Kundu, S. C., Mor, A. (2016). **"Effect of diversity management on employees' organizational commitment: A study Indians organizations"**. Journal of Applied Psychology, Vol. 92, No. 3, pp. 866-875.
<https://www.researchgate.net/publication/307872937>.
- Mamman, A.; Kamoche, K. and Bakuwa, R. (2012). **"Diversity, organizational commitment and organizational citizenship behavior: an organizing framework"**. Human Resource Management Review, Vol. 22, No. 4, pp. 285- 302.
- Mathis, R. L., Jackson, J.H. & Valentine, S. R. (2018). **Human resource management**. (15thed.) Stamford, CT: Cengage Learning.p.118.
- Magoshi, E, a, Chang, E. (2009). **"Diversity management and the effects on employees' organizational commitment: Evidence from Japan and Korea"**. Journal of Issues in Intercollegiate Athletics, Vol. 5, pp. 192-206.
- Muchiri, M. K. and Ayoko, O. B. (2012). **"Linking demographic diversity to organizational outcomes: The moderating role of transformational leadership"**. Leadership and Organization Development Journal, Vol. 34, No. 5, pp. 384-406.
- Madera, J. M.; Habel, M. R. and King, E. B. (2012). **"Bringing social identity towork: The influence of manifestation and suppression on perceiveddiscrimination, job satisfaction, and turnover intentions"**, Cultural Diversityand Ethnic Minority Psychology, Vol. 18, No. 2, pp. 165-170.
- Nishii, L. H. and Ozbilgin, M. F. (2010). **"Global diversity management: Towards a conceptual framework"**, The International Journal of Human Resource Management, Vol. 18, No. 11, pp. 1883-1894.
- Ng, E. S., & Burke, R. J. (2005). **Person-organization fit and the war for talent: does diversity management make a difference?** The International Journal of Human Resource Management, 16(7), 1195-1210.
- Organ, D. Kanoski H. (1996). **Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome**. Journal of Applied Psychology, Vol. 93, No. 3, pp. 865-875.
- Podsiadlowski, A.; Groschke, D.; Kogler, M.; Springer, C. and Van der Zee, K. (2015). **"Managing a culturally diverse workforce: Diversity perspectives in organizations"**, International Journal of Intercultural Relations, Vol. 37, pp. 159-175.
- Shen, J., D'Netto, B., & Tang, J. (2010). **Effects of human resource diversity management on organizational citizen behaviour in the Chinese context**. The International Journal of Human Resource Management, 21(12), 2156-2172.
- Singh, B., & Selvarajan, T. T. (2013). **Is it spillover or compensation? Effects of community and organizational diversity climates on race differentiated employee intent to stay**. Journal of Business Ethics, 115(2), 259-269.
- Suleman, A. Y. B.(2017).**Diversity Management for Improving Performance in Mobile Telephone Network(MTN) Ghana**

- limited. **American Journal of Industrial and Business Management**, 2(7): 1158- 1173 .<http://www.scrip.org/journal/ajibm>
- Tajfel H. 1978. Social Categorization, **Social Identity, and Social Comparisons. In Differentiation between Social Groups.** Edited by Henri Tajfel. London: Academic Press, pp. 27–60.
 - Taylor J.B, Bawers S.D.1972. '**Behavioral comparisons of positional demands in professional soccer**', International Journal of Performance Analysis in Sport, 4(1): 81–97.
 - Wang, J., & McLean, G. N. (2015). **Promoting diversity in India: Where do we go from here? Advances in Developing Human Resources**, 1-12 doi: 1523422315614930.
 - Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). **Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration.** MIS quarterly, 33(1), 177-195.

بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان

جعفر خوشبختی^۱

داود مودی^۲

سید محمد هاشمی آهویی^۳



10.22034/SSYS.2022.1096.1750

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۸/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۸

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان بود. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی انجام شد. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و کارشناسان اداره کل تربیت بدنی استان خراسان جنوبی و کرمان (۹۰ نفر) تشکیل می دادند که به صورت نمونه گیری تمام شمار انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از «پرسشنامه سرمایه اجتماعی» ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، «پرسشنامه مقیاس حمایت اجتماعی» شربورن و استوارت (۱۹۹۱) و پرسشنامه «استاندارد حکمرانی خوب» اردکانی (۱۳۸۷) استفاده گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار SPSS و آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد.

نتایج پژوهش نشان داد که وضعیت سرمایه اجتماعی، حمایت اجتماعی و حکمرانی خوب در بین مدیران و کارشناسان دو استان از وضعیت مطلوبی برخوردار بود. همچنین یافته های تحقیق حاکی

۱-دانشیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Jafar.khoshbakhti@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

۳- کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران

● بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش

و جوانان

از آن بود که سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی می تواند بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان موثر باشد. باتوجه به نتایج پژوهش حاضر دو متغیر سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی می توانند به عنوان دو عامل بهبود دهنده حکمرانی خوب در دستور کار مدیران قرار گیرد.

واژگان کلیدی: حکمرانی خوب، سرمایه اجتماعی، حمایت اجتماعی و کارشناسان ورزشی.

مقدمه

مفهوم «حکمرانی خوب»^۱ به گونه ای چشم گیر در ادبیات توسعه مورد استفاده قرار گرفته است (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین حکمرانی بر چگونگی اداره مردم و تنظیم مناسبات حکومتی و بر سیستم سیاست‌های یک ملت و نحوه عملکرد آن در ارتباط با اداره بخش دولتی و قانونی، اطلاق می‌گردد (نور^۲، ۲۰۱۸). در سال ۱۹۸۹ در پی مطالعات و بررسی‌های گوناگون گروه‌های کارشناسی و نیز کارکرد سیاست‌های اجماع واشنگتنی یا تعدیل ساختاری در کشورهای مختلف به خصوص آفریقا و آمریکای لاتین، این مسئله برای بانک جهانی روشن شد که حکمرانی موضوع کلیدی توسعه است. این مسئله به تدریج مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت تا اینکه در گزارش سالانه توسعه جهانی در سال ۱۹۹۶ با عنوان «از برنامه تا بازار» به روشنی انعکاس یافت و حکمرانی خوب موضوع اصلی سیاست گذاری توسعه معرفی شد (آهنگران، ۱۳۹۷).

در مورد حکمرانی خوب، تعاریف مختلفی ارائه شده است. با دقت در آن‌ها می‌توان به این نکته پی برد که روح کلی حاکم بر این تعاریف چندان تفاوتی نمی‌کند. اساس تعریف حکمرانی خوب عبارت از نظامی مرکب از ارزش‌ها، سیاست‌ها و نهادهاست که جامعه به وسیله آن، اقتصاد، سیاست و مسائل اجتماعی خود را مدیریت می‌کند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۸). تمامی تعاریف در تعریف حکمرانی بیانگر مفهومی وسیع‌تر از حکومت هستند. کاربرد جدید این واژه شامل سه نهاد حکومت، جامعه مدنی و بخش خصوصی می‌شود. وظیفه حکمرانی خوب نیز همکاری هر چه بیشتر این سه بخش با یکدیگر است (سلیمی و مکنون، ۱۳۹۷). ایده حکمرانی خوب در مقابل حکمرانی ضعیف مطرح شده است. از نظر بانک جهانی، حکمرانی ضعیف با عناوین شخصی نمودن قدرت، فقدان حقوق بشر، فساد نهادهای شده، دولت‌های غیر پاسخگو و غیر منتخب، مترادف است و طبیعتاً حکمرانی خوب بر عکس موارد یاد شده خواهد بود (یعقوبی، ۱۳۹۶). حکمرانی متوجه نحوه اعمال قدرت بین بخش‌های مختلف جامعه با منافع مختلف است؛ به گونه ای که آزادی‌های مرسوم فراهم شود، تجارت رونق گیرد و فرهنگ و هنرهای مختلف امکان رشد پیدا کنند. پس، حکمرانی به خودی خود مهم است، زیرا شرایط لازم برای انجام کارهایی که مردم ارزش فوق‌العاده ای برای آن‌ها قائل اند فراهم می‌کند نظیر آزادی فردی (آزادی‌های اجتماعی، مذهبی، کسب و کارها، و...)، حکمرانی قانون و... در عین حال، حکمرانی کوره راهی برای نیل به پیامدها و شرایط دلخواه است. حکمرانی خوب را می‌توان به عنوان مدلی از حکمرانی تعریف کرد که منجر به نتایج اقتصادی و اجتماعی دلخواه شهروندان می‌شود (میدری، ۱۳۸۵). در سال‌های اخیر نیز پژوهش‌های مهمی با هدف دستیابی به معیارهای حکمرانی خوب در سازمان‌های ورزشی انجام شده است. برای مثال، چاپپلت و مابوت^۳ (۲۰۰۸) اصول شفافیت، پاسخگویی، دموکراسی استقلال و مسئولیت‌های اجتماعی را برای حکمرانی خوب در کمیته بین‌المللی المپیک پیشنهاد داده‌اند. اصول حکمرانی خوب برای فدراسیون‌های ورزش انگلستان شامل سه معیار وضعیت هیئت اجرایی و کمیته‌ها، مدیریت منابع انسانی و مدیریت صاحب نفعان تعیین شده‌اند (والترز^۴ و

1. good ruling
2. Nor
3. Chappelet & Mabbott
4. Walters

همکاران، ۲۰۱۰). اهمیت منابع انسانی در حکمرانی خوب و به عنوان یکی از صاحبان حکمرانی خوب باعث به وجود آمدن مقوله های جدید به عنوان سرمایه اجتماعی می گردد.

چون حکمرانی خوب در خلأ شکل نمی گیرد، نیازمند «سرمایه اجتماعی»^۱ است. جیمز کلمن^۲ سرمایه اجتماعی را بر پایه کارکردهای آن تعریف کرده و معتقد است سرمایه اجتماعی هنگامی ایجاد می شود که روابط میان اشخاص به شیوه ای تغییر یابد که کنش ها را آسان سازد. بنابراین سرمایه اجتماعی در برداشت ابعاد متفاوت ساختار اجتماعی است که باعث ترویج کنش های فردی و جمعی می شود (وسبورگ^۳، ۲۰۱۷). سرمایه اجتماعی برای بهبود عملکرد ضروری است، چرا که با به اشتراک گذاشتن دانش، دستیابی به منابع را تسهیل می کند (وان و کاتن^۴، ۲۰۱۸). این سرمایه در رابطه بین افراد و حدی که آنان می توانند برای دستیابی به روابط کاری و پیامدهای شغلی مثبت، به منابع قدرت در سازمان متصل شوند و جایگاهی مناسب در شبکه های اجتماعی کسب نمایند، حائز اهمیت جدی است (یعقوبی و پیری یوسف آبادی، ۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی را می توان به عنوان مجموعه اعتماد، هنجار، تفاهم و شبکه روابطی تعریف کرد که وجود آن در بین کارکنان و مدیران منجر به بهبود کیفیت روابط و افزایش سطح مشارکت و مسئولیت پذیری شده، در نهایت باعث رشد فردی و سازمانی می گردد. امروزه رشد هر سازمانی به سرمایه اجتماعی موجود در بین کارکنان آن وابسته است (کشاوری و همکاران، ۱۳۹۷). پوتنام^۵ (۱۹۹۳) سرمایه اجتماعی را شکل دهنده حکومت خوب و کارایی دموکراسی می داند (پوتنام، ۱۹۹۳). هولگر شیل^۶ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «مدیریت رضایت تأمین کننده، سرمایه اجتماعی و چارچوب وابستگی منابع» به این نتیجه دست یافتند که علاوه بر سرمایه های مالی و سایر سرمایه ها، در سازمان ها سرمایه مهم دیگری به نام «سرمایه های اجتماعی» وجود دارد که از نقش مهمی در میزان اثربخشی و کارایی در سازمان ها برخوردار است و میزان مشارکت افراد به میزان رضایت خاطر و شادی آنان بستگی دارد که خود منجر به مشارکت داوطلبانه افراد می شود (کشاوری و همکاران، ۱۳۹۷). دarsi^۷ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی دیگر در سازمان های ورزشی به این نتیجه رسیدند که درک درست از سرمایه های اجتماعی در یک سازمان ورزشی موجب توسعه این سرمایه می گردد که خود باعث بهره وری بیشتر و به وجود آوردن یک حس بسیار قوی از تعلق و حمایت متقابل برای اعضا می شود. در واقع، سرمایه انسانی زمانی به صورت داوطلب مشارکت می کند که از سرمایه های اجتماعی قوی برخوردار باشد. طبرسا و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان «بررسی تأثیر حکمرانی خوب بر سرمایه اجتماعی» روی اثرات سرمایه اجتماعی بر حکمرانی خوب کار کرده و به اعتقاد وی، استقرار حکمرانی خوب در جامعه تأثیر در خور توجهی بر سرمایه اجتماعی می گذارد. این امر اقدامات و تعاملات افراد را تسهیل می کند و موجبات پویایی جامعه را فراهم می آورد. در پژوهش دیگر در داخل کشور، مکیان و همکاران

1. Social capital
2. James Coleman
3. Vosburgh
4. Wang, L. & Cotton
5. Putnam
6. Holger Shill
7. Darsi

(۱۳۹۴) به تأثیر حکمرانی خوب بر توسعه انسانی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در کشورهایی که حکمرانی خوب در سطح بهتری است اثرات مثبتی بر شاخص توسعه انسانی حاصل شده است.

یکی دیگر از مفاهیم مرتبط در حوزه روابط اجتماعی، مفهوم «حمایت اجتماعی»^۱ است. حمایت اجتماعی شبکه ای اجتماعی است که برای شخص، منابع روان شناختی توجه برانگیزی را فراهم می کند تا وی بتواند با شرایط استرسزای زندگی و مشکلات روزانه کنار آید (کوهن^۲، ۲۰۱۰). حمایت اجتماعی به عنوان کمک ها و حمایت های اجتماعی والدین، دوستان و دیگر افراد مهم تعریف شده است که فرد آن ها را با توجه به شرایط اجتماعی و فردی خود درک می کند (اورزکو^۳، ۲۰۰۷). حمایت اجتماعی مفهومی چندبعدی است که به اشکال و طرق مختلفی تعریف شده است. برخی پژوهشگران، حمایت اجتماعی را میزان برخورداری از محبت، همراهی، مراقبت، احترام، توجه، و کمک دریافت شده فرد از سوی افراد یا گروه های دیگر مانند اعضای خانواده، دوستان و دیگران تعریف کرده اند (حسینی و فرزانه، ۱۳۹۷). پژوهشگران بر این امر تأکید می کنند که اعتقادات کودکان درباره عوامل اجتماعی مانند حمایت والدین می تواند نگرش ها و ارزش های آنان را نسبت به فعالیت های بدنی و درگیر شدن در آن ها شکل دهد. از این دیدگاه می توان چنین دریافت که حمایت اجتماعی والدین در فعالیت های بدنی به عنوان یک مدل برای کودکان و نوجوانان عمل می کند و می تواند بر بسیاری از رفتارهای آن ها از جمله کسب لذت اثری مثبت داشته باشد (بای و اصفهانی نیا، ۱۳۹۸). باد^۴ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی که روی دختران دانش آموز آمریکایی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که حمایت اجتماعی والدین و جو مدارس اثری مثبت بر میزان لذت از فعالیت های بدنی در این دانش آموزان دارد. گودرز و همکاران در پژوهشی در سال ۱۳۹۴ پس از بررسی رابطه حمایت اجتماعی و بهزیستی روانی در سالمندان مراجعه کننده به مرکز توان بخشی روزانه، بیان داشتند که بین حمایت اجتماعی با بهزیستی روانی رابطه مثبت وجود دارد. بنابراین افزایش حمایت اجتماعی از سالمندان می تواند تأثیر مهمی بر بهزیستی روانی و عملکرد اجتماعی سالمندان داشته باشد. از سوی دیگر، افزایش حمایت های اجتماعی علاوه بر بهبود عملکرد اجتماعی می تواند باعث تقویت بهزیستی روانی سالمندانی شود که در معرض اضمحلال روانی قرار دارند.

با توجه به اهمیت موضوعات سرمایه اجتماعی، حمایت اجتماعی و حکمرانی خوب در عصر حاضر که عنصر رقابت بی رحمانه تعیین کننده سرنوشت سازمان ها به ویژه سازمان های ورزشی است و تحقیقات اندکی که پیرامون این موضوع در حوزه تربیت بدنی صورت گرفته، تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به پرسش زیر است:

آیا سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب تأثیر گذار هستند؟

1. social support
2. Cohen
3. Orozco
4. Budd

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و بر حسب روش گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارشناسان و مدیران اداره ورزش و جوانان استان کرمان و خراسان به تعداد ۹۰ نفر تشکیل می‌دادند. با توجه به اینکه تعداد کارشناسان و مدیران در دو استان کم بود، از روش نمونه‌گیری تمام شمار استفاده شد. با توجه به هدف تحقیق، برای گردآوری اطلاعات از «پرسشنامه‌های استاندارد حکمرانی» خوب مشتمل بر ۲۱ گویه، «پرسشنامه سرمایه اجتماعی» ناهایت و گوشال با ۲۸ گویه (۱۹۹۸) و «پرسشنامه حمایت اجتماعی» شربورن و استوارت (۱۹۹۱) با ۱۹ گویه استفاده گردید. برای اطمینان از روایی محتوایی پرسشنامه‌ها، بعد از تدوین آن‌ها از نظرات و راهنمایی‌های استادان صاحب‌نظر در علم مدیریت و ورزش استفاده شد و نظرات آن‌ها در پرسش‌نامه نهایی لحاظ گردید. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها، ۳۰ نسخه آن در مطالعه مقدماتی بر روی افراد نمونه که به طور کاملاً تصادفی انتخاب شده بود، توزیع شد و برای ضریب پایایی از آلفای کرونباخ استفاده گردید- ضریب پایایی درونی برای حکمرانی خوب ۰/۹۰، سرمایه اجتماعی ۰/۸۷ و حمایت اجتماعی ۰/۹۷ به دست آمد. گفتنی است که خباز و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خویش پایایی پرسشنامه حمایت اجتماعی را ۰/۷۴ و عباس زاده و همکاران (۱۳۹۰) پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی را آلفای ۰/۸۹ گزارش نمودند. در ادامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، جداول) و استنباطی (همبستگی) به منظور ارتباط بین متغیرها، تی تک نمونه‌ای (وضعیت متغیرهای تحقیق در جامعه مورد نظر) و رگرسیون هم زمان (پیش بینی متغیر وابسته از متغیر مستقل) با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ در سطح معناداری ۰/۰۵ $p \leq$ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱: سنجش وضعیت متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای

متغیر	استان	میانگین	df	t	سطح معناداری	میانگین فرضی
سرمایه اجتماعی	خراسان جنوبی	۳/۳۸	۳۹	۱۴/۶۴	۰/۰۰۰۱	۳
	کرمان	۳/۳۶	۴۴	۱۴/۳۶	۰/۰۰۰۱	۳
حمایت اجتماعی	خراسان جنوبی	۳/۳۸	۳۹	۱۳/۸۷	۰/۰۰۱	۳
	کرمان	۳/۳۵	۴۴	۱۳/۴۸	۰/۰۰۱	۳
حکمرانی خوب	خراسان جنوبی	۳/۲۷	۳۹	۴/۷۸	۰/۰۰۱	۳
	کرمان	۳/۲۹	۴۴	۵/۷۶	۰/۰۰۱	۳

همان‌طور که نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد مقدار میانگین بالاتر از میانگین فرضی است. لذا وضعیت متغیرهای تحقیق در جامعه مورد پژوهش مطلوب می‌باشد ($p < ۰/۰۵$).

جدول ۲: مدل رگرسیون

خطای استاندارد برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	همبستگی
۰/۲۵۴	۰/۴۷۱	۰/۴۷۸	۰/۶۹۱

بر اساس نتایج جدول ۲، بین دو عامل سرمایه اجتماعی و حکمرانی خوب، همبستگی مثبتی به میزان ۰/۶۹۱ وجود دارد. همچنین ضریب تعیین مدل رگرسیون برابر ۰/۴۷۸ می باشد و به این معنی است که ۴۷/۸ درصد تغییرات حکمرانی خوب تنها به وسیله سرمایه اجتماعی تبیین می شود و مابقی ۵۲/۲ درصد تغییرات مربوط به عوامل دیگری است که در مدل رگرسیون بیان نشده است. علاوه بر این ها، خطای استاندارد برآورد در این مدل برابر ۰/۲۵۴ می باشد که شاخصی نسبی است و برای مقایسه مدل ها از آن استفاده می شود.

۲۹۵

جدول ۳: نتایج آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	Sig
رگرسیون	۴/۹۰۲	۱	۴/۹۰۲	۷۵/۸۵	۰/۰۰۱
باقیمانده	۵/۳۶۴	۸۳	۰/۰۶۵		
مجموع	۱۰/۲۶۶	۸۴			

باتوجه به معناداری مقدار آزمون $F(F=75/85, p=0/001)$ می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) و متغیر وابسته (حکمرانی خوب) مدل خوبی است و مجموعه متغیر مستقل قادرند تغییرات متغیر وابسته حکمرانی خوب را تبیین کنند.

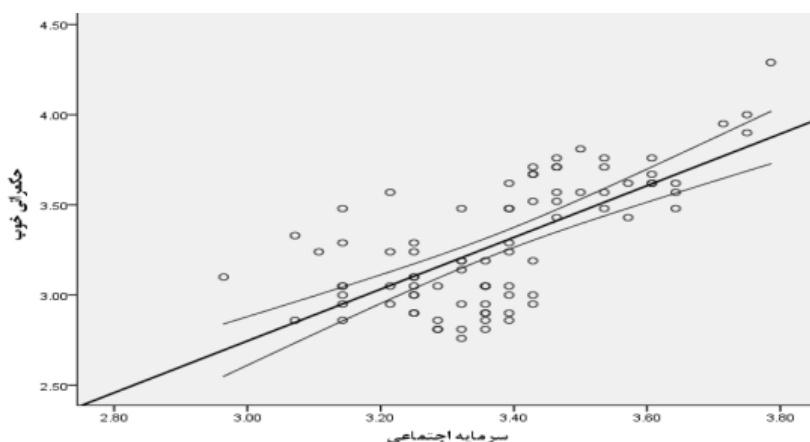
جدول ۴: نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر پیش بین سرمایه اجتماعی و متغیر ملاک حکمرانی خوب

رگرسیون همزمان	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	مقدار t	Sig
	B	Std. Error			
عرض از مبدأ	-۱/۵۶۱	۰/۵۵۷		-۲/۸۰۲	۰/۰۰۶
سرمایه اجتماعی	۱/۴۳۵	۰/۱۶۵	۰/۶۹۱	۸/۷۱۰	۰/۰۰۱

● بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان

با توجه به نتایج جدول ۴، سطح معناداری متغیر سرمایه اجتماعی کمتر از ۰/۰۵ می باشد که میزان تأثیر گذاری ۶۹ درصد بر روی حکمرانی خوب می باشد. همچنین با توجه به رابطه خطی زیر، اگر سرمایه اجتماعی یک واحد افزایش یا کاهش یابد، حکمرانی خوب به تبع آن یک و نیم واحد زیاد یا کم می شود. لذا از سرمایه اجتماعی می توان برای بهتر کردن حکمرانی استفاده کرد. با توجه به نتایج به دست آمده می توان رابطه خطی زیر را بر اساس تحلیل رگرسیون بیان کرد:

$$\text{سرمایه اجتماعی}^* = ۱/۴۳۵ - ۱/۵۶۱ \times \text{حکمرانی خوب}$$



شکل ۱: نمودار پراکنش سرمایه اجتماعی در مقابل حکمرانی خوب

در شکل ۱، نحوه پراکندگی امتیازات دو متغیر و خط رگرسیون برازش شده به آن ها به همراه خطوط فاصله اطمینان برای میانگین متغیر پاسخ برای درک بهتر روابط رسم شده است.

جدول ۵: مدل رگرسیون

خطای استاندارد برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	همبستگی
۰/۲۷۳	۰/۳۸۷	۰/۳۹۴	۰/۶۲۸

بر اساس نتایج جدول ۵، بین دو عامل حمایت اجتماعی و حکمرانی خوب همبستگی مثبتی به میزان ۰/۶۲۸ وجود دارد. همچنین ضریب تعیین مدل رگرسیون برابر ۰/۳۹۴ می باشد و به این معنی است که ۳۹/۴ درصد تغییرات حکمرانی خوب تنها به وسیله حمایت اجتماعی تبیین می شود و مابقی ۶۰/۶ درصد تغییرات مربوط به عوامل دیگری است که در مدل رگرسیون بیان نشده است. علاوه بر این ها، خطای استاندارد برآورد در این مدل برابر ۰/۲۷۳ می باشد که شاخصی نسبی است و برای مقایسه مدل ها از آن استفاده می شود.

جدول ۶: نتایج آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	Sig
رگرسیون	۴/۰۴۸	۱	۴/۰۴۸	۵۴/۰۴۴	۰/۰۰۱
باقیمانده	۶/۲۱۷	۸۳	۰/۰۷۵		
مجموع	۱۰/۲۶۶	۸۴			

باتوجه به معناداری مقدار آزمون $F(F=54/044, p=0/001)$ می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از متغیر مستقل (حمایت اجتماعی) و متغیر وابسته (حکمرانی خوب) مدل خوبی است و مجموعه متغیر مستقل قادرند تغییرات متغیر وابسته حکمرانی خوب را تبیین کنند.

۲۹۷

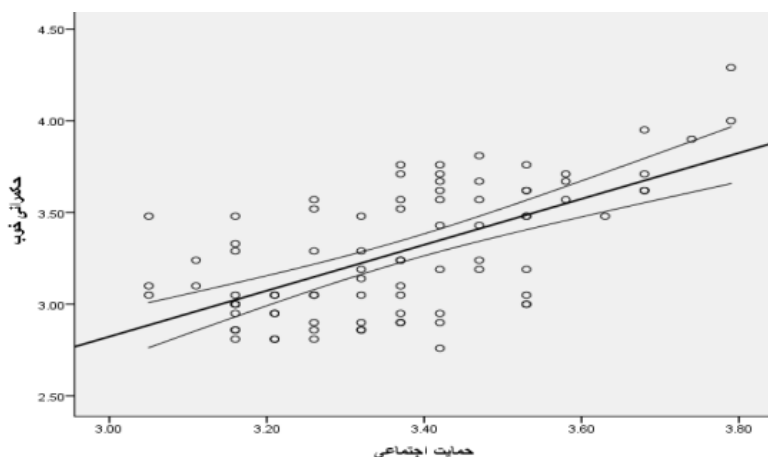
جدول ۷: نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر پیش‌بین حمایت اجتماعی و متغیر ملاک حکمرانی خوب

Sig	مقدار t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		رگرسیون همزمان
		Beta	Std. Error	B	
۰/۰۰۶	-۲/۸۰۲		۰/۵۵۷	-۱/۵۶۱	عرض از مبدأ
۰/۰۰۱	۸/۷۱۰	۰/۶۹۱	۰/۱۶۵	۱/۴۳۵	حمایت اجتماعی

چون در جدول ۷، ضرایب فوق ضریب مقدار ثابت معنی دار نشده است ($p=0/109$)، ضرایب را به کمک رگرسیون (بدون مقدار ثابت) برآورد می‌کنیم. لذا با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان رابطه خطی زیر را بر اساس تحلیل رگرسیون بیان کرد:

$$\text{سرمایه اجتماعی} = 1/251 * \text{حکمرانی خوب}$$

در شکل ۲، نحوه پراکندگی امتیازات دو متغیر و خط رگرسیون برازش شده به آن‌ها به همراه خطوط فاصله اطمینان برای میانگین متغیر پاسخ جهت درک بهتر روابط رسم شده است.



شکل ۲: نمودار پراکنش حمایت اجتماعی در مقابل حکمرانی خوب

بحث و نتیجه گیری

حکمرانی خوب فراتر از یک نظریه است. بنابراین، در سازمان‌هایی مانند ادارات ورزش و جوانان که در یک محیط پیچیده و با گروه‌های مختلف ارتباط دارند و مجبور به اطمینان آفرینی و جلب رضایت صاحب نفعان خود هستند، حکمرانی خوب باید جزء جدایی ناپذیر اولویت‌های کاری قرار گیرد (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۷). هدف این پژوهش، بررسی نقش سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی بر حکمرانی خوب مدیران و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمان و خراسان جنوبی بود.

نتایج تحقیق نشان داد میزان سرمایه اجتماعی در بین کارشناسان و مدیران استان‌های خراسان جنوبی و کرمان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. با توجه به دغدغه‌های موجود، کاهش سرمایه اجتماعی در جامعه ایرانی و به تبع آن در سازمان‌های ورزشی به عنوان مجموعه اعتماد، هنجارها و شبکه ارتباطات مورد کنکاش محقق قرار گرفت. از آنجا که خودآگاهی و درک درست سرمایه اجتماعی موجب توسعه سرمایه و بهره‌وری بیشتر و به وجود آمدن یک حس قوی‌تر از تعلق و حمایت متقابل در اعضای سازمانی می‌شود و نیز با توجه به مطلوبیت سرمایه اجتماعی در کارشناسان و مدیران دو استان خراسان جنوبی و استان کرمان انتظار می‌رود این سرمایه در توسعه منابع انسانی و بهره‌وری سازمانی مورد استفاده بهینه قرار گیرد و از نقش تسهیل‌کنندگی آن در کنش‌های سازمانی استفاده مطلوب شود. همان‌طوری که وسبورک (۲۰۱۷) اظهار می‌دارد سرمایه اجتماعی توسعه دهنده کنش‌های فردی و اجتماعی است. از این رو، کارشناسان و مدیران جامعه تحقیق می‌توانند این سرمایه را در راستای بهبود عملکرد از طریق به اشتراک گذاشتن دانش و دستیابی آسان‌تر به منابع به‌کارگیرند. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی می‌تواند در دستیابی به روابط کاری و پیامدهای مثبت شغلی و اتصال به منابع قدرت در سازمان نقش مهمی داشته باشد و جایگاه بهتری در شبکه‌های اجتماعی ایجاد نماید (یعقوبی و پیری یوسف آبادی، ۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی در بهبود کیفیت روابط و افزایش سطح مشارکت و مسئولیت‌پذیری و در رشد فردی و

سازمانی هم مورد بهره برداری قرار می‌گیرد (کشاوری و همکاران، ۱۳۹۷) و نقش مهمی در اثربخشی و کارایی سازمانی دارد.

از نتایج دیگر تحقیق حاضر، وضعیت مطلوب حمایت اجتماعی در بین کارشناسان و مدیران استان‌های خراسان جنوبی و کرمان بود. حمایت اجتماعی به کمک یا مساعدتی اطلاق می‌شود که دیگران در هنگام مواجهه شخص با استرس، فشار و مشکلات زندگی در اختیار فرد می‌گذارند (تاسیک، ۱۳۸۶). این مساعدت و حمایت، به اشکال مختلفی صورت می‌پذیرد. در شرایطی به شکل عاطفی و هیجانی از طریق ابراز علاقه و احترام و در شرایطی دیگر، به شکل ابزاری و از طریق فراهم کردن کمک‌های ملموس نظیر پول، نفوذ و اطلاعات برای فرد یا افراد درگیر انجام می‌پذیرد. مشارکت کردن در فعالیت‌های سازمانی که با حمایت اجتماعی همراه است یک نظام حمایت خودساخته به وجود آورد که در فرد این القا را ایجاد می‌کند که مورد احترام و ارزشمند است و می‌تواند به یک شبکه اجتماعی و تعهدات متقابل وصل شود؛ به گونه ای که این شبکه اجتماعی به عنوان سپری در مقابل استرس محیطی عمل نماید. همان گونه که شوارتز^۱ (۲۰۰۴) حمایت اجتماعی را به عنوان منبع فراهم شده توسط دیگران می‌داند که امکاناتی برای مقابله با استرس ایجاد می‌کند، شوارتز و شوارتز حمایت اجتماعی را مبادله ای از منابع تعریف می‌کنند که این احساس را در فرد ایجاد می‌کند که مورد توجه دیگران قرار گرفته است و دیگران برای او ارزش قائل اند و او به شبکه اجتماعی تعلق دارد و تنها نیست. این حمایت مثل حمایت خانواده و دوستان و آشنایان است که با عضویت در سازمان‌های ورزشی و حمایت چندجانبه حاصل می‌شود (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷). سازمان‌هایی که از نظر حمایت اجتماعی وضعیت مطلوبی دارند، از فرصت‌های بیشتر و توان بالاتری در انجام مسئولیت و کار نیک و خیر رساندن به دیگران برخوردارند. افکار افراد مورد حمایت نیز به تبع حمایت دریافتی در جهت مثبت سیر می‌کند و در کارها خلاقیت بیشتری دارند و اثربخشی آن‌ها بیشتر می‌شود. افراد مورد حمایت به کارهای خود و دیگران با نگاه مثبت‌تری می‌نگرند (باد و همکاران، ۲۰۱۸). تحقیقات زیادی مزایای حمایت اجتماعی در موفقیت سازمانی را نشان داده است و اهمیت آن را در افزایش میل رقابتی خاطر نشان کرده‌اند. حمایت اجتماعی به سازمان‌ها کمک می‌کند که در اندازه بزرگ‌تری با دیگران به رقابت بپردازند که از نیازهای اساسی سازمان‌های امروزی است. هرچند بیشتر تحقیقات انجام شده در زمینه حمایت اجتماعی در حوزه ورزشی انجام نشده‌اند، ولی نمی‌توان از دستاوردهای حمایت اجتماعی در سایر حوزه‌ها و ابعاد مختلف آن چشم‌پوشی کرد.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد وضعیت حکمرانی خوب در بین مدیران و کارشناسان دو استان کرمان و خراسان جنوبی در سطح مطلوبی قرار دارد. این بدین معناست که کارشناسان و مدیران دو استان خراسان جنوبی و کرمان به عنوان اثرگذاران واقعی جامعه ورزشی از نحوه اعمال قدرت و اتخاذ تصمیمات و نحوه اظهار نظر زیرمجموعه و سایر ذینفعان سازمانی ادراک خوب بودن دارند. همچنین نشان می‌دهد که فرایندها، ساختارها و مقررات رسمی و غیررسمی در جامعه تحقیق به گونه ای است که افراد می‌توانند بر تصمیماتی که برای رفاه آن‌ها و کیفیت زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد، اعمال قدرت کنند و شرایط لازم برای انجام کارهایی که جامعه تحقیق برای آن‌ها ارزش قائل است، مهیاست (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۵). در حقیقت، حکمرانی خوب مفهومی

مشمول بر معیارها و استانداردها، رویه‌ها و اصول حکومت داری است که مدیران از طریق آن امور عمومی را به انجام می‌رسانند، منابع عمومی را اداره می‌کنند و حقوق افراد سازمان را تضمین می‌نمایند. از ارکان مهم حکمرانی خوب می‌توان به شفافیت، مسئولیت پذیری، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف پذیری اشاره کرد. حکمرانی خوب نسبت نزدیکی با مردم سالاری و فرآیندهای دموکراتیک دارد و به سخن بهتر، مجموعه ای از معیارها و شاخصه های کاربردی نظام‌های سیاسی دموکراتیک در ابعاد فرآیندی، ساختاری و ماهوی است. حکمرانی خوب، نظریه ای است که در دو دهه اخیر در مجامع جهانی و در داخل کشورها و سازمان‌ها مورد توجه بسیار بوده و از آن برای سنجش میزان «خوبی» حکمرانی در سازمان‌های مختلف استفاده می‌شود، اما در واقع این نظریه برای جهت دهی کشورهای در حال توسعه به سوی توسعه‌یافتگی کامل است (نور و همکاران، ۲۰۱۸).

علاوه بر این، نتایج تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی توان پیش بینی حکمرانی خوب را دارد. این یافته با نتایج تحقیقات یوسفی و همکاران (۱۳۹۷)، حیدری (۱۳۹۶)، مکیان و همکاران (۱۳۹۴) و طبرسا و همکاران (۱۳۹۵) هم خوانی دارد. پوتنام^۱ (۱۹۳۸) یکی از محققان سرمایه اجتماعی معتقد است سرمایه اجتماعی مجموعه ای از مفاهیم مانند اعتماد، شبکه‌ها و هنجارهاست که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع می‌شود و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد و به حکمرانی خوب جوامع منتهی خواهد شد. او سرمایه اجتماعی را به عنوان وسیله ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در نظام‌های مختلف سیاسی می‌داند و تأکید عمده وی بر مفهوم اعتماد است. او کاکس^۲ (۱۹۹۵) نیز در تعریف سرمایه اجتماعی می‌گوید که این مفهوم به فرآیندهای بین فردی اطلاق می‌شود که اعتماد و هنجارهای اجتماعی و شبکه روابط را می‌سازند و همکاری و هماهنگی متقابل را تسهیل می‌کنند و در نتیجه آن، منافع متقابل افزایش می‌یابد. از نظر وی، سرمایه اجتماعی قابل اندازه گیری است و منزلت اجتماعی سایر سرمایه‌ها را نیز در بر دارد. در نهایت، فوکویاما^۳ (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی را یک هنجار اجتماعی محسوب می‌کند که همکاری بین دو یا چند نفر را تقویت می‌بخشد و آن را ویژگی عمل متقابل بین دو دوست می‌داند. او معتقد است که اعتماد، شبکه های ارتباطی و جامعه مدنی، همگی محصول سرمایه اجتماعی هستند، نه این که خود آن‌ها سرمایه اجتماعی به حساب آیند. از نظر او، هنجارهایی سرمایه اجتماعی هستند که به همکاری در گروه‌ها منجر شوند. به طور کلی می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی یک ظرفیت، جوهر اجتماعی یا هنجاری غیر رسمی است که همکاری میان افراد و نهادهای یک جامعه را ارتقا می‌بخشد (متوسلی و همکاران، ۱۳۹۰). هر جامعه و سازمانی برای حکمرانی خوب و برای دستیابی به اهداف خود، علاوه بر افراد آگاه و با تجربه و امکانات و ابزار مادی، به عواملی مانند اعتماد، تعهد و مسئولیت پذیری و ... هم نیاز دارد که این عوامل همان سرمایه های اجتماعی هستند.

یکی دیگر از یافته تحقیق حاضر این بود که حمایت اجتماعی درک شده توان پیش بینی حکمرانی خوب را دارد. این یافته با نتایج تحقیقات گودرز و همکاران (۱۳۹۴) و هولگر و همکاران (۲۰۱۵)

1. Putnam
2. Evocakese
3. Fukuyama

هم خوانی دارد. تفاوت‌های موجود بین سازمان‌ها نشان داد که سازمان‌ها و مدیران موفق و نسبتاً موفق، سطوح بالاتری از انسجام تکلیف و حمایت اجتماعی را نسبت به سازمان‌های ناموفق داشتند. در این مورد، رمضان زاده (۲۰۱۰) و حسینی (۲۰۰۹) گزارش دادند سازمان‌هایی که در سطح بالایی از انسجام تکلیف و اجتماعی قرار دارند، نسبت به سازمان‌های که ارائه کننده سطح پایینی از انسجام تکلیف اجتماعی‌اند، به موفقیت بیشتری تمایل دارند. یکی از خاصیت‌های سازمان، افزایش توان بازدهی آن است. این خاصیت خود می‌تواند نشان‌گر حمایت‌های اجتماعی درون سازمان توسط مدیران باشد. یک سازمان ورزشی با حمایت اجتماعی بالا می‌تواند به کمک حمایت اجتماعی بر مشکلات و چالش‌های فردی و تیمی فائق آید و موفقیت بیشتری کسب کند. هر سازمان ساخته شده از اعضای آن است. اگر در سازمان یک بخش دچار مشکل و چالش باشد، احتمالاً یکی از زنجیره‌های آن کم شده است که می‌تواند حکمرانی خوب را به شدت کاهش دهد. اگر مدیران سازمان بتوانند حمایت اجتماعی کافی را از فرد مورد نظر داشته باشند، دوباره سازمان می‌تواند موفق باشد. در نهایت، این حمایت به رفع چالش و مشکل یک فرد می‌انجامد. در نتیجه، همین رفع مشکل سطحی از موفقیت است و به افزایش اعتماد به نفس و روحیه سازمان کمک می‌کند. حمایت اجتماعی در نگاه ساده و مثال ورزشی قابل فهم مشابه آتل در شکستگی‌ها عمل می‌کند. اگر آتل در شکستگی مورد استفاده قرار نگیرد، شدت شکستگی، جراحت و آسیب بیشتر می‌شود؛ اما در صورت استفاده از آتل می‌توان جلوی پیشرفت بیشتر شکستگی را گرفت و بعد از گذشت مدتی بهبودی حاصل شود. در سازمان‌های ورزشی هم اگر حمایت اجتماعی وجود نداشته باشد، یک یا چند نفر از اعضا که دچار چالش شوند از سازمان حذف خواهند شد و در این صورت، حکمرانی خوب حاصل نمی‌شود.

در پایان با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر به کلیه مدیران، کارشناسان و دست‌اندرکارن سازمان‌های ورزشی توصیه می‌شود سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی را به عنوان دو عامل بهبود دهنده حکمرانی خوب که نقش تسهیل‌کنندگی و کاتالیزوری دارند، به صورت بهینه به کار گیرند و در دستور کار خود قرار دهند.

منابع

- آهنگران، جعفر. (۱۳۹۷). «ارتباط سنجی حکمرانی خوب با فرهنگ سیاسی ایران، با تمرکز بر فرهنگ سیاسی شیعه در ایران». فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی. دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۳۷-۱۵۰.
- حیدری سرنقی، فاطمه. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه حکمرانی خوب با سرمایه اجتماعی». کنفرانس سالانه پارادایم های نوین مدیریت در حوزه هوشمندی. تهران، دانشگاه تهران.
- رضایی، الهه؛ توحیدی، افسانه و موسوی نسب، محمد حسن. (۱۳۹۷). «حمایت اجتماعی و انگیزش تحصیلی: نقش واسطه ای باورهای خودکارآمدی». مجله مطالعات آموزش و یادگیری. دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۵۴-۷۴.
- سلیمی، جلیل و مکنون، رضا. (۱۳۹۷). «فراتحلیل کیفی پژوهش های علمی ناظر بر مسئله حکمرانی در ایران». مدیریت دولتی. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱-۳۰.
- طبرسا، غلامعلی؛ قوچانی، فرخ و بادین دهش، مهرا. (۱۳۹۵). «بررسی تاثیر حکمرانی خوب بر سرمایه اجتماعی». مدیریت سرمایه اجتماعی. دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۷۷-۱۹۸.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و اصغری، زهرا. (۱۳۹۷). «نقش میانجی هوش سازمانی در ارتباط خودکارآمدی شغلی و سرمایه اجتماعی وزارت ورزش و جوانان». نشریه مدیریت ورزش. دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۲۰۵-۲۱۹.
- گودرز، مجید؛ فروغان، مهشید؛ مکارم، اصغر و راشدی، وحید. (۱۳۹۴). «رابطه حمایت اجتماعی و بهزیستی روانی در سالمندان مراجعه کننده به مراکز توانبخشی روزانه». نشریه سالمند. دوره ۱۰، شماره ۳، صص ۱۱۱-۱۱۸.
- محمدی، مهدی؛ کریمیان، زهره؛ قاضی نوری، سید سپهر؛ ذوالفقارزاده کرمانی، محمد مهدی. (۱۳۹۸). «طبقه بندی ویژگی های حکمرانی از طریق شبکه های خط مشی با استفاده از روش فراترکیب». نشریه مدیریت دولتی. ۳(۱۱)، صص ۳۷۷-۴۰۲.
- مکیان، سید نظام الدین و بی باک، مژده. (۱۳۹۴). «تأثیر حکمرانی خوب بر توسعه انسانی: یک تحلیل بین کشوری». مدل سازی اقتصادی. شماره ۲(۳۰)، صص ۱۳۱-۱۴۷.
- میدری، احمد. (۱۳۸۵). «مقدمه ای بر نظریه حکمرانی خوب». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۸۷-۲۶۱.
- مهرابی، قاسم؛ سجادی، سید نصرالله و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۷). «تعیین شاخص های ارزیابی رفتار مدیران برای حکمرانی خوب در فدراسیون های ورزشی». مدیریت ورزش. دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۹-۳۰.
- یعقوبی، اسماعیل. (۱۳۹۶). «حکمرانی خوب و ارتقای سلامت نظام اداری؛ تبیین نقش دولت الکترونیک». پژوهش های مدیریت عمومی. شماره ۳۷، صص ۲۰۲-۲۲۳.
- یعقوبی، محسن و پیری یوسف آبادی، عبدالباسط. (۱۳۹۷). «بهبود فرایندهای نظام مدیریت استعداد در پرتو سرمایه اجتماعی». پژوهش های مدیریت عمومی. شماره ۴۱، صص ۱۹۱-۲۱۵.

- یوسفی، بهرام؛ احمدی، بهشت و عیدی، حسین. (۱۳۹۷). «حکمرانی خوب در ورزش: نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آن». پژوهش در ورزش تربیتی. شماره ۱۴، صص ۳۰۱-۳۲۶.
- Chappelet, J. L., & Mabbott, B. (2008). **The international Olympic committee and the Olympic system: The governance of world sport**. Abingdon: Routledge
- Cohen, S., Wills, T. A. (2010). “**Stress, social support and buffering hypothesis**”. *Psychological Bulletin*, 98: 310-57.
- Nor, R. N. H. (2018). “**Measuring Instrument Constructs for Knowledge Management System Governance Using Rasch Measurement Model**”. *Advanced Science Letters*, 24(2), 1235-1239.
- Orozco, V. (2007). “**Ethnic Identity: Perceived Social Support, Coping Strategies, University Environment, Cultural Congruity, and Resilience of Latina/o College Students**”. The Ohio State University
- Vosburgh, R. M. (2017). “**Closing the academic-practitioner gap: Research must answer the “SO WHAT” question**”. *Human Resource Management Review*.
- Walters. G., Trenberth. L., & Tacon, R. (2010). **Good governance in sport: A survey of UK national governing bodies of sport**. London: Birk Beck Sport Business Centre.
- Wang, L., & Cotton, R. (2018). “**Beyond Moneyball to social capital inside and out: The value of differentiated workforce experience ties to performance**”. *Human Resource Management*, 57(3), 761-780

ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تأکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران)

حمیدرضا غریب^۱

حسین کرباسی یزدی^۲

مجید زنجیردار^۳

پیمان غفاری آشتیانی^۴



10.22034/SSYS.2022.1594.2107

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۷/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۱۹

هدف از انجام این پژوهش، طراحی مدلی با پارامترهای غیرمالی در اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی (با تأکید بر کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران) است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی است و با توجه به تقسیم بندی بر حسب روش استنتاج، از نوع توصیفی و اکتشافی می باشد. پرسشنامه پژوهش، محقق ساخته بود و روایی آن توسط دو گروه از خبرگان تایید شد. این خبرگان مشتمل بر صاحب نظران، اساتید دانشگاه و متخصصان در زمینه مدیریت سود و مبانی اخلاقی به علاوه مدیران و کارشناسان ذی ربط، موسسات خیریه و نیکوکاری بودند.

۱- دانشجوی دوره دکتری مهندسی مالی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

۲- استاد تمام، دانشکده حسابداری و مدیریت، واحد اراک/ تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک/ تهران، ایران
(نویسنده مسئول)

E-mail: H.Carbassi@yahoo.com

۳- دانشیار، دانشکده حسابداری و مدیریت، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

۴- دانشیار، دانشکده حسابداری و مدیریت، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران)

در این پژوهش از شاخص‌های آمار توصیفی (فراوانی، درصد میانگین و انحراف معیار) برای بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخگویان و در بخش آمار استنباطی و معناداری اثرات متغیرها روی یکدیگر نیز با استفاده از معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. بدین منظور از نرم افزارهای SMART PLS، EXPERT CHOICE، SPSS و EXCEL بهره گرفته شد.

نتایج نشان داد که مدل پیشنهادی از دقت و قدرت کافی برای تبیین اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی برخوردار است و با توجه به دستاوردهای تحقیق در زمینه تاثیر معیارهای اخلاقی و اجتماعی در ارجحیت دادن به طرح های اخلاقی و اجتماعی، سیاست گذاران و متولیان امور در کمیته ملی پارالمپیک می توانند سیاست های ترویجی جذب سرمایه گذاران یا پیشنهاد طرح ها به افراد را با تاکید بر این معیارهای اخلاقی و متناسب با بینش و ارزش های اخلاقی یا اجتماعی سرمایه گذاران تبیین نمایند.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری اجتماعی، ارزش های اخلاقی و انسانی، پارامترهای غیرمالی، مدلی یابی معادلات ساختاری و کمیته ملی پارالمپیک.

مقدمه

هر فردی در طول حیات خود تا جایی پیش می‌رود که بنا به نیازش، اقدام به سرمایه‌گذاری در امور مادی و غیر مادی خواهد نمود و در مواردی که در سیاست‌های سرمایه‌گذاری یک سازمان و بنگاه‌های اقتصادی شرکت می‌کند- با توجه به تأثیر آن و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی که در بلند مدت انجام می‌دهد- ابتدا باید به تأثیر فاصله روان‌شناختی بر اولویت‌های فردی مورد توجه خود بپردازد و پس از آن، به دنبال عایدی‌های مورد انتظار از سرمایه‌گذاری‌های خود باشد. فرض کنید از افراد در زمینه ارجحیت‌هایشان در سرمایه‌گذاری پایدار- برای مثال، تولید محصولات کشاورزی- پرسش شود. در چنین مواردی سرمایه‌گذاران به راحتی معیارهایی که تولیدات باید منطبق بر آنها باشد را شناسایی می‌کنند. در این مورد، افراد معیارهای مرتبط با سرمایه‌گذاری در این تولید از قبیل تأثیر محیط زیست و تأثیرات بلند مدت بر سلامت را مطرح می‌کنند و پس از درک اهمیت جنبه‌های آن، می‌پذیرند که کاربران نهایی باید هزینه اضافی تولید پایدار را پرداخت کنند (وان تریپ^۱، ۲۰۱۳). بنابراین، بحث در مورد اثرات درازمدت سرمایه‌گذاری در ارتباط با نسل بعدی و در ارتباط با مردم در سراسر جهان، متناسب با ارجحیت‌های مختلف آنان از سرمایه‌گذاری‌های پایدار است که قرار است در باره آن تصمیم‌گیری نمایند.

بر اساس چارچوب مدل سازی گزینشی قطعی، فرض می‌شود که سرمایه‌گذاران در انتخاب فرصت‌های سرمایه‌گذاری از معیارهای سرمایه‌گذاری اخلاقی و انسانی، سرمایه اجتماعی و هزینه اضافی، بهره می‌گیرند. لذا می‌توان استدلال کرد که حتی اگر سرمایه‌گذاری در زمینه مسئولیت‌پذیری صورت پذیرد، باید بازده مالی مشابه یا بهتری نسبت به سرمایه‌گذاری‌های متعارف داشته باشد. در این صورت، چارچوب ارزیابی اولویت‌های فردی بر اساس نظریه منفعت تصادفی می‌تواند گزینه در نظر گرفته شده باشد. بنابراین لازم است داده‌های تجربی در مورد افرادی که در زمینه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، مورد مطالعه قرار گیرد. در پژوهش حاضر با الهام از پژوهش آپوستو لاکیس^۲ و همکاران (۲۰۱۹) بر پایه بررسی انتخاب گزینشی مبتنی بر وب، داده‌های مورد نیاز گردآوری شد و در آن ویژگی‌ها، ارجحیت و سطوح سرمایه‌گذاری مختلف مدنظر قرار گرفت.

یکی از پرسش‌های محوری مطرح در تحقیقات گذشته و مربوط به رفتار سرمایه‌گذاری فردی این است که معیارهای غیر مالی در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری، چه تأثیری دارند؟ در الگوهای قیمت‌گذاری دارایی سرمایه‌ای در حالت متعارف فرض بر این است که سرمایه‌گذاران فقط به دنبال حداکثر سازی ثروت هستند. به تازگی برخی از صاحب نظران و پژوهشگران این دیدگاه را به چالش کشانده‌اند که از آن میان می‌توان به پژوهش رنه بوگ و همکاران^۳ (۲۰۰۸) اشاره نمود. به اعتقاد استاتمن^۴ (۲۰۰۴) سرمایه‌گذاران به دنبال معیارهای صریح هستند و به مطلوبیت‌هایی همچون منافع مورد انتظار توجه نمی‌کنند. هر چند ممکن است افراد از سرمایه‌گذاری در زمینه‌های سرمایه‌گذاری مسئولیت اجتماعی، منافع غیر مالی نیز به دست آورند، اما برخی از

1. van Trijp
2. Apostolakis
3. Renneboog
4. Statman

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تأکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران)

نویسندگان استدلال کرده‌اند که بیشینه سازی ثروت، انگیزه اصلی اکثر افرادی نیست که در سرمایه گذاری بر مبنای مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت می‌کنند. دیگر و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که بازده مالی سرمایه گذاری‌های مسئولیت اجتماعی، تنها برای تصمیم گیری در سرمایه گذاری در زمینه‌های اجتماعی یا انسانی کافی نیست. بر عکس، نگرش سرمایه گذاران نسبت به اهداف اجتماعی (اخلاقی و انسانی) سرمایه گذاران تا حدود زیادی به تصمیمات سرمایه گذاری مربوط می‌شود. برخی دیگر از مطالعات نشان داده است که سرمایه گذاران اجتماعی دارای انگیزه‌های مالی و غیر مالی توأمان هستند. بر این اساس، در این پژوهش، توجه به سطح انگیزه‌های طرفداران مسئولیت پذیری اجتماعی که به عنوان ولویت‌های اجتماعی شناخته شده‌اند، می‌تواند منافع سرمایه گذاران فردی را در سرمایه گذاری اجتماعی مناسب توجیه نماید.

در تحقیق ویویان و همکاران^۲ (۲۰۰۷) بر روی نمونه‌های بزرگی از سرمایه گذاران فردی ایالات متحده، برای سنجش متغیرهای تحقیق از شیوه نظرسنجی استفاده شد. در این پژوهش وی از ارزش‌های اجتماعی، به عنوان معیارهایی معمول در روان شناسی اجتماعی به منظور سنجش اولویت‌های اجتماعی استفاده نمود. همچنین از سرمایه گذاران خواسته شد تا رفتار سرمایه گذاری و اولویت‌های خود را گزارش دهند. این نظرسنجی امکان ارتباط بین اولویت‌های اجتماعی و سه مؤلفه متمایز تعامل در زمینه سرمایه گذاری اجتماعی را مورد بررسی قرار داد. این مؤلفه‌ها عبارت بودند از: ۱) منافع عمومی در سرمایه گذاری مسئولیت پذیر؛ ۲) احتمال این که فردی در زمینه مسئولیت پذیری اجتماعی سرمایه گذاری نماید؛ ۳) سهم نسبی سرمایه گذاری‌های اجتماعی از کل سرمایه گذاری‌های انجام شده. نتایج این تحقیق شواهد محکمی در زمینه ارتباط مثبت بین اولویت‌های اجتماعی و دو مورد اول از تعامل در سرمایه گذاری مسئولانه را نشان داد، اما هیچ ارتباطی بین تنظیمات اجتماعی و نسبت سرمایه گذاری‌های مسئولانه در سبد کلی سرمایه گذاری ارائه نکرد. وی معتقد بود ارزش‌های اجتماعی نظیر تعهدات اجتماعی، ارزش‌های اخلاقی و انسانی می‌توانند ترجیحات فردی سرمایه گذاران را شکل دهند. به نظر می‌رسد سرمایه گذاری‌های اخلاقی و مالی، قابلیت مقایسه با یکدیگر را ندارند و فعالیت‌های اقتصادی اغلب بر مبنای سود یا منافع مالی هدایت می‌شوند. از سوی دیگر، ملاحظات اخلاقی در تعارض با تولید اقتصادی کارآمد قرار می‌گیرند. در بازار جهانی، اغلب هزینه‌های پایین تولید و بازدهی بالا به عنوان مهم ترین اهداف تجاری تعریف شده‌اند. به رغم اینکه سرمایه گذاری اخلاقی در بازارهای مالی به طور فزاینده ای محبوبیت یافته است، اما این پرسش که چگونه افراد بر پایه ارجحیت‌های اخلاقی اقدام به سرمایه گذاری می‌کنند، بی‌پاسخ باقی مانده است. پژوهش حاضر با اشاره به مدل مشروط تصمیم گیری اخلاقی در سازمان‌ها، به بررسی فرایندهای تصمیم گیری سرمایه گذاری با تأکید بر کمیته ملی پارالمپیک می‌پردازد و منابعی را برای توسعه راهبرد های بازاریابی در زمینه سرمایه گذاری اخلاقی مشخص می‌کند.

تحقیقات گذشته نشان می‌دهند که در تعریف واژه «سرمایه گذاری اخلاقی» اجماعی وجود ندارد (رنه بوگ و همکاران^۳، ۲۰۱۱). همچنین سرمایه گذاری اخلاقی به نام‌هایی همچون: سرمایه گذاری

اجتماعی مسئولانه، سرمایه گذاری پایدار و سرمایه گذاری سبز، شناخته می شود و برای اولین بار توسط گروه های مذهبی طی قرن نوزدهم و در ایالات متحده ابداع گردید. گروه های مزبور به دنبال سرمایه گذاری مبتنی بر ارزش های اخلاقی خود بودند تا بر این مبنای سبب سرمایه گذاری خود جایی برای سهام شرکت های بی توجه به ارزش های اخلاقی اختصاص دهند (اسپارکز^۱، ۲۰۰۱). لوئیس و همکاران^۲ (۱۹۹۸) در تعریف سرمایه گذاری اخلاقی بیان می دارند که فرد به طور ارادی در شرکت ها یا صندوق هایی که اخلاقی رفتار نکرده اند و کنشی منفی دارند، سرمایه گذاری نمی کند. آنها معیارهای اخلاقی منفی را تولید و استفاده از سلاح های هسته ای یا کار کودکان و نمونه هایی از معیارهای اخلاقی مثبت را صرفه جویی در انرژی یا تجارت عادلانه با جهان سوم دانستند.

بنا بر فرضیه های اقتصادی نئوکلاسیک، انتظار می رود معیارهای مربوط به یک سرمایه گذاری خاص برای افراد ریسک و بازده باشد. تصمیمات سرمایه گذاری منطقی و منفعت طلبانه بر منافع مالی تمرکز می کنند. ملاحظات اخلاقی به جهت کاهش گزینه های سرمایه گذاری یا جذابیت های یک گزینه، معیار ناکارآمدی در ارزیابی گزینه های سرمایه گذاری تلقی می شوند. بر مبنای «نظریه سبب سرمایه گذاری» مارکوویتز^۳ در سال ۱۹۵۲، ملاحظات اخلاقی ریسک سرمایه گذاری حاصل از بازده سرمایه گذاری را به ترتیب افزایش و کاهش می دهند و سرمایه گذاری را ناکارآمدتر از گزینه های متعارف معرفی می نمایند. علاوه بر این، بر اساس این نظریه نباید سرمایه گذاری اخلاقی در بازارهای مالی تفوق می یابد. با این وجود، طی سال های اخیر، بازار سرمایه گذاری اخلاقی در اروپا گسترش یافته است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که علاوه بر منافع مالی، ملاحظات اخلاقی نیز بر تصمیمات سرمایه گذاری تأثیر گذار خواهند بود.

بر پایه تحلیل پژوهش های انجام شده و با توجه به گسترش روز افزون بازار سرمایه گذاری اخلاقی بر مبنای مسئولیت پذیری اجتماعی، به نظر می رسد اغلب سرمایه گذاران به ملاحظات اخلاقی - انسانی و اجتماعی توجهی ندارند و بیشتر به دنبال منافع مالی و بازده پیش رو می باشند. از آنجا که پژوهش حاضر به دنبال ایجاد بستر مناسب برای گسترش سرمایه گذاری با ارجحیت های اجتماعی و اخلاقی در ورزش کشور می باشد و از طرفی این پرسش که چگونه افراد بر پایه ارجحیت های اخلاقی اقدام به سرمایه گذاری می کنند، بی پاسخ باقی مانده است، محقق بر آن شد تا با استفاده از مدل مشروط تصمیم گیری اخلاقی در سازمان ها به بررسی فرایندهای تصمیم گیری سرمایه گذاری بپردازد و با شناسایی چارچوب های یکپارچه از ارزیابی سرمایه گذاری پایدار و استفاده از روش های چند بعدی برای تأمین نیازهای سرمایه گذاران متنوع در بازار سرمایه مبادرت به ارائه مدل با پارامترهای غیرمالی در اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی (با تأکید بر کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران) نماید.

-
1. Sparkes
 2. Lewis
 3. Markowitz

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارامپیک جمهوری اسلامی ایران)

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف آن، کاربردی می باشد که با روش های توصیفی و اکتشافی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر را ۲ گروه از خبرگان مشتمل بر صاحب نظران، اساتید دانشگاه و متخصصان در زمینه مدیریت سود و مبانی اخلاقی و مدیران و کارشناسان ذی ربط، موسسات خیریه و نیکوکاری تشکیل می دهند. برای جمع آوری داده ها از روش میدانی و کتابخانه ای استفاده شده است. به منظور جمع آوری اطلاعات درباره ادبیات تحقیق، از مقاله ها و مطالعه اسناد و مدارک سازمانی، مشاهده و در نهایت شیوه کاوش اینترنتی بهره گیری شد. همچنین از طریق پرسشنامه محقق ساخته به گردآوری داده های تحقیق اقدام شد. برای تعیین اعتبار محتوایی، از تحلیل محتوایی ادبیات تحقیق بهره گرفته شد و در روش نظرسنجی از خبرگان از شیوه اقماعی یا اجماعی دلفی استفاده گردید. به تعبیر دیگر، آن قدر نظر سنجی تکرار شد تا به اجماع در ابراز نظر نهایی منتهی گردید. برای اعتبارسنجی سازه ای پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ و در سنجش پایایی نظرات از تکرار نظرسنجی در نمونه تصادفی پایلوت استفاده شد. همچنین برای تعیین نرمال بودن توزیع داده های پرسشنامه از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از آزمون معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده گردید.

یافته های پژوهش

جدول ۱، توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی پاسخ دهندگان را بر حسب جنسیت آنها نشان می دهد:

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی جنسیت شرکت کنندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۲۶	۲۳/۲
مرد	۸۶	۷۶/۸
جمع	۱۱۲	۱۰۰

همان طور که مشاهده می شود ۸۶ نفر (۷۶/۸ درصد از پاسخ دهندگان) مرد و ۲۶ نفر (۲۳/۲ درصد از پاسخ دهندگان) زن می باشند.

جدول ۲ توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی بر حسب سطح تحصیلات پاسخ دهندگان را نشان می دهد:

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی سطح تحصیلات پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
دیپلم و زیردیپلم	۰	۰/۰
کاردانی	۰	۰/۰
کارشناسی	۶۶	۲۹/۵
کارشناسی ارشد	۸۰	۳۵/۷
دکتری	۷۸	۳۴/۸
مجموع	۲۲۴	۱۰۰

همان طور که مشاهده می شود، بیشتر افراد شرکت کننده در نظرسنجی دارای تحصیلات کارشناسی

ارشد (۸۰ نفر) و با ۰/۲ اختلاف نسبت به مقطع دکتری، حدود ۳۵/۷ درصد از نمونه ها را تشکیل داده اند. پس از آن افراد با تحصیلات دکتری بیشترین فراوانی (۷۸ نفر یا ۳۴/۸ درصد) را داشته‌اند. افراد دارای مدرک کارشناسی ۶۶ نفر (۲۹/۵ درصد) از کل افراد شرکت‌کننده را به خود اختصاص داده و حداقل تحصیلات افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی کارشناسی می‌باشد.

جدول ۳، توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی بر حسب سن پاسخ دهندگان را نشان می‌دهد:

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
کمتر از ۴۰ سال	۱۴	۶/۳
۴۰ تا ۵۰ سال	۳۶	۱۶/۱
۵۰ تا ۶۰ سال	۷۴	۳۳/۰
۶۰ سال به بالا	۱۰۰	۴۴/۶
مجموع	۲۲۴	۱۰۰

نتایج ارزیابی توزیع جنسیتی پاسخ‌دهندگان نشان داد اغلب افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی در گروه سنی ۶۰ سال به بالا (۱۰۰ نفر معادل ۴۴/۶ درصد از کل افراد) قرار داشته‌اند. پس از آن بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۵۰ تا ۶۰ سال (۷۴ نفر معادل ۳۳/۰ درصد) و گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال (۳۶ نفر معادل ۱۶/۱ درصد) بوده است و در نهایت، ۱۴ نفر (۶/۳ درصد) دارای سن پایین‌تر از ۴۰ سال بوده‌اند.

جدول ۴ توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی بر اساس رشته شغلی پاسخ دهندگان را نشان می‌دهد:

جدول ۴: توزیع فراوانی و درصد توزیع فراوانی رشته شغلی پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
آموزشی و فرهنگی	۲۴	۱۰/۷
امور اجتماعی	۱۴	۶/۳
فناوری اطلاعات	۲۶	۱۱/۶
خدمات	۱۸	۸/۰
اداری و مالی	۲۶	۱۱/۶
بهداشتی و درمانی	۶۲	۲۷/۷
کشاورزی و محیط زیست	۲۴	۱۰/۷
فنی و مهندسی	۱۲	۵/۴
سایر	۱۸	۸/۰
مجموع	۲۲۴	۱۰۰

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود ۳۱ نفر (۲۷/۷ درصد) در رشته شغلی بهداشتی-درمانی، ۱۳ نفر (۱۱/۶ درصد) در رشته‌های شغلی اداری و مالی و فناوری اطلاعات، ۱۲ نفر

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارامپیک جمهوری اسلامی ایران)

(۱۰/۷ درصد) در رسته های شغلی آموزشی و فرهنگی و کشاورزی و محیط زیست، ۹ نفر (۸/۰ درصد) در رسته های شغلی خدمات و سایر، ۷ نفر (۶/۳ درصد) در رسته شغلی امور اجتماعی و ۶ نفر (۵/۴ درصد) در رسته شغلی فنی و مهندسی فعال بوده اند. در بعد آمار استنباطی و توصیف ویژگی های جمعیت شناختی جامعه آماری به بررسی سئوالات مطرح شده و به آزمون آماری مورد استفاده در پژوهش پرداخته شده است. برای سنجش نرمال بودن داده ها در سطح معناداری ۵ درصد از آزمون کولموگروف - اسمیرونوف (K-S) استفاده شده است.

جدول ۵: تبیین فرضیه های آماری آزمون کولموگروف - اسمیرونوف

ردیف	فرضیه	شرح	معیار پذیرش
۱	H_0	توزیع گزینه های پاسخی نرمال است.	بیش از ۵ درصد بودن احتمال
۲	H_1	توزیع گزینه های پاسخی نرمال نیست.	کمتر از ۵ درصد بودن احتمال

نتایج آزمون نرمال بودن داده ها در مورد هر یک از متغیرها در جدول ۶ ارائه شده است:

جدول ۶: نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرونوف

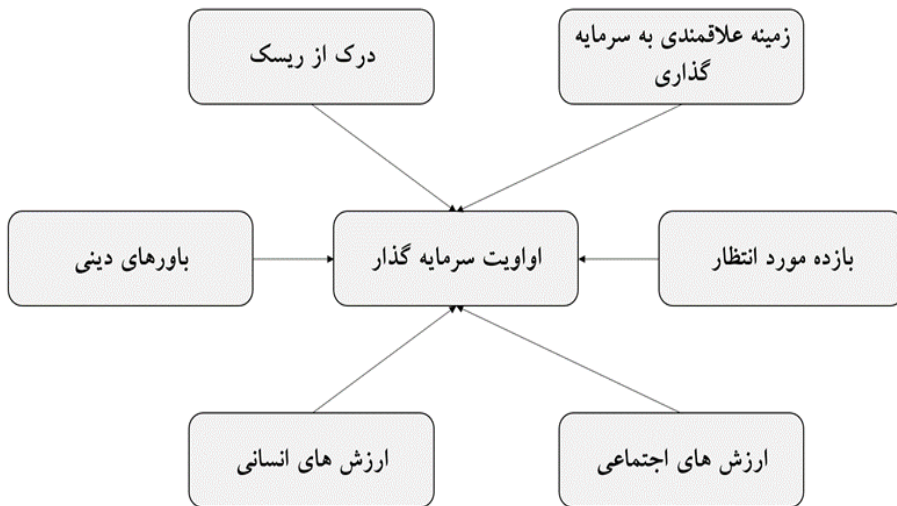
ردیف	عامل	نماد	آماره Z	سطح معناداری	نتیجه آزمون
۱	زمینه علاقمندی به سرمایه گذاری	IIF	۱/۶۰۳	۰/۰۱۶	رد H_0
۲	درک از ریسک	RP	۱/۵۷۰	۰/۰۱۴	رد H_0
۳	باورهای دینی	RB	۱/۹۴۹	۰/۰۰۱	رد H_0
۴	ارزش های انسانی	HV	۱/۸۸۸	۰/۰۰۳	رد H_0
۵	ارزش های اجتماعی	SV	۱/۴۵۶	۰/۰۱۹	رد H_0
۶	بازده مورد انتظار	ER	۱/۶۴۲	۰/۰۱۵	رد H_0
۷	اولویت سرمایه گذار	IP	۱/۶۲۵	۰/۰۱۷	رد H_0

آماره Z آزمون کولموگروف - اسمیرونوف به ازای هر متغیر به ترتیب برابر ۱/۶۰۳، ۱/۵۷۰، ۱/۹۴۹، ۱/۸۸۸، ۱/۴۵۶، ۱/۶۴۲، ۱/۶۲۵ و ۱/۴۸۵ به دست آمده است. سطح معنی داری متناظر با آماره کولموگروف - اسمیرونوف به ازای هر متغیر به ترتیب برابر ۰/۰۱۶، ۰/۰۱۴، ۰/۰۰۱، ۰/۰۰۳، ۰/۰۱۹، ۰/۰۱۵، ۰/۰۱۷ محاسبه گردیده است. با توجه به اینکه سطوح معنی دار محاسبه شده به ازای کلیه متغیرها کمتر از ۵ درصد به دست آمده است، فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته شده است. بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان نمی توان فرض نرمال بودن توزیع متغیرهای مورد بررسی در پژوهش را پذیرفت.

معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی (اولویت سرمایه گذار)

در این قسمت از تحلیل یافته ها، از برازش مدل ارتباط بین متغیرها بر پایه «معادلات ساختاری» به اتکای خروجی نرم افزار آماری Smart-PLS استفاده شده است. در ابتدا به ارزیابی شاخص های

برازش مدل می پردازیم و در ادامه ضمن سنجش برازش مدل ساختاری بر مبنای ضرایب معنی داری و ضرایب استاندارد، بر اساس آماره تی استیودنت و سطح معنی داری متناظر با آن اقدام به بررسی سئوالات پژوهش می نماییم. بر این اساس، مدل پیشنهادی پژوهش شامل متغیرها و نحوه اثرگذاری آن ها بر متغیر وابسته (اولویت سرمایه گذاری) در نمودار ۱ به صورت شماتیک ارائه شده است:



نمودار ۱: مدل ساختاری به همراه ضرایب مسیر، بارهای عاملی و واریانس های تبیین شده

نتیجه آزمون مدل پیشنهادی

در نتایج به دست آمده مشخص گردید که مقدار آلفای کرونباخ برای کلیه عوامل بالای ۰/۷ است که بیان گر پایداری مناسب پرسشنامه مورد استفاده می باشد. به علاوه، مقدار آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه برابر ۰/۷۳۵ بوده است. برای آزمون مدل پیشنهادی و ارزیابی هر یک از متغیرها از روش های تحلیل عاملی تأییدی، روایی همگرایی، شاخص نیکویی برازش مدل و برازش مدل استفاده گردید که نتایج زیر به دست آمد:

الف) تحلیل عاملی تأییدی

به منظور ارزیابی بار عاملی هریک از متغیرها از تحلیل عاملی بهره گرفته شد که نتایج آن در جدول ۷ آمده است. ضرایب عاملی نشان می دهد که حداکثر پوشش برای تمام متغیرهای انتخاب شده با سازه های مورد نظر رخ داده است. مقایسه زیرسازه های انتخاب شده با زیرسازه های دیگر نیز در این جدول ارائه شده است:

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارامپیک جمهوری اسلامی ایران)

جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل برآوردی

پرسش	متغیر	بار عاملی	وزن عاملی	آماره تی	نتیجه
۱	زمینه علاقمندی به سرمایه گذاری	۰/۷	۰/۱۴	۶/۲۵	تایید
۲		۰/۶	۰/۲۵	۴/۶۵	تایید
۳		۰/۷	۰/۳۳	۳/۲۸	تایید
۴		۰/۶	۰/۲۸	۴/۶۸	تایید
۵		۰/۶	۰/۲۸	۵/۲۳	تایید
۶		۰/۷	۰/۳۴	۲/۳۳	تایید
۷		۰/۸	۰/۴۵	۸/۶۲	تایید
۸		۰/۷	۰/۱۴	۲/۷۷	تایید
۹		۰/۶	۰/۲۸	۴/۶۸	تایید
۱۰		۰/۸	۰/۱۱	۲/۶۶	تایید
۱۱		۰/۸	۰/۱۳	۳/۲۹	تایید
۱۲		۰/۸	۰/۲۵	۲/۲۲	تایید
۱۳		۰/۷	۰/۳۲	۲/۳۶	تایید
۱۴		۰/۶	۰/۴۱	۱/۹۸	تایید
۱۵		۰/۷	۰/۳۴	۳/۶۸	تایید
۱۶	درک از ریسک	۰/۸	۰/۲۸	۴/۵۵	تایید
۱۷		۰/۸	۰/۳۱	۹/۵۸	تایید
۱۸		۰/۷	۰/۲۹	۶/۳۸	تایید
۱۹		۰/۶	۰/۲۲	۲/۵۵	تایید
۲۰		۰/۸	۰/۳۴	۳/۳۶	تایید
۲۱		۰/۸	۰/۲۹	۳/۲۸	تایید
۲۲		۰/۸	۰/۳۵	۹/۲۲	تایید
۲۳		۰/۸	۰/۳۴	۳/۳۶	تایید
۲۴		۰/۷	۰/۲۵	۲/۶۵	تایید
۲۵	باورهای دینی	۰/۸	۰/۴۱	۹/۶۵	تایید
۲۶		۰/۷	۰/۳۶	۳/۲۸	تایید
۲۷		۰/۸	۰/۳۳	۳/۳۳	تایید
۲۸		۰/۷	۰/۱۸	۳/۶۱	تایید
۲۹		۰/۷	۰/۱۸	۴/۲۹	تایید
۳۰		۰/۶	۰/۰۵	۲/۱۸	تایید
۳۱		۰/۵	۰/۰۴	۱/۳۳	تایید
۳۲		۰/۸	۰/۱۳	۳/۲۹	تایید
۳۳		۰/۸	۰/۲۶	۲/۴۳	تایید

تایید	۴/۶۲	۰/۳۱	۰/۷		۳۴
تایید	۲/۴۸	۰/۳۳	۰/۶		۳۵
تایید	۲/۲۲	۰/۲۵	۰/۸	ارزش های انسانی	۳۶
تایید	۲/۳۸	۰/۲۸	۰/۸		۳۷
تایید	۲/۳۳	۰/۳۴	۰/۷		۳۸
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۳۹
تایید	۲/۷۷	۰/۱۴	۰/۷		۴۰
تایید	۴/۶۵	۰/۲۵	۰/۶		۴۱
تایید	۲/۶۶	۰/۱۱	۰/۸		۴۲
تایید	۳/۲۹	۰/۱۳	۰/۸		۴۳
تایید	۲/۳۹	۰/۲۷	۰/۸		۴۴
تایید	۲/۳۶	۰/۳۲	۰/۷		۴۵
تایید	۲/۵۵	۰/۲۲	۰/۶		۴۶
تایید	۴/۶۸	۰/۲۸	۰/۶		۴۷
تایید	۲/۲۲	۰/۲۵	۰/۸		۴۸
تایید	۳/۲۸	۰/۲۹	۰/۸		۴۹
تایید	۹/۲۲	۰/۳۵	۰/۸	ارزش های اجتماعی	۵۰
تایید	۵/۲۳	۰/۲۸	۰/۶		۵۱
تایید	۲/۳۳	۰/۳۴	۰/۷		۵۲
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۵۳
تایید	۲/۷۷	۰/۱۴	۰/۷		۵۴
تایید	۴/۶۸	۰/۲۸	۰/۶		۵۵
تایید	۴/۶۲	۰/۳۱	۰/۷		۵۶
تایید	۲/۴۸	۰/۳۳	۰/۶		۵۷
تایید	۲/۲۲	۰/۲۵	۰/۸		۵۸
تایید	۲/۳۸	۰/۲۸	۰/۸		۵۹
تایید	۲/۳۳	۰/۳۴	۰/۷		۶۰
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۶۱
تایید	۲/۷۷	۰/۱۴	۰/۷		۶۲
تایید	۴/۶۵	۰/۲۵	۰/۶		۶۳
تایید	۲/۶۶	۰/۱۱	۰/۸		۶۴
تایید	۳/۲۹	۰/۱۳	۰/۸		۶۵
تایید	۲/۳۹	۰/۲۷	۰/۸		۶۶
تایید	۲/۳۶	۰/۳۲	۰/۷		۶۷
تایید	۲/۵۵	۰/۲۲	۰/۶	بازده	۶۸

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارامپیک جمهوری اسلامی ایران)

تایید	۴/۶۸	۰/۲۸	۰/۶	مورد انتظار	۶۹
تایید	۲/۲۲	۰/۲۵	۰/۸		۷۰
تایید	۳/۲۸	۰/۲۹	۰/۸		۷۱
تایید	۹/۲۲	۰/۳۵	۰/۸		۷۲
تایید	۵/۲۳	۰/۲۸	۰/۶		۷۳
تایید	۲/۳۳	۰/۳۴	۰/۷		۷۴
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۷۵
تایید	۲/۷۷	۰/۱۴	۰/۷		۷۶
تایید	۴/۶۸	۰/۲۸	۰/۶	اولویت سرمایه گذار	۷۷
تایید	۴/۶۲	۰/۳۱	۰/۷		۷۸
تایید	۲/۴۸	۰/۳۳	۰/۶		۷۹
تایید	۲/۲۲	۰/۲۵	۰/۸		۸۰
تایید	۲/۳۸	۰/۲۸	۰/۸		۸۱
تایید	۲/۳۳	۰/۳۴	۰/۷		۸۲
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۸۳
تایید	۲/۷۷	۰/۱۴	۰/۷		۸۴
تایید	۸/۶۲	۰/۴۵	۰/۸		۸۵
تایید	۴/۶۲	۰/۳۱	۰/۷		۸۶
تایید	۲/۴۸	۰/۳۳	۰/۶		۸۷

ب) روایی همگرایی

بر اساس جدول ۷، اگر مقدار آماره t بالاتر از $1/96$ و کمتر از $2/58$ باشد، در سطح $0/05$ (با اطمینان ۹۵ درصد) و اگر مقادیر بیش از $2/58$ باشد، در سطح $0/01$ (با اطمینان ۹۹ درصد) معنادار می‌باشند.

روایی همگرایی، دومین معیاری است که برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش حداقل مربعات جزئی به کار گرفته می‌شود. معیار میانگین واریانس استخراج شده یا AVE_1 نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته بین هر سازه با شاخص‌های خود است. به بیانی دیگر، AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نمایش می‌دهد؛ هر چه این همبستگی بیشتر باشد، میزان برازش نیز بیشتر خواهد بود. فورنل و لاکر^۲ (۱۹۸۱) عدد $0/5$ و محققان دیگر نظیر مگنر^۳ و همکاران (۱۹۹۶) مقدار $0/4$ را حد بحرانی معیار AVE معرفی کرده‌اند؛ یعنی اعداد بالاتر از این مقادیر به معنای روایی همگرایی قابل قبول خواهد بود که بر این اساس، نتایج برای

1. Average Variance Extracted
2. Fornell and Larcker
3. Magner

متغیرهای پنهان (مکنون) مدل پژوهش به شرح جدول ۸ می‌باشد:

جدول ۸ مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE)

ردیف	عامل	مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	تایید/ رد
۱	زمینه علاقمندی به سرمایه گذاری	۰/۴۸	تایید
۲	درک از ریسک	۰/۶۲	تایید
۳	باورهای دینی	۰/۴۳	تایید
۴	ارزش های انسانی	۰/۵۳	تایید
۵	ارزش های اجتماعی	۰/۴۹	تایید
۶	بازده مورد انتظار	۰/۵۵	تایید
۷	اولویت سرمایه گذار	۰/۴۲	تایید

۳۱۷

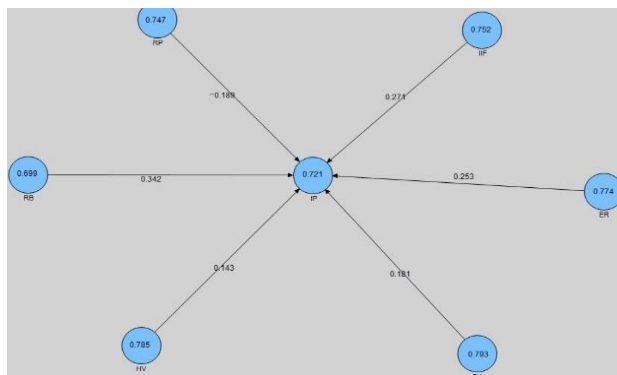
با توجه به نتایج جدول ۸ مشخص گردید تمام سازه‌های مورد مطالعه در این پژوهش دارای میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بالاتر از ۰/۴ هستند و می‌توان نتیجه گرفت میان متغیرهای مکنون مدل پژوهش روایی همگرا وجود دارد و فرض وجود داشتن هم خطی چندگانه رد می‌شود.

ج) شاخص نیکویی برازش مدل

مقدار GOF محاسبه شده مدل تحقیق برابر با ۰/۴۵ محاسبه شده است که می‌توان نتیجه گرفت مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی، برازش مناسبی دارد.

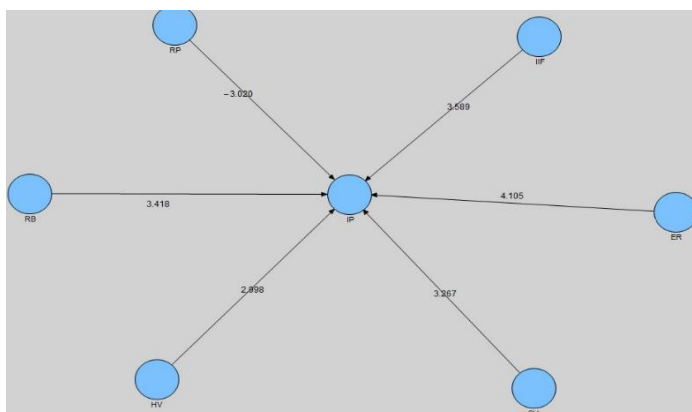
د) برازش مدل

در این بخش از مقاله، با استفاده از نتایج برازش مدل نهایی و با روش معادلات ساختاری به بررسی خروجی مدل می‌پردازیم. شکل زیر نمودار مسیر را در حالت معناداری نشان می‌دهد. این مدل در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری و ساختاری را با استفاده از آماره χ^2 آزمون می‌کند.



نمودار ۲: مدل ساختاری به همراه ضرایب مسیر، بارهای عاملی و واریانس های تبیین شده

● ارائه مدل اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی (کمیته ملی پارامپیک جمهوری اسلامی ایران)



نمودار ۳: آماره t بین متغیرهای تحقیق

در جدول ۹ ضرایب مسیر، ضرایب معناداری و ضرایب تعیین مسیرهای مطرح شده در مدل مفهومی پژوهش و نتایج تأیید یا عدم تأیید آنها براساس خروجی مدل یابی معادلات ساختاری، ارائه شده است:

جدول ۹: نتایج اجرای مدل یابی معادلات ساختاری

ردیف	مسیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه	ضریب تعیین (R^2)
۱	زمینه علاقمندی به سرمایه گذاری (IIF) ← اولویت سرمایه گذار (IP)	۰/۲۷۱	۳/۵۸۹	تایید	۰/۵۶۹
۲	درک از ریسک (RP) ← اولویت سرمایه گذار	-۰/۱۸۹	-۳/۰۲۰	تایید	۰/۴۰۸
۳	باورهای دینی (RB) ← اولویت سرمایه گذار	۰/۳۴۲	۳/۴۱۸	تایید	۰/۴۴۶
۴	ارزش های انسانی (HV) ← اولویت سرمایه گذار	۰/۱۴۳	۲/۸۹۸	تایید	۰/۶۰۸
۵	ارزش های اجتماعی (SV) ← اولویت سرمایه گذار	۰/۱۸۱	۳/۲۶۷	تایید	۰/۵۱۹
۶	بازده مورد انتظار (ER) ← اولویت سرمایه گذار	۰/۲۵۳	۴/۱۰۵	تایید	۰/۶۳۸

همان طور که در جدول نیز قابل مشاهده است، طبق نتایج ضریب مسیر و آماره t ، کلیه مسیرها در سطح اطمینان ۹۹٪ تأیید شده است (آماره t خارج از بازه $-۲/۵۸$ تا $۲/۵۸$ قرار گرفته و ضریب مسیر مثبت است). بنابراین مدل به دست آمده، از دقت و قدرت کافی برای تبیین اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی برخوردار می باشد.

بحث و نتیجه گیری

طی سال های اخیر، هم در محافل علمی و هم در انجام پژوهش های تجربی، به ویژه در چارچوب بحران اخیر مالی، گرایش فزاینده ای به مواردی همچون سرمایه گذاری در مسئولیت پذیری اجتماعی و تصمیمات اخلاقی مالی به چشم می خورد. بر پایه شواهد به دست آمده از پژوهش های پیشین می توان نتیجه گرفت که اعمال غیر اخلاقی در حوزه مالی در اواخر قرن بیستم به یک واقعه رایج تبدیل شده است. بسیاری از سرمایه گذاران خصوصی و همچنین سرمایه گذاران نهایی می خواهند با چنین تحولاتی مقابله کنند و به دنبال تلفیق منافع مالی و اجتماعی سرمایه گذاران و دیگر ذی نفعان هستند. این امر در سرمایه گذاری هایی که براساس اصول مسئولیت پذیری اجتماعی صورت گرفته منعکس شده است. هر فردی در طول حیات خود تا جایی پیش می رود که بنا به نیازش، اقدام به سرمایه گذاری در امور مادی و غیر مادی خواهد نمود و در مواردی که در سیاست های سرمایه گذاری یک سازمان و بنگاه های اقتصادی شرکت می کند- با توجه به تأثیر آن و سرمایه گذاری های اجتماعی که در بلند مدت انجام می دهد- ابتدا باید به تأثیر فاصله روان شناختی بر اولویت های فردی مورد توجه خود بپردازد و پس از آن، به دنبال عایدی های مورد انتظار از سرمایه گذاری های خود باشد. طی چند سال گذشته، سرمایه گذاری های مسئولیت پذیر توجهات رو به رشدی را به خود جلب کرده است. سازمان ها، نهادها و دیگر سرمایه گذاران به طور فزاینده ای به بررسی سرمایه گذاری ها از دید مسئولیت پذیری اجتماعی پرداخته اند و نقش های فعال تری در مدیریت سازمان دنبال می کنند. مقاله حاضر مدلی را بر مبنای توسعه مدل های پیشین ارجحیت های سرمایه گذاری در یک سبد سرمایه گذاری اجتماعی مسئولیت پذیر و با استفاده از یک آزمایش متقارن انتخابی پیشنهاد می دهد. به همین منظور سرمایه گذاری در کمیته ملی پارالمپیک ایران با تکیه بر ارزش های اخلاقی و انسانی مورد مطالعه قرار گرفته است.

در تحقیقات گذشته، اولویت های سازمان ها و نهادها یا موسساتی از این قبیل برای سرمایه گذاری در راستای ارضای معیارهای مسئولیت پذیری، به اندازه کافی مورد بررسی قرار نگرفته و نتایج متناقضی را پیرامون عملکرد مالی بلندمدت مؤسسات مسئول نسبت به این نوع از سرمایه گذاری و صندوق های متعارف ارائه داده اند. لذا در این زمینه هنوز هم نتیجه گیری اساسی به وقوع نینجامیده و نیاز به انجام تحقیقات بیشتری وجود دارد.

تحقیقات گذشته در مورد حساسیت بازار سرمایه نشان داده است که رسوایی ناشی از رفتارهای غیر اخلاقی، افراد را از سرمایه گذاری در زمینه های اجتماعی و اخلاقی دور کرده و تقاضا برای سرمایه گذاری اخلاقی کاهش یافته است. مطالعات تجربی نشان دهنده یافته های متناقض در زمینه عوامل موثر بر تصمیم گیری موضوع سرمایه گذاری اخلاقی می باشد و تاکنون مدل یکپارچه و منسجمی در این زمینه ارائه نشده است. بر این اساس، در مقاله حاضر تلاش شد تا مدلی با پارامترهای غیر مالی با اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی و با تأکید بر کمیته ملی پارالمپیک جمهوری اسلامی ایران تبیین و طراحی گردد.

به کمک این مدل، ضرایب نسبی هر یک از ارجحیت های سرمایه گذاری مبتنی بر ضریب های سود یا صرفه جویی هزینه ای در هر گزینه از سرمایه گذاری اجتماعی یا اخلاقی بهره گرفته شده تا تاثیر ویژگی های آنها در سرمایه گذاری های اجتماعی یا اخلاقی ارزیابی شود. ضرایب نسبی مزبور بیان گر تأثیر نسبی ویژگی های اخلاقی یا انسانی فرد بر تصمیم سرمایه گذاری در

زمینه‌های مسئولیت پذیری اجتماعی نظیر کمیته ملی پارالمپیک خواهد بود. به علاوه، بر اساس این مدل مشخص می‌شود که کدام یک از ویژگی سرمایه گذاری ترجیح داده شده و با تخصیص دارایی‌های سرمایه گذاری، سودمندی مشارکت جوین را افزایش می‌دهد. در ضمن، با استفاده از تجزیه و تحلیل لایه‌های پنهان، ابعاد مختلف شخصیتی افراد که بر انتخاب گزینه‌ها موثر بوده، شناسایی شده است. نتایج تحلیل به روش مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که مدل به دست آمده از دقت و قدرت کافی برای تبیین اولویت سرمایه گذاری در امور اجتماعی با تاکید بر پارامترهای غیرمالی برخوردار است. در این مقاله در ارزیابی ارجحیت‌های سرمایه گذاری سرمایه گذاران فرض شده که در سرمایه گذاری‌های اجتماعی نظیر کمیته ملی پارالمپیک، معیارهای اخلاقی و بینش فرد در زمینه ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی بر ارجحیت‌های سرمایه گذاری فرد تاثیر گذار است؛ در حالی که ادبیات معمول سرمایه گذاری صرفاً به معیارهای مالی و اقتصادی نظیر ریسک و بازده توجه کرده‌اند. ادبیات تحقیق و واقعیات‌های عملکردی نشان می‌دهد که عموماً در سرمایه گذاری در طرح‌های اخلاقی و اجتماعی در ایران نظیر کمیته ملی پارالمپیک بدون تحریک باورهای ارزشی و مذهبی به عنوان مشارکت در امور خیریه مبادرت به جذب کمک‌های داوطلبانه افراد می‌شود.

واقعیت‌های عملکردی در زمینه سرمایه گذاری‌های اخلاقی با اجتماعی در ایران نشان می‌دهد که با همان نگاه مشارکت در امور خیریه به جذب سرمایه در این طرح‌ها توجه شده و فرض می‌شود که فرد، معیارهای مالی نظیر ریسک و بازده را مد نظر خود قرار نمی‌دهد. لذا در این پژوهش برای تصمیم‌گیری پیرامون سرمایه گذاری در کمیته ملی پارالمپیک ایران می‌توان وفق الگوی پیشنهادی، هزینه‌های اضافی ناشی از پروسه‌های غربال‌گری نظیر ریسک و بازده در سبد سرمایه گذاری را هم لحاظ کرد. مطالعات تجربی - نظیر بیکن و فریزی (۲۰۰۶) نشان داده‌اند که بازدهی بالا به افزایش تقاضا برای سرمایه گذاری اخلاقی منجر می‌شود و در صورت بالا بودن بازدهی سرمایه گذاری در وضعیت‌های مشابه به گزینه‌های اخلاقی سرمایه گذاری اقبال بیشتری نشان می‌دهند. بنابراین در الگوی پیشنهادی سعی شده است به عوامل دیگری که بر تصمیمات سرمایه گذاری اخلاقی تأثیر می‌گذارند - مانند پیش فرض‌های سرمایه گذاری‌های اخلاقی و اجتماعی - توجه شود.

با توجه به مدل پیشنهادی، سیاست‌گذاران و متولیان امور در کمیته ملی پارالمپیک می‌توانند معیارهای اخلاقی و اجتماعی موثر بر ارجحیت سرمایه گذاران در طرح‌های ذی ربط را شناسایی کنند و با سیاست گذاری آموزشی و ترویجی متناسب با آن به جذب سرمایه گذاران بپردازند. در پایان، با توجه به دستاوردهای این پژوهش در زمینه تأثیر معیارهای اخلاقی - انسانی و اجتماعی در ارجحیت دادن به طرح‌های اخلاقی و اجتماعی، سیاست‌گذاران و متولیان امور در پارالمپیک می‌توانند سیاست‌های ترویجی مربوط به جذب سرمایه گذاران را به همراه پیشنهاد طرح‌ها به افراد مطابق با تاکید بر معیارهای اخلاقی و متناسب با بینش و ارزش‌های اخلاقی یا اجتماعی سرمایه گذاران که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته است، تبیین نمایند.

- Apostolakis, G., van Dijk, G., Kraanen, F., & Blomme, R. J. (2019). **“Examining socially responsible investment preferences: A discrete choice conjoint experiment”**. Journal of Behavioral and Experimental Finance, 17, 83-96.
- Duiker, J., Bijleveld, B., Ipenburg, V.P. (2016). **“Impact investing: from niche to mainstream. Utrecht: VBDO”**. Retrieved from [http://www.vbdo.nl/files/news/ Impact Investment Final.pdf](http://www.vbdo.nl/files/news/Impact%20Investment%20Final.pdf).
- Lewis, A. , Webley , P. , Winnett , A. & Mackenzie , C. (1998). **“Morals and markets: Some theoretical and policy implications of ethical investing”**. In Taylor-Goodby, P. (ed). *Choice and Public Policy: The Limits of Welfare Markets*. Macmillan, Basingstoke , pp. 164 – 182.
- Markowitz , H . M. (1952). **“The utility of wealth”**. Journal of Political Economy, Vol. 60 , No. 2, pp. 151 – 158.
- Renneboog, L., Ter Horst, J., Zhang, C. (2008). **“Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior”**. J. Banking Finance 32 (9), 1723–1742. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2007.12.039>.
- Renneboog, L., Ter Horst, J., Zhang, C. (2011). **“Is ethical money financially smart? Nonfinancial attributes and money flows of socially responsible investment funds”**. J. Financ. Intermed. 20 (4), 562–588. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfi.2010.12.003>.
- Sparkes, R. (2001). **“Ethical investment: Whose ethics, which investment?”** Business Ethics: A European Review, Vol. 10 , No. 3 , pp. 194 – 205.
- Statman, M., Glushkov, D. (2009). **“The wages of social responsibility. Financ”**. Anal. J. 65 (4), 33–46. <http://dx.doi.org/10.2469/faj.v65.n4.5>.
- van Trijp, H.C.M. (2013). **Encouraging Sustainable Behavior: Psychology and the Environment**. Psychology Press.
- Vyvyan, V., Ng, C., Brimble, M. (2007). **“Socially responsible investing: The green attitudes and grey choices of Australian investors”**. Corp. Governance Int. Rev. 15 (2), 370–381. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00567.x>.

ارائه مدل آینده نگری ورزش استان کرمان

امیررضا آشورماهانی^۱

سید نصرالله سجادی^۲

مهرزاد حمیدی^۳

مجید جلالی فراهانی^۴

 10.22034/SSYS.2022.1270.1879

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۲/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۴/۸

این پژوهش با هدف اصلی ارائه مسیر آینده نگری در ورزش استان کرمان صورت گرفت. روش پژوهش از نظر ماهیت از نوع آمیخته (کیفی و کمی) و از نظر پارادایم آینده پژوهی و با راهبرد پدیدار شناختی و رویکرد تحلیل محتوا انجام گرفت. به منظور جمع آوری اطلاعات، از تکنیک مصاحبه و تحلیل اثرات متقاطع استفاده شد. افراد مشارکت کننده در این پژوهش ۴۰ خبره بودند که معیار اشباع نظری پژوهش مد نظر بود. برای تحلیل اثرگذاری و اثرپذیری این متغیرها بر یکدیگر و دسته‌بندی آنها از روش تحلیل اثرات متقابل استفاده گردید. عوامل شناسایی شده براساس روند مصاحبه وارد ماتریس تاثیر متقابل شد و در قالب پرسشنامه عدم قطعیت‌ها در بین خبرگان توزیع گردید. از این راستا جایگاه هر متغیر پیرامون آینده مشخص و اثرپذیری و اثرگذاری آن تعیین شد.

یافته های پژوهش نشان داد که مهمترین عوامل اثرگذار توسعه ورزش استان کرمان در مسیر آینده

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران، کیش، ایران (نویسنده مسئول)

E- mail: Amir_ashoor_mahany@yahoo.com

۲-استاد تمام، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳-دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴- دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

توسعه همه جانبه ورزش، حاکمیت قانون، محیط شناسی راهبردی، سازماندهی راهبردی، نیروی انسانی متخصص، شایستگی سالاری، بودجه راهبردی، عدالت محوری، رویکرد تغییر، هماهنگی راهبردی، مسئولیت پذیری، فرهنگ سازمانی، نظارت و ارزشیابی بودند. براین اساس نتیجه گیری می شود، نسبت به اجرای مدل آینده نگری ورزش استان کرمان هر یک از عوامل اکتشافی بررسی و با توجه به نقش ریسک یا هدف عوامل مسیر توسعه ورزش استان فراهم گردد.

واژگان کلیدی: آینده پژوهی، توسعه ورزش، حاکمیت، روابط عمومی و کرمان.

مقدمه

پیتر دراکر^۱ معتقد است آن کس که نمی داند به کجا می رود، در آن صورت از هر مسیری که برود به جایی خواهد رسید. اگر سیستمی هدف مشخصی نداشته باشد و آینده ای را دنبال نکند، نمی داند که به کجا خواهد رفت و اگر هدف سیستم مشخص باشد ولی برنامه ریزی نداشته باشد، نمی داند چگونه به هدف خود می رسد. به عقیده خوئل روزز، یک سازمان بدون آینده و راهبرد همانند کشتی بدون ناخداست (دراکر^۲، ۱۹۵۴)،

پیش از این پیش بینی آینده مشکل بود، اما امروزه پیش بینی آینده نه تنها مشکل بلکه حتی در برخی موارد غیرممکن است. روش ها و مسیرهای طراحی شده امروز تلاش دارد آینده را پیش بینی کند و مقوله آینده پژوهی^۳ بیشترین سهم را تا به امروز در این مقوله داشته است (کریشنا و هکلوند^۴، ۲۰۰۸: ۱۴۳-۱۵۱). آینده پژوهی، مجموعه تلاش هایی است که با جستجوی منابع، الگوها و عوامل تغییر یا ثبات به تجسم آینده های پیش رو و برنامه ریزی برای آنها می پردازد (بشارت نیا، ۱۳۹۶). در ایران پس از تلاش های بسیار در اوایل دهه ۱۳۸۰ «سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی» نگارش شد و پس از آن ورزش ایران با تهیه راهبردهایی در بخش های تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای سعی در پیش بینی آینده کردن که نتیجه آن گاهی آینده نگری مطلوب و گاهی متضاد بر اتفاقات پیش بینی شده بود (زالی^۵، ۲۰۱۳: ۱۸). کشورهای دیگر نیز در پیش بینی آینده اقدام کرده بودند؛ به طوری که کشور چین از رتبه چهارم المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا به رتبه سوم در المپیک ۲۰۰۰ سیدنی و رتبه دوم در المپیک ۲۰۰۴ آتن و رتبه اول در المپیک ۲۰۰۸ پکن دست یافته است. همچنین کشور استرالیا از رتبه هفتم در المپیک آتلانتا به رتبه های چهارم در المپیک سیدنی و آتن رسیده است (خسروی زاده، ۱۳۸۷). در نمونه ای دیگر، «انجمن ورزشی داکریوم انگلیس» با توجه به برگزاری المپیک ۲۰۱۲ در لندن، راهبرد بهره مندی از برگزاری بازی های المپیک را در انگلیس برای وفاداری مردم به فعالیت های ورزشی طی سال های ۲۰۰۸-۲۰۱۱ تدوین و به منظور اجرای راهبرد تدوین شده از چهار منظر مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و یادگیری استفاده کرد (پاپنهاوس^۶، ۲۰۰۶: ۲۲-۱۵) همچنین می توان به «انجمن المپیک مالزی» اشاره کرد که با اجرای اولین برنامه راهبردی خود به موفقیت هایی چون افزایش اعتبار و جایگاه، به کارگیری فناوری اطلاعات، بهره مندی از نیروی انسانی متخصص، بازسازی و تسهیلات و امکانات، اصلاح اساسنامه طبق نیازهای جدید، تقویت بنیه مالی، قدردانی از ورزشکاران و برگزاری کنفرانس سالانه نایل شده است (کوییمین^۷، ۲۰۰۵).

امروزه سازمان ها برای بقا و رشد خود، ناگزیر به پذیرش رخدادهای آینده هستند و برای پیش بینی رخدادهای در آینده اقدام به آینده پژوهی در مسیر رخدادهای می کنند. از این رو، سازمان های

1. Drucker
2. Draker
3. Futures studies
4. Krishna & Haglund
5. zali
6. Papenhausen
7. Qingmin

ورزشی در معرض تغییر و تحولات محیطی و جهانی هستند و برای دستیابی به نتیجه بهتر به دنبال پیش بینی و نگارش مسیر آینده هستند (لیولد و اوگبا، ۲۰۰۶: ۱۰۰-۱۱۱).

پژوهش های متعددی به عوامل موثر بر رخدادهای آینده اشاره کرده اند. دی بوچر و همکاران^۲ (۲۰۰۶) در پژوهش خود اشاره به ۹ رکن حمایت مالی، ساختار ورزش، مشارکت در ورزش، شناسایی و پرورش استعدادها، حمایت از ورزشکاران، امکانات و اماکن آموزشی، تربیت و ارتقای نیروی انسانی و رقابت ها کرد. کشاورز (۱۳۹۶) داشتن تفکر راهبردی، نگرش توسعه‌ای، آشنایی با مدل‌های ارزیابی، کیفیت خدمات، وفاداری مشتریان، رقابت، کیفیت تجهیزات و تاسیسات و درآمدزایی را در تفکر به آینده سودمند دانست. لز نظر دایستون و گودارد^۳ (۲۰۱۱) در ورزش نیز مانند سایر صنایع دو نوع سرمایه‌گذاری کوتاه مدت و بلند مدت را می‌توان متصور شد که سرمایه‌گذاری روی هر کدام می‌تواند در آینده ورزش اثر گذار باشد. ادیب روشن و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تدوین سناریوهای ورزش قهرمانی استان خراسان رضوی در افق ۱۴۰۴» اشاره داشتند که اداره ورزش و جوانان استان خراسان رضوی به مثابه یک نهاد هوشمند باید برنامه ریزی خود را بلند مدت و با توجه به الگوهای آینده‌اندیشی و آینده نگاری انجام دهد. جعفری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «نقش آفرینی زنان در مدیریت ورزش با رویکرد آینده پژوهی» اشاره داشت که نقش آفرینی زنان در مدیریت ورزش کشور همزمان متأثر از عوامل و جریان‌های درونی و بیرونی سازمان است. ملایی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به آینده نگاری توسعه ورزش قهرمانی ایران در افق ۱۴۱۶ پرداختند و ثبات در تصدی مدیریت، شایسته سالاری در انتخاب منابع انسانی و توجه به زیرساخت‌ها را در زمینه آینده ورزش مهم قلمداد کردند. جوادی پور (۱۳۹۴) نشان داد که فقدان برنامه راهبردی و روشن نبودن سیاست‌ها و جهت گیری‌ها، فقدان منابع انسانی مناسب، تغییر و تحول و جابه‌جایی سریع مدیران، نبود نظارت و ارزیابی، وابستگی به منابع مالی دولت و عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، عدم تخصیص مناسب منابع مالی، وجود قوانین ناهماهنگ و موازی، عدم مطلوبیت ساختار و تشکیلات فعلی ورزش، نامطلوب بودن نظام استعدادیابی و فرآیند ورزش قهرمانی و نبود برنامه میان مدت، تاکتیکی و عملیاتی از مهمترین چالش‌های پیش روی ورزش قهرمانی کشور بوده است. گودرزی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش «چشم انداز ورزش در استان کرمان» به اهداف رسیدن به جامعه‌ای سالم، ورزشکار، با نشاط و امید به زندگی بهتر اشاره کرده و بیان داشته که ورزش کرمان نیز جهت توسعه خود باید در بلند مدت به ابعاد راهبردی شامل بودجه راهبردی، هماهنگی راهبردی و سازماندهی راهبردی توجه ویژه داشته باشد، اما این مسیر تا به امروز یعنی پیش بینی آینده و بررسی عوامل اثرگذار بر محیط آینده در ورزش استان کرمان مطرح نشده است. در نگاهی کلی، بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیتی در حدود ۳۱۶۴۷۱۸ نفر در استان کرمان سکونت دارند که بر اساس اعلام هیئت پزشکی ورزشی استان کرمان در سال ۱۳۹۸ از این تعداد تنها ۶۱۱۱۵ نفر از مردان و ۴۳۶۲۲ نفر از زنان و در مجموع ۱۰۴۷۳۴ نفر از مردم استان در ورزش مشارکت دارند. این رقم حاکی از آن

است که فقط ۳/۳ درصد جمعیت کرمان در ورزش مشارکت دارند و با توجه به شیوع انواع بیماری های قلبی و عروقی، روانی و چاقی این آمار تأسف بار است. همچنین استان کرمان با داشتن بیش از ۱۱ درصد از کل مساحت ایران با نرخ بیکاری بالا روبروست. قرارگیری، قاچاق کالا، کمبود مکان های ورزشی و تفریحی، کمبود نیروی انسانی متخصص، محدودیت های اقتصادی و فرهنگی و ... جزو مشکلات این منطقه به شمار می آید. در نتیجه تعیین مسیر آینده ورزش استان کرمان می تواند مسیری مناسب پیش روی مسئولان ورزش این استان فراهم آورد. بدین ترتیب، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال است:

مدل و ترسیم آینده پژوهی ورزش استان کرمان چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت از نوع آمیخته (کیفی و کمی) و از نظر پارادایم آینده پژوهی و با راهبرد پدیدار شناختی و رویکرد تحلیل محتوا انجام گرفت. به منظور جمع آوری اطلاعات از روش مصاحبه و تحلیل اثرات متقاطع استفاده شد. در گام اول مطالعه اسنادی پیرامون موضوع انجام شد و سپس فهرستی از صاحب نظران شامل روسای ادارات ورزش و جوانان استان کرمان، روسای هیئت های ورزشی استان کرمان، اعضای هیئت علمی دانشگاه های دولتی و غیردولتی استان کرمان، کارشناسان ورزشی اداره کل و پیشکسوتان ورزشی استان کرمان تهیه و براساس نمونه گیری هدفمند با آنها مصاحبه صورت گرفت؛ به طوری که از بین تمامی نفرات مشخص شده، تعداد ۴۰ نفر در پژوهش به شیوه گلوله برفی مشارکت کردند و معیار اشباع نظری پژوهش حاصل شد. روند مصاحبه بر این قرار بود که سوالاتی براساس ادبیات پیشینه تهیه و پرسش شد و پاسخ خبره در مدت زمان سی دقیقه انجام و فایل صوتی پیرامون آن ذخیره و سپس به متن تبدیل شد. از آنجا که نشانه گذاری یا کدگذاری یکی از روش های تحلیل کیفی است، متن تمامی مصاحبه شوندگان کدگذاری شده و ۴۳ کد باز به دست آمد. به عبارت دیگر، داده های اطلاعاتی خام (عبارت های پرتکرار یا معنادار) از بین پاسخ های مصاحبه شوندگان استخراج و به گونه ای نامگذاری شدند که بیانگر محتوا باشند. در نهایت کدهای باز دسته بندی و محورها و کدهای محوری نیز کدهای انتخابی را ساخت. در مرحله بعد برای تحلیل اثرگذاری و اثرپذیری این متغیرها بر یکدیگر و دسته بندی آنها از روش تحلیل اثرات متقابل استفاده گردید. عوامل شناسایی شده وارد ماتریس تاثیر متقابل شد و در قالب پرسشنامه عدم قطعیت ها در بین خبرگان توزیع گردید و خبرگان از ۰ تا ۳ به سوالات پژوهش امتیازاتی را دادند. در این راستا جایگاه هر متغیر پیرامون آینده مشخص و اثرپذیری و اثرگذاری آن تعیین شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی پژوهش از نرم افزار مکس کیو دی ای نسخه ۱۱ و در بخش دوم در تحلیل متقاطع از نرم افزار میک مک بهره گیری شد.

یافته های پژوهش

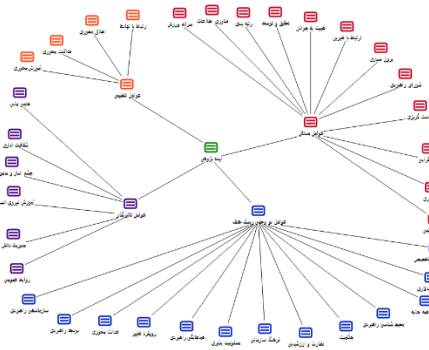
در بخش یافته های کیفی پژوهش، نتایج حاصل از مصاحبه در ۴۳ کد نهایی شد. این کدها ابتدا در قالب یک مدل مفهومی ترسیم و در نهایت در قالب یک ماتریس ۴۳*۴۳ برای تحلیل

اثرات متقابل تنظیم و مجدد در اختیار گروه خبره قرار گرفت. در ادامه در جدول و نمودار ۱ نتایج کیفی (کدهای شناسایی شده) به صورت خلاصه گزارش شده است:

جدول ۱: تجزیه و تحلیل یافته های کیفی

کد های باز	متن کلیدی مصاحبه	ردیف
نظام داوطلبی	... به نظر بنده باید در مورد هزینه ها تفکر ویژه ای داشت. یکی از راهکارها استفاده از افراد داوطلبی است که هم در دسترس اند و هم توانایی ویژه ای دارند ...	۱
مدیریت دانش	... هر نیروی انسانی در سازمان دارای دانش ویژه ای است که اگر مدیریتی بر این تجربه صورت گیرد توسعه اتفاق می افتد ...	۲
نظام رتبه بندی	... اگر کارکنان رتبه بندی بشوند، انگیزه در کارکنان بیشتر می شود و افراد فرصت برای تلاش بیشتر را خواهند داشت ...	۳
رویکرد تغییر	... سیستم های قدیمی جوابگوی ورزش امروز نیست. بهتر است با رویکرد تغییر در سیستم ها جلو رفت. گاهی تمرکز روی سیاست هاست که بهتر است تغییر همه جانبه در اداره اتفاق بیفتد ...	۴
رضایت شغلی	... کارکنان راضی بهتر کار می کنند و اگر سیستمی برایشان تعریف شود، توسعه اتفاق می افتد ...	۵
نظارت و ارزشیابی	... اگر نظارت و ارزشیابی صورت گیرد، مسیر اتفاقات و فعالیت ها بهتر تنظیم می گردد و مسیر بهتر جلو خواهد رفت ...	۶
آموزش نیروی انسانی	... آموزش کارکنان باید در اولویت پیشرفت سازمان و ورزش قرار گیرد، بدون آموزش مسیر ناقص ...	۷
شایسته سالاری	... باید بهترین ها در مسئولیت های ورزشی قرارگیرند تا ورزش سریع تر جلو رود ...	۸
وفاداری سازمانی	... کارکنان وفادار سازمان ها کم هستند و این کارکنان با جان و دل کار می کنند ...	۹
نیروی انسانی متخصص	... توسعه ورزش در گرو بهره گیری از نیروهای انسانی متخصص است و تا زمانی که روابط بر تخصص حاکم باشد توسعه ای اتفاق ...	۱۰
اهمیت به نیروهای جوان	... نیروی جوان و با انرژی در ورزش تحول آفرین است ...	۱۱
سیستم های فن آوری	... ورزش امروز با آی تی همراه است و تا زمانی که توجه ما به آی تی کم باشد، سیستم ما به صورت سنتی مدیریت می شود ...	۱۲
توجه به روابط عمومی	... روابط عمومی ورزش، پایه و اساس توسعه ورزش است و ...	۱۳
ارتباط با خیرین	... اقتصاد ورزش باید آزاد باشد و خیرین ورزش به عنوان نیروهای داوطلب ورزش زمینه توسعه ورزش را فراهم می سازد ...	۱۴
ارتباط با نهادها و سازمان ها	... ورزش به تنهایی جوابگو نیست و باید بسیجی برای ورزش و نهادها و سازمان ها ایجاد گردد ...	۱۵
مدیریت ارتباط با مشتری	... مخاطب ورزش در واقع همان مشتری است و اگر مسئولان ورزش نتوانند با مشتری خود ارتباط برقرار کنند کار ورزش لنگ بوده است ...	۱۶
بازاریابی ورزش	... تا کنون توجهی به بازار و ورزش نشده است، همیشه سازمان در بحث های اقتصادی با مشکل روبه رو بوده اند ...	۱۷
توسعه همه جانبه ورزش	... توجه به ورزش تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای می تواند توسعه ورزش را فراهم آورد ...	۱۸

۱۹	... خلاقیت و کارآفرینی در ورزش محور ادارات باید باشد. در ورزش و هیئت های ورزشی خلاقیت وجود دارد، اما نهادهای برای رسیدگی بر آن وجود ندارد ...	خلاقیت محوری و کارآفرینی
۲۰	... پژوهش و اطلاعات حاصل از پژوهش می تواند به مدیران در تصمیمات بهتر کمک کند ...	تحقیق و توسعه
۲۱	... حامیان مالی و شرایط ساده ورود آنها زمینه مشارکت ورزشکاران را فراهم می کند ...	حامیان مالی
۲۲	... توجه به آمایش سرزمین و ایجاد چارچوب های زمینه ای آن ...	آمایش سرزمین
۲۳	... اطمینان به نخبه ها و استفاده از نخبه ها در امور ...	نخبه گرایی
۲۴	... چارچوب توسعه ورزش بدون اخلاق کاملاً بی ارزش است ...	اخلاق محوری
۲۵	... بهتر است با الگو سازی مناسب ورزشکاران حرفه ای و کارکنان کارآمد زمینه مشارکت عموم مردم و کارکنان فراهم گردد ...	الگو سازی
۲۶	... باید محور توسعه در فرهنگ کارکنان قرار گیرد و لازمه ورزش وجود فرهنگ در تک تک جایگاه های ورزش است ...	فرهنگ سازمانی
۲۷	... گزینه مناسب ورزش، آموزش روزانه است. باید اطلاعات ورزش دقیق تر و سریع تر در اختیار عموم مردم قرار گیرد ...	آموزش محوری
۲۸	... استفاده از امکانات و تجهیزات مناسب و خریداری به موقع و در دسترس قرار دادن امکانات توسعه آفرین است ...	امکانات و تجهیزات
۲۹	... سپردن امور و کارها به افراد شایسته و ارزیابی آنها مسیر توسعه ورزش استان را ساده می سازد ...	برون سپاری
۳۰	... وجود سرانه ورزشی بالاتر توسعه ورزش را رقم می زند ...	سرانه ورزشی
۳۱	... با توجه به بودجه محدود ورزش باید نظام نگهداری در ورزش حاکم باشد ...	نظام نگهداری
۳۲	... در زمانی که همه چیز شفاف در اختیار کارکنان و نهادهای مربوطه قرار گیرد، آنگاه سردرگمی در کار دیگر مطرح نیست ...	شفافیت اداری
۳۳	... در ورزش زمانی که عدالت وجود نداشته باشد، توسعه ای هم صورت نمی گیرد ...	عدالت محوری
۳۴	... قانون مداری و رعایت موازین شرعی در ورزش پایه امور کاری ورزش و حکمرانی خوب مسیر توسعه ورزش است ...	حاکمیت قانون
۳۵	... مسئولیت پذیری و تعهد در ورزش محور توسعه ورزش است و تا زمانی که مسئولیت افراد مشخص نگردد کارکنان نمی توانند اندیشه درست در محیط کار خود داشته باشند ...	مسئولیت پذیری
۳۶	... باید از سیاست های غلط دوری کنیم و ارتباط با سیاستون باید همواره با دقت انتخاب شود ...	سیاست گریزی
۳۷	... تصمیمات و تغییرات باید با نظام بالادستی هماهنگ گردد و چنانچه این نظام تحول را نباشد سازمان های پایین دست نمی توانند به همان اندازه اثربخش باشند ...	هماهنگی با نظام بالادستی
۳۸	... انتخاب بهترین افراد در بهترین مکان ها و دادن فرصت به کارکنان توسعه آفرین است ...	سازماندهی راهبردی
۳۹	... محیط ورزش در توسعه ورزش اثر دارد و نگاه دقیقی باید بر آن صورت گیرد ...	محیط شناسی راهبردی
۴۰	... نبود چشم انداز در هیئت و نبود مأموریت غیر واقعی مسیر ورزش را ساده می سازد ...	چشم انداز و مأموریت مدون
۴۱	... توافق شورای راهبردی می تواند در تدوین بهتر راهبرد کمک کند ...	شورای راهبردی
۴۲	... راهبرد بدون بودجه تنها چند برگ کاغذ است ...	بودجه راهبردی
۴۳	... در زمان تدوین راهبرد باید بین اعضای اصلی هماهنگی مناسب ایجاد شود ...	هماهنگی راهبردی



نمودار ۱: کدگذاری آینده پژوهی ورزش استان کرمان

در ماتریس متقاطع جمع اعداد سطرهای هر مولفه، میزان تاثیرگذاری و جمع اعداد ستونهای هر عامل میزان تاثیر پذیری آن عامل را از عوامل دیگر نشان می‌دهد. پس از تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار میک مک، جمع اثرگذاری هر عامل بر عوامل دیگر و جمع تاثیرپذیری هر عامل از عوامل دیگر در جدول ۲ مشاهده می‌شود:

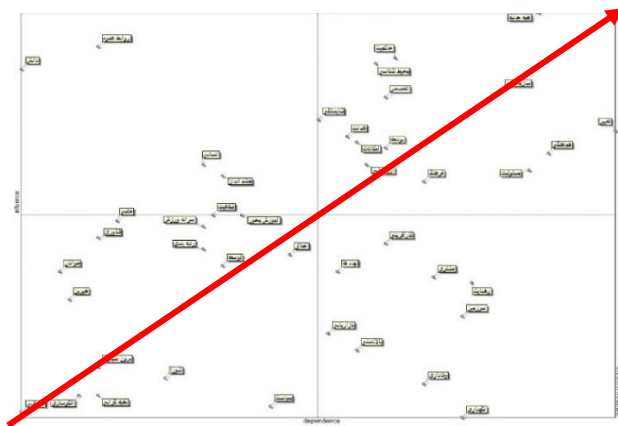
جدول ۲: تجزیه و تحلیل اثرگذاری و اثرپذیری متغیرهای پژوهش

ردیف	کدهای باز	جمع اثرگذاری	جمع اثر پذیری
۱	نظام داوطلبی	۴۱	۴۵
۲	مدیریت دانش	۱۰۲	۴۵
۳	نظام رتبه بندی	۷۰	۶۴
۴	رویکرد تغییر	۹۱	۱۰۷
۵	رضایت شغلی	۶۴	۹۲
۶	نظارت و ارزشیابی	۸۵	۸۱
۷	آموزش نیروی انسانی	۸۵	۶۴
۸	شایسته سالاری	۹۳	۷۶
۹	وفاداری سازمانس	۴۶	۸۷
۱۰	نیروی انسانی متخصص	۹۷	۸۳
۱۱	توجه به نیروی جوان	۶۶	۴۹
۱۲	سیستم های فناوری	۷۲	۵۳
۱۳	توجه به روابط عمومی	۱۰۶	۵۳
۱۴	ارتباط با خیرین	۶۱	۵۰
۱۵	ارتباط با نهاد ها	۶۶	۷۸
۱۶	مدیریت ارتباط با مشتری	۶۵	۸۸
۱۷	بازاریابی ورزشی	۵۵	۷۷
۱۸	توسعه همه جانبه ورزش	۱۱۲	۹۹
۱۹	خلاقیت محوری و کارافرینی	۷۱	۸۳
۲۰	تحقیق و توسعه	۶۷	۶۶
۲۱	حامیان مالی	۷۵	۵۵
۲۲	امایش سرزمین	۵۸	۹۱
۲۳	نخبه گرایی	۴۴	۵۳

۲۴	هماهنگی راهبردی	۸۷	۱۰۰
۲۵	اخلاق محوری	۶۹	۷۳
۲۶	الگوسازی	۴۴	۵۱
۲۷	فرهنگ سازمانی	۸۲	۸۷
۲۸	آموزش محوری	۷۶	۶۸
۲۹	امکانات و تجهیزات	۸۹	۸۰
۳۰	برون سپاری	۴۹	۵۳
۳۱	سرايه ورزشی	۷۴	۶۴
۳۲	نظام نگهداری	۴۰	۹۱
۳۳	شفافیت اداری	۷۶	۶۵
۳۴	عدالت محوری	۹۰	۷۹
۳۵	حاکمیت قانون	۱۰۴	۸۴
۳۶	مسئولیت پذیری	۸۴	۹۸
۳۷	سیاست گریزی	۴۲	۷۱
۳۸	نظام بالادستی	۵۲	۸۰
۳۹	سازماندهی راهبردی	۹۸	۹۵
۴۰	محیط شناسی راهبردی	۱۰۳	۸۲
۴۱	چشم انداز و مأموریت مدون	۸۳	۶۶
۴۲	شورای راهبردی	۴۷	۶۰
۴۳	بودجه راهبردی	۸۸	۸۳
	مجموع	۳۱۶۹	۳۱۶۹

۳۳۱

در تجزیه و تحلیل جایگاه هر متغیر از میزان پایداری و ناپایداری دو نوع پراکنش وجود دارد. در سیستم پایدار عوامل به صورت L انگلیسی نشان داده می شود و در سیستم های ناپایدار متغیرها حول محور قطبی صفحه پراکنده هستند. این حالت بینابینی بودن متغیرها را نشان می دهد. در سیستم های ناپایدار در مجموع پنج دسته از عوامل را می توان مشاهده کرد: عوامل اثرگذار یا تعیین کننده، عوامل مستقل، عوامل تاثیرپذیر، عوامل تنظیمی و عوامل دو وجهی (عوامل ریسک و هدف) که در شکل ۱ نشان داده شده اند:



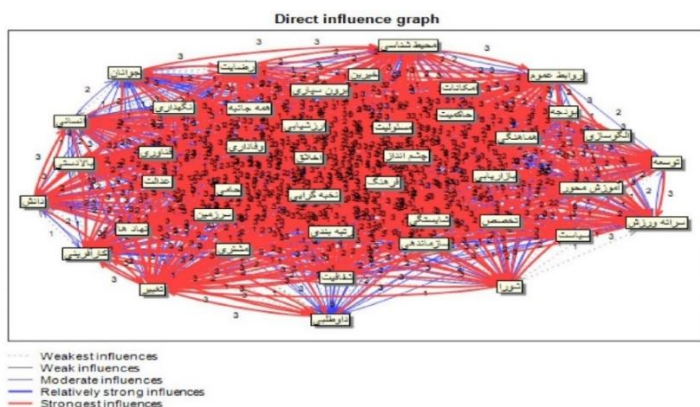
نمودار ۲: تجزیه و تحلیل پراکندهی متغیرهای پژوهش

از وضعیت صفحه پراکندگی عوامل تاثیرگذار و تاثیرپذیر نمودار ۱ مشخص می شود که وضعیت متغیرها دچار پراکندگی است. از بعد دیگر در بررسی عوامل تاثیرگذار، عوامل دو وجهی، عوامل تاثیرپذیر، عوامل مستقل و عوامل تنظیمی جایگاه هر یک از متغیرها در جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳: تجزیه و تحلیل متغیرها در ماتریس آینده نگری

ردیف	طبقه بندی	عوامل
۱	عوامل تعیین کننده یا تاثیرگذار	توجه به روابط عمومی، مدیریت دانش، آموزش نیروی انسانی، چشم انداز و مأموریت مدون، حامیان مالی، شفافیت اداری
۲	عوامل دو وجهی (ریسک و هدف)	توسعه همه جانبه ورزش، حاکمیت قانون، محیط شناسی راهبردی، سازماندهی راهبردی، نیروی انسانی متخصص، شایستگی سالاری، بودجه راهبردی، عدالت محوری، رویکرد تغییر، هماهنگی راهبردی، مسئولیت پذیری، فرهنگ سازمانی، نظارت و ارزشیابی
۳	عوامل تاثیرپذیری یا نتیجه	مشتري مداری، رضایت شغلی، آمایش سرزمین، هماهنگی با نظام بالادستی، بازاریابی ورزشی، وفاداری سازمانی، نظام نگهداری
۴	عوامل مستقل	سرايه ورزشی، سیستم های فناوری، نظام رتبه بندی، تحقیق و توسعه، اهمیت به نیروهای جوان، ارتباط با خیرین، برون سپاری، شورای راهبردی، سیاست گریزی، نخه گرابی، الگوسازی، نظام داوطلبی
۵	عوامل تنظیمی	آموزش محوری، خلاقیت محوری و کارافزینی، اخلاق محوری، ارتباط با نهادها

از آنجا که در طبقه بندی داده ها تاثیر هر یک از متغیرها بر یکدیگر مهم است، در دیاگرام های مختلف در گروه های تاثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی، تاثیرات ضعیف تا بسیار قوی، تاثیرات قوی تا بسیار قوی، تاثیرات قوی و تاثیرات بسیار قوی متغیرها در اشکال ۲، ۳، ۴ و ۵ ارائه شده اند.



نمودار ۳: دیاگرام تاثیرات مستقیم عوامل (تاثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی)



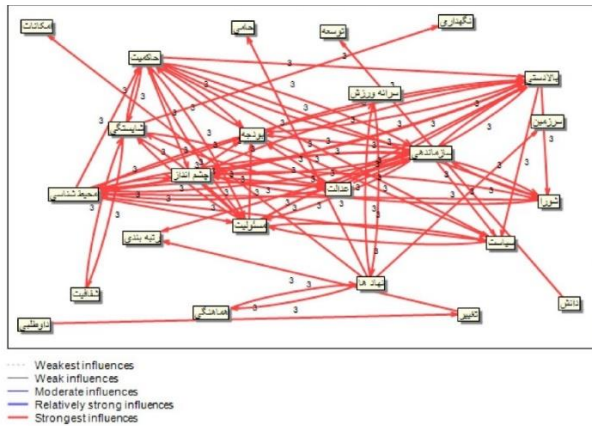
۲۲۲۲



۲۲۲۲



۲۲۲۲



نمودار ۷: دیاگرام تاثیرات مستقیم عوامل (تاثیرات بسیار قوی)

بحث و نتیجه گیری

با توجه به رشد همه جانبه ورزش در کشور و به خصوص استان کرمان، جامعه فردا نیازمند برنامه ریزی و آینده نگری پیرامون ورزش است. لذا شناسایی متغیرها و تشخیص روابط بین آنها به درک بهتر آینده می تواند کمک کند. براین اساس پژوهشگر طی بررسی پیشینه پژوهش و تهیه مصاحبه با خبرگان، به ۴۳ عنصر موثر بر توسعه ورزش کرمان دست یافت: توجه به روابط عمومی، مدیریت دانش، آموزش نیروی انسانی، چشم انداز و مأموریت مدون، حامیان مالی، شفافیت اداری، توسعه همه جانبه ورزش، حاکمیت قانون، محیط شناسی راهبردی، سازماندهی راهبردی، نیروی انسانی متخصص، شایستگی سالاری، بودجه راهبردی، عدالت محوری، امکانات، رویکرد تغییر، هماهنگی راهبردی، مسئولیت پذیری، فرهنگ سازمانی، نظارت و ارزشیابی، مشتری مداری، رضایت شغلی، آمایش سرزمین، هماهنگی با نظام بالادستی، بازاریابی ورزشی، وفاداری سازمانی، نظام نگهداری، سرانه ورزشی، سیستم های فناوری، نظام رتبه بندی، تحقیق و توسعه، اهمیت به نیروهای جوان، ارتباط با خیرین، برون سپاری، شورای راهبردی، سیاست گریزی، نخبه گرایی، الگوسازی، نظام داوطلبی، آموزش محوری، خلاقیت محوری و کارآفرینی، اخلاق محوری، ارتباط با نهادها بودند.

از مهمترین عوامل اثرگذار توسعه ورزش استان کرمان می توان به توسعه همه جانبه ورزش، توجه به روابط عمومی و حاکمیت قانون اشاره داشت. در بعد دوم نیز عوامل هماهنگی راهبردی، رویکرد تغییر و مسئولیت پذیری به عنوان عوامل اثرپذیر مطرح هستند. در تجزیه و تحلیل متغیرها در ماتریس آینده نگری توجه به روابط عمومی، مدیریت دانش، آموزش نیروی انسانی، چشم انداز و مأموریت مدون، حامیان مالی و شفافیت اداری به عنوان عوامل تعیین کننده یا تاثیرگذار بودند. در زمینه عوامل دو وجهی (ریسک و هدف) عوامل توسعه همه جانبه ورزش، حاکمیت قانون، محیط شناسی راهبردی، سازماندهی راهبردی، نیروی انسانی متخصص، شایستگی سالاری، بودجه راهبردی، عدالت محوری، امکانات، رویکرد تغییر، هماهنگی راهبردی، مسئولیت پذیری، فرهنگ سازمانی، نظارت و ارزشیابی مشخص شدند. مشتری مداری، رضایت شغلی، آمایش سرزمین، هماهنگی با نظام بالادستی، بازاریابی ورزشی، وفاداری سازمانی و نظام نگهداری نیز جزو عوامل

تأثیرپذیری یا نتیجه بودند. سرانه ورزشی، سیستم های فناوری، نظام رتبه بندی، تحقیق و توسعه، اهمیت به نیروهای جوان، ارتباط با خیرین، برون سپاری، شورای راهبردی، سیاست گریزی، نخبه گرایی، الگوسازی و نظام داوطلبی هم جزو عوامل مستقل بودند. آموزش محوری، خلاقیت محوری و کارآفرینی، اخلاق محوری و ارتباط با نهادها نیز در زمره عوامل تنظیمی بودند.

در مؤلفه توسعه همه جانبه ورزش در استان کرمان بحث توجه یکسان به تمامی سطوح ورزش تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای در راستای عدالت اجتماعی در ورزش مطرح است. این یافته با نتایج پژوهشی دی بوچر و همکاران (۲۰۱۵)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۵) و کشاورز و همکاران (۱۳۹۷) هم خوانی دارد. فراهانی و همکاران در پژوهش خود اشاره داشت که وجود برنامه جامع و تعهد به اجرای آن یک اصل است و مدیران سازمان ها باید تمامی جنبه های توسعه همه جانبه ورزش را مد نظر داشته باشند، اما نتایج اصلی اجرای ورزش نبود برنامه جامع و یا عدم تعهد به اجرای برنامه جامع و حتی توجه یک طرفه به ورزش قهرمانی و عدم دیدگاه یکسان به سطوح ورزش مطرح بوده است. استیریادو^۱ (۲۰۱۳)، شری و همکاران^۲ (۲۰۱۵) و بریونینگ و همکاران^۳ (۲۰۱۵) بیان داشتند که ورزش قهرمانی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه وابسته به پایه های فرهنگ سلامت محور در جامعه، بهبود زیرساخت و مشارکت اجتماعی است و نشان می دهد که ماهیت همه جانبه و توجه به همه ابعاد ورزش یک سیاست گذاری درست در مسیر ورزش است (براور و همکاران^۴، ۲۰۱۵). دی بوچر و همکاران در کتاب خود ورزش را از کودکی تا بزرگسالی بررسی و نتایج توسعه همه جانبه ورزش را در یک مثال این گونه بیان می کند که توجه به توسعه همه جانبه ورزش توانسته ورزش کشور سوئیس را با جمعیتی حدود هشت میلیون نفر جلوتر از ورزش ایران در پایان نتایج المپیک تابستانی ریو ۲۰۱۶ با ۸۰ میلیون جمعیت قرار دهد. به عبارت دیگر، جمعیت حدود ۸۰ میلیونی ایران نتیجه ضعیف تری در این رقابت ها داشت و در این بین کرمان با جمعیتی حدود سه میلیون نفر در سطوح تیم های ملی رتبه پائینی در المپیک ریو کسب کرد و این نشان از عدم توجه به توسعه همه جانبه ورزش در سطح استان و حتی کشور بوده است و در مورد آینده نگری به ورزش کشور این مقوله باید در اولویت قرار گیرد.

در مؤلفه حاکمیت قانون و عدالت محوری در ورزش مقوله حکمرانی خوب به عنوان دیدگاه آینده در ورزش کرمان مطرح بوده است. این مورد با نتایج پژوهش مهرابی و همکاران (۱۳۹۶) و احمدی و همکاران (۱۳۹۷) همسو بود. مهرابی و همکاران شفافیت و پاسخگویی، قانون مداری، مسئولیت پذیری، کنترل فساد، موازین اخلاقی و نظارت و کنترل را راهکار توسعه ورزش مطرح کرده بودند. احمدی و همکاران (۱۳۹۷) شفافیت، دموکراسی، نظارت، همبستگی را راهکار سرمایه اجتماعی می دانند. گودرزی و همکاران (۱۳۹۲) ورزش را جنگ بین ملت ها در زمان صلح دانسته اند. گودرزی و همکاران در کتاب «سیاست و ورزش» ورزشکاران را به سربازان این میدان تشبیه کرده اند که تلاش خود را برای مسابقات ملی گذاشته اند و در باشگاه ها تلاشی نمی کنند.

1. Sotiriadou
2. Sherry, Schulenkorf & Chalip
3. Bruening, Peachey, Evanovich, Fuller, Silverstein & Chung
4. Brouwers et al.

به نظر می رسد درک راهی برای ورود سیاست گذاران ورزشی به مطالعات آینده پژوهی بتواند از تصمیمات اشتباه آینده جلوگیری کند (راتکلیف و کروسزیک^۱، ۲۰۱۱). همچنین توسعه ورزش در راستای قانون و حاکمیت آن است که می تواند نقش موثری در راستای ورزش استان کرمان داشته باشد و برای ایجاد عدالت و قانون مداری، رعایت اصول شفافیت، کنترل فساد و واگذاری مسئولیت به کارکنان بر خور داری از دیدگاه روشن و شفاف اهمیت دارد.

در مؤلفه نگاه راهبردی به ورزش استان کرمان مبحث بودجه راهبردی، محیط شناسی راهبردی، هماهنگی راهبردی و سازماندهی راهبردی مطرح است. این موارد با نتایج پژوهش های پیشین پیامون ورزش استان کرمان- نصیرزاده و همکاران (۱۳۹۳) و گودرزی و همکاران (۱۳۹۲)- هم راستا بود. نصیر زاده و همکاران (۱۳۹۳) پیش بینی و داشتن راهبرد و زمینه اجرای آن را در تحقق اهداف مربوطه در بلند مدت یادآوری و زمینه توسعه ورزش را منوط بر آن گزارش کرده اند. گودرزی و همکاران (۱۳۹۲) در چشم انداز ورزش در استان کرمان باهدف رسیدن به جامعه ای سالم، ورزشکار، با نشاط و امید به زندگی بهتر اشاره کرده که ورزش کرمان نیز جهت توسعه خود باید از دیدگاه بلند مدت به ابعاد راهبردی شامل بودجه راهبردی، هماهنگی راهبردی و سازماندهی راهبردی توجه ویژه داشته باشد.

در مؤلفه نیروی انسانی و شایسته سالاری نیز مفاهیم استخدام، آموزش، توسعه نیروی انسانی، تربیت مدیران، افزایش بهره وری و توسعه عملکرد سازمانی مطرح است که این مضمون با نتایج پژوهش های مرندی و همکاران (۱۳۹۵) پیرامون شایسته سالاری و توسعه نیروی انسانی همسو بود. به نظر می رسد ورزش کرمان در آینده خود تفکر نیروی انسانی را باید بیشتر مد نظر قرار دهد و در مسیر بهبود جذب، ذخیره سازی و توسعه نیروی انسانی خود گام بردارد.

در مؤلفه فرهنگ و فرهنگ سازی، توجه به توسعه فرهنگ سیاسی، تقویت هویت دینی- ملی، فرهنگ اقتصادی، فرهنگ اجتماعی و توسعه آموزشی و فناوری مطرح است که این مضمون با نتایج پژوهش های رمضانی نژاد و همکاران (۱۳۹۵) در مقوله ورزش قهرمانی، عادلخانی و همکاران (۱۳۹۱) در مقوله فرهنگ همگانی و درویشی و همکاران (۱۳۹۷) در توسعه فرهنگ تربیتی همخوان بود. در تمامی پژوهش های مذکور اشاره شده که فرهنگ یک مقوله دراز مدت است و سرمایه گذاری بر روی آن دستاوردهای مطلوبی را به همراه دارد. به نظر می رسد آینده ورزش کرمان با فرهنگ ورزشی رابطه تنگاتنگی دارد و باید به عنوان راهبرد به آن توجه شود.

مؤلفه تغییر، نظارت و ارزشیابی از دیگر مولفه های تاثیر گذار در آینده توسعه ورزش کرمان بودند که نشان می دهد آینده ورزش کرمان با شروع یک تغییر رقم می خورد و با ارزشیابی گام به گام آن می توان زمینه طرح های توسعه ورزش در آینده را رقم زد.

به نظر می رسد مسیر آینده ورزش دستخوش تغییرات گوناگونی خواهد شد و ترسیم آینده ورزش گامی پیش بینی کننده برای اتفاقات پیش روی جهان و آمادگی لازم در مقابل این اتفاقات است. ورزش ایران و به خصوص ورزش کرمان برای دستیابی به مسیری پویا باید توجه ویژه ای به توسعه همه جانبه ورزش، نگاه راهبردی به مسائل، نیروی انسانی، فرهنگ و فرهنگ سازی در ورزش داشته باشد تا زمینه تحقق توسعه یافتگی را ایجاد کند.

از آنجا که مسیر هر پژوهش با محدودیت هایی همراه است، در این پژوهش نیز محدودیت هایی وجود داشت. تفکرو دیدگاه پیرامون آینده در زمینه ورزش پایین است و حتی خبرگان نیز دیدگاه شان بیشتر مقطعی است. عدم پاسخ و گاهی سختی در انتخاب کدهای حاصل از متون مصاحبه مسیر پژوهش را تغییر می داد.

پیشنهاد ها

- با توجه به یافته های پژوهش حاضر پیشنهاد های زیر ارائه می شود:
- توسعه همه جانبه ورزش در تمامی سطوح تربیتی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای یکسان دیده شود.
- راهبرد و زمینه های راهبردی ورزش از قبیل بودجه راهبردی، محیط شناسی راهبردی، هماهنگی راهبردی و سازماندهی راهبردی مد نظر قرار گیرد.
- به نقش حاکمیت قانون و عدالت محوری در قالب حکمرانی خوب توجه شود.
- در توسعه نیروی انسانی و شایسته سالاری استخدام، آموزش، توسعه نیروی انسانی، تربیت مدیران، افزایش بهره وری، توسعه عملکرد سازمانی با رویکرد آینده نگری مد نظر قرار گیرد.
- در توسعه فرهنگ در آینده به فرهنگ سیاسی، تقویت هویت دینی - ملی، فرهنگ اقتصادی، فرهنگ اجتماعی و توسعه آموزشی و فناوری توجه ویژه ای شود.
- توسعه ورزش کرمان با تغییر آغاز و با نظارت ارزشیابی مدون اثربخش خواهد شد.

منابع

- خسروی زاده، اسفندیار. (۱۳۸۷). «مطالعه و طراحی برنامه راهبردی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- رستم زاده، نادر؛ افشاری، مصطفی؛ علم، زهرا و قربانی، سعید. (۱۳۹۸). «ارائه مدل حکمرانی خوب الکترونیک در وزارت ورزش و جوانان». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۱، شماره ۵۶، صص ۴۳-۴۶۲.
- رمضانی نژاد، رحیم؛ رحمتی، محمد مهدی؛ میریوسفی، سید جلیل و نژاد سجادی، سید احمد. (۱۳۹۵). «شناسایی عوامل و ملاک های موثر در توسعه فرهنگی در ورزش قهرمانی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۴۰، صص ۶۱-۷۸.
- عادلخانی، امین؛ واعظ موسوی، سید محمد کاظم و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۱). «سرمایه فرهنگی شرکت کنندگان در ورزش همگانی». فصلنامه مجلس و راهبرد. سال ۱۹، شماره ۶۹، صص ۵-۳۱.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و محمد خانی، جواد. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل موثر بر رفتار مدیران ورزش قهرمانی ایران با رویکرد برنامه ریزی سناریو». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۵، شماره ۱، صص ۹۹-۱۰۸.
- گودرزی، محمود؛ نصیرزاده، عبدالمهدی؛ فراهانی، ابوالفضل و وطن دوست، مریم. (۱۳۹۲). «طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش همگانی استان کرمان». مدیریت ورزشی. شماره ۱۷، صص ۱۴۹-۱۷۲.
- مرندی، مرتضیفتاح پور؛ کاشف، سید محمد؛ سید عامری، میر حسن و شجیع، رضا. (۱۳۹۵). «الگوی شایستگی مدیران ادارات کل ورزش و جوانان ایران با رویکرد نظریه داده بنیاد». رویکردهای نوین در مدیریت ورزش. دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۲۳-۳۸.
- مسلمی، اسما؛ غفرانی، محسن و صابری، علی. (۱۳۹۵). «طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش های بومی - سنتی استان کرمان». مدیریت ورزشی. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۸۵-۱۰۲.
- مهربابی، قاسم؛ سجادی، سید نصرالله و جلالی فراهانی، مجید. (). «تعیین شاخص های ارزیابی رفتار مدیران برای حکمرانی خوب در فدراسیون های ورزشی». مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۱۹-۳۰.
- نصیرزاده، عبدالمهدی؛ فراهانی، ابوالفضل و خضری، حمید. (۱۳۹۳). «تدوین راهکارهای اجرایی راهبرد های اداره کل ورزش و جوانان استان کرمان با رویکرد روش کارت امتیازی متوازن». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۳، شماره ۲، صص ۱۱-۲۵.

- بشارت نیا، مهدی. (۱۳۹۶). «آینده پژوهی مواد مخدر در ایران». فصلنامه مطالعات مبارزه با مواد مخدر. شماره ۳۳، صص ۴۴-۴۹.
- ادیب روشن، فرشته؛ طالب پور، مهدی و پیمانی زاد، حسین. (۱۳۹۶). «تدوین سناریوهای ورزش قهرمانی استان خراسان رضوی در افق ۱۴۰۴». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۳، صص ۱۶۵-۱۶۹.
- ملایی سفید دشتی، افشین؛ حمیدی، مهرزاد و رجبی، حسین. (۱۳۹۹). «آینده نگاری ورزش قهرمانی ایران در افق ۱۴۱۶». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۱، صص: ۸۱-۹۰.
- جعفری، الهام؛ شریفی فر، فریده و علم، شهرام. (۱۳۹۸). «نقش آفرینی زنان در مدیریت ورزش کشور با رویکرد آینده پژوهی». مطالعات مدیریت ورزش. شماره ۵۸، صص ۱۷-۳۸.

- De Bosscher, V., Bottenburg, M., Shibli, S., et al. (2006). "A conceptual framework for analyzing sports policy factors leading to international sporting success". European Sport Management quarterly. 6 (2), p: 185- 215.
- Dobson, S., Goddard, J. (2011). **The economies of football. London.** Cambridge University Press, 2nd edition.
- Drucker, P. (1954). **The Practice of Management.** New York: Harper Collins.
- Krishna, A., Haglund, E. (2008). "Why do some countries win more Olympic madals? Lessons for social mobility and poverty reduction". Economic and Political Weekly, P: 143-151.
- Lloyd, C. Harris, Emmanuel, Ogbonna. (2006). "Initiating strategic Planning". Journal of Business research, 59, PP: 100-111.
- Papenhausen, Chris and walter, Einstein. (2006). "Insights from the Balance Scorecard at a college of Business". Emerald Group publishing Limited. ISSN 1368-3047, vol. 10 No. 3 2006 pp.15-22.
- Qingmin, Hao, Guojio, zhao. (2005). "Performance Measurement Based on Balance scorecard". Chinese Business Review, volume 4, No. 3 (serial No.21).
- Zali, N. (2013). "Strategic forecasting in regional planning and development". Strategic Studies Institute. 2013. P: 18. (Persian).
- John, Ratcliffe, Ela, Krawczyk. (2011). "Imagineering city futures: The use of prospective through scenarios in urban planning". Futures, 43 642-653.
- Jessie, Brouwers, Popi Sotiriadou, Veerle, De Bosscher. (2015). "Sportspecific policies and factors that influence international". Sport Management Review, 18: 343-358.

موانع و راهکارهای توسعه اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی

محمدحسین قربانی^۱

محمد رضا اسماعیلی^۲

حسین زارعیان^۳

 10.22034/SSYS.2022.498

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۳۰

هدف تحقیق حاضر، شناسایی و تبیین موانع و راهکارهای اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی بود. پژوهش حاضر از لحاظ روش، آمیخته (کیفی-کمی) و از لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی بود. به منظور گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی تحقیق از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با افراد صاحب‌نظر استفاده شد و در مرحله بعد با توجه به اطلاعات و داده‌های به دست آمده، پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر ۱۲ مولفه و ۹۶ گویه طراحی و توزیع گردید. در مرحله کیفی، ابتدا از روش نمونه‌گیری هدفمند و در ادامه کار از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شد. فرایند نمونه‌گیری تا اشباع نظری مقوله‌ها ادامه یافت و در مجموع ۱۴ مصاحبه فردی انجام گرفت. در مرحله کمی نیز با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس و هدفمند تعداد ۹۸ پرسشنامه تکمیل شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله کمی از روش کدگذاری با کمک نرم‌افزار مکس کیودا و در مرحله کمی از آزمون‌های آماری t مستقل و رتبه‌ای فریدمن با کمک نرم‌افزار SPSS18 استفاده شد.

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

۲- استادیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

۳- استادیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

نتایج نشان داد در مجموع حدود ۹۶۱ نفر معادل ۰/۴۴ درصد از شاغلان استان در بخش ورزش شاغل می‌باشند. سه مقوله اصلی گرایش جامعه به ورزش، خصوصی‌سازی در ورزش و بهبود فضای کسب‌وکار به عنوان عوامل علی؛ چهار مقوله شرایط جغرافیایی، فرهنگی، اقتصادی و توانایی کارآفرینان ورزشی استان خراسان جنوبی به عنوان عوامل زمینه‌ای و هفت مقوله اصلی موانع اقتصادی، اطلاعاتی، مدیریتی، قانونی، ساختاری، فرهنگی و رفتاری به عنوان موانع توسعه اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد. علاوه بر این پنج مقوله اصلی، گردشگری ورزشی، تولیدات ورزشی، خدمات ورزشی، رقابت‌های ورزشی و آموزش ورزش به عنوان پتانسیل‌های اشتغال‌زایی در ورزش استان شناسایی گردیدند. بر این اساس ۱۵ راهکار اصلی جهت اشتغال‌زایی در ورزش استان شناسایی و ارائه شد.

واژگان کلیدی: توسعه، اشتغال، ورزش و استان خراسان جنوبی.

مقدمه

یکی از مهم‌ترین موضوعات امروز اقتصاد کشور ما، مسئله اشتغال و بیکاری است. توجه به این موضوع طی دو دهه گذشته همواره از دغدغه‌های تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان بوده است؛ به طوری که تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری‌های فراوانی برای افزایش نرخ اشتغال و کاهش نرخ بیکاری انجام شده است. با وجود تلاش‌های صورت گرفته، امروزه همچنان شاهد افزایش نرخ بیکاری قابل توجه در کشور به ویژه در بین جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستیم. علاوه بر بیکاری مشهود، بیکاری پنهان مشتمل بر اشتغال ناقص ناشی از پایین بودن مدت انجام کار هفتگی کمتر از ۴۴ ساعت و یا پایین بودن بهره‌وری نیز وجود دارد (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۰). در کشور ایران به رغم موفقیت در کاهش نرخ بیکاری طی دهه ۱۳۶۵-۱۳۷۵ که از نرخ ۱۴/۲ درصد به ۹/۱ درصد تنزل یافت، دوباره نرخ بیکاری در دهه ۱۳۷۵-۱۳۸۵، رو به افزایش گذاشت و از ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۱/۳ درصد در سال ۱۳۸۵ و سپس در سال ۱۳۹۵ به ۱۲/۴ درصد رسید (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). بیکاری یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی است که توازن و تعادل جامعه را بر هم می‌ریزد و باعث ایجاد بحران‌های متعدد در عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی، روانی و سیاسی می‌گردد. (نایی و رامشگر، ۱۳۹۶). وضعیت نگران‌کننده اشتغال در کشور و بالا رفتن شمار افراد جویای کار موجب شده که برنامه‌ریزان و متولیان امر به دنبال راهبردهایی برابری از این وضعیت باشند (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵).

یکی از حوزه‌های مهم در زمینه ایجاد اشتغال، ورزش و مشاغل ورزشی است که با توجه به پتانسیل بالای آن می‌تواند در جهت دستیابی به سیاست‌های اشتغال‌زایی و کاهش نرخ بیکاری مؤثر باشد. ورزش در کشورهای توسعه‌یافته به‌عنوان یک صنعت مهم و عاملی اثرگذار در رشد اقتصاد ملی بسیار مورد توجه است و یکی از بزرگ‌ترین و درآمدزاترین صنایع در قرن حاضر به شمار می‌رود. ورزش حوزه مهمی برای جامعه است، زیرا به توسعه محلی، منطقه‌ای و روستایی کمک می‌کند (بودیوسی^۱، ۲۰۱۸). ورزش در ابعاد گوناگون اثرات مثبت مختلفی در جامعه برجای می‌گذارد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به اثرات اقتصادی اشاره نمود. اثرات مستقیم اقتصادی ورزش شامل مواردی چون: تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، هزینه‌های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، مشارکت در بازار بورس، پوشش رسانه‌ای، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی است. از اثرات اقتصادی غیرمستقیم ورزش نیز به زمینه‌هایی مانند ارتقای سلامتی جامعه، کاهش هزینه‌های درمان و به تبع آن توسعه برنامه‌های ملی سلامت، کاهش بزهکاری‌ها، کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آن‌ها می‌توان اشاره کرد (یوئن^۲، ۲۰۰۸). در میان اثرات مستقیم اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی را از مهمترین اثرات اقتصادی صنعت ورزش و سایر صنایع می‌توان به شمار آورد (سلطان حسینی و همکاران، ۱۳۹۲).

امروزه، صنعت ورزش به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و دارای سریع‌ترین نرخ رشد در بین صنایع شناخته شده است. مطالعات نشان داده که از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴، صنعت ورزش در دنیا هر ساله

به طور متوسط ۷ درصد رشد داشته است که این مقدار رشد از متوسط نرخ رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بالاتر است. بررسی‌های انجام‌شده بیانگر این است که صنعت ورزش در سال ۲۰۱۴، حدود ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد داشته و حدود یک درصد از کل تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده است. این آمار و ارقام نشان از اهمیت روبه رشد صنعت ورزش دارد. گفتنی است که موفقیت‌های موجود جز با کارآفرینی و نوآوری میسر نمی‌شود و در آینده نیز کارآفرینی به‌عنوان رکن اساسی موفقیت، صنعت ورزش هر کشور را به خود اختصاص خواهد داد و در صورت نیل به این مهم، صنعت ورزش از سهمی بزرگ در تولید ناخالص داخلی برخوردار خواهد بود (کرنی^۱، ۲۰۱۴). ورزش یکی از ارکان مهم توسعه و بهبود شرایط در هر کشور است. علاوه بر تأثیرات جامع ورزش در تمام سطوح، اهمیت ورزش به صورت کلی برای زنان و مردان از آن جهت است که فرصت‌هایی را برای اشتغال، تجربه موفقیت، کار جمعی و لحظات ممتاز فراهم می‌سازد. ورزش جدا از مسائل فنی و ورزشی، مقوله‌ای است فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که رشد و ترقی آن در هر کشوری بیانگر رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تمام‌طیف‌های جامعه در قبال رویکرد افراد به ورزش است. ورزش به‌عنوان ششمین صنعت درآمدزای کشورهای توسعه‌یافته، توجه بسیاری از مدیران را به خود معطوف داشته و بستری مناسب برای ایجاد اشتغال در بسیاری از کشورها فراهم کرده است. امروزه در کشورهای پیشرفته، ارزش‌افزوده صنعت ورزش، بخش چشمگیری از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و نقش مهمی در ایجاد درآمد، اشتغال و کاهش بیکاری به همراه دارد (هالت^۲، ۲۰۰۷). برای نمونه، در سال ۲۰۱۵ تعداد افرادی که شغل اصلی‌شان در بخش تربیت‌بدنی و ورزش است در ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا ۱/۶ میلیون نفر بود (یوروستاد^۳، ۲۰۱۷). بین ۳۰ تا ۴۰ درصد مردم اروپا به تفریحات، اوقات فراغت و گردشگری می‌پردازند. ۱۰ درصد هزینه‌های مردم اروپا مربوط به ورزش باشگاهی است و حدود ۸۰۰ هزار باشگاه در اروپا وجود دارد- البته بر حسب سال‌های آماری، این رقم بین ۶۰۰ تا ۸۰۰ هزار نوسان داشته است. بین ۱۲۰ تا ۱۳۰ میلیون نفر در اروپا عضو باشگاه‌اند. بنابراین به طور متوسط هر باشگاه در حدود ۱۷۰ نفر عضو دارد (فابینه^۴ و همکاران، ۲۰۰۳). در هنگ کنگ ۲/۵، اتریش ۳/۲، بلژیک ۱/۳، بلغارستان ۱/۶، فرانسه ۱/۳ و به طور میانگین در کشورهای اتحادیه اروپا ۱/۴۹ درصد از شاغلان مربوط به شاغلان بخش ورزش می‌باشند (خیری و همکاران، ۱۳۹۳ و کمیسیون اروپا^۵، ۲۰۱۲). متأسفانه در ایران هیچ گونه آمار رسمی و مشخصی از شاغلان بخش تربیت‌بدنی و ورزش وجود ندارد (برومند و همکاران، ۱۳۹۲). با وجود این و با توجه به نرخ بیکاری در کشور، قابل پیش بینی است که در این حوزه چالش‌هایی وجود دارد. برومند و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی

1. Kearney
2. Holt
3. Eurostat
4. Fabienne
5. European Commission

ضمن تحلیل موقعیت راهبردی اشتغال فارغ التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی نشان دادند اشتغال آنان از نظر عوامل داخلی و خارجی از وضعیت مناسبی برخوردار نیست و با وجود ضعف های داخلی با تهدیدهای خارجی متعدد و عمده رو به رو است که در ماتریس ارزیابی جایگاه، در بدترین وضعیت، یعنی در موقعیت تدافعی (WT) قرار دارد. این در حالی است که در دنیا، ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و فرصت های جدید فعالیت های اقتصادی پیدا کرده است که با شناخت زمینه های کاری در آن می توان فرصت های جدیدی را به جوانان و جامعه معرفی کرد و از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور بهره گرفت (برومند و همکاران، ۱۳۹۲). شمسائی و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی وضعیت باشگاه های خصوصی شهر ایلام با تأکید بر اشتغالزایی پرداختند. نتایج نشان داد در این باشگاه ها در مجموع ۸۳ شغل در ورزش های مختلف و با عناوین گوناگون ایجاد شده است. کلت و راسل^۱ (۲۰۰۹) صنعت ورزش در استرالیا را رو به رشد گزارش کردند و عوامل مهم توسعه آن را فقدان ساختار رسمی و کنترل زیاد در ورزش، وابستگی کم به کمک های دولتی، وجود کارآفرینان و سرمایه گذاری زیاد و وجود تسهیلات و برنامه ریزی برای توسعه ورزش دانستند که منجر به سرمایه گذاری زیاد در بخش ورزش و رشد کارآفرینی در سطح ایده آل در استرالیا شده است. نتایج پژوهش مینتن^۲ (۲۰۰۷) نشان داد ۳۷ درصد از فارغ التحصیلان ورزشی در مشاغل ورزشی مشغول به کار هستند و اشتغال در مشاغل ورزشی تحت تاثیر تعامل بین ماهیت فارغ التحصیل، ماهیت کار و ماهیت کارفرما می باشد. هاتچینسون^۳ (۲۰۰۸) در مطالعه خود به بررسی عوامل موثر بر اشتغال در حوزه ورزش پرداخت و نشان داد که کسب مهارت و تجربه در دوره های کارورزی در یافتن شغل مناسب در ورزش موثر می باشد و وجود این دوره ها را ضروری می داند. تسامنی^۴ و همکاران (۲۰۱۰) خصوصی سازی را موجب بالا بردن رفاه اقتصادی و اجتماعی در تسهیلات ورزشی می دانند و معتقدند که خصوصی سازی سبب بهبود خدمات، افزایش رضایت مشتریان، بهبود آموزش کارکنان، کارایی تولید و افزایش اشتغال خواهد شد.

تربیت بدنی و ورزش، با توجه به موقعیت فعلی آن در نزد مردم و اقبال عمومی نسبت به آن، در ایجاد اشتغال و در پی آن درآمدزایی توان بالقوه فراوانی دارد که بالفعل کردن آن نیازمند توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران در کنار پژوهش ها و تحقیقات دقیق است (شمسائی و همکاران، ۱۳۸۸). عدم برنامه ریزی مناسب در این زمینه علاوه بر اینکه جامعه را از این امتیازات محروم می سازد، با توجه به خیل عظیم فارغ التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی مشکلات عدیده ای را به وجود خواهد آورد. این مسئله به معنی از دست رفتن پتانسیل این افراد، هزینه های آموزشی و سرمایه گذاری انجام شده برای تربیت نیروی انسانی ماهر در کشور و بلا استفاده ماندن

-
1. Kellet and Russel
 2. Minten
 3. Hutchinson
 4. Tsameny

آن ها در فعالیت های اقتصادی و وارد ساختن خسارت به اقتصاد ملی، از یک سو و فراهم نبودن زمینه برای محول کردن نقش های اجتماعی به افراد فرهیخته جهت نیل به اهداف توسعه کشور، از دیگر سو و در عین حال امکان بروز اعتراض و عکس العمل در جامعه به سبب آگاهی بیشتر می باشد.

محور اصلی هدایت و مدیریت ورزش در استان خراسان جنوبی، اداره کل ورزش و جوانان این استان می باشد که از وظایف و ماموریت های اصلی آن توسعه فرهنگ ورزش پذیری برای ارتقای سطح سلامتی، تندرستی و شادابی مردم، قهرمان پروری و کاهش آسیب های اجتماعی می باشد. علاوه بر این، در برنامه ششم توسعه و در قانون پیشنهادی و جدید تشکیل وزارت ورزش و جوانان و همچنین در اغلب اسناد بالادستی بر لزوم توسعه اشتغال و کارآفرینی در عرصه ورزش تأکید شده است. بدین ترتیب، در حوزه ورزش خراسان جنوبی نیز پتانسیل ها، فرصت ها و چالش های قابل توجهی وجود دارد که تاکنون به صورت علمی به آن پرداخته نشده است. لذا پژوهش حاضر در پی پاسخ به پرسش زیر است:

چه عواملی بر توسعه اشتغالزایی در بخش ورزش استان خراسان جنوبی تاثیر گذار است و چه موانع و راهکارهایی در این زمینه وجود دارد؟

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و اهداف تحقیق و به لحاظ ویژگی در نحوه جمع آوری اطلاعات پیرامون موضوع مورد نظر، آمیخته (کیفی-کمی) و از لحاظ هدف از نوع پژوهش های کاربردی است. این پژوهش در مرحله اول به صورت کیفی و اکتشافی و در مرحله دوم به طریق توصیفی-پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه آشنا با حوزه اشتغالزایی در ورزش، مدیران و معاونان ادارات دولتی استان از جمله اداره کل ورزش و جوانان استان و شهرستان ها، مسئولان ستاد اشتغال فراگیر استان، مدیران و معاونان بخش تربیت بدنی آموزش و پرورش و همچنین روسا و نائب رؤسای هیئت های ورزشی، مدیران باشگاه های ورزشی خصوصی فعال در زمینه ورزش و کارآفرینان ورزشی بود.

در پژوهش حاضر در مرحله کیفی، ابتدا از روش نمونه گیری هدفمند و در ادامه کار از روش نمونه گیری نظری استفاده شد. فرایند نمونه گیری تا زمانی که مقوله ها به اشباع نظری رسیدند، ادامه یافت. در مجموع ۱۴ مصاحبه فردی انجام گرفت. در مرحله کمی نیز با توجه به اینکه هدف این مرحله کمی سازی و بررسی تناسب مولفه ها و گویه های شناسایی شده در بخش کیفی بود، نظرات افراد متخصص بررسی شد. لذا افرادی جهت پاسخگویی به پرسشنامه مدنظر قرار گرفتند که در بحث اشتغال و کارآفرینی به صورت نظری و عملی در ورزش استان خراسان جنوبی متخصص، صاحب نظر و مطلع بودند یا به صورت اجرایی به این موضوع پرداخته بودند. تعداد آنها برابر با ۱۴۰ نفر برآورد شد و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. جهت انتخاب نمونه از روش نمونه گیری در دسترس و هدفمند بهره گرفته شد و در نهایت، تعداد ۹۸ پرسشنامه تکمیل و در فرایند پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. به منظور دستیابی به اهداف تحقیق و گردآوری اطلاعات در مرحله کیفی، از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. در مرحله کمی تحقیق نیز از پرسشنامه محقق ساخته که بر اساس اطلاعات به دست

آمده از مصاحبه‌ها طراحی و تدوین شده بود، استفاده شد. این پرسشنامه علاوه بر سوالات جمعیت شناختی مشتمل بر سه بخش کلی موانع، پتانسیل‌ها و راهکارهای اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی مشتمل بر ۱۲ مولفه و ۹۶ گویه بود (جدول ۱).

به‌منظور بررسی اعتبار در مرحله کیفی تحقیق از روش ارزیابی چند جانبه^۱ استفاده شد. بدین منظور در فرآیند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و انتخاب نمونه تحقیق جهت مصاحبه و طراحی سوالات مصاحبه از منابع گوناگونی بهره گرفته شد. همچنین نتایج کدگذاری این تحقیق در اختیار چند تن از اساتید دانشگاهی خارج از فرایند پژوهش قرار گرفت تا مطالعه و بازبینی شود. علاوه بر این جهت تعیین پایایی کدگذاری‌های مصاحبه‌ها، از ضریب درون موضوعی کاپا^۲ استفاده شد. از طریق این ضریب، می‌توان میزان توافق دو اندازه‌گیری (توسط دو نفر یا دو ابزار یا در دو مقطع زمانی) را ارزیابی کرد. برای محاسبه پایایی کدگذاری‌ها در این روش، بعد از گذشت مدتی، اقدام به کدگذاری مجدد تعدادی از مصاحبه‌ها شد. ضریب کاپا بین صفر تا یک متغیر است و به صورت درصد بیان می‌شود. حداقل مقدار قابل قبول ضریب کاپا، بیش از $0/6$ است و مقدار بالاتر از $0/8$ ایده‌آل محسوب می‌شود (گویت^۳، ۲۰۱۴) که در این پژوهش مقدار ضریب کاپا $0/81$ به دست آمد.

به‌منظور بررسی روایی در مرحله کمی تحقیق، پس از طراحی پرسشنامه برای چندین نفر از متخصصان دانشگاهی ارسال شد و نظرات آن‌ها اخذ و اعمال شد. به‌منظور بررسی پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: نتایج آزمون آلفای کرونباخ پرسشنامه تحقیق

متغیر	مولفه	تعداد گویه	میزان آلفا
موانع	موانع اقتصادی	۱۴	$0/80$
	موانع اطلاعاتی	۱۰	$0/82$
	موانع مدیریتی	۱۴	$0/85$
	موانع قانونی	۵	$0/73$
	موانع ساختاری	۴	$0/80$
	موانع فرهنگی	۶	$0/79$
	موانع رفتاری	۷	$0/77$
پتانسیل‌ها	گردشگری ورزشی	۴	$0/74$
	تولیدات ورزشی	۳	$0/86$
	خدمات ورزشی	۸	$0/92$
	رقابت‌های ورزشی	۳	$0/81$
	آموزش ورزش	۳	$0/94$
راهکارها	راهکارها	۱۵	$0/91$

1. Triangulation
2. Interclass correlation Kappa
3. Gwet

در این پژوهش کلیه مصاحبه‌ها بلافاصله پس از انجام مصاحبه، تدوین و تایپ شدند و به شیوه مقایسه مداوم تحلیل و کدگذاری اولیه انجام گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش کدگذاری با نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA) استفاده شد. در این مرحله ابتدا کلیه نظرات مصاحبه شوندگان با استفاده از تحلیل خط به خط کدگذاری شد و بر اساس این کدها مفاهیم شکل گرفت. در گام بعدی، مفاهیم در قالب طبقه‌های مشابه قرار گرفتند. این کار به کمک استقرای منطقی و به منظور مفهوم سازی صورت پذیرفت. در مرحله کمی تحقیق نیز داده‌های به دست آمده از پرسشنامه با استفاده از آزمون‌های آماری t مستقل و رتبه‌ای فریدمن تحلیل شد. از آمار توصیفی نظیر میانگین، حداقل، حداکثر، فراوانی، درصد و انحراف استاندارد نیز با کمک نرم افزار SPSS18 استفاده شد.

یافته های پژوهش

۳۴۸

در بخش کیفی تحقیق، در مجموع با ۱۴ نفر مصاحبه انجام گرفت که از این تعداد ۱۰ نفر مرد و ۴ نفر زن بودند. ۸ نفر دارای مدرک دکتری و ۶ نفر فوق لیسانس بودند که از نهادهای مختلف استان شامل ورزش و جوانان (۴ نفر)، دانشگاه‌ها (۴ نفر)، آموزش و پرورش (۱ نفر)، استانداری (۲ نفر)، بخش خصوصی (۲ نفر) و تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱ نفر) انتخاب شدند. در بخش کمی تحقیق نیز ۹۸ نفر مشارکت داشتند که از نظر جنسیت، ۵۶/۱ درصد افراد نمونه مرد و ۴۳/۹ درصد زن بودند. میانگین سنی آن‌ها $35/54 \pm 6/91$ سال بود که در محدوده سنی بین ۲۴ تا ۵۳ سال قرار داشتند. میانگین سابقه حضور در ورزش $13/77 \pm 5/96$ سال بود که در محدوده بین ۴ تا ۲۵ سال قرار داشت. از نظر مدرک تحصیلی، بیشترین فراوانی در طبقه لیسانس با ۴۸ درصد بود. از نظر شغل، بیشترین فراوانی در طبقه کارمند دولتی با ۴۱/۸ درصد بود. جهت دستیابی به آمار کمی از وضعیت موجود، اطلاعات از نهادهای مختلف استان شامل اداره کل ورزش و جوانان، استانداری، آموزش و پرورش، مراکز آموزش عالی و اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی استان اخذ شد و نشان داد در مجموع حدود ۹۶۱ نفر در بخش ورزش استان شاغل می‌باشند. با توجه به نتایج سرشماری ۱۳۹۵ کشور که تعداد شاغلان ۱۵ ساله و بالاتر استان خراسان جنوبی ۲۱۵۷۸۱ نفر برآورد شده است، می‌توان گفت ۰/۴۴ درصد از شاغلان استان در بخش ورزش مشغول هستند.

پس از کدگذاری متن کلیه مصاحبه‌ها، در مجموع تعداد ۵۳۶ کد اولیه ایجاد شد. تعدادی از این کدها مشابه و در مصاحبه‌های مختلف تکرار شده بودند که حذف گردیدند. در مرحله کدگذاری، تعداد ۱۲۹ کد مستقل اولیه (مفاهیم) ایجاد و کدهای اولیه (مفاهیم) بر پایه قرابت مفهومی و معنایی به ۲۰ مقوله اصلی در قالب پنج دسته عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، موانع، پتانسیل‌ها و راهکارها تقسیم شدند. در این بخش بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، سه مقوله اصلی به عنوان عوامل علی موثر بر توسعه اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شدند که در جدول ۲ اطلاعات مربوط به آن آمده است:

در این بخش بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، چهار مقوله اصلی به عنوان عوامل زمینه‌ای موثر بر اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد که در جدول ۳ آمده است:

جدول ۳: کدهای مربوط به عوامل زمینه‌ای موثر بر اشتغال‌زایی در ورزش استان

مقوله	ردیف	کدها	شماره مصاحبه
شرایط جغرافیایی استان	۱	همجواری با کشور افغانستان	۱۴-۱۳-۱۰-۹-۶-۴-۳-۲
	۲	وجود مناطق کوهستانی و کویری	۱۳-۱۱-۸-۶-۵-۴-۳-۲-۱
	۳	آب و هوای گرم و خشک	۸-۶-۴-۳
شرایط فرهنگی استان	۴	سختکوشی مردم استان	۹-۷-۵-۳
	۵	شرایط خاص فرهنگی ورزش بانوان	۱۲-۱۱-۶-۵-۴
	۶	جو کارآفرینی در استان	۱۰-۸-۷-۵
شرایط اقتصادی مردم استان	۷	میزان تورم	۱۲-۶-۵-۴-۳
	۸	قدرت خرید افراد	۱۴-۱۱-۱۰-۹-۸-۷-۵-۴-۳-۲-۱
	۹	جایگاه ورزش در سبد هزینه خانوار	۱۴-۱۱-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۳
توانایی کارآفرینان ورزشی	۱۰	تخصص و توانایی افراد کارآفرین	۱۰-۷-۵-۴-۳
	۱۱	انگیزه کارآفرینان	۱۰-۸-۶-۴
	۱۲	تعهد به حرفه	۱۱-۹-۵
	۱۳	داشتن تعصب نسبت به توسعه استان	۸-۶-۳

۳۴۹

در این بخش بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، هفت مقوله اصلی به عنوان موانع اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد که در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴: کدهای مربوط به موانع اشتغال‌زایی در ورزش استان

مقوله	ردیف	کد	شماره مصاحبه
موانع اقتصادی	۱	نوسان زیاد قیمت و نرخ بالای تورم	۱۲-۵-۴
	۲	شاخص های ضعیف اقتصادی استان	۶-۵-۳-۲
	۳	نبود ورزش در سبد هزینه خانوار	۶-۵-۴-۳-۲-۱ ۱۳-۱۲-۱۱-۹
	۴	پایین بودن سرانه درآمد مردم برای استفاده از برنامه‌های ورزشی	۱۰-۸-۶-۵-۴-۳
	۵	کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی برای سرمایه گذاری در ورزش	۱۳-۱۱-۱۰-۵
	۶	بالا بودن هزینه ساخت و خرید اماکن و تجهیزات ورزشی	۹-۵-۴-۲
	۷	عدم امنیت سرمایه گذاری بخش خصوصی	۱۲-۶-۵
	۸	زیاد بودن نرخ بیمه	۷-۶-۳-۲
	۹	حمایت مالی ضعیف از کارآفرینان در بخش ورزش	۱۴-۱۲-۷-۴-۳-۲-۱
	۱۰	ناکافی بودن تسهیلات اعتباری	۱۰-۹-۸-۷-۳
	۱۱	نرخ بالای مالیات	۹-۸-۷
	۱۲	انگیزه پایین حامیان در بخش ورزش استان	۱۱-۶-۵-۲
	۱۳	بازدهی پایین اقتصادی سرمایه گذاری در بخش ورزش	۱۰-۹-۸-۷

● موانع و راهکارهای توسعه اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی

۹-۷-۶	انحصار بازار که عمدتاً در اختیار بخش دولتی است	۱۴	
۱۱-۵-۴-۲-۱	کمبود آموزش‌های کاربردی به‌منظور توانمندی بیشتر افراد	۱۵	موانع اطلاعاتی
۱۴-۱۲-۵-۴-۳-۲	ارتباط ضعیف بین مراکز آموزش عالی و بخش کسب‌وکار در صنعت ورزش	۱۶	
۱۰-۷-۶-۳	برنامه‌های آموزشی ناکافی کارآفرینی در مراکز علمی و خدمات مشاوره کسب‌وکار در زمینه ورزش	۱۷	
۱۱-۴-۲	شناخت ناکافی از چگونگی ورود به بازار و توسعه حضور خود	۱۸	
۱۳-۱۲-۸-۷-۵-۴	نبود اطلاعات شفاف از وضعیت صنعت ورزش استان	۱۹	
۹-۷-۶-۳-۲	نبود اطلاعات شفاف مالی و اقتصادی در بخش‌های ورزشی	۲۰	
۱۴-۵-۴-۱	شناخت ناکافی از حوزه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری در ورزش استان	۲۱	
۱۲-۱۱-۹-۴-۲	اطلاع‌رسانی و تبلیغات ناکافی در زمینه سرمایه‌گذاری در ورزش استان	۲۲	
۱۳-۷-۳	کم توجهی رسانه‌های استان به سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش و کارآفرینی در ورزش	۲۳	
۱۴-۱۱-۵-۴-۳	عدم ارائه یا اثربخش نبودن واحد درسی کارآفرینی در ورزش در دانشگاه‌ها	۲۴	
۱۴-۱۳-۵-۴-۲-۱	فقدان راهبرد کسب‌وکار در سازمان‌های دولتی مرتبط	۲۵	موانع مدیریتی
۱۰-۸-۶-۵-۴-۳	نبود نظام انگیزشی مناسب برای سرمایه‌گذاری در ورزش استان	۲۶	
۱۰-۹-۴	عدم برخورد صادقانه مدیران و کارآفرینان با یکدیگر	۲۸	
۱۲-۸-۷-۳	نگرش مدیران دولتی به ایجاد و توسعه کسب‌وکار ورزشی	۲۹	
۱۲-۱۱-۵-۴-۳	ضعف مدیران و کارآفرینان بخش‌های خصوصی در ورزش	۳۰	
۱۳-۵-۴-۲-۱	عدم وجود سازمان‌های غیردولتی فعال در زمینه ورزش	۳۱	
۹-۸-۷-۴	شفاف نبودن مزایده‌ها، واگذاری‌ها، پیمانکاری‌ها در بخش ورزش	۳۲	
۹-۸-۷	پاسخگویی نامناسب و غیر شفاف به کارآفرینان ورزشی	۳۳	
۱۱-۹-۵-۲	حمایت ناکافی مدیران و کارکنان بخش دولتی نسبت به کارآفرینی ورزشی	۳۴	
۸-۶-۵-۳-۲	ناکارآمدی نظام تشویقی برای کارآفرینی	۳۵	
۱۳-۱۰-۹-۸-۴	تعدد مراجع تصمیم‌گیری و نظارتی در امر کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار	۳۶	
۵-۲	ناهماهنگی بین ادارات و سازمان‌های مرتبط با ایجاد کسب وکار	۳۷	
۱۲-۵-۴-۳-۲	نبود برنامه جامع و روشن برای جذب و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش استان	۳۸	
۱۱-۶-۵-۱	عدم ثبات قوانین و مقررات اقتصادی، سیاسی و ... کشور	۳۹	

۴۰	ناکافی و غیر شفاف بودن قوانین حمایت از مالکیت خصوصی جهت تسهیل در سرمایه‌گذاری‌های جدید	۸-۷-۴
۴۱	نبود قوانین کافی در ورزش کشور برای مدیریت بخش خصوصی	۴-۲-۱
۴۲	وجود مشکلات قانونی برای ایجاد مراکز تندرستی و سلامتی	۱۱-۸-۷-۵-۳ ۱۳-۱۲
۴۳	مقررات دست و پاگیر تشریفات اداری	۸-۷-۶-۵-۴-۳ ۱۱-۹
۴۴	ناکافی بودن زیرساخت‌های ورزشی استان	۱۰-۴-۳-۲
۴۵	ناکافی بودن زیرساخت‌های کسب‌وکار (ارتباطات، حمل و نقل، خدمات بانکی، بیمه)	۱۰-۷-۶-۵-۳-۲ ۱۲
۴۶	کمبود فضاها و امکانات ورزشی	۸-۷-۶-۵-۴-۳ ۱۳-۹
۴۷	جایابی نامناسب فضاهای ورزشی استان	۹-۵-۲
۴۸	مشارکت پایین مردم در ورزش و انجام فعالیت‌های بدنی	۹-۶-۵-۴-۲-۱ ۱۱-۱۰
۴۹	فقدان دید حرفه‌ای به کسب‌وکارها و فعالیت‌های ورزشی	۱۴-۱۲-۱۱-۴-۳
۵۰	مشکلات فرهنگی برای حضور بانوان در محیط‌های ورزشی	۱۱-۹-۵-۴-۲-۱
۵۱	وجود تنگ نظری و حسادت اجتماعی نسبت به صاحبان سرمایه و شرکت‌های خصوصی	۷-۴-۳
۵۲	تمایل به کسب سودهای کوتاه مدت در افراد جامعه	۱۲-۵-۳
۵۳	تمایل ضعیف افراد به انجام کار جدید (دارای ریسک)	۱۲-۱۱-۳
۵۴	تمایل افراد به دریافت حقوق ثابت و مستمر بجای ورود به فعالیت‌های تجاری	۱۱-۶-۴
۵۵	بی‌اعتقادی به توان و مهارت شخصی در اجرای امور پر خطر	۱۱-۵-۴
۵۶	نپذیرفتن خطر حاصل از سرمایه‌گذاری مالی	۱۲-۵
۵۷	پایین نبودن به کیفیت (محصولات و خدمات) و مشتری محوری	۱۳-۱۲-۲
۵۸	عدم توانایی در خلق ایده‌ها، محصولات و خدمات و کسب درآمد از طریق آن	۱۴-۱۳-۵
۵۹	نداشتن سوابق و تجربیات کاری مرتبط	۱۲-۱۱-۳
۶۰	کمبود اعتماد به نفس و خودباوری در افراد نسبت به توانایی و تجربه خویش در سرمایه‌گذاری	۱۱-۵-۴

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، ۷ مقوله اصلی به عنوان موانع اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شدند که در ادامه این کدها در قالب پرسشنامه با ۶۰ گویه در اختیار مشارکت کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفتند. به عنوان نمونه در جدول ۵، نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های کمی مرتبط با موانع اقتصادی ارائه شده است:

جدول ۵: اطلاعات توصیفی موانع اقتصادی

زمینه	ردیف	گویه	میانگین و انحراف معیار	ضرب تغییرات
موانع اقتصادی	۱	نبود ورزش در سبد هزینه خانوار	$4/38 \pm 0/60$	۱۳/۷۴
	۲	شاخص های ضعیف اقتصادی استان	$4/13 \pm 0/63$	۱۵/۴۰
	۳	بالا بودن هزینه ساخت و خرید اماکن و تجهیزات ورزشی	$4/19 \pm 0/68$	۱۶/۳۰
	۴	پایین بودن سرانه درآمد مردم برای استفاده از برنامه های ورزشی	$4/34 \pm 0/73$	۱۶/۸۸
	۵	بازدهی پایین اقتصادی سرمایه گذاری در بخش ورزش	$4/18 \pm 0/73$	۱۷/۶۲
	۶	کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی برای سرمایه گذاری در ورزش	$4/32 \pm 0/78$	۱۸/۱۰
	۷	ناکافی بودن تسهیلات اعتباری	$4/03 \pm 0/75$	۱۸/۶۷
	۸	انگیزه پایین حمایت مالی در بخش ورزش استان	$4/02 \pm 0/78$	۱۹/۵۶
	۹	حمایت مالی ضعیف از کارآفرینان در بخش ورزش	$4/06 \pm 0/80$	۱۹/۹۴
	۱۰	انحصار بازار که عمدتاً در اختیار بخش دولتی است	$3/97 \pm 0/79$	۲۰/۰۸
	۱۱	زیاد بودن نرخ بیمه	$3/82 \pm 0/86$	۲۲/۵۲
	۱۲	عدم امنیت سرمایه گذاری بخش خصوصی	$4/01 \pm 0/91$	۲۲/۷۹
	۱۳	نوسان زیاد قیمت و نرخ بالای تورم	$3/96 \pm 0/92$	۲۳/۲۹
	۱۴	نرخ بالای مالیات	$3/82 \pm 0/95$	۲۴/۹۰

به منظور بررسی وضعیت موانع اشتغالزایی از آزمون t تک گروهی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۶ آمده است:

جدول ۶: نتایج آزمون t تک گروهی موانع اشتغالزایی

متغیر	میانگین فرضی	میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
موانع اقتصادی	۳	۴/۱۱	۲۳/۰۴	۹۷	۰/۰۰۱
موانع اطلاعاتی	۳	۴/۰۶	۲۰/۰۷	۹۷	۰/۰۰۱
موانع مدیریتی	۳	۴/۰۳	۱۹/۳۵	۹۷	۰/۰۰۱
موانع قانونی	۳	۳/۹۸	۱۴/۱۵	۹۷	۰/۰۰۱
موانع ساختاری	۳	۴/۰۵	۱۷/۳۲	۹۷	۰/۰۰۱
موانع فرهنگی	۳	۴/۱۲	۱۶/۸۲	۹۷	۰/۰۰۱
موانع رفتاری	۳	۳/۹۷	۱۷/۷۱	۹۷	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول ۶ و سطح معنی داری همه متغیرها، مشخص می‌شود که همه آنها به عنوان موانع تاثیر نسبتاً زیادی داشته‌اند. در ادامه به منظور اولویت‌بندی موانع اشتغال‌زایی، از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۷ آمده است:

جدول ۷: نتایج رتبه‌بندی موانع اشتغال‌زایی

متغیر	میانگین رتبه	خی دو	سطح معناداری
موانع اقتصادی	۴/۲۴	۴۱/۹۷	۰/۰۲۰
موانع اطلاعاتی	۴/۲۱		
موانع مدیریتی	۳/۹۵		
موانع قانونی	۳/۷۷		
موانع ساختاری	۳/۸۴		
موانع فرهنگی	۴/۴۹		
موانع رفتاری	۳/۴۹		

۳۵۳

با توجه به نتایج جدول ۷ مشخص می‌شود که اختلاف معناداری بین میانگین رتبه‌های موانع اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد بالاترین میانگین رتبه مربوط به موانع فرهنگی می‌باشد. بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، پنج مقوله اصلی به عنوان پتانسیل‌ها و فرصت‌های شغلی موجود در استان خراسان جنوبی شناسایی شدند که در قالب پرسشنامه با ۲۱ گویه در اختیار مشارکت‌کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفتند. به منظور بررسی وضعیت موانع اشتغال‌زایی از آزمون تک گروهی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۸ ارائه شده است:

جدول ۸: نتایج آزمون تک گروهی پتانسیل‌های اشتغال‌زایی

متغیر	میانگین فرضی	میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
گردشگری ورزشی	۵	۷/۳۷	۱۵/۴۸	۹۷	۰/۰۰۱
تولیدات ورزشی	۵	۷/۱۰	۱۰/۱۷	۹۷	۰/۰۰۱
خدمات ورزشی	۵	۵/۷۰	۳/۷۷	۹۷	۰/۰۰۱
رقابت‌های ورزشی	۵	۶/۲۹	۶/۷۵	۹۷	۰/۰۰۱
آموزش ورزش	۵	۵/۹۴	۴/۷۳	۹۷	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول ۸ و سطح معنی داری همه متغیرها مشخص می‌شود که همه آنها به عنوان پتانسیل‌های اشتغال‌زایی تاثیر نسبتاً زیادی داشته‌اند. در ادامه به منظور اولویت‌بندی این پتانسیل‌ها از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۹ آمده است:

جدول ۹: نتایج رتبه‌بندی پتانسیل‌های اشتغالزایی

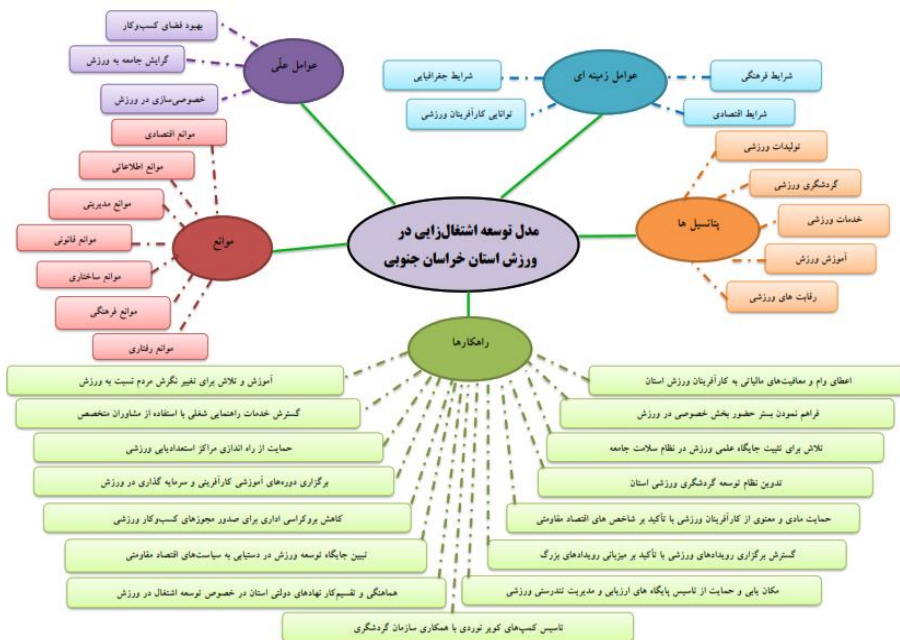
متغیر	میانگین رتبه	خی دو	سطح معناداری
گردشگری ورزشی	۳/۶۶	۳۸/۵۳	۰/۰۰۱
تولیدات ورزشی	۳/۲۰		
خدمات ورزشی	۲/۳۵		
رقابت های ورزشی	۳/۰۵		
آموزش ورزش	۲/۷۴		

با توجه به نتایج جدول ۹ مشخص می‌شود که اختلاف معناداری بین میانگین رتبه‌های پتانسیل‌های اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد بالاترین میانگین رتبه مربوط به بخش گردشگری ورزشی می‌باشد. بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، ۱۵ راهکار اصلی شناسایی شد که در قالب پرسشنامه در اختیار مشارکت کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفت. نتایج آزمون t تک گروهی نشان داد که با توجه به سطح معنی داری ($P \leq 0.01$ ، $t = 23/04$)، راهکارهای اشتغال زایی تاثیر نسبتاً زیادی داشته اند. در ادامه در جدول ۱۰ اولویت‌بندی راهکارهای اشتغال زایی آمده است:

جدول ۱۰: نتایج رتبه‌بندی راهکارهای اشتغالزایی

عنوان	میانگین رتبه	خی دو	سطح معناداری
تبیین جایگاه توسعه ورزش در دستیابی به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی	۶/۸۳	۱۲۴/۶۸	۰/۰۰۱
آموزش و تلاش برای تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش	۸/۲۳		
تدوین نظام توسعه گردشگری ورزشی استان	۸/۸۶		
برگزاری دوره‌های آموزشی کارافرینی و سرمایه گذاری در ورزش	۷/۱۷		
گسترش خدمات راهنمایی شغلی با استفاده از مشاوران متخصص	۷/۴۱		
حمایت مادی و معنوی از کارآفرینان ورزشی با تاکید بر شاخص های اقتصاد مقاومتی	۸/۸۱		
کاهش بروکراسی اداری برای صدور مجوزهای کسب و کار ورزشی	۶/۹۶		
فراهم نمودن بستر حضور بخش خصوصی در ورزش و سپردن امور مرتبط با ورزش در یک فضای رقابتی	۹/۴۰		
هماهنگی و تقسیم‌کار نهادهای دولتی استان در خصوص توسعه اشتغال در ورزش	۵/۳۱		
گسترش برگزاری رویدادهای ورزشی با تاکید بر میزبانی رویدادهای بزرگ	۸/۵۶		
تلاش برای تثبیت جایگاه علمی ورزش در نظام سلامت جامعه	۹/۱۶		
حمایت از راه اندازی مراکز استعدادیابی ورزشی	۷/۲۷		
مکان یابی و حمایت از تأسیس پایگاه های ارزیابی و مدیریت تندرستی ورزشی	۸/۲۰		
تأسیس کمپ‌های کویر نوردی با همکاری سازمان گردشگری	۷/۵۷		
اعطای وام و معافیت‌های مالیاتی به کارآفرینان ورزش استان	۱۰/۲۸		

با توجه به داده های جدول ۱۰ مشخص می شود که اختلاف معناداری بین میانگین رتبه های راهکارهای اشتغال زایی در ورزش استان خراسان جنوبی وجود دارد. همان طور که مشاهده می گردد بالاترین میانگین رتبه مربوط به راهکار اعطای وام و معافیت های مالیاتی به کارآفرینان ورزشی استان می باشد. در ادامه مدل نهایی توسعه اشتغال زایی در ورزش استان خراسان جنوبی برگرفته از مطالعه کیفی در تحقیق حاضر ارائه گردیده است (شکل ۱).



شکل ۱: مدل توسعه اشتغال زایی در ورزش استان خراسان جنوبی

بحث و نتیجه گیری

اطلاعات به دست آمده از سازمان های مختلف استان خراسان جنوبی نشان داد در مجموع حدود ۹۶۱ نفر در بخش ورزش استان شاغل می باشند. با توجه به نتایج سرشماری ۱۳۹۵ کشور که تعداد شاغلان ۱۵ ساله و بالاتر استان خراسان جنوبی ۲۱۵۷۸۱ نفر برآورد شده است، می توان گفت ۰/۴۴ درصد از شاغلان استان در بخش ورزش مشغول هستند. در ایران متأسفانه هیچ گونه اطلاعات جامعی در مورد تعداد شاغلان بخش ورزش موجود نمی باشد، درحالی که در هنگ کنگ ۲/۵، اتریش ۳/۲، بلژیک ۱/۳، بلغارستان ۱/۶، فرانسه ۱/۳ و به طور میانگین در کشورهای اتحادیه اروپا ۱/۴۹ درصد از شاغلان مربوط به شاغلان بخش ورزش می باشند (خیری و همکاران، ۱۳۹۳ و کمیسیون اروپا، ۲۰۱۲). مقایسه این آمار با دیگر کشورها حاکی از وضعیت نامطلوب اشتغال در ورزش استان می باشد که لزوم برنامه ریزی و سیاست گذاری درست را در این بخش نمایان می سازد.

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، سه مقوله اصلی به عنوان عوامل علی موثر بر توسعه اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد. اولین مقوله به نام «گرایش جامعه به ورزش» انتخاب شد که به مواردی از قبیل جایگاه ورزش در سبک زندگی مردم، نگاه علمی به ورزش، مقبولیت ورزش به عنوان یک نیاز، مقبولیت ورزش در بین نخبگان استان، جایگاه ورزش در نظام سلامت جامعه و جایگاه ورزش در نظام آموزشی و تربیتی جامعه اشاره دارد. بی تردید، یکی از عوامل اصلی موثر بر اشتغالزایی در ورزش، جایگاه ورزش در سبک زندگی مردم می‌باشد؛ هر مقدار که سهم ورزش در سبک زندگی افراد بیشتر شود، مشاغل ورزشی از رونق بیشتری برخوردار خواهند بود و در این صورت باید به توسعه اشتغال در این بخش امیدوار بود. دومین مقوله به نام «خصوصی‌سازی در ورزش» انتخاب شد که به مواردی از قبیل حمایت از بخش خصوصی، واگذاری اماکن و فضاهای ورزشی به بخش خصوصی، واگذاری ارائه خدمات ورزشی به بخش خصوصی، عدم دخالت مراکز دولتی در بازار ورزشی، شفاف سازی در مناقصه و مزایده‌ها و تسهیل مقررات و واگذاری اشاره دارد. از آنجا که بنا بر نظر کارشناسان، حداقل هزینه ایجاد هر شغل در حال حاضر حدود ۱۵۰ میلیون تومان است اگر دولت بخواهد در بخش ورزش استان ۱۰ درصد شغل بیشتر ایجاد کند به حداقل ۱۴/۴ میلیارد تومان سرمایه گذاری نیاز خواهد داشت. از طرف دیگر، محدودیت‌های سازمان‌های دولتی برای ایجاد شغل جدید در بخش ورزش مشخص است. پس دولت باید به منظور تحقق هدف اشتغال و تولید در صنعت ورزش استان، نگاه ویژه‌ای به بخش خصوصی به عنوان هسته اصلی کارآفرینی و اشتغال در این صنعت که بسترها و شرایط اولیه کارآفرینی و تولید را ایجاد کرده اند داشته باشد و به رفع موانع فعالیت آنان و تحرک بخشی به تولید از طریق آنان اهتمام بورزد. در این صورت، سرمایه بیشتری از سوی بخش خصوصی به ورزش کشور تزریق خواهد شد و امکان اشتغالزایی هر چه بیشتر در صنعت ورزش فراهم خواهد آمد. سومین مقوله به نام «بهبود فضای کسب‌وکار» انتخاب شد که به مواردی از قبیل کنترل تورم، ارائه تسهیلات ویژه اشتغالزایی، ارتقای زیرساخت‌های حمل و نقل، حمایت دولت از کارآفرینان، ایجاد شرایط مناسب صادرات، تسهیل فرایند صدور مجوز ایجاد کسب‌وکار ورزشی و تسهیل در قوانین استخدامی و مالیاتی اشاره دارد. یکی از مهم‌ترین محورهای اقتصاد مقاومتی، مردمی کردن اقتصاد است و اگر فضای کسب‌وکار در صنعت ورزش اصلاح شود، شاهد مشارکت بیشتر و افزایش حضور مردم در این بخش و به تبع آن رونق اقتصاد استان خواهیم بود. این یافته‌ها با نتایج مطالعه‌مندعلیزاده و همکاران (۱۳۹۴) مبنی بر لزوم فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم برای راه اندازی کسب‌وکارها برای رسیدن به توسعه کارآفرینی ورزشی و در نهایت ایجاد اشتغال در جامعه همسو می‌باشد.

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، چهار مقوله اصلی به عنوان عوامل زمینه‌ای موثر بر اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد که عبارت‌اند از: الف) شرایط جغرافیایی استان با مفاهیم همجواری با کشور افغانستان، وجود مناطق کوهستانی و کویری و آب و هوای گرم و خشک؛ ب) شرایط فرهنگی استان با مفاهیم سختکوشی مردم استان، شرایط خاص فرهنگی ورزش بانوان و جو کارآفرینی در استان؛ ج) شرایط اقتصادی مردم استان با مفاهیم میزان تورم در استان، قدرت خرید افراد و جایگاه ورزش در سبک هزینه‌های خانوار؛ د) توانایی کارآفرینان ورزشی در استان با مفاهیم تخصص و توانایی افراد کارآفرین، انگیزه کارآفرینان، تعهد به حرفه و تعصب به توسعه استان. این یافته حاکی از این است که به‌منظور برنامه‌ریزی و سیاست گذاری در امر اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی باید به عوامل محیطی، فرهنگی،

اقتصادی و توانمندی‌های کارآفرینان ورزشی استان به عنوان عوامل زمینه‌ای و بستری توجه شود. این یافته با نتایج مطالعه مندعلیزاده و همکاران (۱۳۹۳) که عوامل فرهنگی، محیط ورزشی، محیط ملی و سرمایه فیزیکی شامل زیرساخت‌های فنی و زیرساخت‌های قانونی را به عنوان زمینه‌های درگیر در فرایند استمرار و پذیرش رفتار کارآفرینانه در ورزش معرفی کردند، همخوانی دارد.

براساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، هفت مقوله اصلی به عنوان موانع اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شدند: موانع اقتصادی، اطلاعاتی، مدیریتی، قانونی، ساختاری، فرهنگی و رفتاری. در ادامه این موانع با گویه‌های مشخص در قالب پرسشنامه در اختیار مشارکت کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفت که نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های این بخش نشان داد در حال حاضر تمامی موانع شناسایی شده در ورزش استان در حد بالایی وجود دارد و بالاترین میانگین رتبه مربوط به موانع فرهنگی و اقتصادی می‌باشد. به منظور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری هر چه بهتر در جهت اشتغال‌زایی در ورزش استان، شناسایی موانع موجود در این زمینه از اهمیت خاصی برخوردار است. نتایج این تحقیق نشان داد مولفه‌های مشارکت پایین مردم در ورزش و انجام فعالیت‌های بدنی، تمایل ضعیف افراد به انجام کار جدید (دارای ریسک)، تمایل به کسب سودهای کوتاه مدت در افراد جامعه و فقدان دید حرفه‌ای به کسب‌وکارها و فعالیت‌های ورزشی از موانع فرهنگی و نبود ورزش در سبد هزینه خانوار، پایین بودن سرانه درآمد مردم برای استفاده از برنامه‌های ورزشی، کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی برای سرمایه‌گذاری در ورزش و بازدهی پایین اقتصادی سرمایه‌گذاری در بخش ورزش از موانع اقتصادی بالاترین میانگین را به خود اختصاص دادند که باید در جهت دستیابی به اهداف اشتغال‌زایی در ورزش استان توجه ویژه‌ای به این موارد شود و در جهت رفع آنها اقدام شود. این یافته‌ها با نتایج مطالعات غیاثوند و فرج اله (۱۳۹۰) که نشان دادند به ترتیب اهمیت مانع اطلاع‌رسانی، فنی، مالی، ساختاری، بازاریابی و فروش، مدیریتی و قانونی در مجموع ۷۶/۵۴۷ درصد واریانس کل موانع و محدودیت‌های اشتغال‌زایی تعاونی‌های تولیدی کشاورزی را تبیین نموده‌اند و خسروی زاده و همکاران (۱۳۹۳) که نشان داد سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی به ترتیب با موانع اقتصادی، اطلاعاتی و بازار سرمایه، مدیریتی، قانونی و حقوقی، فرهنگی و اجتماعی، حمایتی و تشویقی و سیاسی مواجه است، همسویی دارد. همچنین فراهانی و همکاران (۱۳۹۴) نیز مهم‌ترین مشکلات باشگاه‌های خصوصی شهرکرد را هزینه بالای راه اندازی و ساخت اماکن خصوصی ورزشی، بالاتر بودن هزینه استفاده از بخش‌های خصوصی در ورزش نسبت به باشگاه‌های دولتی، ناکافی بودن تسهیلاتی مثل وام بانکی و غیره، هزینه‌های زیاد نگهداری و تعمیر اماکن ورزشی، عدم هماهنگی واحدهای اجرایی و تعدد مراجع تصمیم‌گیری برای ارائه مجوز معرفی نمودند.

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، پنج مقوله اصلی گردشگری ورزشی (لیدرتور ورزشی، برگزاری تورهای کویرنوردی، برگزاری تورهای طبیعت و کوهنوردی، برگزاری رویدادهای تفریحی ورزشی)، تولیدات ورزشی (تولید تجهیزات ورزشی، تولید پوشاک ورزشی و طراحی و ساخت اماکن و فضاهای ورزشی)، خدمات ورزشی (بازاریابی ورزشی، مشاوره علمی و تخصصی در زمینه ورزش، باشگاه‌داری خدمات ورزشی، خدمات ورزشی به اقشار ویژه، واردات و صادرات محصولات ورزشی، خدمات آبی‌تی در ورزش، تهیه محتوای رسانه‌ای صوتی تصویری، نوشتاری، شبکه‌های مجازی اجتماعی)، رقابت‌های ورزشی (تاسیس باشگاه‌های ورزشی،

مربیگری ورزشی و استعدادیابی) و آموزش ورزش (تاسیس مدارس تخصصی ورزشی، دوره‌های آموزشی مربیگری و داوری آموزش رشته‌های ورزشی) به عنوان پتانسیل‌های اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد. این موارد در قالب پرسشنامه در اختیار مشارکت کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفت. نتایج این بخش نشان داد اختلاف معناداری بین میانگین رتبه پتانسیل‌های اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی وجود دارد و بالاترین میانگین رتبه به ترتیب مربوط به بخش گردشگری ورزشی و تولیدات ورزشی بود. با توجه به شرایط محیطی و جغرافیایی استان- که جزو عوامل زمینه‌ای موثر بر توسعه اشتغال در ورزش استان می‌باشد- این نتایج دور از انتظار نیست و بر اساس نظر مشارکت کنندگان در این تحقیق، استان خراسان جنوبی از موهبت‌های سرزمینی زیادی از قبیل وجود طبیعت بکر، رشته‌کوه‌ها و مناطق کویری برخوردار است که می‌تواند زمینه‌مناسبی برای توسعه گردشگری ورزشی استان و اجرای برنامه‌های تفریحی ورزشی از قبیل احداث کمپ‌های گردشگری، برگزاری تورهای کویر نوردی و طبیعت‌گردی، برگزاری مسابقات تفریحی ورزشی -از قبیل مسابقات رالی، آفرود، موتورسواری، دوی صحرانوردی، شترسواری، صخره نوردی، پرواز پاراگلایدر و ...- به شمار آید. از سوی دیگر، با توجه به وجود مرز مشترک با کشور افغانستان و امکان صادرات به کشورهای همسایه یکی دیگر از بخش‌هایی که می‌تواند در زمینه توسعه اشتغال در ورزش مورد توجه قرار گیرد، تولید تجهیزات و پوشاک ورزشی می‌باشد. به ویژه در زمینه تولید البسه ورزشی بانوان می‌توان ایده‌های نو و کارآفرینی داشت، چرا که بیشتر تیم‌های ورزشی بانوان لباسی معمولی دارند که می‌توان همین لباس پوشیده را به نوعی دیگر با درجه حرارت کمتر و یا سبک‌تر طراحی کرد. نتایج پژوهش فروغی پور و همکاران (۱۳۸۶) نشان داد هفت زمینه اصلی برای کارآفرینی در ورزش وجود دارد که به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: کارآفرینی در حوزه‌های آموزش و پژوهش در ورزش، مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، خدمات ورزشی، تبلیغات ورزشی، ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای، ساخت و تولید تجهیزات ورزشی و امور فرهنگی ورزش. از دلایل تفاوت این نتایج با یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان به شرایط فرهنگی، محیطی و جغرافیایی خاص استان اشاره کرد.

بر اساس اطلاعات به دست آمده از مصاحبه‌های انجام گرفته، ۱۵ راهکار اصلی به‌منظور توسعه اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی شناسایی شد. این موارد در قالب پرسشنامه در اختیار مشارکت کنندگان بخش کمی تحقیق قرار گرفت. نتایج این بخش نشان داد که اختلاف معناداری بین میانگین رتبه‌های راهکارهای اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی وجود دارد و بالاترین میانگین رتبه مربوط به راهکار اعطای وام و معافیت‌های مالیاتی به کارآفرینان ورزشی استان بود. پس از آن، راهکارهای فراهم نمودن بستر حضور بخش خصوصی در ورزش و سپردن امور مرتبط با ورزش در یک فضای رقابتی، تلاش برای تثبیت جایگاه علمی ورزش در نظام سلامت جامعه، تدوین نظام توسعه گردشگری ورزشی استان، حمایت مادی و معنوی از کارآفرینان ورزشی با تأکید بر شاخص‌های اقتصاد مقاومتی، گسترش برگزاری رویدادهای ورزشی با تأکید بر میزبانی رویدادهای بزرگ و آموزش و تلاش برای تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش به ترتیب بیشترین امتیازات را به خود اختصاص دادند. عوامل و شرایط مختلفی بر اشتغالزایی در ورزش استان خراسان جنوبی موثر است که در این تحقیق در بخش‌های گوناگون ارائه شد. با وجود این، به نظر می‌رسد هم اکنون مهم‌ترین دغدغه کارآفرینان و متخصصان ورزشی استان، بحث حمایت‌های مالی و اقتصادی از کارآفرینان می‌باشد که با توجه به شرایط ضعیف اقتصادی استان متصور بود. از نظر مشارکت کنندگان در این تحقیق نیز مناسب‌ترین راهکار، حمایت‌های

مالی با اعطای وام و معافیت‌های مالیاتی می‌باشد. همچنین نگرش مردم به ورزش و خصوصی سازی در ورزش که در بخش عوامل علی نیز به آن‌ها پرداخته شد، از دیگر راهکارهای بود که از نظر مناسب بودن رتبه بالایی داشت. تدوین نظام توسعه گردشگری ورزشی استان نیز همین شرایط را داشت که با توجه به رتبه بالای آن در بخش پتانسیل‌های اشتغال‌زایی متصور بود. گفتنی است که با وجود اولویت‌دهی به راهکارهای شناسایی شده در این تحقیق، به‌منظور توسعه اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی نیاز است تا در مورد همه راهکارهای شناسایی شده برنامه‌ریزی شود و و نباید تصور کرد که به عنوان مثال چون حمایت‌های مالی بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است، تنها با ارائه تسهیلات و معافیت‌های مالیاتی می‌توان به توسعه اشتغال‌زایی در ورزش استان امیدوار بود. رتبه‌بندی در این بخش به‌منظور مشخص شدن مهم‌ترین اولویت‌ها و مناسب‌ترین راهکارها می‌باشد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادهای زیر برای توسعه اشتغال‌زایی در ورزش استان خراسان جنوبی ارائه می‌گردد:

- با ارائه آموزش‌های همگانی در قالب برنامه‌های تلویزیونی، همایش، سخنرانی، الگوسازی، جلسات مشاوره و ... با هماهنگی و همکاری سازمان‌های مختلف استان از قبیل صداوسیما، سازمان‌های آموزشی، حوزه‌های علمیه، بهداشت و علوم پزشکی در جهت تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش تلاش شود.
- با فراهم نمودن و ایجاد بسترهای فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی مناسب برای حضور و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش و سپردن امور مرتبط با ورزش در یک فضای رقابتی، پویا و شفاف به خصوصی‌سازی در ورزش استان پرداخته شود.
- مراکز مالی حمایت‌کننده از کارآفرینان در سراسر استان فراگیر گردد و با پشتیبانی فنی و حمایتی، بخشی از خطر سرمایه‌گذاری را قبول نمایند.
- قوانین و مقررات مالی و مالیاتی به‌گونه‌ای تدوین شود که انگیزه لازم جهت فعالیت‌های اشتغال‌زایی به وجود آید. این مهم می‌تواند با اعطای وام‌های با سود کم و بلند مدت به همراه معافیت‌های مالیاتی به کارآفرینان ورزش استان انجام پذیرد.
- به‌منظور جلب حمایت‌های بیشتر ارگان‌ها و نهادهای مختلف نیاز است تا جایگاه توسعه ورزش در دستیابی به سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی تبیین و روشن شود.
- از آنجا که ورزش ذاتاً اشتغال‌زا است، نه فقط به طور مستقیم می‌تواند فرصت‌های اشتغال و کسب‌وکار را فراهم کند، بلکه می‌تواند وسیله‌ای برای به دست آوردن اشتغال در سایر بخش‌ها باشد. علاوه براین، ورزش نقش مهمی در ارتقای توانمندی‌های نیروی انسانی از لحاظ جسمانی و روحی دارد.
- برای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی جهت توسعه اشتغال در ورزش استان، راهکارهای شناسایی شده در این تحقیق مدنظر قرار گیرد.

منابع

- برومند، محمدرضا؛ همتی نژاد، مهرعلی؛ رضانی نژاد، رحیم؛ رضوی، سید محمدحسین و ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۳۹۲). «تحلیل وضعیت اشتغال فارغ التحصیلان رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران و تعیین جایگاه آنان بر اساس ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام راهبردی (SPACEM)». مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۲، صص ۱-۱۹.
- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). «مطالعه کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه گیری کارآفرینی در ورزش (ERI)». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۱۰، صص ۷۳-۸۸.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ بهرامی، علیرضا و حقدادی، عابد. (۱۳۹۳). «موانع سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۴۲، صص ۲۰۷-۲۱۱.
- خیری، سمیه؛ جامی الاحمدی، عبدالرحمان؛ عسکریان، فریبا و عباسی، سعید. (۱۳۹۳). «بررسی سهم فارغ التحصیلان زن تربیت بدنی از اشتغال اداره کل ورزش و جوانان شهر تبریز». مقاله ارائه شده در سومین همایش ملی دانشجویی علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی.
- سلطان حسینی، محمد؛ سلیمی، منصوره؛ سلیمی، مهدی و لطفی، مجتبی. (۱۳۹۲). «اولویت بندی اثرات اجتماعی و اقتصادی اماکن ورزشی بر محیط شهری (مطالعه موردی: شهر یزد)». مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای. ۴(۱۶)، صص ۶۵-۸۸.
- شمسائی، نبی؛ عبدی، هادی و بلوچی، رامین. (۱۳۸۸). «بررسی وضعیت باشگاه های ورزشی خصوصی شهر ایلام با تأکید بر اشتغالزایی». المپیک. شماره ۴۸، صص ۶۳-۷۲.
- غیاثوندغیائی، فرشته؛ فرج اله حسینی، سیدجمال. (۱۳۹۰). «تحلیل موانع و محدودیت های توسعه اشتغال در تعاونی های تولیدی کشاورزی ایران». پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی. ۴(۲)، صص ۱-۱۴.
- فراهانی، ابوالفضل؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم و درخشنده قهفرخی، سیده طاهره. (۱۳۹۴). «بررسی مشکلات و موانع باشگاه های ورزشی خصوصی شهرستان شهرکرد». مدیریت ورزشی. ۷(۱)، صص ۵۳-۶۷.
- فروغی پور، حمید؛ مظفری، سید امیراحمد و اشرف گنجویی، فریده. (۱۳۸۶). «ارزیابی و معرفی مهم ترین اولویت های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست اندرکاران ورزش کشور». پژوهش در علوم ورزشی. ۵(۱۶)، صص ۵۵ تا ۶۸.
- مرکز آمار جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۹۶). نتایج آمارگیری نیروی کار پاییز ۱۳۹۶. سازمان برنامه و بودجه کشور. تهران: مرکز آمار ایران

- مندعلی زاده، زینب؛ احسانی، محمد؛ کوزه چیان، هاشم و هنری، حبیب. (۱۳۹۳). «شناسایی شاخص های کارآفرینی پایدار در ورزش». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۲ (۴)، صص ۲۱-۳۵.
- مندعلی زاده، زینب؛ احسانی، محمد؛ کوزه چیان، هاشم و هنری، حبیب. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۹۲، صص ۹۹-۱۱۶.
- نایی، هوشنگ و رامشگر، حسین. (۱۳۹۶). «تبیین جامعه شناختی تاثیر اشتغال بر سلامت روان افراد (مطالعه تجربی شاغلان و بیکاران در تهران)». بررسی مسائل اجتماعی ایران. ۸ (۱)، صص ۵۱-۷۸.

• نوروزی فیروز، مهرداد؛ اکبری، صادق و طیفوری، وحید. (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت بازار کار دانش‌آموختگان عالی در ایران ۱۳۹۰ (با تأکید بر استان گیلان)». ارائه شده در همایش تحلیل یافته‌های سرشماری نفوس و مسکن.

- Budevici-Puiu, L. (2018). **"The Importance of Adopting National Policy Papers on Dual Careers in the Field of Sport"**. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala, 10(1), 45-53.
- European Commission. (2012). **"Study on the Contribution of Sport to Economic Growth and Employment in the EU"**. Study commissioned by the European Commission, Directorate-General Education and Culture.
- Eurostat. (2017). **Employment in sport**. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_in_sport.
- Fabienne, Janin & Patricia. (2003). **"Improving Employment in the Field of Sport in Europe through Vocational Training"**. Academy of Management Review, 8: 692-701.
- Gwet, K.L. (2014). **"Handbook of inter-rater reliability: The definitive guide to measuring the extent of agreement among raters"**. Advanced Analytics LLC.
- Holt, M. (2007). **"The ownership and control of elite club competition in European football"**. Soccer and society, 8 (1): 50-67.
- Hutchinson, M. D. (2008). **"Early career development in the sport industry: factors affecting employment"**. In partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, Texas A&M University.
- Kearney, A. T. (2014). **"Winning in the business of sport, Korea"**. Retrieved from: www.atkearney.com
- Kellet, P., and Russel, R. (2009). **"A comparison between mainstream and action sport industries in Australia: a case study of the skateboarding cluster"**. Sport Management Review, Vol. 12, PP: 66-78.
- Minten, S.R. (2007). **"Graduate Employability in the Sport and Recreation Industry: An analysis of the transition from Higher Education to the workplace"**. PhD. Thesis, the Management School, University of Sheffield.

- Tsameny, M., Onumah, J., tetteh-kumah, E. (2010). **“Post-Privatization performance and organization changes: Case study from Ghana”**. Critical perspectives on Accounting, 21, 428-442.
- Yuen, B. (2008). **“Sport and urban development in Singapore”**. Cities, 25(1), pp. 29-36.

مطالعه جامعه شناختی عملکرد ورزشی رشته انفرادی (بدنسازي) خودپذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار شهر تهران

حسن اسفندیار جهرمی^۱

بهرام قدیمی^۲

زهرا علی پور درویشی^۳

شهلا حجت^۴

معصومه شجاعی^۵



10.22034/SSYS.2022.1069.1731

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۲/۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۴/۱۴

مطالعه حاضر با استفاده از رویکرد کیفی و مبتنی بر روش نظریه مبنایی می‌کوشد مدل پارادایمی خودپذیرشی و مدیریت بدن با رویکرد جامعه‌شناختی در دختران بدنساز را بر اساس برداشت‌های ذهنی و تفاسیر کنشگران از این مفهوم به دست دهد. نمونه آماری این مطالعه را ۴۹ دختر بدنساز تشکیل می‌دهند که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری نظری و قضاوتی به صورت حضوری و داوطلبانه انتخاب شده‌اند. داده‌های پژوهش با بهره‌گیری از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و بدون ساختار، بر اساس محورهای سه گانه پرسش (چیست و چرا و چگونه) گردآوری گردیده است. مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرایند کدگذاری باز، گردآوری و از درون آنها مقوله‌هایی

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش، گروه جامعه‌شناسی ورزش، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، گروه جامعه‌شناسی ورزش، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Dr.b.ghadimi@gmail.com

۳- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۵- دانشیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

● مطالعه جامعه‌شناختی عملکرد ورزشی رشته انفرادی (بدنسازی) خودپذیرشی و مدیریت بدن در دختران

ورزشکار شهر تهران

استخراج گردید. در مرحله کدگذاری گزینشی، اجزای پارادایم کدگذاری تشریح و نظریه خلق شد. از نتایج پژوهش ۶ مقوله اصلی و ۴۹ زیر مقوله استخراج شد. یافته‌ها نشان داد که شرایط علی شامل ضعف ویژگی‌های شخصیتی، ترس از طرد شدن و تصویر ذهنی منفی نسبت به بدن می‌باشد. پدیده محوری، خودپذیرشی و عدم اعتماد به نفس است و شرایط مداخله‌گر شامل میل به زیبایی و نگاه ابزاری به بدن است. پیامدها نیز شامل احساس رضایت از خود و تأیید دیگران، افزایش اعتماد به نفس و ارتقای طبقه اجتماعی می‌باشد.

واژگان کلیدی: خودپذیرشی، مدیریت بدن، عملکرد ورزشی و رشته بدنسازی.

مقدمه

در عصر حاضر، ورزش به عنوان ابزاری چند بعدی در حوزه‌های مختلف تأثیرات گسترده‌ای دارد. امروزه دلیل روی آوردن افراد به ورزش آن است که ورزش در سلامت، گذراندن اوقات فراغت سالم، با نشاط و لذت بخش به ویژه در نسل جوان، ایجاد روابط اجتماعی سالم در جامعه، پیشگیری از ابتلا به بیماری‌ها و بسیاری از مفاسد اجتماعی و انحرافات اخلاقی نقش خود را متجلی ساخته است. در نتیجه، عملکرد ورزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (کوکلی، ۱۹۴۴: ۵۶). در این فرایند، بدن در روی آوردن به ورزش و عملکرد ورزشی، نقش محوری ایفا می‌کند. بدن انسان در هر جامعه‌ای، یک واقعیت جسمانی و یک واقعیت اجتماعی دارد. بنابراین، بدن یک هستی زیست شناختی و روان‌شناختی صرف نیست، بلکه پدیده‌ای است که به صورت اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود. (کرگان، ۲۰۰۶: ۳ و کریگر و اسمیت، ۲۰۰۴: ۹۴۱) مدیریت بدن به معنای دستکاری در نمای ظاهری بدن است. در سال‌های اخیر بدن در ورزش و صحنه‌های ورزشی بدنسازی مورد توجه قرار گرفته است. «با ظهور عصر جدید، بعضی از انواع نمادهای ظاهری و کردارهای بدنی اهمیت خاص می‌یابند» (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۴۴). نما و صورت ظاهری بدن برای افراد جامعه اهمیت بسیار زیادی یافته، چرا که معیارها و ملاک‌های زیبایی باعث گرایش اقبال مختلف جامعه به رفتارهای گوناگون مدیریت بدن شده است. در نتیجه مدیریت بدن خارج از عرصه ورزشی امکان پذیر نمی‌باشد. در واقع می‌توان گفت ظاهر یکی از بخش‌های بسیار مهم خودپذیرشی محسوب می‌شود (رقیبی و میناخانی، ۱۳۹۰: ۱۱۵) چرا که بدن قابل مشاهده‌ترین قسمت خود و خودآگاهی فرد است (کاش، ۲۰۰۴: ۲۱۵). خودپذیرشی، شیوه‌ای است که انسان‌ها درباره خود فکر می‌کنند. این تصویر ذهنی شخص تحت تأثیر هویت شخص، خودارزشی، تصویر بدنی و نقش‌های اجتماعی او است (بتاچارز، ۲۰۱۳: ۳۱۵). مدیریت ظاهر نه فقط شامل تفکر درباره چگونگی قیافه شخصی، بلکه شامل فعالیت‌هایی برای نمایش قیافه نیز می‌شود. رفتارهای مرتبط با مدیریت ظاهر شامل رژیم غذایی، ورزش، پرورش اندام، استفاده از وسایل آرایشی و زیبایی و ... در حوزه موضوع خودپذیرشی مطرح می‌شود. خودپذیرشی، ارزیابی کلی فرد از خودش است. این ارزیابی ناشی از ارزیابی‌های ذهنی فرد از ویژگی‌های خود است که ممکن است مثبت یا منفی باشد (بونگ و اسکالویک، ۲۰۰۳). تصویر بدنی یک جنبه از خودپذیرشی است (کیسر، ۱۹۹۷: ۳۴). ورزش نمونه‌ای خوب از ساختار اجتماعی بدن است که به شکلی آشکار از طریق تسلط بر مهارت‌های فیزیکی به افراد اجازه می‌دهد تا رفتار خود را اصلاح کنند. خودپذیرشی ورزشکاران، نظام پویایی است که با اعتقادات، ارزش‌ها، رغبت‌ها، استعدادها و توانایی‌های فرد ورزشکار ارتباط دارد. این عوامل از تعیین کننده‌های مسیر زندگی فرد ورزشکار محسوب می‌شود (بونگ و اسکالویک، ۲۰۰۳: ۷۸). دختران ورزشکاری که از بدن خود ناراضی هستند، امکان دارد لباس‌هایی بخرند و یا بپوشند که قسمت‌های ناخوشایند را پوشانده و یا بر قسمت‌های خاصی تأکید داشته باشد. این نوع از پوشش به فرد کمک می‌کند تا خودپذیرشی خود را در راستای تصویر بدنی ایده آل سوق دهد. ورزش بدنسازی و رژیم غذایی این امکان را نیز به وجود می‌آورد که به عنوان ابزاری برای کسب تصویر بدنی مطلوب و نزدیک به تصویر بدنی ایده آل مورد استفاده قرار گیرد (رایبسون، ۲۰۰۳: ۵۶).

شاید بتوان گفت پژوهش حاضر از زاویه ای نسبتاً جدید به مقوله عملکرد ورزشی با رویکرد خود پذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار می‌پردازد. در این پژوهش همزمان سه بعد عملکرد ورزشی، خودپذیرشی و مدیریت بدن مورد توجه قرار گرفته است، در صورتی که تحقیقات پیشین فاقد بررسی این سه بعد با هم بوده است و در نتیجه دارای تبعاتی از لحاظ جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. به عنوان مثال، فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷) در پژوهش خود به میزان بالای مدیریت بدن در زنان شیرازی دست یافته‌اند که گویای میزان بالای توجه زنان به بدن در همه وجوه آن اعم از آرایشی، مراقبت و ... بوده است. همچنین دریافتند که بین متغیرهای مصرف رسانه‌ای، پذیرش اجتماعی بدن و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با مدیریت بدن رابطه مستقیم و معنادار و بین متغیرهای دینداری و مدیریت بدن رابطه معکوس و معنادار وجود دارد - این پژوهش تنها به متغیر مدیریت بدن پرداخته است. معین الدینی و صنعت خواه (۱۳۹۱) در پژوهش خود دریافتند که متغیرهای تصور شخص از بدن خود و خودپذیرشی، مصرف رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی ورزش محور، تأثیر مستقیم و به ترتیب حدود ۰/۱۳، ۰/۲۰ و ۰/۱۶ بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی دارند. این پژوهش تنها به متغیر تصور شخص از بدن و خودپذیرشی در ورزش پرداخته است. فیتز سیمونز و باردون کان (۲۰۱۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین نظارت بدن و نگرانی‌ها درباره شکل و وزن بدن و ورزش روابط متقابلی وجود دارد و این دو بر یکدیگر تأثیر گذارند؛ به این معنی که افراد با نگرانی بیشتر نسبت به ظاهر و وزن خود به طور مداوم بر بدن خود نظارت می‌کنند و در مقابل افرادی که در نتیجه گرایش به استانداردهای فرهنگی بدن، نظارت بدنی مداومی را اعمال می‌کنند، نگرانی بیشتری درباره وزن و ظاهر بدن خود دارند. النون و راد (۱۹۹۴) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین نگرش به نقش‌های جنسی، رضایت از بدن، عزت نفس و مدیریت ظاهر در زنان ورزشکار» در بین ۱۹۴ نفر دختر در آمریکا دریافتند که نحوه نگرش به نقش جنسیت و رضایت از بدن با عزت نفس رابطه مثبتی دارد و زنانی که دارای عزت نفس بالایی هستند، کمتر درگیر فرایند مدیریت ظاهر می‌شوند.

با پیدایش نظریه‌های کنش متقابل و تأکید بر خود و ذهن به جای تأکید بر ساختارهای کلان، توجه بر مدیریت بدن به تدریج مورد توجه قرار گرفت. در کار کولی، توجه به خود در یک ارتباط دیالکتیکی بین فرد و جمع شکل می‌گیرد. در نظر وی، مفهوم خود آینه سان از سه عنصر اصلی ساخته می‌شود: نخست، ظاهر ما در نزد دیگران چگونه است؛ دوم، دیگران چه قضاوتی در مورد ظاهر ما انجام می‌دهند؛ سوم، چه احساسی از خود برای ما پدید می‌آید. روزنبرگ مفهوم «خود» را به «برداشت از خود» ارتقا داده و بر این باور است که افراد سه نوع برداشت دارند: ۱- خود موجود یا تصویری که فرد در حال حاضر و در اینجا و اکنون از «خود» در ذهن دارد؛ ۲- خود دلخواه یا تصویری که فرد دوست دارد باشد و با اندیشیدن درباره آن بسیار شاد و مسرور می‌شود؛ ۳- خود وانمودی یا روشی که ما در یک موقعیت، خودمان را نشان می‌دهیم. زیمل در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید دارد. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سویی برای فرد هویت بخش و از سوی دیگر، متمایزکننده است. وی بر این باور است که زنان سریع‌تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند، زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. از سوی دیگر، زنان چون در طول تاریخ موقعیت فرودستی داشته‌اند، بیشتر به مد وابسته می‌شوند. از دیدگاه وی، اگرچه

دنیای مدرن منجر به آزادی فرد از اسارت سنت شده، اما تنگناهایی را نیز برای او ایجاد کرده است؛ به گونه‌ای که افراد برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مد پناه می‌برند تا به واسطه آن هویت شان را تعریف کنند (تفردی و ساوان، ۲۰۰۱: ۱۲۴). به نظر گافمن انسان همواره خود را آن گونه که جمع می‌پذیرد، به نمایش می‌گذارد. افزون بر توجه فرد به جمع در نمایش خود، به گونه‌ای رفتار می‌کند تا در نتیجه نحوه نمایش خود، آنچه را که در ذهن دارد در این صحنه نمایش، به دست آورد. کنشگران امیدوارند که نمایش آن‌ها، حضارشان را وادارد تا داوطلبانه، به دلخواه آن‌ها عمل کنند. گافمن این علاقه اصلی را به عنوان «مدیریت تأثیرگذاری» مطرح کرد. مدیریت یاد شده شگردهایی را برای تأثیرگذاری و اجرای بهینه کنش در بر می‌گیرد. بدن، مکانی است که این موفقیت به وسیله آن به دست می‌آید. در این جا نقش صورت در کنش‌های اجتماعی بسیار مهم است. آرایش صورت نیز نقابی بر روی صورت است که باید همواره تغییر کند (گافمن، ۱۹۵۹: ۱۱). اجتماعی شدن بدن آن چیزی است که فوکو در قالب کنترل اجتماعی بر بدن مطرح کرد. وی چگونگی به وجود آمدن دانش‌ها و آیین‌های مربوط به بدن را به وسیله تکنیک‌های نظارت در قرن بیستم بررسی کرد. او از مفهوم قدرت/دانش برای مفهومی کردن روابط بین بدن و حکومت استفاده نمود. بدن به شکل گفتمانی، از راه اعمال قدرت تولید شده و از راه گفتمان‌های ویژه به وجود آمده است. کنترل بر بدن، محصول تاریخ جدید است که در راستای اهداف سیاسی خاص پیش می‌رود و در تحول در شیوه‌های برخورد با انسان‌ها (مجانین، دیوانگان و مجرمان) تنها فرایند کنترل را تشدید نموده است (فوکو، ۱۳۸۲: ۵۷). موس بر این باور است که بدن نخستین ابزار انسان و مهمترین فنی است که در مدرنیته متأخر در راستای عینیت سازی و برون سازی بدن مطرح می‌شود. نزاک نگرش نسبت به بدن را شامل یک خودنگری مرتبط با بدن می‌داند و به عزت نفس، اعتماد میان فردی، رفتارهای ورزشی و ... نسبت می‌دهد (لچت، ۱۳۷۸: ۵۹). گیدنز، بدن را در ارتباط با دو مفهوم «هویت» و «خود» قرار می‌دهد. نیاز امنیت وجودی و حس امنیت هستی شناختی، چیزی است که در نهایت، به شکل گیری یک هویت شخصی در ارتباط با محیط پیرامون منجر می‌گردد و در این راستا، بدن به عنوان یک ابزار استفاده می‌شود. به باور وی، «خود» در درون بدن جای دارد و آگاهی نسبت به خویش بیش تر ناشی از تغییراتی است که در بدن احساس می‌شود. بدن در نگاه وی تنها یک جسم مادی صرف نیست، بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است. برای آن که بتوانیم به گونه‌ای برابر در تولید روابط اجتماعی با دیگران شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم بر بدن خویش اعمال کنیم. به باور وی، سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، چون نه تنها نیازهای جاری او را بر می‌آورند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود بر گزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازد. سبک زندگی، روش الگومند مصرف، درک و ارزش گذاری محصولات فرهنگ مادی است که استقرار معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان ممکن می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۴۴). بوردیو به منظور نشان دادن جایگاه‌ها و تبادل میان عاملان یا گروه‌های اجتماعی به مقدار و اهمیت نسبی سرمایه‌ای که در اختیار دارند، اشاره می‌کند. او از چهار سرمایه نام می‌برد:

۱. سرمایه اقتصادی (همان در اختیار داشتن پول و ثروت)
۲. سرمایه فرهنگی (در اختیار داشتن کالاهای فرهنگی)

۳. سرمایه اجتماعی (در اختیار داشتن روابط اجتماعی و فردی با دیگران)

۴. سرمایه نمادین (در اختیار داشتن شأن و احترام)

به عقیده بوردیو، افراد به منظور دستیابی به بهترین چیز با یکدیگر به رقابت می‌پردازند؛ به طوری که این امر سبب تبادل این چهار سرمایه می‌شود. سرمایه فرهنگی، اشاره به سلیق و الگوهای مصرفی دارد که از لحاظ فرهنگی دارای ارزش هستند و خود را در سبک زندگی متجلی می‌سازند. درست همان‌طور که گروه‌های اجتماعی در سرمایه مادی متفاوت هستند، ممکن است در سلیق، مهارت‌ها و دانش نیز متفاوت باشند. وجود سطوح متفاوت سرمایه فرهنگی در میان افراد، تفاوت گروه‌های اجتماعی را در نحوه گذراندن اوقات فراغت نشان می‌دهد. لذا افرادی که دارای سرمایه فرهنگی زیادی هستند در مقایسه با افرادی که فاقد سرمایه فرهنگی‌اند، سبک زندگی متفاوتی دارند. بوردیو معمولاً سرمایه تجسم‌یافته را به عنوان بخشی از سرمایه فرهنگی و بسان یک امر فرهنگی منتج در بدن مورد تحلیل قرار می‌دهد. به اعتقاد بوردیو، مدیریت و رشد بدن در عامل انسانی به‌طور کلی و تولید سرمایه فرهنگی و اقتصادی در دست‌یابی و حفظ منزلت مهم است. در واقع، مدیریت بدن به واسطه زمان و مکان می‌تواند به عنوان سازنده بنیادی در توانایی افراد به نظر رسد تا در امور اجتماعی مداخله و تفاوت‌هایی را در جریان زندگی روزمره ایجاد کند (شیلینگ، ۱۹۹۱: ۶۵۴). او معتقد است که سرمایه جسمانی می‌تواند به دیگر انواع سرمایه نظیر سرمایه اقتصادی در قالب کالا و خدمات، سرمایه فرهنگی، تحصیلات و سرمایه اجتماعی منجر شود - البته این سرمایه جسمانی از طریق ورزش کردن، اوقات فراغت و دیگر فعالیت‌ها، موقعیت طبقات را نشان می‌دهد. در واقع، از نظر او سلیقه در بدن شکل مادی می‌یابد و روابط متفاوتی که طبقات اجتماعی نسبت به بدن‌هایشان دارند گویای این امر است. وی که بر عامل طبقه تأکید می‌کند، معتقد است انتخاب فعالیت‌های ورزشی برای گروه بورژوا با طبقه کارگر متفاوت است. در طبقات گوناگون می‌توان جهت‌گیری مختلفی نسبت به بدن مشاهده کرد. لذا می‌توان به رابطه میان تمایزات طبقاتی در سلیقه و جهت‌گیری نسبت به بدن اشاره کرد. به این صورت که از طریق سلیقه‌ها می‌توان نابرابری‌های اجتماعی را رمزگشایی کرد (همان: ۶۵۳). به عبارت دیگر، کار بوردیو برجسته‌کردن روابط میان سرمایه فیزیکی و بازنمایی نابرابری‌های طبقاتی است که در این میان نقش بدن به طور خاص بسیار مهم بوده است. می‌توان نظر بوردیو پیرامون بدن را این‌گونه جمع‌بندی کرد که قابلیت‌ها و توانمندی‌های جسمانی انسان، یکی از عوامل تعیین‌کننده جایگاه او در جامعه است. از نظر او، توزیع ارزش‌ها و فرصت‌ها در جامعه بر اساس میزان برخورداری از چهار نوع سرمایه شکل می‌گیرد. در واقع، میزان بهره‌مندی از سرمایه اقتصادی (ثروت و مایملک)، سرمایه فرهنگی (آموزش، شناخت هنرها و سطوح بالای فرهنگ)، سرمایه نمادی (طرز رفتار و نمایش خود) و سرمایه جسمانی (شکل بدن، نحوه صحبت کردن و گفت‌وگو با دیگران و طرز راه رفتن) موقعیت فرد را در سلسله مراتب اجتماعی مشخص می‌سازد. علاوه بر این، هر شکل سرمایه، از قابلیت تبدیل به اشکال دیگر سرمایه برخوردار است. سرمایه جسمانی بر اساس طبقه اجتماعی تغییر می‌کند. از این‌رو، اعضای طبقه کارگر به بدن خود نگرشی ابزارگرایانه دارند. برای آن‌ها بدن در حکم وسیله‌ای برای دست‌یابی به اهداف است، درحالی‌که برای اعضای طبقه متوسط، بدن به خودی خود اهمیت و ارزش دارد. طبقه کارگر می‌کوشد با انجام فعالیت‌های ورزشی حرفه‌ای از

سرمایه جسمانی خویش همچون ابزاری برای کسب سرمایه اقتصادی استفاده کند (نتلتون، ۱۹۹۶: ۱۲۱-۱۲۲).

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با روش کیفی در پارادایم تعریف اجتماعی خودپذیرشی (نگرش مثبت نسبت به خود و پذیرش جنبه‌های مختلف خود مانند ویژگی‌های خوب و بد و احساس مثبت درباره زندگی گذشته) و مدیریت بدن (نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن) صورت گرفته است. این مفهوم به کمک معرف‌های کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و ...)، دست‌کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی و استحمام روزانه، آرایش مو، آرایش یا اصلاح صورت، استفاده از عطر و ادکلن، آرایش ناخن و لژ رنگی برای خانم‌ها، به یک شاخص تجمعی تبدیل شده است. چگونگی تغییر در بدن (پوشش، آرایش، جراحی و ...) که توسط محصولات سرمایه‌داری و تبلیغات صورت می‌گیرد، به طور گسترده‌ای تلاش می‌کند که بر اهمیت بدن به عنوان وسیله اصلی ابراز فردیت و نیز نشانه‌ای از موضع طبقاتی بیافزاید و در این فرایند استانداردهایی می‌سازد، سلیقه‌ها را تغییر می‌دهد و به دنبال آن شکل مصرف کالاها و خدمات را به منظور دستکاری در بدن تعیین می‌کند و این کار همواره ادامه دارد (مدرسی، ۱۳۹۲: ۹۲).

براساس دیدگاه تفسیری، خودپذیرشی و مدیریت بدن از لحاظ هستی‌شناسی، پدیده است که بستگی به تجربه و تفسیر انسان دارد. در نتیجه به طور اجتماعی شکل می‌گیرد و می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد. از لحاظ معرفت‌شناسی، محقق از طریق تعامل با موضوع پژوهش، به شناخت آن نایل می‌شود و از لحاظ روش‌شناسی دارای ابعاد و برداشت‌های مختلفی می‌باشد (بازرگان هرندی، ۱۳۸۹: ۱۹). نمونه آماری مطالعه را شماری از دختران بدنساز شهر تهران که از طریق نمونه‌گیری نظری و قضاوتی انتخاب شده بودند، تشکیل می‌دادند. شاخص انتخاب نمونه بر این اساس بوده است:

۱. فرد مشارکت‌کننده حداقل یک سال در رشته بدنسازی ورزش کرده باشد.
 ۲. فرد مشارکت‌کننده به فعالیت‌های مدیریت بدن پرداخته باشد.
- در این شیوه از نمونه‌گیری، تعداد نمونه آماری از پیش مشخص نیست. آن‌ها انتخاب می‌شوند تا اینکه پراکندگی و ویژگی‌های مختلف جامعه هدف را در برگیرند و تنها با یک طیف خاص مشابه و مشترک مصاحبه نشده است. نمونه‌ها با هدف کمک به پر شدن خانه‌های خالی ماتریس نظریه انتخاب می‌شوند و نمونه‌گیری تا زمانی که مفهوم جدیدی از طریق مصاحبه‌ها به دست نیاید و اشباع نظری رخ ندهد، ادامه می‌یابد. در این روش محقق پس از استخراج ۴۹ مورد مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با نمونه‌ها، پرسش‌هایی در محورهای سه گانه «چیست»، «چرا» و «چگونه» با در نظر گرفتن الزامات مربوط به تنظیم مدل پارادایمی (خودپذیرشی و مدیریت بدن) براساس روش نظریه مبنایی پرسید. شرکت‌کنندگان در محدوده سنی ۲۰ تا ۴۵ ساله بودند و در باشگاه‌های ورزشی بدنسازی شرق (باشگاه بدنسازی شرق) و شمال شرق (باشگاه بدنسازی شکوه قیطریه) شهر تهران فعالیت ورزشی انجام می‌دادند. مدت مصاحبه با هر ورزشکار ۴۵

دقیقه بوده است. در این تحقیق، هدف از پژوهش به مشارکت‌کنندگان توضیح و به آنها در خصوص محرمانه بودن مصاحبه (ضبط صدای مصاحبه شونده‌گان)، حفظ رازداری و اطلاعات شخصی که هویت مصاحبه شونده‌گان افشا نشود، اطمینان خاطر داده شد. به منظور ارتقای ضریب اطمینان، محتوای مصاحبه‌ها توسط پژوهشگر تایپ و در فایل‌های مخصوص نگهداری گردید. پس از آن، داده‌های گردآوری شده با توجه به شیوه کدگذاری استراوس و کوربین (باز، محوری و گزینشی) انجام شد. طی این سه مرحله به تدریج از دل کدها، مفاهیم، از دل مفاهیم مقوله‌ها و از دل مقوله‌ها نظریه استخراج گردید. این پارادایم در برگرفته ابعادی چون: عوامل علی، پدیده شرایط زمینه‌ای، شرایط میانجی، کنش یا راهبردهای کنش و پیامدهاست.

سوال اصلی

مدل پارادایمی جامعه شناختی عوامل موثر بر عملکرد ورزشی در مدیریت بدن و خودپذیرشی چگونه می‌باشد. براساس تفاسیر، برداشت‌های ذهنی کنشگران اجتماعی (نمونه‌ها) از واقعیت موضوعی (خودپذیرشی و مدیریت بدن) چیست؟ (عملکرد ورزشی با رویکرد خودپذیرشی و مدیریت بدن براساس تعاریف، تفاسیر و درون فهمی موضوع‌های مورد مطالعه از مفهوم خودپذیرشی و مدیریت بدن به شیوه استقهامی چیست؟)

سوال های فرعی

۱. شرایط علی موثر بر عملکرد ورزشی در چارچوب مدیریت بدن و خودپذیرشی از منظر کنشگران اجتماعی چگونه است؟
۲. پدیده محوری یا عوامل موثر بر عملکرد ورزشی در چارچوب مدیریت بدن و خودپذیرشی و عاملان استمرار و تداوم آن از منظر کنشگران اجتماعی چیست؟
۳. شرایط زمینه ای ایجاد عوامل موثر بر عملکرد ورزشی در چارچوب مدیریت بدن و خودپذیرشی از منظر کنشگران کدام اند؟
۴. شرایط میانجی و مداخله‌گر موثر بر پدیده (خودپذیرشی و مدیریت بدن) و اتخاذ راهبردها (کنش و تعامل) از منظر کنشگران کدام اند؟
۵. کنش و کنش متقابل (جامعه و دختران ورزشکار بدنسازی) در قبال پدیده (خودپذیرشی و مدیریت بدن) از منظر کنشگران کدام اند؟
۶. پیامدهای حاصل از پدیده (خودپذیرشی و مدیریت بدن) از منظر کنشگران کدام اند؟

قابلیت اعتماد

دستیابی به اعتماد (معادل اعتبار در تحقیقات کمی) در پژوهش حاضر به چند روش صورت گرفت:

۱. کنترل یا اعتباریابی توسط اعضا: در این روش از نمونه‌ها خواسته شد تا یافته های کلی را ارزیابی کنند و در مورد صحت آن و تفاسیر و برداشت‌های محقق نظر دهند. نیومن این نوع اعتباریابی را «اعتبار اعضا» می‌نامد.
۲. استفاده از تکنیک ممیزی: در این روش چند متخصص و صاحب نظر که درکار کیفی تجربه داشتند بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم سازی، استخراج مقولات و برداشت‌های محقق نظارت کردند.

۳. زاویه بندی نظری: این شیوه توسط دنزین پیشنهاد شده است. در این شیوه از نظریات و رویکردهای نظری مرتبط با موضوع تحقیق در مرحله توسعه مفاهیم حساس و تنظیم نظام مقولات و نیز برای تحلیل و تفسیر نتایج استفاده می شود (محمدپور، ۱۳۸۸: ۸۵).
۴. ضریب توافقی کاپا: این ضریب، ثبات و همبستگی نمرات بین داوران یا ارزیابان مختلف یک موضوع را می سنجد و «ضریب توافق» نامیده می شود که با ضریب کاپا نشان داده می شود.

یافته های پژوهش

شرایط علی

در تحقیق حاضر شرایط علی به مجموعه ای از علل و عوامل ایجابی و ایجاد پدیده خودپذیرشی و مدیریت بدن از منظر نمونه ها اشاره دارد. از جمله این عوامل که سبب می شوند خودپذیرشی و مدیریت بدن در جامعه مشاهده شود، عبارت اند از:

علل فردی ویژگی بدنی: دلایل روی آوردن به رشته بدنسازی، توصیف یا درک استیل بدنی خویش، همانند پسرها بودن، نقش تغذیه؛

ضعف ویژگی های شخصیتی: حساس و زودرنج بودن، خودپذیرشی پایین، مضطرب بودن، فرد خجالتی شکاک و بدبین نسبت به دیگران، اضافه وزن؛ توصیف زنان بدنساز از همسران خویش؛ متلک پرانی؛

برداشت جامعه نسبت به زنان بدنساز: نگاه ابزاری به بدن، نحوه پوشش در مجامع عمومی از جمله مراسم عروسی؛ زیبایی بدن، تصویر بدن.

در ادامه، یکی از روایت های موجود بیان می گردد:

خانم م.ت. می گوید:

«من یک دختری هستم که به نظر خودم یک مقداری اضافه وزن دارم و نسبت به تناسب اندامم حساس هستم. شاید باورتان نشود که در خواب هم من به فکر اندامم هستم و کابوس می بینم و با شنیدن کوچکترین اظهار نظری در رابطه با اندامم خیلی ناراحت می شوم، چون نسبت به بدنم حساس هستم. وقتی می خواهم برم در سالن بدنسازی ورزش کنم، سعی می کنم زمانی به رختکن بروم که خلوت تر باشد و لباس ورزشی که می پوشم چسبان نباشد و اضافه وزنم را نشان ندهد، ولی در هنگام ورزش کردن از نگاه دیگران و زل زدن آنها متوجه می شوم که دارند بدن چاق من را مورد تمسخر قرار می دهند، اعصابم خرد می شود و ناراحت می شوم».

این یافته ها با پارادایم تعریف اجتماعی و نتایج پژوهش های جورج هربرت مید همسوست. خودپنداره یعنی تصور فرد از خود را محصول داورها و ارزیابی های دیگران مهم پیرامون و دیگران تعمیم یافته می داند. دیگری تعمیم یافته جورج هربرت مید (نگرش کل اجتماع یا هر جمعی که کنشگر در آن شرکت می کند) اندیشه انتزاعی و عینیت را امکان پذیر می سازد (جرج ریتزر، ۱۳۹۲: ۱۰۹).

پدیده محوری

پدیده محوری طرح، تئوری است که ممکن است نام طرح یا چارچوب طرح را در بر داشته باشد؛ مفهومی است که متغیرها را دو به دو در کنار هم قرار می دهد. شرایط علی خودپذیرشی و مدیریت بدن بر اساس اظهارات مصاحبه شونده ها به دو مقوله عمده مربوط به پدیده ذهنی منجر شده اند: ۱- خودپذیرشی؛ ۲- عدم اعتماد به نفس.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

خانم ن.ع. می‌گوید:

«خانواده ام به من می‌گفتن اندام خیلی خوبی داری. برای خودت یک پا مرد هستی و فقط کلاه نداری. هر کاری که بخواهی می‌توانی بکنی و مربی‌ام هم من را توی باشگاه نشان بقیه دخترها می‌داد و می‌گفت این برای خودش رستم دستانی هستش و من هم همچنین احساسی دارم که برای خودم یلی هستم و یک لشکر را حریفم. الان می‌توانم به جرات بگویم که هر کاری می‌خواهم می‌توانم بکنم. حتی می‌توانم اگر پاش برسد به راحتی یک تنه با چند تا مرد دست و پنجه نرم کنم و حسابی خدمتشان برسم و آنها را به قول معروف سوسک کنم، چون اندام من یک اندام خاص و هرکولی است و همه از اندام من حساب می‌برند. من توی ایران بین خانم‌های بدنساز می‌توانم ادعا کنم که از همه آنها سر تر هستم. به نظر من خوش استیل‌تر و خوش هیکل‌تر از من در ایران وجود ندارد».

خودپذیرشی، بخش شناختی خود می‌باشد و آموختنی است که در تجارب فرد حاصل می‌شود، اما اعتماد به نفس، ارزشیابی عاطفی نسبت به خود است که معمولاً بر اساس ویژگی‌های مثبت یا منفی فرد سنجیده می‌شود. هر چند که مدیریت بدن، معلول مجموعه‌ای از عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ... است، اما برداشت منفی از خود، عدم اعتماد به نفس و خودپذیرشی ضعیف می‌تواند عامل موثری در نوع نگرش فرد به مسئله مدیریت بدن باشد. خودپذیرشی و اعتماد به نفس، یکی از مفاهیم محوری در شناخت اجتماعی است. خود پذیرشی به عنوان یکی از مفاهیم شامل کلیه کیفیت‌های ذهنی و عینی است که شخص از خود و دیگران از او دارند. آگاهی از خود، نشان دهنده جنبه مهمی از تجربه پدیدار شناختی یا ذهنی انسان است. افراد دارای دو نوع خود (خود واقعی و خود ایده آل) هستند. خود واقعی، مربوط به تصورات و نگرش‌هایی است که فرد به طور واقع بینانه‌ای نسبت به خود دارد و در واقع خودی است که شخص هم اکنون هست. خودایده آل نیز مربوط به خودی است که فرد دوست دارد آنگونه باشد. خودپذیرشی افراد بر اساس فاصله‌ای تعیین می‌شود که بین خود واقعی و خود ایده آل آنها وجود دارد. در اینجا، می‌توان به ویژگی بارز افراد دارای شخصیت خودشیفته اشاره کرد که شامل حس خودبزرگ بینی و در عین حال خود شکننده است. شاید بتوان حس خودبزرگ بینی را به خود ایده آل و خود شکننده را به خود واقعی این افراد نسبت داد.

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای منشا در شرایط علی و دخیل دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آنها با یکدیگر برای شکل دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون می‌باشد. از زمینه‌هایی که در آن راهبردهای مربوط به پدیده خود پذیرشی و مدیریت بدن بسط یافته‌اند، نقش مذهب، نقش قوانین، نگرش و دیدگاه‌ها (دیدگاه سنتی و دیدگاه معاصر)، پایگاه طبقات اجتماعی، تاثیر فناوری مدرن و سطح فناوری را می‌توان نام برد.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

خانم ج.ف. می‌گوید:

«باشگاهی که من در آن ورزش می‌کنم، در منطقه پایین شهر واقع شده است و بیشتر خانم‌هایی هم که اینجا ورزش می‌کنند، جزو این قشر هستند و تامین هزینه‌ها و مخارج باشگاه برای آنها و من سخت می‌باشد. من ناچار هستم برای اینکه اندامی خوب کسب کنم از مواد پروتئینی که ارزش

غذایی بیشتری دارند استفاده کنم. به خاطر هزینه‌های جانبی باشگاه، خانواده من هزار و یک دلیل شرعی و عرفی می‌آورند که من را از ورزش کردن در این رشته منصرف کنند، ولی من دارم سعی می‌کنم با به دست آوردن بدنی خوش فرم برای خودم کاری دست و پا کنم که هم هزینه باشگاه را پوشش دهد و هم کمک خرج خانواده‌ام باشد.

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیر بورديو همسوست. از نظر بورديو، مدیریت بدن حاصل رابطه متقابل پایگاه طبقات اجتماعی، عادت‌واره و سلیقه‌ی افراد است که علاوه بر اعطای سرمایه‌های سمبلیک و خرده‌فرهنگی به آن‌ها فرصتی برای دنبال کردن «تمایز»- شیوه‌ای برای هویت‌یابی و تعقیب سبک زندگی مطلوب خویش و در نهایت استفاده ابزاری از این سرمایه بدنی با تبدیل آن به فرصت‌ها و امتیازاتی در زندگی شخصی و اجتماعی- فراهم می‌کند. بنابراین، با توجه به اینکه امروزه مدیریت بدن از طریق کردارهایی مثل ورزش بدنسازی، آرایش کردن، رژیم‌های غذایی و ... توانسته است رنگ و نماد تمایز بخشی به خود بگیرد و به عنوان حامل هویت شخصی افراد نیز عمل کند، از این رهگذر می‌توان تمایزات رفتاری و نگرشی افراد را از طریق تفاوت الگوهای مدیریت بدنشان تفسیر کرد (ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۳۵).

شرایط مداخله گر و میانجی

منظور از شرایط مداخله گر به عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب اشاره دارد که اثرات یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا فعال‌تر می‌سازند. در این پژوهش شرایط مداخله گر شامل شرایط خانوادگی: نقش حمایتی خانواده و نقش مالی خانواده؛ شرایط اجتماعی: نقش‌های اجتماعی (نقش دوستان، نقش مریان، نقش محیط کار و نقش فدراسیون)، دیدگاه شرکت در مسابقات خارجی، نقش و جو حاکم بر باشگاه‌های بدنسازی، فضای باشگاه بدنسازی، باشگاه مختلط، نگاه ابزاری به بدن، ارتباط با آقایان بدنساز، برداشت جامعه نسبت به زنان بدنساز (روند گفت‌وگو مد جامعه)، نظر دیگران نسبت به بدن خود، نگرش آقایان نسبت به زنان بدنساز؛ ویژگی‌های دموگرافیک: سن، مجرد و تاهل، سابقه ورزشی مقطع تحصیلی می‌باشد. در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

خانم ث.س. می‌گوید:

«خانواده‌ام با صحبت‌هایشان می‌گفتند تو هوش خوبی داری و با توجه به استیل و فرم بدنت می‌توانی ورزشکار موفقی بشوی و در مدرسه هم دوستان و همکلاس‌هایم به من می‌گفتند که چقدر تو خوش استیل هستی اگر یک خورده ورزش بدنسازی تمرین کنی خوش فرم‌تر می‌شوی. در باشگاه هم مربی‌ام با توجه به تمرینات و آموزش‌های که به من می‌داد، دوست داشتم اندامم مثل آن بشود».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های مرتون و هایمن همخوانی دارد. اصطلاح گروه مرجع اولین بار توسط هربرت هایمن در ۱۹۴۲ ضمن مطالعه‌ای که او پیرامون طبقات اجتماعی انجام می‌داد، مطرح شد. او دریافت که افراد پایگاه وابسته خود به گروه را مورد ارزیابی قرار می‌دهند و گروه مرجع را به عنوان چارچوب قضاوت برای خود انتخاب می‌کنند. بنابراین یک گروه مرجع به عنوان الگویی برای تصمیم‌گیری افراد و جهت‌گیری آنها در یک مسیر مشخص و یا انتخاب یک عمل

مورد استفاده قرار می‌گیرد. افراد از این گروه‌ها برای تعیین موقعیتی که مناسب تشخیص می‌دهند، به عنوان محور و مرجع فعالیت خود استفاده می‌کنند (دوج و کراوس، ۱۳۷۴: ۲۰۵).

کنش و تعامل (راهبردها)

استراوس و کوربین، راهبرد را چگونگی مدیریت تنها توسط افراد در مواجهه با مسائل تعریف می‌کنند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۵). از جمله راهبردهای مورد نظر نمونه‌ها در تحقق پدیده خودپذیرشی و مدیریت بدن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

مدیریت بدن: تنو، پیرسینگ، برنزه، نحوه آرایش موی سر، مدلینگ شدن و سلبریتی؛ عملکرد ورزشی؛ ارتباط با آقایان بدنساز که بدنم را بهتر بکنند؛ تاثیر فناوری مدرن در عرضه خود؛ همجنسگرایی؛ لباس گشاد پوشیدن یعنی لباسی که بدنش را نشان ندهد.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

«من وقتی که بدنم را آرایش و تنو، پیرسینگ و برنزه می‌کنم، حس خوب و اعتماد به نفس بالایی به من دست می‌دهد که راحت تر می‌توانم با دیگران ارتباط موثر برقرار کنم و دیگران را جذب خودم کنم که این کار هم در حوزه ورزشی‌ام تاثیر گذاشته و هم در حوزه روابط عمومی‌ام، ولی روزی که بدنم را آرایش نکنم، آن روز برای من روز نیست و حتی نمی‌توانم بیرون بیایم».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های گافمن همسویی دارد. شالوده نگاه گافمن به ورزش، بر پایه دیدگاه «کنش متقابل» شکل گرفته است. به عبارت ساده‌تر، موضوع مورد علاقه گافمن چگونگی کوشش انسان‌ها برای تاثیر آرمانی گذاشتن بر دیگران است. ما نیز در زندگی روزانه مشغول «تاثیر بازی کردن هستیم». انسان در زندگی روزانه انرژی زیادی را صرف به اصطلاح «کار چهره‌ای» می‌کند تا تصویر خوبی از خود در ذهن دیگران ایجاد کند. گافمن «چهره» را ارزش اجتماعی مثبتی می‌داند که انسان با راهبردهای رفتاری مناسب آن را کسب می‌کند. این راهبردهای رفتاری سبب می‌شوند تا دیگران فرض کنند که فرد در کنش متقابل چگونه رفتار می‌کند. صورت در مقوله‌های جامعه‌شناختی پذیرفته‌شده، تصویری از خود می باشد که برای دیگران پذیرفتنی است (ویس، ۱۳۸۹: ۱۶۲-۱۶۱).

پیامدها

آخرین اصطلاح پارادایمی در روش نظریه‌مبنایی استراوس و کوربین، پیامدهاست. در تحقیق حاضر هر یک از راهبردهای پیشنهاد شده از سوی نمونه‌ها که به تحقق و شکل‌گیری پدیده خود پذیرشی و مدیریت بدن منجر می‌گردد، پیامدهایی را نیز در بردارد. نمونه‌های پژوهش به پیامدهایی در این زمینه اشاره کرده‌اند: عملکرد ورزشی: موفقیت ورزشکار، جنگجو و رقابتی؛ فردی: اعتماد به نفس، مستقل بودن؛ خانوادگی؛ اجتماعی: روابط مثبت با دیگران، عدم ارتباط با دیگران، نقش و توان رهبری داشتن یا عدم آن، شغل مناسبی به دست آوردن، دوست پسر پیدا کردن، شوهر پیدا کردن و ازدواج کردن، کار پیدا کردن، جذب باشگاه‌های خارجی شدن، ارتقای طبقه اجتماعی و تمایز طبقه‌ای.

در ادامه، یکی از روایت‌های موجود بیان می‌گردد:

خانم م.ر. می‌گوید:

«من دارم این ورزش را انجام می‌دهم تا تناسب اندام خوبی داشته باشم و بتوانم شغل خوبی پیدا کنم که درآمدش بالا باشد و چرخ زندگی‌ام را بچرخاند و از این وضعیت خارج شوم و اقامت یک کشور خارجی را بتوانم به دست بیاورم و در کنارش با زیبایی اندامم بتوانم شوهر مناسبی پیدا کنم».

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های بورديو همسوست. بر مبنای نظر بورديو، «بدن» به عنوان عنصری اجتماعی، خواهی نخواهی عرصه ستیز و رقابت طبقات اجتماعی در میدان ورزش محسوب می‌شود. از این رو، طبقات مختلف اجتماعی بر سر موضوع آثار احتمالی ورزش و فعالیت‌های بدنی با یکدیگر توافقی ندارند؛ چه در سطح بیرونی بدن مثل نشان دادن قدرت از طریق عضلات برجسته و برآمده و یا برعکس، نشان دادن شخصیت و هوشمندی از طریق بدنی ظریف، با وقار و البته زیبا و چه در سطح درونی بدن مثل سلامتی، تعادل ذهنی و غیره. ژاک دوفرانس به طور هوشمندانه‌ای نشان می‌دهد که ورزش می‌تواند برای دو هدف نمایش بیرونی و درونی به کار گرفته شود؛ تولید بدنی قوی که واجد نشانه‌های بیرونی قدرت است، یعنی هدف مورد نظر طبقه کارگر که توسط ورزش بدن‌سازی و پرورش اندام تأمین می‌شود یا تولید «بدنی سالم» که هدف مورد نظر طبقه سرمایه‌داری و یا فرادست جامعه است که توسط آمادگی جسمانی، ایروبیک و یا ورزش‌های دیگری که کارکردشان اساساً «بهداشتی و سلامتی» است تحقق می‌یابد (روحی، ۱۳۹۲: ۱۷).

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و با استعانت از روش نظریه مبنایی کوشید مدل پارادایمی از مفهوم خود پذیرشی و مدیریت بدن را بر اساس برداشت‌های ذهنی و تفاسیر و تعاریف کنشگران از این مفهوم ارائه دهد. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، رویکرد دختران ورزشکار بدنساز نسبت به مدیریت بدن و خودپذیرشی در قالب تعامل شش مؤلفه اصلی مشخص گردیده است: ۱- مقوله معنای خودپذیرشی و مدیریت بدن دغدغه‌های دختران ورزشکار بدنساز به چرایی و چگونگی فرایند مدیریت بدن، ویژگی‌های شخصیتی مهم در برخورد با مدیریت بدن از نگاه خود فرد و اطرافیان، علل و عوامل ایجابی و ایجاد پدیده خود پذیرشی و مدیریت بدن به عنوان شرایط علی؛ ۲- رویکرد مؤثر به خود پذیرشی و مدیریت بدن به عنوان پدیده محوری؛ ۳- مکانیزم و تدابیر و راهبردهای مقابله‌ای که دختران ورزشکار بدنساز در مواجهه با فرایند خود پذیرشی و مدیریت بدن با توجه به شرایط اجتماعی و امکانات موجود اخذ می‌کنند به عنوان مقوله های راهبردی؛ ۴- کسب آمادگی برای رویارویی با خود پذیرشی و مدیریت بدن که در یک زمان و مکان خاص پدید می‌آید و دختران ورزشکار بدنساز با عمل و تعامل‌های خود به آنها پاسخ می‌دهند به عنوان مقوله زمینه‌ای؛ ۵- مقوله‌های مقابله با فرایند خودپذیرشی و مدیریت بدن و استفاده از نقاط قوت و مقابله با نقاط ضعف (که بستگی به شرایط عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب دارد) در دختران ورزشکار بدنساز به عنوان مقوله‌های میانجی و مداخله‌گر؛ ۶- خودپذیرشی و مدیریت بدن دختران ورزشکار بدنساز که پیامدی به همراه دارد.

۴۹ زیرمؤلفه برای خودپذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکاران بدنساز استخراج و در قالب مدل نظری بر مبنای نظریه داده بنیاد ارائه شد. این مؤلفه‌ها به وسیله یک موضوع واحد با عنوان «رویکرد مؤثر به خودپذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار بدنساز» با یکدیگر ارتباط می‌یابند. می‌توان گفت که فرایند خودپذیرشی و مدیریت بدن در ورزش بدنسازی یک خصلت گفتمانی دارد. گفتمان محصول زبان است. زبان اجرای فکر است و فکر اجرای زبان است. تن به خصوص امیالش در پارادایم گفتمان بدن به وسیله خودپذیرشی کنترل می‌شود که دستاورد عقل است. با تکامل اجتماعی در عصر جهانی شدن و بلوغ عقل در عاطفه تجلی تاریخی و روانی، میل را به مسیر جدیدی برده است که می‌توان به میل به جذابیت بدن اشاره کرد و این دیالوگ میل و ذهن در گفتمانی جمعی است که حقیقت ساز می‌گردد. وقتی که در ذهن دختران بدنساز فیزیک بدنی اهمیت خاصی دارد و معتقدند برای کسب تصویر بدنی مطلوب و تصویر بدنی ایده آل باید به ورزش بدنسازی بپردازند، وقتی ارزش در جامعه به جذابیت فیزیکی پیوند خورده باشد و جامعه به این پدیده اهمیت می‌دهد، فرد تحت تاثیر فرهنگ اجتماع خویش ارزشمندی را در داشتن فیزیک بدنی جذاب می‌بیند و در رابطه با تصویر بدنی منطق اساسی این است که افراد در معرض فراگیری انتظارات و ایده آل های فرهنگی و اجتماعی جامعه خویش هستند. جوانان به ویژه دختران جوان به دلیل مشاهده شرایط ناهمسان و تبعیض جنسیتی اعم از عدم بهره مندی از امکانات و پتانسیل های موجود در جامعه مثل استخدام در مراکز دولتی و غیر دولتی، ناگزیر هستند که برای ابراز وجود و نشان دادن خود در اجتماع، به ورزش بدنسازی روی آورند، چرا که موفقیت و کسب پایگاه اجتماعی و کسب درآمد بهتر را در داشتن بدن جذاب می‌دانند. در این میان، تعدادی از خانم‌های بدنساز هستند که نسبت به عملکرد ورزش شان دچار ادراک غیر واقع بینانه‌ای شده اند و دست به اغراق‌گویی از عملکرد ورزشی بدن خود می‌زنند. در اینجا با دیدگاه مختلف می‌توان این پدیده را تبیین و بررسی کرد. این اغراق‌گویی دختران بدنساز جزو شرایط پدیده محسوب می‌شود. بر اساس یافته به دست آمده، اغراق‌گویی آنان ناشی از آگاهی و احساس دختر بدنساز، خانواده و جامعه نسبت به پدیده ورزش بدنسازی بوده است. این نوع رفتار بازخوردی، از نگرش منفی در تعامل‌ها و روابط بینابینی حاصل می‌شود. با توجه به اینکه خانواده نخستین محیط رشد هر فرد محسوب می‌شود، لذا این بعد نگرش منفی اغراق‌گویی باعث اختلال‌های شخصیتی، روانی و اجتماعی و روابط آشفته والدین با دختر بدنساز می‌شود. پیام‌هایی با مضمون «دیده بشو» که به دختران القا می‌شود، از آن‌ها افرادی می‌سازد که با توهم «همه چیز دانی» و «همه کار توانی» وارد اجتماع می‌شوند. در نتیجه خود را از دیگران بالاتر می‌پندارند. در میدان ورزشی، دختری که به رشته بدنسازی روی آورده است تنها نقاط قوت خود و نقاط ضعف سایرین را می‌بیند و زمانی که دختر جوان قدرت اعمال مدیریت اندکی در دیگر موارد دارد، بدنش به عنوان محیطی مهمی برای اعمال قدرت به ابزار لذت و خود شیفتگی مبدل می‌گردد. دختر بدنساز خود شیفته در ظاهر عجول و بی پروا، نمایشی از خود مطمئن و با اراده است و اغلب با مبالغه‌گویی و هاله‌ای از موفقیت در کار و روابط خود ظاهر می‌شود. دختران بدنساز برای جبران کمبودهای خود در توصیف عملکرد ورزشی و بدنی شان دچار اغراق‌گویی می‌شوند.

شرایط علی

علل فردی ویژگی بدنی: دلایل روی آوردن به رشته بدنسازی، توصیف یا درک استیل بدنی خویش، نقش تغذیه: ضعف ویژگی های شخصیتی: حساس و زودرنج بودن، خودپذیرشی پایین، مضطرب بودن، فرد خجالتی شکاک و بدبین نسبت به دیگران، اضافه وزن؛ توصیف زنان بدنساز از همسران خویش؛ متلک پرانی؛ برداشت جامعه نسبت به زنان بدنساز: نگاه ابزاری به بدن، نحوه پوشش در مجامع عمومی از جمله مراسم عروسی؛ زیبایی بدن و تصویر بدن

پدیده

شرایط میانجی و مداخله گر

شرایط زمینه ای

نقش حمایتی خانواده، نقش مالی خانواده؛ اجتماعی: (نقش های اجتماعی، نقش دوستان، نقش مربیان، نقش محیط کار، نقش فدراسیون)، دیدگاه شرکت در مسابقات خارجی، نقش و جو حاکم بر باشگاه های بدنسازی، فضای باشگاه بدنسازی، باشگاه مختلط؛ نگاه ابزاری به بدن؛ ارتباط با آقایان بدنساز، برداشت جامعه نسبت به زنان بدنساز (روند گفتن مد جامعه)، نظر دیگران نسبت به بدن خود، نگرش آقایان نسبت به زنان بدنساز؛ ویژگی های دموگرافیک: سن، مجرد و متاهل، سابقه ورزشی و مقطع تحصیلی

۱ - خودپذیرشی
۲ - عدم اعتماد به نفس

نقش مذهب، نقش قوانین، نگرش و دیدگاه ها (دیدگاه سنتی و معاصر)؛ پایگاه طبقات اجتماعی؛ تاثیر فناوری مدرن و سطح ت فناوری

کنترل و تعامل (راهبردها)

مدیریت بدن؛ تنو، پیرسینگ، برنز، نحوه آرایش موی سر، مدلینگ و سلبریتی شدن؛ عملکرد ورزشی؛ ارتباط با آقایان بدنساز؛ تاثیر فناوری مدرن در عرضه خود؛ همجنسگرایی؛ لباس گشاد پوشیدن یعنی لباسی که بدن را نشان ندهد

پیامدها

عملکرد ورزشی: موفقیت ورزشکار، جنگجو و رقابتی؛ فردی: اعتماد به نفس، مستقل بودن؛ خانوادگی؛ اجتماعی: روابط مثبت با دیگران، عدم ارتباط با دیگران، نقش و توان رهبری داشتن، عدم نقش و توان رهبری داشتن، شغل مناسبی بدست آوردن، دوست پسر پیدا کردن، شوهر پیدا کردن و ازدواج کردن، کار پیدا کردن، جذب باشگاه های خارجی شدن، ارتقای طبقه اجتماعی و تمایز طبقه ای

منابع

- آبوت، پاملا و والاس، کالر. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی زنان*. منیژه نجم عراقی. تهران: نشر نی
- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). «*بدن به مثابه رسانه هویت*». مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران. دوره ۴، شماره ۴، صص ۵۷-۷۵.
- آزاد ارمکی، تقی و غراب، ناصرالدین. (۱۳۸۷). «*بدن و هویت*». مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال ۴، شماره ۱۳، صص ۱۰۱-۱۲۲.
- اباذری، یوسف و حمیدی، نفیسه. (۱۳۸۷). «*جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای مناقشات*». پژوهش زنان. دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۲۷-۱۶۰.
- ابراهیمی، قربانعلی و بهنویی، عباس. (۱۳۸۸). «*سرمایه فرهنگی و مدیریت ظاهر جوانان (مطالعه موردی: دختران و پسران شهر بابلسر)*». پژوهش زنان. دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۷۶.
- ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۰). *روش‌های کاربردی تحقیق*. تهران: انتشارات کیهان
- ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۵). *روش‌های تحقیق کیفی از نظریه تا عمل*. تهران: انتشارات کیهان
- احمدنیا، شیرین. (۱۳۸۴). «*جامعه‌شناسی بدن و بدن زنان (فصل زنان)*». مطالعات زنان. شماره ۵، صص ۱۳۲-۱۴۳.
- اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۹۷). *درآمدی بر جامعه‌شناسی بدن*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۸۷). *اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. سید بیوک محمدی. چاپ اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*. ثریا پاک‌نظر. تهران: انتشارات گام‌نو
- اسکافلند، ویلیام. (۱۳۷۳). «*تصویر ذهنی نوجوانان از بدن*». شروین شمالی، مجله تربیت. سال ۷، شماره ۴، صص ۵۰-۵۵.
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). *مصرف*. خسرو صبوری. تهران: نشر شیرازه
- برگر، پیترو و لوکمان، توماس. (۱۳۷۵). *ساخت اجتماعی واقعیت*. فریبرز مجیدی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی
- بودریار، ژان. (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی*. پیروز ایزدی. تهران: نشر ثالث
- بودریار، ژان. (۱۳۹۳). *نظام اشیا*. پیروز ایزدی. تهران: نشر ثالث
- پرستش، شهرام؛ بهنویی، عباس و محمودی، کریم. (۱۳۸۷). «*بررسی جامعه‌شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان (مطالعه‌ی موردی: شهر بابلسر)*». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. سال ۵، شماره ۲۰، صص ۱۹-۴۹.
- پهلوان‌زاده، سعید؛ مقصودی، جهانگیر و قضاوی، زهرا. (۱۳۸۴). «*رضایت از تصویر ذهنی بدن و شاخص توده بدن در نوجوانان (مطالعه موردی: دبیرستان‌های شهر اصفهان)*». دو فصلنامه تحقیقات علوم رفتاری. دوره ۳، شماره ۱، صص ۳۹-۴۴.

- ترنر، برایان. (۱۳۸۱). شرق‌شناسی پست‌مدرنیسم و جهانی‌شدن. غلام کیانی و محمدرضا تاجیک. تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری و فرهنگ گفتمان
- جنکیز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه
- جولیوت، موری بل. (بی‌تا). «فریندگان توکیو». پیام یونسکو. شماره‌های ۳۷۴-۳۷۵.
- چاوشیان تبریزی، حسن. (۱۳۸۱). «سبک زندگی و هویت اجتماعی، مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته». پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی. (۱۳۸۶). «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال ۱، شماره ۱، صص ۶۵-۹۲.
- دریفوس، هیوبرت و رابینو، پل. (۱۳۸۲). میشل فوکو: فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک. حسین بشیریه. تهران: نشر نی
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۵). فرهنگ مطالعات جوانان. تهران: نشر آگه
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جوانان. تهران: نشر آگه
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۱). درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران. تهران: انتشارات تیسا
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۱). فراغت، مصرف و جامعه. تهران: تیسا
- ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۷). «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال ۱، شماره ۱، صص ۱۱۷-۱۴۱.
- ذکایی، محمد سعید و فرزانه، حمیده. (۱۳۸۸). «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. صص ۴۵-۶۵.
- رضایی، احمد؛ اینانلو، مینا و فکری، محمد. (۱۳۸۹). «مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی در بین دختران دانشگاه مازندران». مطالعات راهبردی زنان. سال ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۴۱-۱۷۰.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۹). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی
- ریتزر، جورج. (۱۳۹۲). نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن. خلیل میرزایی و علی بقایی سرابی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- ژیان‌پور، مهدی. (۱۳۸۶). «بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر انجام جراحی‌های زیبایی در شهر اصفهان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی اصفهان.
- سعیدی، علی‌اصغر. (۱۳۸۶). «بدن و فرهنگ مصرفی». ماهنامه مهندسی فنی. سال ۲، شماره ۱۴، صص ۲۹-۳۸.

● مطالعه جامعه‌شناختی عملکرد ورزشی رشته انفرادی (بدنسازی) خودپذیرشی و مدیریت بدن در دختران ورزشکار شهر تهران

- عنایت، حلیمه و مختاری، مریم. (۱۳۸۸). «نظریه مبنایی جامعه‌پذیری دوران کودکی و تصور بدنی زنان: بررسی زنان تحت عمل جراحی زیبایی بینی در شهر شیراز». مطالعات روان‌شناختی اجتماعی زنان. سال ۷، شماره ۱، صص ۷-۳۰.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۸۷). «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)». مطالعات راهبردی زنان. سال ۱۱، شماره ۴۱، صص ۹-۴۲.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تاکید بر نظریه برپایه. تهران: انتشارات آگاه
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: انتشارات بهجت
- فوکو، میشل. (۱۳۸۲). مراقبت و تنبیه: تولد زندان. نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده. تهران: نشر نی
- کولی، جی. (۱۳۹۳). ورزش در جامعه ۱ و ۲. بهرام قدیمی. تهران: انتشارات بامداد کتاب
- کیوان‌آرا، محمود؛ ربانی، رسول و ژیان‌پور، مهدی. (۱۳۸۹). «قشریندی اجتماعی و اصلاح بدن جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی». مطالعات راهبردی زنان. سال ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۴۱-۱۷۰.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ناصر موفقیان. تهران: نشر نی
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). پیامدهای مدرنیته. محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز
- گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی (با تجدید نظر کامل و به روز شده). حسن چاوشیان. تهران: نشر نی
- لیوتارد، فیلیپ. (۱۳۸۰). «ایده‌ال‌های درهم شکسته: مثبت‌کاری بدن». مجله پیام یونسکو. شماره‌های ۳۷۴-۳۷۵.
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی بالینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در مکاتب تفسیری. تهران: انتشارات اطلاعات
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی ضد روش. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۷). روش در روش: درباره ساخت معرفت در علوم انسانی. قم: انتشارات لوگوس
- مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۳). از جنبش تا نظریه: تاریخ دو قرن فمینیسم. تهران: نشر شیرازه
- موحد، مجید؛ غفاری نسب، اسفندیار و حسینی، مریم. (۱۳۸۹). «آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان». پژوهش زنان. دوره ۸، شماره ۱، صص ۷۹-۱۰۵.
- موسوی، منصوره. (۱۳۹۵). زنانگی و بدن (نگاهی جامعه‌شناسانه به بلوغ). تهران: انتشارات فیروزه
- موسوی، منصوره. (۱۳۹۷). تابوی زنانگی. تهران: انتشارات فیروزه

- وبلن، تورستین. (۱۳۸۴). نظریه طبقه مرفه. فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی
- ویس، اتمار. (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی ورزش. کرامت‌الله راسخ. تهران: نشر نی
- هنسن، جوزف و دیگران. (۱۳۸۱). آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان. افشنگ مقصودی. تهران: نشر گل آذین
- هولمز، مری. (۱۳۸۷). جنسیت و زندگی روزمره. محمد مهدی لبیبی. تهران: نشر افکار
- Brickell, Chris. (1994). "Through the (New) Looking Glass: Gendered Bodie, Fashion and Resistance in Postwar New Zeland". Journal of Consumer Culture, Vol. 2. No. 2, pp. 241-269.
- Burkitt, I. (1999). **Bodies of Thought: Embodiment, Identity and Modernity**. London: Sage.
- Coupland, Justine & Gwyn, Richard. (2003). **Discourse, the Body and Indntity**. Palgrave. Macmillan.
- Crossley, Nick. (1995). "Body Techniques, Agency and Intercorporeality: On Goffman Relation Public". Sociology, Vol. 29, No. 1.
- Douglas, Mary. (1970). **Purity and Danger, an Analysis of Pollution and Taboo Pelicam**. Transation books.
- Douglas, Mary. (1996). **Natural Symbols, Exploration in Cosmology**. London and New York, Routledge.
- Featherstone, M., Hepworth, M. and Turner, B. (1991b). **The Body: Social Process and Cultural Theory**. London: Sage.
- Gimilin, Debra. (2000) "Cosmetic Surgery: Beauty us Commodity". Qualitative Sociology, Vo 1.23, No. 1.
- Goffman, Erving. (1959). **The Presentation of Self in Everyday Life**. Doubleday Anchor Books, New York: Doubleday & Company, Inc, Garden City.
- Grogan, Sarah & Wainwright, N. (1996). "Growing up in the Culture of Stenderness, Girls Experience of Body Dissatisfaction". Women's Studies International Form, Vol 19, No 6, pp. 665 – 673.
- Groth, M. V, Fagt, S, Stockmarr. A, Matthiessen. J & Biloft-Jensen, A. (2009). "Dimensions of Socioeconomic Position Related to Body Mass index and Obesity Danish Woman and Men". Scandinavian Journal of Public Health, 37: 418-426.
- Jung, Jaehee. & Lee, Seung-Hee. (2006). "Cross-Cultural Comparisons of Appearance Self- Schema, Body Image, Self-Esteem and Dieting Behaviors between Korean and U.S.". Women.Family and Consumer Sciences Research Journal, 34: 350-356.
- Katzman, Melanie A and Lee, Sing. (1997). "Beyond Body Image: The Integration of Feminist and Transcultural Theories in the Understanding of Self". International Journal of Eating Disorders, Vol 22, pp.385 – 394.
- Kieger, Nancy and Davey Smith George. (2003). "Bodies Count and Body Count: Epidemiology and Embodying Inequality". Epidemilöic Reviews, vol. 26.

- Malson, H. (1999). **"Women under Eraser: Anorexic Bodies in Postmodern Context"**. Journal of Community and Applied Social Psychology, Vol. 9, pp.137-153.
- Merleau-Ponty, M. (1962). **The Phenomenology of Perception**. London: Routledge and Kegan Paul.
- Nettleton, Sarah. (1995). **The Sociology of Health and Illness**. Cambridge, London: Polity Press.
- Nettleton, Sarah. Watson, Jonathon. (1998). **The Body in Everyday Life**. London and New York: Routledge.
- Ricciardelli, Rosemary & Clow, Kimberley. (2009). **"Men, Appearance, and Cosmetic Surgery: The Role of Self – Esteem and Comfort with the Body"**. Canadian Journal of Sociology, Cahiers Canadiens Sociologies 34(1) 105- 134.
- Robinson, Tommy Renee. (2003). **"Clothing Behavior, Body Cathexis, and Appearance Management of Women Enrolled in a Commercial Weight Loss Program"**. Dissertation Submitted for the Degree of Doctor of Philosophy, Faculty of Polytechnic Institute, Virginia State University.
- Rudd, Nancy A. & Lennon, Sharron J. (1994). **"Linkages between Attitudes towards Gender Roles, Body Satisfaction, Self – Esteem, and Appearance Management Behaviors in Woman"**. Family and Consumer Sciences Research Journal, 24: 94-117.
- Rudd, Nancy A. & Lennon, Sharron J. (2000). **"Body Image and Appearance- Management Behaviors in College Women"**. Clothing and Textiles Research journal, 18: 152- 162.
- Shilling, C. (1991). **"Educating the Body. Physical and the Production of Social Inequalities"**. Sociology, vol 25, no 4.
- Strigel Moore, R. (1995). **A Feminist Perspective on the Etiology of Eating Disorder**, in K. D. Brownell and C. G. Fairburn (Eds) **Eating Disorder and Obesity: A comparative Handbook**. New York: The Guilford Press.
- Synnot, Anthony. (1990). **"Truth and Goodness, Mirrors and Mask, Part: Sociology of Beauty and Face"**. British Journal of Sociology, vol 41, No, 4.
- Turner, Bryan S. (1996). **The Body and Society (Explorations in Social Theory)**. London: Sage Publications..
- Wheeldon, Johannes. (2011). **"Is a Picture Worth a Thousand Words? Using Mind Maps to Facilitate Participant Recall in Qualitative Research"**. The Qualitative Report, Volume 16.

ارائه مدل تاثیر گذاری تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران

آزیتا شجاعی^۱
ولی نوذری^۲
شهرام علم^۳
مهدی ضرغامی^۴

 10.22034/SSYS.2022.641

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱/۳۱

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل تاثیرگذاری تعهد کاری کارکنان بر یکپارچگی زنجیره تامین و عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران انجام شد. این پژوهش در زمره پژوهش های ترکیبی و از نوع اکتشافی متوالی و مدل ابزاری سازی بود که در دو مرحله کیفی و کمی اجرا گردید. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۰۵ شرکت تولیدی ورزشی متوسط و بزرگ ایران بود که نمونه آماری به تعداد ۲۳۰ نفر با شیوه تمام شماری از مدیران اجرایی و کارشناسان انتخاب شدند. ابزاراندازه گیری بر اساس ادبیات پژوهش و با تایید خبرگان تدوین و روایی و پایایی آن با ۰/۷۹ در پژوهش مورد تایید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS19 و الگوی معادلات ساختاری Lisrel 8/8 انجام گردید. نتایج نشان داد مدل ارائه شده پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است. به علاوه، تعهد کاری کارکنان به طور مستقیم و غیر مستقیم و یکپارچگی زنجیره تامین بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران تاثیرگذار است. یافته ها حاکی از آن است که تعهدکاری کارکنان به واسطه یکپارچگی زنجیره تامین می تواند عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی ایران را تحت تاثیر قرار دهد.

واژگان کلیدی: یکپارچگی زنجیره تامین، تعهدکاری کارکنان، عملکرد و شرکت های تولیدی ورزشی.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
۲ استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد ارسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، ارسنجان، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Nozariv15@gmail.com

۳-استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یادگار امام خمینی (ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴-استادیار، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

مقدمه

امروزه، صنعت ورزش^۱ به عنوان عاملی مؤثر در رشد و توسعه ابعاد اجتماعی و اقتصادی با اثرات مستقیم و غیرمستقیم، نقش مهمی را در اقتصاد کشورها ایفا می کند؛ به طوری که از بزرگترین صنایع پردرآمد در قرن حاضر به شمار می آید (تربتی و همکاران، ۱۳۹۴). «صنعت ورزش به مجموعه ای از فعالیت های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی اطلاق می شود که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند» (مولین و همکاران^۲، ۲۰۱۴). شرکت های تولیدی ورزشی با عنوان «سازمان های خصوصی» برای کسب درآمد از طریق فروش کالاها و خدمات ورزشی و در نتیجه بهبود^۳ عملکرد فعالیت می کنند و به عنوان یکی از زیرساخت های صنعت ورزش مطرح هستند و کسب مزیت رقابتی از اهداف ویژه آنها می باشد (سجادی، ۱۳۹۵). هرچند با افزایش رقابت در سطح جهانی، ملی، صنعت و سازمان ها به خصوص در صنعت ورزش که رقابت به سرعت در حال افزایش است، جستجوی روش ها و مدل های بهبود یافته برای به دست آوردن مزیت رقابتی و یا نادیده گرفتن آن در حال تکامل است (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۲). این باعث شده تا مدیران و متخصصان زنجیره تأمین^۴، یکپارچگی^۵ را به عنوان یک راهبرد احتمالی برای ایجاد مشارکت راهبردی و در نتیجه بهبود عملکرد زنجیره تأمین و دستیابی به کاهش هزینه و کاهش زمان مد نظر قرار دهند (کومار و همکاران^۶، ۲۰۱۷). از این منظر، سازمان ها به جای این که مجبور باشند در تمامی زمینه ها بهترین عملکرد را داشته باشند، می توانند از توانمندی های محوری سایر سازمان ها به منظور بهینه سازی قابلیت ها و افزایش اثربخشی خود بهره گرفته و سطح رضایتمندی مشتریان را ارتقا دهند. این مشارکت و یکپارچگی نیازمند یک نظارت دقیق و نظام مند می باشد که در صورت بی توجهی به آن سازمان رو به زوال گرویده و در نتیجه سهم رقابتی خود را به رقبای می سپارد (تربتی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین، آن چه قبل از طراحی هر سیستم ارزیابی و بهبود عملکرد باید مد نظر قرار گیرد، مفهوم یکپارچگی زنجیره تأمین است که به عنوان بستری برای هر نوع بهبود به خصوص عملکرد باید مورد توجه قرار گیرد. لذا بدون پیاده سازی یکپارچگی، عملکرد هیچ زنجیره تأمین قابلیت ارزیابی را نخواهد داشت (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۲). با این حال، با وجود مزیت بالقوه یکپارچگی زنجیره تأمین و مطالعات بی شماری که انجام شده است، هنوز یک معنای منفرد قابل قبول یا عملیاتی از یکپارچگی زنجیره تأمین وجود ندارد. هم چنین، این موضوع به خوبی تشریح نشده است که اعضای زنجیره تأمین به یک مدیریت درون و فراسازمانی از فعالیت ها دست یابند و بدانند در ارزیابی عملکرد زنجیره تنها عملکرد شرکت مورد ارزیابی قرار نمی گیرد، بلکه شبکه ای از همکاری (تشریک مساعی)^۷ و تعامل^۸ بین شرکای زنجیره باید مورد بررسی قرار گیرد (کاپی و

1. sports industry
2. Mullin, Hardy & Sutton
3. Performance
4. supply chain
5. integration
6. Kumar et al.
7. Collaboration
8. Interaction

لانگونی^۱، ۲۰۱۶). در همکاری و تعامل بین شرکای زنجیره تأمین برای تأثیر بر عملکرد، دو نگرانی عمده وجود دارد: یکی رفتارهای اشتراک گذاری شده سازمان- شامل ادراک میان همکاران، تعهد، منابع شبکه و توزیع منصفانه منابع شبکه- و دیگری رفتارهای تکنولوژیکی در همکاری زنجیره تأمین می باشد که ممکن است نوعی ریسک را برای شرکت در همکاری در زنجیره تأمین به وجود آورد. با وجود این، همکاری در زنجیره تأمین برای رسیدن به رفتارهای مشترک مهم است (چلیبی، ۱۳۹۴)؛ به طوری که اهمیت رفتارهای ارتباطی مانند اعتماد و تعهد میان اعضا در تسهیل همکاری ها در زنجیره تأمین، بر اساس نظریه های ادراک عدالت، سرمایه اجتماعی و کنش متقابل شبکه مورد بحث قرار گرفته است (وئو و چیو^۲، ۲۰۱۸). پاندی و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در بررسی شرکت هایی که از سیستم مدیریت منابع انسانی با عملکرد بالا و تعهد محور بهره می گیرند، دریافتند سازمان هایی که بر حمایت از سیستم عملکرد بالا تاکید داشتند، این امر بر ادراک کارکنان و عملکرد درونی آن ها و تمایل به رفتارهای کار اضافی و اعتماد آنان اثر گذار بوده است. همچنین احساس ادراک عدالت سازمانی در سازمان هایی که اعتقادی به سیستم عملکرد بالا نداشتند، پایین تر بوده است. به علاوه، اختلاف نظارت کننده در حمایت از اجزای سیستم عملکرد بالا نظیر پرداخت هزینه های اجرایی، آموزش و طرح های شغلی نیز منجر به کاهش کیفیت و کیفیت عملکرد نقش گردیده است (پاندی و همکاران، ۲۰۱۸). ریتو و رحمت سیه^۴ (۲۰۱۸) با بررسی تأثیر باز پرداخت و انگیزش مرتبط با عملکرد با نقش تعهد سازمانی نتیجه گرفتند که انگیزش کاری در ارتباط با تعهد سازمانی و عملکرد متأثر از تعهد سازمانی می باشد. این بدان معناست که یکی از عوامل اصلی تعهد سازمانی، انگیزش است که تعهد سازمانی با اثر پذیری از انگیزش کاری، عملکرد را بهبود می بخشد (ریتو و رحمت سیه، ۲۰۱۸). با توجه به این یافته ها، باید گفت در بررسی اثر یکپارچگی زنجیره تأمین در عملکرد شرکت باید عوامل درون سازمانی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. مروری بر مطالعات گذشته نشان می دهد که توجه به مدیریت نیروی انسانی در مدیریت زنجیره تأمین و یکپارچگی زنجیره تأمین کمتر مورد بررسی قرار گرفته است، این در حالی است که بیشتر چارچوب های مدیریت زنجیره تأمین بر اساس تعامل و تشریک مساعی شبکه زنجیره تأمین شکل گرفته اند، ولی جزء اساسی آن که کارمندان داخلی شبکه هستند، نادیده گرفته شده است (فلود^۵، ۲۰۱۱). اجرای موفق مدیریت زنجیره تأمین نیازمند یکپارچه سازی وظایف درونی شرکت و ارتباط موثر آن ها با عملیات خارجی شرکای آن با توجه به تعهدکاری کارکنان است. هنگامی که تعهد در داخل هر شرکت برانگیخته می شود سبب می گردد که شرکت به صورت مشترک با سایر شرکت ها در اجرای مدیریت زنجیره تأمین بهتر عمل کند که نتیجه آن بهبود عملکرد شرکت می باشد (آلفالالوکویه و همکاران^۶، ۲۰۱۸). بنابراین به نظر می رسد تعهد کاری کارکنان بتواند

-
1. Kauppi & Longoni
 2. Wu & Chio
 3. Pandi et al.
 4. Rinto & Rahmat Syah
 5. Flood
 6. Alfalalokuye

شکاف موجود بین رابطه یکپارچگی زنجیره تامین با عملکرد شرکت را بهبود بخشد. سالانسیک^۱ (۲۰۱۶) تعهد را حالتی می‌داند که در آن «فرد با اعمال خویش و از طریق این اعمال به این باور می‌رسد که به فعالیت‌هایش تداوم بخشد و مشارکت خود را در انجام دادن آن‌ها حفظ کند». از سوی دیگر، تعهد از عناصر محوری هر اجتماع است و از لحاظ مفهومی در هر مورد از تعهد نوعی ضرورت وجود دارد؛ ضرورت برای کسی در انجام دادن چیزی. رویکرد پارسونزی^۲ به تعهد و منشأ آن این است که تعهد، نوعی علاقه و دلبستگی عاطفی است و پیش شرط آن وجود نوعی «دیگری» است و نیز ایجاب می‌نماید که در جامعه انسجام عام و وفاق تعمیم یافته وجود داشته باشد تا چنین احساس تعلق و علاقه‌ای قابل تصور باشد (چلبی، ۱۳۹۴). این امر موجب افزایش اعتماد و در نتیجه افزایش احساس امنیت و قبول هنجارهای جامعه می‌شود. این مهم در دیدگاه چلبی (۱۳۹۵) و نظام چند سطحی و نظم اجتماعی در عرصه اقتصادی به خوبی نمایان است. وی معتقد است نظام اقتصادی در یک بهشت اجتماعی در سه سطح کلان، میانه و خرد یک نوع یکپارچگی و نظم پایدار را متصور است که از توزیع منصفانه و متوازن منابع، انسجام، هنجارها تا امنیت و احساس عدالت را در بر می‌گیرد. وی لازمه این نظم پایدار را که به توسعه پایدار می‌انجامد، ارتباط مؤثر و مناسب کلیت نظام با خرده نظام در سطح محیط منطقه ای و جهانی می‌داند. خرده نظام اقتصادی که می‌توان صنعت و تجارت را متصور شد، در درون خود بین سطح کلان تا خرد تفکیک می‌شود که بر اساس نظر پارسونز، این خرده نظام اقتصادی به نهاد مالکیت، نهاد شغل و نهاد قرارداد یا میثاق و وفاق تفکیک می‌گردد. در این رویکرد، تعهد نوعی علاقه و دلبستگی عاطفی است و زمانی شکل می‌گیرد که در جامعه انسجام عام و وفاق تعمیم یافته وجود داشته باشد. در رویکرد سیستمی، تعهد کاری بر عناصر دیگری نیز مانند ارتقا از داخل، توزیع منصفانه منابع، امنیت شغلی، بهبود عدالت سازمانی و مشارکت، اعتماد و غیره تمرکز دارد (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۴). هدف این رویکرد، ایجاد شرايطی است که به کارکنان و ذی نفعان بفهماند سازمان به خواسته‌ها و نیازهای آنان توجه می‌کند تا آنان به اهداف سازمان متعهد شوند و برای تحقق اهداف سازمان سرسختانه تلاش کنند (بون و کلسوون^۳، ۲۰۱۴). هانت و مورگان^۴ (۲۰۱۷) تعهد را در دو سطح کلان و خرد مطرح می‌کنند؛ در سطح خرد، تعهد به گروه‌های خاص که شامل گروه کاری، سرپرستان و مدیریت عالی است و در بُعد کلان، تعهد به سازمان به عنوان یک مجموعه و یک سیستم تعبیر شده است. آنان اظهار می‌دارند کارکنان زمانی تعهد سازمانی بالایی دارند که نخست سطحی از اعتماد را داشته باشند و اهداف و هنجارهای سازمان را بپذیرند؛ دوم، میل به تلاش برای دستیابی به اهداف سازمانی و تمایل قوی برای عضو شدن در این سازمان داشته باشند (ریتنو و رحمت سیه^۵، ۲۰۱۸). اغلب محققان بر این باورند که مدیران با مداخله، مشارکت، توانمندسازی، توسعه سازمانی، ابراز احساسات، کار تیمی، حمایت از سیستم مدیریت منابع انسانی تعهد و عملکرد بالا و پاداش‌های مبتنی بر عملکرد می‌توانند بر انگیزه کاری، احساس عدالت، تولید بالا، انعطاف

1. Salancik
2. Parsons
3. Boon and Kalshoven
4. Hunt & Morgan
5. Rinto & Rahmat Syah

پذیری، جلب رضایت مشتریان و کارکنان و عملکرد مالی شرکت درآینده، اثر گذار باشند (پاندی و همکاران^۱، ۲۰۱۸). لذا مدیران علاوه بر حفظ و جذب کارکنان مستعد، ماهر و منعطف، باید به شیوه‌هایی روی آورند که کارکنان را با مهارت‌ها، اطلاعات، انگیزش، تعهد بالا و آزادی عمل در تصمیم‌گیری‌های مهم و در نهایت پاسخ سریع به این قبیل تغییرات در سطح ملی و جهانی آماده سازند (فلود^۲، ۲۰۱۱)، در کل می‌توان بر اساس دیدگاه‌ها و مطالعات انجام شده بیان کرد که تعهد کاری متأثر از عوامل مختلفی نظیر نظم و انسجام، وفاق سازمانی^۳، احساس برابری و عدالت^۴، امنیت، مهارت شغلی، خودپنداره، انگیزه کاری و مهارت‌های شغلی افراد است که در این پژوهش در سه سطح کلان، میانه و خرد مورد توجه قرار گرفته است و می‌تواند بر عملکرد سازمان اثر گذار باشد. بر این اساس، می‌توان با یک رویکرد احتمالی و پیکربندی ترکیبی جدید با توجه به مطالعات انجام شده و اتکا به رویکردهای سیستم اجتماعی، تعامل اجتماعی، سرمایه اجتماعی، قراردادهای روانشناختی و سیستم مدیریت منابع انسانی یا همان نگرش بر مبنای منابع^۵ و قابلیت‌های پویا^۶ در سه سطح کلان، میانه و خرد تعهد کاری کارکنان را در کل زنجیره تامین و درون سازمانی برای رسیدگی به اثرات تعهد کاری کارکنان در یکپارچگی خارجی و داخلی و در کل یکپارچگی زنجیره تامین تصویب کرد (سالانسیک^۷، ۲۰۱۶). در مطالعات بی‌شماری تعهد کاری و عملکرد، توجه ویژه‌ای را به خود جلب کرده‌اند و مشخص شده است که در کنار عواملی که می‌توانند در بهبود عملکرد سازمانی نقش مؤثری ایفا کنند، تعهد کاری کارکنان به عنوان عامل مهمی می‌تواند مد نظر قرار گیرد. از این رو، با یک رویکرد جامع‌تر، درک ما از رابطه تعهد کاری کارکنان و یکپارچگی زنجیره تامین و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی افزایش می‌یابد. با نگاه به فعالیت‌های شرکت‌های بزرگ تولید کننده کالاهای ورزشی مشخص می‌گردد که تولید کنندگان بزرگ دنیا برای موفقیت در تجارت به طور سازمان یافته و هماهنگ عمل می‌کنند و با دقت بیشتری در تمام مراحل تولید و توزیع می‌کوشند تا سهم بزرگ تری از بازار را به خود اختصاص دهند (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۵). ورزش و صنعت ورزش در ایران به خصوص شرکت‌های تولیدی ورزشی هر چند در دهه‌های اخیر با تقاضاهای رو به رشدی مواجه شده‌اند، اما با محدودیت‌های بی‌شماری نیز در عرصه رقابت با رقبا در حوزه جهانی و ملی رو به رو هستند. لذا لازم است زمینه‌های بررسی فراگیر جهت بهبود عملکرد این شرکت‌ها بر پایه تعهد کاری در سطوح کلان، میانه و خرد و یکپارچگی زنجیره تامین جهت رقابت با رقبا فراهم شود. ایجاد زمینه‌های شکل‌گیری و تداوم اثربخش یکپارچگی زنجیره تامین بر عملکرد شرکت مستلزم شناخت عوامل مؤثر بر یکپارچگی زنجیره تامین است که در پژوهش‌های قبلی تنها به متغیرهای درون سازمانی توجه شده است، اما در این پژوهش تعهد کاری کارکنان در سه سطح کلان، میانه و خرد مورد توجه قرار گرفته است. به عبارت

1. Pandey, Schulz & Camp
2. Flood
3. Organizational Consensus
4. Feeling Equality and Justice
5. resource – based view
6. dynamic capability view
7. Salancik

دیگر، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیرگذاری تعهد کاری کارکنان بر یکپارچگی زنجیره تامین و عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران با نظرسنجی از خبرگان این حوزه بود.

روش شناسی پژوهش

با توجه به اینکه هدف این پژوهش ترکیبی اکتشافی از نوع متوالی و مدل ابرارسازی، طراحی و تدوین الگو بر اساس معیارهای تعهد کاری، عملکرد شرکت ها و زنجیره تامین بود، در بخش کیفی، استفاده از روش تحقیق مطالعه موردی و مصاحبه نیمه ساختارمند با صاحب نظران و اساتید منجر به تدوین معیارهای تعهد کاری، عملکرد شرکت ها و زنجیره تامین گردید. در بخش کمی نیز با استفاده از روش توصیفی- پیمایشی و با استفاده از ابزار محقق ساخته، برای سنجش اثربخشی بیرونی آن اقدام شد. این پژوهش در زمره پژوهش های ترکیبی، و از نوع اکتشافی متوالی^۱ و مدل ابرارسازی^۲ بود که در دو مرحله کیفی و کمی اجرا گردید. متغیرهای مورد بررسی شامل متغیر مستقل تعهد کاری کارکنان به شرح زیر بود:

در سطح کلان: انسجام جامعه، توزیع منصفانه منابع، هنجارهای کار و اعتماد انتزاعی
در سطح میانه: وفاق سازمانی، مشارکت سازمانی و عدالت سازمانی
در سطح خرد: خود تنظیمی، مهارت شغلی، انگیزه کار، پنداشت از خود، احساس امنیت و احساس عدالت.

متغیر میانجی یا وابسته میانی، یکپارچه سازی زنجیره تامین به قرار زیر بود: یکپارچه سازی داخلی، یکپارچه سازی مشتری، یکپارچه سازی تامین کننده و جهت گیری یکپارچه سازی خارجی. متغیر وابسته اصلی، عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران شامل انعطاف پذیری، تحول، کیفیت، موجودی انبار و رضایت مشتری بود. جامعه آماری این تحقیق را دو گروه تشکیل می دادند: گروه نخست، شامل خبرگان و اساتید دانشگاهی منتخب و مدیران شرکت های تولیدی ورزشی ایران که دارای ویژگی هایی نظیر در دسترس بودن، تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک دکتر، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند (۱۴ نفر)؛ گروه دوم، شامل مدیران و کارشناسان شرکت های تولیدی فعال در صنعت ورزش کشور که براساس اطلاعات شرکت های عضو اتحادیه شرکت های تولیدی لوازم ورزشی و سایت وزارت صنعت معدن و تجارت، تعداد ۱۰۵ شرکت تولیدی فعال در صنعت ورزش ایران وجود دارند. در پژوهش حاضر جهت انتخاب نمونه مناسب از جامعه خبرگان و اساتید دانشگاهی از روش نمونه گیری غیرتصادفی از نوع گزینشی- روش نمونه گیری هدفمند و معیار اشباع نظری و از تکنیک نمونه افراد کلیدی (خبرگان)- و در جامعه مدیران و کارشناسان شرکت های تولیدی ورزشی ایران از روش تمام شماری استفاده گردید. حجم نمونه جامعه خبرگان و اساتید دانشگاهی با استفاده از جدول مورگان تعیین شد و در انتخاب جامعه مدیران و کارشناسان شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ ورزشی به روش تمام شماری، بعد از اجرای پژوهش و حذف پرسشنامه های ناقص و مخدوش، تعداد ۲۳۰ نفر از مدیران اجرایی و کارشناسانی که سابقه مدیریت اجرایی به مدت ۵ سال داشتند و حاضر به همکاری بودند، برگزیده شدند. ابزار های جمع آوری داده های اصلی

1. Sequential Exploratory
2. Instrument Development

تحقیق حاضر عبارت اند از: مصاحبه، پرسشنامه و مشاهده. از مشاهده جهت دستیابی به مؤلفه های مدل ابتدایی و پیشنهادی تحقیق و از پرسشنامه برای جمع آوری داده های آماری مورد نیاز استفاده شده است. گفتنی است که در مراحل گوناگون تحقیق از جمله طراحی مدل اولیه، طراحی شاخص ها، تعیین موانع و تنگناها، طراحی مدل نهایی و همچنین طراحی سوالات پرسشنامه تحقیق از تکنیک دلفی^۱ نیز استفاده گردیده است. در این پژوهش برای طراحی اولیه، ابتدا دیدگاه ها، متون، مقالات و پرسشنامه های مرتبط با حوزه مورد تحقیق به طور گسترده بررسی و جمع آوری گردید. سپس با استفاده از تکنیک دلفی با کارشناسان خبره و اساتید فعال مصاحبه گردید و ضمن تایید مدل پیشنهادی، اصلاحات لازم انجام گردید. ماهیت مطالعه ایجاب می کرد که متخصصان و خبرگان حداقل ۴۰ تا ۶۰ دقیقه وقت آزاد داشته باشند و با رضایت کامل در مطالعه شرکت کنند. در مرحله بعد با استفاده از متون و نظر خبرگان، پرسشنامه اولیه جهت شناسایی و گرد آوری داده ها بر اساس ابعاد تعیین شده تدوین گردید. در بخش پاسخگویی پرسشنامه از مقیاس لیکرت استفاده شد. بدین صورت که افراد نظرات خود را برای گویه های یکپارچگی زنجیره تائید و تعهد کاری با پاسخ های (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) در برابر هر یک از گویه ها مشخص می نمودند و برای گویه های عملکرد شرکت از ضعیف تا قوی مد نظر قرار گرفت. جهت سنجش روایی پرسشنامه از روایی صوری در گام اول و روایی محتوایی در گام بعدی استفاده شد. برای تعیین روایی صوری، دو روش کیفی و کمی به کار رفت. در روش کیفی، پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از مدیران اجرایی شرکت ها با روش چهره به چهره قرار گرفت تا ضمن مطالعه آن به گویه ها پاسخ دهند و مواردی چون: سطح دشواری درک عبارت و کلمات، میزان تناسب و ارتباط مطلوب عبارات با ابعاد پرسشنامه و ابهام در مورد برداشت های اشتباه از عبارات مطرح شده را بیان نمایند. در گام بعدی جهت کاهش و حذف عبارت های نامناسب و تعیین اهمیت هر یک از گویه ها، از روش کمی تاثیر نمره استفاده و امتیازهای بالای ۱/۵، قابل قبول در نظر گرفته شد. جهت تعیین روایی محتوا نیز از دو روش کیفی و کمی استفاده شد. در روش کیفی پرسشنامه پایلوت تدوین شد و در اختیار ۱۴ نفر از خبرگان و متخصصان قرار گرفت و از ایشان خواسته شد تا پرسشنامه را بر اساس معیارهای رعایت دستور زبان فارسی، استفاده از کلمات مناسب، قرار گرفتن گویه ها در جای مناسب، امتیاز دهی مناسب، مدت زمان لازم جهت تکمیل ابزار و تناسب دامنه انتخاب شده بررسی و بازخورد لازم را ارائه دهند. در بررسی روایی محتوای کمی هم دو ضریب نسبت روایی محتوا (CVR) - این معیار توسط لاوشه^۲ (۱۹۷۵) ابداع شده است - خبرگان در مورد هر گویه به سه طیف «ضروری است، مفید ولی ضروری نیست و ضرورتی ندارد» پاسخ دادند. همچنین شاخص روایی محتوا (CVI) از نظر خبرگان در مورد این که آیا گویه ها جهت اندازه گیری سازه ها به بهترین نحو طراحی شده اند، با سه معیار «سادگی و روان بودن، مربوط یا اختصاصی بودن و وضوح یا شفاف بودن»، در طیف لیکرتی ۴ گزینه ای، محاسبه گردید. در این شاخص نمره ۰/۷۹ و بالاتر مناسب تشخیص داده می شود، نمره بین ۰/۷۹ تا ۰/۷۰ سوال برانگیز بوده و نیاز به اصلاح و بازنگری دارد و نمره کمتر از ۰/۷۰ غیر قابل قبول است و حذف می گردد. همچنین با استفاده از روش آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه ها مورد تایید قرار گرفت. ضرایب

1. Delphi technique
2. lavoshe

● ارائه مدل تاثیرگذاری تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران

آلفای کرونباخ به دست آمده برای ابزار این تحقیق در جدول زیر آمده است:

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

آلفای کرونباخ	تعداد سؤالات	متغیرها
۰/۷۰	۴	سطح کلان (انسجام جامعه، توزیع منصفانه منابع، هنجارهای کار و اعتماد انتزاعی)
۰/۶۸	۳	سطح میانه (وفاق سازمانی، مشارکت سازمانی و عدالت سازمانی)
۰/۷۱	۶	سطح خرد (خود تنظیمی، مهارت شغلی، انگیزه کار، پنداشت از خود، احساس امنیت و احساس عدالت)
۰/۸۳	۱۳	کل
۰/۶۶	۲	انعطاف پذیری
۰/۷۰	۲	تحول
۰/۷۰	۲	کیفیت
۰/۷۳	۲	موجودی انبار
۰/۷۱	۴	رضایت مشتری
۰/۷۴	۳	یکپارچه سازی داخلی
۰/۷۱	۳	یکپارچه سازی مشتری
۰/۷۳	۲	یکپارچه سازی تامین کننده
۰/۶۶	۳	جهت گیری یکپارچه سازی خارجی

پس از ویرایش داده ها، کدگذاری و ورود داده ها جهت تجزیه و تحلیل داده ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی نظیر جداول فراوانی و ترسیم نمودارهای آماری و نرم افزارهای نظیر 2013 Excel ، SPSS 21 ، LISREL 8/8 و Expert Choice استفاده شد. آزمون نرمال بودن توزیع داده ها با استفاده از روش کولموگوروف-اسمیرنوف^۱ و با کمک نرم افزار Spss 21 صورت گرفت.

یافته های پژوهش

تحلیل عاملی اکتشافی تعهد کاری کارکنان

برای سنجش تعهد کاری کارکنان با توجه به ادبیات نظری و تأیید خبرگان در مجموع ۱۳ سؤال در نظر گرفته شده بود که نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی توسط نرم افزار SPSS در جدول زیر آمده است:

جدول ۲: آزمون KMO و Bartlett's برای تعهد کاری کارکنان

MO		۰/۸۵۲
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	۷۶۸/۱۵۵
	درجه آزادی	۷۸
	معناداری	۰/۰۰۰

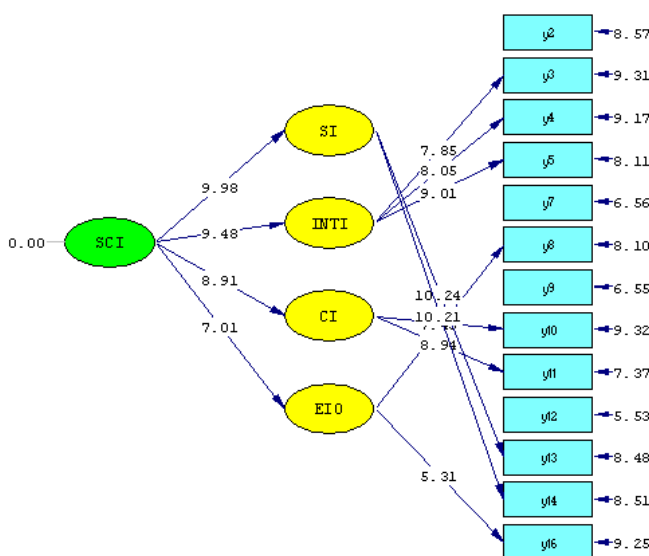
در جدول ۲، شرایط آزمون KMO و Bartlett's برای تعهد کاری کارکنان مورد تأیید قرار گرفت. در ضمن در نتایج حاصل از اجرای تحلیل عاملی اکتشافی بر روی داده ها، برای ۱۳ سؤال اندازه گیری شده در پرسشنامه ارزش های ویژه سه عامل بیشتر از ۱ بوده است و درصد واریانس مشترک بین متغیر ها برای این سه عامل بر روی هم ۵۴/۱۵ درصد کل واریانس متغیر ها را تبیین می کند. به بیان دیگر، میزان دقت بیان شده توسط این سه عامل در مجموع بیش از ۵۰ درصد است. سهم عامل یکم با ارزش ویژه ۴/۳۱۵ در حدود ۲۱/۷۴ درصد کل واریانس متغیرها را توجیه کرده است.

جدول ۳: نشانگر های متغیر ها در مدل های اندازه گیری و ساختاری

علامت	متغیر
MAC	سطح کلان تعهد کاری
MID	سطح کلان تعهد کاری
WIS	سطح کلان تعهد کاری
INTI	یکپارچگی داخلی
CI	یکپارچگی مشتری
EIO	یکپارچگی خارجی
SI	یکپارچگی تامین کننده
SC	رضایت مشتری
DEL	تحويل
FEL	انعطاف پذیری
INV	موجودی
Q	کیفیت
PRF	عملکرد

تحلیل عاملی تاییدی یکپارچگی زنجیره تامین

در ادامه از تحلیل عاملی برای رسیدن به یکپارچگی زنجیره تامین استفاده شد که شاخص های برازش مدل نشان دهنده این است که مدل دارای برازش نسبتاً خوبی است، زیرا کای دو به درجه آزادی آن کمتر از ۳ و EASRM نیز کمتر از ۰/۰۹ است. در شکل ۱، مدل در حالت ضرایب معناداری را نشان می دهد:

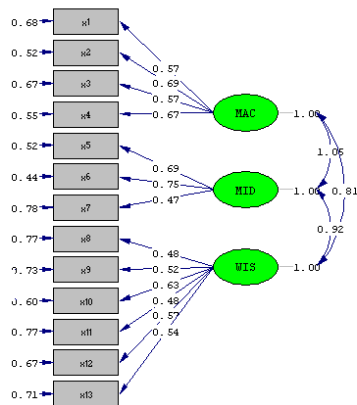


Chi-Square=174.69, df=61, p-value=0.00000, RMSEA=0.090

شکل ۱: مدل اندازه گیری متغیر یکپارچگی زنجیره تامین در حالت ضرایب معناداری مرتبه دوم

تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول تعهدکاری کارکنان

تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از لیزرل انجام گردید و شکل ۲ مدل اندازه گیری متغیر تعهدکاری کارکنان را در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد. نتایج تخمین (قسمت زیرین شکل) حاکی از مناسب بودن مدل است. با توجه به خروجی لیزرل مقدار χ^2 محاسبه شده برابر با ۱۵۶/۳۶ است که نسبت به درجه آزادی کمتر از ۳ می باشد و مقدار مناسبی است. پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی با داده های مشاهده شده تحقیق است. همچنین مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۸۳ می باشد. حد مجاز RMSEA، کمتر از ۰/۰۹ است؛ هر چه این مقدار کمتر باشد، مدل دارای برازش بهتری است. شاخص های دیگر هم برازش مدل را تأیید می کند از جمله: AGFI که برابر ۰/۹۰ و GFI که برابر ۰/۹۰ می باشد. همچنین مدل های اندازه گیری در حالت تخمین استاندارد بارهای عاملی را نشان می دهد که بیانگر میزان تاثیر هر کدام از متغیرها یا گویه ها را در توضیح واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی است. به عنوان مثال، برای تعهدکاری کارکنان سوال دوم بعد تعهدکاری بارعاملی ۰/۶۹ است و بیشتر توانسته است واریانس بعد تعهدکاری کارکنان را توضیح دهد. به عبارت دیگر، همبستگی این گویه با عامل یاد شده و تاثیری که در آن دارد بیشتر از سایر گویه هاست و توانسته ۴۸ درصد واریانس تعهدکاری کارکنان را تبیین نماید و میزان خطای آن ۰/۵۲ است. خروجی بعدی در شکل ۲ حالت معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل اندازه گیری ابعاد تعهدکاری کارکنان را نشان می دهد که تمامی ضرایب به دست آمده معنادار شده اند، زیرا مقدار آزمون معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- نشان دهنده معناداری بودن و تأیید شدن تحلیل عاملی اکتشافی است.

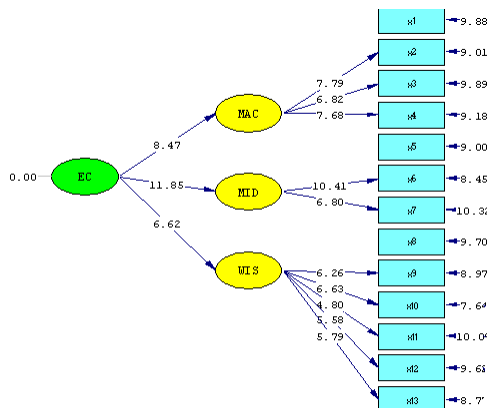


Chi-Square=156.36, df=61, P-value=0.00000, RMSEA=0.083

شکل ۲: مدل اندازه گیری متغیر تعهدکاری کارکنان در حالت تخمین استاندارد مرتبه اول

تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم تعهدکاری کارکنان

در تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول از سوال های پرسشنامه به ابعاد تعهدکاری کارکنان رسیدیم. در ادامه از تحلیل عاملی مرتبه دوم برای رسیدن به تعهدکاری کارکنان استفاده شده است که شاخص های برازش مدل نشان دهنده این است که مدل اندازه گیری دارای برازش نسبتاً خوبی است، زیرا کای دو به درجه آزادی آن کمتر از ۳ بوده و EASRM نیز نزدیک ۰/۰۹ است که براساس دیدگاه مک کالوم و همکاران (۱۹۹۶) اگر مقدار این شاخص کوچکتر از ۰/۱۰ باشد، برازندگی مدل بسیار عالی است. شکل ۳ مدل در حالت ضرایب معناداری را نشان می دهد:

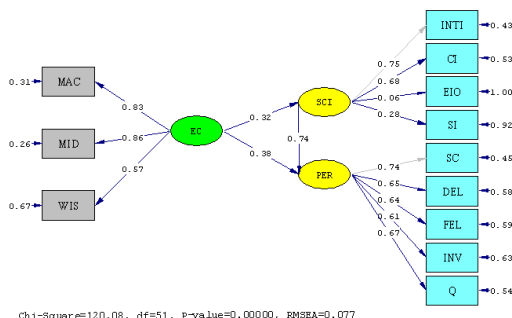


Chi-Square=177.64, df=59, P-value=0.00000, RMSEA=0.094

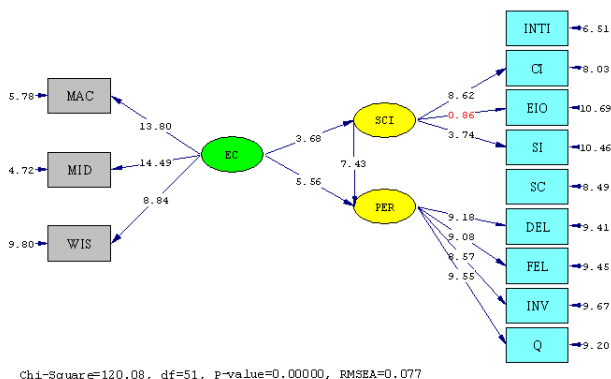
شکل ۳: مدل اندازه گیری متغیر یکپارچگی زنجیره تامین در حالت ضرایب معناداری مرتبه دوم

● ارائه مدل تاثیرگذاری تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی در ایران

با توجه به نتایج تحلیل عاملی تاییدی در مرتبه اول و دوم، می توان گفت مدل اندازه گیری برای انجام مدل معادلات ساختاری مناسب می باشد و قابل اطمینان است. در این بخش برای تأیید و یا رد فرضیه های پژوهش ابتدا مدل معادلات ساختاری در دو حالت تخمین استاندارد و ضرایب معناداری ارائه شده است. به عبارت دیگر، فرضیه های اصلی در حالت ساختاری مورد آزمون قرار می گیرد و در ادامه با توجه به تایید یا رد برازش مدل نسبت به آزمون فرضیه های (فرعی) منتج از مدل در حالت مدل اندازه گیری اقدام شده است.



شکل ۴: مدل ساختاری برازش یافته پژوهش در حالت تخمین استاندارد



شکل ۵: مدل ساختاری برازش یافته پژوهش در حالت ضریب معناداری

جدول ۴: شاخص های برازش مدل ساختاری پژوهش

ردیف	شاخص مدل	ارزش های مورد انتظار (سفارش شده)	ارزش های محاسبه شده مدل
۱	GIA	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳
۲	IFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۶
۳	CFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۶
۴	NFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳
۵	RMSEA	پایین تر از ۰/۰۹	۰/۰۷۷
۶	df/۲	کمتر از ۳	۲/۳۵

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقادیر تمامی شاخص‌ها نشان دهنده برآزش مناسب و قابل قبول مدل مفهومی پژوهش می‌باشد. بنابراین، همخوانی الگوی مفهومی با داده‌های گردآوری شده، مورد تایید است.

جدول ۵: بررسی فرضیه‌های اصلی پژوهش

نتیجه آزمون	ملاک معناداری	آماره t	ضریب مسیر			فرضیه‌های پژوهش
			کل	اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	
تایید H ₁	۱/۹۶	۵/۵۶	۰/۶۲	۰/۲۴	۰/۳۸	تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی در ایران
تایید H ₁	۱/۹۶	۳/۶۸	۰/۳۲	--	۰/۳۲	تعهد کاری کارکنان بر یکپارچگی زنجیره تامین تأثیر گذار است

بنابراین با توجه به مدل ساختاری پژوهش و جدول ۵، تعهدکاری کارکنان بر روی عملکرد شرکت دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۳۲ و اثر مثبت، غیر مستقیم و معناداری برابر ۰/۲۴ می‌باشد. تعهدکاری کارکنان بر روی یکپارچگی زنجیره تامین دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۳۲ می‌باشد. همچنین خود یکپارچگی زنجیره تامین نیز بر روی عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۷۴ می‌باشد. لذا می‌توان ادعا کرد که تعهد کاری کارکنان از طریق یکپارچگی زنجیره تامین اثر مثبت، غیر مستقیم و معناداری بر روی عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی دارد. این بدان معناست که یکپارچگی زنجیره تامین نقش واسطه‌ای بر تأثیر تعهد کاری کارکنان و عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

تعهد کاری کارکنان بر عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی در ایران تأثیرگذار است. نتایج تحلیل مسیر این تحقیق با توجه به مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب معناداری و استاندارد مشخص نمود که تعهدکاری کارکنان بر روی عملکرد شرکت دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۳۸ و اثر مثبت، غیر مستقیم و معناداری برابر ۰/۲۴ (حاصل ضرب ضرایب معناداری) بر عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی دارد. لذا می‌توان ادعا کرد که تعهد کاری کارکنان از طریق یکپارچگی زنجیره تامین اثر مثبت، غیر مستقیم و معناداری بر روی عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی دارد و نقش واسطه‌ای یکپارچگی زنجیره تامین بر تأثیر تعهد کاری کارکنان و عملکرد شرکت‌های تولیدی ورزشی با ۹۵ درصد اطمینان مورد تایید قرار می‌گیرد. بنابراین هر چه تعهدکاری کارکنان در یکپارچگی زنجیره تامین شرکت‌های تولیدی ورزشی بیشتر باشد، بهبود در عملکرد شرکت نمود بیشتری دارد. این یافته‌ها مطابق با ادبیات بررسی شده است و نشان می‌دهد که تعهد کاری کارکنان که خود متأثر از اعتماد، همکاری، احساس عدالت، مشارکت سازمانی و سایر عامل‌های مورد تایید در پژوهش حاضر است، می‌تواند در بهبود عملکرد شرکت در بین

شرکای زنجیره تامین نقش مهمی ایفا کند. همچنین تأثیر تعهد، اعتماد، عوامل انگیزشی در یکپارچه سازی زنجیره تامین بر اساس همکاری، اعتماد و تعهد، بهبود کارایی و رضایت مشتری، در مطالعات گزارش شده است. به علاوه، تعهد کارکنان و ابعاد یکپارچگی زنجیره تامین بر چندین عامل عملکردی مانند انعطاف پذیری، تحویل، کیفیت، موجودی انبار و رضایت مشتری، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم داشته است (وارمولن و همکاران، ۲۰۱۶؛ آلفلا لوکویه و همکاران، ۲۰۱۵ و جین و همکاران، ۲۰۱۳). این نتایج گویای آن است که تعهد نیروی انسانی در یکپارچگی زنجیره تامین و تأثیر آن بر عملکرد شرکت که تاکنون کمتر مورد توجه قرار می گرفت تا چه اندازه می تواند ارزش رقابتی و بهبود عملکرد شرکت را سبب شود. معمولاً این طور برداشت می شود که یکپارچگی در زنجیره تامین با یک وضعیت مشخص می گردد که اعضای زنجیره تأمین، با هماهنگی با خواسته های مشتری با هم همکاری کنند تا عملکرد و سودآوری بیشتری داشته باشند، اما کمتر به این مهم توجه شده است که نقش منابع انسانی به خصوص تعهد کاری کارکنان که تحت تأثیر انسجام، اعتماد، همکاری، ادراک عدالت و وفاق سازمانی و در کل سطوح کلان، میانه و خرد تعهد کاری در بین اعضای زنجیره تامین برای بهبود عملکرد ضروری است - یکی از شروط لازم برای فعالیت شرکت ها انسجام و همبستگی اجتماعی است. انسجام اجتماعی به معنای آن است که گروه وحدت خود را حفظ کند و با عناصر وحدت بخش خود تطابق و همناوبی داشته باشد. همبستگی و انسجام، احساس مسئولیت متقابل بین چند نفر یا چند گروه است که از آگاهی و اراده برخوردار باشند و حائز یک معنای اخلاقی است که متضمن وجود اندیشه یک وظیفه یا الزام متقابل است. همچنین، یک معنای مثبت از آن برمی آید که وابستگی متقابل کارکردها، اجزا یا موجودات در یک کل ساخت یافته را می رساند (دراگ و همکاران، ۲۰۱۲). از نظر پوتنام (۲۰۱۸) آنچه که مشارکت همه اقشار مردم و پس اندازهای شان را در فرایندهای تولیدی امکان پذیر ساخته بود، حس فراگیر درستکاری بود که به وسیله حس تعلق به یک اجتماع یکپارچه تقویت شده بود. بهبود چشمگیر زندگی اقتصادی و عملکرد حکومت به وسیله هنجارها و شبکه های مشارکت مدنی ممکن شده بود. تغییرات انقلابی که در نهادهای سیاست و اقتصاد رخ داد، برآمده از این شرایط اجتماعی منحصر به فرد و پیوندهای افق همکاری و همبستگی اجتماعی درون آن بود (آلفلا لاکویه و همکاران، ۲۰۰۹). گومز و همکاران (۲۰۱۷) هم علاوه بر تأثیر پذیری تعهد سازمانی از عدالت سازمانی و ادراک عدالت به نقش ادراک عدالت و تعهد سازمانی در ادغام بین المللی شرکت های انگلیسی و ژاپنی در درک متقابل مرزها، بر این امر تأکید می کنند که رابطه بین ادراکات عدالت و تعهد در درک متقابل مرزها نشان دهنده یک رابطه قوی بین ادراکات کارکنان از عدالت در هنگام ادغام و تعهد به سازمان جدید است. این مهم از نظر آلفلا لوکویه و همکاران (۲۰۱۵) علاوه بر این که پایداری در یکپارچگی زنجیره تامین را سبب می شود، به ارتقای عملکرد کلیه شرکا در زنجیره تامین منجر می گردد.

تعهد کاری کارکنان بر یکپارچگی زنجیره تامین شرکت های تولیدی ورزشی در ایران تاثیرگذار است. نتایج تحلیل مسیر تحقیق با توجه به مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب معناداری و استاندارد مشخص نمود که تعهدکاری کارکنان بر روی یکپارچگی زنجیره تامین شرکت های تولیدی ورزشی دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۳۲ می باشد. لذا می توان ادعا کرد که تعهد کاری کارکنان می تواند در تبیین تغییرات یکپارچگی زنجیره تامین تأثیر مثبت، مستقیم و معناداری داشته باشد. بنابراین این فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان مورد تایید قرار می گیرد. هر چند در بررسی های انجام شده از سوی محقق مشخص گردید که مطالعات اندکی به تأثیر تعهد کاری

کارکنان بر یکپارچگی زنجیره تامین پرداخته اند، اما این یافته با مطالعات دیگر همسو است. زائو و همکاران (۲۰۱۱) تأثیر همزمان یکپارچگی داخلی و تعهد به مشتریان بر یکپارچگی خارجی با مشتریان و تامین کنندگان را گزارش نموده اند، اما نزدیک ترین مطالعه به پژوهش حاضر بررسی آفلا لوکویه و همکاران (۲۰۱۵) است که تأثیر مستقیم تعهد سازمانی را بر یکپارچگی زنجیره تامین مورد تایید قرار داده اند. وارمولن و همکاران (۲۰۱۶) هم در مطالعه پدیدار شناسی خود تأثیر تعهد، اعتماد، عوامل انگیزشی در یکپارچه سازی زنجیره تامین، پیش بینی یکپارچگی با تامین کنندگان بر اساس همکاری، اعتماد و تعهد، بهبود کارایی و رضایت مشتری را از جمله مضمون‌های اصلی مطالعه خود بیان کرده است. گومز و همکاران (۲۰۱۷) هم تأثیر پذیری تعهد سازمانی از عدالت سازمانی و ادراک عدالت، نقش ادراک عدالت و تعهد سازمانی در یکپارچگی بین المللی شرکت های انگلیسی و ژاپنی مهم دانسته و مورد بررسی قرار داده اند. در رویکرد منبع محور و بر پایه تعهد بالا، شرکت ها می توانند به شکل منحصر بفردی، منابع و قابلیت های رقابتی پایدار ایجاد کنند. براساس این رویکرد روابط برپایه تعهد، اعتماد، اهداف مشترک و پاداش های سیستمی، شرایطی ضروری برای موفقیت شرکت در زنجیره تامین به وجود می آورد. داشتن نیروی کار متعهد به دستیابی یکپارچگی داخلی کمک می کند که به نظر آفلا لوکویه و همکاران (۲۰۱۵) این امر می تواند یکپارچگی مشتری و تامین کننده را هم به همراه داشته باشد- هر چند اگر هم یکپارچگی داخلی را در نظر نیاوریم، تعهد بر یکپارچگی مشتری و تامین کننده هم اثرگذار است. در رویکردهای دیگر هم به نقش پیشیندستی و ضروری تعهد کاری کارکنان بر جهت‌دهی درون سازمانی تا کید شده است که بر اساس رویکرد سیستم های اجتماعی این مهم دور از ذهن نمی تواند باشد.

عملکرد، یکی از مهم ترین مفاهیم مورد بحث در پژوهش‌های مدیریت است که معیاری برای کارایی و موفقیت سازمان محسوب می‌گردد. از این رو، در عصر فرا رقابتی سازمان‌ها با محیطی رو به رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی، جهانی شدن و پویایی است. به طور گسترده‌ای تایید شده است ارزشی که منجر به پویایی می‌شود، در نتیجه بهبود مستمر عملکرد به دست می‌آید. بهبود مستمر عملکرد سازمان‌ها، یکی از اقدامات اساسی در مسیر توسعه اقتصادی کشورها و برتری رقابتی محسوب می‌شود و نیروی عظیم هم افزایی ایجاد می‌کند که این نیروها می‌تواند پشتیبان برنامه رشد، توسعه و ایجاد فرصت‌های تعالی سازمانی شود. از این رو، شرکت ها برای بهبود عملکرد و مقابله با رقبا باید دارای مزایای رقابتی باشند تا بتوانند در شرایط پیچیده و متحول عملکردی برتر داشته و خود را در بازارها حفظ نمایند، اما با وجود مطالعات گسترده هنوز شرکت‌ها و مدیران مدیریت سازمانی نتوانسته اند به یک اجماع از عوامل مؤثر بر عملکرد شرکت‌ها دست یابند، به خصوص در عصری که رقابت شدیدی در بین شرکت ها برای دست یابی به مزیت رقابتی وجود دارد و شرکت های تولیدی ورزشی ایران بخاطر تگناهای اقتصادی و عدم قدرت رقابت با شرکای خارجی، هنوز نتوانسته اند در عرصه داخلی و بین المللی با یک زنجیره پایدار، اقدام به یکپارچه سازی در منابع و قابلیت های خود نمایند. اگر شرایط فراهم باشد و شرکت ها بخواهند با تغییر راهبرد می توانند ضمن شناسایی عوامل تاثیر گذار بر عملکرد شرکت، زمینه های مدیریت زنجیره تامین قوی را به وجود آورند. این مهم زمانی شکل می گیرد که شرکت‌ها بتوانند از نظر راهبردی منابع خود را به اشتراک بگذارند و زمینه های این امر اعتماد و تعهدی می‌تواند باشد که در بین اعضا زنجیره تامین وجود دارد. بنابراین توجه به عملکرد شرکت

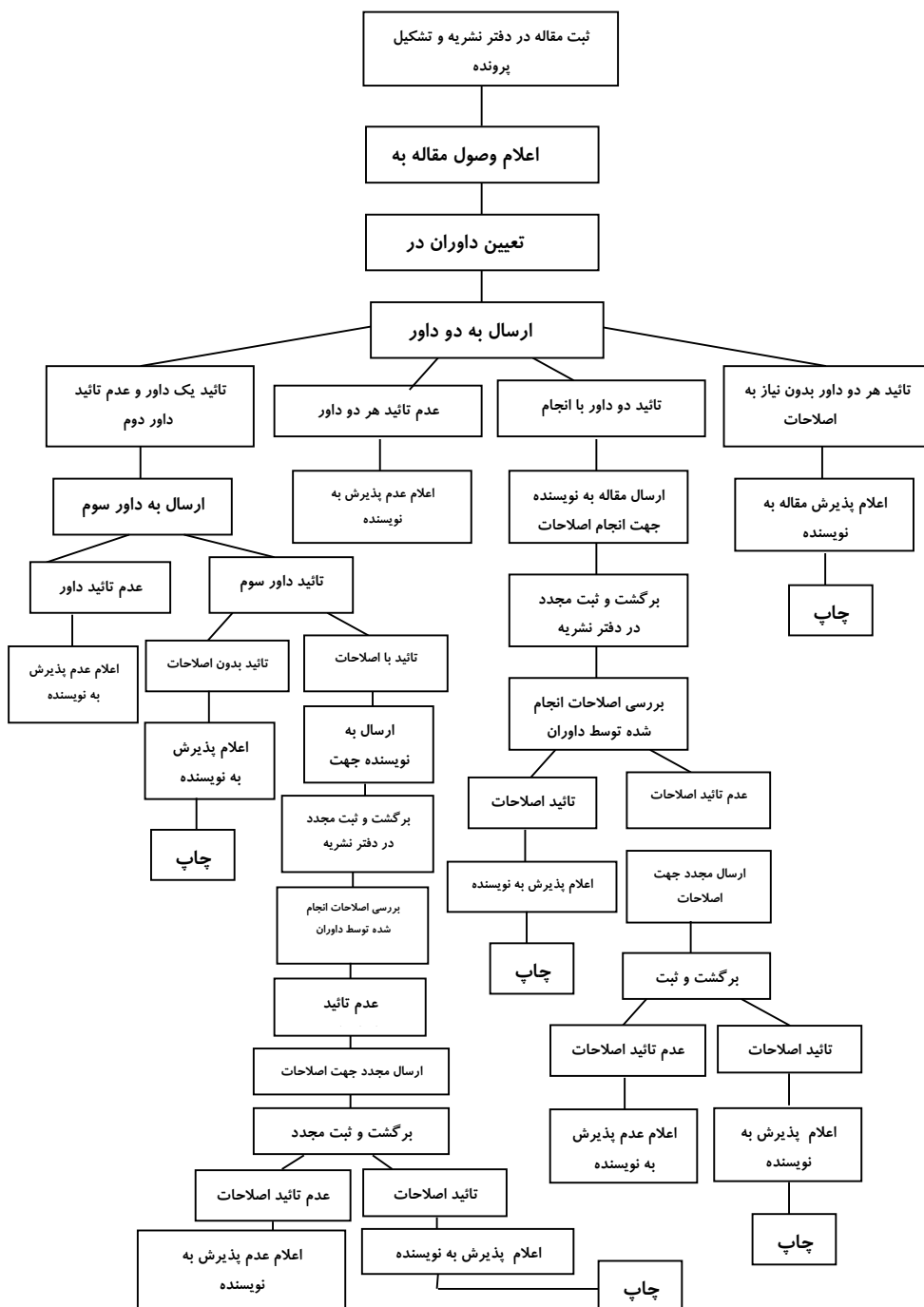
بدون توجه به تعهدکاری کارکنان و یکپارچگی زنجیره تامین نمی تواند منجر به یکپارچگی زنجیره تامین پایدار جهت کسب ارزش افزوده و استفاده از قابلیت های شرکت به خصوص از جنبه رویکرد منبع محور باشد. پژوهش حاضر نشان داد که تعهدکاری کارکنان می تواند اثر مستقیم و غیر مستقیم مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت های تولیدی ورزشی داشته باشد. هم چنین اثر مستقیم و مثبت یکپارچگی زنجیره تامین بر عملکرد و اثر مستقیم تعهد کاری کارکنان بر زنجیره تامین، مورد تایید قرار گرفت. نتایج این پژوهش می تواند یک منبع با ارزش برای استفاده شرکت های تولیدی ورزشی برای یکپارچه سازی قابلیت های خود با توجه به تعهد کاری کارکنان باشد. بنابراین در بررسی اثر یکپارچگی زنجیره تامین در عملکرد شرکت باید منابع و عوامل درون سازمانی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. مروری بر مطالعات گذشته نشان می دهد که توجه به مدیریت نیروی انسانی در مدیریت زنجیره تامین و یکپارچگی زنجیره تامین کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش راهگشای مطالعات بعدی برای محققان و شرکت های تولیدی ورزشی است که مدیران بتوانند در برنامه های خود زمینه های لازم جهت تعهدکاری بالاتر و توجه به زنجیره تامین پایدار بر اساس تعهد و اعتماد متقابل را فراهم نمایند.

منابع

- سجادی، م؛ امامی اسکاردی، ف و توان، ف. (۱۳۹۳). «شبه سازی زنجیره تامین تک محصولی غیرقطعی با هدف به حداقل رساندن شاخص عملکردی زمان حمل تولید و توزیع». دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالش ها و راه کارها، شیراز.
- شریفیان، اسماعیل؛ یوسفی زرنندی، محمد حسین و قهرمان تبریزی، کوروش. (۱۳۹۵). چلبی، مسعود. (۱۳۹۴). جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی
- «موانع درون بخشی صنعت ورزش در رقابت با کالاهای ورزشی خارجی». فصلنامه پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزش، صص ۷۳-۸۲.
- شفیع، م؛ فلاحی، ل و رضایی، . (۱۳۹۲). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر یکپارچگی زنجیره تأمین: صنایع غذایی استان فارس». پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۳، شماره ۲، صص ۴۳-۶۵.
- تربتی، ا؛ ارسنجانی، م ع و فیروزشاهی، م. (۱۳۹۴). «تدوین نقشه راهبرد مدیریت زنجیره تامین با ترکیب نمودار حلقه علی و کارت امتیازی متوازن». مجله مدل سازی در مهندسی. دوره ۱۳، شماره ۴۲، صص ۱۵۱-۱۶۵.
- Alfalla-Luque, R., Marin-Garcia, J. A., Medina-Lopez, C. (2015). "An analysis of the direct and mediated effects of employee commitment and supply chain integration on organizational performance, Int. J." Production Economics 162, 242-257.
- Boon, C. and Kalshoven, K. (2014). "How high commitment HRM relates to engagement and commitment: The moderating role of task proficiency, Human Resource Management". 53 (3), 403-420.
- Droge, C. Vickery, S, K. Jacobs, M.A. (2012). "Does Supply Chain Integration Mediate the Relationships Between Product/Process Strategy and Service Performance? An empirical Study, Int. J." Prod. Econ, 137 (2), 250-262.
- Flood, B.B. Huo, B. Zhao, X. (2011). "The Impact of Supply Chain Interaction on Performance: A Contingency and Configuration Approach, J. Oper". Manage, 28, 58-71.
- Gomes, E., Mellahi, K., Sahadev, S., Harvey, A. (2017). "Perceptions of justice and organizational commitment in international mergers and acquisitions". International Marketing Review, 34 (5), 582-605.
- Liao, H & Rupp, D.E. (2005). "The impact of justice climate and justice orientation on work outcomes: Across-level multifocal framework". Journal of Applied Psychology, 90, 242-256.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2014). Sport marketing. (4rd ed). Champaign, IL: Human Kinetics
- Kumar, V., Chibuzo, E. N., Garza-Reyes, J. A., Kumari, A., RochaLona, L. and Lopez-Torres, G. C. (2017). "The impact of supply chain integration on performance: Evidence from the UK food sector". Procedia Manufacturing, 11. 814-821.

- Kauppi, K., Longoni, A. (2016). **“Managing country disruption risks and improving operational performance: risk management along integrated supply chains”**. International Journal of Int. J. Production Economics, 182, 484-495.
- Wu, I. L., Mai-Lun Chiu, M. L. (2018). **“Examining supply chain collaboration with determinants and performance impact: Social capital, justice, and technology use perspectives”**. International Journal of Information Management, 39, 5–19.
- Rinto, O., Rahmat Syah, T.Y. (2018). **“The influence of compensation and motivation towards Performance Mediated by Organizational Commitment”**. International Journal of Economics, Commerce and Management. 11(4): 786-805.
- Pandey, Alankrita; Schulz, Eric R.; Camp, Richard R. (2018). **“The Impact of Supervisory Support for High- Performance Human Resource Practices on Employee In-Role, Extra-role and Counterproductive Behaviors”**. Journal of Managerial Issues. 30 (1), 97-121.
- Vermeulen, Y., Niemann, W., Kotzé, T. (2016). **Supply chain integration: A qualitative exploration of perspectives from plastic manufacturers in Gauteng**. Published: 16 May 2016.
- Jin, Y.H., Fawcett, A.M., Fawcett, S.E. (2013). **“Awareness is not enough: commitment and performance implications of supply chain integration. Int. J”**. phys. D Logist. Manage. 43 (3), 205-230.
- Zhai, X. Huo, B. Selen, W. Yeung, J.H.Y. (2011). **“The Impact of Internal Integration and Relationship Commitment on External Integration, J. Oper”**. Manage, 29 (1-2), 17-32.
- Khan, H., Khan, M. (2018). **“Defining and Measuring Professionalism in Professions of Service Sector”**. Science Journal of Management, 3 (1), 20-48.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Victimology of Crimes against Youth (Case Study: Allameh Tabataba'i University Students)

Mohamad Ali Fateminia

Ph.D., Assistant Professor, Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran

Ghobad Kazemi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

Sattar Parvin

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 14 Apr. 2021

Accepted: 8 May 2021

Many crimes that occur in society are not usually reflected in the formal statistics. Influenced by several factors, victims of crime mainly are not willing to report the crime to authorities relevant in this regard. Victim surveys are a good way to accurately estimate the incidence of crime.

This study is to provide a more accurate estimation of the crime rates through conducting a victimology survey among students of Allameh Tabataba'i University. The research sample is 400 undergraduates, graduate and doctoral students.

The findings showed that about 37% of students have been victimized at least once in the past year and only 22% of them reported the crime to the formal authorities. Also, the highest crime rates are related to streets, public transportation and cyberspace. Only 14% of crimes are occurred on university campus. The results of the study can help to understand the victimization of students and develop legal, psychological and social support programs for them.

Key Words: Students, Youth, Victimization, Crimes and Allameh Tabataba'i University

Why Young Married Men have Extramarital Relationship in Tehran City

Helen Nikbakhsh

Ph.D. Student in Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Nowruz Hashem Zehi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Social Sciences and Communication, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Nazanin Malekian

Ph.D., Assistant Professor, Department of Social Sciences and Communication, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 24 Jan. 2022

Accepted: 5 Feb. 2022

8

The family plays an important role in social solidarity and any change in the couple's relationship affects it. One of the developments that destabilizes and weakens the family foundation is the extramarital relationship of spouses. Unconventional communication means not adhering to the commitment of marriage, and considering that it endangers the foundation of the family and consequently the foundations of society, it is important to be analyzed. Therefore, the study is to identify the reasons for extramarital affair of young married men. It is conducted with a qualitative approach, based on grounded theory and with the structure of in-depth interviews without structure. The required data were collected through interviews with 15 young married men in Tehran with a history of extramarital affair who wished to participate in the study.

The results showed that individual factors, attitudes, inappropriate marriage, interaction/communication and environmental factors have been effective in initiating an unusual relationship between couples.

Key Words: Extramarital Relationship, Interactive/Communication Factors and Environmental Factors

Factors Attracting Young People to the Election Campaigns of the Winning Candidate of the 11th and 12th Presidential Terms

Mohsen Amiri

Ph.D. Student in Political Sociology, Department of Political Sciences and International Relations, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Simin Hajipour Sardue

Ph.D., Assistant Professor in Political Sociology, Department of Political Sciences and International Relations, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mojtaba Maghsoodi

Ph.D., Associate Professor, Department of Political Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Reza Kaviani

Ph.D., Assistant Professor, Department of Political Sciences and International Relations, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 1 May 2021

Accepted: 25 May 2021

Analysis of electoral behavior is one of the basic features of electoral sociology that various models can be provided about it by studying different elections. The study is to identify the factors affecting the recruitment of young people to the election campaigns of the winning candidate of the presidential elections of the 11th and 12th terms. Accordingly, this research is a descriptive one based on the results and purpose of applied research and also in terms of method, and in terms of data collection from the survey branch. According to the sample size, 384 questionnaires were prepared and given to people who voted for Hassan Rouhani to collect information.

The analysis of the data collected using the results of statistical techniques showed that special election programs have played a significant role in youth participation in the eleventh and twelfth presidential elections.

Key Words: Political Society, Presidential Elections, Election Campaigns and Youth Participation

Effects of Cultural Capital on Body Management (Case Study: Female Student Teachers of Farhangian Campus in Hamedan)

Jaber Molaie

Ph.D., Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Iran

Habib Hashemifar

Master Degree in Sociology, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Fatemeh Hashemi Arouf

Bachelor of Social Sciences, Farhangian Campus University, Hamedan, Iran

Received: 28 Jun. 2020

Accepted: 26 Jul. 2020

10

The study is to investigate the effects of cultural capital (and its three dimensions) on body management among female student teachers of Farhangian Campus in Hamedan. The theories of Bourdieu, Schilling, Martin and Gantz have been used. The method of this research was survey and the data collection tool was a questionnaire. The statistical population included all female student teachers of Farhangian campus in Hamedan. The sample size was determined based on Cochran's formula (182 people). The sampling method was categories proportional to the volume. The data were described and analyzed using SPSS and AMOS statistical softwares.

The findings indicated that there was a significant and positive relationship between the three dimensions of cultural capital and body management. The results of structural equation modeling showed that the model is of a good fit and model fit indices have shown acceptable values. Also, the data collected from the study sample was of necessary compatibility with the conceptual model of the research. Therefore, the general conceptual model proposed in this study was approved.

KeyWords: Cultural Capital, Body Management, Female Students and Hamedan

A Meta-analysis on the Role of Media and Cyberspace in the Development of Iran's Sports Tourism

Lachin Alizadeh

Master Degree in Sport Management, Department of Physical Education, Khoy Branch, Islamic Azad University, Khoy, Iran

Mohammad Nasiri

Assistant Professor in Sport Management, Department of Physical Education, Khoy Branch, Islamic Azad University, Khoy, Iran

Received: 24 Nov. 2020

Accepted: 29 Dec. 2020

11

The study is to present a meta-analysis of studies on the role of media and cyberspace in the development of sports tourism. The research method was meta-analysis. The statistical population included all reported research on the role of media and cyberspace in the development of sports tourism. From the statistical population, 11 studies that met the criteria for entering the meta-analysis were selected as a research sample through the census method. A total of 103 research hypotheses were extracted from the sample research and classified into three categories of media, social and tourism factors and entered into the meta-analysis process. CMA2 and SPSS software were used to analyze the collected data separately.

The results using the random effects model showed that the overall effect size of all the effective factors in sport tourism is $r = 0/277$ ($p = 0/000$). Also, according to the results, the effect size of media factors was $r = 0/243$, the social factors $r = 0/347$ and tourism factors were $r = 0/225$. All effects were moderately evaluated according to Cohen. Television, internet and new media can be used to the maximum due to easy access and also to introduce the tourism potentials and sports attractions of an area.

Key Words: Sports Tourism Ddevelopment, Media, Cyberspace and Meta-analysis

Effective Factors in Identifying Student Sports Talents in a Comprehensive Information Management System

Beheshteh Dadgar

Ph.D. Student in Sport Management, Central Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farideh Ashraf Ganjooyi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Central Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Esmaeili

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Central Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 6 Jun. 2020
Accepted: 24 Nov. 2020*

12

The study is to identify the effective factors for identifying Iranian student sports talents in the comprehensive information management system. It was based on the applied purpose, in terms of qualitative methodology using the type of content analysis, based on the emerging method. The statistical population was consisted of published documents on the topic of talent identification of sports student and 21 experts. Sampling was done in the form of snowballs and continued until the interviews reached the stage of theoretical saturation. The data was collected through in-depth interviews. The validity of the study was confirmed based on six. The reliability of 85% was also reported. From the data analysis, four main categories including 1) targeting, 2) talent identification factors, 3) talent identification barriers and 4) structural factors and 22 subcategories were obtained. It can be said that the existence of a comprehensive information management system for Iranian student sports talents is very necessary because of the discussion of budget, attracting sponsors and investing on talents. Besides, the identification program is not of a specific meaning. So, having a talent management information management system helps managers to use the output to determine the shortcomings and obtain excess funding from other agencies or attract sponsors, and before holding a talent search program to make sure that the budget for all activities supports and does not suffer from shortcomings and debts.

According to the results, due to the fact that the predictive power of aptitude tests is not enough for the future and it is difficult to predict specialized practices, it is suggested to pay attention to the principles raised in connection with talent identification.

Key Words: Information Management, Sports Talent Search and Student Sports

A Model of Intellectual Sovereignty Development in Iranian Sport

Mohammad Mahdi Soltani

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Hossein Ali Mohammadi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran; Department of Physical Education, University of Qom, Qom, Iran

Hamid Foroghi-pour

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Received: 30 Jun. 2019

Accepted: 16 Oct. 2019

The study is to present a model of intellectual development in Iranian sport. The study was a mixed type one that was conducted qualitatively and quantitatively. The statistical population consisted of the elite of sport management and intellectual property elite in the country. Twelve individuals were identified as the research sample using snowball sampling. In the quantitative section, the statistical population included researchers and inventors in the field of sport who 210 were selected using available sampling method and according to Morgan table, 132 individuals were selected as the sample. The research instrument consisted of questionnaires and semi-structured interviews. Coding according to the Strauss and Corbin paradigm model was used to evaluate the qualitative data and the structural equation method was used in the quantitative part. Data analysis was performed in SPSS 20 and Smart PLS 2 softwares.

The results showed that there are some causal, contextual, interventional conditions, consequences, and strategies for developing intellectual governance in sport and the research model is of a good fit. In general, the development of intellectual sovereignty needs to address certain issues related to government, the media and profitable individuals, while considering laws, structural, cultural and social conditions. In the meantime, improving social responsibility, central justice and controlling theft plays an important role in the development of intellectual governance in sport.

Key Words: Intellectual Sovereignty, Sport, Invention and

Compiling the Structural Modeling of Barriers to Strategic Planning Implementation in Iranian Sport Federations

Hourieh Nikdast

Ph.D. in Sport Management (Strategic Management in Sport Organizations and Events), Shomal University, Amol, Iran

Seyyed Mohammad Hossein Razavi

Ph.D., Professor in Sport Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Saeed Amirnejad

Ph.D., Assistant Professor, University of Art, Tehran, Iran

Received: 8 May 2019
Accepted: 23 Jun. 2019

14

The study is to develop a structural model for identifying barriers to strategic planning in sport federations of Iran. The research method of this research is descriptive-analytical and in terms of applied field application. The statistical population consisted of 200 managers and experts in sports federations. Sampling was done by total number and 177 questionnaires were collected. The research instrument was a researcher-made questionnaire. The face and content validity of the questionnaire were confirmed by experts and its reliability was confirmed by using Cronbach's alpha on a 30-member sample with 82/2. For data analysis, descriptive statistics and inferential statistics of exploratory factor analyzing the data, Friedman ranking test and structural equation modeling were performed using SPSS and Amos software version 23. The results showed that the 11 main factors hindering the implementation of strategic planning in selected sports federations of Iran. Also, there are significant differences between the obstacles to implementing strategic planning in selected sports federations of Iran from the viewpoint of research samples. So "management barriers" have the highest rank and "political and legal environment" are of the lowest rank. Finally, the structural model of barriers to strategic planning implementation in Iran's sports federations has been developed and approved.

Key Words: Strategic Plan, Sports Federation and Structural Model

Strategic Analysis of Iranian Football Land-use Planning

Javad Mohammadi

Ph.D. Student in Sport Management, Kish International Campus, University of Tehran, Kish, Iran

Seyyed Nasrollah Sadjadi

Ph.D., Professor in Sport Management, Physical Education Department, University of Tehran, Tehran, Iran

Hossein Rajabi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Physical Education Department, Kish International Campus, University of Tehran, Kish, Iran

Rasoul Nazari

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

*Received: 6 Apr. 2019
Accepted: 18 Jun. 2019*

The study is to develop strategic themes for Iranian football. The Research method was a survey-based survey with a developmental approach that consisted of the critical paradigm and was carried out in the form of an introductory study. The statistical population were Iranian experts. A total of 70 people were selected through snowball sampling. A combination of qualitative methods of open-ended questionnaire and interviews, and quantitative coefficient and ranking methods were used to collect and analyze data. The research tool was a checklist derived from the approaches of territorial analysis of football in Iran. Its formal and content validity was confirmed by 10 sports management specialists. The respondents were asked to list the strengths, weaknesses, opportunities and threats of this sport, while using GIS, a descriptive-analytical model was presented and part of the information obtained in a soft environment Arc-GIS software was analyzed.

The results showed that there was an uncommon distribution of football and space spaces in Iran, while considering the strategic position and strategic matrix, the strategy of Iranian football strategies is a competitive strategy.

Key Words: Land Use Planning, Program, Football and Strategic

Identifying Sport Entrepreneurial Opportunities with Championship Approach

Taghi Ashouri

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Morteza Dousti

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Seyyed Mohammad Hossein Razavi

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Abolhassan Hosseini

Ph.D., Associate Professor in Business Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Received: 20 Jan. 2019

Accepted: 19 May 2019

The research is to identify and rank the entrepreneurship opportunities with the championship sport approach in the sport industry. The research was qualitative one strategically, based on content-analysis by operational and developmental purpose. The statistical society includes all professors, graduates and university students in different fields of study such as physical education and sport science, the organizational managers with research or administrative expert in the area of championship sport and sport events and familiar with entrepreneurship basics and also are entrepreneurs in the field of championship sport that by purposeful sampling in total 32 people participated in semi-structural interview to come theoretical saturation in Delphi method in (5) times. The research tools were established coding sheets instruction that their validity confirmed by the college specialized and experts and entrepreneurship, say, content-validity and the tools reliability (coding sheets) determined by help the coefficient of agreement between the coders i.e. PSCAT coefficient (95%).

By recognizing the 174 entrepreneurship opportunities in six sub domain and their ranking, the results showed that income and commercial activities, sport club activities and talent-discovering were at first respectively. Low-cost for business start, high-capacity for innovation and employment, create the stable develop, high-diversity in business time and place are the characteristics that we can find it by researching about the opportunities and human resources in sport (graduates and athletes).

Key Words: Opportunity Identifying, Entrepreneurial Opportunity, Sport Tourism, Sport Industry and Iran

Role of Social Capital on the Formation of Desirable Behaviors of Football Spectators with Emphasis on the Presence of Women in Sports Stadiums

Mahboubeh Naghavi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, University of Art, Tehran, Iran

Amir Reza Khadem

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received: 6 Apr. 2020

Accepted: 20 Jun. 2020

17

The research is to investigate the role of social capital in shaping the desirable behaviors of football spectators by emphasizing the presence of women in sports stadiums. The research carried out in accordance with the method of collecting data from a mixed exploratory sequence. The data collection tools in the qualitative stage were semi-structured interviews. The statistical sample consisted of 23 people from male and female sports spectators and members of the Fans' Association, spectator leaders in stadiums, professional athletes, coaches, sports managers, psychologists and sports sociologists and sports media professionals. The research sample randomly selected by snowball method. In the qualitative stage, the data analyzed by coding method in three stages: open, central and selective. The findings included 63 categories in open coding and 10 classification concepts in axial coding. In the selection coding stage, the components of social capital modeled, which have influenced the formation of desirable behaviors of football spectators. In the quantitative phase, the sample consisted of 200 individuals randomly selected. For exploratory and confirmatory factor analysis, 20 Spss and AMOS softwares used to evaluate the research model.

The results showed that according to the Goodness Fitness Index (GFI), (0/913) the model developed in the field of the role of social capital on the formation of desirable behaviors of football spectators with emphasis on the presence of women in sports stadiums is of desired quality. It is necessary the officials and organizers of sports events to pay more attention to the components of social capital that play a key role in shaping the football spectators behavior. To take advantage of these factors, cultural and social contexts for women's presence in football stadiums should be provided.

Key Words: Stadiums, Spectators, Social Capital, Wome and Football

Opportunities of Betting on Equestrian in Golestan Province

Fatemeh Shaygan

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Morteza Dousti

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

*Received: 4 Feb. 2019
Accepted: 30 Apr. 2019*

18

The research is to analyze the opportunities of betting on equestrian in Golestan province. It was conducted through a mixed-method. The statistical population included academic elite, jockeys, coaches, fans and spectators, horse owners, and experts acting on Golestan equestrian. In the first step of the research, the opportunities of betting were recognized by interviewing with 20 individuals of statistical population. In the second step, the opportunities recognized by Delphi group (20 individuals) were examined in two periods. In the final step, ranking opportunities recognized to rank opportunities through Friedman test using SPSS software.

The results showed that with regard to ranking mean, in politics and law element, consistently and legally holding a bet on equestrian is of the most effect with ranking mean 4/63; in economics and infrastructure element, considering Turkmen original horse as national wealth and as instrument to economically and sporty enter in global competition field is of the most effect with ranking mean 14/20; in social element, influence of equestrian coefficient in Turkmen families is of the most effect with ranking mean 7/23; in technology element, presence of skilled coaches to recognize and train jockeys to participate at betting matches is of the most effect with ranking mean 5/43; and in environment element, high potential for combining sport and natural (ecotourism) tourism is of the most effect with ranking mean 1/55.

The Content validity of the questionnaire was examined by 6 sport management professors. To examine reliability, reliability of whole questionnaire was examined through Cronbach's Alpha test by SPSS 23 and 0/85 was obtained.

Key Words: Sport Betting, Equestrian, Golestan and Opportunit

Factors Affecting Crisis Management in Sport Venues through Delphi Approach (Case Study: Azadi One Hundred Thousand Stadium)

Ali Asghar Doroudian

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Masoumeh Shahbazi

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport sciences, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran

Moosa akbari

Master Degree in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

19

Received: 15 Sep. 2020

Accepted: 16 Nov. 2020

The process of predicting and preventing the occurrence of crisis, dealing with crisis intervention and recovery after a crisis is called "Crisis Management". The study is to identify and prioritize the factors affecting crisis management in sport venues (Case Study: Azadi One hundred thousand stadium) which is a mixed method research using paired comparisons. The statistical population is divided into two parts: qualitative and quantitative section. There were 20 managers, experts and experts related to the field of crisis management of sports facilities in the quality section (Delphi method). In the quantitative part, 30 managers and sports officials of Azadi Complex and the university professors with the specialty of sports management were purposefully selected. For data collection library method and Questionnaire was used. Analysis of all questionnaires was done in order to calculate inconsistency rate of all paired comparisons and among all questionnaires were used to rank criteria. In this research, identification of factors by Delphi method was performed and then identified factors were prioritized by using AHP method.

The results showed that effective factors in crisis management included revision of existing rules (4 attributes), funding needed (3 attributes), utilization of specialist force (4 attributes), training and education (3 features), utilization of standard equipment and facilities (5 features) and safety and health resources (5 features), which ultimately prioritized overall change and revised existing rules in the first place. It is suggested that the employment of specialized personnel and their continuous training be a priority for sports venue managers.

Key Words: Crisis Management, Delphi Method and Analytic Hierarchy Process

The Effect of Diversity Management on Human Resource Productivity with Emphasis on the Mediating Role of Perception of Social Identity (Case Study: Employees of Sports and Youth Departments of Isfahan Province)

Masumeh Ahadinejad

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

Reza Sabounchi

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran

Received: 5 Sep. 2020

Accepted: 9 Feb. 2021

The research is to study the effect of diversity management on human resource productivity with emphasis on the mediating role of perception of social identity in sports and youth departments of Isfahan province. This research is a descriptive survey type of field branch. The statistical population included 320 employees and managers of the province's sports and youth departments. The statistical sample was 280 employees and managers of Isfahan sports and youth Administration who were selected by stratified random sampling method. Descriptive statistics, graphs, means and standard deviation and inferential statistics of Kolmogorov-Smirnov test and structural equation model were used for analysis.

The results showed that diversity management had a positive component ($p=0/004$, $0/476$), organizational citizenship behavior component ($p=0/000$, $0/585$), job involvement component ($p=0/013$, $0/543$), talented employee's recruitment component ($p=0/000$, $0/592$) but it had a negative impact on the intention to leave component ($p=0/002$, $-0/451$). The mediating role of perception of social identity was confirmed through the Sobel test ($p<1/96$). Since among the components of human resource productivity, the component of attracting talented employees was of the most impact from the variable of diversity management, organizations with human resource diversity are advised to increase the productivity of their organization employees, regardless of their individual differences, focusing on diversity management programs and thus the success of the organization.

Key Words: Diversity Management, Perception of Social Identity, Human Resource Productivity and Sports and Youth Departments

Role of Social Capital and Social Support on Good Governance of Managers and Experts General Sport and Youth Office

Jafar KHoshbakhti

Ph.D., Associate Professor in Sports Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Birjand University, Birjand, Iran

Davood Moodi

Ph.D. Student in Sports Management, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

Seyyed Mohammad Hashemi Ahoei

Master Degree in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Birjand University, Birjand, Iran

21

Received: 15 Nov. 2019

Accepted: 28 Jan. 2020

The study is to investigate the role of social capital and social support on the good governance of managers and experts provinces. This research was a descriptive-analytic correlation one. The statistical population was all managers and experts of Physical Education and Sport Sciences Department of Khorasan province and Kerman province consisted of 90 individuals who were selected by the whole number sampling method. The data was collected using Nachapithe and Ghalal "Social Capital Questionnaire", Sherbourne & Stuart "Social Support Scale" and Ardakani "Good Governance Standard Questionnaire". It was analyzed by SPSS software using descriptive and inferential statistics.

The results showed that the status of social capital, social support and good governance among managers and experts of the two provinces was favorable. The research findings also suggested that social capital and social support can be effective in the good governance of managers and experts.

According to the results, two variables of social capital and social support can be considered as two factors that improve managers' good governance.

Key Words: Good Governance, Social Capital, Social Support and Sports Experts

A Model with Non-financial Parameters in the Priority of Investment in Social Affairs (with Emphasis on the National Paralympic Committee of the Islamic Republic of Iran)

Hamid Reza Gharib

Ph.D. Student in Financial Engineering, Faculty of Management, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Hossein Karbasi Yazdi

Ph.D., Professor, Faculty of Management, Arak/South Tehran Branch, Islamic Azad University, Arak/Tehran, Iran

Majid Zanjirdar

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Management, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Payman Ghaffari Ashtiani

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Management, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Received: 4 Oct. 2020

Accepted: 9 Nov. 2020

22

The study is to design a model with non-financial parameters in the priority of investment in social affairs (with emphasis on the National Paralympic Committee of the Islamic Republic of Iran). The study is applied in terms of purpose and according to the classification of the method of inference, is descriptive and exploratory. The questionnaire was made by the researcher and its validity was confirmed by experts including university professors and experts in the field of earnings management and ethical principles and its reliability was determined using Cronbach's alpha. The statistical population consisted of 6 groups, including the National Paralympic Committee of the Islamic Republic of Iran and its affiliated federations, actual investors (Board of Trustees, supporters, donors), potential investors and charities. There have been associations for the support of the disabled and experts. Descriptive statistics such as frequency, mean percentage and standard deviation have been used to examine and analyze information related to the general characteristics of respondents and in inferential statistics and the effects of variables on each other using structural equations with partial least squares approach. SMART PLS, EXPERT CHOICE and EXCEL softwares were used.

The results showed that the proposed model is of sufficient accuracy and power to explain the priority of investment in social affairs with emphasis on non-financial parameters and according to the achievements of research on the effect of ethical and social criteria in prioritizing ethical and social projects, politics. Investors and trustees of the National Paralympic Committee can explain promotional policies for attracting investors or proposing projects to individuals by emphasizing these ethical criteria and in line with investors' moral or social insights and values.

Key Words: Social Investment, Moral and Human Values, Non-financial Parameters, Structural Equation Modeling and National Paralympic Committee

A Model for the Future Path of Sport in Kerman Province

Amir Reza Ashoor Mahany

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Kish International Campus, Tehran University, Kish, Iran

Seyyed Nasrollah Sajjadi

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tehran University, Tehran, Iran

Mehrzaad Hmidi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tehran University, Tehran, Iran

Majid Jalali Farahani

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tehran University, Tehran, Iran

Received: 8 Mar. 2020

Accepted: 28 Jun. 2020

The study is to determine the future direction of sport in Kerman province. The research method is mixed in nature (qualitative and quantitative), in terms of paradigm, it is futurism and it was done with phenomenological strategy and content analysis approach. The research method is mixed (qualitative and quantitative) with a forward-looking approach. To collect the data, interview technique and cross-effects analysis were used. The participants in this study are 40 experts and the theoretical saturation criterion is taken into consideration. Interaction analysis is used to analyze the effect of these variables on each other and to classify them. Extracted factors identified by the interview process were fed into the interaction matrix and in the form of an uncertainty questionnaire distributed among experts. From this perspective, the role of each variable in the future and its impressiveness and effectiveness is determined. The results showed that the most important factors affecting the development of Kerman sport in the future are as follows: The comprehensive development of sports, Rule of Law, Strategic environmental knowledge, Strategic organization, Highly skilled personnel, Meritocracy, Strategic budget allocation, Justice-oriented values, Strategic coordination, Responsibility and Organizational culture, Supervision and Evaluation. So, it is concluded that each of the above mentioned factors should be examined in relation to the implementation of the sports foresight model of Kerman province and should be provided according to the role of risk or the purpose of the factors in the development of sports in the province.

Key Words: Future Research, Sports Development, Governance, Public Relations and Kerman

Barriers and Solutions of Development of Employment for Sport in South Khorasan Province

Mohammad Hossein Ghorbani

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

Mohammad Reza Esmaeili

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

Hossein Zareian

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

Received: 23 Dec. 2018

Accepted: 20 Jan. 2019

24

The study is to identify barriers and solutions of development of employment in sport in South Khorasan province. The research method was mixed (qualitative-quantitative) and in terms of purpose, it was a type of applied research. In qualitative phase, semi-structured interviews with experts was used. In the quantitative phase, according to data which obtained from the qualitative phase, a questionnaire including 12 components and 96 items was designed and distributed. In the qualitative phase, the theoretical sampling method was used. The process of sampling to theoretical saturation of the categories continued and a total of 14 individual interviews were conducted. In a quantitative phase, 98 questionnaires were completed by using available and targeted sampling method. In order to analyze the data, coding method was used with the help of MAXQDA software, independent t-test and Friedman rank tests using SPSS18 software.

The results showed that about 961 people (0/44 percent) are employed in the sports sector. The three main categories of society's tendency towards sport, privatization in sport and improving the business environment as the causative factors; four categories of geographical, cultural, economic, and the ability of sports entrepreneurs in the province as the underlying factors; as well as the seven main categories of economic, information, management and legal, structural, cultural and behavioral barriers are as barriers to job creation in sport in southern Khorasan province. In addition, five major categories of sports tourism, sports products, sports services, sports competitions and sport education were identified as employment potential in sport field. Accordingly, 15 major strategies for creating jobs in the province were identified and presented.

Key Words: Development, Occupation, Sport and South Khorasan Province

Sociological Study on Sport Performance for Individual Disciplines (Bodybuilding) Acceptance and Management of the Body in Athletic Girls in Tehran

Hassan Esfandiar Jahromi

Ph.D. Student in Sport Sociology, Sport Sociology Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Bahram Ghadimi

Ph.D., Associate Professor, Sport Sociology Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Zahra Alipour Darvishi

Ph.D., Associate Professor, Business Administration Department, Faculty of Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Shahla Hojjat

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Masumeh Shojaei

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Management, Alzahra University, Tehran, Iran

Received: 26 Feb. 2020

Accepted: 4 Jul. 2020

The research is to develop a sociological study on sport performance for individual disciplines (bodybuilding) acceptance and management of the body in athletic girls in Tehran based on qualitative and grounded theory approach. The subject consisted of 49 bodybuilding girls who were selected voluntarily by using theoretical and judgmental sampling. The data was collected through semi-structured and unstructured interviews based on the triple axis of the question (what is and why and how). A set of basic themes was compiled and extracted from the content of the open coding process and elaborated on coding stage, coding paradigm components, and theory.

From the results of the study, 6 main categories and 49 subcategories were extracted. According to the findings, the causal conditions included weak personality traits, fear of rejection and negative mental image of the body. The central phenomenon was self-acceptance and lack of confidence. The intervening conditions included the desire for beauty and the instrumental look of the body. The consequences included self-satisfaction and self-affirmation of others, self-esteem, and promotion of social class.

Key Words: Acceptance, Body Management, Sport Performance and Bodybuilding

An Impact Model of Employee Commitment on Supply Chain Integrity and Performance of Sports Companies in Iran

Azita Shojaei

Ph.D. Student in Sport Management, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran

Vali Nowzari

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Arsanjan Branch, Islamic Azad University, Arsanjan, Iran

Shahram Alam

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Yadegar of Imam Khomeini Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mehdi Zarghami

Ph.D., Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran

Received: 11 Apr. 2019

Accepted: 20 Apr. 2019

Sport production companies operate under the name of “private organizations” to monetize through the sale of sports goods and services, thereby improving their performance, and they need a model that can emphasize factors affecting company performance. Based on the objective of presenting the conceptual model of the factors affecting the performance of sporting companies in Iran, with the emphasis on supply chain integration, the study is to provide a model for the effect on the performance of sporting companies in Iran. This research was a combination of both exploratory and instrumental modeling implemented in two qualitative and quantitative stages. The statistical population was 105 mid-size and large-scale sporting companies in Iran. A sample of 230 people was selected by a variety of executives and experts. The measuring instruments verified by the experts based on the literature of the research and its validity and reliability were confirmed. The data analysis was performed using the SPSS19 software and the structural equation model Lisrel 8/8.

The results showed that the proposed model was appropriately fitted. In addition, the employees' commitment directly and indirectly affects the performance of sporting companies in Iran. The supply chain integration affects the performance of sporting companies in Iran. The findings suggest that the commitment of employees through the integration of supply chain can affect the performance of Iranian sports production companies.

Key Words: Supply Chain Integrity, Employee Commitment, Performance and Sports Production Companies

CONTENTS

Victimology of Crimes against Youth (Case Study: Allameh Tabataba'i University Students)

Mohamad Ali Fateminia/ Ghobad Kazemi/ Sattar Parvin **7**

Why Young Married Men have Extramarital Relationship in Tehran City

Helen Nikbakhsh/ Nowruz Hashem Zehi/ Nazanin Malekian **8**

Factors Attracting Young People to the Election Campaigns of the Winning Candidate of the 11th and 12th Presidential Terms

Mohsen Amiri/ Simin Hajipour Sardue / Mojtaba Maghsoodi / Reza Kaviani **9**

Effects of Cultural Capital on Body Management (Case Study: Female Student Teachers of Farhangian Campus in Hamedan)

Jaber Molaie/ Habib Hashemifar / Fatemeh Hashemi Arouf **10**

A Meta-analysis on the Role of Media and Cyberspace in the Development of Iran's Sports Tourism

Lachin Alizadeh/ Mohammad Nasiri **11**

Effective Factors in Identifying Student Sports Talents in a Comprehensive Information Management System

Beheshteh Dadgar/ Farideh Ashraf Ganjooyi/ Mohammad Reza Esmaeili **12**

A Model of Intellectual Sovereignty Development in Iranian Sport

Mohammad Mahdi Soltani / Hossein Ali Mohammadi / Hamid Foroghpour **13**

Compiling the Structural Modeling of Barriers to Strategic Planning Implementation in Iranian Sport Federations

Hourieh Nikdast / Seyyed Mohammad Hossein Razavi / Saeed Amirnejad **14**

Strategic Analysis of Iranian Football Land-use Planning

Rasoul Nazari/ Seyyed Nasrollah Sadjadi/ Javad Mohammadi/ Hossein Rajabi **15**

Identifying Sport Entrepreneurial Opportunities with Championship Approach

Taghi Ashouri/ Morteza Dousti/ Seyyed Mohammad Hossein Razavi/ Abolhassan Hosseini **16**

Role of Social Capital on the Formation of Desirable Behaviors of Football Spectators with Emphasis on the Presence of Women in Sports Stadiums

Mahboubeh Naghavi/ Amir Reza Khadem **17**

Opportunities of Betting on Equestrian in Golestan Province

Fatemeh Shaygan/ Morteza Dousti **18**

Factors Affecting Crisis Management in Sport Venues through Delphi Approach (Case Study: Azadi One Hundred Thousand Stadium)

Ali Asghar Doroudian/ Masoumeh Shahbazi/ Moosa akbari 19

The Effect of Diversity Management on Human Resource Productivity with Emphasis on the Mediating Role of Perception of Social Identity (Case Study: Employees of Sports and Youth Departments of Isfahan Province)

Masumeh Ahadinejad/ Hamid Foroughi Pour/ Najaf Aghaei/ Reza Sabounchi 20

Role of Social Capital and Social Support on Good Governance of Managers and Experts General Sport and Youth Office

Jafar KHoshbakhti/ Davood Moodi/ Seyyed Mohammad Hashemi Ahoei 21

A Model with Non-financial Parameters in the Priority of Investment in Social Affairs (with Emphasis on the National Paralympic Committee of the Islamic Republic of Iran)

Hamid Reza Gharib/ Hossein Karbasi Yazdi/ Majid Zanjirdar/ Payman Ghaffari Ashtiani 22

A Model for the Future Path of Sport in Kerman Province

Amir Reza Ashoor Mahany/ Seyyed Nasrollah Sajjadi/ Mehrzad Hmidi/ Majid Jalali Farahani 23

Barriers and Solutions of Development of Employment for Sport in South Khorasan Province

Mohammad Hossein Ghorbani/ Mohammad Reza Esmaeili/ Hossein Zareian 24

Sociological Study on Sport Performance for Individual Disciplines (Bodybuilding) Acceptance and Management of the Body in Athletic Girls in Tehran

Hassan Esfandiar Jahromi/ Bahram Ghadimi/ Zahra Alipour Darvishi/ Shahla Hojjat/ Masumeh Shojaei 25

An Impact Model of Employee Commitment on Supply Chain Integrity and Performance of Sports Companies in Iran

Azita Shojaei /Vali Nowzari/ Shahram Alam/ Mehdi Zarghami 26

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.55. ● Spring 2022 ●

● E-ISSN: 2821-1286 ●

● P-ISSN: 2821-1278 ●

● Concessionaire: Ministry Of Sports and Youth ●

● Director: Reza Nikbakhsh ●

● Editor-in-Chief: Seyyed Nasrollah Sadjadi ●

● Office Manager: Zahra Kamalian ●

● Typist: Mahdie Mansori ●

**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, the
Merciful.,*