



فصلنامه علمی

مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

- شماره: ۵۳ ● پاییز ۱۴۰۰ ● شاپا: ۲۲۴x - ۱۷۳۵
- صاحب امتیاز: وزارت ورزش و جوانان
- مدیر مسئول: محمدرضا فضلے زنجانی
- سردبیر: سید نصراله سجادی
- مدیر داخلی و ویراستار: زهرا کمالیان
- صفحه آرا: جعفر خدادی
- چاپ و صحافه: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

مرکز مطالعات و پژوهشهای راهبردی

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

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

هیئت تحریریه: (به ترتیب الفبا)

سید عبدالحمید احمدی

دانشیار تربیت بدنی (فیزیولوژی ورزشی) جهاد دانشگاهی

محمد جوادی پور

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

سید نصراله سجادی

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

غلامرضا شعبانی بهار

استاد تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و

علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

رسول صادقی

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

فرزاد غفوری

دانشیار تربیت بدنی (مدیریت و برنامه ریزی) گروه مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی و

علوم ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی

کوروش فتحی واجارگاه

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

رضا قراخانو

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

شهلا کاظمی پور

دانشیار جامعه شناسی گروه جمعیت شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

عباسعلی گائینی

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

مشاوران علمی و همکاران این شماره:

امیر حسین واعظی، حسن کلاشلو، سید محسن بنی جمالی، حمیدرضا نیکخواه، شهرام فرج زاده موالو، لطیف سعادت‌ی سیدبگلو، مهدی شکرانی، جعفر سطوتی، غلامرضا تاج بخش، عباس خدایاری، محمد رسول خدادادی، مهدی نادری نسب، علی همتی عقیف، کریم زهره وندیان، رسول طریقی، سیواش خداپرست سرشکه، محمد پوررنجبر، احمد محمودی، سجاد پاشایی، سید مصطفی طیبی ثانی، محمدهادی توکلی، باقر مرسل، محمدعلی نودهی، حسن عبدی، محمدتقی حسن زاده، امین راجی، حسین زارعیان، علی فهیمی نژاد، شهرام نظری، محمد سلطان حسینی، جواد یوسفیان، شهلا کاظمی پور، ثابت، فهیمه مومنی فر، فاطمه فاضلی دینان، شهرزاد نیری، فهیمه میرزائی، افسانه روحانی، سمیه رهبری، الهام فسنقری، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

اهداف فصلنامه:

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

شرایط چاپ مقالات:

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

راهنمای تنظیم مقالات

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

۱. مقاله‌های قابل پذیرش در فصلنامه عبارت‌اند از گزارش‌های علمی از مطالعات تحقیقی که شامل چکیده فارسی و انگلیسی، مقدمه، روش، یافته‌ها، بحث و تفسیر، نتیجه‌گیری و منابع باشند.
۲. حجم مقاله‌ها باید بین ۱۵ تا ۲۵ صفحه A^۴ (هر صفحه حدود ۴۰۰ واژه) و در فرمت word ۲۰۰۷ به پایین با فونت ۱۴ Blotus تایپ شده باشد.
۳. ساختار مقاله‌ها باید شامل اجزای زیر باشد:
 - صفحه عنوان: ضروری است که عنوان کامل مقاله در کوتاه‌ترین و زیباترین شکل، نام کامل نویسندگان، بالاترین مدرک، مقطع و رشته تحصیلی، دانشگاه یا سازمان متبوع و رتبه علمی یا پست سازمانی هر یک از نویسندگان (به فارسی و انگلیسی)، نشانی پستی، تلفن ثابت، تلفن همراه، نامبر و نشانی الکترونیکی نویسنده مسئول درج شود.
 - چکیده فارسی و انگلیسی: لازم است که چکیده‌ای سازمان یافته حداکثر در ۲۵۰ واژه، به زبان فارسی و انگلیسی در بر گیرنده بخش‌های هدف، روش، یافته‌ها و نتیجه‌گیری به صورت فشرده و منعکس کننده اهم مطالب مقاله به همراه ۳ تا ۶ کلمه به عنوان واژگان کلیدی (به گونه‌ای که مقاله بر مبنای آن نمایه‌سازی شود) ارائه گردد.
 - مقدمه: شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، خلاصه‌ای از تعاریف، اصول، تئوری‌ها، مجهولات بجا مانده از تحقیقات قبلی، چارچوب نظری، فرضیه‌ها یا پرسش‌ها، نتایج، بحث و منابع به صورت کامل ارائه گردد.
 - روش: شامل تبیین روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزارهای پژوهش است.
 - یافته‌ها: یافته‌های حاصل از روش‌های آماری می‌تواند به صورت متن، جدول (شماره و عنوان در بالای آن) و نمودار (شماره و عنوان در زیر آن) ارائه شود- تعداد جدول‌ها و نمودارها نباید بیشتر از ۶ عدد باشد.
 - بحث و نتیجه‌گیری: ضمن مقایسه یافته‌های حاصل از این تحقیق با تحقیقات قبلی از منظر شباهت‌ها و تفاوت‌ها، به درستی یا نادرستی فرضیه‌ها و هدف تحقیق اشاره گردد.
 - منابع: تمامی مقاله‌ها باید دارای منابع مستند، صحیح و مرتبط باشند و از آنجا که بررسی صحت و سقم تمامی منابع برای اعضای هیئت تحریریه و داوران ممکن نیست، مسئولیت این امر بر عهده نویسنده مسئول می‌باشد. همچنین، لازم است که منابع مورد استفاده، جدید و از سال ۲۰۰۵ به بعد باشند.

۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد: (نام خانوادگی مولف، سال انتشار؛ منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵. معادل غیر فارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کوتاه نوشته‌ها و سر واژه‌ها، در پاورقی هر صفحه با شماره گذاری مستقل ذکر شود.
۶. هر گونه توضیح اضافی ضروری به ترتیب شماره، در پی نوشت انت‌های مقاله، پیش از فهرست منابع بیاید.
۷. فهرست منابع (فارسی یا غیر فارسی) در انت‌های مقاله به ترتیب الفبایی نام خانوادگی مولف به شکل زیر تنظیم شود:
- الف. کتاب: نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) عنوان مقاله، نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). محل انتشار: ناشر
- ب. مقاله: نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). نام مجله. سال یا دوره، شماره.
- ج. مجموعه مقالات: نام خانوادگی مولف، نام (سال انتشار) «عنوان مقاله». نام و نام خانوادگی مترجم (در صورت لزوم). در (in) نام و نام خانوادگی ویراستار مجموعه. عنوان مجموعه. محل انتشار: ناشر.
- د. رساله تحصیلی: نام خانوادگی مولف، نام (سال تدوین) «عنوان مقاله». مقطع تحصیلی، دانشکده و دانشگاه محل تحصیل.
- ه. پایگاه اینترنتی: نام خانوادگی مولف، نام (آخرین زمان به روز نمودن سایت) «عنوان مقاله». نشانی پایگاه اینترنتی (تاریخ مراجعه به پایگاه).

مرکز مطالعات و پژوهش‌های راهبردی

فهرست

بررسی تفاوت‌های سه نسل انقلاب اسلامی نسبت به ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی

اسفندیار آزاد، مهرداد نوابخش، منصور حقیقتیان ۹

سمن‌ها، سرمایه اجتماعی و مدارا (مورد مطالعه: سمن‌های فعال جوانان سطح شهر شیراز ۱۳۹۷-۱۳۹۸)

علی عربی، فرانک دالوند ۳۳

ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج در بین جوانان شهر تهران

احمد غیاثوند، علی چنادره، سید مهدی اصغری ۳۹

ارائه مدل بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران با رویکرد نظریه داده-بنیاد

آزاده ناصریان، سیدحمید سجادی هزوه، علی زارعی، زینت نیک آیین ۷۷

تدوین مدل عوامل مؤثر بر نیات رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال با استفاده از نظریه داده-بنیاد

احمد اسماعیلی، نصراله محمدی، فرشاد امامی ۹۳

تدوین مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش

داود عزیزی، پروانه گلرد، مهدی سلیمی ۱۱۳

تدوین مدل راهبردی توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور

علی جمالی قراخلو، سید محمد کاشف، فاطمه عبدوی ۱۳۳

طراحی مدل جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص‌های توسعه یافتگی در ایران

فاطمه آجورلو، بهرام قدیمی، رضا محمد کاظمی، شیوا آزادفدا ۱۵۹

بررسی عوامل مؤثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران؛ یک تحلیل تماتیک

یعقوب بدری آذرین، شبنم صدقی، محمدرسلول خدادادی، رضا شجاع ۱۷۵

ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح‌های ترکیبی

نسرین افشاری‌پور، مینا حکاک زاده، محمد ابراهیم رزاقی ۱۹۳

شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران (رویکرد کیفی)

نسرین حق‌شناس، محمد حامی، وحید شجاعی، محمد سنایی ۲۱۱

تدوین چهارچوب نظام باشگاه‌داری در فوتبال ایران

شهرام چال‌اشتری مکاری، ابوالفضل فراهانی، عباس خدایاری، علی محمد صفانیا ۲۳۱

آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار-اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

محمد میرزا کریمی، محمدرضا اسمعیلی شازندی، زهرا حاجی انزهایی ۲۴۷

ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

فریده ایزدی‌شهنانی، جواد شهلائی باقری، حبیب هنری ۲۶۵

شناسایی راهبردهای توسعه اماکن ورزشی سبز و زیرساخت‌های آن

سمانه کبودانی، شیوا آزادفدا، حسین زارعیان ۲۸۵

طراحی مدل جانشین‌پروری در وزارت ورزش و جوانان با رویکرد مبتنی بر شایستگی

سید احمد هاشمی، کوروش قهرمان‌تیریزی، اسماعیل شریفیان ۳۰۹

مقایسه وضعیت ایمنی و استاندارد اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران با استانداردهای بین‌المللی

محمدصادق کبودانی، علی اصغر دورودیان، شیوا آزادفدا ۳۲۵

طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران

معصومه السادات منانی، سید محمد حسین رضوی، سید عماد حسینی ۳۳۳



بررسی تفاوت‌های سه نسل انقلاب اسلامی نسبت به ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی

اسفندیار آزاده^۱

مهرداد نوابخش^۲

منصور حقیقتیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۹/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۷

جامعه جدید همواره در حال تغییر است و تغییرات پرشتاب از ویژگی‌های این جامعه است. این تغییرات لزوم دگرگونی در سیاست‌گذاری‌ها و بهنگام‌سازی آن‌ها را خاطرنشان می‌کند، چرا که زمینه اجتماعی و فرهنگی در دوران جدید با سرعت بالایی تغییر می‌کند. از این رو لازم است تا سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اجتماعی نیز نسبت به این تغییرات، انطباق‌پذیری لازم را داشته باشند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تفاوت‌های سه نسل انقلاب اسلامی نسبت به ارزش‌های (ویژگی‌های) اجتماعی، اقتصادی و سیاسی انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. بعد از تدوین اهداف و سوالات پژوهش، پرسشنامه‌ای حاوی ۶۱ سؤال تهیه و در میان جامعه آماری توزیع گردید. در تدوین سوالات پرسشنامه، از مولفه‌هایی استفاده شد که ضمن پوشش مبانی نظری تحقیق، با فضای کلی حاکم بر موضوع مورد مطالعه مطابقت داشته باشند. برای بررسی روایی پرسشنامه، از روش اعتبار محتوا استفاده گردید. برای محاسبه پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ بهره‌گیری شد و پایایی پرسشنامه بسیار مطلوب به دست آمد. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شهروندان تهرانی متعلق به سه نسل انقلاب در سال ۱۳۹۹ بودند. شیوه نمونه‌گیری در

E-mail: E.azadeh49@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استاد تمام، گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

این تحقیق نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. پس از اطمینان از روایی و پایایی مقیاس‌های طراحی شده براساس محاسبات انجام شده، پرسشنامه‌ها در نمونه‌ای به حجم ۴۵۰ نفر (برای هر نسل ۱۵۰ پرسشنامه) توزیع شد. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام گردید. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شد و نرم افزار مورد استفاده SPSS نسخه ۲۵ بود. ارزش‌ها و مطالبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی‌داری است. نسل سوم در ارزش‌های اقتصادی متفاوت از نسل‌های دوم و اول است. نسل سوم و نسل دوم در ارزش‌های اجتماعی متفاوت از نسل اول هستند. ارزش‌های فرهنگی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی‌داری است.

واژگان کلیدی: نسل، تفاوت نسلی، شکاف نسلی، ارزش‌های سیاسی، ارزش‌های اجتماعی و ارزش‌های انقلاب اسلامی

مقدمه

آنچه امروز توجه اهل نظر و کارشناسان مسائل اجتماعی را به خود جلب کرده است، بروز فاصله میان قشرها و طبقه‌های مختلف جامعه است؛ فاصله‌ای که می‌تواند اجزای جامعه را دچار از هم گسیختگی سازد. شاید سخن گفتن از گسست قشرهای جامعه مسئله خوشایندی نباشد، ولی چشم بستن بر روی واقعیت نیز به سرانجامی ناگوارتر خواهد انجامید. بی‌گمان، انقلابی که در بستر وحدت و همدلی گروه‌های مختلف جامعه به وقوع پیوست، نمی‌تواند پایداری و پویایی خود را در بستری جز این حفظ کند (عباسی اسفنجیر، سام و امیریان، ۱۳۹۲: ۱۶۲). در واقع، بروز فاصله میان یک طبقه، قشر یا گروه سنی با طبقه، قشر یا گروه سنی دیگر را «گسست» می‌گویند. این فاصله می‌تواند یک نوع فاصله فکری، فرهنگی، ایدئولوژیکی، روحی و عاطفی، فیزیکی، جغرافیایی و یا تفاوت در شرایط و سطح زندگی افراد باشد. البته، گسست نسل‌ها و پدیده ایجاد فاصله فکری و فرهنگی میان پدران و فرزندان، رویدادی نیست که به مقطع زمانی امروز و در موقعیت سیاسی - جغرافیایی انقلاب اسلامی منحصر باشد، بلکه با نگاهی به تاریخ شاهد شمار زیادی از این نوع گسست در حیات بشر هستیم؛ چنان که تفاوت در جهان بینی، دیدگاه‌ها، منش و سلوک حضرت آدم و پسرش قابیل، تا اندازه‌ای بود که قابیل حتی نتوانست برادرش را برتابد (خواجeh پور، ۱۳۹۶: ۱۲).

نسل‌های مختلف موقعیت‌ها، رویدادها و وضعیت‌های مختلفی را تجربه می‌کنند و از این روست که ابژه‌های نسلی خویش را دارند (آلبرتینی^۱، ماتتوانی^۲ و گاسپرونی^۳، ۲۰۱۹: ۱۶۹۴). به ویژه رخدادهای مهم اجتماعی و اقتصادی مانند جنگ، انقلاب و ... تفاوت‌های نسلی را تشدید می‌کند؛ چرا که این رخدادهای کلیت حیات اجتماعی و فرهنگی جامعه را متأثر می‌سازند و نسل‌هایی که آن‌ها را تجربه می‌کنند در نوع نگرش، گرایش و الگوهای تفسیری با نسل‌ها پیش و پس خود تفاوت جدی پیدا می‌کنند. ایران نیز در دهه‌های معاصر رخدادهای مهمی را تجربه کرده که تجربه زیستی متفاوتی را برای نسل‌های مختلف آن رقم زده است. مدرنیزاسیون، شهری‌شدن، انقلاب، جنگ، جهانی‌شدن، مصرف‌گرایی و ... فرایندهای مهمی بودند که نسل‌های مختلف تجربه‌های متفاوتی از آن‌ها داشته‌اند؛ از این رو، بخشی از تفاوت‌های نسلی را می‌توان براساس این تجربه‌های متفاوت توضیح داد (حسینی بیوکی و جوکا، ۱۳۹۸: ۲۰). گسست فکری، فرهنگی، روحی و عاطفی میان نسل جدید انقلاب با نسل پیش از آن، می‌تواند به عنوان خطری جدی انقلاب را تهدید کند. بنابراین، نباید این امر از نظرها پنهان بماند. پدیده جوانی معمولاً با شاخصه‌هایی همچون: نوگرایی، آرمان‌گرایی، نشاط و هیجان و کم‌تجربگی شناخته می‌شود. نسل اول انقلاب نیز با داشتن همین ویژگی‌ها به پاخاست که البته پیوند محکم جوانان انقلابی در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ با دیگر گروه‌های جامعه به ویژه حوزه و دانشگاه، کم‌تجربگی آنان را جبران می‌کرد. نسل اول انقلاب، آرمانگرا است و برای ایجاد حکومتی بر مبنای اندیشه‌های اسلامی قیام کرده است. او به ایدئولوژی اسلامی شیعی و مکتبی که ولایت فقیه با اجتهاد در دین را

1. Albertini
2. Mantovani
3. Gasperoni

باز می‌تاباند، مؤمن است، به آرمان و مکتبش متعهد است و با شور و نشاط وصف ناپذیری برای حفظ انقلابش می‌کوشد (آزاده، ۱۳۹۹: ۲).

به صورت طبیعی، هیچ نسلی، آینه تمام نمای آرمان‌های نسل قبل و به ویژه انعکاس دهنده خصلت‌ها و منش‌های آنها نیست. هر نسلی، شرایط و خصوصیات روانی-اجتماعی خاص خودش را دارد که قطعاً جنبه‌های مثبت و منفی را در بر می‌گیرد (رستگار و گلشنی خجسته، ۱۳۹۵). تحول، اقتضا دارد که نسل جدید، در منش، خصلت و بینش، تابلوی نسل قبل نباشد- به ویژه با توجه به این که سرعت تحولات، در تمامی عرصه‌های زندگی بشری، شتاب فزاینده و رو به تزایدی پیدا کرده است. از این رو، تفاوت نسل‌ها، بیشتر از گذشته احساس می‌شود. حالت مخاطره آمیز این وضعیت، شکاف و گسست نسلی است که به معنای دور شدن تدریجی دو یا سه نسل پیایی از یکدیگر است از حیث جغرافیایی، عاطفی، فکری و ارزشی، وضعیت جدیدی را ایجاد می‌کند که در اصطلاح، «گسست نسل‌ها» نامیده می‌شود. در این وضعیت، اغلب نوجوانان و جوانان می‌کوشند تا آخرین پیوندهای وابستگی خود را از والدین یا نسل بالغ بگسلند و در این راه، به گردن‌کشی و طغیان‌گری می‌پردازند. مجموعه تفاوت‌های میان این دو نسل عبارت‌اند از:

۱- تفاوت در آرمان‌ها و هدف‌های دونسل؛ ۲- تفاوت در مفاهیم دونسل؛ ۳- تفاوت در الگویابی و گروه‌های مرجع؛ ۴- تفاوت در اصطلاحات روزمره دونسل؛ ۵- تفاوت در ظاهر، پوشش و نوع سخن گفتن در میان دونسل؛ ۶- تفاوت در انتظار از زندگی و به تبع آن تفاوت در سبک زندگی.

همین تفاوت‌ها و ویژگی‌هاست که نوعی ماهیت جدید، تازه و متفاوت از نسل‌های گذشته را برای نسل جدید ایجاد می‌نماید. در شکل‌گیری این فاصله و تفاوت میان نسل‌ها، عوامل گوناگونی نقش دارند که برخی نظیر اقتضائات سنی، طبیعی و برخی ناشی از شرایط خاص جامعه و جهان کنونی است (ریسی و فراشبندی، ۱۳۹۶).

نسل اول و دوم در فضایی متولد شده‌اند که آرمان‌های انقلابی‌گری و چپ‌سوسیالیستی غلبه داشت، در حالی که نسل سوم در فضای ارتباطات مدرن و فروپاشی بلوک شرقی و پیشروی سیاست‌های نئولیبرالیسم اقتصادی-فرهنگی رشد کرده‌اند. نسل اول و دوم انقلاب، آرمان‌خواه و تاحدود زیادی شعارزده بودند، در حالی که نسل سوم آرمان‌هایشان محدود و غرق در ارتباطات مجازی و لذت‌های مادی-فناوری هستند. بنابراین شناخت باروها، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌های هر نسل دارای اهمیت است. باید دقت نمود ابتدا هر نسلی با ویژگی خاص زمانی خویش شکل می‌گیرد و از آنجایی که زمان در گذر- است و متوقف نمی‌شود، فاصله نسلی نیز هم‌چنان ادامه پیدا می‌کند؛ ولی هر دوره به شیوه و اندازه خاص خودش. بنابراین با پذیرش فاصله نسلی بین نسل‌های انقلاب باید اذعان داشت که گاه تغییرات اجتماعی-فرهنگی طوری شتاب می‌گیرند که فاصله نسلی را شدت می‌بخشند و از حالت معقول و طبیعی خود خارج می‌کنند. به نظر می‌رسد سه نسل انقلاب اسلامی تفاوت‌های اساسی در جهان‌بینی، باورها و ارزش‌ها دارند که این موضوع باعث می‌شود که در میزان پابندی به اهداف و آرمان‌های انقلاب و حتی ملی‌گرایی ایرانی تفاوت‌های فاحشی با هم داشته باشد- این تفاوت‌ها می‌تواند تهدید عمده‌ای برای جامعه تلقی شود. باید دقت نمود که حاکمیت از سی سال پیش تاکنون نیز بیشتر تریبون نسل‌های اول و دوم انقلاب اسلامی بوده و نتوانسته ارزش‌ها و نیازهای متفاوت نسل سوم انقلاب را به درستی برنامه‌ریزی

و سیاست گذاری نماید. بنابراین به نظر می رسد در پدیده شکاف یا گسست نسلی ما شاهد دور شدن نسل سوم انقلاب از دو نسل قبلی و حاکمیت هستیم. بر این اساس، پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به پرسش زیر است: چه تفاوتی در بین نسل ها بر اساس ارزش های انقلاب اسلامی وجود دارد؟

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش نسل

در میان علمای علوم اجتماعی هنوز توافق کافی در مورد معنای نسل^۱ وجود ندارد. به نظر هیوز، هر نسل بر پایه تجربیاتی که افرادش در آن شریک بوده اند، حد و مرزی از خود به دست می دهد و در واقع خوشه ای حول محور این گونه تجربه ها تشکیل می شود. بنابراین کسانی که با افراد پانزده سال از خودشان بزرگتر در رویدادهای روانی تعیین کننده شریک بوده اند، ممکن است خود را به این افراد نزدیکتر احساس کنند تا به افرادی که سشنشان فقط اندکی از آنان کمتر است ولی به آن حوادث ارتباطی نداشته اند (بابایی فرد و روحی، ۱۳۹۵: ۳۶). مورخان، انسان شناسان و جامعه شناسان اصطلاح نسل را به کار می برند تا مقطع زمانی متعلق به زندگی معاصران را برسانند. بنابراین هنگامی که در تاریخ از نسل ها سخن می رود منظور از نسل، فاصله بین تولد پدران و مادران و تولد فرزندان آنهاست که معمولاً ۳۰ سال در نظر گرفته می شود. یعنی سه نسل در یک قرن. انسان شناسان نسل را هنگامی به این معنی به کار می برند که بخواهند نسب نامه ها را برای محاسبه تاریخ های وقایع سنتی به کار گیرند و جامعه شناسان هنگامی که بخواهند در تحلیل آماری، جمعیت یک برهه زمانی را نشان دهند. از این نظر در مجموع می توان گفت نسل عبارت است از: فاصله زمانی بین تولد اعضای از جامعه که همزمان زاده شده اند و تولد فرزندان آنها که جامعه شناسان آن را از لحاظ آماری دوره معینی فرض می کنند که معمولاً ۳۰ سال است (بهیان و غیائی راوری، ۱۳۹۷: ۶۶).

به عقیده مانهایم، منظور از نسل در مفهوم اجتماعی آن داشتن جایگاه مشترک از بعد تاریخی تحول است. بنابراین، نسل موید وقایع تاریخی مشترک میان افراد است که در دوره های معینی رخ داده و سبب اشتراک در تجارب و آگاهی های آنان شده است. در جمعیت شناسی، «نسل» به گروهی از افراد اطلاق می شود که مرحله ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند؛ گروهی که در یک زمان فارغ التحصیل می شوند، گروهی که در یک زمان بالنسبه نزدیک به هم به دنیا آمده یا ازدواج کرده اند. در جایی دیگر نسل این گونه تعریف شده است: «گروهی از افراد که در فاصله زمانی معینی به دنیا آمده اند و موقعیت های تاریخی خاص و علایق خاص در سطح فردی و سیستمی، آن ها را از هم تفکیک می کند» (لی^۲ و یونگمی^۳، ۲۰۱۹: ۴۴).

تفاوت نسلی

از دیدگاه روان شناختی و جامعه شناختی، تحول، اقتضا دارد که نسل جدید در منش، خصلت و بیش، تابلوی نسل قبل نباشد؛ به ویژه با توجه به این که سرعت تحولات، در تمامی عرصه های زندگی بشری، شتاب

1. Generation

2. Lee

3. Youngmi

فزاینده و رو به تزایدی پیدا کرده است (مستیفی^۱، آرنینک^۲ و اوتن^۳، ۲۰۱۹: ۴۲۹). از این رو، تفاوت نسل‌ها، بیشتر از گذشته احساس می‌شود. حالت مخاطره‌آمیز این وضعیت، شکاف و گسست نسلی است که به معنای دور شدن تدریجی دو یا سه نسل پیاپی از یکدیگر از حیث جغرافیایی، عاطفی، فکری و ارزشی می‌باشد و وضعیت جدیدی را ایجاد می‌کند که در اصطلاح، «گسست نسل‌ها» نامیده می‌شود (یوسفی مقدم و ذکایی، ۱۳۹۶: ۵۳). در این وضعیت، اغلب نوجوانان و جوانان می‌کوشند تا آخرین پیوندهای وابستگی خود را از والدین یا نسل بالغ بگسلند و در این راه، به گردن کشی و طغیان‌گری می‌پردازند. بر روی یک لوح سنگی که از تمدن‌های قدیم به دست آمده، نوشته شده است: «نسل جوان ما، نسلی نظام گسیخته است؛ نظام گسیخته عمل می‌کند و این مسئله ممکن است که تمدن ما را بر باد دهد». اصطلاح «تفاوت نسلی» به معنای اختلافی طبیعی در باورها، ارزش‌ها و هنجارهای میان نسل‌ها شناخته می‌شود (رانی^۴ و ساموئل^۵، ۲۰۱۶: ۱۶۹۶). این مفهوم بیش از هر چیز اشاره به جنبه‌های روان‌شناختی هر نسل دارد که همواره وجود دارد و در شکل عدم انطباق کامل جوانب رفتاری، اخلاقی، روانی و اجتماعی کنش‌های نسل جدید در مقابل نسل قبلی مشاهده می‌شود. در هر حال، ارزش‌ها حلقه اتصال فرهنگ هر قوم و ملتی با نسل آینده هستند و غفلت از این مهم می‌تواند جوامع را با بحران هویت مواجه کند (سلیمان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۹).

شکاف نسلی

مفهوم شکاف در جامعه‌شناسی به آن دسته از تمایزات و تفاوت‌های پایداری اشاره دارد که در جریان تقابل‌های سیاسی-اجتماعی بروز می‌کند که اصلی‌ترین صورت آن، شکاف زندگی مدرن و سنتی است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شیوه زندگی جدید، شورش بر ضد هر چیزی است که از نظر جوانان سنت تلقی شده باشد. گریز از سنت باعث ایجاد پدیده‌ای موسوم به شکاف بین نسل‌ها شده است (گوگوشویلی^۶، ۲۰۱۷: ۶۰). شکاف نسلی به معنی وجود تفاوت‌های دانشی، گرایشی و رفتاری بین دو نسل با وجود پیوستگی‌های کلان‌متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است. فرزندان در مقایسه با افراد پیر و میانسال با وجود این که در یک فضای فرهنگی زندگی می‌کنند، اما اطلاعات، گرایش‌ها و رفتارهای متفاوتی دارند. شکاف نسلی هنگامی محقق می‌شود که واحدهای نسلی شکل بگیرد. کارل مانهایم نیروی جدیدی را که دارای موقعیت‌های جدید و تجربیات متفاوت باشد، زمینه‌ساز شکل‌گیری واحدهای نسلی می‌داند (پریتیش^۷، ۲۰۱۹: ۱۰).

تعارض نسلی

وقتی منابع هویتی نسلی تقویت‌کننده یکدیگر نباشند و پیوستگی نسلی را به دنبال نداشته باشند، زمینه برای

1. Mastefy
2. Arrnink
3. Otten
4. Rani
5. Samuel
6. Gugushvili
7. Pritish

ظهور و بروز تعارض نسلی فراهم می گردد؛ به گونه ای که اعضای جامعه وضعیت هویت خود را در نفی و تعارض با گذشتگان خود می بینند. تعارض میان نسل ها زمانی به وجود می آید که تحولاتی روبنایی در جامعه ایجاد شود. منظور از تحولات روبنایی، تحولات اجتماعی و سیاسی در مقابل تحولات فکری و اندیشه ای است. تعارض نسل ها در مظاهر فرهنگی و سلوک اجتماعی میان قشرهای مختلف جامعه، به ویژه میان نسل جدید و قدیم رخ می دهد (کامالیا^۱، ایندرتونو^۲ و رابیتوتول^۳، ۲۰۱۹: ۱۹).

گسست نسلی

دور شدن تدریجی دو یا سه نسل پیاپی از یکدیگر از حیث جغرافیایی، عاطفی، فکری و ارزشی، وضعیت جدیدی را ایجاد می کند که اصطلاحاً «گسست نسلی» نامیده می شود (لیم^۴ و کیم^۵، ۲۰۱۹: ۱۰۵). پیوند نسلی: در فرهنگ جامعه شناسی، اغلب از واژه «همبستگی» استفاده شده است نه پیوند. به هر حال همبستگی در میان جامعه شناسان برای اشاره به صف بندی نزدیک اجزای یک جمع به موازات اصطلاح رایج تر «یگانگی» به کار می رود (بگلسجیک^۶، ماریکو^۷ و میلیونیس^۸، ۲۰۱۷: ۱۵۴).

دیدگاه های مربوط به شکاف نسلی در ایران

درباره وجود یا عدم شکاف نسلی در ایران و عوامل موثر بر آن دیدگاه های متفاوتی وجود دارد. این دیدگاه ها را می توان در چهار دسته تقسیم کرد:

۱- دیدگاه اول: عده ای از متفکران اجتماعی معتقدند در ایران شکاف نسلی وجود دارد و به تدریج شدیدتر هم می شود (آقا جاری، ۱۳۸۲؛ فیرحی، ۱۳۸۲؛ قادری، ۱۳۸۲ و سریع القلم، ۱۳۸۲). معتقدان به شکاف نسلی به دو دسته تقسیم می شوند: ۱- بد بین به شکاف نسلی؛ ۲- خوش بین به شکاف نسلی. دسته اول، متأثر از ارزش های انقلاب اند و این شکاف را موجب بحران هویت و گسست جوانان از تاریخ و فرهنگ دینی و ملی خودی ارزیابی می کنند و دسته دوم، این شکاف را تحول اساسی و لازم برای جامعه رو به سوی آینده می دانند (رازقی نصرآباد و فلاح نژاد، ۱۳۹۷: ۱۲).

۲- دیدگاه دوم: دیدگاه کسانی که به تفاوت نسلی و نه شکاف یا گسست نسلی قائل اند. برخی از نظریه پردازان روانشناس و نیز برخی از متفکران اجتماعی و محققان را می توان در این زمره قرار داد. دسته اول، معتقدند تفاوت نسل ها، پدیده ای بیولوژیک است و دسته دوم، معتقدند اگر چه میان نسل جوان با سایر نسل ها تفاوت هایی وجود دارد، اما از آن نمی توان افاده شکاف یا گسست نسلی - به هر حال هر دو دسته، اصطلاح تفاوت نسلی را به کار می برند و نه شکاف نسلی را (همان: ۲۳).

1. Kamakia
2. Indartono
3. Robitotul
4. Lim
5. Kim
6. Beugelsdijk
7. Marko
8. Milionis

۳- دیدگاه سوم: دیدگاه کسانی که مسئله اصلی را گسست فرهنگی می‌دانند نه گسست نسلی. در این باره گفته شد که شکاف نسلی نه یک مسئله اجتماعی، بلکه مسئله ای بیولوژیک و ناشی از اقصای سنی است. اما در عوض، گسست فرهنگی وجود دارد که بر اساس آن اختلاف بین نسل‌ها نیز توضیح داده می‌شود. از این نظر، در شرایط گسست فرهنگی، جامعه نه بر اساس سن، بلکه بر اساس دو نوع رویکرد سنتی و جدید به دو گروه تقسیم می‌شود و در هر گروه پیر و جوان در کنار هم قرار دارند. شاید دلیل کثرت بیشتر جوانان در یکی از این گروه‌ها، توأم شدن گسست فرهنگی و گسست نسلی باشد (سلیمان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۱).

۴- دیدگاه چهارم: عده‌ای از متفکران اجتماعی با بیم و امید به پدیده شکاف نسلی نظر دارند و معتقدند شرایط فعلی اگر درست مدیریت نشود، پتانسیل گسترش تفاوت نسلی تا سر حد شکاف نسلی را دارد. این متفکران با توجه به شرایط انقلاب در ایران و مشکل نسل انقلابی در پافشاری بر ارزش‌ها و نیز انعطاف‌پذیری آنان نسبت به تحولات جدید، معتقدند چنانچه این انعطاف‌پذیری تداوم یابد، پدیده گسست نسلی اتفاق خواهد افتاد. این گروه نمی‌توانند به وجود یا عدم قطعی شکاف یا گسست نسلی رای دهند، اما با تناظر شرایط ایران و انقلاب‌های اجتماعی دیگر احتمال وقوع شکاف نسلی را در شرایط تداوم انعطاف‌ناپذیری حاکمان و نسل انقلاب می‌دهند (رستگار و گلشنی خجسته، ۱۳۹۵: ۲۵).

جدول ۱: پیشینه پژوهش (خلاصه پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور)

ردیف	محقق/محققان/سال	عنوان	نتیجه
۱	حسینی بیوکی و جوکار (۱۳۹۸)	تفاوت شکاف بین نسلی در ارزش‌ها میان نوجوانان و والدین دو شهر تهران و یزد	سنتی و مدرنیته بودن جامعه در میزان شکاف بین نسلی تأثیری ندارد.
۲	علی پور و همکاران (۱۳۹۸)	سنجش میزان مرجعیت‌گرایی دینی و خوداتکایی دینی (مطالعه دو نسل پس از انقلاب اسلامی: گروه‌های سنی ۱۵ تا ۳۰ و ۵۰ تا ۶۵ سال)	نسل اولیه بعد از انقلاب، مرجعیت‌گرایی بیشتری در امور دینی داشته و نسل کنونی مرجعیت‌گرایی کمتر و خوداتکایی بیشتری در امور دینی دارد.
۳	محمدی ترکمانی و همکاران (۱۳۹۸)	شناسایی و مقایسه ارزش‌ها و تجارب ورزشی بین نسل‌های ایرانی	تجارب مثبت ورزش در نسل‌های سوم و چهارم و تجارب منفی آن در نسل‌های اول و دوم پررنگ‌تر بودند.
۴	رازقی نصرآباد و فلاح‌نژاد (۱۳۹۷)	بررسی تفاوت‌های نسلی ارزش‌های اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر قدیم هشتگرد)	تفاوت آماری معنی‌داری در ابعاد مختلف نظام ارزشی نسل‌های مختلف وجود دارد و گرایش نسل جوان به ارزش‌های سنتی کاهش یافته است.
۵	نعیمی و حامدی (۱۳۹۷)	تبیین جامعه‌شناختی شکاف نسلی در دینداری جوانان و والدین آنها در شهر گنبد کاووس	در بین عوامل مؤثر بر ایجاد شکاف نسلی نیز متغیرهای میزان تمایل به همسانی‌شناختی مسائل دنیوی و دینی و کارکرد ارزش‌های مذهبی در بقای دیگر نهادها دارای تأثیر معنادار و احساس امنیت دارای عدم تأثیر شناخته شدند.

۶	عظیمی دولت آبادی و عسگری (۱۳۹۷)	نگرش سلسله مراتبی به ارزش های سیاسی انقلاب اسلامی در بین دو نسل والدین و فرزندان	در بین والدین بیشترین میزان نگرش مثبت مربوط به بعد استقلال و بیشترین میزان نگرش منفی مربوط به بعد آزادی و همچنین در بین فرزندان آن ها بیشترین میزان نگرش مثبت مربوط به بعد استقلال و بیشترین میزان نگرش منفی مربوط به ابعاد آزادی و پیوند دین و سیاست بوده است.
۷	افچنگی و زرقي (۱۳۹۶)	نگاهی به میحث شکاف نسل ها از نگاه آموزه های اسلامی	تمام ویژگی های یک نسل قابل انتقال به نسل بعد نیست و تعصب بر این انتقال کار صحیحی نیست. البته برخی ویژگی ها مثل احترام به بزرگتر، حیا و عفت، غیرت ... باید به نسل های جدید انتقال یابد.
۸	خواجه پور (۱۳۹۶)	گسست نسلی، تعارض بین جوانان، خانواده و فرهنگ	علی رغم تنوع بین نسلی، سازه همدلی بین نسلی باید در میان نسل ها در جامعه ارتقا یابد.

جدول ۲: پیشینه پژوهش (خلاصه پژوهش های انجام شده در خارج کشور)

ردیف	محقق / محققان / سال	عنوان	نتیجه
۱	یانگ و همکاران (۲۰۲۰)	سه نسل در تعطیلات: بررسی تأثیر ارزش های نئو کنفوسیوس در تصمیم گیری چندجانبه در مورد تعطیلات خانوادگی در کره	ارزش های نئو کنفوسیوسیایی بر تعطیلات خانوادگی نسل ها تأثیر معناداری دارد.
۲	تیتکو و همکاران (۲۰۲۰)	ارزش های کارمندان جوان: ادراک نسل	امروزه ارزش های اساسی برای کارکنان جوان ارزش های مرتبط با صفت شخصیت است.
۳	آماه و همکاران (۲۰۲۰)	رسیدگی به تنوع در اخلاق کار و ارزش های نسلی در نیجریه	اختلافات نسلی در اخلاق کار وجود دارد.
۴	موخا و همکاران (۲۰۲۰)	هویت اقتصادی نسل های مختلف روس	هویت اقتصادی نسل های مختلف روسی تحت تأثیر دگرگونی ارزشی قرار گرفته است. اغلب نسل جوان در روسیه مادی گرا، فردگرا و خودتعیین شده اند- برخلاف نسل قدیم که در معاملات اقتصادی بیشتر بر رفاقت و دوستی و کمک و همکاری تأکید داشتند.
۵	محمود و همکاران (۲۰۲۰)	تناسخ مجدد انگیزه شغلی: هزاره ها در مقابل نسل های قدیمی	بین ارزش ها در هزاره ها و نسل های قدیمی تفاوت معناداری وجود دارد.
۶	سوهون و کارهونن (۲۰۱۹)	میراث بین نسلی آموزش عالی والدین: شواهدی از تغییر در دسترسی به دانشگاه	برای فرزندان والدینی که تحت تأثیر تغییرات در دسترسی پذیری دانشگاه قرار دارند، اثرات سرریز مثبت قوی اطرافیان والدین از سن تحصیل فرزندان وجود دارد.
۷	ماسفتی و همکاران (۲۰۱۹)	خانواده های سه نسل و سلامت روان کودکان در کشورهای اروپایی	اختلاف نظر بین نسل اول و نسل سوم می تواند بر سلامت روان کودکان تأثیر منفی بگذارد.

۸	ویکس و اسکافرت (۲۰۱۹)	تفاوت‌های نسلی در تعریف کار معنی دار: مطالعه روش‌های ترکیبی	گروه‌های چند نسلی، معنا در مشاغل خود را متفاوت تعریف می‌کنند و در مورد عدم تمایل به معنی در هر یک از گروه‌های دیگر درک منفی دارند.
۹	یان و سی (۲۰۱۹)	بررسی ارزش‌های شغلی کارگران صنعتی در تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای نسل جدید: پس از دهه ۸۰ و پس از دهه ۹۰	بین ارزش‌های شغلی نسل جدید با نسل قدیم تفاوت معناداری وجود دارد.
۱۰	آلبرتینی و همکاران (۲۰۱۹)	روابط بین نسلی بین مهاجران در اروپا: نقش اختلافات قومی و مهاجرت	مهاجرت در دوره‌های مختلف موجب تولد نسل‌های مختلف مهاجران در کشور مقصد شده و تنوع ارزشی و هنجاری مهاجران با تفاوت‌های ارزشی و هنجاری کشور مقصد موجب تفاوت‌های بین نسلی گردیده است.
۱۱	کالمیچن و کرای کمپ (۲۰۱۸)	عوامل مؤثر در جذب فرهنگی در نسل دوم: تجزیه و تحلیل طولی ارزش‌های ازدواج و رابطه جنسی در بین مهاجران مراکش و ترک	ادغام اجتماعی نسل دوم پیش‌بینی‌کننده ارزش‌های لیبرال است نه شاخص‌های اقتصادی.
۱۲	گوگوشویلی (۲۰۱۷)	تغییر یا استمرار؟ تحرک اجتماعی بین نسلی و انتقال پس از کمونیست	تغییرات قابل توجه و سیستماتیک در تحرک اجتماعی بین‌نسلی در گروه‌های پیش از گذار مشاهده نمی‌شود.
۱۳	تانگ و همکاران (۲۰۱۷)	ارزش‌های نسل‌های چینی: آیا این ارزش‌ها در محل کار مهم است؟	در بین نسل‌ها هم اختلافات نسلی و هم شباهت‌های نسلی وجود دارد.
۱۴	کارباری و همکاران (۲۰۱۶)	شکاف‌های تولید: تغییر در محیط کار به دلیل متفاوت بودن ارزش‌های نسل	عدم ارتباط و درک بین نسل‌های مختلف ناشی از ارزش‌ها و اهداف متفاوت است.

نتایج حاصل از جمع‌بندی پیشینه‌ها نشان داد که سنتی یا مدرن بودن جامعه و ارزش‌های مترتب بر آن بر شکاف بین نسلی تأثیر دارد. همچنین تجارب زیسته نسل‌های مختلف و ارزش‌های آن‌ها در جنبه‌های مختلف زندگی با همدیگر تفاوت اساسی دارند. بین نگرش والدین و فرزندان در زمینه استقلال، آزادی، دین و سیاست تفاوت‌های اساسی دیده می‌شود. تغییرات ارزشی پدیدآمده در ایران بعد از سال ۱۳۶۸ (دوران بازسازی) شدید بود و موجب افزایش توجه به ارزش‌های مادی، سودجویی و تشدید فردگرایی شد. بین سن و مُدگرایی و سبک زندگی در بین نسل‌های مختلف تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بیشتر جوانان و نوجوانان گرایش به ارزش‌های مدرن دارند. بین ارزش‌ها و باورهای دینی نسل پدر و مادران و فرزندان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. اختلاف نسلی در اخلاق کار وجود دارد.

تفاوت مهم پژوهش حاضر با تحقیقات دیگر این است که تفاوت‌های بین سه نسل را مورد بررسی قرار می‌دهد و بُعد مهم آن، شناخت ویژگی‌های این سه نسل انقلاب است. همچنین ارزش‌ها و مطالبات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سه نسل مورد بررسی قرار می‌گیرد تا شکاف و تفاوت بین آنها شناخته شود.

در تبیین شکاف بین نسل‌ها آنچنان‌که از ادبیات نظری مطرح شده، بر می‌آید بر عوامل و پارامترهایی در مقیاس‌های کلان، میانی و خرد اشاره شده است. در سطح کلان، تحولات ساختاری حادث شده در حوزه‌های

جمعیتی، آموزشی، نظام ارتباطات، شهری شدن جامعه، تغییر در نظام اشتغال، تحول در نظام های قدرت و گفتمان و غیره و در سطح میانی، تحولاتی که به لحاظ فرآیندهای اجتماعی همچون: جامعه پذیری، تعلیم و تربیت، قشربندی اجتماعی، ستیز و رقابت، مشارکت و... تحقق پیدا کرده اند و نیز در سطح خرد، دگرگونی در ویژگی شخصیتی افراد جامعه به لحاظ نوگرایی، سنت شکنی، فردگرایی، حشو ارزشی، بحران هویت، جمع گرایی، عام گرایی، خاص گرایی، قدرت گرایی، عقل گرایی و... موجب ظهور نوعی تحول کیفی در نسل جدید نسبت به نسل قبلی شده است که خود موجب شکل گیری رویکردهای مختلفی در مورد تغییرات نسلی گردیده است. بنابراین پژوهشگرانی که قصد بررسی مسئله شکاف نسلی را دارند، باید هر سه سطح تحلیل (خرد، میانی و کلان) را در مطالعاتشان مورد توجه قرار دهند تا بتوانند به یک تحلیل جامع پیرامون عوامل مؤثر بر شکل گیری شکاف بین نسلی دست یابند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش های گردآوری داده ها، در زمره پژوهش های غیر آزمایشی از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه شهروندان تهرانی متعلق به سه نسل انقلاب تشکیل می دهند. این نسل ها عبارت اند از:

نسل اول: رهبران و مخالفان انقلاب که جامعه پذیریشان به سال های قبل از انقلاب بر می گردد.
نسل دوم: تابعان نسل اول و حافظان انقلاب و کسانی که انقلاب و جنگ را درک کرده اند.
نسل سوم و نسل های پس از آن: کسانی که تحت فرایند جامعه پذیری پس از انقلاب قرار داشتند به ویژه نسل سوم انقلاب که انقلاب و جنگ را درک نکرده اند.

طبق آمار موجود، جمعیت شهر تهران نزدیک به ۸/۷۰۰/۰۰۰ نفر است. در پژوهش حاضر از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شد. حجم نمونه باتوجه به این که جمعیت هر پهنه حالت سیال و تاحدودی نامشخص دارد، با بهره گیری از فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد به تعداد ۳۸۴ نفر به دست آمد:

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2} = \frac{(1/96)^2 (0/5)(0/5)}{(0/05)^2} = 384$$

باتوجه به وجود سه نسل و احتمال خطا در پرسشنامه ها، برای هر نسل ۱۵۰ پرسشنامه در نظر گرفته شد و مجموعاً ۴۵۰ پرسشنامه در بین سه نسل توزیع گردید. روش گردآوری اطلاعات، میدانی و ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته بود. پرسشنامه شامل ۴۶ گویه برگرفته از مبانی نظری و پیشینه تجربی تحقیق بود. بعد از تایید روایی صوری گویه ها، از ضریب لاواشه برای تعیین روایی محتوایی استفاده شد؛ چنان که گویه ها برای ارزیابی ۱۰ نخبه که اغلب اساتید دانشگاه در رشته جامعه شناسی بودند، ارسال شد و ضریب توافق به دست آمده به میزان ۰/۸۱ نشان از تایید روایی صوری بود- ضریب توافق استاندارد ۰/۶۸ است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده نشان دهنده پایا بودن ابزار تحقیق بود.

جدول ۳: ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هریک از مولفه‌های موجود در پرسشنامه

مولفه‌های پرسشنامه	ضریب آلفای کرونباخ
ارزش‌ها و مطالبات اقتصادی	۰/۸۴
ارزش‌ها و مطالبات اجتماعی	۰/۷۹
ارزش‌ها و مطالبات سیاسی	۰/۷۸
کل	۰/۸۹

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در سطح توصیفی، از فراوانی و درصد و در بخش استنباطی برای سنجش تفاوت بین نسل‌های مختلف، از تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. نرم‌افزار مورد استفاده نیز SPSS 25 بود.

۲۰

یافته‌های پژوهش

به منظور توصیف وضعیت مطلوب ارزش‌های سه‌گانه در بین سه نسل از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بهره‌گیری شد. آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که مقدار F برای ارزش‌های چهارگانه در وضعیت مطلوب ارزش‌ها به طور کلی در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است. بنابراین ارزش‌ها و مطالبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی‌داری می‌باشند.

جدول ۴: آزمون تحلیل واریانس بین وضعیت مطلوب ارزش‌ها در بین نسل‌های سه‌گانه

مدل	سطح معنی‌داری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	جمع مربعات
وضعیت مطلوب کل ارزش‌ها	بین‌گروهی	۰/۰۰۰	۱۴۴۷/۲۱۸	۲	۲۵۰۴/۳۴۶
	درون‌گروهی		۰/۸۶۵	۴۴۷	۲۳۹/۶۹۷
	جمع		۰/۸۶۵	۴۴۹	۲۷۴۴/۳۴۳
وضعیت مطلوب ارزش‌های اقتصادی	بین‌گروهی	۰/۰۰۰	۱۰۵۰/۶۰۰	۲	۲۵۷۵/۷۸۶
	درون‌گروهی		۰/۶۱۳	۴۴۷	۱۶۸/۵۵۶
	جمع		۰/۶۱۳	۴۴۹	۲۷۴۴/۳۴۳
وضعیت مطلوب ارزش‌های اجتماعی	بین‌گروهی	۰/۰۰۰	۱۲۳/۸۸۶	۲	۱۲۶۵/۴۷۶
	درون‌گروهی		۵/۳۲۰	۴۴۷	۱۴۷۸/۸۶۷
	جمع		۱۲۶۵/۴۷۶	۴۴۹	۲۷۴۴/۳۴۳
وضعیت مطلوب ارزش‌های سیاسی	بین‌گروهی	۰/۰۰۰	۱۲۳/۸۸۶	۲	۱۲۶۵/۴۷۶
	درون‌گروهی		۵/۳۲۰	۴۴۷	۱۴۷۸/۸۶۷
	جمع		۱۲۶۵/۴۷۶	۴۴۹	۲۷۴۴/۳۴۳

باتوجه به معنی دارشدن وضعیت مطلوب ارزش ها، مقایسه میانگین ارزش ها در بین نسل های سه گانه نیز نشان می دهد که در وضعیت مطلوب ارزش ها، نسل سوم با میانگین ۲۲۸/۱۴ تفاوت محسوسی با نسل های دوم با میانگین ۲۲۳/۱۸ و نسل اول با میانگین ۲۲۵/۷۵ دارد. در وضعیت مطلوب ارزش های اقتصادی، نسل سوم با میانگین ۵۸/۹۲ نسبت به نسل دوم با میانگین ۵۰/۵۶ و نسل سوم با میانگین ۵۳/۶۷ میانگین بالاتری دارد. میانگین وضعیت مطلوب ارزش های اجتماعی در نسل سوم ۵۷ در مقایسه با میانگین نسل دوم ۵۰/۷۹ و نسل اول ۵۲/۴۶ است. در وضعیت مطلوب ارزش های سیاسی نیز نسل سوم با میانگین ۵۹/۰۹۳ اختلاف شایان توجهی با میانگین نسل دوم (۵۴/۳۶) و نسل اول (۵۴/۵۸) دارد. در مجموع از منظر نسل سوم، ارزش های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی وضعیت مطلوبی ندارند و باید به سمت وضعیت مطلوب حرکت نمایند.

۲۱

جدول ۵: آزمون تحلیل واریانس بین وضعیت موجود ارزش ها در بین نسل های سه گانه

مدل		سطح معنی داری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	جمع مربعات
وضعیت موجود کل ارزش ها	بین گروهی	۰/۰۰۰	۴۵۰/۰۲۹	۶۸۶/۰۲۹	۲	۶۸۶/۰۲۹
	درون گروهی			۱/۵۲۱	۴۴۷	۵۸۲/۶۲۰
	جمع				۴۴۹	۱۲۶۸/۶۴۹
وضعیت موجود ارزش های اقتصادی	بین گروهی	۰/۰۰۰	۲۹۶/۲۸۷	۷۹۵/۶۵۵	۲	۷۹۵/۶۵۵
	درون گروهی			۲/۶۸۵	۴۴۷	۱۰۲۸/۵۱۶
	جمع				۴۴۹	۱۸۲۴/۱۷۱
وضعیت موجود ارزش های اجتماعی	بین گروهی	۰/۰۰۰	۵۴۷/۷۲۰	۶۸۵/۸۸۰	۲	۶۸۵/۸۸۰
	درون گروهی			۱/۲۵۲	۴۴۷	۴۷۹/۶۱۱
	جمع				۴۴۹	۱۱۶۵/۴۹۱
وضعیت موجود ارزش های سیاسی	بین گروهی	۰/۰۰۰	۵۸۶/۸۴۴	۱۰۹۰/۱۶۷	۲	۱۰۹۰/۱۶۷
	درون گروهی			۱/۹۱۶	۴۴۷	۷۳۴/۰۰۴
	جمع		۱۸۲۴/۱۷۱		۴۴۹	۱۸۲۴/۱۷۱

با توجه به معنی دارشدن وضعیت مطلوب ارزش ها، مقایسه میانگین ارزش ها در بین نسل های سه گانه نیز نشان می دهد که نسل اول با میانگین ۲۳۹/۳۴ در وضعیت موجود ارزش ها تفاوت محسوسی با نسل های دوم با میانگین ۲۲۸/۵۶ و نسل سوم با میانگین ۲۳۱/۰۶ دارد. در وضعیت موجود ارزش های اقتصادی نسل اول با میانگین ۵۸/۷۲ نسبت به نسل دوم با میانگین ۵۳/۸۴ و نسل سوم با میانگین ۵۵/۴۹، میانگین بالاتری دارد. میانگین وضعیت موجود ارزش های اجتماعی در نسل اول برابر با ۶۵/۸۲ در مقایسه با میانگین نسل دوم

۵۹/۳۱ و نسل سوم ۵۸/۹۱ است در وضعیت موجود ارزش‌های سیاسی نیز نسل اول با میانگین ۶۰/۰۲ نسبت به میانگین نسل دوم با میانگین ۵۸/۶۶ و نسل سوم با میانگین ۵۴/۷۸ قرار دارد. در مجموع از منظر نسل اول، ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در وضعیت موجود خود مناسب و بیشتر از وضعیت مطلوب هستند و نیازی به تغییر آن‌ها نیست.

جدول ۶: مقایسه میانگین ارزش‌های در وضعیت مطلوب برحسب نسل‌های سه‌گانه

ارزش‌ها	نسل	تعداد	تعداد گویه	میانگین نظری	میانگین به دست آمده	انحراف معیار
وضعیت مطلوب کل	اول	۱۵۰	۶۱	۱۸۳	۲۲۵/۷۵۳۳	۲۷/۸۴۶۱۶
	دوم	۱۵۰	۶۱	۱۸۳	۲۲۳/۱۸۰۰	۲۷/۶۴۵۴۲
	سوم	۱۵۰	۶۱	۱۸۳	۲۲۸/۱۴۶۷	۲۵/۹۱۰۸۹
	جمع کل	۴۵۰	۶۱	۱۸۳	۲۲۵/۶۹۳۳	۲۷/۱۶۳۵۲
وضعیت مطلوب ارزش‌های اقتصادی	اول	۱۵۰	۱۴	۵۲	۵۳/۶۷۳۳	۸/۹۰۷۰۵
	دوم	۱۵۰	۱۴	۵۲	۵۰/۸۶۰۰	۸/۸۶۳۶۴
	سوم	۱۵۰	۱۴	۵۲	۵۸/۹۲۶۷	۸/۵۸۹۹۱
	جمع کل	۱۵۰	۱۴	۵۲	۵۳/۸۲۰۰	۸/۸۰۹۵۹
وضعیت مطلوب ارزش‌های اجتماعی	اول	۱۵۰	۱۶	۴۸	۲۵/۴۶۶۷	۱۱/۰۷۶۱۰
	دوم	۱۵۰	۱۶	۴۸	۵۰/۷۹۳۳	۹/۴۷۳۵۹
	سوم	۱۵۰	۱۶	۴۸	۵۷/۰۰۰۰	۱۰/۱۷۶۳۰
	جمع کل	۱۵۰	۱۶	۴۸	۵۶/۴۲۰۰	۱۰/۲۵۲۰۲
وضعیت مطلوب ارزش‌های سیاسی	اول	۱۵۰	۱۵	۴۵	۵۴/۵۸۶۷	۸/۸۱۲۱۲
	دوم	۱۵۰	۱۵	۴۵	۵۴/۳۶۶۷	۹/۶۶۷۲۳
	سوم	۱۵۰	۱۵	۴۵	۵۰/۹۳۳۹	۸/۳۸۳۷۱
	جمع کل	۱۵۰	۱۵	۴۵	۵۴/۳۴۸۹	۸/۹۵۲۵۱

به منظور توصیف وضعیت موجود ارزش‌های سه‌گانه در بین سه نسل از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که مقدار F برای ارزش‌های سه‌گانه در وضعیت موجود ارزش‌ها به طور کلی مطلوب و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است. بنابراین ارزش‌ها و مطالبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است.

جدول ۷: مقایسه میانگین ارزش های در وضعیت موجود برحسب نسل های سه گانه

ارزش ها	نسل	تعداد گویه	میانگین نظری	میانگین به دست آمده	انحراف معیار
وضعیت موجود کل	اول	۶۱	۱۸۳	۲۳۹/۳۴۶۷	۲۶/۳۱۶۸۶
	دوم	۶۱	۱۸۳	۲۲۸/۵۶۶۷	۲۶/۱۲۷۸۳
	سوم	۶۱	۱۸۳	۲۳۱/۰۶۰۰	۲۳/۵۱۹۸۷
	جمع کل	۶۱	۱۸۳	۲۳۲/۹۹۱۱	۲۵/۳۱۸۶۱
وضعیت موجود ارزش های اقتصادی	اول	۱۴	۵۲	۵۸/۷۳۳۳	۹/۲۴۳۶۶
	دوم	۱۴	۵۲	۵۳/۸۴۰۰	۸/۱۲۸۲۳
	سوم	۱۴	۵۲	۵۵/۴۹۳۳	۷/۷۸۷۲۳
	جمع کل	۱۴	۵۲	۵۶/۰۲۲۲	۸/۴۱۷۸۸
وضعیت موجود ارزش های اجتماعی	اول	۱۶	۴۸	۶۵/۸۲۰۰	۸/۵۸۰۵۱
	دوم	۱۶	۴۸	۵۹/۳۱۳۳	۸/۸۰۹۸۰
	سوم	۱۶	۴۸	۵۸/۹۱۳۳	۷/۸۳۲۰۸
	جمع کل	۱۶	۴۸	۶۱/۳۴۸۹	۸/۴۰۷۲۶
وضعیت موجود ارزش های سیاسی	اول	۱۵	۴۵	۶۰/۰۲۰۰	۸/۱۱۰۳۷
	دوم	۱۵	۴۵	۵۸/۶۶۰۰	۸/۶۴۴۲۲
	سوم	۱۵	۴۵	۵۴/۷۸۶۷	۷/۶۵۴۰۹

با توجه به وجود سه نسل و ارزش های سه گانه، مناسب ترین آزمون برای مقایسه معنی داری تفاوت بین ارزش های سه گانه و نیز مقایسه میانگین ها، تحلیل واریانس یک طرفه یا یک راهه است که برای کلیه فرضیه ها این آزمون مورد استفاده قرار گرفته است.

فرضیه اول: تفاوت میانگین معناداری در ارزش ها و مطالبات اقتصادی نسل اول، دوم و سوم انقلاب با یکدیگر وجود دارد.

به منظور توصیف وضعیت ارزش های اقتصادی در بین سه نسل از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که مقدار F برای ارزش های اقتصادی در سطح خطای $۰/۰۵$ معنی دار است. بنابراین ارزش های اقتصادی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است.

جدول ۸: مقایسه میانگین ارزش‌های اقتصادی برحسب نسل‌های سه‌گانه

ارزش‌ها	نسل	تعداد	تعداد گویه	میانگین نظری	میانگین به دست آمده	انحراف معیار
ارزش‌های اقتصادی	اول	۱۵۰	۲۸	۸۴	۱۰۸/۴۰۶۷	۱۷/۸۱۳۷۶
	دوم	۱۵۰	۲۸	۸۴	۱۱۰/۷۰۰۰	۱۶/۶۴۸۶۶
	سوم	۱۵۰	۲۸	۸۴	۱۱۴/۴۲۰۰	۱۶/۰۵۶۲۲
	جمع کل	۴۵۰	۲۸	۸۴	۱۱۱/۵۰۸۹	۱۶/۸۸۶۵۲

فرضیه دوم: تفاوت میانگین معناداری در ارزش‌ها و مطالبات اجتماعی نسل اول، دوم و سوم انقلاب با یکدیگر وجود دارد.

به منظور توصیف وضعیت ارزش‌های اجتماعی در بین سه نسل از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که مقدار F برای ارزش‌های اجتماعی در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است. بنابراین ارزش‌های اجتماعی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است.

جدول ۹: مقایسه میانگین ارزش‌های اجتماعی وضعیت موجود برحسب نسل‌های سه‌گانه

ارزش‌ها	نسل	تعداد	تعداد گویه	میانگین نظری	میانگین به دست آمده	انحراف معیار
ارزش‌های اجتماعی	اول	۱۵۰	۳۲	۹۶	۱۱۶/۲۸۶۷	۱۸/۶۵۶۶۸
	دوم	۱۵۰	۳۲	۹۶	۱۲۰/۱۰۶۷	۱۷/۸۱۷۹۳
	سوم	۱۵۰	۳۲	۹۶	۱۲۵/۹۱۳۳	۱۶/۸۴۷۸۹
	جمع کل	۴۵۰	۳۲	۹۶	۱۲۰/۷۶۸۹	۱۷/۷۵۶۷۱

فرضیه سوم: تفاوت میانگین معناداری در ارزش‌ها و مطالبات سیاسی نسل اول، دوم و سوم انقلاب با یکدیگر وجود دارد.

به منظور توصیف وضعیت ارزش‌های سیاسی در بین سه نسل از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که مقدار F برای ارزش‌های اقتصادی در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است. بنابراین ارزش‌های سیاسی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تفاوت‌های سه نسل انقلاب اسلامی نسبت به ارزش‌های (ویژگی‌های) اجتماعی، اقتصادی، سیاسی انجام شد. در فرضیه اول نتیجه نشان داد که ارزش‌های اقتصادی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است و میانگین ارزش‌های اقتصادی در نسل سوم بزرگتر از نسل دوم و اول است.

باید دقت کرد که اغلب ارزش های اقتصادی مورد بحث رویکرد عدالت محورانه و توزیع امکانات عادلانه را به همراه دارد. بر همین اساس، نسل سوم بیشتر بدین سمت حرکت کرده که نوعی عدالت محوری را در تمامی زمینه ها در اولویت نگرش ها، ارزش ها و مطالبات خود قرار دهد. جالب این که این ارزش های اقتصادی عدالت - محور بیشتر ارزش های نسل اول انقلاب هستند که اساسا از جنبه هایی برای آن انقلاب کردند، اما بعد از انقلاب همچنان چنین ارزش هایی دارای کشش و توجه عمیق نسل های پس از انقلاب نیز بوده است. به نظر می رسد یکی از علل اصلی تفاوت ارزش های اقتصادی در بین نسل سوم نسبت به دو نسل دیگر این است که همچنان مناطق مختلف ایران از کمبودها و نارسایی های متعدد و متفاوتی از نظر امکانات و تسهیلات و توزیع عادلانه آنها رنج می برند و باتوجه به این که نسل سوم ساکن در تهران به مثابه سایر نسل ها از پدران و مادران مهاجر هستند، این نابرابری ها را به چشم خود در تهران یا سایر شهرستان ها مشاهده می کنند. از این رو، برای نسل سوم، عدالت محور اصلی و نوعی نشان از پایگاه اجتماعی است به ویژه که این نسل با ورود به آموزش های عالی و اشتغال بیش از پیش بر اثربخشی عادلانه امکانات و تسهیلات باور دارد. در همین راستا پژوهش رازقی نصرآباد و فلاح نژاد (۱۳۹۷) نشان داد که گرایش نسل سوم بیشتر به ارزش های مدرن اقتصادی نظیر عدالت - محوری همه جانبه و برابری جنسیتی بوده است. همچنین همسو با یافته فرضیه اول تحقیق، نتایج پژوهش عظیمی دولت آبادی و عسگری (۱۳۹۷) نیز نشان داد که نسل سوم بیشتر به سمت استقلال اقتصادی حرکت می کنند. بنابراین ارزش های اقتصادی و عدالت اقتصادی برای آن ها اهمیت زیادی دارد. پژوهش نایینی و غیائی راد (۱۳۹۶) نیز نشان داد بعد از سال ۱۳۶۸، دگرگونی ارزشی با بازسازی جامعه پدید آمد. بتدریج تغییرات ارزشی به صورت بی توجهی به ارزش های انقلاب، رواج سودجویی و مادی گرایی رشد کرد، اما نسل سوم در کنار توجه به منافع مادی بیشتر به سمت عدالت - محوری و ارزش ها و مطالبات اقتصادی که نمادی از استقلال و کسب پایگاه اجتماعی بود نیز حرکت کرد. در همین راستا پژوهش آماه و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد که ارزش های مرتبط با کار، اخلاق کار و عدالت در توزیع امکانات و منابع کاری برای نسل جوان حائز اهمیت است. به عبارت دیگر، نسل جوان در تمامی موقعیت های اقتصادی بر ارزش های اقتصادی نظیر برابری در حقوق و عدالت در توزیع امکانات تاکید دارند. پژوهش موخا و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان داد هویت اقتصادی نسل های مختلف روسی تحت تأثیر دگرگونی ارزشی قرار گرفته است و اغلب نسل جوان در روسیه بیشتر مادی گرا، فردگرا و خودتعیین شده اند - برخلاف نسل قدیم که بیشتر در معاملات اقتصادی بر رفاقت و دوستی و کمک و همکاری تاکید داشتند. از سوی دیگر، یافته پژوهش یان و سی (۲۰۱۹) نیز نشان داد که بین ارزش های شغلی نسل جدید با نسل قدیم تفاوت معناداری وجود دارد؛ بدین معنی که نسل های قدیم بیشتر به گذران زندگی و سازگاری با محل کار پیوند خورده بودند، اما نسل جدید بیشتر بر برابری در دستمزدها و حقوق و برابری شغلی و ارتقای شغلی تاکید دارد.

نتیجه آزمون فرضیه دوم نیز نشان داد که ارزش های اجتماعی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی داری است و میانگین ارزش های اجتماعی در نسل سوم و دوم بیشتر از نسل اول است. در تبیین این نتیجه باید گفت نسل سوم با غلبه رسانه های جدید بیشتر به سمت نگرش های باز اجتماعی و دیدگاه های تساهل - محور حرکت کرده

است. نسل دوم انقلاب نیز خسته از جنگ بیشتر رویکرد خود را به سمت ارزش‌های اجتماعی مدرن تغییر داده، اما همچنان ارزش‌های انقلابی در آنان زنده است. نتایج نشان می‌دهد که نسل دوم انقلاب بیشتر بر ارزش‌هایی نظیر قناعت و صرفه‌جویی و پایداری به ارزش‌های ایرانی - اسلامی تاکید دارند، در حالی که نسل سوم بیشتر طالب بازشدن فضای اجتماعی، برداشته‌شدن محدودیت‌ها و احترام به آزادی‌های فردی هستند. همان‌طور که قبلاً گفته شد این نسل به علت عدم تجربه جنگ و تحولات انقلاب در یک فضای بعد از جنگ رشد کرده‌اند که در آن سیاست‌های نئولیبرالیستی اقتصادی که با دولت‌سازندگی ظهور کرد بیشتر بر تعامل اجتماعی با جهان غرب و احترام به حقوق افراد مبتنی بود. پژوهش کریمیان و نوابخش (۱۳۹۶) نیز نشان داد که بین نگرش به نوگرایی، نگرش به فردگرایی و شکاف نسلی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و نسل جوان، نوگراتر و فردگراتر است. پژوهش بابایی فرد و روحی (۱۳۹۵) هم نشان داد که بین سن و مدرگرایی با شکاف نسلی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد؛ بدین معنی که افراد جوان‌تر بیشتر مدرگراتر بوده و با الگوپذیری از رسانه‌های ارتباط جمعی به سمت کسب ارزش‌های اجتماعی جدید حرکت می‌کنند. یافته‌های پژوهش دانش و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان داد گرایش نوجوانان و جوانان به ارزش‌های مدرن و احساس بحران هویت ناشی از جدا افتادگی آن‌ها از نسل‌های پیشین به مرور افزایش یافته است. بنا بر دیدگاه کلمن پیرامون ارزش‌های اجتماعی و دگرگونی آن، اکنون جریان‌های جدید در تشکیل خانواده مثل خانوارهای تک‌نفره، زندگی مشترک بدون ازدواج و... شکل گرفته است که سبب شکنندگی فزاینده پیوندهای خانوادگی شده و در واقع تیپ‌های جدیدی از روابط نسل‌ها را شکل داده است که ساختار محکمی ندارند. همین موضوع باعث شده است ارزش‌های اجتماعی مدرن در بین نسل جوان بیش از پیش رشد نماید. همچنین یافته پژوهش گوگوشویلی (۲۰۱۷) نشان داد که تحرک اجتماعی در نسل‌های مختلف، عامل اصلی روی آوردن به ارزش‌های اجتماعی مدرن است؛ به طوری که نسل فرزندان پدرانی که به ایالات متحده مهاجرت کرده بودند، بسیار لیبرال‌تر و برابری‌طلب‌تر از پدران خود بودند. نتایج پژوهش تانگ و همکاران (۲۰۱۷) نیز نشان داد که اختلاف بین نسل‌ها اغلب در ارزش‌های اجتماعی است. ارزش‌های اجتماعی والدین اغلب خانواده - محور و سنتی است، در حالی که ارزش‌های اجتماعی نسل جوان اغلب دموکراتیک، برابری‌طلب و با محوریت عدم تبعیض بین زنان و مردان است. همچنین پژوهش عیوضی (۱۳۹۴) در تایید فرضیه دوم نشان داد که در سطح باورها و ارزش‌ها، پیوستگی و وفاق وجود دارد و تفاوت اندک در این زمینه هر جامعه‌ای طبیعی می‌باشد، اما در زمینه برخی از رفتارها و رفتارها، تفاوت‌ها معنی‌دار است و می‌توان شکاف نسلی را در آن رفتارها و نمادها اطلاق کرد.

نتیجه آزمون فرضیه سوم تحقیق نشان داد که ارزش‌های سیاسی در بین سه نسل دارای تفاوت معنی‌داری است. میانگین ارزش‌های سیاسی در نسل سوم و نسل دوم از نسل اول بیشتر است. در تبیین این یافته باید گفت اغلب ارزش‌های سیاسی مورد تاکید نسل سوم و دوم بیشتر بر دموکراتیک‌بودن جامعه و فضای آن تاکید دارد. با توجه به تجربه زیسته نسل دوم از حکومت طاغوت و حکومت دینی به نظر می‌رسد این نسل نیز همسو با نسل سوم بدین نتیجه رسیده‌اند که کارآمدی نظام با به رسمیت شناخت ارزش‌های دموکراتیک و حکومتی عرفی خواهد بود. نسل دوم بیشتر بر ارزش‌هایی نظیر جلوگیری از نفوذ بیگانگان، استقبال از تعامل با جهان و مقابله

با استیلای فرهنگ غربی تاکید دارند، در حالی که نسل سوم بیشتر با رویکردی دموکراتیک بر آزادی مطبوعات، انتقادپذیری، جهان وطنی بودن و جدایی دین از سیاست تاکید می کند. یافته پژوهش نیمروزی ناوخی و پارسائی (۱۳۹۴) نشان داد که بین ارزش های سیاسی والدین و ارزش های فرزندان تفاوت معنی داری وجود ندارد که ناهمسو با یافته این پژوهش است؛ بدین معنی که والدین و فرزندان همگی به ارزش های انقلاب و نظام اسلامی پایبندی دارند. اما نتیجه پژوهش احمدی و نمکی (۱۳۹۲) نشان داد که بروز ارزش های ابراز وجود و توسعه بیشتر فرهنگ دموکراتیک در میان نسل جوان است. در واقع هرچقدر ارزش های سیاسی به سمت دموکراتیک و عرفی شدن حرکت نماید، جوانان بیشتر می توانند هویت خود را بروز دهند - چون بروز هویت با ابزار بیان امکان پذیر است. بنابراین نسل جوان بیشتر به سمت ارزش هایی نظیر آزادی مطبوعات و رسانه های جدید پیش خواهد رفت. مطابق با نظر مانهایم باید گفت نسل های بعد از انقلاب چون شرایط جنگی را تجربه نکرده اند، بیشتر به سمت دموکراتیک شدن فضای سیاسی جامعه حرکت می کنند. همچنین دوره اصلاحات محمد خاتمی نیز نقش مهمی در ایجاد برخی از نهادهای دموکراتیک نظیر شورای اسلامی شهر و روستا داشت که موجب شد نسل سوم بیش از پیش به ارزش های سیاسی دموکراتیک و آزادی مطبوعات باور داشته باشد، اگرچه نقش رسانه ها را نباید نادیده گرفت. مانهایم معتقد است پس از جنگ و در پی روند نوسازی جهانی در ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، کشورهای در حال توسعه به شدت رشد یافتند و در این راستا، تحولات اجتماعی عدیده ای نظیر جنبش ها و انقلابات اجتماعی خاص را تجربه کرده اند. در پس این تحولات ساختاری عینی و ملموس، تحولاتی از نوع ذهنی و غیرملموس در لایه های زیرین اجتماع حاصل شده که در نوع خود بسیار مهم بوده و نتیجه آن، تغییر موقعیت اجتماعی نسل ها به خصوص نسل جوان شده است. درگیری تقابل شرایط اجتماعی جدید و به اصطلاح مدرن که پیامد مهم رشد یافتگی پس از جنگ جهانی دوم بوده است با شرایط ما قبل مدرن که سال ها ساختار اجتماعی فرهنگی جوامع و مردمان آن را در بر می گرفت به همراه افزایش آگاهی مردم از وضعیت خود و جوامع دیگر درك جایگاه خود و نیز پی بردن به وجود توانایی بالقوه در نسل های جدید، همگی سبب شد تا نگرش های جدیدی در نسل جوان حاصل شود که نتیجه آنها مطالباتی نظیر حضور بیشتر در عرصه سیاسی - اجتماعی و فشار بر دموکراتیک شدن نهادهای جامعه بود.

در مجموع باید گفت نسل سوم در ارزش های اقتصادی با نسل دوم و اول و نسل سوم و دوم در ارزش های اجتماعی سیاسی و فرهنگی دارای تفاوتی اساسی با نسل اول است. اغلب نسل سوم و تا حدود زیادی نسل دوم نیز به سمت ارزش های لیبرال تر، جهانی و رسانه -محور حرکت کرده اند. ناکارآمدی عملکرد حکومت در بحران های اقتصادی حال حاضر ایران نیز بیش از پیش واگرایی نسل ها از ارزش های حاکمیتی را منجر می شود. نسل سوم که پس از انقلاب اسلامی رشد کرده است، دارای تمایلات، آمال و آرزوهایی هستند که با تمایلات نسل انقلابی و پیش تر از آن مقداری متفاوت است. به عبارت دیگر، اگر چه جوانان هنوز به انقلاب و مبانی آن وفادار هستند، اما این امید تا زمانی است که واقعیت ها و انتظارات آنها تا حد قابل ملاحظه ای تحقق یابد. در غیر این صورت تضمینی وجود ندارد که به آنچه شعار و هدف اصلی انقلابیون نسل اول انقلاب بوده است، وفادار بمانند. نسل فعلی از انقلاب اسلامی انتظاراتی دارد که مهم ترین آنها تأمین نیازهای مادی و معنوی آنهاست.

حال چنانچه این نسل در سال‌های آینده، به صورتی گسترده وارد سیستم اجرایی و سیاسی کشور شود و نظام مبتنی بر انقلاب نتواند پاسخگوی نیازهای مادی و معنوی آنها باشد، شبهات و دغدغه‌های فکری و روحی آنها را به نحو شایسته پاسخ ندهد و با نسل انقلابی و جنگ دیده، ارتباط عاطفی و روحی صحیحی نداشته باشد، آیا در باور و اعتقاد خود به انقلاب اسلامی تردید نخواهند کرد؟

در هر صورت، برای جلوگیری از اینکه انقلاب اسلامی در اثر تحول و تبدیل نسل عامل انقلاب، دچار آسیب نشود، نخست باید به همین واقعیت، یعنی تحول کمی و کیفی جمعیت نوجوان و جوان جامعه توجه و آگاهی پیدا کرد. گام بعدی، شناخت صحیح نسل کنونی جوانان و نیازهای واقعی آنان است. برای شناخت جوانان امروز باید با آنان معاصر شد و فهمید که در ذهن شان چه می‌گذرد. آنان چه پرسش‌ها، نگرانی‌ها، دغدغه‌ها و حساسیت‌هایی دارند. پرسش‌های ذهنی جوانان امروز، همان پرسش‌های جوانان بیست سی سال پیش نیست.

پیشنهادهای

با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

- قوانینی به تصویب برسد که در آن زمینه‌های تبعیض حقوقی ناروا در ارتقای پست و مقام به ویژه برای زنان حذف شود.
- باتوجه به اهمیت ارزش‌های اقتصادی در دگرگونی ارزش‌های نسل سوم، پیشنهاد می‌شود که دولت در زمینه اشتغال مناسب برای این نسل به سمت تقویت عدم تمرکز و اعطای اختیارات ویژه به استان‌ها حرکت کند.
- باتوجه به اهمیت سرمایه‌گذاری در توسعه مناطق به عنوان یکی از مهم‌ترین تأکیدات نسل سوم در ارزش‌های اقتصادی، پیشنهاد می‌شود در هر استان تسهیلات ویژه‌ای برای بخش خصوصی به منظور ایجاد اشتغال و کارآفرینی به ویژه در مناطق کم‌برخوردار ارائه شود.
- باتوجه به اهمیت بازشدن فضای نقد و انتقادپذیری از منظر نسل سوم و دوم به عنوان یکی از شاخص‌های مهم ارزش‌های اجتماعی مدرن، پیشنهاد می‌شود در دانشگاه‌ها و سایر مراکز علمی با دعوت از اساتید، صاحب نظران و مسئولان دولتی کرسی‌های آزاداندیشی برگزار شود.
- باتوجه به اهمیت ارتباط با جهان از منظر نسل دوم و سوم به عنوان ارزش فرهنگی مهم، پیشنهاد می‌شود با همکاری مدیریت محلی کانال‌های ارتباط با شهروندان سایر کشورها و مدیریت شهری کشورهای دیگر ایجاد شود. محقق در این پژوهش با این محدودیت‌ها روبه‌رو بود: وسعت و ناهمگنی قلمرو مکانی پژوهش؛ هزینه‌های زیاد مالی در طول فرایند پژوهش و عدم همکاری و مشارکت پاسخگویان و مسائل مربوط به جلب اعتماد ساکنین در مناطق مورد تحقیق.
- پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی همین تحقیق در شهر تهران یا با افزودن متغیر سرمایه اجتماعی در سایر مناطق شهری انجام شود. نگرش نسل اول، دوم و سوم در زمینه تأثیرپذیری جوانان از رسانه‌ها در تغییرات ارزشی مورد بررسی و تأمل قرار گیرد و باتوجه به همسویی نسل دوم در ارزش‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی با نسل سوم، مقایسه‌ای تطبیقی بین نسل دوم به تفکیک مردان و زنان در مناطق مختلف تهران انجام شود.

منابع

- احمدی، یعقوب و نمکی، آزاد. (۱۳۹۲). «فرهنگ سیاسی دموکراتیک در میان نسل های ایرانی (تحلیل ثانویه داده های پیمایش ارزش های جهانی برای ایران، اقوام و استان های آن)». جامعه شناسی کاربردی. ۲۴(۳)، صص ۱۳۱-۱۵۴.
- افچنگی، فاطمه و زرقی، موسی. (۱۳۹۶). «نگاهی به مبحث شکاف نسل ها از نگاه آموزه های اسلامی». سومین کنفرانس ملی روانشناسی علوم تربیتی و اجتماعی. بابل، موسسه علمی تحقیقاتی کومه علم آوران دانش.
- بابایی فرد، اسداله و روحی، مریم. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر سبک زندگی بر شکاف نسلی در بین جوانان شهر کاشان». مطالعات میان فرهنگی. ۱۱(۳۰)، صص ۳۵-۶۱.
- بهیان، شاپور و غیائی راوری، حسین. (۱۳۹۷). «ارزش های فرهنگی و تأثیرات آن بر نگرش اقتصادی و سیاسی شهروندان جامعه». دومین کنفرانس بین المللی دیدگاه های تخصصی در حوزه روانشناسی، علوم تربیتی و جامعه شناسی.
- حسینی بیوکی، نفیسه و محمد جوکا، علی. (۱۳۹۸). «تفاوت شکاف بین نسلی در ارزش ها میان نوجوانان و والدین دو شهر تهران و یزد». سومین کنفرانس بین المللی پژوهش در روانشناسی، مشاوره و علوم تربیتی. دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- خواجه پور، لیلا. (۱۳۹۶). «گسست نسلی، تعارض بین جوانان، خانواده و فرهنگ». اولین همایش ملی آسیب شناسی و آسیب زدایی پدیده شکاف بین نسلی (زمینه ها، چالش ها و راهکارها). بوشهر، موسسه فرهنگی هنری بام پژوهش پرواز جنوب.
- رازقی نصرآباد، حبیبه بی بی و فلاح نژاد، لیلا. (۱۳۹۷). «بررسی تفاوت های نسلی ارزش های اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر قدیم هشتگرد)». راهبرد اجتماعی فرهنگی. ۲۶.
- رستگار، یاسر و گلشنی خجسته، لیلا. (۱۳۹۵). «سبک زندگی و تفاوت های نسلی (پژوهشی در میان زنان شهر بندرعباس)». دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی. قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
- ریسی، کتایون و فراشبندی، رضا. (۱۳۹۶). «خانواده و شکاف بین نسلی، اولین همایش ملی آسیب شناسی و آسیب زدایی پدیده شکاف بین نسلی (زمینه ها، چالش ها و راهکارها)». بوشهر، موسسه فرهنگی هنری بام پژوهش پرواز جنوب.
- عباسی اسفنجیر، علی اصغر؛ سام، شیما و امیریان، ریحانه. (۱۳۹۲). «شکاف نسلی در ارزش ها: بررسی مقایسه جوانان و سالمندان». مطالعات علوم اجتماعی ایران. ۱(۳۸)، صص ۱۶۲-۱۸۵.
- عظیمی دولت آبادی، امیر و عسگری، احسان. (۱۳۹۷). «نگرش سلسله مراتبی به ارزش های سیاسی انقلاب اسلامی در بین دو نسل والدین و فرزندان». فصلنامه اندیشه سیاسی در اسلام. ۴(۱۶).
- عیوضی، غلامحسین. (۱۳۹۴). «بررسی جامعه شناختی شکاف نسلی در ایران پس از انقلاب اسلامی با تأکید بر عناصر فرهنگی هویت ایرانی». فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی. ۳(۳)، صص ۹۰-۱۲۰.
- کریمیان، حبیب الله و نوابخش، مهرداد. (۱۳۹۶). «تحلیل جامعه شناختی شکاف نسلی فرزندان و والدین در انتظار از نقش یکدیگر در خانواده شهری ایران (مطالعه موردی: شهر تهران)». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. ۹(۳)، صص ۲۱-۴۳.
- نایینی، علی محمد و غیائی راد، داود. (۱۳۹۶). «نسل های انقلاب و ظلم ستیزی و سازش ناپذیری در

- برابر دشمن». اولین همایش ملی آسیب شناسی و آسیب زدایی پدیده شکاف بین نسلی (زمینه‌ها، چالش‌ها و راهکارها). بوشهر، موسسه فرهنگی هنری بام پژوهش پرواز جنوب.
- نوابخش، مهرداد؛ سلیمان‌زاده، علی و ساروخانی، باقر. (۱۳۹۶). «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در توسعه فرهنگی (مطالعه موردی: شهرستان ملکان تابستان ۱۳۹۶)». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال دهم، شماره اول.
 - نوابخش، مهرداد و سجادی، حمید. (۱۳۹۰). «بررسی تحولات ارزشی و هویتی بر امنیت ملی». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال سوم، شماره چهارم.
 - نوابخش، مهرداد. کریمیان، حبیب‌الله. (۱۳۹۶). «تحلیل جامعه‌شناختی شکاف نسلی فرزندان والدین در انتظار از نقش یکدیگر در خانواده شهری ایران (مطالعه موردی: شهر تهران)». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. ۹(۳)، صص ۲۱-۴۳.
 - نیمروزی ناوخی، نوروز و پارسائی، زینب. (۱۳۹۴). «بررسی مقایسه‌ای سبک زندگی نسلی: مطالعه ترجیحات ارزشی والدین و فرزندان در شهرگران». همایش ملی سبک زندگی، نظم و امنیت. زنجان، دانشگاه زنجان.
 - یوسفی مقدم، شقایق و ذکایی، محمد سعید. (۱۳۹۶). «بازنمایی مناسبات نسلی از منظر ادبیات داستانی پیش و پس از انقلاب اسلامی». تحقیقات فرهنگی ایران. ۱۰(۳)، صص ۵۱-۷۸.
 - Albertini, Marco, Debora, Mantovani. & Giancarlo, Gasperoni. (2019). **“Intergenerational relations among immigrants in Europe: the role of ethnic differences, migration and acculturation”**. Journal of Ethnic and Migration Studies, 45:10, 1693-1706.
 - Beugelsdijk, Sjoerd, Mariko, J. Klasing, Petros Milionis. (2017). **“Value Diversity and Regional Economic Development”**. The Scandinavian Journal of Economics, Vol-ume121, Issue1. Pages 153-181.
 - Gugushvili, Alexi. (2017). **“Change or continuity? Intergenerational social mobility and post-communist transition”**. Research in Social Stratification and Mobility. Vol-ume 52, Pages 59-71.
 - Kamalia, Suaidatul & Indartono, Setyabudi & Islamiah, Robitotul. (2019). **“The Role of Families on Internalization of the Tolerance Values for Millennial Generation to Decrease the Potential of Intolerant Conflict and Radicalism Behavior within the Multi Religion Society”**. 10.2991/icosce-icsmc-18.2019.57.
 - Lee, Haenim, Youngmi, Kim. (2019). **“Living in three-generation family households and body mass index trajectories in Hispanic adolescents: Different associations by immigrant status”**. Children and Youth Services Review. 107.
 - Mahmoud, Ali & Reisel, William & Grigoriou, Nicholas & Fuxman, Leonora & Mohr, Iris. (2020). **“The reincarnation of work motivation: Millennials vs older genera-**

tions". International Sociology.

- Masfety, V.K., Aarnink, C., Otten, R. (2019). **"Three-generation households and child mental health in European countries"**. Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol, 54, 427–436.
- Mukha, Victoria, Elena, Klochko, Olga, Brizhak, Daria, Vakhrameeva. (2020). **"Economic Identity of Different Generations of Russians"**. Proceedings of the 5th International Conference on Economics, Management, Law and Education (EMLE 2019).
- Pritish, Behuria. (2019). **"The domestic political economy of upgrading in global value chains: how politics shapes pathways for upgrading in Rwanda's coffee sector"**. Review of International Political Economy, DOI: 10.1080/09692290.2019.1625803.
- Rani, N. and Samuel, A. (2016). **"A study on generational differences in work values and person-organization fit and its effect on turnover intention of Generation Y in India"**. Management Research Review, Vol. 39 No. 12, pp. 1695-1719.
- Rani, N. and Samuel, A. (2016). **"A study on generational differences in work values and person-organization fit and its effect on turnover intention of Generation Y in India"**. Management Research Review, Vol. 39 No. 12, pp. 1695-1719.
- Tang, Ningyu, Yumei, Wang, Kaili, Zhang. (2017). **"Values of Chinese generation cohorts: Do they matter in the workplace?"** Organizational Behaviour and Human Decision Processes, Volume 143, November 2017, Pages 8-22.
- Tuomo, Suhonen, Hannu, Karhunen. (2019). **"The intergenerational effects of parental higher education: Evidence from changes in university accessibility"**. Journal of Public Economics. Volume 176, Pages 195-217.
- Weeks, K.P., Schaffert, C. (2019). **"Generational Differences in Definitions of Meaningful Work: A Mixed Methods Study"**. J Bus Ethics 156, 1045–1061.
- Yamin Mo, Prof Rudolf R Sinkovics, D., Sinkovics, N., Sinkovics, R., Hoque, S. and Czaban, L. (2015), **"A reconceptualization of social value creation as social constraint alleviation"**. Critical perspectives on international business, Vol. 11 No. 3/4, pp. 340-363.

سمن‌ها، سرمایه اجتماعی و مدارا (مورد مطالعه: سمن‌های فعال جوانان سطح شهر شیراز ۱۳۹۷-۱۳۹۸)

علی عربی^۱
فرانک دالوند^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۸/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۶

گذار به جامعه ارگانیکی، ضرورتی غیر قابل اجتناب برای جوامع امروزی است که سمن‌ها می‌توانند با ایجاد بستر مناسب نهادی و تراکم تعاملات اجتماعی داوطلبانه در این فرایند نقش قابل توجه‌ای را ایفا نمایند. نظریه‌های موجود سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها) را در مقام توانمندساز جامعه با برجسته نمودن مفهوم سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین مسیرهای دستیابی به مدارا در سطوح مختلف جامعه جهت دستیابی به فضای دموکراتیک تلقی کرده‌اند. طرح مسئله پژوهش حاضر در راستای چنین دیدگاهی صورت پذیرفته و جهت آزمون آن داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش پیمایش اجتماعی و ابزار پرسشنامه از جامعه آماری سمن‌های فعال در شیراز منطبق با فهرست اداره کل ورزش و جوانان جمع‌آوری شده است.

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها به وضوح نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی و مدارا در تمامی ابعاد، پایین‌تر از سطح متوسط نظری می‌باشند. همچنین رابطه سرمایه اجتماعی با مدارا به لحاظ آماری مورد تایید قرار نگرفت. این یافته‌ها ضرورت پژوهش کیفی را در زمینه تبیین یا توصیف اکتشافی چنین یافته‌هایی به جامعه علمی و سیاست‌گذاران اجتماعی، فرهنگی و سیاسی یادآور می‌شود.

واژگان کلیدی: مدارا، سرمایه اجتماعی، جوانان، سمن و اعتماد

مقدمه

جامعه مدنی^۱ مفهومی تقریباً معاصر است و در قرن بیستم به آن دسته از ساختارهای حقیقی و حقوقی اطلاق شد که فضای اجتماعی را آماده کنش‌گری‌های غیرانتفاعی با اهداف عام‌المنفعه در مسیر توسعه کشورها نمودند (فقیهی و پاک‌طینت، ۱۳۸۵: ۱۶). در بیانی توصیفی می‌توان گفت که جامعه مدنی دربرگیرنده کلیت تعاملات اجتماعی در قالب نهادها و سازمان‌های داوطلبانه‌ای است که از حیثه تصرف اداری حکومت خارج بوده و تجسم‌کننده اخلاق‌مداری انسانی، همکاری متقابل، احترام به آزادی، دموکراسی و توسعه باشند (صدوقی، ۱۳۸۰: ۱۶۴ به نقل از فقیهی و پاک‌طینت، ۱۳۸۵: ۱۷).

یکی از اصلی‌ترین نهادها و ساختارهای موجود در جامعه مدنی، سازمان‌های غیردولتی^۲ هستند. اصطلاح سازمان‌های غیردولتی برای اولین بار به شکل خاص توسط «انجمن اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد» در ۲۷ فوریه ۱۹۹۵ به کار گرفته شد. بانک جهانی، سازمان‌های غیردولتی را سازمان‌هایی خصوصی می‌داند که فعالیت‌هایی را در جهت تسکین درد و رنج و افزایش منافع افراد محروم جامعه و حفاظت از محیط زیست، دنبال می‌کنند و خود را متعهد به فراهم آوردن خدمات اساسی اجتماعی و توسعه محلی می‌دانند (بانک جهانی، ۱۹۹۵: ۷). در ایران سازمان‌های غیردولتی با عنوان «سمن» که صورت اختصاری «سازمان‌های مردم نهاد» می‌باشد، مخاطب قرار می‌گیرند.

با نگاهی به منابع و مآخذ مختلف، مشاهده می‌شود که سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌های خیریه و حمایتی، اتحادیه‌های کارگری و صنفی، تعاونی‌ها و صندوق‌های کمک‌رسانی (قرض‌الحسنه)، انجمن‌های علمی و تخصصی و حتی احزاب سیاسی و مطبوعات، با تعریفی از نقش و کارکرد هر یک به طور جداگانه از جمله نهادهای جامعه مدنی محسوب شده‌اند (فقیهی و پاک‌نیت، ۱۳۸۵: ۱۶). بیان این نکته اهمیت دارد که نهادهای جامعه مدنی باید بر اساس نوعی توافق و قرارداد متناسب با اهداف اجتماعی‌شان و نه قواعدی تحمیلی توسط ساختارهای رسمی، میان اعضا شکل گیرند (شکری زاده، ۱۳۸۷: ۳۶). این در حالی است که در ایران به شکلی تاریخی سمن‌ها در کالبدی سنتی در قالب گروه‌های داوطلب و یاری‌رسان وجود داشته‌اند و با مشخصاتی که اشاره شد، نمی‌توان سابقه طولانی در جامعه ایرانی برای آنها یافت. این تفاوت را می‌توان در تقسیم‌بندی‌هایی که از سمن‌ها ارائه شده است مشاهده نمود که در دو دسته عام قرار می‌گیرند:

الف) سازمان‌های غیردولتی مدرن که تأکیدشان بر کارهای توسعه‌ای است؛

ب) سازمان‌های مبتنی بر جامعه سنتی که بیش‌تر به امور خیریه و اضطراری می‌پردازند.

سمن‌های مدرن در زمینه‌های متنوعی از جمله کودکان، جوانان، زنان، محیط زیست، علم و فناوری، جمعیت و بهداشت، فرهنگی و حقوق بشر فعالیت دارند، و سمن‌های سنتی در چهار گروه مشتمل بر سازمان‌های امداد نیکوکاری، خدمات درمانی، خیریه‌های آموزشی و صندوق‌های خیریه فعال می‌باشند (شکوری، ۱۳۹۰: ۴۱). نکته قابل تاملی که در مورد موضوع پژوهش حاضر باید به آن اشاره نمود، این است که تعاملی دوسویه بین

1. Civil society

2. Non -Governmental Organizations (NGOs)

توسعه جامعه مدنی و مدارای اجتماعی^۱ وجود دارد. در واقع، اگر در جامعه‌ای چگالی روابط اجتماعی با حفظ حداکثر تنوع سنگین شود، سرمایه اجتماعی^۲ روندی تکوینی می‌یابد و می‌تواند مدارای اجتماعی را در جامعه بسط دهد (زود، ۲۰۰۴: ۷۸). این در حالی است که برجستگی مدارای اجتماعی خود زمینه‌ساز تنوع در شکل‌گیری سمن‌ها خواهد بود که می‌تواند عامل تقویت‌کننده تراکم سرمایه اجتماعی اعضای جامعه باشند. بنابراین در صورت پویایی جامعه مدنی در میان اقشار مختلف در امور مربوط به حوزه‌های اجتماعی چون: دین، اقتصاد، بهداشت، رسانه، هنر و ابعاد متنوع فرهنگ می‌توان تضمین کرد که انحصار دولت و گروه‌های خاص وابسته به ایدئولوژی آن، در جامعه شکسته شود و سرمایه اجتماعی حاصل از آن، زمینه مناسبی برای تحقق مشارکت در سازماندی، مدیریت و اجرا در عرصه‌های گوناگون جامعه فراهم آورد؛ اما در تحقق این چشم‌انداز، نقش «مدارای اجتماعی» در مطالعات و نظریه‌پردازی‌های صورت پذیرفته هم چون حلقه مفقوده تبیین پیامدهای مثبت شکل‌گیری سمن‌ها مورد نظر قرار نگرفته است. بدین ترتیب، اگرچه به شکل عام تکوین جامعه مدنی و به شکل خاص سمن‌ها زمینه مناسبی را برای بر ساخت تعاملات متقابل چندسویه و در نهایت سرمایه اجتماعی فراهم می‌کنند، اما این اعتماد، همکاری و همدلی هنگامی موثر خواهد افتاد که سبب شکل‌دهی به مدارای اجتماعی گردد.

آن‌گونه که فوکویاما^۳ بیان نموده است، هنجارهای حاصل از سرمایه اجتماعی به طور اساسی باید شامل سجایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه باشد (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۱) که این به معنای وجود مدارای اجتماعی در جامعه خواهد بود. در این صورت است که اعضای جامعه به مثابه کنشگران فعال اجتماعی، سرمایه اجتماعی خود را به صورت انباشتی تقویت می‌کنند و بستر مناسبی برای تقویت شکل‌های مدنی ایجاد خواهد شد (روشنفکر و ذکایی، ۱۳۸۵: ۱۳۹) که به فراخور آن اعتماد و همدلی کثرت‌گرایانه در بطن اجتماعات انسانی نمود خواهد یافت.

همدلی و اعتماد بر این مبنا، به معنای احترام گذاشتن به هویت، عقاید و رفتار دیگران و شناسایی حقوق رسمی افراد و گروه‌ها برای داشتن عقاید مخالف است که در واقع با عنوان «مدارای اجتماعی» مورد نظر قرار می‌گیرد (سراج‌زاده و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۲۳).

بنابراین در سطح نظری، سمن‌ها را به عنوان اساس جامعه مدنی، می‌توان عاملی تاثیرگذار بر پدیداری و البته تقویت مدارای اجتماعی قلمداد نمود. مدارای اجتماعی که به لحاظ هنجاری شامل ارزش‌ها و کدهای رفتاری تحمل «دیگران» متفاوت است، تعهدی ضمنی یا صریح در راستای مدیریت مسالمت‌آمیز تفاوت‌ها در میان افراد و اجتماعاتی که در یک فضای عمومی مشترک در تعامل متقابل بایکدیگر هستند می‌باشد (چلپی و امیرکافی، ۱۳۸۳: ۱۱)؛ وضعیتی که می‌توان آن را یکی از ضرورت‌های اساسی توسعه اجتماعی - فرهنگی جامعه در تمام ابعاد آن دانست.

1. Social Tolerance
2. Social capital
3. Francis Fukuyama

در تایید مطالب پیشین، برخی تحقیقات سرمایه اجتماعی را یکی از عواملی دانسته‌اند که باعث ارتقای مدارا نسبت به دیگران می‌شود؛ بدین معنی که افراد، زمانی که در شبکه‌های اجتماعی مختلف قرار می‌گیرند و تحت تاثیر هنجارهای موجود در این شبکه‌ها با اقوام، مذاهب و اندیشه‌های متفاوت برخورد می‌کنند، به نسبت زمانی که در این گونه شبکه‌های اجتماعی شرکت نمی‌کنند و تحت تاثیر هنجارهای موجود در شبکه‌ها قرار نمی‌گیرند، نگرش مداراجویانه‌تری نسبت به این گونه تفاوت‌ها نشان می‌دهند (شارع پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۶-۶۷). هم‌گام با این تحقیقات، در تحقیق حاضر فرض را بر این گرفته‌ایم که کنشگران اجتماعی با قرار گرفتن در سمن‌ها، تحت تاثیر شبکه تعاملات موجود در آن‌ها با اقوام، مذاهب و اندیشه‌های متفاوت در کنش پیوسته قرار خواهند گرفت و این امر سبب پدیدار شدن رفتار مداراجویانه‌تری نسبت به این گونه تفاوت‌ها خواهد شد. بر همگان آشکار است که ایران به لحاظ قومی، مذهبی، زبانی و فرهنگی کشوری متنوع است و این به معنای تفاوت افراد جامعه با یکدیگر می‌باشد؛ تفاوتی که به علت باور به ذاتی بودن آن، در واقعیت جامعه ایرانی، آبستن تنش و خصومت در ابعاد مختلف قرار گرفته است. از سوی دیگر، قرار داشتن در مرحله فرسایشی گذار از سنت به آن چه «جهان مدرن» نامیده می‌شود، خود سبب تشدید شکاف‌های اجتماعی و هویتی شده است و در غیاب ساختارهای مدنی در جامعه برای تبدیل تعاملات گسسته این تفاوت‌ها به تعاملات پیوسته، می‌تواند منجر به فروپاشی انسجام و نظم اجتماعی گردد.

لذا مطالعه سازمان‌های مردم‌نهاد با تاکید بر نقش سرمایه اجتماعی در پدیدار شدن مدارای اجتماعی در جامعه به عنوان عامل انسجام‌بخش فرآیند توسعه در ارتباط با جامعه ایران ضرورتی روش‌شناختی می‌یابد؛ ضرورتی که بر مبنای آن پژوهش حاضر سعی نموده با تاکید بر قشر جوان جامعه به مطالعه آن بپردازد. لذا هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با ابعاد مدارای اجتماعی در میان اعضای سمن‌های فعال در سطح شهر شیراز می‌باشد.

پیشینه پژوهش

در مرور پیشینه‌های مرتبط با موضوع تحقیق، مطالعات بسیاری مورد بررسی قرار گرفتند که از میان آنها نزدیک‌ترین تحقیقات به لحاظ موضوعی و محتوایی جهت مدیریت حجم مقاله و دسترسی مطلوب‌تر به پیشینه‌های داخلی با تاکید بر اصلی‌ترین یافته‌های آنها در جدول ۱ ارائه شده‌اند:

جدول ۱: پیشینه تحقیقات داخل و خارج از ایران با تاکید بر یافته اصلی

منبع	نویسندگان	سال	یافته اصلی تحقیق
تحقیقات داخل ایران	سراج زاده و همکاران	۱۳۸۳	رابطه منفی معنادار بین مدارا با مسائل جنسی، جرم و ارتباط با غیرمسلمان ها
	قانع‌ی راد و حسینی	۱۳۸۴	رابطه مثبت بین ارزش های فرامادی و مشارکت اجتماعی
	چلبی و امیرکافی	۱۳۸۵	رابطه مثبت معنادار بین تمایل به پیوستن به انجمن های داوطلبانه با تقویت مدارای اجتماعی
	آریان پور	۱۳۸۷	رابطه مثبت معنادار بین ساختار سازمانی سمن ها و عملکرد آنها با تقویت انسجام و یکپارچگی گروهی
	ترکانی	۱۳۸۸	مدارای قومیتی و مدارا در رفتار با مجرمان متوسط رو به بالا، مدارای جنسیتی، محلی و عقیدتی در سطح متوسط و مدارای جنسی و سازمانی در حد پایین می باشند
	شارع پور و همکاران	۱۳۸۸	چهار متغیر اعتماد نهادی، سن، شبکه های غیررسمی سیاسی و سرمایه اجتماعی انحصاری و ارتباطی، مهم ترین تبیین کننده های مدارای اجتماعی در میان دانشجویان
	جهانگیری و افراسیابی	۱۳۹۰	رابطه معنادار بین روابط اجتماعی و فعالیت های مدنی اعضای خانواده با میزان حاکمیت مدارا در فضای خانواده ها که سبب کاهش انحرافات اجتماعی و ترک خانه اعضا می گردد
	رستگار	۱۳۹۱	رابطه معنادار بین متغیرهای قومیت، جامعه پذیری قومی، قوم مداری و سرمایه فرهنگی با مدارای اجتماعی
	گلایی و رضایی	۱۳۹۲	همبستگی مستقیم معنی دار بین میزان مدارای اجتماعی با مشارکت اجتماعی
	موسوی و همکاران	۱۳۹۲	وجود رابطه معنادار بین احساس امنیت، اعتماد اجتماعی و شبکه روابط درون گروهی با مدارای اجتماعی
	قاضی نژاد و همکاران	۱۳۹۴	رابطه معکوس بین مدارای اجتماعی و فاصله اجتماعی بین مسلمانان و غیرمسلمانان
	حسین زاده و همکاران	۱۳۹۵	رابطه معنادار بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با مدارای اجتماعی (رفتاری)
	جهانگیری و همکاران	۱۳۹۵	رابطه معنادار بین مشارکت اجتماعی، تعهد اجتماعی، آگاهی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مصرف رسانه ای، فرایض مذهبی، عضویت در شکل ها، سن و مقطع تحصیلی با مدارای سیاسی
	قادرزاده و نصراللهی	۱۳۹۸	شدت یافتن جهت گیری قومی و دینی پاسخ گویان سبب کاهش مدارای اجتماعی می شود
	بهیان و همکاران	۱۳۹۸	رابطه معنادار بین متغیرهای احساس امنیت، اعتماد و پیوند اجتماعی با مدارای اجتماعی
تحقیقات خارج از ایران	ولیک و سله ^۱	۲۰۰۲	نقش انجمن های داوطلبی در شکل دهی به سرمایه اجتماعی بین اعضای فعال و غیرفعال ناچیز و بی اهمیت است
	گلدینسکی و همکاران ^۲	۲۰۰۶	افزایش سطح سرمایه اجتماعی به سبب داوطلب بودن در سازمان های مدنی کم است
	کوت و اریکسون	۲۰۰۹	مشارکت در سازمان ها و انجمن های داوطلبانه موجب ایجاد مدارا بین شهروندان کانادایی و مهاجرین و اقلیت های قومی می شود
	تنی و هانکوینت ^۳	۲۰۱۲	پایگاه اقتصادی - اجتماعی و قومیت با سرمایه اجتماعی رابطه معناداری دارند
	هاستنکس و همکاران ^۴	۲۰۱۳	حمایت مالی گونه متمایزی از مشارکت است و قوی ترین اتصال را با سرمایه اجتماعی حاصل می کند
	گرین اسپان ^۵	۲۰۱۴	سازمان های غیردولتی از انواع مختلف سرمایه برای تاثیرگذاری بر ادراک عمومی و دسترسی به تصمیم گیری عموم استفاده می کنند
	وایز و دریسکل ^۶	۲۰۱۷	مدارا در افرادی که مشارکت مدنی (فعالیت داوطلبانه) و تعامل اجتماعی دارند، افزایش می یابد
	پرو ^۷ و همکاران	۲۰۱۹	هر دو نمونه جوانان اقلیت قومی و غیر اقلیت سطح مساوی از مدارا با تکرر و تنوع را نشان دادند.

1. Dag wollebeak, per selle
2. Jane Kolodinsky et al.
3. Celine Teney, Laurie Hanquinet
4. Lesley Hustinx et al.
5. Greenspan
6. Jasmine Wise & Robyn Driskell
7. Melissa Pearrow

نکته قابل تأمل در زمینه ادبیات پژوهشی موجود پیرامون موضوع مقاله حاضر آن است که علی‌رغم وجود مبانی نظری و هم‌چنین آزمون رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدارای اجتماعی، تحقیقات ارائه شده هیچ‌کدام به شکل اختصاصی نمونه آماری خود را از میان اعضای سمن‌های فعال انتخاب نکرده‌اند. با توجه به این‌که حضور در فعالیت‌های مدنی در قالب گروه‌های متنوع یکی از اصلی‌ترین منابع سرمایه اجتماعی می‌باشد، لذا در پژوهش حاضر به دنبال آن هستیم که به شکلی ویژه میزان سرمایه اجتماعی و مدارای اجتماعی را در میان اعضای سازمان‌های مردم‌نهاد با تأکید بر جوانان مطالعه نماییم.

چارچوب نظری پژوهش

زیستن در جهانی چندفرهنگی که بنیاد اساسی آن مبتنی بر احترام به تفاوت‌ها بنا شده است، بدون پرداختن به مفهوم مدارای اجتماعی ناممکن می‌نماید. در ارتباط با ایران که همواره به عنوان کشوری مشتمل بر قومیت‌های مختلف شناخته شده است و اکنون جمعیت فعال آن را به شکل حداکثری، جوانان جوای موفقیت و نام تشکیل می‌دهند، می‌توان گفت که اصل بنیادین زندگی اجتماعی بدون تعامل فرهنگ‌های مختلف موجود در آن با برجسته‌سازی مدارا در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و سیاسی اگر نگوییم ناشدنی که چالش برانگیز خواهد بود.

در مورد سرمایه اجتماعی و مدارا می‌توان به دیدگاه پاتنام درباره عناصر سرمایه اجتماعی رجوع کرد که با برجسته‌سازی الزامات اخلاقی، هنجارها، ارزش‌های اجتماعی (به ویژه اعتماد) و شبکه اجتماعی (به ویژه انجمن‌های داوطلبانه) آن را تحقیق‌پذیر می‌نماید. وی دو بُعد را برای سرمایه اجتماعی از هم تمیز می‌دهد: سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (غیررسمی/محدود) که ارتباط با دوستان، همکاران، همسایه‌ها و افراد نزدیک به شخص را در بر می‌گیرد و سرمایه اجتماعی برون‌گروهی (رسمی/تعمیم‌یافته) که عضویت در سمن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و انجمن‌ها را در بر می‌گیرد (پاتنام به نقل از ایمان و روحانی، ۱۳۹۲: ۴۸). اما تمرکز اصلی پاتنام بر تأثیرات درونی سرمایه اجتماعی است و آن را عامل شکل‌گیری ویژگی‌های نگرشی و رفتاری معطوف به اجتماع در افراد می‌داند که به شکل درونی روحیه جمعی، عادات همکاری و مهارت‌های عملی لازم برای شرکت در زندگی جمعی را در کنشگران اجتماعی بارگذاری می‌نماید. پاتنام تأکید می‌کند که سرمایه اجتماعی همچنان که عادات دموکراتیک را القا می‌نماید، فرصتی مناسب برای یادگیری سنجایی مدنی از قبیل مدارا نیز می‌باشد (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۱). در این فرآیند سرمایه اجتماعی برون‌گروهی که ارتباطات شبکه‌ای با بدنه اجتماعات را توصیف می‌کند، نقش کلیدی دارد. این بُعد از سرمایه اجتماعی ما را به خارج از گروه صمیمی مان متصل می‌کند و سبب تعاملات وسیع‌تری می‌شود که امکان آشنایی افراد با هویت‌ها، فرهنگ‌ها، ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و اندیشه‌های متفاوت را فراهم می‌آورد و می‌تواند با تقویت مدارای اجتماعی امکان همزیستی مسالمت‌آمیز را در جامعه ایجاد کند (همان: ۷۳). در واقع کنشگران اجتماعی مجهز شده به سرمایه اجتماعی تفاوت‌ها را نه تنها منبع تضاد درک نمی‌کنند، بلکه تنوع و گوناگونی فرهنگی را منبعی ارزشمند برای پویایی جامعه قلمداد خواهند کرد.

بنابراین به زعم وگت^۱ می توان گفت که «مدارا»، اساسی ترین ضرورت برای نگهداری جامعه مدنی است. وگت در مدل نظری خویش سه وجه برای مدارا قائل شده است: مدارای سیاسی، مدارای اخلاقی و مداری اجتماعی. البته وگت تاکید می کند که این ابعاد دارای هم پوشانی معنایی و عملیاتی می باشند. در این مدل، مفهوم مدارای سیاسی، بیانگر مدارا در فضای عمومی با تاکید بر احترام به آزادی های مدنی^۲ سایر اعضا و گروه هاست. می توان این گونه نیز گفت که مدارای سیاسی به خودداری ارادی از مواجهه خصمانه با کنش سیاسی افراد در فضای عمومی جامعه اطلاق می شود.

وگت برای تعریف مدارای اخلاقی، بر تفاوت میان مدارای سیاسی و اخلاقی با تاکید بر قراردادهای اجتماعی حقوق شهروندی تمرکز نموده است. منظور از قرارداد اجتماعی در این جا، توافق میان شهروندانی است که نسبت به سهمیه های مختلف برای ساختن «خیر عمومی»^۳ در مواجهه با آزادی کامل افراد برای دنبال کردن زندگی مورد علاقه شان، مدارا می کنند. بدین ترتیب مدارای سیاسی در پی ایجاد خیر عمومی عملیاتی می شود و مدارای اخلاقی، نسبت به افراد و گروه هایی که خارج از فضای خیر عمومی، به دنبال ایجاد زندگی خوب برای خود هستند عملیاتی می گردد. اما مدارای اجتماعی به زعم وگت، مدارا نسبت به حالت های مختلف انسان بودن قلمداد شده است که شامل ویژگی های ژنتیکی (رنگ پوست، جنس، ...) و ویژگی هایی اکتسابی - اجتماعی می باشد (فلیس و کولسنت به نقل از شارع پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۷-۷۸). در بیانی کلی، وگت بر این باور است که مدارا شامل پذیرش و به رسمیت شناختن وجود تفاوت ها در میان افراد جامعه و هم زمان حمایت از حقوق و آزادی های کنشگران اجتماعی است.

بر مبنای چارچوب نظری ارائه شده در پژوهش حاضر، رابطه بین سرمایه اجتماعی به عنوان منبع برجسته سازی الزامات اخلاقی، هنجارها، ارزش های اجتماعی (به ویژه اعتماد) و شبکه اجتماعی (به ویژه انجمن های داوطلبانه) را با «مدارا» به عنوان اساسی ترین ضرورت برای نگهداری جامعه مدنی در ابعاد اجتماعی، اخلاقی و سیاسی مورد بررسی و آزمون قرار داده ایم.

روش شناسی پژوهش

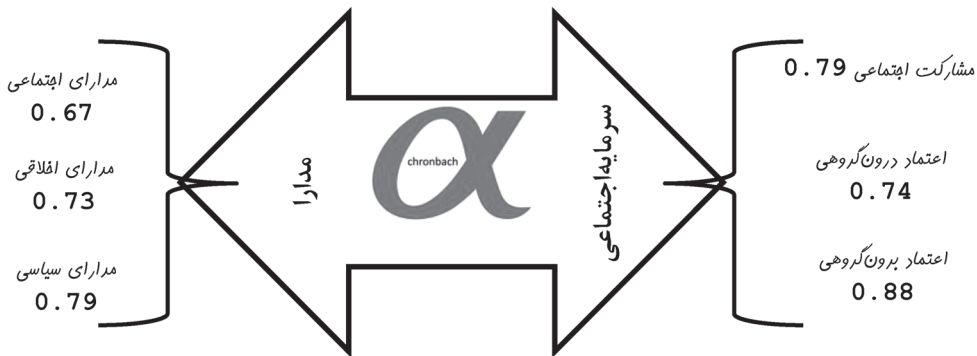
در پژوهش حاضر ذیل رویکرد کمی از روش پیمایش اجتماعی استفاده شده است که در پارادایم اثباتی، روشی رایج در رجوع به واقعیت اجتماعی است (ساعی، ۱۳۸۷: ۱۳۳) و می توان یافته های آن را با کمترین خطای آماری ممکن به جامعه مورد مطالعه تعمیم داد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۷۲۸). در این شیوه، بنیان پژوهش مبتنی بر آزمون نظریه می باشد و لذا نیازمند آن هستیم تا قبل از ورود به واقعیت برای گردآوری اطلاعات، بین سطح نظری و تجربی پلی ایجاد کنیم که این پل همان تعریف مفهومی متغیرهای مورد سنجش تحقیق است (ساعی، ۱۳۸۷: ۷۵-۷۴). سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل در پژوهش حاضر با استفاده از مقیاس وولکاک و نارایان (غفاری و انق، ۱۳۸۵: ۱۶۶) در سه بعد سرمایه اجتماعی محدود یا درون گروهی، سرمایه

1. Vogt

2. Civil Liberties

3. Common Good

اجتماعی اتصالی یا برون‌گروهی و شبکه اجتماعی ارتباطی (مشارکت اجتماعی) سنجیده شده است. متغیر مدارا نیز با استفاده از مقیاس جهانگیری و علیزاده (۱۳۹۳) در سه بُعد مدارای اجتماعی، مدارای اخلاقی- رفتاری و مدارای سیاسی مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های مورد سنجش در شکل ۱ تصویر شده‌اند:



با توجه به نقش جوانان در آینده کشور و اینکه در حال حاضر اکثریت جمعیت فعال جامعه را جوانان تشکیل می‌دهند و در راستای تحدید قلمرو تحقیق حاضر، کلیه سمن‌های فعال شهر شیراز که دارای اعتبارنامه از سوی اداره کل ورزش و جوانان استان فارس بودند به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند. فهرست اداره کل ورزش و جوانان شامل ۵۴ سمن ثبت شده بود که با پی‌گیری نزدیک به ۴۰ سمن فعال شناسایی و سمن‌های غیرفعال کنار گذاشته شدند. از آن‌جا که تعداد اعضای ثابت و فعال سمن‌ها علیرغم وجود فهرست، با توجه به اظهارات مسئولان نامتعیین بود، مبنای تعداد کل جمعیت آماری طی تماس با سمن‌ها حدود ۹۳۰ نفر شمارش شد. بر این مبنای اساس فرمول کوکران و با پذیرش فرض برابر بودن جامعه در ارتباط با نسبت برخورداری از صفت مورد بررسی با عدم آن، تعداد ۲۷۲ نفر تعیین شد. نکته قابل تامل در هنگام جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با ابزار پرسش‌نامه، وجود نوعی مقاومت در همکاری با پژوهشگر بود. علیرغم توضیحات کامل به شکل حضوری و بی‌نام بودن پرسش‌نامه‌ها، نوعی اضطراب و بی‌اعتمادی نسبت به فضای علمی پژوهش در تعامل اعضای سمن‌ها با پژوهشگر به شکل ملموسی قابل تشخیص بود. در مواردی حتی با ارائه انواع پیشنهادات مورد نحوه همکاری و برگزاری جلسه توضیحی پیرامون اهداف پژوهش باز هم اعضای جامعه آماری حاضر به همکاری نبودند. این خود می‌تواند به عنوان یک یافته کیفی در تحقیق حاضر لحاظ شود که حاکی از وجود نوعی تعامل گسسته بین نهادی و البته بین فردی در جامعه می‌باشد که با توجه به جامعه آماری تحقیق حاضر (جوانان عضو سمن‌ها) خود یک ایده قابل پژوهش با رویکردی کیفی است و می‌تواند ابعاد نهان تجربه زیسته این کنشگران اجتماعی را در ارتباط با سرمایه اجتماعی مورد کاوش قرار دهد.

با توجه به محدودیت‌های یاد شده، برای تکمیل پرسش‌نامه‌ها به تمامی سمن‌های فهرست شده مراجعه

گردید که در نهایت حدود ۲۹۰ پرسش نامه تکمیل شده دریافت گردید. پس از ارزیابی پرسش نامه ها و حذف پرسش نامه های مخدوش، در نهایت ۲۵۸ پرسش نامه برای ورود به نرم افزار SPSS مبنای تحلیل قرار گرفتند.

یافته های پژوهش

در ابتدا برخی از ویژگی های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه ارائه می شود. در این تحقیق به لحاظ جنس، ۶۲ درصد زنان و ۳۸ درصد مردان به پرسشنامه پاسخ دادند و این حاکی از تعهد بالاتر زنان فعال در سمن ها نسبت به پاسخگویی می باشد که می توان آن را نوعی مشارکت اجتماعی فعال تلقی نمود. همچنین به لحاظ تحصیلات، از میان نمونه مورد مطالعه ۲۳ درصد دیپلم، ۱۲ درصد فوق دیپلم، حدود ۴۴ درصد لیسانس، ۱۷/۵ درصد فوق لیسانس و ۳/۵ درصد دکترا بوده اند که به وضوح مشخص است که تحصیلات دانشگاهی متغیر برجسته ای در اعضای سمن های شهر شیراز می باشد. از نظر اشتغال نیز ۵۳ درصد پاسخگویان خود را شاغل، ۳۱ درصد غیر شاغل و حدود ۱۶ درصد خویش را مشغول به تحصیل معرفی کرده اند.

در ادامه جدول ۲ اطلاعات توصیفی مرتبط با متغیرهای مورد سنجش را ارائه می کند. با توجه به جدول مشاهده می کنیم که تمامی متغیرها به جز اعتماد درون گروهی دارای میانگین تجربی کمتری از میانگین نظری مورد انتظار بوده اند. عدم اعتماد برون گروهی، کم رنگ بودن مشارکت در انجمن های فرهنگی، هنری و مذهبی و همچنین سطح پایین مدارا در هر سه بُعد آن به عنوان یک یافته توصیفی با توجه به نمونه مورد مطالعه از اهمیت تحلیلی قابل تاملی برخوردار است.

جدول ۲: مقادیر توصیفی ابعاد سرمایه اجتماعی و مدارا

Std. Deviation	میانگین تجربی	میانگین نظری	ماکزیمم	مینیمم	
۶/۲۹	۲۰/۵۴	۲۴	۴۰	۹	مشارکت اجتماعی
۵/۶۷	۳۶/۳۵	۳۰	۵۰	۱۹	اعتماد درون گروهی
۷/۷۲	۲۴/۳۹	۳۰	۵۰	۱۰	اعتماد برون گروهی
۳/۸۴	۱۶/۸۸	۲۱	۲۹	۷	مدارای اخلاقی
۶/۰۵	۲۴/۵۳	۳۳	۴۲	۱۱	مدارای اجتماعی
۵/۳۱	۱۷/۴۱	۲۴	۳۲	۸	مدارای سیاسی

با توجه به چارچوب نظری ارائه شده، انتظار می رود تا همبستگی احتمالی مثبتی میان مولفه های سرمایه اجتماعی و ابعاد مدارا مشاهده شود و این بدین معناست که فعالان سمن ها به شکل خاص باید از میزان متوسط رو به بالایی در موارد یاد شده برخوردار باشند، در حالی که نتایج توصیفی عکس این فرضیه احتمالی مطرح شده را نمایش می دهد. البته این یافته نیازمند پژوهشی اکتشافی با تقدم استفاده از رویکردی کیفی است و می تواند به عنوان یک پیشنهاد پژوهشی مورد نظر محققان قرار گیرد.

آزمون فرضیه‌ها

جدول ۳ نتایج آزمون فرضیه اول (بین مشارکت اجتماعی با ابعاد مدارا در اعضای سمن‌ها رابطه وجود دارد)، را نشان می‌دهد. همچنان که از نتایج جدول به وضوح قابل استنتاج است، مشارکت اجتماعی که شامل شرکت در انجمن‌ها و گروه‌های فرهنگی، هنری، مذهبی، علمی، خیریه‌ها و ... می‌باشد، با هیچ‌کدام از ابعاد مدارا رابطه معناداری ندارد. البته با توجه به جدول ۲ می‌توان فقدان تعاملات گروهی را که با توجه به میانگین این متغیر حاصل شده است، دلیلی بر این عدم رابطه یافت. در واقع با توجه به برخی مطالعات انجام شده همچون شیاری و فرهنگی (۱۳۹۸)، ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۶)، بیات و همکاران (۱۳۹۵) و ملک‌زاده و هاشمی (۱۳۹۵)، در جامعه ایرانی انجمن‌ها در دهه‌های اخیر به واسطه برخی مناسبات سیاسی و امنیتی محدود و از مرکز پویایی جامعه به حاشیه سوق داده شده‌اند و این می‌تواند تبیینی بر نتایج حاصل از این فرضیه باشد.

۴۲

جدول ۳: آزمون همبستگی پیرسون بین مشارکت اجتماعی و ابعاد مدارا

مدارای اخلاقی	مدارای اجتماعی	مدارای سیاسی	مدارای کل		
r	۰/۱۲۴	۰/۱۲۲	۰/۰۸۱	مشارکت اجتماعی	
Sig	۰/۱۶۷	۰/۰۸۰	۰/۲۴۸		

جدول ۴ دربردارنده نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم (بین اعتماد درون گروهی و ابعاد مدارا در میان اعضای سمن‌ها رابطه وجود دارد) است. همچنان که از مقادیر سطوح معناداری درج شده در جدول قابل مشاهده است، تمامی ابعاد مدارای اخلاقی و مدارای سیاسی در سطح ۹۵ درصد اطمینان آماری و مدارای اجتماعی در سطح ۹۹ درصد با اعتماد درون گروهی دارای رابطه معنادار هستند. نکته قابل تامل این جدول، علامت منفی ضریب همبستگی پیرسون می‌باشد که حاکی از رابطه معکوس بین مدارا و اعتماد درون گروهی است. این یافته بیان می‌کند که جامعه ایرانی دارای شکاف‌های هویتی می‌باشد و باید به عنوان یک مسئله اجتماعی به آنها ورود نمود که می‌تواند در امتدادی از سطح میانه به کلان تایید کننده دغدغه‌های تضعیف انسجام ملی باشد که بسیاری از تحقیقات بر آن صحنه گذاشته‌اند، مانند پژوهش محمدی‌ایرانلو و همکاران (۱۳۹۸)، جمشیدی‌ها و زمانی (۱۳۹۸)، قادرزاده و محمدزاده (۱۳۹۷)، بلالی و محبی (۱۳۹۷)، بابایی و سلطانی (۱۳۹۶)، نیازی و همکاران (۱۳۹۶).

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون بین اعتماد درون گروهی و ابعاد مدارا

مدارای اخلاقی	مدارای اجتماعی	مدارای سیاسی	مدارای کل		
r	** -۰/۲۰۲	* -۰/۱۵۷	** -۰/۲۱۴	اعتماد درون گروهی	
Sig	۰/۰۲۹	۰/۰۱۱	۰/۰۰۲		

داده‌های ثبت شده در جدول ۵ از وجود رابطه معنادار و مثبت بین مدارای اجتماعی و مدارای سیاسی با اعتماد برون‌گروهی به عنوان فرضیه سوم حکایت دارد. این یافته همسو با نظریه‌های سرمایه اجتماعی و به عنوان یکی از مولفه‌های مهم آن همچون بوردیو (۱۹۹۲)، کلمن (۱۳۷۷)، پاتنام (۱۳۸۰)، فکوهی (۱۳۸۴)، فوکویاما (۱۳۸۵)، شارع‌پور (۱۳۸۵)، رنانی و معیدفر (۱۳۹۴)، بیانگر این واقعیت است که اعتماد به نهادها و سازمان‌های رسمی سبب تقویت روحیه مدارا در جامعه می‌شود و همچنان که در ستون آخر جدول ۴ قابل مشاهده است، همبستگی مثبت (۰/۲۷۴) و معناداری (۰/۰۰۰) با خطای آماری کمتر از یک درصد میان اعتماد برون‌گروهی و مدارا وجود دارد.

جدول ۵: آزمون همبستگی پیرسون بین اعتماد برون‌گروهی و ابعاد مدارا

مدارای اخلاقی	مدارای اجتماعی	مدارای سیاسی	مدارای کل		
r	۰/۱۲۲	۰**/۲۷۳	۰**/۲۷۴	اعتماد برون‌گروهی	
Sig	۰/۰۷۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		

۴۳

نتایج آزمون فرضیه چهارم که بیانگر وجود رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدارا بوده است در جدول ۶ ثبت شده است. همان گونه که در قسمت معناداری آزمون‌ها مشاهده می‌شود، هیچ کدام از ابعاد مدارا و به تبع آن مدارای کل با متغیر سرمایه اجتماعی که شامل سه مولفه مشارکت، اعتماد برون‌گروهی و اعتماد درون‌گروهی می‌باشد، دارای رابطه معنادار نیستند. برای تبیین این یافته هرچند نیازمند انجام پژوهش‌های تکمیلی به ویژه با رویکردی کیفی هستیم، اما با توجه به مطالب پیشین و استفاده از تجربه زیسته می‌توان گفت که عدم توسعه یافتگی بستر اجتماعی در میان محدودیت‌های ساختاری و امنیتی برای فعالیت سمن‌ها، نوعی از بی‌اعتمادی را در میان اعضای آنها در تعامل با سازمان‌های رسمی و نهادهای اجتماعی به ویژه دولت و مذهب پدید آورده است و این امر سبب شده تا ارتباط معنادار نظری متصور بین سرمایه اجتماعی و مدارا در جامعه آماری مطالعه حاضر علیرغم نظریه‌های موجود تایید نشود.

جدول ۶: آزمون همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و ابعاد مدارا

مدارای اخلاقی	مدارای اجتماعی	مدارای سیاسی	مدارای کل		
r	-۰/۰۴۰	۰/۱۳۲	۰/۱۳۳	۰/۱۰۶	سرمایه اجتماعی
Sig	۰/۵۷۱	۰/۰۵۸	۰/۰۵۵	۰/۱۲۸	

بحث و نتیجه‌گیری

تمرکز بر نهادهای مدنی و سمن‌ها در ارتباط با سرمایه اجتماعی، یکی از مهمترین مباحث نظری در انتقال

جوامع به سمت دموکراسی است (رُود، ۲۰۰۴: ۷۵-۷۶) که می‌تواند سبب توسعه مدارا در ابعاد مختلف آن در جامعه گردد و این مهم در ارتباط مفهومی بین فعالیت‌های داوطلبانه و مدارا قابل استدلال است (لتو مورالز، ۲۰۲۰: ۳۶۱-۳۶۰). البته با توجه به نظریه پاتنام که در چارچوب نظری طرح شد، در بر ساخت مدارا در یک جامعه، سرمایه اجتماعی برون گروهی که ارتباطات شبکه‌ای با بدنه اجتماعات را توصیف می‌کند نقش کلیدی دارد؛ اما یافته‌های تحقیق حاضر به وضوح نشان دادند که سرمایه اجتماعی مشارکت‌کنندگان در سمن‌های شهر شیراز با ابعاد مدارای اجتماعی از رابطه معناداری برخوردار نیست. این یافته مرکزی با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه سرمایه اجتماعی، شکاف‌های قومیتی، نابرابری‌های سیاسی و اجتماعی که در ارتباط با فرضیه‌های تحقیق به آنها اشاره شد و همگی حاکی از روند نزولی اعتماد اجتماعی، تشدید شکاف‌های قومیتی و رشد نابرابری‌های اجتماعی در ایران بودند، قابل تبیین است. در واقع رشد اعتماد درون گروهی و زوال اعتماد برون گروهی با برجستگی متغیر مشارکت اجتماعی پایین سبب شده است تا فعالان سمن‌ها نه تنها از افزایش سرمایه اجتماعی برخوردار نشوند، بلکه به وضوح مدارای اجتماعی در میان آنها در سطح متوسط رو به پایین قرار گیرد.

به عنوان پیشنهادی پژوهشی می‌توان گفت که تبیین عمیق این یافته نیازمند پژوهشی کیفی جهت واکاوی دلایل چنین پیامدی در جامعه مدنی ایران است که با توجه به تاریخ اجتماعی و وضعیت ژئوپلیتیکی ایران در منطقه ضرورتی اجتناب ناپذیر را می‌نمایاند.

منابع

- آریان پور، لیلا. (۱۳۸۷). «تبیین نقش سازمان‌های غیردولتی جوانان به عنوان حاملان اصلی سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی». پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۷۴.
- ایمان، محمدتقی و روحانی، علی. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین هویت ملی و سرمایه اجتماعی (بررسی موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز)». فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، سال هفتم، شماره ۲۲، صص ۳۷-۶۲.
- بابایی، سعید و سلطانی، مسعود. (۱۳۹۶). «واکاوی چالش‌های محیط امنیتی جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن بر امنیت محیطی کشور با تأکید بر روحیه تجزیه طلبی قومیت‌ها در جدار مرزها». پژوهش‌نامه مطالعات مرزی. دوره ۵ (۱)، صص ۱۳۳-۱۶۶.
- بلالی، اسماعیل و محبی، فاطمه. (۱۳۹۷). «چالش‌های نظام آموزش عالی در موضوع قومیت و راهبردهای سیاست‌گذاری». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی ایران. دوره ۷ (۳)، صص ۵۵۳-۵۵۷.
- بهشتی، سید صمد و رستگار، یاسر. (۱۳۹۱). «تبیین جامعه‌شناختی مدارای اجتماعی و ابعاد آن در بین اقوام ایرانی». مسائل اجتماعی ایران. شماره ۲، صص ۷-۳۵.
- بهیان، شاپور؛ دومهری، مصطفی و جهانبخش، اسماعیل. (۱۳۹۸). «مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدارای اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۵ تا ۴۴ سال استان مازندران)». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ- ارتباطات، سال بیستم، شماره ۴۷، صص ۱۴۱-۱۶۴.
- بیات کمیتکی، مهناز؛ بالوی، مهدی و عسگرزاده مزرعه، رقیه. (۱۳۹۵). «حق بر شهروندی، گذار از وضع طبیعی به سوی جامعه مدنی». فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب. ۳ (۲)، صص ۲۱-۴۴.
- ترکارانی، مجتبی. (۱۳۸۸). «بررسی و سنجش وضعیت مدارای اجتماعی در لرستان». جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران (تحقیقات علوم اجتماعی ایران). شماره ۳، صص ۱۳۳-۱۵۷.
- جمشیدی‌ها، غلام‌رضا و زمانی، طویی. (۱۳۹۸). «آسیب‌شناسی گفتمان رسانه‌ای در حوزه قومیت؛ تبعیض‌های ادراک شده». فصلنامه امنیت ملی، دوره ۹ (۱)، صص ۱۴۱-۱۷۲.
- جهانگیری، جهانگیر و افراسیابی، حسین. (۱۳۹۰). «مطالعه خانواده‌های شهر شیراز در زمینه عوامل و پیامدهای مدارا». جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۳، صص ۱۵۳-۱۷۵.
- جهانگیری، جهانگیر؛ سردارنیا، خلیل‌اله و علیزاده، قاسم. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارای سیاسی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه شیراز)». فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق). شماره ۳، صص ۶۷-۸۲.
- چلبی، مسعود و امیرکافی، مهدی. (۱۳۸۳). «تحلیل چند سطحی انزوای اجتماعی». جامعه‌شناسی ایران ۲، صص ۳-۳۱.
- حسین‌زاده، علی حسین؛ زالی‌زاده، مسعود و زالی‌زاده، محسن. (۱۳۹۴). «بررسی جامعه‌شناختی ابعاد مدارای اجتماعی با تأکید بر ویژگی‌های شخصیتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)». جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۴، صص ۱۴۹-۱۶۴.
- ذوالفقاری، ابوالفضل؛ صابردمرچی، حسین و باقری‌بنجار، عبدالرضا. (۱۳۹۶). «بازنمایی جامعه مدنی در مطبوعات، تحلیل گفتمان جامعه مدنی در دوره ۱۳۸۸-۱۳۹۳». مجله جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی. ۴ (۹)، صص ۴۳-۷۷.
- روشنفکر، پیام و ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۵). «جوانان، سرمایه اجتماعی و رفتارهای داوطلبانه». رفاه اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۱۱۳-۱۴۶.
- سراج‌زاده، سیدحسین؛ شریعتی مزینانی، سارا و صابر، سیروس. (۱۳۸۳). «بررسی رابطه میزان دین‌داری و انواع آن با مدارای اجتماعی». نشریه مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. دوره ۱، شماره ۴، صص ۱۰۹-۱۴۲.
- شارع‌پور، محمود؛ آزاد ارمکی، تقی و عسکری، علی. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارا در بین دانشجویان دانشکده‌های علوم اجتماعی دانشگاه‌های تهران و علامه طباطبائی». جامعه‌شناسی ایران ۱، صص ۶۴-۹۸.

- شکری‌زاده، طاهره و جهانگیری، جهانگیر. (۱۳۸۷). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان‌های غیردولتی زنان از دید اعضا در شیراز». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور، شیراز، ایران.
- شکوری، علی. (۱۳۹۰). مشارکت‌های اجتماعی و سازمان‌های حمایتی (با تأکید بر ایران). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- شیاری، علی و فرهنگی، محمدمهدی. (۱۳۹۸). «تأثیر سیاست‌های دولت بر وقوع توسعه سیاسی و شکل‌گیری جامعه مدنی در ایران». مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی. ۲۳ (۴)، صص ۷۲۳-۷۴۴.
- علیزاده، قاسم و جهانگیری، جهانگیر. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با مدارای سیاسی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
- فقیهی، ابوالحسن و پاک‌طینت، اقبال. (۱۳۸۵). «عوامل مؤثر بر اثربخشی سازمان‌های غیردولتی جوانان ایران و ارائه یک الگوی اثربخش». پژوهشگر، سال سوم، شماره ۸، صص ۱۵-۳۵.
- فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۸۵). پایان‌نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن). غلام‌عباس توسلی. تهران: نشر حکایت قلم نوین
- فیروزجانیان، علی اصغر؛ شارع‌پور، محمود و فرزاد، نازنین. (۱۳۹۵). «بررسی جامعه شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر ارتباطات بین فردی با تأکید بر مدارای اجتماعی». مطالعات فرهنگ-ارتباطات. شماره ۳۵، صص ۷-۳۱.
- قادرزاده، امید و محمدزاده، حسین. (۱۳۹۷). «مطالعه پیمایشی هویت طلبی قومی و سیاسی شدن قومیت کردهای ایران». فصلنامه پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. دوره ۷ (۱)، صص ۱۹-۴۲.
- قادرزاده، امید و نصراله‌ی، یوسف. (۱۳۹۸). «مدارای اجتماعی در جوامع چندفرهنگی: مطالعه پیمایشی اقوام شهر میاندوآب». مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. صص ۸۹-۱۳۳.
- قاضی‌نژاد، مریم و اکبرینا، الهه سادات. (۱۳۹۶). «دینداری: مدارای اجتماعی یا فاصله اجتماعی (پیمایشی در میان مسلمانان و مسیحیان شهر تهران)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. شماره ۱، صص ۲۱-۴۰.
- قانع‌راد، محمدامین و حسینی، فریده. (۱۳۸۴). «ارزش‌ها، شبکه روابط و مشارکت در سازمان‌های غیردولتی (مطالعه تجربی در بین جوانان تهران)». مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ۶، صص ۹۷-۱۲۳.
- گلابی، فاطمه و رضایی، اکرم. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی در بین دانشجویان». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. شماره ۱، صص ۶۱-۸۶.
- محمدی ایرانلو، علی؛ شاکری خونی، احسان و ظهیری، صمد. (۱۳۹۸). «جهانی‌شدن و مسئله قومیت‌ها در ایران (دوره جمهوری اسلامی)». فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. دوره ۱۱ (۱)، صص ۲۲-۳۹.
- ملک‌زاده، امیر و هاشمی، سید محمد. (۱۳۹۵). «ویژگی‌های جامعه مدنی در ارتباط با تحقیقات پلیسی». فصلنامه دانش انتظامی. ۸۰ (۴)، صص ۸۵-۱۱۴.
- موسوی، یعقوب و شریفی، سمیرا. (۱۳۹۲). «سنجش مدارای اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در بین شهروندان ساکن تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهرا. دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.
- نیازی، محسن؛ بهروزیان، بهروز؛ سخایی، ایوب و حسینی، سعید. (۱۳۹۶). «فراتحلیل رابطه بین طایفه‌گرایی و نزاع دسته‌جمعی با تأکید بر متغیر تعدیل‌گر قومیت». فصلنامه پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. دوره ۶ (۳)، صص ۱-۱۶.
- Greenspan, I. (2014). "How can Bourdieu's theory of capital benefit the understanding of advocacy NGOs? Theoretical framework and empirical illustration". Nonprofit and Voluntary.
- Hustinx, L., Van den Bosch, D., & Delcour, C. (2013). "Money makes the world go around: Voluntary associations, financial support, and social capital in Belgium".

Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 42(6), 1176-1196.

- Isham, J., Kolodinsky, J., & Kimberly, G. (2006). **“The effects of volunteering for nonprofit organizations on social capital formation: Evidence from a statewide survey”**. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 35(3), 367-383.
- Ito-Morales, K. (2020). **“SOCIAL TOLERANCE AND VOLUNTARY ACTIVITIES”**. Investigación Educativa e Inclusión, 360.
- Pearrow, M., Sander, J., & Jones, J. (2019). **“Comparing communities: The cultural characteristics of ethnic social capital”**. Education and Urban Society, 51(6), 739-755.
- Rohde, M. (2004). **“Find what binds. Building social capital in an Iranian NGO community system”**. Social capital and information technology, 75, 111.
- Teney, C., & Hanquinet, L. (2012). **“High political participation, high social capital? A relational analysis of youth social capital and political participation”**. Social science research, 41(5), 1213-1226.
- Wise, J., & Driskell, R. (2017). **“Tolerance Within Community: Does Social Capital Affect Tolerance?”** Social Indicators Research, 134(2), 607-629.
- Wollebaek, D., & Selle, P. (2002). **“Does participation in voluntary associations contribute to social capital? The impact of intensity, scope, and type”**. Nonprofit and voluntary sector quarterly, 31(1), 32-61.
- World Bank. (1995). **“Working with NGOs: A Practical Guide to Operational Collaboration between the World Bank and Non-Governmental Organizations”**. Operations Policy Department, World Bank.

ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج در بین جوانان شهر تهران

احمد غیاثوند^۱

علی جنادله^۲

سید مهدی اصغری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۴

نهاد خانواده، سنگ بنای اصلی یک جامعه محسوب می شود و تصمیم به ازدواج، یکی از سرنوشت سازترین تصمیماتی است که انسان در جریان زندگی با آن رو به رو می گردد. هدف از انجام این پژوهش، بررسی ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج است و اینکه دختران و پسران عقد کرده شهر تهران چگونه تصمیم به ازدواج می گیرند، شرایط علی، زمینه ای و ساختاری موثر بر تصمیم گیری آنها چیست، چه راهبرد هایی را در تصمیم به ازدواج به کار می برند و این تصمیم چه پیامدهایی به همراه دارد. این تحقیق از نوع کیفی و با روش داده-مبنا با رویکرد اشتراوس و کوربین صورت گرفته و جامعه آماری آن زنان و مردان عقد کرده ساکن در شهر تهران در سال ۱۳۹۹ می باشد که به صورت هدفمند انتخاب شدند و نحوه گردآوری داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساخت یافته بود. یافته ها حاکی از آن است که تجربه عاشقانه و تصمیم به ازدواج صرفاً امری فردی نیست، بلکه تابع امری اجتماعی است و با مجراهای اجتماعی گوناگونی رو به رو هستیم. «چالش سیاست تقابل در میدان بازی نمایش» به مثابه پدیده مرکزی انتخاب شده است، زیرا در آن میدان، ساخت ها کشگری افراد را با چالش مواجه می کند و بر تصمیمات اثر می گذارد- البته کنشگران به مثابه عروسک های خیمه شب بازی در

نظر گرفته نمی شوند. دختران نسبت به پسران با محدودیت های بیشتری در میدان بازی نمایش مواجه شده اند؛ اگرچه به نسبت گذشته از قدرت انتخاب بیشتری برخوردار گردیده اند، اما این عاملیت بدون هزینه نبوده و برای دختران و پسران با پیامدهایی همراه شده است.

واژگان کلیدی: خانواده، ساخت اجتماعی واقعیت، تصمیم به ازدواج، چالش سیاست بازی نمایش و دو سویه بزرگ

مقدمه

نهاد خانواده به رغم تمامی تحولات و اشکال گوناگون آن، هنوز در بسیاری از جوامع از جمله ایران از اهمیت زیادی برخوردار می باشد و به عنوان واحد نخستین، دارای کارکردهای منحصر به فردی در طول تاریخ جوامع مختلف بوده است. بر اساس دیدگاه برگر^۱ (۱۹۶۳) جامعه، صحنه نمایشی است که برای بازیگران، نمایش نامه هایی متناسب با نقش های گوناگون آماده ساخته و ما در بستر خانواده از طریق آداب و رسوم و قوانین با باید ها و نبایدهای اجرای بازی آشنا می شویم. اما از سویی ما به مثابه بازیگران منفعلی در نظر گرفته نمی شویم، زیرا از قدرت اختیار عمل و تصمیم برخوردار خواهیم بود. از این رو، تصمیم به ازدواج یکی از مهمترین عرصه های کنشگری است که در شکل گیری آن به لحاظ ساختاری، آداب و مراسم گوناگونی متناسب با ارزش ها و هنجارهای جامعه برپا می شود. بنابراین ازدواج صرفاً یک رابطه صمیمانه و متعهدانه شخصی نیست، بلکه در چارچوب نهادی خانواده، نقش ها و مسئولیت های خانوادگی در بین زنان مردان وجود دارد که انتظارات اجتماعی را از زوجین شکل می دهد- گرچه در طول تاریخ از تحولات جامعه و نظام جهانی تاثیر می پذیرد و بر آن تاثیر می گذارد. به همین دلیل برگر و لوکمان^۲ معتقدند که واقعیت ساخته و پرداخته جامعه است؛ به این معنا که انسان ها جهان اجتماعی را ایجاد می کنند و سپس به مثابه واقعیت برای آنان در نظر گرفته می شود (برگر و لوکمان، ۱۳۸۷). در نظریات ساخت گرایی^۳ اجتماعی بیان می شود که «خود»^۴ در بافت اجتماعی قرار می گیرد و قواعد اجتماعی بر اینکه افراد چگونه خودشان و دیگران را در نظر بگیرند، تاثیر می گذارد (بیجانین، ۲۰۱۵: ۲۱).

در برخی از مطالعات یافته ها نشان می دهد که ۶۶/۷ درصد پاسخگویان ازدواج کردن را در زندگی ضروری می دانند، درحالی که به باور ۱۴/۱ درصد افراد ازدواج کردن امری ضروری نیست. ۵۳/۴ درصد جوانان اظهار داشته اند که نظر پدر و مادرشان در انتخاب همسر اهمیت دارد و در مقابل ۳۸ درصد نیز بیان کرده اند که صرفاً نظر خودشان در مورد انتخاب همسر اهمیت دارد (آقاسی و فلاح مین باشی، ۱۳۹۴) افراد در ازدواج به معیارهایی چون: مهربانی و خونگرمی، شوخ طبعی، بلند همتی، سلامت جسمانی و روانی، گرایشات دینی و وضعیت اقتصادی توجه می کنند (بلنکینشیپ، ۲۰۰۸: ۳۷). نتایج پژوهشی پیرامون دختران و زنان شهر تهران نیز نشان داد که در بین دختران مجرد مورد مطالعه حدود ۶۰ درصد اعلام کرده اند که خانواده و اطرافیان انتظار دارند که به موقع ازدواج کنند؛ در مقابل ۱۵ درصد هیچ الزام یا فشاری را از سوی خانواده احساس نمی کنند. همچنین دختران مجرد در پاسخ به گرایش شان به ازدواج و تشکیل خانواده، ۳۳ درصد در معنای فمینیستی معتقدند که یک دختر می تواند ازدواج نکند و زندگی مستقلی داشته باشد. در این میان، ۳۲ درصد به آرامش و تکیه گاه بودن ازدواج توجه نشان داده اند. ۱۸ درصد افراد در برداشتی کارکردی به صاحب خانواده شدن و هویت پیدا کردن و ۱۵ درصد نیز با نگاهی دینی آن را سنتی دینی و در راستای تکمیل شدن زن بیان نموده اند

1. Peter L. Berger
2. Thomas Luckmann
3. Constructionism
4. Self

(غیاثوند، ۱۳۹۶). این یافته ها نشان دهنده کنشگری در تصمیم به ازدواج است که به بیان اریک آیزن، فیش باین^۱ و جیمز مارچ^۲ به زنجیره ای از عوامل (تصمیمات عقلانی و هنجارها) بستگی دارد (مارچ، ۱۳۹۶؛ آیزن، ۱۹۸۸). برخی مطالعات نشان می دهند که روزانه در سراسر جهان ۳۹۰۰۰ هزار دختر جوان قبل از رسیدن به سن قانونی ازدواج می کنند و بیشتر از یک سوم آنها جوان تر از ۱۵ سال هستند و خیلی از این ازدواج ها به صورت اجبار آمیز است و در اکثر کشورهای اروپایی نیز دیده می شود (فرسکورولفو، ۲۰۱۸: ۲).

در کشورمان نزدیک به یک میلیون کودک همسر داریم. به عنوان مثال، در سال ۱۳۹۴، ۳۰۰۰ هزار و ۹۴۴ نفر دختر ۱۰ تا ۱۴ ساله، کودک همسری را در شهر تبریز تجربه کرده اند که بیشتر این ازدواج ها در بخش ها و روستاها و دلیل اصلی آن نیز اجبار والدین بوده است. (مردی و دیگران، ۱۳۹۸: ۸-۷) مطالعات دیگر نیز نشان می دهد که بیش از ۷/۷ درصد از دختران در تهران و ۴۰ درصد از دختران در سیستان و بلوچستان قبل از ۱۸ سالگی مجبور می شوند که ازدواج کنند (مطلبی و دیگران، ۲۰۱۳: ۲۲۸). برگر معتقد است که در تصمیم به ازدواج ظاهراً جامعه گزینه هایی را پیش روی ما می گذارد و دست ما را در انتخاب باز می گذارد، اما واقعیت آن است که دست نیرومند جامعه بر این تصمیم اثر می گذارد. برای مثال، صحنه ای را متصور شوید که در آن دو نفر عاشق و معشوق در کنار هم نشسته اند. اگرچه عاشقانه یکدیگر را دوست دارند، اما جامعه محدودیت هایی بر این گزینه ها اعمال می کند یا این که بر زوج هایی که از طبقه اجتماعی - اقتصادی یکسان هستند، بسیار آسان می گیرد و در راه کسانی که این هماهنگی را ندارند، سنگ اندازی می کند (برگر، ۱۳۹۶: ۱۰۵). پس سوال مهم این است که چگونه در بازی ساخت اجتماعی، واقعیت^۳ تصمیم به ازدواج شکل می گیرد و به نمایش گذاشته می شود؟

افراد معمولاً به گونه پدیده ای جهان شمول یکبار در زندگی تصمیم به ازدواج می گیرند و این تصمیم دارای مجموعه پیامدهایی است که در تمامی عرصه های جامعه می تواند اثر بگذارد. به این ترتیب باید توجه کرد که تصمیم به ازدواج چگونه صورت می گیرد و ساخت های اجتماعی چگونه در شکل گیری این واقعیت نقش ایفا می کنند. پژوهش حاضر در پی مطالعه این است که با توجه به واقعیت زندگی روزمره خانواده ها در شهر تهران، تصمیم به ازدواج در بین دختران و پسران عقد کرده چگونه اتخاذ شده است. به طور دقیق تر این تحقیق با رویکرد اشتراوس و کوربین به دنبال نظریه سازی در این باره است؛ اینکه شروع تعاملات و آشنایی های اولیه دختران و پسران برای ازدواج (در سطح کنش)، به تدریج در جهت شکل گیری زندگی چگونه تداوم می یابد، تصمیم به ازدواج آنها طبق چه فرایندی، چگونه و با چه زمینه ها و چالش هایی به سطح خانواده ها کشانده می شود، چگونه در قالب مراسم اجتماعی، قواعد و قوانین ازدواج (مهریه، شرط ضمن عقد و...) به لحاظ شرعی و قانونی عقد می کنند و تشکیل زندگی می دهند و تحت تاثیر هنجارها و ارزش های اجتماعی، چگون کنشگری دختران و پسران برای ازدواج، ساخت اجتماعی پیدا می کند.

1. Ajzen and Fishbein

2. James G. March

3. The social construction of reality

پیشینه پژوهش

امروزه تعاریف متعددی از خانواده وجود دارد که متناسب با آن، صور گوناگونی از خانواده و به عبارت دیگر ساخت های متعددی از آن را در بر می گیرد. به بیان جسی برنارد^۱ (۱۹۷۳) ما با انواع خانواده مواجه می شویم که برای افرادی که انتظارات گوناگونی از رابطه خود دارند، راه های گوناگونی فراهم می گردد (تافلر، ۱۳۸۸: ۲۹۸) و به همین دلیل شاهد تحولاتی در حوزه خانواده هستیم (بدون قضاوت ارزشی داشتن) مانند افزایش سن ازدواج دختران و پسران، تغییر در روابط همسران، تنوع در شیوه های همسرگزینی، دگرگونی روابط بین نسلی در خانواده، تغییر سطح انتظارات دختران و پسران از ازدواج، استقلال اقتصادی زنان، تغییر نگرش های جنسی، افزایش ناامنی شغلی در میان جوانان، ظهور سبک های زندگی جایگزین و فقدان بازار قرار آشنایی موثر^۲ (رایمو و پارک، ۲۰۲۰: ۱) که این تعاریف و صور گوناگون از خانواده و تحولات آن بر ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج اثر گذار می باشد. یافته های پژوهش های مرتبط به شرح زیر است:

دختران متأثر از شرایط اجتماعی، با محدودیت هایی برای ازدواج رو به رو شده اند که با عنوان «پانتومیم دختران در ایستار ازدواج» از آن یاد می شود و دارای مقولات ایستار بازگو نکردن ازدواج، بازی ندادن، بازی نکردن دختران برای ازدواج و بازماندن از ازدواج می باشد (غیاثوند و حاجیلو، ۱۳۹۹). تفاوت معناداری بین نظر پدران و پسران در مورد قومیت، گرایش دینی، سن، ملاک های انتخاب همسر، تعداد همسر و نحوه انتخاب همسر و ملاک های انتخاب همسر وجود دارد و سه اولویت پسران تحصیلات، تفاهم و اشتغال است، در حالی که پدران دیندار، محجب بودن و خانواده اصیل داشتن را در اولویت دانسته اند (امینی و دیگران، ۱۳۹۷). در زمینه تمایل دختران جوان نسبت به نگرش خواستگاری سنتی و جدید، بیشترین ترجیح مربوط به ترجیح شیوه خواستگاری مدرن و کمترین ترجیح به شیوه خواستگاری سنتی می باشد (کوهستانی، ۱۳۹۶). افزایش میزان سازگاری زناشویی به دلیل توافق والدین با ازدواج (ملک عسگر و دیگران، ۱۳۹۶)، واکاوی معنایی همسرگزینی به منزله پدیده ای اجتماعی در میان زنان جوان و شناسایی سه الگوی غالب برای گزینش همسر شامل سنتی، تعاملات دوستانه و بینابینی (اصغریور ماسوله و دیگران، ۱۳۹۶)، توصیف چپستی و چگونگی تجربه زیسته عشق ازدواجی در دوران آشنایی تا لحظه عقد از منظر کنشگران تازه ازدواج کرده و چگونگی تقابل عقل و احساس (مختاری و دیگران، ۱۳۹۵) از دیگر یافته های پژوهشی است. در بین متغیرهای پژوهشی آشنایی قبل از ازدواج، معیار الگوگیری از رسانه، تقید مذهبی، حس رقابت جویی و تاکید بر ارزش های مادی بیشترین تاثیر را در همسرگزینی داشته و در مقابل متغیرهایی مانند ساخت خانواده، توجه به زیبایی ظاهر، توجه به شخصیت روانی فرد و تصور افراد از پیامدهای طلاق نیز با افزایش رده سنی، کمتر به عنوان معیار همسرگزینی مورد توجه قرار گرفته است (سلیمانی بشلی، ۱۳۹۴). فشار جامعه بر دختران برای وارد کردن آنان به پذیرش ازدواج و دست به خطری هدفمند زدن (صفایی، ۱۳۹۰)، رابطه معنی دار بین تجددگرایی و همسرگزینی که با افزایش تجددگرایی، نقش واسطه های انسانی در انتخاب همسر و برپایی مراسم ازدواج کمرنگ می شود و

1. Jessie Bernard

2. The lack of an effective dating market

نگرش به مهریه و انتخاب فردی کمترین رابطه را با تجددگرایی داشته است (ساروخانی و مقریان، ۱۳۹۰) از دیگر یافته های پژوهشی است. با مطالعه ۴۵ کشور آشکار شد که مردان بیشتر از زنان، همسر جوان و جذاب و زنان بیشتر از مردان، همسر مسن تر و متمکن را ترجیح می دهند. البته این مطالعه نشان داد که هر دو جنس همسران شان به لحاظ سنی نزدیک به هم می باشند که با مباحث برابری ارتباط دارد (والتر و دیگران، ۲۰۲۰). در کاوش زمینه اجتماعی- فرهنگی کاربرد جهیزیه در بنگلادش، یافته ها حاکی از عدم درک قانونی و آزار و اذیت ذهنی، جسمانی و اجتماعی به دلیل درخواست جهیزیه می باشد (احمید و کاشیم، ۲۰۱۵). اهمیت تاثیر خانواده، دوستان، عوامل مذهبی و دریافت مشاوره در ایجاد نگرش به سوی ازدواج بزرگ (ویس، ۲۰۱۴) و این که در کنار یکدیگر بودن، تناسب در معنا، همکاری در ساختن معنای مشترک و گفتگو منجر به رضایت بخشیدن در زندگی زناشویی می گردد (گیتی پسند و دیگران، ۲۰۱۴) از دیگر نتایج پژوهشی است. یافته های پژوهشی با هدف کاهش ناراضیاتی جنسی نشان می دهد که برنامه جدید آموزش پیش از زناشویی، هیچ گونه برتری بر روش کلاسیک ندارد و دستور کار آموزش پیش از زناشویی باید اصلاح گردد (یزدان پناه و دیگران، ۲۰۱۴). همچنین بررسی ها گویا آن است که دوستان نقش قدرتمندی در عقاید و انتظارات ازدواج جوانان ایفا می کنند- اگرچه این تاثیر بر اساس میزان صمیمیت و جنسیت متفاوت است (یوفهولز، ۲۰۱۲). نوآوری پژوهش حاضر پرداختن به پیوند بین ساخت اجتماعی واقعیت و تصمیم به ازدواج است و اینکه ساخت ها چگونه تصمیمات افراد را تحت تاثیر قرار می دهند و نحوه تصمیم گیری آنها در مقابل این ساخت ها چگونه است.

چارچوب مفهومی پژوهش

چارچوب نظری در واقع عینکی است که از طریق آن می توان واقعیت های جهان اجتماعی را نظاره، تفسیر و تبیین کرد. برای رسیدن به چنین چشم اندازی مباحث نظری مرتبط با ساخت اجتماعی واقعیت و تصمیم به ازدواج را مطرح می شود. تصمیم گیری در یک معنا، انتخاب یک راه از میان راه های گوناگون است. به همین دلیل فعالیت اصلی تصمیم گیرنده، انتخاب اصلح از میان گزینه هاست (الوانی، ۱۳۹۱: ۱۹۹). فهم هر تصمیم معین نیازمند شناخت عمیق از زمینه ای است که تصمیم در آن گرفته می شود و این یعنی شناخت جنبه های تاریخی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی از محیط تصمیم گیری و نیز شناخت از افراد، سازمان ها و نهادهایی که در تصمیم گیری دخیل بوده اند (مارچ، ۱۳۹۶: ۷). ساخت اجتماعی واقعیت به عنوان یک فرآیند اجتماعی تعریف شده است که از طریق کنش و تعاملی که فرد یا گروهی از افراد با یکدیگر دارند، واقعیتی را برای خودشان ایجاد می کنند و با یکدیگر به طور ذهنی تجربه می نمایند (دریسمن، ۲۰۱۶: ۱۵۰). به این ترتیب، در این نگرش جامعه یک محصول انسانی و یک واقعیت عینی است و انسان نیز یک محصول اجتماعی و واقعیت اجتماعی به شمار می آید که در یک فرایند دیالکتیکی بیرونی شدن، عینی شدن و درونی شدن ساخته شده است (دریسلر، ۲۰۱۸: ۵-۶ و برگر و لوکمان، ۱۳۸۷). از جمله ویژگی های ساخت اجتماعی این است که بر اساس عاملیت و نیازهای کنشگران به وجود می آیند (دانایی فرد و جوانعلی آذر، ۱۳۹۸: ۶۰)، اجتماعی، فرهنگی و

تاریخی هستند (دانایی فرد و جوانعلی آذر، ۱۳۹۸: ۶۱؛ پر، ۱۳۹۴: ۱۹)، قابل تغییر، شیء گونه و از طریق زبان تولید می شوند و در راستای بازتولید برآیند قدرت موجود ایجاد می گردند (دانایی فرد و جوانعلی آذر، ۱۳۹۸: ۶۵-۶۱). فکر ساخته شدن اجتماعی واقعیت در چارچوب زندگی خانوادگی حاصل بسط نظر برگر و کلنر در مورد «ازدواج و ساخت واقعیت» است (برناردز، ۱۳۹۶: ۶۷) که به بررسی موضوع ساخت اجتماعی واقعیت در جریان ازدواج می پردازند. این الگو ازدواج را به مثابه گفتگوی مداوم به نمایش می گذارد که زن و شوهر طی آن درک مشترکی از جهان اجتماعی پدید می آورند و همسران برای رسیدن به توافق و سازش، جهان نگری مشترکی بنا می کنند (برناردز، ۱۳۹۶: ۲۴۵-۲۴۴).

مباحث نظری مرتبط با ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج به شرح زیر است:

بر اساس «نظریه فیلتر»^۱، در دوران گوناگون آشنایی و انتخاب همسر فیلترهایی اهمیت پیدا می کنند از جمله اینکه شریکان ابتدا یکدیگر را در قالب شباهت هایشان بر اساس خصیصه هایی چون دین، آموزش و طبقه اجتماعی ارزیابی می کنند. به همین ترتیب افرادی که در این فیلتر ناهمسان تلقی شوند، از دایره انتخاب همسر کنار گذاشته می شوند و در این فیلتر، ابتدا ویژگی های جمعیت شناختی و سپس نظام باورها و ارزش ها اهمیت بیشتری پیدا می کند (ریگان، ۲۰۰۸: ۴۱-۴۰).

«نظریه محرک - ارزش - نقش»^۲ پیشنهاد می کند که زوج ها در انتخاب همسر سه گام را پشت سر می گذرانند. در مرحله محرک، شریکان خصوصیات بیرونی خودشان و یکدیگر را مانند خصوصیات جسمانی و رفتاری ارزیابی می کنند. گام بعدی به مطابقت و سازگاری با ارزش ها و نگرش های گوناگون مربوط می شود و اگر در این مرحله نیز توافقی صورت گیرد، به گام نقش می رسیم. در طول این گام، شریکان خودشان و یکدیگر را برای شایستگی در نقش های گوناگون مانند والد و همسری ارزیابی می کنند (ریگان، ۲۰۰۸: ۴۲-۴۱).

استرنبرگ (۱۹۸۶) تلاش می کند که جنبه های روابط عاشقانه را ترسیم کند و به این ترتیب دیدگاه مثلث عشق را مطرح می کند که شامل سه بعد اصلی تعهد، اشتیاق و علاقه شدید و صمیمیت است. بودن یا نبودن هر یک از این سه بعد در رابطه، انواع متنوعی از عشق را به وجود می آورد؛ از جمله عشق تهی، علاقه، شیدایی، عشق رفاقتی، عشق احمقانه، عشق آرمانی و عشق کامل (لیوو، ۲۰۱۵: ۷-۶؛ همسات، ۲۰۱۶: ۳۵؛ نوکس و اسکاچ، ۱۳۹۶: ۱۰۸-۱۰۷).

اینکه افراد در تعاملات اجتماعی شان تلاش می کنند تا سود را به حداکثر و هزینه را به حداقل برسانند تا بیشترین منفعت نصیب آنان گردد، مبتنی بر «نظریه تبادل اجتماعی»^۳ است (بلنکینشپ، ۲۰۰۸: ۱۷).

«نظریه تکاملی»^۴ در زمینه انتخاب همسر و تصمیم به ازدواج نشان می دهد که افراد همسرشان را به دلیل فشارها و نیازهای گوناگون از جمله سکس و فرزندآوری انتخاب می کنند و دو جنس مخالف به طور طبیعی به

1. Filter Theory
2. Stimulus-value-role
3. Social exchange theory
4. Evolutionary theory

دلیل نیازها به هم مرتبط می شوند (کانلی، ۲۰۰۷: ۱۶-۱۵).

«نظریه بازی» به روابط ازدواج و خانواده نه تنها به عنوان زمینه های سرگرمی، بلکه به عنوان روشی برای بیان الگوهای تعاملی در خانواده در نظر دارد و مانند همه بازی ها، در ازدواج نیز چندین مفهوم دیده می شود؛ از جمله اهداف بازی، انتظارات از بازی، نقش ها، قوانین، ارزش ها، زبان، تدابیر، تشریفات، مصنوعات و اسطوره ها. به عنوان مثال، همه بازی ها دلایلی دارند - چنان که هدف فوتبال گل زدن است - و برای برخی افراد هدف ازدواج افزایش خوشی، امنیت مالی بیشتر یا تولید مثل است (نوکس و اسکاچ، ۱۳۹۶: ۷۶-۷۴).

در «نظریه گزینش عقلانی ناب»، جیمز مارچ معتقد است که تصمیم گیران کنشگران عقلانی هستند که در جستجوی گزینه هایی می باشند که می دانند شناخت شان از آن محدود است. به این ترتیب ممکن است تصمیم های آنها کاملاً عقلانی نباشد؛ زیرا تصمیم گیران با محدودیت هایی از جمله ادراک و حافظه رو به رو هستند (مارچ، ۱۳۹۶: ۲۱-۱۶). از سویی برخی، تصمیم گیران را دنباله رو و پیروان قواعد تصویر می کنند که اصل برای آنها تناسب رفتار با موقعیت هاست و تلاش آنها برای تحقق هویت های شان است (مارچ، ۱۳۹۶: ۱۳۵). «نظریه انتخاب»، مخالف سنت باستانی «من صلاح تو را می دانم» است. تلاش برای مجبور کردن افراد برای اینکه کاری را انجام دهند که ممکن است تمایل به انجام آن را نداشته باشند، نوعی «کنترل بیرونی» است و گلاسر^۱ این روانشناسی جهانی را به دلیل این که اختیار را می گیرد و روابط را تخریب می کند، «روانشناسی کنترل بیرونی» نام می نهد (گلاسر، ۱۳۸۴: ۲۰-۱۹). نظریه انتخاب، روانشناسی کنترل درونی را به جای روانشناسی کنترل بیرونی مطرح می کند (گلاسر، ۱۳۸۴: ۲۲-۲۱).

آیزن و فیش باین در نظریه کنش منطقی اشاره می کنند که رفتار بعد از در نظر گرفتن عوامل گوناگونی بروز می یابد که یکی از مهمترین پیش نیازهای آن اراده و قصد و نیت است. اراده تابع دو متغیر گرایش به رفتار و هنجارهای ذهنی است که در بحث متغیر گرایش به رفتار، یک محاسبه عقلانی مبتنی بر سودمندی به جریان می افتد و در متغیر هنجارهای ذهنی، رفتار و تصمیمات افراد برآمده از فشارهای گروه های مرجع می باشد (آیزن، ۱۹۸۸، ۱۹۹۱).

نظریات مطرح شده حاکی از پیوند تنگاتنگ بین تصمیم به ازدواج و ساخت واقعیت اجتماعی می باشد و این نظریات در مقابل دیدگاهی قرار می گیرد که می پندارند ازدواج به مثابه یک واقعیت اجتماعی، امری بدیهی و جزئی از چرخه متعارف زندگی است؛ چنان که دختر و پسر همدیگر را می بینند، عاشق یکدیگر می شوند و پسر ابتدا سعی می کند بحث را آغاز کند، سپس پیشنهاد ازدواج می دهد و در نهایت با هم ازدواج می کنند.

بدین ترتیب، سوالات پژوهش حاضر به قرار زیر است:

- تصمیم به ازدواج در بین دختران و پسران عقد کرده در شهر تهران چگونه رخ می دهد؟
- شرایط علی موثر بر تصمیم گیری به ازدواج برای جوانان چیست؟
- شرایط زمینه ای موثر بر تصمیم گیری به ازدواج برای جوانان چیست؟
- شرایط ساختاری موثر بر تصمیم گیری به ازدواج برای جوانان چیست؟

- جوانان در تصمیم گیری برای ازدواج چه راهبردهایی را به کار می گیرند؟
- این تصمیم گیری با چه پیامدهایی رو به رو است؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی، با روش نظریه زمینه ای و با رویکرد اشتراوس و کوربین صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه زنان و مردان عقد کرده ساکن در شهر تهران در سال ۱۳۹۹ می باشد که حداکثر یک سال از انعقاد عقدشان گذشته باشد. حجم نمونه در این پژوهش، ۲۶ نفر شامل ۱۵ زن و ۱۱ مرد می باشد که مبتنی بر نمونه گیری هدفمند و با توجه به سطح اشباع داده ها، جمع آوری داده ها متوقف گردید. ملاک ها و معیارهای مصاحبه شوندهان عبارت است از: ۱) عقد کرده باشند (لزوم تعهد، نه صرفاً دوستی) و حداکثر یکسال از زمان انعقاد عقدشان گذشته باشد تا بتوانند تجربیات شان را به یاد بیاورند؛ ۲) سن آنان بین ۱۷ تا ۴۰ سال باشد؛ ۳) درخواست طلاق نداده باشند؛ ۴) ساکن شهر تهران باشند. در این پژوهش از ابزار مصاحبه نیمه ساخت یافته برای گردآوری داده ها استفاده شد که عمدتاً به صورت حضوری انجام گردید. مدت زمان مصاحبه ها بیش از یک ساعت بوده و برای ایجاد اعتبار از شیوه های قابلیت تایید، قابلیت اعتبار و قابلیت انتقال استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها بر اساس سه مرحله کدگذاری باز (OC)، محوری (Ac) و گزینشی (Sc) انجام گرفته است.

جدول ۱: مشخصات مشارکت کنندگان

ردیف	نام	سن	تحصیلات	شغل	ردیف	نام	سن	تحصیلات	شغل
۱	آرش	۳۰	کارشناسی	فروشنده	۱۴	نسرین	۲۶	ارشد	کارمند
۲	هانیه	۲۵	کارشناسی	خانه دار	۱۵	بهرام	۳۲	دیپلم	مغازه دار
۳	کوروش	۲۲	کارشناسی	فروشنده	۱۶	سمانه	۳۱	دیپلم	کارمند
۴	نگین	۲۴	ارشد	کارمند	۱۷	کیارش	۲۶	کاردانی	نجاری
۵	حامد	۲۵	کارشناسی	کارمند	۱۸	آیدا	۲۹	ارشد	کارمند
۶	مهناز	۲۲	دیپلم	خانه دار	۱۹	محیا	۲۵	ارشد	خانه دار
۷	پژمان	۲۷	دیپلم	فروشنده	۲۰	باران	۲۵	کارشناسی	کارمند
۸	سیما	۲۹	دیپلم	خانه دار	۲۱	المیرا	۲۶	دیپلم	خانه دار
۹	فرزاد	۲۹	کارشناسی	راننده	۲۲	سحر	۱۸	سیکل	خانه دار
۱۰	سپیده	۲۶	ارشد	مدیر عامل	۲۳	فرشته	۳۱	کارشناسی	مزون دار
۱۱	مسعود	۲۷	کارشناسی	مغازه دار	۲۴	بابک	۳۰	کارشناسی	مزون دار
۱۲	سارا	۲۶	ارشد	دانشجو	۲۵	آزیتا	۳۲	کارشناسی	آرایشگر
۱۳	آریا	۲۷	کارشناسی	کارمند	۲۶	سینا	۲۷	کارشناسی	فروشنده

یافته‌های پژوهش

۱) پدیده مرکزی: چالش سیاست تقابل در میدان بازی نمایش

در پاسخ به سوال اصلی پژوهش که واقعیت تصمیم به ازدواج در جامعه ما چگونه ساخت یافته، مضمون اصلی «چالش سیاست تقابل در میدان بازی نمایش» استخراج گردید. چالش سیاست تقابل در این مضمون اشاره به دو سویه بزرگ (ساختارها و عاملیت) دارد که شاهد چالش و کشمکشی بین آنها در میدان بازی نمایش می‌باشیم. بر اساس اعتقاد برگر، جامعه را می‌توان مانند صحنه تئاتری در نظر گرفت که در آن نقش معینی را ایفا می‌کنیم و جامعه برای بازیگران نقش‌های گوناگون، نمایشنامه‌هایی را آماده ساخته است. برگر، شیوه‌های دورکهایمی و وبری را برای بررسی جامعه نقیض یکدیگر نمی‌بیند، زیرا معتقد است که امری پذیرفتنی است اگر بگوییم جامعه واقعی عینی است و چارچوب‌های کنش‌های ما را تعیین می‌کند، اینکه عاشق چه کسی شویم و عاشق چه کسی نشویم، آیین‌ها و آداب و رسوم ازدواج چه باشد و چه نباشد. اما از سویی کنش‌های معنادار ما به پیدایش جامعه و دگرگونی آن می‌تواند کمک کند، زیرا معانی و تفسیر کنشگران بی‌اهمیت نیست و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد و به تعبیری جامعه، ما را تعیین می‌کند و ما نیز به نوبه خود جامعه را تعیین می‌کنیم (برگر و لوکمان، ۱۳۸۷). بر اساس بررسی‌ها و تحلیل‌های صورت گرفته از طریق مصاحبه‌ها، می‌توان این چالش سیاست تقابل در میدان بازی نمایش را در چهار سنخ دسته‌بندی و تحلیل کرد:

الف) نظاره‌گری فعال در میدان: در الگوی نظاره‌گری فعال، خانواده شرایط آشنایی و ازدواج را فراهم می‌کند و در این بستر دختر و پسر و خانواده‌ها، از یکدیگر رضایت دارند و دختر و پسر از اجازه رد پیشنهاد ازدواج بعد از برگزاری مراسم خواستگاری برخوردارند. در این رویه معمولاً دوران آشنایی قبل از خواستگاری نداریم، چون افراد همدیگر را برای اولین بار در جلسه خواستگاری دیدند، مگر اینکه از دوستان و آشنایان یکدیگر باشند. به دلیل بستر سنتی خانواده مصاحبه‌شونده‌ها و داشتن این عقیده که اگر انتخاب از سوی خانواده صورت گیرد، شایسته‌تر است و می‌تواند موجبات خوشبختی فرد را ایجاد کند و چون برخی از دختران و پسران کمتر در فضاهایی قرار می‌گیرند که فرصت آشنایی با جنس مخالف را بیابند، نقش خانواده پررنگ‌تر است.

«من کلاً زیاد توی کوچه و خیابون نبودم. یه دانشگاه و یه مسجد محل برای نماز می‌رفتم و بقیه جاهارو با مامانم و کلا خانوادگی می‌رفتیم. به خاطر همین خواستگار زیاد داشتم و هر چند روز یکبار مامانم می‌گفت یکی می‌خاد امشب بیاد خواستگاری ات. عادت کرده بودم به اون شرایط دیگه. البته هر خواستگاری اجازه این رو نداشت که بیاد خونه ما. باید از فیلترهای بابام و من رد می‌شد» (سارا، ۲۶ ساله)

ب) تسلیم و مبهوت در میدان: در این سنخ خانواده‌ها مقدمات ازدواج دختر و پسر را بدون اینکه آنان راضی باشند، فراهم می‌کنند که در حال حاضر دلیل عمده آن مشکلات اقتصادی می‌باشد و به گونه‌ای خانواده مجبور شده که دختر یا پسر خود را به مجبور به ازدواج کنند- در این سنخ ازدواج بیشتر دختران قربانی می‌شوند. گاهی شرایط به گونه‌ای است که فرد به دلیل وضعیت نامناسب اقتصادی مجبور به ازدواج نمی‌شود، بلکه خانواده برای اینکه فرد متاهل شود و در اصطلاح سر و سامان پیدا کند، شرایط و مقدمات ازدواج را اجباراً فراهم می‌کند که البته متأسفانه این ازدواج‌ها نتوانسته موجبات آرامش و خوشبختی را ایجاد کند:

«یکی از دوستانم توی دانشگاه، پدرش از کار افتاده میشه و شرایط اقتصادی بدی داشتن. به مرده می یاد خواستگاریش که قبلاً ۲ دفعه ازدواج ناموفق داشته و یکی شون رو هم طلاق داده بود. چون وضعیت بدی داشتن، پدرش می گه قبول کن. وقتی اینا می رن سر خونه و زندگی خودشون، پسره می گه برای اینکه مطمئن باشم به من خیانت نمی کنی باید این سفته ها رو امضا کنی. دوستم کلید خونه خودشون رو هم نداشت و کلاً توی خونه حبس شده بود. وقتی به بار دیدمش ۱۰ سال پیر تر شده بود، به آدم افسرده و گوشه گیر» (سپیده، ۲۶ ساله) (پ) بازی آزاد تایید شده در میدان: منظور از بازی آزاد این است که دختر و پسر خودشان یکدیگر را نخستین بار دیده و متوجه شدند که گزینه های مناسبی برای هم هستند و سپس خانواده ها را مطلع کرده و آنان نسبت به این موضوع واکنش مثبتی نشان داده و تایید کرده اند. به این ترتیب معمولاً شاهد این هستیم که دوران آشنایی وجود دارد و مصاحبه شونده ها بیان می کردند که این سنخ در مقایسه با دیگر سنخ ها از آنجا که موجب شناخت بیشتر می شود، بهتر است:

«خانومم رو مدت ها بود که زیر نظر داشتم توی محل. رفت و آمد هاشون رو می دیدم. شاید باورت نشه وقتی به پسر می رفت توی خونشون چک می کردم بینم کیه، چی بود. به خانواده ام چیزی نمی خواستم بگم تا قطعی نشده. ولی بگم که خانواده ام به من اعتماد کامل داشتن که کاری نمی کنم که اعتبار و حیثیت خانوادگی مون رو زیر سوال ببرم» (مسعود، ۲۷ ساله)

(ت) بازی آزاد محدود شده در میدان: گاهی شرایط به گونه ای پیش می رود که دختر و پسر یکدیگر را دوست دارند و تمایل دارند که با هم ازدواج کنند، اما خانواده ها مخالف هستند و میدان را برای آنان محدود و بسته می کنند و تمایلی برای شکل گیری این ارتباط ندارند. نکته قابل توجه این است که انجام این بازی برای پسران آسان تر و برای دختران بسیار سخت و در عین حال با ریسک بالاست، زیرا خانواده ها در مقایسه با پسران، هراس ها و اضطراب های زیادی را برای آنان ایجاد کرده است:

«من دختر خالم به خاطر فشارهایی که خالم و شوهر خالم روش می آوردند، با شوهرش فرار کردن و دختر خالم پیغام داده بود که اگه می خواین برگردم و دوباره من رو ببینید باید بذارید که ما با هم ازدواج کنیم» (نگین، ۲۴ ساله)

۲) شرایط علی

با توجه به سنخ های چهارگانه مذکور می توان شرایط علی موثر بر ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج در بین جوانان شهر تهران را بر اساس مصاحبه های صورت گرفته به تصویر کشید. عمده ترین مقوله های شرایط علی پدیده پژوهش بدین شرح است:

(الف) پلکان نیازهای بنیادین حیات: انسان ها در دوران جوانی یک سری خلاء هایی را در زندگی خودشان احساس می کنند که اگر بهترین خانواده را هم داشته باشند، نمی توانند آن نیازها را ارضا کنند. به همین دلیل روی به سمت ازدواج می آورند. باید توجه داشت که برای رفع نیازها، راه های گوناگونی وجود دارد؛ ولی آنچه مدنظر ما می باشد ساختی است که با یک تعهدی به نام عقد شکل می گیرد. «رفع نیاز جنسی»، «تامین نیازهای مالی» و «فرزندآوری» (پلکان اول)، «احساس امنیت یافتن»، «رهایی از اضطراب اجتماعی» و «فرار از تنهایی»

(پلکان دوم)، «رفع نیاز روانی»، «حس دوست داشته شدن»، «متعهد شدن» و «مسئولیت پذیر شدن» (پلکان سوم)، «احترام به سنت»، «رسیدن به درک متقابل»، «هدفمند شدن زندگی»، «دوری از رذایل اخلاقی»، «استقلال یافتن»، «بالا رفتن منزلت و اعتبار»، «بدست آوردن حمایت خانواده»، «افزایش اعتماد به نفس» و «مکمل یکدیگر شدن» (پلکان چهارم) و «تکامل فردی و اجتماعی» (پلکان پنجم) از جمله مقولاتی است که مصاحبه شوندگان به آنان اشاره داشتند و تا نیازهای پلکان اول ارضا نشود، نمی توان به پلکان بعدی رسید: «زن و مرد مکمل هم هستند؛ مثلاً من می دونستم چه نواقصی دارم. همسر آدم محرمه آدمه، ولی روابط دوستی موقتی و منزلت آدم رو پایین می یاره. صد البته نیازهای جنسی آدم هم برطرف می شه و این اتفاقا فکر می کنم مهمترین بخش زندگی باشه، چون اگه تامین نشه، احساس عصبانیت و خشم درونی می کنی و هر کاری حاضری انجام بدی تا تخلیه بشی» (معیا، ۲۵ ساله)

ب) اشتباهات سیستماتیک: «پرش در مراحل ازدواج»، «بی توجهی خانواده در فرآیند تصمیم گیری» و «تنفس در فضای گلخانه» از جمله اشتباهاتی است که موجب می گردد که شناخت درستی صورت نگیرد و دختر و پسر نتوانند به خوبی یکدیگر را بشناسند. در ارتباط با پرش در مراحل ازدواج می توان از مفهوم جدیدی با عنوان «تایتانیک شدن تصمیم به ازدواج» استفاده کرد. کشتی تایتانیک را آیسبرگ به اعماق دریا کشاند. چنین آیسبرگ هایی فقط در دریا وجود ندارد، بلکه در فرایند انتخاب همسر نیز دیده می شود. وقتی فرد مراحل آشنایی را طی نمی کند، باعث می گردد که با بخش اعظم شخصیت دیگری که فقط در طی زمان شناخته می شود، آشنا نشود و فقط با آن بخش پیدای آیسبرگ شخصیت آشنا می شود و بخش اعظم و اصلی آیسبرگ پنهان بماند. پس از آشنایی اولیه، دختران در نسبت با پسران حساسیت زیادی از خودشان نشان می دادند.

«ما زمانی که رفتیم خواستگاری، خانواده همسر می گفتند که ما رسم نداریم که دختر و پسر مدت طولانی صیغه موقت هم بمونن و ما عقد دائم می کنیم. ما می گفتیم کمی بیشتر همدیگر رو بشناسیم، اما اونا می گفتند که برامون حرف در می یارن» (کوروش، ۲۲ ساله)

بی توجهی خانواده در فرآیند تصمیم گیری، از جمله مقولاتی است که فشار زیادی را بر دختران و پسران وارد می کند. برخی از خانواده ها به دلیل اینکه با یکدیگر خویشاوند هستند، خیلی به مسائل و موضوعات ازدواج توجه نمی کنند و از پدیده ای موسوم به «دوقلوهای متضاد» - یعنی حتی بین دو انسان دوقلو نیز تفاوت هایی دیده می شود، حال آن که تفاوت های بین دو انسان جای خود دارد- غافل هستند:

«پدر و مادرامون اصلاً به خیلی چیزها توجه نداشتن و فقط می خواستن مراسم تموم بشه و فیصله بدن ازدواج رو. چون ما فامیل بودیم و پدرامون یه رابطه فروشندگی و خریداری داشتند، فکر می کردن که این کافیه. اما خُب اشتباه می کردن و چوب اشتباهاتشون رو الان دارم من می خورم، البته اشتباه از من هم قطعاً هست که زود بله رو گفتم» (نگین، ۲۴ ساله)

تنفس در فضای گلخانه به فضای داخلی خانه اشاره دارد که خواستگار سعی می کند خودش را به دختر و خانواده اش مودب نشان دهد و وانمود کند که همه چیز تحت کنترل است، اما زمانی که آنها در محیط بیرون از خانه قرار می گیرند و رفتار همدیگر را در محیط می بینند، آن وقت متوجه خصوصیات رفتاری متفاوت یکدیگر

می شوند. برخی از خانواده ها به همان فضای گلخانه ای رضایت می دهند و باعث می شوند که دختر و پسر نتوانند به خوبی همدیگر را ارزیابی کنند، اما آنچه که از اهمیت برخوردار است، «واکنش در لحظه» می باشد: «ما برای آشنایی مون رفت و آمدهایی توی محیط باز داشتیم که واقعی تر بود، یهوایی اتفاقی می افته و توی اون واکنش های یهوایی از طرفت می تونی خیلی چیزها رو بفهمی. وقتی توی خونه هستی، فضای خونه خیلی مصنوعی و کنترل شده و خیلی شیک و مجلسیه و هر دو سعی می کنن که همه چیز رو خوب نشون بدن و واقعی نیست» (سارا، ۲۶ ساله)

پ) نگرش برزخ گونه به عقد: عالم برزخ در مباحث الهیات به معنای فاصله بین دنیا و آخرت است؛ یعنی چیزی در میان دو چیز دیگر می باشد. همین نوع نگرش در ارتباط با عقد و خواندن خطبه عقد و گفتن بله نیز دیده می شود و به مصاحبه شوندگان چنین حسی القا می شد که گویی قرار است از یک جهان به جهان دیگری بروند، از جهان مجردی به جهان متهالی و در این گذار مدام با خود کلنجار می روند که چه می شود؟ آیا درست تصمیم گرفته ام؟ و برخی مدام یک حس تشویش و نگرانی را با خود به همراه دارند، زیرا با بالا رفتن آمار طلاق و از سویی خیانت های زناشویی پس از ازدواج، مصاحبه شوندگان با خود می گفتند نکند که این اتفاق نیز برای من رخ دهد؟ به این ترتیب شاهد ترس ها و اضطراب هایی هستیم که در جامعه ساخت یافته است: «وقتی خواستم بله رو بگم با خودم می گفتم که دیگه تموم شد، شمال با یه کوله پشتی تموم شد، الو بریم تموم شد، الان باید صبح زود بری سر کار تا شب کار کنی، مثل این بود برام که یه خط کش گذاشتن گفتن آگه از این طرف بری، وارد یه دنیای دیگه می شی» (بهرام، ۳۲ ساله)

ت) چهار ضلعی گزینش رابطه: مقولات «اخلاق مداری»، «عقلانیت نگری»، «معامله گری» و «جذابیت جنسی» چهار ضلع مثلث را در ذیل مقوله فرعی چهار ضلعی گزینش رابطه تشکیل می دهند که متناسب با آن شاهد چهار نوع «عشق اخلاق مدارانه»، «عشق مبتنی بر محاسبه عقلانی»، «عشق مبادله گرایانه» و «عشق هوس انگیز» هستیم. هیچ یک از این اشکال به صورت ناب و خالص در عالم واقعیت وجود ندارد و در هر دوره ای متناسب با شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جامعه، گرایش به سمت یکی از اضلاع و اشکال عشق بیشتر می شود و خواه ناخواه توجه به دیگر اضلاع و اشکال عشق کاسته می شود. به عنوان مثال، در دوره فعلی بر اساس نگرش مصاحبه شوندگان، نگرش جنسی غالب است. البته دور از واقعیت نیست که فردی به هر چهار ضلع در زندگی توجه داشته باشد و در بین مصاحبه شوندگان نیز دیده شد که در این صورت «عشق تمامیت خواه» نامگذاری می شود:

«خوشم اومد دیگه، قبلا خجالت می کشیدم همسرم رو توی یه جایی، یه مهمونی معرفی کنم، اما الان با سربلندی می گم. ازدواج اولم رو به خاطر فشاری که مامانم روم می آورد که با پسر خالم ازدواج کنم، کردم ولی خودم اصلا راضی نبودم» (آزیتا، ۳۲ ساله)

۳) شرایط زمینه ای

عمده ترین مقوله های شرایط زمینه ای موثر بر ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج در بین جوانان شهر تهران با توجه به سنخ های چهارگانه مذکور پدیده در پژوهش به شرح ذیل است:

الف) تجربیات صحنه گردانان اجتماعی: منظور از صحنه گردانان اجتماعی، کارگزاران مختلفی چون خانواده، دوستان و مراکز آموزشی است که در جامعه پذیری افراد نقش مهمی دارند و از این قدرت برخوردار هستند که نگرش های کنشگران را شکل دهند. به این ترتیب این صحنه گردانان نقش مهمی را در ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج ایفا می کنند که از طریق مقولات «نصایح و تجربه زیسته خانوادگی»، «پیوندهای قوی دوستی» و «عرصه مهارت های اجتماعی مراکز آموزشی» می توان آنان را شناسایی کرد:

«علت مرد ستیزی بعضی از دخترها، طرز رفتار مردهای خونه و زندگی خانوادگی شونه. خیلی تاثیر می ذاره. مثلاً نوه خاله مادرم هست که یه دختر تحصیل کرده اس، خیلی ولی پدر بدی ذاره، روابط بسیار بد زناشویی پدر و مادرش، دایی ها و عموها هم همینطورن و وقتی دور و بر این دختر رو می بینم حق بهش می دم که الان هم نسبت به همسر خودش حس خوبی نداشته باشه و دائم توی یه اضطرابه یه هراسه» (سپیده، ۲۶ ساله)

ب) تفکرات قالبی خانواده نان آور دو جانبه: منظور از تفکر قالبی، نگرش ها و باورهای تعمیم یافته ای است که به صورت اغراق شده و اغلب نادرست در مورد برخی از افراد و گروه ها به کار می رود. یکی از نگرانی های زنان در جریان ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج، مقوله رابطه و شکاف بین خانه داری و کار در بیرون از خانه است. در همین فرایند برخی از زنان وقتی شرایط را مساعد نمی بینند، تصمیم می گیرند که ازدواج نکنند. برخی دیگر هم که تن به ازدواج می دهند، با نگرانی هایی رو به رو هستند. این تفکرات بخش مهمی از دغدغه های زنان و مردان در جامعه ما می باشند که در قالب مقولات «خاتمه پیشرفت فردی»، «اختلال در جریان زندگی»، «تقسیم کار منعطف» و «مسموم بودن فضای کاری» و در ذیل تفکرات قالبی خانواده نان آور دو جانبه مطرح می گردند. برخی از زنان واقعیت تصمیم به ازدواج را مانعی در راه پیشرفت فردی خودشان می بینند، چون معتقدند که اگر ازدواج کنند، همسرشان مانع پیشرفت تحصیلی و شغلی آنها می شود و در جامعه انتظار بر این است که خانم ها کدبانوی خوبی باشند. اختلال در جریان زندگی، مقوله ای است که بیشتر از سوی مردان شنیده می شود و معتقدند که اگر خانم ها بخواهند پا به پای مردان کار کنند، در جریان زندگی اختلال ایجاد می شود. در تقسیم کار منعطف، هم زن و هم مرد به یک تعادلی در زندگی رسیده اند و هر دو در کنار هم، کارهای خانه و بیرون از منزل را انجام می دهند. هم زنان و هم مردان بر مسموم بودن فضای کاری اذعان دارند:

«این تصور که یه خانم باید بشینه توی خونه، بشوره، بپزه و بسابه و از صبح تا شب کارش همین باشه، توی ذهن هم مردا هست و هم زنا. اما الان نقش خانوم ها رو تقلیل دادن به اینکه توی آشپزخونه باشن و این درسته که الان توی جامعه ما خیلی ها بترسن که بعد از ازدواج دیگه نمی تونن پیشرفت داشته باشن، ولی من با همسرم در ارتباط با این موضوع صحبت کرده بودم و الان مشکلی نداریم» (سارا، ۲۶ ساله)

پ) پهنه همسریابی: پهنه همسریابی در شکل دادن به ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج تاثیر گذار است. یکی از دغدغه های اصلی مصاحبه شوندگان این بود که مکان، فضا یا ساحت مشخصی وجود ندارد که افراد بتوانند خودشان را معرفی کنند و از آن طریق شرایطی فراهم شود تا دو نفر با یکدیگر به گفتگو بپردازند و بعد از عبور کردن از فرایندهای مشخص شده، با هم ازدواج کنند. به همین دلیل برخی از مصاحبه شوندگان

معتقد بودند که در جامعه افراد زیادی تمایل به ازدواج دارند، اما بستر مناسبی برای آشنایی نیست. «من و همسرم توی فضای مجازی با هم آشنا شدیم. هر دو تا مون توی یه گروه توی تلگرام عضو بودیم. اونجا من عکس همسرم رو دیدم، خیلی خوشم اومد. رفتم توی PV ای ایشون. بهش پیام دادم و رابطمون شروع شد. بعدش اومدم عکس ایشون رو به پدر و مادرم نشون دادم و بعد از چند مدتی که من و ایشون با هم رفتیم بیرون، بعدش رفتم خواستگاری» (کیارش، ۲۶ ساله)

ث) پیش قدمی های سنت شکنانه: در دهه های متمادی به ویژه در جامعه خودمان، همواره رسم بر این بوده که یا خود پسر یا خانواده اش از دختر خواستگاری کنند، اما امروزه خواستگاری دختران از پسران امری به نسبت شایع شده است. در واقع این پیش قدمی یک نوع پیش قدمی سنت شکنانه است، زیرا در چنین شرایطی دختران نیز می توانند به پسران پیشنهاد ازدواج دهند- واقعیتی که حتی شنیدن آن از سوی بسیاری از افراد جامعه تا چند سال گذشته بیشتر یک توهم بوده است. برخی زنان و مردان این سبک از خواستگاری را نمی پسندیدند و معتقد بودند که در چنین شرایطی، پسر مغرور می شود و عزت و احترام دختر و خانواده اش زیر سوال می رود. از سویی زنان معتقد بودند که اگر پیشنهاد مرد منفی باشد، بسیار آسیب جدی به شخصیت و روان دختر وارد می شود. برخی از مصاحبه شوندگان بر خلقت انسان تاکید می کردند و معتقد بودند که هویت زن، هویت خواستنی بودن است و مرد همواره باید نیاز و تقاضای خودش را به او بیان کند. همچنین برخی از بستگان و خویشاوندان زن ممکن است ایشان را نسبت به انجام چنین اقدامی سرزنش کنند، زیرا از نظر آنها این اقدام بسیار ناپسند است:

«همسرم رو می دیدم که من رو دوست داره، ولی چیزی نمی گفت، خجالت می کشید، چون هم سنش کم تر از من بود و هم می دونست که من طلاق گرفته ام. فکر می کرد که شاید جواب رد بدم بهش. به خاطر همین خودم مطرح کردم اولین بار و ایشون هم از خداهش بود. اما خانواده مادری ام وقتی این موضوع رو فهمیدن، خیلی ناراحتم کردن که چرا من رفتم این پیشنهاد رو دادم» (آزیتا، ۳۲ ساله)

۴) شرایط ساختاری

الف) بازی اعداد صحیح نظام اجتماعی: اگرچه قاعدتاً اعداد صحیح تابعی از قواعد علم ریاضی هستند، اما این اعداد عمیقاً اجتماعی و تابع یک نسبیّت فرهنگی نیز می باشند. سن افراد صرفاً یک عدد نیست، بلکه این عدد در هر فرهنگی ارزش گذاری خاص خودش را دارد. مقولات «فشار اعداد ساخت یافته» و «سن و حاکمیت اقتدار زنانه و مردانه» مقولاتی هستند که در بحث ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج تاثیر گذار می باشند. فشار اعداد ساخت یافته در اینجا منظور فشاری است که از سوی عرف جامعه، خویشاوندان و خانواده بر روی کنشگران وارد می شود و آنان مجبور به واکنش می شوند. به دلیل چنین فشارهایی که در زمینه سن افراد به آنان وارد می شود، آنان مدام در یک اضطراب و تنش به سر ببرند و متأسفانه در چنین شرایطی تصمیم های احساسی می تواند غالب گردد. مصاحبه شوندگان بیان می کردند که این فشارها برای زنان بیشتر است که دو دلیل اصلی این فشارها در ارتباط با زیبایی و شرایط بارداری است. سن و حاکمیت اقتدار زنانه و مردانه از جمله مقولاتی است که مصاحبه شوندگان بر آن تاکید داشتند. برخی از زنان تمایل داشتند که با مردانی

ازدواج کنند که سن شان کمتر از آنان باشد، زیرا معتقد بودند که در چنین شرایطی دیگر مردان نمی توانند ما را مجبور کنند و یا بد رفتاری در خانواده داشته باشند. از سوی دیگر، مردان نیز به گونه ای به دنبال حاکمیت یافتن اقتدار مردانه بودند و ترجیح می دهند با خانم هایی ازدواج کنند که به لحاظ سنی پایین تر از آنان باشند. البته برخی از مردان بیان می کردند که تمایل دارند که با خانم هایی ازدواج کنند که سن شان، بیشتر از آنان باشد، زیرا معتقد بودند که دخترهای جوان امروزی توانایی اداره زندگی را ندارند و ترجیح می دهند که یا با هم سن خودشان یا بزرگ تر از سن خودشان ازدواج کنند:

«مادرم می گفت که دیگه بسه تا کی می خوای اینجوری بمونی، باید ازدواج کنی. مادرم چون دوستای من رو می شناخت که زیاد اونهارو تایید نمی کرد، فکر می کرد من به گناه بیفتم و اینها، در کل به آقا توی سن ۹۰ سالگی هم می تونه ازدواج کنه، ولی خانوم ها توی عرف و باور ما جا افتاده که می گن یکی از شرایط اصلی ازدواج خانوم ها زیبایی هست که با بالا رفتن سن تغییر می کنه. پس می گن هر چی توی سن پایین ازدواج کنن، به نفع خودشون هست» (بهرام، ۳۲ ساله)

ب) ساخت اجتماعی گاو پیشانی سفید: گاو پیشانی سفید در ساخت اجتماعی اشاره به انگ و برجسبی دارد که در جامعه ساخت می یابد و بر پیشانی افراد حک و موجب می شود که عرصه بر آنها تنگ گردد و برای فرار از برجسب ها، اقداماتی انجام دهند که ممکن است با پشیمانی در آینده همراه گردد. این انگ ها و برجسب ها و به قول گافمن «داغ ننگ ها» در ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج تاثیر گذار است، زیرا داغ ننگ موجب بروز اختلالاتی می گردد و فرد را با اضطراب و هراس های گوناگونی روبه رو می کند که از سوی خانواده، خویشاوندان، دوستان و رسانه ساخت می یابد و در سطح جامعه آن برجسب ها حالتی تعمیم یافته به خود می گیرد:

«من و همسر ۶ سالی بود که زیر به سقف داشتیم با هم زندگی می کردیم، چیزی که شماها احتمالا ازدواج سفید بگید. این سبک زندگی رو خیلی دوست دارم چون من و همسر من، زن و شوهر نیستیم، بلکه دو تا دوستیم. توی این چند سال کلی حرف زدن پشت خانواد که دختره فلانی نمی دونی چیکار کرده، با چند نفره، فلان کرده، فلان می کنه. به خاطر این حرف ها الان چند سالی هست که توی فامیل هم حتی نمی رم. چون هر وقت من رو می بینن، می گن این همونه و لیبیل روم زدن. الان به خاطر پدر و مادر فقط تصمیم گرفتیم که عقد نمایشی داشته باشیم، اما هنوز با هم دوستیم و عاشقانه همو دوست داریم» (فرشته، ۳۱ ساله)

پ) مجراهای راه عاشقی: برای طی کردن راه عاشقی، افراد با یک سری مجراهایی مواجه می شوند که به دلیل ساختاری بودن آن ها، نمی توانند آنها را نادیده بگیرند- چون این مجراها در جامعه ساخت یافته و واقعیت تصمیم به ازدواج نیز در چنین مجراهایی ساخت پیدا می کند. واقعیت های جامعه نشان داده که اگر دو نفر صرفا همدیگر را عاشقانه دوست داشته باشند، کافی نیست بلکه مقولاتی وجود دارد که در مسیر عاشقی مانع ایجاد می کند و گاهی حتی دختر و پسر با وجود اینکه همدیگر را دوست دارند، ولی تصمیم به قطع ارتباط می گیرند. شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی در شکل دادن به این مجراها موثرند. مقولات «منش و ذائقه فرهنگی - اجتماعی و طبقاتی» که اشاره به نحوه پوشش، تفکرات و عقاید دینی و مذهبی دارد؛ «گرایشات

قومیتی» که اشاره به باورهای قومیتی می‌کند و «فرصت‌های اقتصادی» که به امکانات و توانمندی‌های اقتصادی اشاره دارد، از جمله مقولاتی است که در ذیل مقوله فرعی مجراهای راه عاشقی قرار می‌گیرند: «من قبل از ازدواج الانم، مدتی با به آقایی در ارتباط بودم. خیلی آدم خوب و محترمی بود، اما به مشکل بزرگ وجود داشت، اینکه ما مراسم هامون رو مختلط برگزار نمی‌کردیم، اما اونا همه چیز شون قاطی بود. وقتی که به دختر دایی اش دست داد و ربوسی کردن، من دیگه تصمیم گرفتم که رابطه رو قطع کنم. چون به سری اعتقادات دارم که خط قرمزهای من هستش و برام اهمیت داره» (هانی، ۲۵ ساله)

ت) بسته‌های حمایتی داخلی - خارجی: بسته‌های حمایتی داخلی - خارجی اشاره به حمایت‌هایی دارد که از سوی خانواده (داخلی) و دولت (خارجی) صورت می‌گیرد که با عنوان مقولات «خانواده حمایتگر» و «سیاست‌های حمایتی دولت» شناسایی می‌گردند. مصاحبه‌شوندگان بیان می‌کردند که به شدت نیازمند این حمایت‌ها هستند، اما برخی از خانواده‌ها به ویژه در ارتباط با کمک‌های اقتصادی ناتوان بوده و نمی‌توانسته‌اند به فرزندشان کمک کنند، در نتیجه شرایط سخت‌تری برای آنان ایجاد شده است. مصاحبه‌شوندگان کمک‌های دولتی را یک وظیفه تلقی می‌کردند نه یک لطف و بیان می‌کردند که دولت باید برای تسهیل و هموار کردن شرایط ازدواج اقدام کند. آنها اعتقاد داشتند که دولت نتوانسته این اقدامات حمایتی را داشته باشد و حتی برخی بیان می‌کردند که دولت سعی کرده که در فرایند ساخت یافتن ازدواج اختلال ایجاد کند و به همین دلیل افراد تصمیم گرفته‌اند که ساخت‌های دیگری از ازدواج و تشکیل خانواده را تجربه کنند:

«دولت باید به جوونا کمک کنه که بتونن ازدواج کنن. هیچ کاری نکرده و مانع‌ها رو هم عمیق کرده و چند تا میخ هم تهش کوبیده که راه درو ها رو ببندد. بازی با دلار و سکه و پول و جدیدا بورس، قشنگ کلید رو پیدا کردن. اینقدر شرایط اقتصادی بد شده که جوونا به خاطر اینکه ۵۰ میلیون تومن رو بگیرن ازدواج صوری می‌کنن» (مسعود، ۲۷ ساله)

ث) فرمولاسیون آداب و رسوم ازدواج: برای فهم زندگی، برخی فرمول‌ها و معادلات شکل گرفته است. آداب و رسوم ازدواج یکی از فرمول‌های است که در هر فرهنگی ضوابط خاص خود را داراست، اما فرم و محتوای آن می‌تواند گوناگون باشد. قاعده‌مند کردن و پیروی از ضوابط در امر ازدواج می‌تواند پسندیده باشد که با عنوان مقوله «پیروی از سنت حسنه» شناسایی می‌گردد، اما آنچه که به ویژه در دهه‌های اخیر امری ناپسند قلمداد شده، قواعد و فرمولاسیون‌های دست و پاگیری است که آداب و رسوم ازدواج را به عرصه‌ای برای رقابت، خودنمایی و چشم و هم‌چشمی بدل کرده است. رسانه‌ها نیز متأسفانه نقش منفی‌ای را ایفا نموده‌اند و شاهد خللی در ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج هستیم. جوانی که تصمیم به ازدواج می‌گیرد، باید مراحل گوناگونی را طی کند و در هر مرحله هزینه‌های زیادی را تقبل کند و از آنجا که از عهده آن بر نمی‌آید، به همین دلیل با مشکلاتی مواجه می‌شود. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که اگر این آداب و رسوم‌ها را حذف کنیم، بسیاری از مشکلات جوانان برطرف می‌شود، زیرا یکی از جدی‌ترین مانع بر سر راه زندگی آنان است: «توی جامعه ما ازدواج کردن خیلی سخته. باید همش بخری و ببری و پیچیدش می‌کنن و به نظرم این کار اصلاً جالب نیست و اگه ساده‌تر برگزار بشه خیلی بهتره. مثلاً سر اینکه مهریه چند تا باشه ما کلی ناراحتی

داشتیم و خانواده هامون به اختلاف خورده بودن. واقعا اگه همه این رسم های الکی که فقط داره فشار می یاره رو حذف کنیم، هیچ اتفاقی نمی افته، فقط باعث می شه که زندگی ها درست بشه» (پژمان، ۲۷ ساله)

۵) راهبرد

الف) جشن ازدواج بدون جشن: آمارهای دفاتر ازدواج نشان می دهد نسبت ازدواج پسران جوان با زنان مطلقه نسبت به دهه های گذشته بیشتر شده است. البته خانواده ها با این واقعیت به مثابه یک مسئله نگاه می کنند و حاضر به پذیرش این نیستند که فرزندشان با یک فرد مطلقه ازدواج کند. بخشی از این نارضایتی به دلیل فشار خویشاوندان دور و نزدیک است و اینکه خانواده احساس شرمساری می کند از اینکه بگوید پسر مجرد من با یک خانم مطلقه قصد ازدواج دارد. در اکثر مواقع خانواده ها با این موضوع برخورد قاطعی دارند و حاضر نمی شوند که در ساخت یافتن واقعیت اجتماعی تصمیم به ازدواج فرزندشان قدمی پیش گذارند. به همین دلیل وقتی دختر و پسر با چنین موانعی رو به رو می شوند، سعی می کنند که از طریق ساخت دیگری زندگی شان را آغاز کنند:

«هدف ما زندگی کردن بود، نه اینکه خانواده ها باید این رو بخرن، این بیاد اون کار رو کنه، نمی دونم کارت چاپ کنیم و اینها، اصلا کلا یه شو و نمایشه بدرنخوره که فقط وقت و انرژی ات رو می گیره و به هیچ دردی هم نمی خوره. بابا من می خوام زندگی کنم نه بازی. ۶ سال بدون هیچ جشنی و مراسمی و هیچی رفتیم زندگی مون رو از صفر شروع کردیم» (فرشته، ۳۱ ساله)

ب) سیاست نور بالای عشق: نور بالا دو برابر نور پایین در خودرو فاصله روبه روی شما را روشن می کند. از سویی یکی از کاربردهای نور بالا زدن، هشدار دادنی است که کوتاه ولی بسیار دقیق و هوشیار کننده است. در ارتباط با ازدواج نیز ما شاهد چنین نور بالا زدن هایی هستیم که هم از سوی دخترها و هم پسرها دیده می شود و سعی می کنند که به گونه ای غیر مستقیم ابراز عشق کنند، اما به صورت مستقیم این اقدام را انجام نمی دهند. در این سیاست که بیشتر از سوی خانم ها پیگیری می شود، لبخند زدن، کلمات کلیدی مانند اینکه «نظرتان در مورد من چیست؟ و غیره سعی می کنند که به طرف مقابل بفهمانند که نسبت به ایشان علاقه دارند. بسیاری از زنان بر این عقیده بودند که این سیاست موجب می شود که مردان علاقه شان بیشتر شود. این نگرش برآمده از ارزش ها و فرهنگ جامعه است. همانگونه که بیان شد، در امر خواستگاری در جامعه ما، اینگونه تلقی می شود که مرد باید به خواستگاری زن بیاید و زن نباید به صورت مستقیم عشق خودش را قبل از اینکه مرد ابراز کرده باشد، بیان کند:

«من همسر من رو از همون اول که دیدمش دوستش داشتم، ولی به صورت مستقیم نفتم بگم وای چقدر تو خوبی، می میرم برات، فدات بشم، نه. خیلی غیر مستقیم و اصولی می رفتم جلو و به خاطر همین ایشون بیشتر جذب من شده بود. هر چقدر بیشتر بی محلی می کردم، بیشتر به سمت من اومد» (آیدا، ۲۹ ساله)

پ) مهریه تساوی حقوق عقدنامه: یکی از راهبردهایی که زنان برای اخذ تساوی حقوق به کار می گیرند، بخشش مهریه و کسب مهریه تساوی حقوق در عقدنامه است. بسیاری از مردان حاضر نیستند که شروطی از قبیل حق طلاق، نصف شدن دارایی مشترک، حضانت، سفر، کار و غیره را بپذیرند، اما زمانی که زنان مهریه

خودشان را می بخشند، مردان نیز این شروط را می پذیرند. بر اساس اعتقاد برخی از زنان، جامعه ما از یک نظام مردسالاری برخوردار است که بیشتر سعی می کند از مردان حمایت و دفاع کند و به گونه ای قوانین مردانه تأییدی بر این نگرش است؛ اما معتقدند که می توان با اخذ حقوق برابر، در مقابل این نظام مردسالار ایستاد و از این طریق به یک آرامش و امنیت خاطر رسید. در این باره معمولاً خانواده پسر مخالفت می کند و نگرانی هایی در این بین ایجاد می شود:

«وقتی این همه طلاق رو می بینم، ما انسانیم، الان من یک جور فکر می کنم اما معلوم نیست که چند سال دیگه چجوری فکر می کنم. پس باید به فکر باشم که به هر دلیلی نتونستم با همسرم زندگی کنم، بتونم حداقل راحت طلاق بگیرم، نه اینکه ۴ سال پشت در دادگاه باشم که تازه آیا بتونم طلاق بگیرم یا نه» (سپیده، ۲۶ ساله)

ت) مواجهه دیپلماتیکی با خانواده همسر: زمانی که دختر و پسر با هم تنها هستند یکی از بحث های رایج آنها این است که چرا مادر و پدر و یا خواهر و برادر چنین رفتاری داشت؟ برخی از مصاحبه شوندگان معتقد بودند که از برخی از رفتارهای خانواده همسرشان ناراحت می شوند، اما از آنجا که همسرشان را دوست دارند و تمایل دارند که با هم ازدواج کنند و با مشکلی مواجه نشوند، به همین دلیل مواجهه دیپلماتیکی با خانواده همسر را پیش می گیرند:

«من با خانواده همسرم زیاد رابطه خوبی نداشتم قبل از اینکه دیگه عقد کنیم، البته الان هم زیاد رابطمون خوب نیست چون مدام دخالت می کردن و نمی گذاشتن خودمون برای زندگی مون تصمیم بگیریم. اما هر وقت با هم هستیم، من سیاست به خرج می دم و ناراحتی خودم رو نشون نمی دم و سعی می کنم همسر رو جلو بفرستم و به گونه ای اونا رو متوجه کنه که ما اون کارا رو مثلاً دوست نداریم انجام بدیم» (نگین، ۲۴ ساله)

۶) پیامدها

الف) زیر سقف پشیمانی «بله»: یکی از پیامدهای ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج، احساس حسرت و پشیمانی از آن تصمیم است که گاهی این حس قبل از جلسه عقد، در حین آن و برخی اوقات پس از آن ایجاد می شود و این حس فشار روانی شدیدی به همراه دارد. در چنین وضعیتی فرد تمایل زیادی به ادامه رابطه ندارد، اما علل و عوامل اجتماعی گوناگونی وجود دارد که نمی تواند کاری جز ادامه رابطه داشته باشد و ضرب المثل «سوختن و ساختن در زندگی مشترک» به نوعی در اینجا معنی پیدا می کند. اما گاهی اوقات این حس پشیمانی در مقوله ای با عنوان «حس عذاب وجدان فردی» قرار می گیرد. در این مقوله فرد احساس می کند که نتوانسته است رفا لازم را برای همسرش فراهم کند و از این بابت ناراحت است و خودش را مدام نصیحت می کند:

«من قبل از ازدواج خیلی ارتباط داشتم هم با دوستای دختر و هم دوستای پسر، ولی بعد از اینکه ازدواج کردم خیلی محدود شدم، گوشه گیر و تنها شدم و دیگه با اونا رابطه ای ندارم. شوهرم خیلی حساسه. روزهای اول آگه به شماره پسر توی گوشیم می دید، باید کلی جر و بحث می کردیم که این کیه، من هم می گم این همکارمه و ارتباط ما کاریه. سر این موضوعات، ما خیلی درگیری داریم» (نگین، ۲۴ ساله)

ب) چالش ها و فرصت های فراروی عصر جدید: وقتی دو نفر با یکدیگر ازدواج می کنند، در زندگی فردی

و اجتماعی آنان تغییراتی ایجاد می گردد و به مثابه عصر جدیدی برای آنان شناخته می شود. عصری که به نوبه خود با پیامدهایی همراه است و تغییرات آن تاثیری شگرف بر زندگی انسان ایجاد می کند. در ارتباط با فرصت ها می توان به مقولاتی چون کامل شدن ایمان، داشتن همفکر، صبور شدن، استقلال در تصمیم گیری و سبک زندگی، تعهد یافتن، مسئولیت پذیر شدن، خروج از قالب درون گرایی، شناخت نقاط ضعف و قوت، صمیمی شدن روابط با خوهران و برادران، رسیدن به خودباوری و رسیدن به احساس آرامش اشاره داشت. اما باید به چالش های فراروی این عصر جدید نیز توجه کرد؛ مقولاتی چون: دور شدن از پیشرفت شغلی - تحصیلی، شکستن غرور، تشدید اضطراب و تنش، محدود شدن روابط و فعالیت ها و اختلافات، کمرنگ شدن نقش خوهران و برادران در زندگی و درگیری های بین دو خانواده که مصاحبه شوندگان به بیان این چالش ها و فرصت ها پرداختند:

«تا قبل از اینکه ازدواج کنم خیلی رابطه خوبی من با داداشم و خواهرم نداشتم و بیشتر با هم مشکل داشتیم چون اصلا طرز فکرمون، رفتارمون و عقایدمون کاملاً متفاوت بود. اونا هم الان متاهلن. ولی عجیبه از زمانی که من هم متاهل شدم رابطمون خیلی خوب شده و کمکی اگه توی زندگی بخواهیم، به هم کمک می کنیم و الان اون حس همراهی خانواده رو خیلی بیشتر احساس می کنم» (آریا، ۲۷ ساله)

ب) تعمیم شکست و موفقیت در اذهان عمومی: مصاحبه شوندگان شکست ها و موفقیت های خود را در زندگی به گونه ای در ارتباط با ویژگی های ساخت اجتماعی واقعیت ازدواج می دیدند و تجربیات شان را تعمیم می دادند. اگر از زندگی خودشان احساس رضایت داشته باشند، به دیگران نیز توصیه می کنند که حتماً ازدواج کنند و برای ساخت ازدواج جایگاه ویژه ای قائل می شوند. در مقابل، افرادی قرار می گیرند که از زندگی خودشان احساس رضایت ندارند و به این ترتیب برای ساخت ازدواج ارزش و جایگاهی قائل نیستند و به دیگران توصیه می کنند که وارد چنین ساخت هایی نشوند. در چنین صورتی افراد مجرد دیگر تمایلی به ازدواج نخواهند داشت و یا اگر وارد چنین عرصه ای شوند، با شک و تردید جلو می روند. زوجی که از ساخت همباشی به سمت عقد رسمی قدم برداشته بودند و زوجی که زن مطلقه و مرد مجرد بودند، به دلیل اینکه از زندگی شان رضایت بیشتری داشتند، دیگران را تشویق می کردند که آنان نیز از این طریق با یکدیگر ازدواج کنند:

«ما واقعا خوشبختیم. من به هر کدوم از دوستانم رابطمون رو گفتم و بهشون می گم که اینجوری زندگی تون رو شروع کنید بهتره و باعث می شه که زمانی که تصمیم گرفتید که برید محضر عقد کنید، دیگه مشکلی نداشته باشید و زندگی تون مثل همان دوران دوستی تون ادامه پیدا کنه» (فرشته، ۳۱ ساله)

ت) محاکمه ناقضان نظام عرفی و قانونی: پیروی نکردن از قواعد عرفی و قانونی برابر است با محاکمه. این محاکمه گاهی از طریق نهادهای رسمی و قانونی صورت می گیرد و گاهی از طریق قواعد عرفی محاکمه صورت می پذیرد و اجرا کنندگان آن خانواده، خویشاوندان و غیره می باشند که با عنوان گروه های اولیه و ثانویه شناخته می شوند. همانگونه که در مقولات گوناگون اشاره کردیم، این گروه ها از قدرت زیادی برخوردار هستند و می توانند با فشارهایی که می آورند، نگرش و تصمیم افراد را تحت تاثیر قرار دهند. این محاکمه ها به هیچ عنوان امری سطحی نیستند و کاملاً بر روی آینده افراد تاثیر می گذارند حتی موجب می شود که افراد نتوانند به

رابطه شان ادامه دهند:

«چون هر دو خانواده ناراحت بودن، هیچ جهیزیه ای ندادن، یه مراسم ساده عقد توی اتاق خودم بدون هیچ کادویی و کلا هیچی. احساس می کنم که دارن انتقام می گیرن و الان ما چون هیچی نداریم، احساس عشقمون هم کم رنگ شده و گاهی اوقات حتی به فکر طلاق می افتم» (مهناز، ۲۲ ساله)



شکل ۱: مدل پارادایمی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش سعی شد تا نشان داده شود که ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج در میان جوانان شهر تهران چگونه صورت بندی می گردد. از این رو، «چالش سیاست تقابل در میدان بازی نمایش» به عنوان پدیده مرکزی انتخاب گردید که در قالب چهار سنخ نظاره گری فعال در میدان، تسلیم و مبهوت در میدان، بازی

آزاد تایید شده در میدان و بازی آزاد محدود شده در میدان که در ارتباط با دیگر مقولات فرعی پژوهش می باشد، سنخ شناسی و تحلیل شد. مصاحبه شوندگان بازی آزاد تایید شده در میدان را به عنوان بهترین سنخ از تصمیم به ازدواج و انتخاب همسر در نظر گرفتند، زیرا در این سنخ افراد از آزادی عمل بیشتری برخوردار هستند و می تواند موجب رضایت دختر و پسر و خانواده ها را فراهم نماید. مظاهری و دیگران (۱۳۸۸) در بررسی هایشان پی بردند که بیش از ۸۹ درصد از زوج هایی که از زندگی رضایت دارند از طریق یکی از دو سبک ازدواج با رضایت خود و خانواده و ازدواج با موافقت خانواده ها ازدواج کرده اند. همچنین بیش از ۴۸ درصد زوج های متقاضی طلاق یکی از دو سبک ازدواج اجبار آمیز و ازدواج برخلاف رضایت خانواده ها را انتخاب کرده اند. از آنجا که تصمیم به ازدواج امری اجتماعی است، یافته های این پژوهش نیز حکایت از آن دارد که در پشت تصمیمات ما، ساخت های اجتماعی حضور دارند و کاملاً بر روی تصمیمات ما اثر گذار می باشند. به عنوان مثال، تجربیات صحنه گردانان اجتماعی شامل خانواده، دوستان و مراکز آموزشی در ساخت یافتن واقعیت تصمیم به ازدواج از اهمیت بی شماری برخوردارند.

ویس (۲۰۱۴) و یوفهولز (۲۰۱۲) معتقدند که نقش پدر و مادر، خواهران و برادران و دوستان در شکل گیری نگرش به ازدواج از اهمیت زیادی برخوردار است و یوفهولز (۲۰۱۲) بیان می کند که بسیاری از افراد عقاید متفاوتی در مورد رابطه رمانتیک داشتن و ازدواج دارند که این عقاید از منابع متفاوتی چون تجربیات رمانتیک قبلی، ریشه خانوادگی، جنسیت و کلیشه های فرهنگی بزرگتر برخاسته است. عاشق شدن یک امر انفرادی صرف نیست، بلکه کاملاً تابع امر اجتماعی است و افراد با معراها و کانال های راه عاشقی رو به رو می شوند که منش و ذائقه فرهنگی - اجتماعی و طبقاتی، گرایشات قومی و مذهب به شدت بر آن تجربه اثر می گذارد. یافته ها نشان می دهد که ما با چهار ضلعی گزینش رابطه رو به رو می شویم: عشق اخلاق مدارانه، عشق مبتنی بر محاسبه عقلانی، عشق مبادله گرایانه و عشق هوس انگیز. هیچ یک از این اشکال به صورت ناب و خالص در عالم واقعیت وجود ندارد و گاهی شاهد ترکیبی از این اضلاع هستیم که با عنوان «عشق تمامیت خواه» آن را می شناسیم. در زمان های گوناگون با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور و جهان انواعی از عشق می تواند پر رنگ تر شود و انواع دیگر کمرنگ تر و تصمیم به ازدواج دختران و پسران به شدت متأثر از چنین شرایطی می باشد. دختران متأسفانه با عشق مبادله گرایانه در جامعه مواجه می شوند و البته ساخت یافتن چنین خانواده هایی برابر با مواجه شدن با آسیب های گوناگون در آینده نزدیک است. یکی از معیارهای بسیار مهم در انتخاب همسر، جذابیت جنسی است که پسران بیشتر بر آن تأکید دارند. می توان گفت که اینک شاهد گذار از ارزش هایی چون با حیا بودن و اخلاق به جذابیت جنسی هستیم و این یک نوع تقلیل گرایی جنسی است. شکل گیری چنین عشقی بر مبنای چنین معیاری خود می تواند زمینه ساز مشکلات آینده باشد. موراگو و کوران (۲۰۱۲) یکی از دلایل تأخیر ازدواج برای جوانان و داشتن روابط رمانتیک را ناتوانی در فراهم کردن امکانات اقتصادی می دانند که در معنا یافتن ازدواج تأثیر می گذارد. با توجه به وضعیت نامناسب اقتصادی شامل تورم و بیکاری بسیاری از افراد که نمی توانند هزینه های زندگی را تأمین کنند، تصمیم می گیرند که ازدواج شرعی و قانونی را کنار بگذارند و باز هم فرصتی برای عرض اندام ساخت های دیگر فراهم می شود.

از سوی دیگر در جامعه ما برای آشنایی دختران و پسران فضایی طراحی نشده است. به همین دلیل باید منتظر عواقب دوستی های غیر اصولی در شبکه های اجتماعی مجازی تلگرام و اینستاگرام و غیره باشیم که دختران و پسران در آنجا سعی می کنند نیازهای جنسی خودشان را بر طرف کنند. یکی دیگر از فشارهایی که بر دختران و پسران تاثیر می گذارد، مقوله بازی اعداد صحیح نظام اجتماعی است؛ یعنی مدام بر روی سن تاکید و گفته می شود که دختر نباید سن ازدواج اش بگذرد. به همین دلیل دختران دائما با این ترس مواجه اند و برخی از آنان سعی می کنند که با مردی کوچکتر از خود ازدواج کنند تا بتوانند به گونه ای قدرت برابری را در خانه و زندگی داشته باشند. آنها جامعه را مردسالار می دانند که یکی از راه های خروج از آن، برابری از طریق سن است. یکی دیگر از راهبردهای دختران در ازدواج، مقوله مهریه تساوی عقد نامه است. از این طریق دختران حقوق برابری در زمینه طلاق، دارایی، سفر، کار و حضانت فرزند و غیره به دست می آورند و در قبال آن مهریه خودشان را می بخشند. یکی دیگر از چالش های مهم در تصمیم به ازدواج، «تاینانیکی شدن تصمیم به ازدواج» است که موجب می گردد دختر و پسر به دلیل فشار ساختی تصمیم خود را عجولانه اتخاذ کنند و نتوانند با ویژگی های شخصیتی و رفتاری یکدیگر به خوبی آشنا گردند. در ساخت یافتن واقعیت تصمیم به ازدواج، دختران به نسبت پسران با محدودیت ها، تنش ها و اضطراب های متعددی در میدان بازی نمایش مواجه اند و در تصمیم به ازدواج شاهد چالش و کشاکشی بین دو سویه ای بزرگ هستیم که گرچه دختران در نسبت با گذشته از عاملیت بیشتری برخوردار شده اند، اما این عاملیت برای آنان بدون هزینه نبوده و با پیامدهای زیادی رو به رو شده اند. به بیان برگر و لوکمان و آلفرد شوٲس، نیاکان ما ساخت هایی در جامعه ایجاد کرده اند که در واقع اشاره به فرمولاسیون آداب و رسوم ازدواج و به طور کلی مقولات فرعی این پژوهش دارد. فشارهای ساخت اجتماعی که در برخی از مواقع بدون منطق اند سبب می شود که افراد تصمیم بگیرند که به سمت دیگر اشکال ازدواج و خانواده از جمله همبازی حرکت کنند- برخی از مصاحبه شوندگان بیان می کردند که دوستان و آشنایان شان در حال تجربه چنین ساختی هستند. یافته ها نشان می دهد که هر چه دخالت ها و فشارهای اجتماعی نا به جابر روی دختران و پسران کاهش یابد و دختران و پسران به دور از حرف ها و داغ ننگ های جامعه، خوشاندان و برخی از آداب و رسوم بتوانند یکدیگر را بشناسند، می توان انتظار شکل گیری زندگی های موفق تری را داشت. فشارهایی که بر روی دختران و پسران در امر تصمیم به ازدواج است فقط موجبات ایجاد ناراحتی و کمرنگ کردن عشق در بین آنان می گردد و باید در این زمینه بازنگری شود. باید توجه داشت که منظور از آداب و رسوم های نا به جا، حذف و کنار گذاشتن تمامی آداب و رسوم رایج نیست، بلکه منظور احیای آداب و رسوم به جا و پسندیده و کنار گذاشتن آداب و رسوم نا به جایی است که فقط نشانه تجمل پرستی و چشم و همچشمی هستند. تعصبات و تفکرات کورکورانه و بی منطق در هر زمینه ای می تواند آسیب زا و غیر قابل جبران باشد که متاسفانه در ساخت اجتماعی واقعیت تصمیم به ازدواج نیز مشاهده می شوند. یادآوری می گردد که تاثیر ساخت ها بر عاملیت صرفا نمی تواند منفی باشد، بلکه گاهی در زمینه تاثیر عاملیت بر ساخت ها کاملا مثبت است.

در پایان می توان گفت که لزوم برنامه ریزی و سیاست گذاری برای حمایت از جوانان و ایجاد تغییرات و اصلاحاتی در آداب و رسوم ازدواج کاملا محسوس است.

منابع

- آقاسی، محمد و فلاح مین باشی، فاطمه. (۱۳۹۴). «نگرش جوانان ایرانی به ازدواج، انتخاب همسر و تشکیل خانواده». ویژه نامه پژوهش نامه زنان (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی). سال ششم، شماره اول، صص ۱-۲۱.
- آقایی، عاطفه و کرمی قهی، محمدتقی. (۱۳۹۸). «روابط زناشویی از منظر زنان متأهل طبقه متوسط شهر تهران در سال ۱۳۹۷-۱۳۹۶». فصلنامه علوم اجتماعی (علمی) دانشگاه علامه طباطبائی. سال ۲۶، شماره ۸۴، صص ۸۹-۱۱۸.
- اصغریپور ماسوله، احمدرضا؛ کرمانی، مهدی و برادران کاشانی، زهرا. (۱۳۹۶). «پدیدارشناسی همسرگزینی دختران جوان در شهر مشهد». زن در فرهنگ و هنر. دوره ۹، شماره ۱، صص ۴۹-۷۱.
- الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۱). مدیریت عمومی. تهران: نشر نی
- امینی، یوسف؛ محمودی، مصطفی و امینی، محمد. (۱۳۹۷). «بررسی تطبیقی نگرش دو نسل نسبت به تشکیل خانواده (مطالعه موردی: پسران ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر شوشتر و پدران آنها)». فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، سال ۱۲، شماره ۱، پیاپی ۴۰، صص ۲۹۵-۳۲۲.
- پر، ویوین. (۱۳۹۴). برساخت گرایی اجتماعی. اشکان صالحی. تهران: نشر نی
- برگر، پیتر. (۱۳۹۶). دعوت به جامعه شناسی: نگاهی انسان گرایانه. رضا فاضل. تهران: نشر ثالث
- برگر، پیتر و لوکمان، توماس. (۱۳۸۷). ساخت اجتماعی واقعیت (رساله ای در جامعه شناسی شناخت). فریبرز مجیدی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی
- برناردز، جان. (۱۳۹۶). درآمدی بر مطالعات خانواده. حسین قاضیان تهران: نشر نی
- تافلر، الوین. (۱۳۸۸). موج سوم. شهیندخت خوارزمی. تهران: انتشارات فرهنگ نشر نو
- دانایی فرد، حسن و جوانعلی آذر، مرتضی. (۱۳۹۸). خط مشی گذاری عمومی و ساخت اجتماعی واقعیت. تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام
- کوهستانی، مریم. (۱۳۹۶). «نگرش دختران پیرامون فرهنگ خواستگاری به شیوه سنتی و جدید (مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده رفاه)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده غیر دولتی - غیر انتفاعی رفاه، رشته علوم اجتماعی، گرایش مطالعات فرهنگی
- گلاس، ویلیام. (۱۳۸۴). نظریه انتخاب (روانشناسی نوین آزادی شخصی). مهرداد فیروزبخت. تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا
- ساروخانی، باقر و مقربیان، مریم. (۱۳۹۰). «تجددگرایی و همسرگزینی (تحقیقی مقایسه ای در بین زنان مناطق ۱ و ۱۱ شهر تهران)». مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال ۱۲، شماره ۱۵، صص ۴۳-۷۵.
- سلیمانی بشلی، محمدرضا. (۱۳۹۴). «مقایسه معیارهای همسرگزینی در بین افراد متأهل و جدا شده و مهمترین عوامل موثر بر آن». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، گروه جامعه شناسی، گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران.
- صفایی، مهشید. (۱۳۹۰). «جوانان و عشق؛ تاثیر زمینه اجتماعی در مفهوم پردازی رابطه عاشقانه». مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان. سال ۹، شماره ۲، صص ۸۱-۱۰۴.
- غیاثوند، احمد و حاجیلو، زینب. (۱۳۹۹). «تجدد زیستی جوانان: پانومیم دختران مجرد در ایستار ازدواج». فصلنامه علوم اجتماعی (علمی) دانشگاه علامه طباطبائی. سال ۲۶، شماره ۸۸، صص ۱۷۹-۲۲۰.
- مارچ، جیمز. (۱۳۹۶). درآمدی بر علم تصمیم گیری (تصمیم گیری چگونه رخ می دهد). ابراهیم افشار. تهران: نشر نی
- مختاری، زهرا؛ کیانپور، مسعود و آقابابایی، احسان. (۱۳۹۵). «مطالعه پدیدارشناسانه عشق ازدواجی در دوران آشنایی (تجربه زیسته کنش گران تازه ازدواج کرده شهر اصفهان از آشنایی تا لحظه عقد)». زن در فرهنگ و هنر. دوره ۸، شماره

۴، صص ۵۱۷-۵۳۸.

- مردی، احمد؛ مهینی، مینو؛ شایگان مهر، عارف و اصل رحیمی، وهاب. (۱۳۹۸). «بررسی میزان شیوع آسیب های اجتماعی با تاکید بر ازدواج زودرس و پیامدهای آن در استان آذربایجان شرقی». دومین همایش ملی آسیب های اجتماعی. صص ۱-۱۳.
- مظاهری، علی؛ صادقی، منصوره السادات؛ نصرآبادی، ام لیلی؛ انصاری نژاد، فاطمه و عباسی، مریم. (۱۳۸۸). «رابطه سبک های همسرگزینی با کیفیت و پایداری ازدواج». راهبرد فرهنگ. شماره ۵، صص ۵۵-۷۱.
- ملک عسگر، سعاده؛ مظاهری، محمد علی و صادقی، منصوره السادات. (۱۳۹۶). «رابطه میان سطوح متفاوت روابط پیش از ازدواج و نگرش والدین به آن با میزان سازگاری زناشویی زوجین». راهبرد فرهنگ. شماره ۳۸، صص ۱۰۱-۱۲۵.
- نوکس، دیوید و اسکاج، کارولین. (۱۳۹۶). مقدمه ای بر ازدواج و خانواده (راهنمای جامع و کاربردی). کیومرث فرحبخش، زهرا جهان بخشی، یاسر آزاد فارسانی، سهیلا پزشک آزاد، مهتاب چنگانی، مهدی خان آبادی، معصومه زیبایی نژاد، علی طالعی، سیده مریم فرشادان، آمنه فهیمی فر، مهرنوش مگری والا. جلد اول، تهران: نشر آوای نور
- Ahmed, N., Kashem, A. (2015). **“Exploring the Socio -Cultural Context of Dowry Practice in Bangladesh”**. Sociology and Anthropology, 3(3): 171-178.
- Ajzen, I. (1991). **“The Theory of Planned Behavior”**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, No.50: 179-211.
- Ajzen, I. (1988). **Attitudes, Personality, and Behavior**. Chicago: Dorsey press
- Akhtar, N., Khan, A., Pervez, A., Batool, I. (2017). **“Interpersonal Problems in Arranged and Love marriages”**. Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology, Vol.15, No.2: 18-22.
- Bejanyan, K. (2015). **“The Influence of Familial Involvement and Cultural Values on Mate Preferences and Romantic Relationships: What Do Today’s Emerging Adults in India and America Want?”** Thesis Submitted for the Degree of Doctor of Philosophy College of Health and Life Sciences, Major professor: Tara Marshall PhD.: Brunel University.
- Blankinship, T. T. (2008). **“Characteristic Preferences in Mate Selection among College students: A Comparison Study Spanning the Late Twentieth Century into the Early Twenty-First Century”**. A Thesis Submitted to the Graduate Faculty in Partial fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science in Family and Child Studies, Major professor: Glee Bertram PhD.: Edmond, Oklahoma.
- Conley, J. D. (2007). **“Preferences in Mate Selection for College Students: A 10 Year Follow-Up”**. A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of the University of Georgia in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science, Major professor: Leslie Gordon Simons PhD.: Athens, Georgia.
- Darisman, A., Hilman, D., Homan, K. D. (2016). **“Social Construction Theory of Reality: A case Study of Anti Anorexia Campaign Poster”**. Humaniora, Vol.7, No.2: 149-153.

- Dressler, M. (2018). **“The Social Construction of Reality (1966) Revisited: Epistemology and Theorizing in the Study of Religion”**. Method and Theory in the Study of Religion: 1-32.
- Fresko - Rolfo, B. (2018). **“Forced marriage in Europe”**. Committee on Equality and Non-Discrimination: 1-16.
- Gitipasand, Z., Farahbakhsh, K., Smaeili, M., Zokaei, M. S. (2014). **“Layers of Meaning among Iranian Couples with High Marital Satisfaction”**. Reef Resources Assessment and Management Technical Paper, vol.40: 179-185.
- Hemesath, C. (2016). **“Falling out of Romantic Love: A Phenomenological Study of the Meaning of Love in Marriage”**. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Major: Human Development and Family Studies, Major Professor: Tera Rose Jordan, Iowa State University.
- Leeuw, J. (2015). **“Making Marriages Work: Common Factors of Marriage Theories”**. Honors theses, 1-24
- Matlabi, H., Rasouli, A., Behtash, H.H., Dashtjerd, f., Khazemi, B. (2013). **“Factors Responsible for Early and Forced Marriage in Iran”**. Science Journal of Public Health, 1(5): 227-229
- Weiss, M. J. (2014). **“Marital Preparation, Experiences, and Personal Qualities in a Qualitative Study of Individuals in Great Marriages”**. A thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science in family, Consumer, and Human Development, Major Professor: Linda Skogrand PhD., Logan, Utah (Utah State University).
- Muraco, J.A., Curran, M. (2012). **“Associations Between Marital Meaning and Reasons to Delay Marriage for Young Adults in Romantic Relationships”**. Marriage & Family Review, 48,3: 227-247
- Regan, P. C. (2008). **“The Mating Game: A Primer on Love, Sex and Marriage”**. Sage Publications, Inc; 2nd edition.
- Raymo, J. M., Park, H. (2020). **“Marriage Trends in Korea: Changing Composition of the Domestic Marriage Market and Growth in International Marriage”**. Demography, 57(1): 1-25.
- Ufholz, K. E. (2012). **“The Effect of Peers on Marital Beliefs and Expectations”**. Thesis Submitted to the College of Arts and Sciences of the University of Dayton (In Partial Fulfillment of the Requirements for Degree Master of Arts in Clinical Psychology), Faculty Advisor: Lee Dixon, PhD., Dayton, Ohio.
- Walter, K.V., et al. (2020). **“Sex differences in Mate Preferences across 45 Countries:**

A Large-Scale Replication". Psychological Science, 1-16.

- Weiss, J. M. (2014). **"Marital Preparation, Experiences, and Personal Qualities in a Qualitative Study of Individuals in Great Marriages"**. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of Master of Science in Family, Consumer, and Human Development, Major Professor: Linda Skogrand PhD., Logan, Utah (Utah State University).
- Yazdanpanah, M., Eslami, M., Nakhaee, N. (2014). **"Effectiveness of the Premarital Education Programme in Iran"**. Hindawi Publishing Corporation, ISRN Public Health: 1-5.

ارائه مدل بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران با رویکرد نظریه داده-بنیاد

آزاده ناصریان^۱

سیدحمید سجادی هزاوه^۲

علی زارعی^۳

زینت نیک آیین^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۴/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۷/۲۷

هدف از این پژوهش، ارائه الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران با رویکرد نظریه داده-بنیاد بود. روش پژوهش حاضر، کیفی و از نوع اکتشافی بود. جامعه آماری این پژوهش را مجموعه‌ای از متخصصان رسانه دارای سابقه تدریس دانشگاهی یا فعالان حوزه ورزش و رسانه، متخصصان ترویج ورزش در رسانه و آشنا با آن، صاحب نظران و صاحب منصبان ورزش، برنامه‌سازان ورزشی، سیاست‌گذاران و مشاوران ورزشی سازمان صدا و سیما تشکیل می‌دادند. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی بود. اندازه نمونه در این پژوهش برابر با ۱۶ نفر بود. ابزار اندازه‌گیری، مصاحبه باز بود که داده‌ها بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی مورد تحلیل قرار گرفتند. بر مبنای تحلیل داده‌ها ۱۱۴ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۲۵ کد محوری و ۵ کد گزینشی شناسایی شد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که الگوی تدوین شده بر مبنای نظر کارشناسان و افراد صاحب نظر می‌تواند در بهره‌وری برنامه‌های ورزشی بانوان اثرات مثبتی داشته باشد.

واژگان کلیدی: بهره‌وری، برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان، کانال ورزش و نظریه داده-بنیاد

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

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

E-mail: Hamidsadjadi@gmail.com

۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه، رسانه‌ها نقش مهمی در واقعیت‌سازی دارند. مردم، دنیا را از منظر رسانه‌ها می‌نگرند و می‌فهمند. رسانه‌ها در تعریف انسان‌ها از خود و جامعه خود نقش مهمی دارند و تبدیل به یکی از عناصر مهم هویت‌سازی و هویت‌جویی شده‌اند (سورین و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از مسائل اجتماعی و فرهنگی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده، تربیت بدنی و ورزش است؛ چنان‌که عادات و رفتار ورزشی افراد جامعه، نگرش‌ها و باورهای آنان در مسائل آموزشی، همگانی شدن و توسعه ورزش، همگی تحت تأثیر متقابل گرایش‌های جامعه و رسانه‌ها قرار گرفته است. یکی از راه‌های حمایت از توسعه ورزش و این باورها و نگرش‌ها، رویکرد مطالب رسانه‌های جمعی می‌باشد. بر همین اساس گسترش یافته‌های علمی، رشد بهداشت و فرهنگ عمومی جامعه و آگاهی روز افزون مردم از تأثیرات ورزش در تندرستی موجب روی آوردن آنان به فعالیت‌های بدنی و ظهور پدیده‌ای به نام «ورزش» شده است (کاستوا، ۲۰۱۶). رسانه و ورزش، نقش مهمی در جامعه دارند. از میان انواع مختلف رسانه‌های ورزشی، تمرکز بر تلویزیون، رادیو، مطبوعات و اینترنت ضروری است، چرا که در مقایسه با سینما، کتاب و غیره در تماس آنی یا مستمر با اکثر افراد جامعه هستند (عبدوی و همکاران، ۱۳۹۶). از میان رسانه‌های گروهی، تلویزیون عامل اصلی انتخاب شده است. تلویزیون عامل و عنصر اصلی در پرکردن اوقات فراغت گزارش شده است. تلویزیون به دلیل سطح گسترده مخاطب، نقش زیادی در مقایسه با دیگر رسانه‌های گروهی دارد (جعفری مقدم و همکاران، ۱۳۹۶). در سال‌های اخیر، ورزش تلویزیونی به منزله پدیده‌ای با تأثیر جهانی، تغییرات وسیعی در دامنه فعالیت‌ها، فناوری‌ها، کاربرد عمومی، درآمد و توسعه داشته است (قاسمی، ۱۳۸۶). برنامه‌های تخصصی در بحث ورزش بانوان یکی از مواردی می‌باشد که می‌تواند در بهبود ورزش بانوان اثرگذار باشد (اسلام، ۲۰۱۶). تلویزیون، رسانه پر سیطره‌ای است که تأثیر بسزای آن بر هیچ کس پوشیده نیست. این وسیله ارتباط جمعی به عنوان معیار نهایی مطرح شده، چون تماشاچیان با بخش زیادی از محتوای آن آشنایی دارند. در میان برنامه‌های تلویزیونی، برخی از آموزش‌ها بیشتر مورد استقبال بینندگان قرار می‌گیرد (هیومی، ۲۰۱۹). گذشته از تأثیرات متقابل تلویزیون و ورزش بر یکدیگر، توجه به محتوا و نوع برنامه‌های ورزشی در بحث بانوان از اهمیت زیادی برخوردار است (هاردین و همکاران، ۲۰۱۵). در حال حاضر شبکه ورزش به عنوان یک شبکه تخصصی وظایفی در قبال جامعه دارد که یکی از مهمترین آنها، فرهنگ‌سازی یا آموزش در بحث ورزش بانوان است، زیرا در شبکه‌های دیگر خیلی کمتر به ورزش بانوان پرداخته می‌شود و تنها شبکه‌ای که می‌تواند در این مورد وقت بیشتری بگذارد و برنامه‌های تخصصی را برای افراد مخاطب ارائه نماید، شبکه ورزش می‌باشد (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). شبکه ورزش، یک کانال تخصصی در بحث ورزش است که تمرکز مسئولان آن بر ساخت و تولید برنامه‌های متعدد ورزشی و همچنین پخش برنامه‌های تخصصی در ابعاد مختلف ورزش می‌باشد (روابط عمومی شبکه

1. Costova
2. Aslam
3. Home
4. Hardin

ورزش، ۱۳۹۵). چون ورزش به نحو موفقیت آمیزی به عنوان راهبرد جذب مخاطب از سوی تهیه کنندگان رسانه‌های مختلف مورد استفاده گرفته است (غفوری و همکاران، ۱۳۸۲) و شبکه‌های تخصصی ورزشی تلویزیونی نقش کلیدی در افزایش علاقه عمومی به ورزش در بین سایر شبکه‌ها را ایجاد می‌کند، علاوه بر ایجاد علاقه، در بهبود وضعیت نیز می‌تواند اثرگذار باشد؛ چنان که می‌تواند نشان دهنده نقاط قوت و ضعف باشد. پرداختن به بحث ورزش در برنامه‌های تخصصی در حالتی صورت می‌گیرد که هر بار در پخش این برنامه‌ها از وجود کارشناسان و متخصصان مجرب استفاده و به بحث‌های کارشناسی و چالشی پرداخته می‌شود، می‌توان در جهت بهبود وضعیت ورزش گام‌های بلندی برداشت (وولفی و همکاران^۱، ۲۰۱۷). بانوان بخشی از جمعیت هر جامعه را تشکیل می‌دهند که به دلیل محدودیت‌های موجود، در رویدادها و برنامه‌های ورزشی حضور پیدا نمی‌کنند. با توجه به این موضوع، بهترین راه آگاهی بانوان از اخبار و حوادث جامعه، رسانه‌ها هستند که با حداقل هزینه، به راحتی در اختیار آنها قرار می‌گیرند. پس رسانه‌ها می‌توانند با پوشش رویدادها و اخبار ورزشی، ضمن اطلاع‌رسانی، زمینه جذب بانوان به ورزش را فراهم کنند. رسانه‌ها به عنوان وسایل ارتباط جمعی باید تعادل را در حوزه‌های مختلف ورزشی ایجاد کرده، سعی کنند تمام جنبه‌های هر حوزه را دقیق و بدون حاشیه و سوگیری برای بینندگان و خوانندگان خود پوشش دهند (کول و همکاران^۲، ۲۰۱۷). همان‌طور که گفته شد شبکه خبر به عنوان یک شبکه تخصصی در امر ورزش رسالت مهمی در اشاعه ورزش در بین آحاد جامعه دارد. مهمترین رسالت آن تولید برنامه‌های تخصصی برای رشته‌های مختلف ورزشی است که در آنها به چالش‌های موجود در رشته ورزشی پرداخته می‌شود. از این رو، یکی از چالش‌های موجود بحث ورزش بانوان می‌باشد که متأسفانه مانند ورزش آقایان توجه زیادی به آن نشده و همواره در حاشیه است. کرمی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای برنامه‌های ورزشی شبکه‌های تلویزیونی کشور با رویکرد ورزش بانوان» به این نتیجه دست یافتند که سهم بانوان از مدت زمان نمایش برنامه‌ها ۳/۳ درصد و در مقابل برای آقایان ۸۴/۳ درصد می‌باشد و بانوان در ۲۳ و آقایان در ۴۴ رشته ورزشی در تلویزیون نمایش داده شده‌اند. طی اجرای این پژوهش هیچ‌گونه مسابقه ورزشی زنده مربوط به بانوان نمایش داده نشده بود. مولفه قهرمانی با بیشترین مدت زمان نمایش، رتبه اول و مولفه همگانی - تفریحی، حرفه‌ای و تربیتی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. یکتایار و همکاران (۱۳۹۹) بیان کردند که برجسته‌سازی مقوله ورزش، مدیریت محتوای پیام (شرایط علی) و گنجاندن آموزش سواد رسانه‌ای در محتوای رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی (شرایط زمینه‌ای) منجر به توانمندسازی در مصرف رسانه‌ای، همچنین ارتقای مهارت‌های اجتماعی در مخاطبان ورزشی می‌شود. از طرف دیگر، بی‌توجهی سیاست‌گذاران و درک نشدن اهمیت سواد رسانه‌ای به عنوان موانع فراگیری سواد رسانه‌ای در ورزش مطرح می‌شوند. عصاریان (۱۳۹۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بهره‌وری برنامه‌های صدا و سیما زمانی بالا خواهد رفت که مسئولان از تخصص لازم برخوردار باشند و از نیروی انسانی متخصص استفاده شود. قاسمی (۱۳۹۸) بیان کرد با توجه به نتیجه عملکرد ضعیف گزارشگران

1. Vilfi

2. Coll et al.

پیشنهاد می‌شود که شبکه رادیویی ورزش برای آموزش و توانمندسازی گزارشگران ورزشی اقدام کند. رضائی (۱۳۹۴) دریافت که تخصص، دسترسی به منابع و آزادی عمل بر بهره‌وری کارکنان کل اداره و معاونت خبر سازمان صدا و سیما تاثیر گذار است. یانگ و همکاران^۱ (۲۰۱۸) در گزارش اثربخشی کارکردهای مختلف رسانه ای برای کاهش هنجارهای اجتماعی بیان کردند که در بین رسانه‌های کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته، تلویزیون نسبت به رادیو از اختلاف معنی‌داری برخوردار است و نقش دانش افزایی موثرترین نقش رسانه به شمار می‌رود. هانی بورن (۲۰۱۹) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که رسانه‌ها بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه اثر مستقیم دارند، زیرا دامنه آنها تعداد بسیاری از افراد جامعه را در بر می‌گیرد. از این رو، برنامه‌های رسانه باید از بهره‌وری لازم برخوردار باشند. سول و همکاران (۲۰۲۰) نیز بیان کردند که برای بهره‌وری برنامه‌های بخش شده باید به نیازهای مخاطبان و جامعه، میزان توسعه یافتگی، امکانات و تجهیزات مدرن و میزان بودجه و منابع مالی توجه کرد.

ساخت و تولید برنامه‌های تخصصی در حوزه بانوان یکی از مواردی است که کمتر به آن توجه شده، در حالی که اهتمام ویژه به آن می‌تواند اثرات مثبتی در پیشرفت ورزش بانوان داشته باشد. برنامه‌های تولیدی زمانی می‌تواند دارای بهره‌وری باشد که کاملاً کارشناسی شده باشد و با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و متخصصان تدوین گردد. وجود یک الگوی مشخص که باتوجه به نظر کارشناسان و متخصصان تدوین و طراحی گردد می‌تواند بسیاری از مشکلات موجود را از بین ببرد. تولیدکنندگان برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان با بهره‌بردن از این الگو که به جنبه‌های مختلف ورزش بانوان توجه کرده است، از سردرگمی‌های به وجود آمده دور می‌شوند و می‌توانند برنامه‌هایی دارای اثر بخشی مثبت در پیشرفت ورزش بانوان را بسازند لذا محقق در پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سوال است:

الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش، کیفی و راهبرد تحقیق در این مطالعه، تحلیل داده-بنیاد با رویکرد استراوس و کوربین بود. جامعه آماری این پژوهش را مجموعه‌ای از متخصصان رسانه دارای سابقه تدریس دانشگاهی یا فعالان حوزه ورزش و رسانه، متخصصان ترویج ورزش در رسانه و آشنا با آن، صاحب نظران و صاحب منصبان ورزش، برنامه‌سازان ورزشی، سیاست‌گذاران و مشاوران ورزشی سازمان صدا و سیما تشکیل می‌دادند. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی^۲، با انتخاب هدفمند و حداکثر تنوع یا ناهمگونی بود. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۶ نفر بود. همچنین در این تحقیق جمع‌آوری اطلاعات به شکل کتابخانه‌ای و میدانی انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات ابتدا ادبیات و پیشینه تحقیق با استفاده از کتب، مجلات، پایان‌نامه‌های مربوط، آیین‌نامه و اسناد مرتبط و سایت‌های اینترنتی مورد بررسی

1. Yang et al.

2. Non probability

قرار گرفت. پس از تهیه راهنمای مصاحبه، به نمونه آماری مراجعه شد و داده‌های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه‌های باز جمع‌آوری شد.

گفتنی است که به جهت جنبه نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده‌ها، از رویکرد مثلث‌سازی^۱ استفاده شد. مثلث‌سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می‌شود (اسکینر، ادواردز و کوربت^۲، ۲۰۱۴).

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) که در جدول ۱ به آن اشاره شده است، استفاده شد.

جدول ۱: روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
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 مورد نتایج
مثلث‌سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص مدیریت ورزشی که در مراحل انجام پژوهش حضور داشت و از آگاهی مناسبی پیرامون این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش‌ها و فنون لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کردند و درصد توافق درون موضوعی با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد توافق درون} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

همان گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدهای به ثبت رسیده معادل ۱۱۴ کد و تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۶۰ می‌باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش معادل ۸۲ درصد است. لذا با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

1. Triangulation

2. Skinner, Edwards & Corbett

جدول ۲: محاسبه پایایی

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	پایایی
۱	۵	۲۲	۵۴	۰/۸۱
۲	۱۳	۲۶	۶۰	۰/۸۶
	جمع	۱۷۱	۱۱۴	۰/۸۲

کلیه تحلیل‌های آماری با کمک نرم‌افزار Maxqda نسخه ۲۰۲۰ انجام گرفت. نرم‌افزار MAXQDA، نرم‌افزاری پیشرفته جهت تجزیه و تحلیل کیفی داده‌هاست که در حوزه‌های علوم اجتماعی، علوم انسانی و ... کاربرد بسیار دارد. این نرم‌افزار برای دانشجویان، پژوهشگران، اساتید و موسسات تحقیقاتی که خواهان به کارگیری روش‌های تحقیق کیفی، از جمله: روش نظریه زمینه‌ای یا داده-بنیاد (grounded theory) و روش تحلیل محتوا (content analysis) هستند، بسیار کارگشا می‌باشد (بهشتی، ۱۳۹۵).

یافته‌های پژوهش

در این بخش کدهای استخراج شده و مؤلفه‌های مربوط به هر یک از آن‌ها آمده و در نهایت الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران ارائه شده است؛ به گونه‌ای که پس از تجزیه و تجلیل صورت گرفته این امکان وجود دارد تا به سؤالات اصلی و فرعی مطوح، پاسخ داده شود. در جدول ۳، نحوه کدبندی سطح اول (اولیه) و سطح دوم (متمرکز) با عنوان درک معنای الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران آمده است. به موجب نتایج این جدول، با تحلیل متن مصاحبه‌ها و پس از مفهوم‌پردازی در مرحله کدبندی باز، ۱۱۴ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۲۵ کد محوری و ۵ کد گزینشی شناسایی شدند.

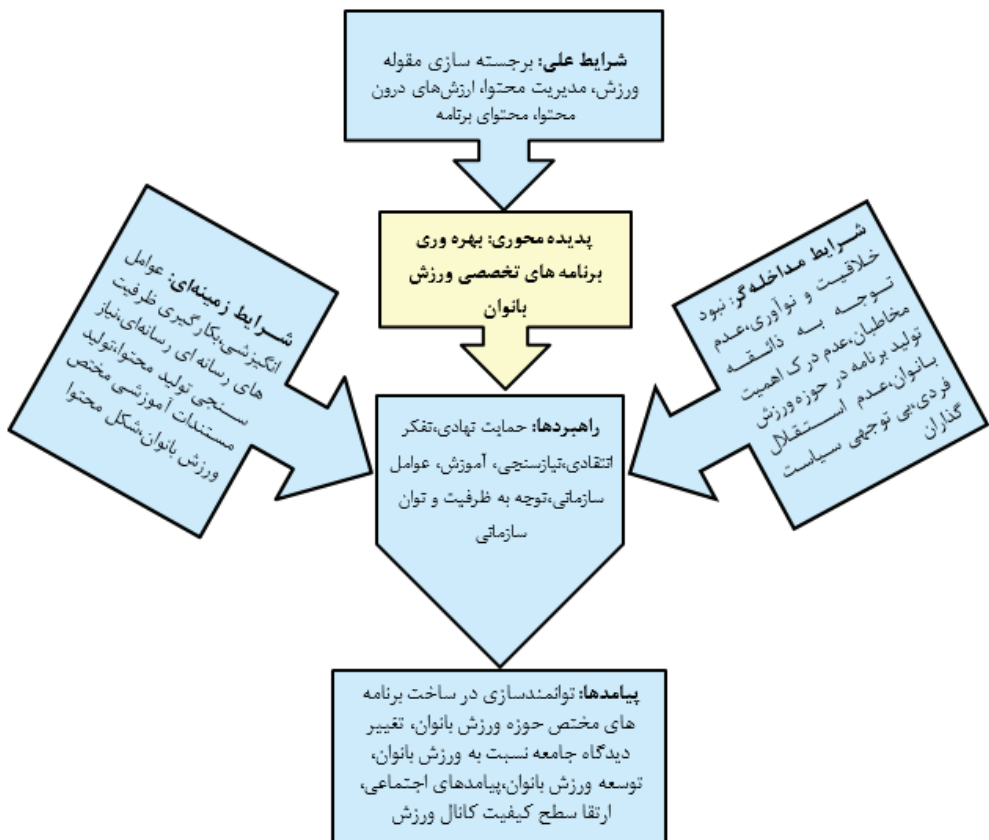
جدول ۳: مفاهیم، مقولات عمده و مقوله محوری هسته استخراج شده از داده‌ها

کدبندی اصلی	کدبندی محوری	کد اولیه	نشانگر
۳ ۳ ۳	برجسته‌سازی مقوله ورزش	پوشش رشته‌های ورزشی بانوان به صورت تخصصی	P2,p4,p8
		شفاف‌سازی در امورات ورزشی بانوان	P4,p12
		ورزشی بودن تولیدکنندگان پیام	P3,p13
		ایجاد سواد رسانه به صورت تخصصی برای ورزش بانوان	P3,p16
		پرداختن به چالش‌های حوزه ورزش بانوان	P3,p8,p9
	مدیریت محتوا	برنامه‌ریزی به صورت تخصصی برای تولید برنامه ورزش بانوان	P8,p9,p11
		قرار دادن بخش‌هایی متناسب با ورزش بانوان در تولیدی برنامه‌ها	P10,p1
		جهت‌دهی برنامه‌ها در راستای تولید محتوای تخصصی	P2,p7,p9
		دانش فهم تکنیک‌ها و تاکتیک‌های تولید محتوای تخصصی در ورزش بانوان	P13
		استفاده از برنامه سواد رسانه‌ای سازمان یافته و مستمر در حوزه ورزش بانوان	P5,p9
	ارزش‌های درون محتوا	ارائه ارزش‌های اخلاقی	P7, P9
		تولید محتوا براساس نیازها و خواسته‌های ورزش بانوان	P1,P2
		تاکید بر شاخص‌های اخلاقی	P3,p9
		توجه به ساده‌سازی مفاهیم	P8,p12
	محتوای برنامه	توجه به اعتمادسازی نسبت به برنامه‌های تولیدی	P10,p14
		توجه به ترویج تفکر علمی	P2
		به روز بودن موضوع برنامه	P13,p14

عوامل زمینه‌ای	عوامل انگیزشی	پرداخت عادلانه بودن حقوق و مزایا	P1, P4
		پرداخت متناسب با مدارک و تجربه	P10, P13
		قرار دادن امکانات رفاهی در اختیار کارکنان	P7,P10
		تقدیر و تشکر از کارکنان در جمع دیگران	P1,p16
		جلب رضایت کارکنان از عضویت در سازمان	P1,p9
		فراهم کردن فرصت پیشرفت در مسیر شغلی	P7,p16
	به کارگیری ظرفیت های رسانه ای رسانه‌ای	مشارکت دادن اعضا در تصمیم‌گیری	P4,p6,p12
		استفاده از تکنیک‌های نوین تولید محتوا	P10, P24
		به کارگیری اینفوگرافی در تولید	P2,p9
		به کارگیری موشن گرافی در تولید	P2,p14
	نیاز سنجی تولید محتوا	استفاده از رسانه های نوین در تولید	P2,p14,p15
		تولید محتوای مورد نیاز مخاطبان	P7,p15
		توجه به سلیقه مخاطبان در ساخت و انتشار	P4,p9,p14
		پاسخگویی به نیازهای مخاطب	P6,p8,p13
	تولید مستندات آموزشی مختص ورزش بانوان	پاسخگویی به علایق مخاطب	P9
		مفهوم سازی مهارت های فناوری ارتباطات و اطلاعات	P14,p15
		استفاده از آموزش و دانش تخصصی مرتبط ورزش بانوان در متون آموزشی	P3,p7,p13
		شناسایی ضعف های آموزش مرتبط با ورزش بانوان	P7,p14
	شکل محتوا	تألیف بسته آموزشی مرتبط با ورزش بانوان	P4,p16
		ساده کردن	P1,p14
		استفاده از مؤلفه‌های زیبایی شناختی	P1, P4
		جذابیت های بصری محتوای	P10, P13
		درج هیجان در محتوای تولید	P10
		تناسب تولیدات و نیاز جامعه مخاطب	P1,p14
عوامل مداخله‌گر	نبود خلاقیت و نوآوری	استفاده از شیوه‌های به‌روز	P1,p16
		مقاومت در برابر حرکت های خلاق	P8,P12
		تخصیص ندادن بودجه خاص برای طرح های نوآوری	P4,12,P16
		عدم توجه به الگوبرگشتی از خلاقیت و نوآوری سایر سازمان ها	P2,P8,P16
	عدم توجه به ذائقه مخاطبان	نبود خلاقیت در بازاریابی و تبلیغات در مورد برنامه های تولیدی	P4,P7,P16
		عدم تشخیص درست نیازهای مخاطبان	P7,P16
		نادیده گرفتن مخاطبان	P2,P15
		اعمال نظرات فردی و غیره کارشناسانه	P1,P6,P13
	عدم درک اهمیت تولید برنامه در حوزه ورزش بانوان	توجه بیشتر به ورزش آقایان	P11,P14
		نگاه جنسیتی به ورزش بانوان	P10,P16
		مساوی ندانستن ورزش آقایان و بانوان	P12
		فقر فرهنگی	P9,P13
	عدم استقلال فردی	عدم استقلال مدیران در تولید برنامه در حوزه ورزش بانوان	P2,P7,P13
		غلبه تعصبات و احساسات بر منطق	P2,P7,P11
		وجود دیدگاه حراستی به ورزش بانوان	P1,P7,P10
		استفاده از یک سیاست مشخص و از پیش تعیین شده در تولید برنامه ها	P2,P4,P14
	بی توجهی سیاست‌گذاران	نبود چشم انداز	P1,P8
		نگاه نکردن به ورزش بانوان به عنوان یک فرصت	P2,P11
		اولویت نبودن ورزش بانوان در جامعه	P9,P13
راهبردها	حمایت نهادی	نگاه ویژه دستدرکاران به بحث ورزش بانوان	P10
		ایفای نقش دیده‌بانی و نظارت دائمی بر توسعه ورزش بانوان	P1,P9,P16
		توجه صدا و سیما به ورزش بانوان به عنوان یک موضوع مهم	P7,P12
		تشکیل و راه اندازی تشکلهای غیردولتی در ورزش بانوان	P16
		انعطاف حقوقی در وضع قوانین رقابتی و نظارت ایجابی	P4,P14
		اختصاص ردیف بودجه ای به ورزش بانوان	P1,P12,P15
		شروع جریان های آموزش اجتماعی ورزش بانوان توسط کانال ورزش	P4,P9,P13
		حمایت از توسعه و استفاده از فناوری ها و سیستم ها به منظور قانونمند کردن این برنامه ها	P7,P16
		اولویت دادن به ورزش بانوان در کانال ورزش	P5,P13

فصل پنجم	تفکر انتقادی	داشتن نگاه منتقدانه	P7, P14, P15
		اتخاذ موضع نقادانه	P3, P7
		تجزیه و تحلیل ارتباط از منظر انتقادی	P3, P12
		ارزیابی انتقادی برنامه‌های تولیدی در این حوزه	P2, P4, P12
	نیازسنجی	درک نیاز ورزش بانوان در جامعه	P7, P9, P11, P14
		مخاطب‌سنجی توسط مدیران کانال ورزش	P3, P4
		توجه به اعتقادات و ارزش‌ها بانوان	P1, P10
		شناخت ویژگی‌های حوزه ورزش بانوان	P8, P7
		توجه به احساسات و عواطف بانوان	P1
		شناخت سلیقه مختلف در تولید برنامه‌ها	P8, P16
	آموزش	آموزش رابطه قدرت، سیاست و ورزش برای تهیه‌کنندگان این حوزه	P4, P11
		آموزش صحیح	P8, P3
		آموزش مدیران کانال ورزش در این حوزه	P3, P10
		آموزش مبتنی بر هدف	P2, P10
	عوامل سازمانی	شایسته‌سالاری در احراز پست	P8, P9
		عملکرد مطلوب سیستم‌های نظارتی و کنترلی بر کیفیت کار	P1, P3, P14
		کیفیت مناسب شرایط فیزیکی محیط کار	P7
		تناسب بین مزایای شغلی با عملکرد	P10, P15
		توجه به ظرفیت و توان سازمانی	P3, P9
	توجه به ظرفیت و توان سازمانی	مدیریت سرمایه‌های انسانی	P2, P9
		مدیریت بودجه و منابع مالی	P8, P15
		مدیریت فرآیندهای اطلاعاتی و حفاظتی	P6, P11
		توجه به تجهیزات و منابع مادی	P5, P9
	توانمندسازی در ساخت برنامه‌های مختص حوزه ورزش بانوان	افزایش آگاهی نسبت به ورزش بانوان	P1, P24, P5, P3
		افزایش متخصصان تولید برنامه در حوزه ورزش بانوان	P14
		آگاهی بیش‌تر نسبت به انتخاب‌های خود	P7, P16
		عدم اطمینان زودهنگام به هر خبر	P1, P15
		آشنایی نسبی در مورد نحوه تولید محتوای رسانه‌ای	P9, P11
		تبدیل رابطه انفعالی به یک رابطه فعال	P3, P9, P14
	تغییر دیدگاه جامعه نسبت به ورزش بانوان	حمایت بیشتر بانوان از برنامه‌های تولیدی	P1, P3
		ترغیب و تشویق بانوان به مشارکت ورزشی	P3, P14
		تحکیم جایگاه بانوان در جامعه ورزشی	P1, P3
	توسعه ورزش بانوان	ترویج بیشتر ورزش در بین بانوان	P5, P12
		توسعه آگاهی‌ها و دانش مورد نیاز برای پیشرفت ورزش بانوان	P9, P10
		کمک به ارتقای سطح فرهنگ جامعه در مورد ورزش بانوان	P2, P7
		توجه بیشتر مسئولان به ورزش بانوان	P1, P6
		کمک به برآورده شدن نیازهای ورزش بانوان	P9, P12
	پیامدهای اجتماعی	افزایش نشاط اجتماعی	P4, P10
		کاهش تبعیض جنسیتی	P10, P13
		افزایش سلامت جامعه	P14, P16
		ارتقای سلامت روانی بانوان	P3, P8, P12
	ارتقا سطح کیفیت کانال ورزش	بالا رفتن میزان رضایت در نظرسنجی‌های مردمی	P1, P15
		ارتقای سطح کیفیت کانال ورزش در بین سایر کانال‌ها	P9, P10
		تخصیص اعتبارات بیشتر به کانال ورزش از سوی مسئولان	P13, P14, P16

مرحله دوم کدبندی داده‌ها به «کدبندی محوری» موسوم است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همچنین این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که «الگوی کدگذاری» نامیده می‌شود. الگوی کدگذاری، روابط میان شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها را نمایان می‌کند (کریوگر و نیومن، ۲۰۰۶). این فرایند در نمودار ۱ نمایان شده است:



شکل ۳: مدل نهایی الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، ارائه الگوی بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان در کانال ورزش ایران با رویکرد نظریه داده‌بنیاد بود. به منظور ارائه یک مدل نظام‌مند و شماتیک از یافته‌های برخاسته از داده‌های کدگذاری شده، از رویکرد نظام‌مند نظریه داده‌بنیاد که توسط اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) ارائه شده، استفاده گردید. مدل نظام‌مند از لایه‌های تفکیک‌شده‌ای حاصل شده که براساس قرار گرفتن این لایه‌ها در کنار هم، مدل نهایی تحقیق ارائه می‌شود. در ادامه این لایه‌ها به تفکیک کدهای حاصل شده بررسی و تحلیل می‌گردد.

منظور از شرایط علی، مقوله‌هایی مربوط به شرایطی است که بر مقوله محوری که همان سواد رسانه‌ای ورزشی در بین مخاطبان این حوزه است، تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۲۶). در حوزه ارتباطات، تاکنون نظریات متعددی مطرح شده‌اند که برخی از آن‌ها در سایر رشته‌های علوم انسانی همانند جامعه‌شناسی و علوم رفتاری نیز به گونه‌ای وجود دارند؛ نظریاتی همچون: نظریه تزریقی، استفاده و رضامندی، نظریه استحکام، نظریه برجسته‌سازی، نظریه وابستگی و غیره که دست‌اندرکاران حوزه مربوطه باید از آنها آگاهی داشته باشند و کاربردها را در ارتباطات بدانند. «نظریه برجسته‌سازی» بیان می‌کند که رسانه‌های جمعی در ایجاد اولویت‌های فکری و تعیین موضوعات مهم و مورد بحث عامه مخاطبان، نقش اساسی ایفا می‌کنند (ورنر و جیمز، ۱۳۹۷). این نظریه پیش‌بینی می‌کند که اگر موضوعی از نظر زمان و مکان در رسانه‌ها برجسته شود، می‌تواند مخاطبان را به این اندیشه وادارد که موضوع مذکور مهم است. سخن معروف برنارد کوهن که می‌گوید: «رسانه‌ها نمی‌توانند به ما بگویند که چگونه فکر کنیم، اما می‌توانند بگویند درباره چه چیزی فکر کنیم»، مبین این نظریه است (ورنر و جیمز، ۱۳۹۷). در این تحقیق، برجسته‌سازی تجمیعی از کدهای پوشش رشته‌های ورزشی به صورت تخصصی، شفاف‌سازی در امور ورزشی، ورزشی بودن تولیدکنندگان پیام، ایجاد برنامه‌های تخصصی و کاربردی در حوزه ورزش بانوان است. درباره قابلیت‌های ارتباطی حوزه تولید و بهره‌وری برنامه‌های تخصصی ورزش بانوان باید گفت که اگرچه تمامی تعاریف از بهره‌وری برنامه‌ها شامل نیاز به خلق و تولید متون نمادین نیست، اما این بحث وجود دارد که اگر دست‌اندرکاران رسانه تجربه مستقیمی از تولید محتوا داشته باشند، به فهم عمیق‌تری از قواعد و ارزش‌های تولید حرفه‌ای اطلاعات می‌رسند (لیونگستون^۱، ۲۰۰۴). این یافته با نتایج مطالعه رجبی (۱۳۹۲) همخوان است، با این تفاوت که در مطالعه مذکور در طراحی گویه‌ها از نظریه‌های روابط عمومی بهره‌گرفته شده است. در این تحقیق مدیریت محتوا پنج مورد را در برمی‌گیرد: ۱- برنامه‌ریزی، ۲- قرار دادن بخش‌هایی متناسب با نوع رسانه، ۳- جهت‌دهی رسانه‌ها در راستای سیستم نمایش آموزشی، ۴- دانش فهم تکنیک‌ها و تاکتیک‌های تولید پیام و ۵- استفاده از برنامه سواد رسانه‌ای سازمان یافته و مستمر. در همه برنامه‌های تولیدی که با رویکرد بهره‌وری تهیه می‌گردند، ارزش‌ها چارچوب‌بندی می‌شوند. لذا ما باید نسبت به چپستی این ارزش‌ها حساس باشیم. برای نمونه، حتی روزنامه نگارانی که خود را بسیار بی طرف و واقع‌گرا نشان می‌دهند، تصویری گزینشی و سوگیرانه از جهان ارائه می‌کنند. بسیاری از رویدادها و اشخاص هرگز زیر پوشش خبری آنان نیست- مانند ورزش بانوان- و این سوگیری نشان می‌دهد که چه چیزی در چارچوب فرهنگ آنان، مهم است. به موجب تحلیل مصاحبه‌های انجام شده و ادبیات تحقیق نگاشته شده در این زمینه ارزش‌های درون محتوا از طریق بیان قابل فهم و ملموس پیام، اطلاع‌رسانی درست، آگاهی بخشی درست، رعایت اصول حرفه‌ای تولید، عدم سوگیری، ارائه ارزش‌های اخلاقی، تولید محتوا براساس نیازها و خواسته‌های مخاطبان و تأکید بر شاخص‌های اخلاقی نمود پیدا می‌کند. این یافته با نتایج مطالعات هانری^۲ (۲۰۰۵) همخوان است.

1. Lingeston

2. Hanri

منظور از شرایط زمینه‌ای، شرایط خاصی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۲۶). محتوای رسانه‌ها به صورت شکل محتوا و ارزش‌های درون محتوا مطرح می‌شود (پاتر^۱، ۲۰۱۵: ۱۰۲). آنچه در اینجا مد نظر است، شکل محتواست که با کدهای ساده کردن، استفاده از مؤلفه‌های زیبایی شناختی، جذابیت‌های بصری محتوای رسانه، درج هیجان در محتوای رسانه، تناسب تولیدات و نیاز جامعه و استفاده از شیوه‌های به‌روز تعریف شده در مورد ورزش بانوان مشخص می‌گردد. به نظر می‌رسد مخاطبان برای اینکه پایه‌ای محکم برای تولید برنامه‌های کاربردی در مورد ورزش بانوان پی ببرند، به پنج حوزه اطلاعاتی نیازمندند: محتوای رسانه، صنایع رسانه‌ای، تأثیرات رسانه‌ها، شناخت جهان واقعی و خویشتن. این اطلاعات در اختیار مرکز تصمیم‌گیری شخصی خواهند بود و گزینه‌های بیشتری را برای رویارویی و معناسازی از پیام‌ها در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند. هر چه مردم بیشتر درباره چارچوب محتوای رسانه‌ها، نمونه‌های قابل تعمیم بازیگران، رویدادها و ارزش‌ها بدانند، جایگاه محتوای سرگرم‌کننده رسانه‌ها را بهتر خواهند شناخت و بهتر خود را از محتوای نادرست رسانه‌ها در امان نگه می‌دارند. کلنر^۲ (۲۰۰۵) معتقد است محتوا به شدت نمادین و در نتیجه نیازمند دیدگاه‌های نظری برای درک معانی اجتماعی، سیاسی، اخلاقی و گاهی فلسفی چندبعدی در بستر فرهنگی است. مردم معمولاً اطلاعات کمی درباره به‌کارگیری ظرفیت‌های رسانه‌ای دارند. آنان ممکن است نام برنامه‌های مختلف کانال ورزش را بدانند، اما درباره اینکه کدام برنامه مختص به ورزش بانوان است، آگاهی کاملی ندارند. هرچه شناخت مردم از برنامه‌های ورزشی در مورد بانوان بیشتر باشد، بهتر می‌فهمند که چرا رسانه‌ها تصمیم‌های خاصی می‌گیرند و محتوای خاصی را تولید می‌کنند. پاتر (۲۰۱۵) معتقد است مردم باید بدانند خاستگاه رسانه‌ها کجاست و چگونه رشد می‌کنند. این شناخت به آنان کمک می‌کند تا جایگاه نیروهای تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری بازاریابی و محتوای آنها را بشناسند. همچنین به آنها کمک می‌کند تا ماهیت کنونی و آینده ساخت برنامه‌های تلویزیونی در مورد ورزش بانوان و بهره‌گیری از این برنامه‌ها را بهتر بشناسند.

منظور از شرایط مداخله‌گر، شرایطی است که بر راهبردها تأثیر می‌گذارد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۲۶). بر مبنای تحلیل مصاحبه‌های انجام شده در این تحقیق، بی‌توجهی سیاست‌گذاران در قالب نبود چشم‌انداز، نگاه نکردن به رسانه به عنوان یک فرصت و اولویت نبودن برنامه‌های تولیدی در مورد ورزش بانوان در جامعه نمود پیدا می‌کند. این یافته با نتایج مطالعه تسلیمی و آقامحمدی (۱۳۹۴) تاحدودی همخوانی دارد. این تحقیق که با رویکرد ارائه مدل انجام شده است، مشخص می‌کند که مدل پیشنهادی سیاست‌گذاری کانال ورزش با رویکرد ارتقای برنامه‌های ورزشی بانوان، یک مدل تلفیقی است که پایه آن مدل سیستمی تشخیص داده شده است. طبق این مدل، پس از سنجش بهره‌وری و درک ضرورت، آموزش ساخت برنامه ورزشی رسانه‌ای در مخاطبان، با توجه به مقتضیات زمانی و دوره‌ای و همچنین محیط رسانه‌ای و دیگر عوامل مؤثر در خط مشی‌گذاری آغاز می‌شود. با این حال در این تحقیق ضمن مهم شمردن این مهم مشخص

1. Pater

2. Kelener

گردید که سیاست‌گذاران عرصه رسانه به این مسئله چندان توجهی ندارند. به نظر می‌رسد یکی از راه‌هایی که رسانه‌ها با استفاده از آن می‌توانند ارتباط قوی با مخاطبان خود برقرار سازند، بحث توجه به ذائقه و خواست مخاطبان است. به موجب این مقوله، تولیدکنندگان برنامه‌های رسانه‌ای و به طور خاص رسانه‌های ورزشی باید محصولاتی را تولید کنند که مورد نیاز و خواست مخاطبان است. با این حال مصاحبه با صاحب‌نظران نشان داد که در صدا و سیما به بانوان به عنوان بخشی از جامعه، کمتر توجه می‌شود و ارتباط رسانه با مردم بیشتر یک جهته است تا اینکه به صورت تعاملی تعریف شده باشد. براساس دیدگاه صاحب‌نظران این تحقیق، این مسئله زمانی پدیدار می‌شود که نیازهای مخاطبان را به درستی تشخیص ندهیم و مخاطبان زن را همواره نادیده بگیریم. بر مبنای بررسی پاتر (۲۰۱۸) مشکلی که به جهت افزایش روند استفاده از رسانه‌های جمعی بروز یافته است، عدم استقلال فردی افراد می‌باشد. مسئولان به جای خود ارزیابی، اجازه می‌دهند تا دیگران آنان را مورد ارزیابی قرار دهند. مسئله دیگر در بحث استقلال این است که در ساختن برنامه‌های ورزشی مختص بانوان باید استقلال کاری وجود داشته باشد و از توجه به مباحث عقیدتی کنار باشد، چرا که همواره این مسئله در ساخت برنامه‌های بانوان به عنوان یک عامل بازدارنده وجود داشته است. در زمینه موارد مداخله گر شناسایی شده می‌توان به پژوهش قاسمی (۱۳۹۸) اشاره کرد که به نتایج مشابهی دست یازیده است.

منظور از راهبردها، کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی است که از پدیده محوری منتج می‌شود (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۲۶). راهبردهای شناسایی شده با یافته‌های سول و همکاران (۲۰۲۰) در یک راستا قرار دارد. ساخت برنامه‌ها در کانال‌های صدا و سیما بر اصل مسئولیت استوار است؛ بدین معنی که مسئولیت اصلی و آغازین افزایش تولیدات و تعهدات به رسانه بر عهده خود فرد است (پاتر، ۲۰۱۵: ۸۹). حمایت نهادی در این تحقیق، تجمیعی از کدهای نگاه ویژه دست‌اندرکاران به بحث بهره‌وری برنامه‌های مرتبط با ورزش بانوان است. ایفای نقش دیده‌بانی و نظارت دائمی بر توسعه برنامه‌ها، توجه دولت به برنامه‌های ورزشی بانوان و بهره‌وری مناسب این برنامه‌ها به عنوان یک موضوع مهم، استفاده از ظرفیت خانواده‌ها در امر آموزش، استفاده از ظرفیت آموزش و پرورش در امر آموزش، تشکیل و راه‌اندازه‌ای تشکلی غیردولتی مانند سازمان‌های مردم‌نهاد، انعطاف حقوقی در وضع قوانین رقابتی و نظارت ایجابی، اختصاص ردیف بودجه‌ای به آموزش و تولید، شروع جریان‌های آموزش اجتماعی توسط رسانه‌های جامعه-محور، حمایت از توسعه و استفاده از فناوری‌ها و سیستم‌ها به منظور قانونمند کردن این برنامه‌ها و اولویت دادن به برنامه‌های تولیدی در مورد ورزش بانوان است. تفکر انتقادی یکی دیگر از موارد شناسایی شده در مبحث راهبردها بود. از طریق رشد بدنه تفکر انتقادی می‌توان میزان درستی تفسیر خود را از دانش کسب شده تعیین نمود و اگر لازم شد پرسش اولیه خود را مورد بازنگری قرار داد. در این حالت است که تولیدکنندگان برنامه‌های ورزشی مختص بانوان می‌توانند از انتقادات بهره لازم را بگیرند و برنامه‌هایی را با بهره‌وری لازم تولید نمایند. منظور از نیازسنجی این است که بر نیازهای مخاطبان در همه سطوح تمرکز شود. در ادبیات تحقیق به این مسئله اشاره شده است که توانایی در تشخیص نیاز مخاطبان، نخستین مهارت در راستای ارتقای بهره‌وری از برنامه‌های تولیدی می‌باشد، چرا که در فرآیند آموزش و تولید برنامه ابتدا باید نیازهای افراد را شناخت. نیازسنجی در این تحقیق، تجمیعی از کدهای درک

نیاز جامعه مخاطبان، مخاطب سنجی توسط مدیران رسانه، توجه به اعتقادات و ارزش ها مخاطبان، شناخت ویژگی های مخاطبان، توجه به احساسات و عواطف مخاطبان و شناخت سلیقه مخاطبان است.

منظور از پیامدها، خروجی حاصل از استخدام راهبردهاست (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶: ۲۶) و به توانایی ادراک و دریافت ارزش های نهفته در پیام ها اشاره دارد. نتایج به دست آمده در این قسمت با نتایج یکتایار و همکاران (۱۳۹۹) و هانی برون (۲۰۱۹) همسو بودند. توانمندسازی در مصرف و تولید رسانه ای زیرمجموعه وجوه سواد و ارتقای رسانه ای قرار می گیرد. بر مبنای این اصل، بهره وری یک موضوع چند وجهی است که قدرت درک مخاطبان از نحوه کارکرد رسانه ها و شیوه های معنی سازی در آنها را مورد توجه قرار می دهد و می کوشد این واکاوی را برای مخاطبان به یک عادت و وظیفه تبدیل کند. ارتقای آگاهی نسب به رژیم مصرف رسانه ای یا به عبارت بهتر، تعیین میزان و نحوه مصرف غذای رسانه ای از منابع رسانه ای گوناگون و در یک کلام، همان محتوای رسانه ها یکی از این وجوه است. آموزش مهارت های مطالعه یا تماشای انتقادی، وجه دیگر و تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست، وجه آخر می باشد. در این تحقیق توانمندسازی در مصرف رسانه ای، تجمیعی از کدهای افزایش آگاهی نسبت به رژیم رسانه ای، تعیین میزان و نحوه مصرف غذای رسانه ای از منابع رسانه ای، آگاهی بیش تر نسبت به انتخاب های خود، عدم اطمینان زود هنگام به هر خبر، آشنایی نسبی در مورد نحوه تولید محتوای رسانه ای و تبدیل رابطه انفعالی به یک رابطه فعال است. از مهم ترین پیامدهای حاصله می توان به تحکیم جایگاه بانوان اشاره کرد. تولید برنامه مناسب و بهره گرفتن از این برنامه می تواند ورزش بانوان را ارتقا دهد و همچنین به عنوان یک پایگاه تولید داده می توان در جهت پیشرفت ورزش بانوان از آن استفاده کرد. این عوامل در نهایت موجب توسعه ورزش بانوان در جامعه خواهد شد. اگر توسعه در ورزش بانوان حاصل نشود، کلیه مواردی که صورت گرفته فاقد بهره وری است و نتیجه قابل انتظار حاصل نمی شود. از این رو، باید به گونه ای در این مسیر قدم برداشت که در نهایت به توسعه ورزش بانوان منجر شود.

گفتنی است که پیامدهای اجتماعی نیز از موارد قابل توجه مصاحبه شوندگان بود. از آن میان می توان به بحث کاهش تبعیض جنسیتی اشاره کرد که بهره وری برنامه های ساختی منجر به پیشرفت ورزش بانوان می شود و این پیشرفت نیز می تواند یکی از دلایل کاهش تبعیض های جنسیتی در جامعه باشد و توجه به بانوان و ورزش آنها بیشتر شود. از میان محدودیت های پیش روی تحقیق حاضر می توان به جامعه مورد مطالعه در این تحقیق شامل صاحب نظران و اصحاب رسانه ورزشی - چنان که امکان تعمیم نظرات آن ها به کل صاحب نظران حوزه رسانه وجود ندارد - و عدم تمایل برخی از نمونه های لحاظ شده جهت شرکت در تحقیق اشاره کرد.

در پایان پیشنهاد می شود برای بهره وری بهتر برنامه های ورزشی مخصوص بانوان، از سیاست های شایسته سالاری در احراز مقام های مختلف بهره گیری شود تا بهترین افراد در پست های اجرایی قرار گیرند. همچنین برای بهره وری بیشتر برنامه های ورزش بانوان، از فناوری ها و سیستم ها به منظور قانونمند کردن و توسعه این برنامه ها استفاده شود. همچنین در حوزه سیاست گذاری برنامه های ورزشی بانوان در رسانه، متخصصان علوم انسانی باید اعتماد مسئولان را جلب نمایند و مسئولان هم از متخصصان و نخبگان صاحب نظر در این عرصه استفاده کنند.

منابع

- اسمعیل پونکی، الهام؛ اسمعیلی گیوی، محمد رضا و فهیم نیا، فاطمه. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی». پژوهش‌های پردازش و مدیریت اطلاعات. شماره ۳۲، دوره ۲، صص ۵۸۱-۶۰۴.
 - بهشتی، صمد. (۱۳۹۵). تحلیل داده‌های کیفی با نرم افزار Maxqda. چاپ سوم، تهران: انتشارات متفرقه
 - تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۱). «مشخصات نویسندگان مقاله ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی». نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید. مقاله: NOPADID01_030.
 - جعفری مقدم، حسن؛ رضائی، امیر و آقاجانی، حامد. (۱۳۹۶). «بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان». فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی. سال دوم، شماره ۲، پیاپی ۶، صص ۱۷-۳۴.
 - دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۸). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات اشراقی و صفار
 - دروین، برندا. (۱۳۷۸). بازنگری در ارتباطات؛ مسائل مربوط به نگرانه‌ها. محمود صدری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
 - رجبی، مجید. (۱۳۹۲). «سواد رسانه‌ای مدیران و کارکنان روابط عمومی‌های وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی کشور و عوامل مرتبط با آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات گرایش تحقیق. دانشکده ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
 - رضائی، محمدعلی. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل موثر در افزایش بهره‌وری کارکنان اداره کل اداری و مالی معاونت خبر سازمان صدا و سیما». دومین کنفرانس بین‌المللی ابزار و تکنیک‌های مدیریت، تهران.
 - سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۹۷). نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
 - شکرخواه، یونس. (۱۳۸۸). «سواد رسانه‌ای؛ یک مقاله عقیده‌ای». رسانه. شماره ۶۸.
 - عبدوی، فاطمه و فخری، فرانز. (۱۳۹۶). «نقش رسانه در توسعه فرهنگ ورزش در اوقات فراغت زنان». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال هجدهم، شماره ۴، صص ۳۱-۵۰.
 - غفوری، فرزاد؛ رحمان سرشت، حسین؛ کوزه‌چیان، هاشم و احسانی، محمد. (۱۳۹۲). «مطالعه و نگرش متخصصان تربیت بدنی به نش‌رسانه‌های جمعی (رادیو و تلویزیون و نشریات) در گرایش مردم به ورزش قهرمانی و همگانی». نشریه حرکت. ۱۶، صص ۵۷-۷۸.
 - قاسمی، حمید. (۱۳۸۶). «بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش کشور». رساله دکترا. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
 - قاسمی، حمید؛ مظفری، امیراحمد و امیرتاش، محمدعلی. (۱۳۹۲). «توسعه ورزش از طریق تلویزیون در ایران». پژوهش در علوم ورزشی. ۱۷، صص ۱۳۱-۱۴۸.
 - قاسمی، طهمورث. (۱۳۸۸). «سواد رسانه‌ای؛ رویکردی جدید به نظارت». رسانه. شماره ۶۸.
 - محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۱ و ۲ مراحل و رویه‌های علمی در روش‌شناسی کیفی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
 - یکتایار، مظفر؛ نظروییسی، حامد و قاسمی، حمید. (۱۳۹۹). «طراحی الگوی سواد رسانه‌ای در ورزش». پژوهش‌های ارتباطی. ۲۷(۱۰۲)، صص ۱۲۱-۱۴۹.
- doi: 10.22082/cr.2020.122396.2009
- میرزاصفی، اعظم؛ رجایی‌پور، سعید و جمشیدیان، عبدالرسول. (۱۳۹۰). «رابطه بین سواد اطلاعاتی و قابلیت‌های کارآفرینی

دانشجویان دوره های تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان». کتابداری و اطلاع رسانی، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۲۱-۱.

- Aslam, M. (2016). **“Sport TV Channel Preferences in Lahore, Pakistan”**. European Journal of Scientific Research, 24 (2), Pp. 253-262
- Carr, H. A. (2016). **“Purpose-driven media literacy: An analysis of the costs and benefits of developing and applying media literacy in daily life”**. The University of New Mexico.
- Coll, C. V., Domingues, M. R., Gonçalves, H., & Bertoldi, A. D. (2020). **“Perceived barriers to leisure-time physical activity during pregnancy: A literature review of quantitative and qualitative evidence”**. Journal of Science and Medicine in Sport, 20(1), 17-25.
- Commission of the European communities. (2007). **A European approach to media literacy in the digital environment, Brussels, annex B framework media literacy study**.
- Hardin, M. & Zhong, B. (2015). **“Sports reporter’s Attitudes about Ethics vary based on beat”**. Newspaper research Journal, vil.31, No.2
- Henry, T. M. (2005). **“Media Influences Explored: What High School Students Say about the Power of Newspapers, Television and Magazines”**. Doctoral dissertation.
- Home, J. (2019). **“Sport and the mass media in Japan”**. Sociology of sport journal, 22 (4), Pp. 415 -432.
- Kořtova, T. (2016). **“Adoption of an organizational Practice by subsidiaries of Multinational Corporations: Institutional and Relation Effects”**. Aca Manage J, Vol. 45, pp 215-233.
- Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). **“Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: with Research Navigator”**. Pearson/Allyn and Bacon.
- Livingstone, S. (2004). **“What is media literacy?”** Intermedia, 32 (3), 18-20.
- Mihailidis, P. (2008). **“Beyond cynicism: How media literacy can make students more engaged citizens”**. Doctoral dissertation.
- Potter, W. J. (2015). **Introduction to media literacy**. Sage Publications.
- Potter, W. J. (2018). **Media literacy**. Sage Publications.
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). **Research methods for sport management**. Routledge.
- Wolfe Rosita, Tony Meenaghan, Paul Sullivan, O. (2017). **“The sport network: insight into the shifting balance of power”**. Journal of Business Research, vol. 55, pp:611-622.

- Wood, E. (2009). **“Media literacy education: Evaluating media literacy education in Colorado schools”**. Doctoral dissertation, University of Denver.



تدوین مدل عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال با استفاده از نظریه داده-بنیاد

احمد اسماعیلی^۱

نصراله محمدی^۲

فرشاد امامی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۳/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۱۰

این تحقیق با هدف تدوین مدل عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال به روش کیفی و با استفاده از نظریه داده-بنیاد شکل گرفته است. نمونه گیری پژوهش به صورت هدفمند با تعداد ۲۰ نفر (۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و ۸ نفر از کارشناسان بازاریابی و ورزشکاران و صاحب نظران عرصه ورزش و مدیریت ورزشی کشور) تا حد اشباع نظری صورت گرفت. تحلیل داده های حاصل از مصاحبه ها منطبق با راهبرد تحقیق در سه مرحله کدگذاری شد. برای تحلیل داده ها از تحلیل محتوی، کدگذاری و تکنیک دلفی استفاده گردید.

نتایج نشان داد مدل و الگوی پیشنهادی تحقیق در زمینه عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال مشتمل بر ۳۸ مقوله محوری است که از ترکیب حدود ۲۱۸ مفهوم اولیه به دست آمده است. با استفاده از تکنیک دلفی نسبت به غربال شاخص ها اقدام گردید و ۳۴ شاخص به دست آمد. بر این اساس، نیت رفتاری هواداران در ورزش فوتبال به عنوان مقوله محوری بر مبنای ۵ شرط علی مدیریت ارتباط با هوادار، شرایط حمایتی، شرایط باشگاه، شرایط ورزشگاه و عوامل امنیتی و از طریق توسعه راهبرد های مؤثر مدیریتی، ارزیابی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

میزان رضایتمندی هواداران، نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران، تطبیق تجهیزات و نمای خارجی و داخلی ورزشگاه با خواسته هواداران، تعامل مستقیم کارکنان خدماتی با هواداران، انعطاف پذیر بودن شیوه های عرضه خدمات و مسئولیت پذیری در ارائه خدمات، برنامه ریزی جذب، مشوق ها، قیمت گذاری، کانال های توزیع، اجرای قوانین محقق می شود و به تحقق پیامدهای رضایتمندی هواداران، افزایش درآمد باشگاه ها از طریق بلیت فروشی، استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی و جلب رضایت هواداران می انجامد.

واژگان کلیدی: نیت رفتاری، هوادار ورزشی، لیگ برتر، فوتبال و عوامل امنیتی

مقدمه

امروزه ورزش از مهم ترین مقوله های جوامع مدرن صنعتی محسوب می شود که شمار زیادی از جمعیت هر کشور به اشکال گوناگون با آن سروکار دارند. در این بین، تماشاگران ورزشی درصد زیادی از مخاطبان ورزشی را تشکیل می دهند. به همین علت ورزش به صنعتی اقتصادی در جهان تبدیل شده است. در عرصه تجارت جهانی، ورزش استثناست، زیرا مشتریانی دارد که در ازای تماشای ورزش و نه خرید یا مصرف آن پول پرداخت می کنند (امیری و همکاران، ۱۳۸۸). باشگاه های حرفه ای در سراسر جهان برای تأمین منابع و هزینه های خود از روش های مختلفی چون: جذب حامیان مالی، تبلیغ کالا های تجاری، فروش بازیکن، فروش بلیت و محصولات ورزشی و ارائه خدمات جانبی استفاده می کنند (آلام و سایوتی^۱، ۲۰۱۱). از این رو، هواداران نقش مهمی در تکمیل موفقیت رقابت های ورزشی دارند. هواداران روح ورزش هستند. بنابراین استادیوم های خالی باشگاه های لیگ برتر شباهتی به آن چه ورزش را جذاب و مردمی کرده است، ندارد. (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵). در واقع، نیت رفتاری هواداران تیم های ورزشی و فوتبال متفاوت و متنوع است. به طور کلی، نیت رفتاری علامتی است که نشان می دهد آیا مشتری به استفاده از خدمات یک شرکت ادامه خواهد داد یا به ارائه دهنده دیگری روی خواهد آورد. بنابراین، با درک بهتر رفتار مشتریان، بازاریابان و مدیران می توانند خود را آماده سازند تا راهبردهای بازاریابی مناسبی بیابند و محصولات و خدمات خود را برای جلب مشتریان جدید و حفظ مشتریان موجود مناسب سازند (والیس^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). وانگ و تانگ^۳ (۲۰۱۸) بر این باورند که نیت رفتاری مطلوب با توانایی ارائه خدمات برای رسیدن مشتریان به بیان چیزهای مثبت درباره آنها، پیشنهاد آنها به سایر مشتریان، وفادار ماندن آنها (تمایل به حضور مجدد)، خرید یک کالا یا خدمت، فراهم کردن اطلاعات گفتاری در مورد کالا یا خدمت برای فردی دیگر، گرایش های بعد از مصرف یک محصول و جمع کردن اطلاعات برای خرید و... بیان می شوند (آنتونی^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). در واقع در عصر حاضر که عصری کیفیت-محور و مشتری مدار است، مشتری، هدف و مقصود کار و مشتری گرایی، زیربنای کلیه فعالیت های تجاری و اقتصادی خواهد بود. لذا توجه به نیت رفتاری مشتری حائز اهمیت است. تحقیقات قابل ملاحظه ای نشان می دهند که اگر نیت رفتاری به درستی اندازه گیری شوند، بسیاری از رفتارهای مشتری را پیش بینی می کنند. «تئوری اقدام منطقی»، زنجیره ای علی از نگرش ها، نیت و رفتار را فرض می کند (بلک و هیبلن^۵، ۲۰۱۹). بر اساس این تئوری، نگرش ها نیتی مثبت یا منفی درباره عمل به وجود می آورند و نیت به عمل، تعیین کننده رفتار واقعی است. برای مثال، نگرش مثبت درباره یک عرضه کننده، به احتمال قوی به خرید مجدد منجر می شود. تئوری اقدام منطقی فرض می کند که رفتار از طریق نیاتی که مستقیم به رفتار منجر می شوند، قابل پیش بینی است (آلام و سایوتی، ۲۰۱۱). مشتریان اغلب خرید خود را بر اساس

1. Alam & Sayuti

2. Wallis

3. Wang & Tang

4. Anthony

5. Black & Hibbelen

تجربیات قبلی شکل می دهند. همچنین درگیر یک فرایند تصمیم گیری شناختی درباره این که خدمات یک شرکت را همچنان استفاده کنند یا نه هستند (کلارک و ماهر^۱، ۲۰۱۹). مدل دیگری که به طور گسترده برای پیش بینی رفتار (خرید) به کار می رود، «تئوری رفتار برنامه ریزی» شده است. تئوری رفتار برنامه ریزی شده، روشی جایگزین برای پیش بینی نیت و رفتار می باشد که به طور گسترده در تحقیقات رفتار مصرف کننده استفاده شده است (چن^۲ و همکاران، ۲۰۱۲). نیت رفتاری ممکن است به شکل های مختلفی مثل گرایش به خرید یک محصول برای بار نخست یا تعهد به خرید مجدد یک محصول با نام تجاری خاص نمود پیدا کند. بر اساس مدلی که وانگ و تانگ (۲۰۱۸) ارائه دادند، امروزه محیط پرقابث و هزینه های زیادی که در اثر تصمیم گیری های ضعیف به وجود می آید، ایجاب می کند که پژوهش در بازار، اطلاعات صحیح، منطقی و بی عیبی را فراهم آورد. مسئله ای که بازاریابان با آن روبه رو هستند، این است که چگونه تأثیر حمایت مالی خود را بر رفتار مصرفی ورزشی ارزیابی و ارزش تجاری آن را تعیین کنند. تصمیم گیری های منطقی نمی توانند بر اساس احساسات، الهام و حتی قضاوت شخصی انجام گیرند و در صورت عدم دسترسی به اطلاعات درست، تصمیم گیری صحیح نیز مشکل خواهد شد. با این حال، در این محیط رقابتی فزاینده، فراهم کنندگان به تشویق مشتریان برای حضور در بازی ها به عنوان تماشاگر، عضویت گروه ها و همچنین خرید محصولات و خدمات مشغول اند. ارائه دهندگان رویدادهای ورزشی با اقداماتی مانند اجرای برنامه های کنترل کیفیت عملکردی، بهبود کیفیت خدمات و همچنین توجه به زیبایی ظاهری اماکن ورزشی، قیمت گذاری متناسب با نوع و کیفیت رویداد ورزشی و کاهش هزینه های غیرمستقیم مثل زمان، حمل و نقل و کسب اطلاعات، کیفیت ادراک شده مشارکت کنندگان و هواداران را از خدمات افزایش می دهند (نقش زن خواجهی و همکاران، ۱۳۹۹). هوادارانی که برای تماشای مسابقات ورزشی در ورزشگاه حضور می یابند، از اهمیت خاصی برای هر لیگ ورزشی برخوردارند و از مهم ترین سرمایه های هر باشگاه حرفه ای هستند. آنها علاوه بر اینکه به لیگ های ورزشی هویت می دهند، با خرید بلیط مسابقات تأثیر زیادی در کسب درآمد برای لیگ های ورزشی دارند. بازاریابی ورزشی اهمیت ویژه ای نسبت به گذشته پیدا کرده است، چون نه تنها رقابت سخت تر شده است، بلکه نیازهای مشتریان نیز به موازات این تغییرات متنوع تر و بعضاً پیشرفته تر شده است. به اعتقاد مازلو، یک نیاز تا زمانی نیاز است که برطرف نشده باشد و در صورتی که مرتفع شود، دیگر نباید به عنوان یک نیاز تلقی گردد. به نظر می رسد در ورزش نیز نیازهای مصرف کنندگان از چنین رویکردی الگو گرفته باشد؛ به طوری که اگر در گذشته زیبایی بازی فوتبال عامل حضور تماشاگران در استادیوم ها می شد، امروزه با رفع این نیاز دیگر نمی توان تماشاگران را به استادیوم ها کشاند (معصومی، ۱۳۹۵). مطالعه و کشف نیازهای تماشاگران رویدادهای ورزشی و تجزیه و تحلیل و پیش بینی نیت رفتاری و نیت حضور مجدد آنان فرآیندی است که در نتیجه آن پارامترهایی همچون میزان خدمات ارائه شده، رضایتمندی و وفاداری تماشاگران بررسی می شود. زمانی که هوادار وارد مسابقه می شود، توقع و انتظاراتی دارد. تفاوت میان او و عملکرد درک شده تعیین می کند که آیا هوادار از حضور در

1. Clark & Maher

2. Cheon

آنجا راضی یا ناراضی است. اگر همه چیز در حد انتظار باشد، رضایت هوادار تأمین خواهد شد و اگر در حد انتظار نباشد، تماشاگر و هوادار از حضور خود ناراضی و پشیمان خواهد شد. در واقع هر قدر فاصله میان انتظارات او و عملکرد درک شده بیشتر باشد، ناراضی‌تری وی بیشتر خواهد بود. به عبارت دیگر، تماشاگران فوائد درک شده از خدمات را با انتظاراتشان از قبل مقایسه می‌کنند و نتیجه این مقایسه، تمایل آنها به حضور مجدد در رویداد ورزشی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر خدمت خریداری شده، انتظارات اولیه فرد را برآورد کند و موجب رضایت فرد شود، این تجربه خوشایند، وفاداری و تمایل به حضور مجدد را در فرد ایجاد می‌کند (هنرور و همکاران، ۱۳۸۴). این تئوری سه عامل تعیین‌کننده را برای نیات در نظر می‌گیرد که مفهومی مستقل دارند: نگرش درباره رفتار، هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک شده (چونگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). اهمیت نسبی هر یک از این عوامل در رفتارها و موقعیت‌های مختلف متفاوت است. این مدل همچنین نشان می‌دهد که نیات پیشوند رفتار هستند و تأثیر نگرش بر رفتار و هنجار ذهنی بر رفتار را کاملاً میانجی‌گیری می‌کنند- نیات تا حدودی میانجی تأثیر کنترل و تأثیر کنترل رفتاری درک شده نیز هستند. تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده به منظور ارزیابی این مسئله استفاده می‌شود که نگرش، هنجار ذهنی، احساس کنترل رفتاری و نیات چگونه مقدار تکرار رفتار موجود یا تقویت آن را در آینده پیش‌بینی می‌کنند. از آن‌جا که نیات رفتاری پیش‌بینی‌کننده رفتار واقعی‌اند، اندازه‌گیری نیات رفتاری از اهمیت خاصی نزد محققان بازاریابی برخوردار است. بنابراین نیت خرید مثل این است که مشتری کالا و یا خدماتی خاصی را بخرد (جو^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). نیت خرید پیش‌بینی‌کننده ضروری از رفتار خرید واقعی است و این ارتباط در صنعت ورزش و فوتبال مد نظر قرار گرفته است (دویدو^۳ و همکاران، ۲۰۱۷).

همان‌گونه که گفته شد تحولات سریع و گسترده در تمامی ابعاد ورزش، استفاده از شیوه‌ها و فنون بازاریابی را در ورزش مورد توجه قرار داده است. از طرفی دانش بازاریابی ورزشی در سال‌های گذشته اهمیت به‌سزایی پیدا کرده است. این مهارت و دانش بدان حد اهمیت یافته که می‌توان آن را به عنوان یکی از اجزای مهم بقای سازمان‌های ورزشی به شمار آورد، زیرا در دنیای تجارت امروز درک و پیش‌بینی رفتار مصرف‌کننده کلید موفقیت در برنامه‌ریزی و مدیریت است. با توجه به اهمیت رضایت‌مندی مشتریان در عرصه فعالیت‌های اقتصادی جهان، نگرش مشتری‌مداری و کسب رضایت مشتری، یکی از اصول کسب و کار تلقی می‌شود و عدم توجه به این اصول احتمال حذف شدن از صحنه‌ی بازار را در پی خواهد داشت، زیرا اگر کالاها و خدمات انتظارات مشتری را برآورده سازد، در او احساس خشنودی ایجاد می‌شود و با خرید مجدد (حضور مجدد) خود و به تبع آن تشویق دیگران به خرید، می‌تواند بقای آن سازمان و شرکت را محقق سازد (تاک و ریلی^۴، ۲۰۱۷). بنابراین، بازاریابان باید برای حفظ مشتریان (هوادران) و ارائه خدمات بهتر، بیشترین توجه را به نیازها، نظرات و خواسته‌های آنها در زمینه خدمات داشته باشند و با بررسی مشکلات و رسیدگی به نظرات و آگاهی از

1. Cheong

2. Cho

3. Dovidio

4. Tuck & Riley

میزان رضایت مندی آنها و بالا بردن کیفیت و سرعت خدمات، به حفظ آنان کمک نمایند. به همین دلیل بیشتر بازاریابان ورزشی اهمیت راضی کردن مصرف کنندگان خود را دریافته‌اند و سعی بر ارائه خدمات با کیفیت مطلوبی برای آنها دارند (تاک و ریلی، ۲۰۱۷). مشتریان اصلی مسابقات فوتبال، هواداران هستند و حضور مجدد آنها در مسابقات، مسئله اصلی این تحقیق می‌باشد. براساس ادبیات تحقیق، حضور مجدد در گرو تأمین رضایت و وفاداری مشتری است. بنابراین تحقیق بر مبنای الگوهای سنجش شاخص نیت رفتاری و رضایت مندی هواداران شکل گرفته است تا به این مسئله بپردازد:

مدل عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر، کیفی است و مطابق با پارادایم تفسیری، برای دستیابی به واقعیتی که امری نسبی می‌باشد، از روش داده-بنیاد استفاده شده است. این روش مطابق با تقسیم بندی گوبا و لینکن^۱ (۱۹۹۴) در زمره پارادایم‌های تفسیری-پژوهشی قرار می‌گیرد. در این پژوهش پس از تبدیل داده‌های کلامی به متن، خط به خط آنها تحلیل و کدگذاری شد که نتیجه آن، ایجاد مفاهیم و مقوله‌های متعدد بوده است (چارماز^۲، ۲۰۰۶). اولین گام در فرایند تحقیق، ورود به عرصه و مرور منابع و ادبیات موضوع است. برای آشنایی با موضوع و برای آگاهی یافتن از پژوهش‌های پیشین در زمینه موضوع پژوهش و منابع نظری مرتبط با آن، با مراجعه به کتابخانه‌ها، آرشیو مجلات علمی-پژوهشی و پایگاه‌های اینترنتی نشریات داخل و خارج کشور به مطالعه پیرامون ادبیات نظری و تجربی همت گمارده شد و رویکردهای نظری، پژوهش‌های مرتبط و مبنای روش شناختی آنها در حوزه مطالعات مربوط به نیت رفتاری مشتریان و بسط آن در بین هواداران ورزش فوتبال مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله سوال تحقیق و سازه‌های مورد مطالعه مشخص شدند.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. بر این اساس، برای انتخاب نمونه تحقیق، ۲۰ نفر (۱۲ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و ۸ نفر از کارشناسان بازاریابی و ورزشکاران و صاحب‌نظران عرصه ورزش و مدیریت ورزشی کشور) انتخاب شدند. پس از پایان تعداد ۲۰ مصاحبه و تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، اشباع نظری حاصل و نمونه‌گیری متوقف گردید. در مرحله گردآوری داده‌ها با توجه به موضوع مورد مطالعه و سوال تحقیق، از روش مصاحبه عمیق استفاده شد. در این فرایند ابتدا چند مصاحبه اولیه انجام شد. بین مصاحبه‌های مختلف به جز چند مصاحبه اولیه فاصله زمانی حداقل یک هفته‌ای رعایت شد تا امکان بررسی و تحلیل هر مصاحبه و نیز استخراج مقولات کلیدی وجود داشته باشد. حداقل زمانی که افراد برای مصاحبه‌ها اختصاص دادند ۳۰ دقیقه و حداکثر زمان نیز ۱۲۰ دقیقه بوده است. تحلیل داده‌هایی که به منظور تکوین نظریه داده-بنیاد گردآوری شدند، با استفاده از کدگذاری انجام گرفت. در کدگذاری از نرم افزار MaxQDA استفاده گردید (کوربین و اشتراس^۳، ۲۰۰۸). گروه تحقیق پس از انجام هر مصاحبه، به کدگذاری پرداختند و

1. Guba & Lincoln

2. Charmaz

3. Corbin & Strauss

مقولات اولیه را شکل دادند. فرایند نیز بدین ترتیب بود که ابتدا مصاحبه ها در قالب متن درآمدند و محقق پس از ویرایش متون و حذف پاراگراف های غیر مرتبط، مفاهیم مربوط را از پاراگراف های مختلف شناسایی نمود و بین این کدها ارتباط برقرار کرد. در مصاحبه های بعدی مقولات تکمیل شدند و حوزه های کشف نشده مورد سوال قرار گرفتند. گفتنی است که در کدگذاری از شیوه آنالیز محتوا و تکنیک دلفی استفاده شد. پس از یادداشت برداری، مقوله ها با کدگذاری گزینشی پالایش شدند. با طی این فرایند ها در نهایت، توسعه چارچوب از طریق مقایسه با متون موجود و مشخص کردن تفاوت ها و شباهت ها با سایر تحقیقات صورت گرفت. لازم به ذکر است که در کل فرایند مصاحبه ها و ضبط صدا و یادداشت برداری، ملاحظات اخلاقی رعایت شده است؛ به طوری که پس از کسب موافقت از مصاحبه شوندگان و پس از توضیح موضوع و اهداف پژوهش برای آنان، اقدام به ضبط صدا و یادداشت برداری و انتشار یافته ها شده است. همچنین توضیح داده شد که تمام این اطلاعات بدون ذکر نام و نشانی مصاحبه شوندگان و تنها به منظور انجام یک کار پژوهشی دریافت می شود و اصل محرمانه بودن اطلاعات در تمام مراحل پژوهش رعایت می گردد.

یافته های پژوهش

تحلیل اطلاعات با استفاده از کدگذاری آزاد بر روی سطر به سطر متن مصاحبه ها شروع شد و پس از بررسی متن مصاحبه ها، معانی یکپارچه و منسجم که سازنده یک مقوله بودند، از هم تفکیک شدند. سپس این مفاهیم نام گذاری شدند. کدگذاری محوری از طریق کنارهم قرار دادن کدهای اولیه به دست آمد. نتایج نشان داد که مقولات شامل ۳۷ مفهوم است که از طریق ترکیب تقریبی ۲۱۸ مفهوم اولیه یا کدگذاری آزاد به دست آمده اند و به طور میانگین هر ۱۰ مفهوم اولیه یک مفهوم ثانویه را نشان می دهند که در مرحله بعد این مقولات نامگذاری و ویرایش گردیدند. پس از تعیین کدهای باز و مقولات محوری، در ادامه به کدگذاری گزینشی مبادرت شد. حاصل این کدگذاری در جدول ۱ نشان داده شده است. در این مرحله مقوله های مشابه و مقارن در زمینه های اصلی جای گرفتند و بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، زمینه ها به شکل مفاهیم انتزاعی تری استخراج شدند.

جدول ۱: مقولات کانونی نیت رفتاری هواداران

ردیف	مقولات محوری	مقوله کانونی
۱	تدوین راهبرد و برنامه ریزی بلندمدت ارتباط با هواداران	مدیریت ارتباط با هوادار
۲	ارزیابی میزان رضایتمندی هواداران	
۳	نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران	
۴	ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با هواداران از طریق رسانه های اجتماعی	
۵	تامین نیازها و انتظارات هواداران	
۶	سرگرم کردن هواداران در بین دو نیمه بازی	
۷	تدوین برنامه های پاسخگویی مناسب	
۸	دقت در به کارگیری نیروهای خدماتی	
۹	ارائه تسهیلات جهت رفع نیازهای متفاوت هواداران	شرایط حمایتی
۱۰	جلب رضایت هواداران	
۱۱	ادراک از هواداران به عنوان سرمایه های اصلی باشگاه	
۱۲	استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی	
۱۳	درک صحیح باشگاه ها از هواداران به عنوان سرمایه اصلی	
۱۴	سرمایه گذاری در کیفیت خدمات و راهبردهای در حال توسعه	
۱۵	استفاده از مدیران ورزشی و فوتبالی در اداره باشگاه	شرایط باشگاه
۱۶	تعامل مستقیم کارکنان خدماتی با هواداران	
۱۷	انعطاف پذیر بودن شیوه های عرضه خدمات	
۱۸	استفاده از بازیکنان با کیفیت و با اخلاق توسط باشگاه ها	
۱۹	استفاده از مربیان با دانش فنی و اخلاق گرا	
۲۰	استفاده از شیوه های جدید تاکتیکی در بازی های فوتبال	
۲۱	ارائه بازی های زیبا و جوانمردانه از سوی باشگاه ها	
۲۲	تاثیر محیط فیزیکی ورزشگاه در رضایتمندی هواداران	شرایط ورزشگاه
۲۳	سازوکارهای صحیح و عادلانه بلیط فروشی	
۲۴	وجود سیستم حمل و نقل عمومی برای رفت و آمد آسان به ورزشگاه	
۲۵	وجود پارکینگ کافی و مناسب	
۲۶	استفاده از اسکوربوردهای پیشرفته	
۲۷	حالت فیزیکی صندلی ها	
۲۸	تعبیه فاصله مناسب هواداران از یکدیگر	
۲۹	نمایشگرها و تجهیزات الکترونیکی با نمایش اطلاعات	
۳۰	عدم وجود شیوه های استاندارد برای تأمین امنیت	عوامل امنیتی
۳۱	عدم وجود اغتشاشات و درگیری ها	
۳۲	تروریسم، هولیکانیسم، وندالیسم و بی نظمی های جمعیتی	
۳۳	خطرهای تهدیدکننده رویدادهای ورزشی	
۳۴	عدم ارائه آموزش لازم به نیروهای تأمین امنیت	
۳۵	تخصیص هزینه کافی جهت تأمین امنیت از سوی باشگاه	
۳۶	محروم بودن باشگاه از مدیران مجرب	
۳۷	فضای امنیتی ورزشگاه به عنوان مهم ترین دغدغه هواداران	

جدول ۲: نتایج حاصل از غربال‌گری شاخص‌ها (راند نخست)

راند نخست	میانگین فازی	مقدار قطعی	نتیجه
تدوین راهبرد و برنامه‌ریزی بلندمدت ارتباط با هواداران	(0.96,0.85,0.665)	۰/۸۲۵	پذیرش
ارزیابی میزان رضایتمندی هواداران	(0.96,0.86,0.68)	۰/۸۳۳	پذیرش
نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران	(0.99,0.915,0.77)	۰/۸۹۲	پذیرش
ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با هواداران از طریق رسانه‌های اجتماعی	(0.96,0.86,0.68)	۰/۸۳۳	پذیرش
تامین نیازها و انتظارات هواداران	(0.97,0.875,0.705)	۰/۸۵۰	پذیرش
سرگرم کردن هواداران در بین دو نیمه بازی	(0.98,0.9,0.745)	۰/۸۷۵	پذیرش
تدوین برنامه‌های پاسخگویی مناسب	(0.97,0.875,0.705)	۰/۸۵۰	پذیرش
دقت در به کارگیری نیروهای خدماتی	(0.695,0.505,0.32)	۰/۵۰۷	عدم پذیرش
ارائه تسهیلات جهت رفع نیازهای متفاوت هواداران	(0.95,0.865,0.685)	۰/۸۳۳	پذیرش
جلب رضایت هواداران	(0.785,0.61,0.425)	۰/۶۰۷	عدم پذیرش
ادراک از هواداران به عنوان سرمایه‌های اصلی باشگاه	(0.96,0.86,0.68)	۰/۸۳۳	پذیرش
استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی	(0.96,0.85,0.665)	۰/۸۲۵	پذیرش
تامین هزینه‌های باشگاه داری از طریق دولت و نهادهای وابسته	(0.96,0.87,0.695)	۰/۸۴۲	پذیرش
درک صحیح باشگاه‌ها از هواداران به عنوان سرمایه اصلی	(0.97,0.885,0.72)	۰/۸۵۸	پذیرش
سرمایه‌گذاری در کیفیت خدمات و راهبردهای در حال توسعه	(0.97,0.915,0.765)	۰/۸۸۳	پذیرش
استفاده از مدیران ورزشی و فوتبالی در اداره باشگاه	(0.98,0.92,0.775)	۰/۸۹۲	پذیرش
تعامل مستقیم کارکنان خدماتی با هواداران	(0.63,0.445,0.28)	۰/۴۵۲	عدم پذیرش
انعطاف پذیر بودن شیوه‌های عرضه خدمات	(0.95,0.865,0.685)	۰/۸۳۳	پذیرش
استفاده از بازیکنان با کیفیت و با اخلاق توسط باشگاه‌ها	(0.98,0.92,0.775)	۰/۸۹۲	پذیرش
استفاده از مربیان با دانش فنی و اخلاق‌گرا	(0.98,0.91,0.76)	۰/۸۸۳	پذیرش
استفاده از شیوه‌های جدید تاکتیکی در بازی‌های فوتبال	(0.98,0.92,0.775)	۰/۸۹۲	پذیرش
ارائه بازی‌های زیبا و جوانمردانه از سوی باشگاه‌ها	(0.98,0.91,0.76)	۰/۸۸۳	پذیرش
تاثیر محیط فیزیکی ورزشگاه در رضایتمندی هواداران	(0.97,0.905,0.75)	۰/۸۷۵	پذیرش
سازوکارهای صحیح و عادلانه بلیط فروشی	(0.98,0.92,0.775)	۰/۸۹۲	پذیرش
وجود سیستم حمل و نقل عمومی برای رفت و آمد آسان به ورزشگاه	(0.99,0.915,0.77)	۰/۸۹۲	پذیرش
وجود پارکینگ کافی و مناسب	(0.99,0.945,0.815)	۰/۹۱۷	پذیرش
استفاده از اسکوربوردهای پیشرفته	(0.98,0.9,0.745)	۰/۸۷۵	پذیرش
حالت فیزیکی صندلی‌ها	(0.96,0.86,0.68)	۰/۸۳۳	پذیرش
تعبیه فاصله مناسب هواداران از یکدیگر	(0.97,0.895,0.735)	۰/۸۶۷	پذیرش
نمایشگرها و تجهیزات الکترونیکی با نمایش اطلاعات	(0.95,0.855,0.67)	۰/۸۲۵	پذیرش
عدم وجود شیوه‌های استاندارد برای تأمین امنیت	(0.99,0.915,0.77)	۰/۸۹۲	پذیرش
عدم وجود اغتشاشات و درگیری‌ها	(0.76,0.58,0.365)	۰/۵۶۸	عدم پذیرش
تروریسم، هولیکانیسم، وندالیسم و بی نظمی‌های جمعیتی	(0.99,0.955,0.83)	۰/۹۲۵	پذیرش
خطرهای تهدیدکننده رویدادهای ورزشی	(0.97,0.885,0.72)	۰/۸۵۸	پذیرش
عدم ارائه آموزش لازم به نیروهای تأمین امنیت	(0.98,0.92,0.775)	۰/۸۹۲	پذیرش
تخصیص هزینه کافی جهت تأمین امنیت از سوی باشگاه	(0.99,0.955,0.83)	۰/۹۲۵	پذیرش
محروم بودن باشگاه‌ها از مدیران مجرب و تحصیلی کرده	(0.95,0.845,0.655)	۰/۸۱۷	پذیرش
فضای امنیتی ورزشگاه به عنوان مهم‌ترین دغدغه هواداران	(0.97,0.875,0.705)	۰/۸۵۰	پذیرش

برای اعتبارسنجی شاخص های شناسایی شده از رویکرد دلفی فازی استفاده گردید. اگر چه افراد خبره از شایستگی ها و توانایی های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرآیند سنتی کمی سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را به طور کامل ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد و بهتر است که با استفاده از مجموعه های فازی (به کارگیری اعداد فازی) به پیش بینی بلند مدت و تصمیم گیری در دنیای واقعی پرداخت. در این مطالعه نیز برای فازی سازی دیدگاه خبرگان، از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. میانگین فازی و برونداد فازی زدایی شده مقادیر مربوط به شاخص ها در جدول ۲ آمده است. مقدار فازی زدایی شده بزرگتر از $0/7$ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر از $0/7$ داشته باشد، رد می شود. در این مرحله شاخص هایی که کمتر از $0/7$ کسب کرده اند، حذف شدند. این شاخص ها عبارت اند از: دقت در به کارگیری نیروهای خدماتی، جلب رضایت هواداران، تعامل مستقیم کارکنان خدماتی با هواداران و عدم وجود اغتشاشات و درگیری ها. به زعم برخی از خبرگان، شاخص های عدم وجود اغتشاشات با وندالیسم و هولیگانیسم باید ادغام شوند و جلب رضایت هواداران نیز یک شاخص کلی است که در سایر شاخص ها به آن اشاره شده است. تحلیل دلفی فازی برای شاخص های باقی مانده در دور دوم ادامه پیدا کرد. در این مرحله، ۳۵ شاخص براساس دیدگاه ۱۰ خبره مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج حاصل از دلفی فازی در دور دوم در جدول ۳ گزارش شده است.

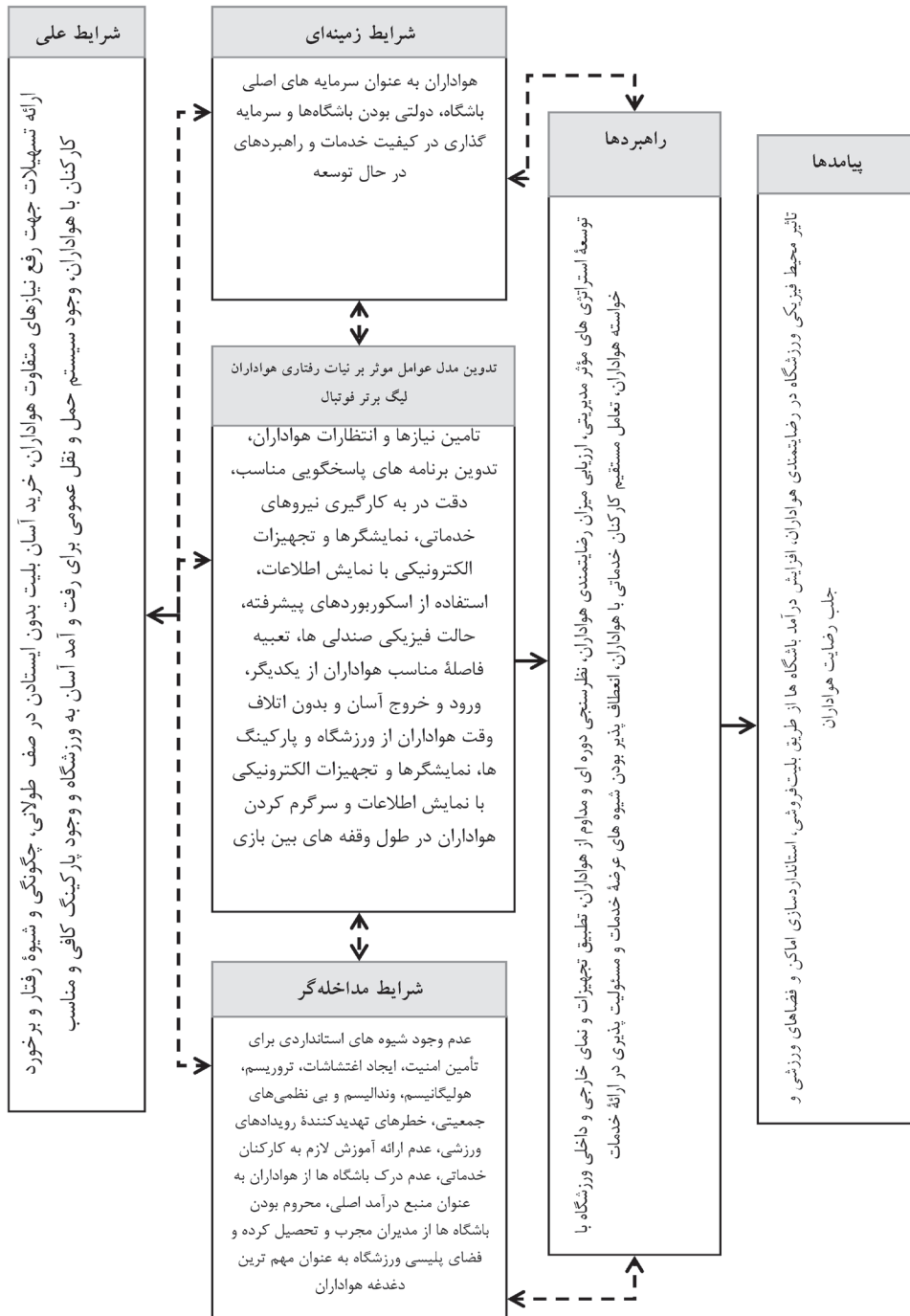
جدول ۳: میانگین فازی و غربالگری فازی شاخص ها (راند دو)

شاخص ها	میانگین فازی	مقدار قطعی	نتیجه راند ۲
تدوین راهبرد و برنامه ریزی بلندمدت ارتباط با هواداران	(0.98,0.92,0.775)	$0/892$	پذیرش
ارزیابی میزان رضایتمندی هواداران	(0.97,0.895,0.735)	$0/867$	پذیرش
نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران	(0.95,0.835,0.64)	$0/808$	پذیرش
ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با هواداران از طریق رسانه های اجتماعی	(0.96,0.87,0.695)	$0/842$	پذیرش
تامین نیازها و انتظارات هواداران	(0.95,0.845,0.655)	$0/817$	پذیرش
سرگرم کردن هواداران در بین دو نیمه بازی	(1.0,0.96,0.84)	$0/933$	پذیرش
تدوین برنامه های پاسخگویی مناسب	(0.94,0.82,0.615)	$0/792$	پذیرش
ارائه تسهیلات جهت رفع نیازهای متفاوت هواداران	(0.97,0.875,0.705)	$0/850$	پذیرش
ادراک از هواداران به عنوان سرمایه های اصلی باشگاه	(0.95,0.855,0.67)	$0/825$	پذیرش
استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی	(0.97,0.895,0.735)	$0/867$	پذیرش
تامین هزینه های باشگاه داری از طریق دولت و نهادهای وابسته	(0.96,0.86,0.68)	$0/833$	پذیرش
درک صحیح باشگاه ها از هواداران به عنوان سرمایه اصلی	(0.98,0.9,0.745)	$0/875$	پذیرش
سرمایه گذاری در کیفیت خدمات و راهبردهای در حال توسعه	(0.98,0.91,0.76)	$0/883$	پذیرش

پذیرش	۰/۸۵۸	(0.97,0.885,0.72)	استفاده از مدیران ورزشی و فوتبالی در اداره باشگاه
پذیرش	۰/۸۵۰	(0.96,0.88,0.71)	انعطاف پذیر بودن شیوه‌های عرضه خدمات
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.97,0.885,0.72)	استفاده از بازیکنان با کیفیت و با اخلاق توسط باشگاه‌ها
پذیرش	۰/۸۲۵	(0.95,0.855,0.67)	استفاده از مربیان با دانش فنی و اخلاق گرا
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.97,0.885,0.72)	استفاده از شیوه‌های جدید تاکتیکی در بازی‌های فوتبال
پذیرش	۰/۸۸۳	(0.98,0.91,0.76)	ارائه بازی‌های زیبا و جوانمردانه از سوی باشگاه‌ها
پذیرش	۰/۸۹۲	(0.98,0.92,0.775)	تاثیر محیط فیزیکی ورزشگاه در رضایتمندی هواداران
پذیرش	۰/۸۷۵	(0.97,0.905,0.75)	سازوکارهای صحیح و عادلانه بلیط فروشی
پذیرش	۰/۹۰۰	(0.98,0.93,0.79)	وجود سیستم حمل و نقل عمومی برای رفت و آمد آسان به ورزشگاه
پذیرش	۰/۸۷۵	(0.98,0.9,0.745)	وجود پارکینگ کافی و مناسب
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.97,0.885,0.72)	استفاده از اسکوربوردهای پیشرفته
پذیرش	۰/۸۴۲	(0.96,0.87,0.695)	حالت فیزیکی صندلی‌ها
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.96,0.89,0.725)	تعیین فاصله مناسب هواداران از یکدیگر
پذیرش	۰/۸۴۲	(0.97,0.865,0.69)	نمایشگرها و تجهیزات الکترونیکی با نمایش اطلاعات
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.96,0.89,0.725)	عدم وجود شیوه‌های استاندارد برای تأمین امنیت
پذیرش	۰/۸۶۷	(0.97,0.895,0.735)	تروریسم، هولیکانیسم، وندالیسم و بی نظمی‌های جمعیتی
پذیرش	۰/۸۸۳	(0.98,0.91,0.76)	خطرهای تهدیدکننده رویدادهای ورزشی
پذیرش	۰/۸۲۵	(0.95,0.855,0.67)	عدم ارائه آموزش لازم به نیروهای تأمین امنیت
پذیرش	۰/۹۲۵	(1,0.95,0.825)	تخصیص هزینه کافی جهت تأمین امنیت از سوی باشگاه
پذیرش	۰/۸۱۷	(0.95,0.845,0.655)	محروم بودن باشگاه‌ها از مدیران مجرب و تحصیلی کرده
پذیرش	۰/۸۵۸	(0.96,0.89,0.725)	فضای امنیتی ورزشگاه به عنوان مهم ترین دغدغه هواداران

در دور دوم هیچ تغییری حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی است. به طور کلی، یک رویکرد برای پایان دلفی آن است که میانگین امتیازات سوالات دور اول و دور دوم باهم مقایسه شوند. در صورتی که اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) کوچکتر باشد، فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. بنابراین می‌توان راندهای دلفی را به پایان برد. در نهایت ۳۴ شاخص در قالب ۵ مقوله اصلی شناسایی شده است. ارتباط بین مقوله‌های مختلف شناسایی شده، در قالب الگوی پارادایم نمایش داده شده است.

تدوین مدل عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال با استفاده از نظریه داده-بنیاد



نمودار ۱: الگوی پارادایمی عوامل موثر بر نیت رفتاری هواداران لیگ برتر فوتبال

بحث و نتیجه گیری

مدل و الگوی پیشنهادی پژوهش در زمینه عوامل موثر بر نيات رفتاری هواداران ليگ برتر فوتبال، مشتمل بر ۳۸ مقوله محوری است که از ترکیب حدود ۲۱۸ مفهوم اولیه به دست آمده است. با استفاده از تکنیک دلفی نسبت به غربال شاخص ها اقدام گردید و ۳۴ شاخص شامل تدوین راهبرد و برنامه ریزی بلندمدت ارتباط با هواداران، ارزیابی میزان رضایتمندی هواداران، نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران، ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با هواداران از طریق رسانه های اجتماعی، تامین نیازها و انتظارات هواداران، سرگرم کردن هواداران در طول وقفه های بین بازی، تدوین برنامه های پاسخگویی مناسب، ادراک از هواداران به عنوان سرمایه های اصلی باشگاه، ارائه تسهیلات جهت رفع نیازهای متفاوت هواداران، تامین هزینه های باشگاه داری از طریق دولت و نهادهای وابسته، ارائه تسهیلات جهت رفع نیازهای متفاوت هواداران، استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی، استفاده از مربیان با دانش فنی و اخلاق گرا، سرمایه گذاری در کیفیت خدمات و راهبردهای در حال توسعه، استفاده از مدیران ورزشی و فوتبالی در اداره باشگاه، استفاده از بازیکنان با کیفیت و با اخلاق توسط باشگاه ها، انعطاف پذیر بودن شیوه های عرضه خدمات، ارائه بازی های زیبا و جوانمردانه از سوی باشگاه ها، استفاده از شیوه های جدید تاکتیکی در بازی های فوتبال، تاثیر محیط فیزیکی ورزشگاه در رضایتمندی هواداران، سازوکارهای صحیح و عادلانه بلیط فروشی، وجود سیستم حمل و نقل عمومی برای رفت و آمد آسان به ورزشگاه، وجود پارکینگ کافی و مناسب، استفاده از اسکوربوردهای پیشرفته، فضای پلیسی ورزشگاه به عنوان مهم ترین دغدغه هواداران، تعبیه فاصله مناسب هواداران از یکدیگر، نمایشگرها و تجهیزات الکترونیکی با نمایش اطلاعات، عدم وجود شیوه های استاندارد برای تأمین امنیت، تروریسم، هولیکانیسم، وندالیسم و بی نظمی های جمعیتی، خطرهای تهدیدکننده رویدادهای ورزشی، عدم ارائه آموزش لازم به نیروهای تأمین امنیت، تخصیص هزینه کافی جهت تأمین امنیت از سوی باشگاه، محروم بودن باشگاه ها از مدیران مجرب و تحصیلی کرده و حالت فیزیکی صندلی ها به دست آمد. پژوهش حاضر با توجه به اهمیت توجه به نيات رفتاری هواداران ليگ برتر فوتبال ایران و حرکت به سمت تخصصی کردن الگوهای عملکردی و با توجه به فقدان مطالعات دانشگاهی در مورد این موضوع صورت گرفت. بر این اساس، نيات رفتاری هواداران در ورزش فوتبال به عنوان مقوله محوری بر مبنای شرایط علی مدیریت ارتباط با هوادار، شرایط حمایتی، شرایط باشگاه، شرایط ورزشگاه و عوامل امنیتی و از طریق راهبردهای توسعه راهبرد های مؤثر مدیریتی، ارزیابی میزان رضایتمندی هواداران، نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران، تطبیق تجهیزات و نمای خارجی و داخلی ورزشگاه با خواسته هواداران، تعامل مستقیم کارکنان خدماتی با هواداران، انعطاف پذیر بودن شیوه های عرضه خدمات و مسئولیت پذیری در ارائه خدمات محقق می شود و به تحقق پیامدهای رضایتمندی هواداران، افزایش درآمد باشگاه ها از طریق بلیت فروشی، استانداردسازی اماکن و فضاهای ورزشی و جلب رضایت هواداران می انجامد. پیشتر نیز در تحقیقی مشابه نیوسون و همکاران (۲۰۱۸) در بررسی رفتار هواداران فوتبال در برزیل به عواملی چون تدوین راهبرد و برنامه ریزی بلندمدت ارتباط با هواداران و ارتباط مستقیم با هواداران از طریق رسانه های اجتماعی اشاره کرده اند. ماک و همکاران (۲۰۱۳) نیز نظرسنجی دوره ای و مداوم از هواداران، تامین نیازها و انتظارات هواداران

و سرگرم کردن هواداران در طول وقفه‌های بین بازی را از عوامل موثر در جهت کنترل رفتار هواداران ورزشی بر شمرده‌اند. وانگ و تانگ (۲۰۱۸)، چو و همکاران (۲۰۱۹) و نورالله و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقات خود به شرایط باشگاه و شرایط ورزشگاه پرداختند و قاسمی و همکاران (۱۳۹۷) و ایزدی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی رفتار هواداران فوتبال لیگ برتر ایران به وجود شرایط حمایتی برای جهت‌دهی صحیح به رفتارهای هواداران اشاره کرده‌اند. در نهایت آگا و دیکسون (۲۰۱۹) و فرجی و همکاران (۱۳۹۴) وجود زیرساخت‌های امنیتی را به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده رفتارهای تماشاگران مسابقات ورزشی معرفی کردند که این یافته نیز همسو با نتایج به دست آمده در این پژوهش می‌باشد.

در مجموع باید گفت، ورزش یک عملکرد اساسی در جامعه ما دارد. برای بیشتر مردم این رویداد صرفاً به عنوان نوعی سرگرمی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما برای هواداران متعصب فوتبال بیش از این اهمیت دارد. هواداران فوتبال از طریق حمایت عاطفی و مالی خود تأثیر مستقیمی در رویدادهای فوتبالی دارند. بدون هوادار، این ورزش مهم، فقط یک فعالیت تفریحی مبهم است که هیچ کس به آن اهمیتی نمی‌دهد. بنابراین توجه به نیت رفتاری هواداران هم منجر به افزایش رضایتمندی هواداران و تبدیل آنان به هواداران وفادار به تیم می‌گردد و هم بر توسعه باشگاه‌های فوتبال در لیگ برتر از طریق حمایت مالی و احساسی این هواداران وفادار تأثیر خواهد گذاشت. لذا ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با هواداران از طریق رسانه‌های اجتماعی، بهبود محیط فیزیکی ورزشگاه جهت افزایش رضایتمندی هواداران، ارائه خدمات پذیرایی رایگان در جریان رویدادهای ورزشی، ادراک از هواداران به عنوان سرمایه‌های اصلی باشگاه، سرمایه‌گذاری در کیفیت خدمات و راهبردهای در حال توسعه، استفاده از مدیران ورزشی و فوتبالی در اداره باشگاه، برطرف نمودن خطرهای تهدیدکننده رویدادهای ورزشی و تخصیص هزینه کافی جهت تامین امنیت از سوی باشگاه به مسئولان برگزاری لیگ برتر فوتبال و مدیران باشگاه‌های فوتبال پیشنهاد می‌گردد.

برنامه ریزی جذب بر توسعه هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران تأثیر دارد که با یافته‌های تحقیقات زهره وندیان (۱۳۹۸) و الهی و همکاران (۱۳۹۸) همسویی دارد. باشگاه‌های فوتبال که در لیگ برتر این فدراسیون حضور دارند، در پی جذب هواداران بیشتر و ایجاد نام‌نما (برند) در ذهن تماشاگران هستند تا میزان وفاداری تماشاگران به باشگاه را افزایش دهند. زهره وندیان و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی دریافته‌اند که مدیران باشگاه‌ها و استادیوم‌ها باید علاوه بر کیفیت عملکردی و فنی، به کیفیت زیباشناختی در استادیوم‌ها توجه خاص داشته باشند تا بتوانند تجربه‌ای به یادماندنی از حضور در ورزشگاه را برای تماشاگران به ارمغان بیاورند و آنها را به تصمیم‌گیری برای حضور مجدد در ورزشگاه و وفاداری به تیم خود مجاب کنند. وجود طرفداران و علاقمندان، احتمال پخش تلویزیونی را افزایش می‌دهد و به حامیان برای ترویج محصولات کمک می‌کند. لیگ برتر فوتبال نقش سازنده‌ای در توسعه این ورزش در بین جوانان دارد و باید برای جذب و توسعه هواداران کیفیت خدمات در این مسابقات را بالا برد.

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود برنامه ریزی اصولی و بلند مدت توسط فدراسیون فوتبال با در نظر گرفتن نظرات کارشناسان و پیشکسوتان جهت جذب هواداران صورت پذیرد. همچنین ایجاد قانون‌های

هواداری، ثبت اطلاعات هواداران و ارائه طرح های بازاریابی راهبردی و سالانه جهت جذب حداکثری هواداران می تواند موثر واقع گردد. نتایج نشان داد که قیمت گذاری بر توسعه هواداری تاثیر دارد که با بسیاری از تحقیقات انجام گرفته همراستا می باشد. هواداران ممکن است بودجه مشخصی را برای تفریح و حضور در استادیوم ها و تماشای مسابقات تویی در نظر بگیرند، اما به طور کلی قیمت بلیط، پخش زنده بازی تیم مورد علاقه از تلویزیون و همزمانی یک مسابقه ورزشی دیگر ارتباطی معکوس با حضور هواداران در استادیوم ها دارد (ژانگ و همکاران، ۱۹۹۶). از این رو با توجه به مشکلات اقتصادی موجود و برای کمک به هواداران جهت حضور بیشتر در استادیوم ها، قیمت گذاری بلیت بر اساس وضعیت اقتصادی هواداران، اهمیت و حساسیت مسابقه، مکان قرارگیری صندلی، سابقه عضویت در کانون هواداران، سطح کیفی و کمی استادیوم ها و نوع علاقمندان (دانش آموزان و دانشجویان) پیشنهاد می گردد (فرخ نیا، ۱۴۰۰).

۱۰۷

نتایج نشان داد که مدیریت هوادار بر توسعه هواداران تاثیر دارد که همراستا با بسیاری از تحقیقات در این زمینه است. باننا (۲۰۱۸) در تحقیق خود بروی هواداران باشگاه رئال مادرید به این نتیجه رسید که اقدامات اجتماعی این باشگاه در قبال هواداران خود موجب افزایش تعهد آنها در قبال این تیم و همچنین افزایش محبوبت برند این باشگاه شده است. لذا باشگاه باید در پی بازاریابی، ایجاد هواداران جدید، حضور هواداران جدید و ایجاد انگیزه و حفظ وفاداری و تعیین هویت آنان باشد (المیری و همکاران، ۱۳۸۸). در این زمینه به کارگیری مدیران متخصص و مجرب و پیشکسوت در تشکیلات مدیریتی باشگاه ها، ایجاد کانون هواداران در جهت ارتقای احساسات مثبت هواداران و توجه لازم و کافی به نیازها و خواسته های هواداران فعلی باشگاه ها پیشنهاد می گردد.

نتایج نشان داد که تعامل پرسنل با هواداران بر توسعه هواداران تاثیر دارد که با نتیجه تحقیقات جنسن و همکاران (۲۰۱۶) همسویی دارد. امروزه توجه به ایجاد ارتباط و کیفیت ارتباط در حوزه بازاریابی افزایش یافته است (کیم، همکاران، ۲۰۱۱). ارتباط مثبت و محکم و نزدیک با هوادار می تواند به منبعی ویژه و بی نظیر برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار تبدیل شود (بوهلر و نوfer، ۲۰۱۰ و پالمیتیر و همکاران، ۲۰۰۹). بنابراین باید ارائه يك مسابقه همانند ارائه دیگر خدمات دارای ویژگی های پذیرفتنی باشد. به عنوان نمونه، لازم است که امکانات استادیوم و تسهیلات تلویزیونی دارای کیفیت مناسب باشند و قیمت بلیط یا هزینه تلویزیون کابلی، معقول و متناسب با توان خرید هواداران تعریف گردد. عدم رعایت این ملاحظات، قطعاً به پیوندهای میان هواداران و باشگاه خدشه وارد خواهد ساخت. جنسن و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود بیان کردند که ابعاد جو استادیوم ورزشی شامل کارکنان حرفه ای، تسهیلات، تجهیزات الکترونیکی، سرگرمی، عملکرد تیم، رقابت تیم، شور و شوق تماشاگران و گروه تشویق بر بازگشت تماشاگران نقش دارند. با توجه به اهمیت این موضوع در بازگشت هواداران به استادیوم ها و با در نظر گرفتن نتایج به دست آمده، به کارگیری سیستم های کنترل نا محسوس به جای تقشیرش بدنی در هنگام ورود به استادیوم ها، استفاده از سیستم دوربین مدار بسته برای کنترل جمعیت بجای دخالت مستقیم مامورین امنیتی، ارائه بلیط الکترونیکی با کارت شناسایی معتبر، شناسایی و جلوگیری از ورود هواداران متخلف توسط ماموران و در نهایت برخورد مناسب ماموران و پرسنل استادیوم با هواداران تیم ها

پیشنهاد می شود (فرخ نیا، ۱۴۰۰).

نتایج نشان داد که مشوق ها بر توسعه هواداران تاثیر دارد. همراستا با آن فانک و جیمز (۲۰۰۱) بیان نمودند که پیوند های مالی بر روی مشوق های مالی مانند قیمت های پایین می توانند به عنوان ابزاری برای حرکت از سطح آگاهی به جاذبه عمل نمایند. می توان از مشوق های مالی به عنوان یک ترفند در جهت خرید بلیت بیشتر یا افزایش شرکت در مسابقات استفاده نمود. بنابراین جهت جذب افراد جدید به فوتبال استفاده از مولفه های بازاریابی مانند آگهی، تبلیغات، وبسایت ها و تمرکز بر هواداران و لذت های همبسته با رویداد متصور می باشد. پیشنهاد می گردد باشگاه ها با همکاری فدراسیون فوتبال، برنامه ریزی و هماهنگی لازم را جهت در نظر گرفتن تسهیلات و امکاناتی همچون: اهدای هدایای تشویقی به هواداران برگزیده، ارائه بلیط نیم بها یا رایگان به آنها، استفاده از کارت هواداری و کوپن تخفیف برای هواداران نمونه و برگزاری جشن ها و کنسرت های جالب و تفریحی قبل از شروع مسابقات در راستای توسعه و افزایش حضور هواداران در استادیوم ها به عنوان یک منبع مالی موثر انجام دهند (فرخ نیا، ۱۴۰۰).

نتایج نشان داد که کانال توزیع بر توسعه هواداری تاثیر دارد. کارو و گارسیا (۲۰۰۲) نیز در پژوهشی بر روی تماشاچیان لالیگای اسپانیا، مهمترین عوامل حضور تماشاگران در استادیوم ها را برنامه ریزی و زمان بندی مسابقات اعلام نمودند که در این زمینه به عواملی مانند برگزاری بازی ها در تعطیلات آخر هفته، انجام مسابقات در شب، دسترسی آسان به استادیوم و ارائه برنامه کامل بازی ها در اول فصل را می توان اشاره کرد. در مورد کانال های توزیع باید اقداماتی را که واکنش مطلوبی از طرف تماشاگران به همراه خواهد داشت در جهت ارائه تصویری مطلوب و دقیق در ذهن آنها مورد هدف قرار داد. در کشور ما هنوز راه حل اساسی برای فروش بلیت و همچنین ورود و خروج آسان از ورزشگاه ارائه نشده است و این مسئله نیاز به تحقیق بیشتر دارد. ارائه تقویم کامل مسابقات در ابتدای فصل، برگزاری مسابقات به صورت منظم و طبق برنامه ریزی اعلام شده، فراهم آوردن امکاناتی جهت دسترسی آسان بلیط در روز مسابقه و برگزاری مسابقات در خارج از ساعات کار و تعطیلات آخر هفته پیشنهاد می گردد.

نتایج نشان داد که قدرت بازار بر توسعه هواداری تاثیر دارد. با صنعتی شدن ورزش، امروزه بازاریابی ورزشی به یک صنعت جهانی بسیار پر درآمد تبدیل گردیده که نتیجه آن کسب سرمایه و درآمدزایی برای تیم ها و سازمان های ورزشی می باشد. همراه با آن سیستم هایی مانند ارائه خدمات کیفی، رضایتمندی و وفاداری مشتریان، توجه به خواسته ها و ترجیحات مشتری، اهمیت بسیار زیادی یافته است (حسن زاده، ۱۳۸۴). نتایج نشان داد که اجرای قوانین بر توسعه هواداران تاثیر دارد. امروزه فدراسیون های ورزشی در راستای تغییر قوانین و مقررات بازی ها جهت برگزاری هر چه جذاب تر مسابقات در حرکت اند و در این راه نگاه ها به افزایش تعداد هواداران در استادیوم ها دوخته شده است. در ایران نیز از قدیم مسابقات مختلف ورزشی در قالب لیگ در حال برگزاری بوده که در آنها تیم هایی از شهرهای گوناگون با یکدیگر جدال می کردند. بسیاری از فدراسیون های ورزشی رشته های مختلف، مسابقات خود را در سال های اخیر به صورت حرفه ای و به نام لیگ برتر برگزار نموده اند. در ایران نیز به مانند سایر مردم دنیا، هواداران زیادی از میان این رشته ها مسابقات لیگ برتر فوتبال

را پیگیری می نمایند (علی محمدی و همکاران، ۱۳۹۲). سرگذشت بازی فوتبال بسیار جالب است، به این دلیل که بسیاری از تاریخ نویسان و نویسندگان (به خصوص غربی ها) سعی نموده اند تا ثابت کنند فوتبال چه از نظر ابتدایی و اولیه، چه از نظر داشتن قوانین و رعایت اصول بازی، از کشور آن ها آغاز گردیده و سپس به کشورهای دیگر رخنه کرده و گسترش یافته است. کشورهای فرانسه و ایتالیا که خود را پدر فوتبال می دانند و کشور انگلستان که به جهت تدوین قوانین و ثبت بازی ها در قرن هجدهم، خود را والاتر و برتر از دیگران می داند، از آن جمله اند. به طور کلی نام ابتدایی بازی فوتبال، «سوله» و یا «جیکودل کالسیو» می باشد. اما فوتبالی که به طور کاملاً استاندارد و با قوانین مدون شروع به کار نمود، از انگلستان سرچشمه گرفته است (فرخ نیا و همکاران ۱۳۹۷). به هر حال، دانستن قوانین و توانایی اجرای درست آنان، تفسیر و اتخاذ تصمیم درست و به موقع توسط داوران، جایگیری مناسب در تمام مدت بازی در زمین مسابقه و تعامل کارآمد با تیم داور از اهمیت زیادی برخوردار است. پیشنهاد می گردد در زمینه آگاهی هواداران پیرامون قوانین این رشته اطلاع رسانی و آموزش مناسب صورت گیرد و از داوران توانا که قابلیت کنترل مسابقات را دارند استفاده شود. استفاده از سیستم ویدیویی در قضاوت داوران نیز می تواند در این بخش موثر واقع گردد.

منابع

- امیری، مجتبی؛ نادریان جهرمی، مسعود؛ حسینی، محمد سلطان؛ نصر اصفهانی، علیرضا و رحیمی، محمد. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۳، صص ۶۱-۷۳.
- ایزدی، علیرضا؛ شعبانی بهار، غلامرضا؛ گودرزی، محمود و هنری، حبیب. (۱۳۹۸). «تعیین درجه اهمیت راهبرد های بازاریابی باشگاه های لیگ برتر فوتبال با روش AHP». فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۸، شماره ۱، صص ۹۵-۱۰۵.
- فرجی، رسول و همتی نژاد، مهرعلی. (۱۳۹۴). «چالش های تأمین امنیت در استادیوم های فوتبال ایران». همایش ملی علوم کاربردی ورزش و تندرستی.
- فرخ نیا، خیرالله؛ فرخ نیا، محمد امین و کریمی پور، احمد. (۱۳۹۷). تاریخ پیدایش ورزش در جهان، ایران و خوزستان. تهران: انتشارات بامداد کتاب
- فرخ نیا، محمد امین؛ موسوی، سید جعفر و محمدی، نصراله. (۱۴۰۰). «شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر توسعه هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران و ارائه مدل». فصلنامه علوم ورزشی. ۱۳(۴۰)، صص ۱۳۵-۱۶۲.
- دنکوب کرپی، فاطمه؛ اصفهانی نیا، اکرم؛ بای، اصغر و اصغرپور، حبیب. (۱۳۹۸). «اثر ارزش های درک شده از رویداد و تصویر از رویداد بر تمایل به بازگشت تماشاگران مسابقات اسبدوانی گنبدکاووس». فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. شماره ۲، پیاپی ۸، صص ۹۷-۱۱۳.
- قاسمی، مجتبی و محمدی، سردار. (۱۳۹۷). «نقش وابستگی و وفاداری هواداران به تیم در نیت خرید محصولات حامی مالی». پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی. شماره ۳، صص ۱-۲۲.
- معصومی، آرش. (۱۳۹۵). تاریخ فوتبال. تهران: افق دور
- مهرابی، قاسم؛ رزاقی، محمدابراهیم و بابازاده، شهره. (۱۳۹۵). «ارتباط مدیریت ارتباط با مشتری و تصویر برند باشگاه های فوتبال با نقش میانجی ارزش ویژه برند». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۸۱-۹۲.
- نقش زن خواجوی، ریحانه؛ سلیمی، مهدی و نظری، رسول. (۱۳۹۹). «ارائه مدل ساختاری برند رویدادهای ورزشی در ایران». پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی. دوره ۱۳، صص ۱۷-۳۴.
- نوراله، اعظم؛ احسانی، محمد و سیدحسینی، رسول. (۱۳۹۷). «شناسایی مولفه های ساختاری و انسانی در برندسازی لباس ورزشی ایرانی». همایش ملی تحقیقات نوین در علوم ورزشی.
- هنرور، افشار؛ مشرف جوادی، بتول و غفوری، فرزاد. (۱۳۸۴). «عامل های سوق دهنده گردشگران به رویدادهای ورزشی بین المللی برگزار شده در کشور». المپیک، دوره ۱۳، شماره ۳، صص ۵۱-۶۴.
- Agha, N., & Dixon, J. C. (2019). "The Uniqueness of Spectator Sport from a Strategic Management Perspective: The Case for Spectatoritis". Journal of Global Sport Management, 1-23.
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing". International journal of Commerce and Management.
- Anthony, D.R., Gordon, S., Gucciardi, D.F. (2020). "A qualitative exploration of mentally tough behaviour in Australian football". Journal of Sports Sciences, 38(3), 1-20.

- Black, D., & Hibbeln, M. (2019). **“Sport and Contemporary International Political Economy”**. In the *Palgrave Handbook of Contemporary International Political Economy* (pp. 651-665). Palgrave Macmillan, London
- Charmaz, K. (2006). **Grounded theory: Objectivist and constructivist methods**. 2nd ed ed, London: Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (2002). **“Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation”**. European journal of operational research, 142(1), 174-186.
- Cheon, J., Lee, S., Crooks, S. M., & Song, J. (2012). **“An investigation of mobile learning readiness in higher education based on the theory of planned behavior”**. Computers & education, 59(3), 1054-1064.
- Cheong, C., Pyun, D. Y., & Leng, H. K. (2019). **“Sponsorship and advertising in sport: a study of consumers’ attitude”**. European Sport Management Quarterly, 19(3), 287-311.
- Cho, H., Lee, H. W., & Pyun, D. Y. (2019). **“The influence of stadium environment on attendance intentions in spectator sport: The moderating role of team loyalty”**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 20(2), 276-290.
- Clark, J. S., & Maher, J. K. (2019). **“Exploring the Relationship between Sport Fan Identification and Addiction to Digital Sports Media”**. In *Multigenerational Online Behavior and Media Use: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 1018-1030). IGI Global
- Corbin, J.M. and Strauss, A. (2008). **“Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria”**. Qualitative sociology, 13(1): p. 3-21.
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A., & Penner, L. A. (2017). **The social psychology of prosocial behavior**. Psychology Press
- Mok, C., Sparks, B., & Kadampully, J. (2013). **Service quality management in hospitality, tourism, and leisure**. Routledge
- Newson, M., Bortolini, T., Buhrmester, M., da Silva, S. R., da Aquino, J. N. Q., & Whitehouse, H. (2018). **“Brazil’s football warriors: Social bonding and inter-group violence”**. Evolution and Human Behavior, 39(6), 675-683.
- Olson, E. M., Duray, R., Cooper, C., & Olson, K. M. (2016). **“Strategy, structure, and**

culture within the English Premier League: an examination of large clubs". Sport, Business and Management: An International Journal, 6(1), 55-75.

- Tuck, M., & Riley, D. (2017). **"The theory of reasoned action: A decision theory of crime"**. In *The reasoning criminal* (pp. 156-169). Routledge
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, K., & Karvounis. S. (2013). **"Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality"**. Sport Management Review, 16 (2013) 85–96.
- Wallis, J. A., Webster, K. E., Levinger, P., Singh, P. J., Fong, C., & Taylor, N. F. (2019). **"Perceptions about participation in a 12week walking program for people with severe knee osteoarthritis: a qualitative analysis"**. Disability and rehabilitation, 41(7), 779785.
- Wang, M. C. H., & Tang, Y. Y. (2018). **"Examining the antecedents of sport team brand equity: A dual-identification perspective"**. Sport Management Review, 21(3), 293-306.

تدوین مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش

داود عزیزی^۱

پروانه گلرد^۲

مهدی سلیمی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۴/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۵/۵

هدف از پژوهش حاضر، تدوین مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش بود. این پژوهش با استفاده از روش کیفی و رویکرد چارمز گراند تئوری انجام پذیرفت. جامعه آماری پژوهش شامل اساتید برجسته و مسئولان ورزش کشور (وزیر، معاونان وزیر و سایر سیاست‌گذاران ورزش کشور) بود که به روش هدفمند انتخاب شدند. ابزار و روش گردآوری داده‌ها، مصاحبه از نوع نیمه ساختاریافته فردی بود. داده‌ها بعد از انجام ۱۳ مصاحبه به مرحله اشباع نظری رسید و طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی و با استفاده از نرم افزار ماکس کیودا تحلیل شدند. پس از کشف کدهای باز در مرحله اول، ۱۴ مفهوم اصلی با عناوین عوامل سازمانی، عملکرد سازمانی، سبک تفکر، کارراه شغلی، اعتماد، ترغیبات، عملکرد فردی، توسعه حرفه‌ای، هوش هیجانی، یادگیری، عملکرد گروهی، تجربیات، خودکارآمدی جمعی و خودکارآمدی فردی تشکیل گردید. سپس با بررسی هم پوشانی مفاهیم استخراج شده، مقوله‌های اصلی تحقیق شامل مؤلفه‌های خودکارآمدی، عوامل مؤثر (پیشایندها) و پیامدهای مطلوب به دست آمد. در نهایت، نظریه پردازی شد و مدل نهایی پژوهش طراحی گردید. بر اساس نتایج پژوهش، مطالعه و تقویت مؤلفه‌های اثرگذار بر خودکارآمدی می‌تواند در سطح فردی و جمعی، خودکارآمدی مدیران ورزشی را تحت تاثیر قرار دهد و منجر به بهبود عملکرد در سطوح مختلف سازمانی گردد.

واژگان کلیدی: خودکارآمدی، مدیران ورزشی، سازمان‌های ورزشی، نظریه داده بنیاد و مدل سازی

۱. گروه مدیریت، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: P_gelard@azad.ac.ir

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مقدمه

امروزه ورزش و ابعاد گوناگون آن به عنوان یک مقوله مهم در محافل مختلف مورد توجه قرار گرفته و کاربردهای فراوان خود را به عنوان پدیده‌ای منحصر به فرد در جهت ایجاد جامعه‌ای پویا و شاداب و رفع بسیاری از بحران‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی و سیاسی نمایان ساخته است (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۲). ورزش یک نمایش عمومی از نظم و ترتیب فیزیکی و ذهنی مربوط به هنجارهای اجتماعی مرتبط است که عنصر رقابت را نیز شامل می‌شود (تورسن^۱، ۲۰۱۳). ورزش ابزاری برای کسب اعتبار اجتماعی در سطح محلی، ملی یا جامعه جهانی است و کسب اعتبار از طریق ورزش به خصوص در بین گروه‌های قومی و نژادی در داخل یک کشور مرسوم می‌باشد (فاکنر و گیب^۲، ۲۰۱۷). در سطح جهانی کسب اعتبار از طریق ورزش به خصوص برای کشورهای کوچک یا کشورهای تازه استقلال یافته از اهمیت بالایی برخوردار است که سبب معرفی شدن این کشورها به جهانیان می‌شود (قاندی و همکاران، ۱۳۹۵).

دولت‌ها نیز برای توسعه اهداف خود در زمینه ورزش، سازمان‌های مختلفی را به وجود می‌آورند و برای هر یک وظایف، عملکرد و اهداف خاصی تعیین کرده‌اند. آنها در روند برنامه‌ریزی، نظارت و پیشرفت تجارب ورزش و اوقات فراغت، به توسعه تفریح و بازی‌های فعال به عنوان بازدارنده‌های بیماری و امراض مرتبط می‌نگرند و برای آن سرمایه‌گذاری می‌نمایند. جوامع امروزی را «جوامع سازمانی» می‌نامند، زیرا انسان‌ها در هر جایی از این جوامع که زندگی می‌کنند و هر کاری که انجام می‌دهند، با سازمان‌های گوناگونی در ارتباط‌اند و سازمان‌ها بخشی از زندگی روزمره همه مردم را تشکیل می‌دهند. برخی از اندیشمندان استدلال می‌کنند که انسان از لحظه تولد تا هنگام مرگ، جریان زندگی خود را در سازمان‌ها می‌گذراند (علیدوست قهفرخی و شایگان، ۱۳۹۴). اکنون در ایران نیز سازمان‌های مختلفی دست‌اندرکار ورزش هستند که هر یک از آنها برای انجام صحیح کارها و انجام کارهای صحیح به اهداف مشخص و برنامه‌های مدونی نیازمندند. فدراسیون‌های ورزشی، هیئت‌ها، باشگاه‌ها، کمیته ملی المپیک و ادارات ورزش و جوانان هریک به طریقی با ورزش در ارتباط هستند (مظفری و همکاران، ۱۳۹۱). وزارت ورزش و جوانان و به تبع آن ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها به عنوان گونه‌ای از انواع سازمان‌های دولتی، عالی‌ترین مرجع رسیدگی به مسائل مربوط به ورزش و جوانان در کشور هستند (علوی، ۱۳۹۵). حال چنانچه انتخاب مدیران در سازمان‌های ورزشی بر اساس شایستگی‌های لازم صورت پذیرد، رسیدن به اهداف کیفی و کمی نظام ورزش کشور دور از دسترس نخواهد بود. یکی از معیارهای شایستگی مدیران، خودکارآمدی آنان می‌باشد که سلیمی، علوی و سلیمانی (۱۳۹۷) نیز در نتایج تحقیق خود با هدف ارائه معیارهای گزینش مدیران عالی سازمان‌های ورزشی بدان اشاره نموده‌اند. بندورا^۳، روان‌شناس کانادایی در سال ۱۹۷۷ برای نخستین بار مفهوم خودکارآمدی را مطرح نمود. منظور از خودکارآمدی در نظام بندورا، احساس شایستگی، کفایت و قابلیت در کنار آمدن با زندگی

1. Torsson

2. Faulkner and Gabe

3. Bandura

است که برآورده کردن و حفظ معیارهای عملکرد باعث افزایش آن می گردد و ناکامی در برآوردن و حفظ این معیارها آن را کاهش می دهد (حسینی اردکانی، ۱۳۹۹). در واقع، خودکارآمدی یک متغیر حیاتی و اساسی در یادگیری، عملکردهای اجتماعی شناختی، مهارت های حرکتی و انتخاب راهبردها و رفتارهاست و بر اساس آن، مهارت های آموخته شده زمانی قادر خواهند بود به صورت عملکرد درآیند که فرد، برانگیخته شده و یا از انگیزه کافی برای عمل کردن و نشان دادن آن یادگیری ها برخوردار باشد (کاتانو و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

خودکارآمدی بر سطح استقامت، تعهد و تلاش برای دستیابی به هدف، اثرگذار است و اینکه ما معیارهای رفتارمان را تا چه اندازه ای درست برآورد کرده باشیم، احساس خودکارآمدی ما را تعیین می نماید. خودکارآمدی پایین می تواند انگیزه را نابود نماید، آرزوها را کم کند، با توانایی های شناختی تداخل نماید و تأثیر نامطلوبی بر سلامت جسمانی بگذارد (خوشنویسان و افروز، ۱۳۹۰). هنگامی که افراد بر این باور باشند که قابلیت ها و توانایی های لازم برای انجام کار یا فعالیتی را دارا هستند، برای انجام آن تکلیف وقت بیشتری صرف می کنند و در نهایت به نتایج بهتری دست می یابند (زینلی و همکاران، ۱۳۸۸). خودکارآمدی عبارت است از: قضاوت یک شخص درباره توانایی خویش برای انجام یک فعالیت خاص. خودکارآمدی، قضاوت شخص در مورد توانایی خود برای سازماندهی کردن و انجام دادن فعالیت هایی است که نیاز به دست یافتن سطح معینی از عملکرد را دارد (جروسالم و هسلینگ^۲، ۲۰۰۹). باورهای خودکارآمدی افراد می توانند از طریق چهار منبع اصلی مؤثر ایجاد و تقویت شوند:

۱. تجارب مستقیم (شخصی): مؤثرترین روش به واسطه تجارب مستقیم می باشد. موفقیت های افراد، باوری نیرومند در کارآمدی شخصی افراد ایجاد می نمایند، در حالی که شکست ها، آنان را ویران می کنند به ویژه اگر این شکست ها قبل از پابرجایی قوی خودکارآمدی رخ دهند.

۲. تجارب جانشینی: این تجارب توسط الگوهای اجتماعی به دست می آید. مشاهده افراد مشابه با کسب موفقیت های آنان باعث تلاش بیشتر و برانگیختگی آنان می شود و توانایی لازم جهت تسلط بر موانع را می یابند و موفق می گردند.

۳. اقناع کلامی: افرادی که به صورت شفاهی تشویق می گردند، در زمانی که توانایی تسلط بر فعالیت ها را دارند، تلاش و تحمل بیشتری می یابند.

۴. داوری توانایی خود: خلق مثبت باعث افزایش خودکارآمدی و خلق محزون، سبب کاهش خودکارآمدی می شود. کاهش واکنش تنیدگی افراد و تفسیر غلط حالات هیجانی در تغییر و اصلاح باورهای خودکارآمدی تأثیر دارند (بیک زاد و همکاران، ۱۳۹۱).

تحقیقات زیادی پیرامون ارتباط خودکارآمدی مدیران با سایر متغیرهای سازمانی به انجام رسیده است که از آن جمله می توان به پژوهش های بیک زاد و همکاران (۱۳۹۱) با هدف بررسی رابطه هوش هیجانی مدیران با خودکارآمدی و سلامت روانی آنان؛ مختاری دینانی (۱۳۹۶) با هدف مطالعه ارتباط بین سبک تفکر و

1. Caetano et al.

2. Jerusalem, M., Hessling

خودکارآمدی مدیران ورزشی ادارات ورزش و جوانان شهرستان های استان تهران؛ صفاری زنجانی و همکاران (۱۳۹۶) با هدف بررسی رابطه توسعه رابطه بین توسعه حرفه ای کارکنان با خودکارآمدی آنان و نوع قدرت مدیران در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه؛ فقیه آرام (۱۳۹۶) با هدف مطالعه رابطه رهبری معنوی با خودکارآمدی مدیران و کارکنان مدارس متوسطه شهر ری و سپاه منصور، معمار و آزموده (۱۳۹۱) با هدف بررسی رابطه عزت نفس و خودکارآمدی با متقاعدسازی در مدیران آموزشی اشاره نمود. با این حال به نظر می رسد که بر روی معیارها و شاخص های خودکارآمدی مدیران تحقیق های قابل توجهی به انجام نرسیده است. از طرفی مختاری دینانی (۱۳۹۶) در نتایج تحقیق خود بیان می دارد که سطح خودکارآمدی مدیران ورزش کشور در سطح متوسط است و نیاز به توجه بیشتری دارد. حال به خوبی قابل ادراک است که شرایط حاکم بر ورزش ایران به ویژه بخش قهرمانی و حرفه ای، به واسطه وجود متغیرهای اثرگذار اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بسیار خاص و ویژه است. بحران در ورزش ایران، کلمه ای بسیار آشنا و ملموس است و کلمه ای است که از گوشه و کنار مباحث مدیریتی ورزش همواره به گوش می رسد. بحران، توصیف کننده شرایطی است که در آن ریشه های پدیده یا حادثه به وجود آمده می تواند حاصل از مسائل و مشکلاتی مانند ساختار و عملیات مدیریتی نامناسب و یا شکست در تطابق با یک تغییر باشد. در اغلب بحران های ورزشی شرایط مشترک ۱. نیاز به تصمیم گیری های سریع؛ ۲. محدود بودن راه حل ها؛ ۳. وخیم شدن اوضاع در صورت اتخاذ تصمیمات غلط؛ ۴. احساس خطر و ناتوانی جهت کمک و ۵. درگیر شدن سازمان ها و حتی برخی از آحاد جامعه وجود دارد. شاید بتوان گفت که به دلیل تنوع زیاد جامعه ورزشی و زیرذره بین بودن آن، وجود بحران های متعدد در ورزش، همواره مدیریت در سطح کلان آن را متمایز و دشوارتر از سایر حوزه ها نموده است. شناخت کامل محیط، عکس العمل صحیح و سریع و تصمیم گیری های بهینه، همگی از ویژگی هایی هستند که یک مدیر ورزشی می تواند با توسل به آنها بحران ها را مدیریت نماید و سازمان خود را از صدمات و پیامدهای محتمل برهاند. یکی از مشهورترین تئوری هایی که در مورد چگونگی پیش بینی و شرح رفتار کاربرد دارد، «تئوری یادگیری اجتماعی» باندورا است. این تئوری به طور گسترده برای مطالعه تغییر رفتارها استفاده می شود و در برگیرنده یک فرآیند شناختی است که به نقش اعتماد به نفس افراد نسبت به توانایی هایشان در انجام رفتاری که از آنها خواسته شده، اشاره دارد و یکی از سازه های مهم آن خودکارآمدی است (جعفری پویان، عتیقه چیان، سرادر، ۱۳۹۶). منظور از خودکارآمدی در حوزه مدیریت، باورهای مدیر درباره قابلیت هایش برای سازماندهی و اجرای موفقیت آمیز اقدامات مورد نیاز برای مدیریت و موقعیت هایی که در آینده پیش خواهد آمد، می باشد. خودکارآمدی مدیر همچنین تخمین کلی فرد از توانایی خود برای تاثیر گذاشتن بر عملکردهای ضروری در دستیابی به شرایط مشخص در سازمان تحت مدیریت است (فیلاوی و ویلیامز، ۲۰۰۴). لذا می توان گفت که وجود خودکارآمدی برای مدیران ورزش می تواند بر روی عملکرد سازمانی آنها و بهره وری کل سازمان اثرگذار باشد. پس با توجه به اهمیت موضوع و خلا پژوهشی در این زمینه، پژوهش حاضر سعی بر آن دارد تا به ارائه مدل کیفی خودکارآمدی مدیران عالی ورزش کشور بپردازد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ نوع، کیفی با شیوه داده-بنیاد^۱ و با رویکرد چارمز می باشد که مبتنی بر دستورالعمل پیشنهاد شده توسط چارمز^۲ شکل گرفته است. همچنین پارادایم غالب بر پژوهش، پارادایم تفسیری است. همان گونه که از نام گذاری روش داده-بنیاد مشخص است، نظریه سازی بر اساس داده های گردآوری شده انجام می پذیرد و سعی بر آن است که ذهن پژوهشگر، هیچ گونه پیش فرضی درباره موضوع مورد پژوهش نداشته باشد. چارمز (۲۰۰۰) در دیدگاه معرفت شناسی خود ضمن ایجاد تردید در مفهوم اولیه نظریه داده-بنیاد، گونه جمعی ساختی این نظریه را ارائه می دهد که مبنای این نسخه تعامل ذهن پژوهشگر و داده های گردآوری شده است. در نتیجه در دیدگاه اولیه روش داده-بنیاد، نظریه ها بدون تاثیر ذهنیات محقق، خود به خود از درون داده ها بیرون می آیند؛ در حالی که گونه جمعی ساختی چارمز مبتنی بر ایجاد نظریه در نتیجه تعامل پژوهشگر و داده هاست. با این حال از نظر تکنیکی بین این دو گونه از نظریه داده-بنیاد هیچ تفاوتی وجود ندارد و گردآوری داده ها در هر دو روش با استفاده از تکنیک ها و مراحل مشابه انجام می پذیرد.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل خبرگان آگاه (اساتید برجسته و مسئولان ورزش کشور- وزیر، معاونان وزیر و سایر سیاست گذاران ورزش کشور) بود. روش نمونه گیری نیز به صورت هدفمند بود؛ چنان که انتخاب نمونه ها تا جایی تداوم یافت که کفایت و اشباع داده ها پیش آمد (۱۳ مصاحبه). ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری تحقیق در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان

ردیف	رشته تحصیلی	تحصیلات	حوزه فعالیت	
			اجرائی	دانشگاهی
۱	مدیریت ورزشی	دکتری	*	*
۲	مدیریت ورزشی	دکتری	*	*
۳	تربیت بدنی و علوم ورزشی	کارشناسی ارشد	*	*
۴	مدیریت دولتی	دکتری	*	*
۵	مدیریت دولتی	کارشناسی ارشد	*	*
۶	حقوق	کارشناسی ارشد	*	*
۷	تربیت بدنی و علوم ورزش	دکتری	*	*
۸	مدیریت ورزشی	دکتری	*	*
۹	مدیریت دولتی	دکتری	*	*
۱۰	مدیریت دولتی	دکتری	*	-
۱۱	جامعه شناسی ورزش	دکتری	*	-
۱۲	مدیریت ورزشی	دکتری	*	-
۱۳	مدیریت ورزشی	دکتری	*	-

1. Grounded Theory

2. Corbin & Strauss

ابزار و روش گردآوری داده ها در این پژوهش، مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند بود. کوربین و استراوس^۱ (۲۰۰۸) برای ارزیابی پژوهش های مبتنی بر رویکرد داده-بنیاد، معیار مقبولیت را ارائه کردند. مقبولیت بدان معناست که نتایج نهایی به دست آمده تا چه میزان در انعکاس تجارب و علم پاسخگویان، محققان و حتی مخاطبان در مورد پدیده مورد مطالعه، معتبر و باورکردنی می باشد. این محققان ده شاخص را برای معیار مقبولیت معرفی کردند که از آن جمله می توان به حساسیت پژوهشگر، انسجام روش شناسی، متناسب بودن نمونه، تکرار شدن یک یافته و استفاده از بازخورد مطلعان اشاره نمود (مقدم و همکاران، ۱۳۹۵). لذا نتایج نهایی حاصل از پژوهش و همچنین فرآیند دستیابی به دیگرام در اختیار پنج نفر از صاحب نظران حوزه تحقیق قرار گرفت که بررسی و تحلیل این افراد بر یافته های پژوهش صحت گذاشت.

روش معتبر دیگر برای ارزیابی پایایی در تحقیقات کیفی، روش حسابرسی فرآیند می باشد که طبق آن محقق دیگری هم بتواند فرآیند به کار رفته توسط محقق اصلی در طول مصاحبه را با روشنی و وضوح پیگیری کند و سازگاری مطالعه را نشان دهد (داونینگ^۲، ۲۰۰۴). لذا در پژوهش حاضر، فرآیند اجرای تصمیمات و همچنین تمامی داده های خام، تحلیل شد و کدها، مقوله ها، فرآیند مطالعه، اهداف اولیه و سوال ها در اختیار دو تن از صاحب نظران قرار گرفت که با حسابرسی دقیق، تمامی گام های پیموده شده مورد تایید واقع شد. جهت اطمینان از پایایی ابزار، علاوه بر روش حسابرسی از روش توافق درونی (درون موضوعی) نیز بهره گیری شد. بدین منظور از بین مصاحبه های انجام گرفته، تعداد سه مصاحبه انتخاب شد و از دو نفر از صاحب نظران درخواست گردید تا به عنوان کدگذار، در پژوهش مشارکت کنند. در هر کدام از مصاحبه ها کدهایی که با هم مشابه بودند با عنوان توافق و کدهای غیر مشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند. در نهایت با کمک فرمول زیر، میزان صحت و پایایی تحقیق مورد ارزیابی قرار گرفت که میزان آن ۶۷ درصد (بالای ۶۰ درصد) به دست آمد و بیانگر پایایی مناسب ابزار پژوهش می باشد.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

روش داده-بنیاد با سه رویکرد سیستماتیک، نوحاسته و سازاگرا اجرای می شود که در این پژوهش از مدل سازاگرا مبتنی بر پژوهش چارمز (۲۰۰۰) استفاده گردید. این رویکرد مبتنی بر سه گام اصلی کدگذاری باز^۳، کدگذاری محوری^۴ و کدگذاری انتخابی^۵ است. همچنین جهت تحلیل داده ها از نرم افزار ماکس کیودا^۶ استفاده شد.

یافته های پژوهش

نخستین مرحله در ساخت نظریه زمینه ای، انجام کدبندی باز است. کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت

1. Corbin, Strauss
2. Downing
3. Open Coding
4. Axial Coding
5. Selective Coding
6. MAXQDA

سطر به سطر، عبارت به عبارت، پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه جداگانه انجام می شود. در این قسمت به جای ارائه تمامی صفحات نگارش شده از مصاحبه ها، فقط کدهای باز براساس متون مصاحبه ارائه شده است.

جدول ۲: کدگذاری باز داده های جمع آوری شده حاصل از مصاحبه ها

منبع (مصاحبه)	کدهای اولیه	منبع (مصاحبه)	کدهای اولیه
۱۳م	انجام موفقیت آمیز عملکرد	۱۳م	دانش فردی
۴م	کارایی جمعی	۱۲م، ۵م، ۳م، ۲م	داشتن تجربه
۱۳م	تجربیات موفق	۶م	تعهد
۱۳م، ۷م	عزت نفس	۶م، ۲م	داشتن تخصص
۱۳م، ۱م	انگیزش داشتن	۱۳م	افزایش اطلاعات و آگاهی و دانش مدیران
۹م	اعتماد به توانمندی ها	۱۱م	دوره های آموزشی و بازآموزی
۴م، ۹م، ۱۳م	اعتماد به نفس	۱۰م، ۲م	مدیریت رابطه
۶م	توانمندسازی جمعی	۷م	شناخت محیط
۱۰م، ۱۳م	اعتماد به سازمان	۱۳م	خودآگاهی
۱۰م	شایسته سالاری	۱م	مهارت های فنی، اخلاقی و رفتاری
۸م	برون گرایی	۱۳م	تجربیات موفق
۱۰م، ۹م، ۸م، ۷م، ۴م، ۵م	تفویض اختیار	۱۳م	هدایت اثربخش زیردستان
۸م، ۱۰م	اعتماد به مدیران میانی و پایین	۹م، ۱۳م	فراهم سازی بسترهای فرهنگی
۱م، ۸م	خرد جمعی	۱۱م، ۹م، ۸م، ۴م، ۳م	کنار گذاشتن بخش نامه ها و دستورالعمل های دست و پاگیر
۹م	شایستگی	۱۳م	مهارت های فردی
۸م، ۱۱م	اعتماد به مدیران	۳م	توجه به نیروی انسانی به عنوان سرمایه اصلی سازمان
۲م	توسعه انواع ورزش	۱۳م	به روز کردن دانش مدیران
۲م	توسعه زیرساخت های ورزش	۱۲م	افزایش اعتماد به نفس در مدیر
۵م	استقرار نظام پیشنهادات	۱۳م	اشتراک گذاری دانش به زیردستان
۵م	تصمیم گیری های جمعی	۱۳م	توانایی های فردی
۲م	ارزیابی سطح توانمندی های مدیران	۱۳م	خودآرزیابی
۳م	داشتن چشم انداز	۷م	مشارکت بیشتر
۱۰م	اعتماد به کارشناسان	۱۳م	کسب مهارت های بیشتر
۳م	ارتقاء جایگاه ورزش	۶م، ۲م، ۱م	بسترسازی لازم در حوزه قوانین و مقررات
۱۰م	فراهم بودن ابزار و امکانات	۵م	فرهنگ سازی
۱۰م	ارتقای ورزش	۱۳م	خودباوری
۱۲م	منابع مالی	۱۳م	مهارت های اجتماعی
۱۲م	ثبات مدیریت	۶م	اختصاص اعتبارات مالی بیشتر در حوزه ورزش
۲م	حمایت	۱۳م	توسعه باورها
-	-	۱۲م	رشد مدیر

با استناد به کدبندی مرحله اول که به «کدبندی باز» معروف است، از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام گرفته با صاحب‌نظران ۵۹ کدباز شناسایی گردید. گفتنی است که برخی از کدها منحصر به فرد و برخی نیز دو مرتبه یا بیش از دو مرتبه مطرح شده بود.

مرحله دوم کدبندی داده‌ها به «کدبندی محوری» موسوم است. در این مرحله، کدهای باز به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. در واقع این مرحله انتزاعی‌ترین سطح کدگذاری است که از طریق آن روابط بین مقوله‌های ایجاد شده تشریح می‌شود. جدول ۳ بیانگر کدگذاری محوری است.

جدول ۳: مفهوم سازی کدهای اولیه

منبع	کدهای اولیه	مفاهیم
۱۲م	منابع مالی	عوامل سازمانی
۱۲م	ثبات مدیریت	
۱۰م	فراهم بودن ابزار و امکانات	
۳م	داشتن چشم انداز	
۲م	ارزیابی سطح توانمندی‌های مدیران	
۲م	حمایت	
۵م	استقرار نظام پیشنهادات	
۱۰م	ارتقای ورزش	عملکرد سازمانی
۳م	ارتقای جایگاه ورزش	
۲م	توسعه زیرساخت‌های ورزش	
۲م	توسعه انواع ورزش	
۵م	تصمیم‌گیری‌های جمعی	سبک تفکر
۸م	برون‌گرایی	
۱م، ۸م	خردجمعی	
۷م	شایسته سالاری	کارراه شغلی
۴م، ۵م، ۷م، ۸م، ۹م، ۱۰م	تفویض اختیار	
۹م	شایستگی	
۱۰م	اعتماد به کارشناسان	اعتماد
۸م، ۱۰م	اعتماد به مدیران میانی و پایین	
۸م، ۱۱م	اعتماد به مدیران	
۱۰م، ۱۳م	اعتماد به سازمان	
۱۲م	افزایش اعتماد به نفس در مدیر	عملکرد فردی
۱۲م	رشد مدیر	
۱۳م	انجام موفقیت عملکرد	
۱۳م	خودباوری	

توسعه حرفه ای	توجه به نیروی انسانی به عنوان سرمایه اصلی سازمان	۳م
	فرهنگ سازی	۵م
	اختصاص اعتبارات مالی بیشتر در حوزه ورزش	۶م
	بسترسازی لازم در حوزه قوانین و مقررات	۱م، ۲م، ۶م
	کنار گذاشتن بخش نامه ها و دستورالعمل های دست و پاگیر	۳م، ۴م، ۸م، ۹م، ۱۱م
	فراهم سازی بسترهای فرهنگی	۹م، ۱۳م
هوش هیجانی	شناخت محیط	۷م
	مدیریت رابطه	۲م، ۱۰م
	خودارزیایی	۱۳م
	خودآگاهی	۱۳م
یادگیری	دوره های آموزشی و بازآموزی	۱۱م
	کسب های مهارت های بیشتر	۱۳م
	به روز کردن دانش مدیران	۱۳م
	افزایش اطلاعات و آگاهی و دانش مدیران	۱۳م
عملکرد گروهی	تعهد سازمانی	۶م
	هدایت اثربخش زیردستان	۱۳م
	اشتراک گذاری دانش به زیردستان	۱۳م
تجربیات	آموزش های حین کار	۱۱م
	داشتن تجربه	۲م، ۳م، ۵م، ۱۲م
	تجربیات موفق	۱۳م
خودکارآمدی جمعی	توانمندسازی جمعی	۶م
	کارایی جمعی	۴م
	مشارکت بیشتر	۷م
	مهارت های اجتماعی	۱۳م
خودکارآمدی فردی	مهارت های فنی، اخلاقی و رفتاری	۱م
	داشتن تخصص	۲م، ۶م
	توانایی های فردی	۱۳م
ترغیبات	مهارت های فردی	۱۳م
	دانش فردی	۱۳م
	اعتماد به توانمندی ها	۹م
	انگیزش داشتن	۱م، ۱۳م
	اعتماد به نفس	۴م، ۹م، ۱۳م
	عزت نفس	۷م، ۱۳م
	توسعه باورها	۱۳م

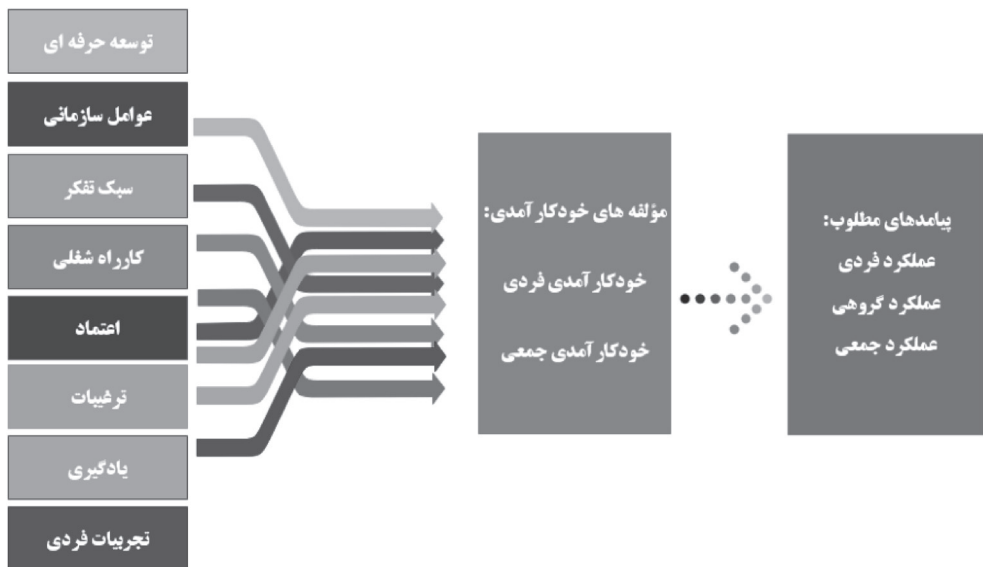
با استناد به نتایج کدبندی محوری و روابط بین مقوله های شناسایی شده، ۱۴ کده محوری با نام های عوامل سازمانی، عملکرد سازمانی، سبک تفکر، کارراه شغلی، اعتماد، ترغیبات، عملکرد فردی، توسعه حرفه ای،

هوش هیجانی، یادگیری، عملکرد گروهی، تجربیات، خودکارآمدی جمعی و خودکارآمدی فردی شکل گرفت. کدبندی نظری (گزینشی) عبارت است از: چینش کدهای محوری در کنار هم براساس منطق و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند. خروجی این مرحله چیزی جز تئوری پردازی نیست که حاصل شده است. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. شیوه کدگذاری‌های نظری به شرح جدول ۴ است.

جدول ۴: مقوله بندی مفاهیم

مقوله های اصلی	مفاهیم	منبع
مؤلفه های خودکارآمدی	خودکارآمدی فردی	۱م، ۶م، ۲م، ۱۳م
	خودکارآمدی جمعی	۶م، ۴م، ۷م، ۱۳م
عوامل مؤثر (پیشاینده‌ها)	عوامل سازمانی	۱۲م، ۱۰م، ۲م، ۵م
	سبک تفکر	۵م، ۸م، ۱م
	کارراه شغلی	۷م، ۴م، ۵م، ۸م، ۹م، ۱۰م
	اعتماد	۱۰م، ۸م، ۱۱م، ۱۳م
	ترغیبات	۹م، ۱م، ۱۳م، ۴م، ۷م
	توسعه حرفه‌ای	۳م، ۵م، ۶م، ۱م، ۲م، ۴م، ۸م، ۱۹م
	هوش هیجانی	۷م، ۱۰م، ۲م، ۱۳م
	یادگیری	۱۱م، ۱۳م
	تجربیات	۱۱م، ۱۲م، ۵م، ۳م، ۲م، ۱م
پیامدهای مطلوب	عملکرد سازمانی	۱۰م، ۲م، ۳م
	عملکرد گروهی	۶م، ۱۳م
	عملکرد فردی	۱۲م، ۱۳م

براساس ترکیب لایه‌های ارائه شده در صفحات قبل یعنی مؤلفه‌های خودکارآمدی، عوامل مؤثر (پیشاینده‌ها) و پیامدهای مطلوب، مدل نهایی تحقیق بر اساس شکل ۱ ارائه می‌شود.



شکل ۱: مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش

بحث و نتیجه گیری

هدف این تحقیق، ارائه مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش کشور بود. یافته های این تحقیق حول سه محور مؤلفه های خودکارآمدی، پیش برنده ها (عوامل مؤثر) و پیامدهای مطلوب بود. در بخش مؤلفه های خودکارآمدی، یافته های این تحقیق مویده این بود که خودکارآمدی مدیران ورزشی تابع دو مؤلفه خودکارآمدی فردی و خودکارآمدی جمعی است. این یافته به طور نسبی با نتایج مطالعات رحیمی و همکاران (۱۳۹۶)، گویدیتی^۱ و همکاران (۲۰۱۸) و اسکالویک و اسکالویک^۲ (۲۰۱۹) که دو سطح فردی و جمعی برای خودکارآمدی قائل بودند، همخوانی دارد. از آنجا که افراد هم به صورت فردی و هم به صورت جمعی عمل می کنند، باور خودکارآمدی می تواند هم در سطح فردی و هم در سطح جمعی مفهوم سازی شود.

در قیاس با خودکارآمدی فردی، باور خودکارآمدی جمعی با تکالیف گروهی، تلاش ها و افکار مشترک اعضای گروه و پیشرفت گروهی مرتبط است. در همین رابطه تاسا^۳ و همکاران (۲۰۰۷) اظهار داشتند خودکارآمدی جمعی، حاصل پویایی های تعاملی و هم افزایی گروه است؛ بدین معنا که اگر اعضای گروه ببینند که همکاران شان رفتارهای گروهی از خود نشان می دهند (یا نمی دهند) خودکارآمدی جمعی اعضای گروه افزایش (یا کاهش) می یابد. این ارزیابی از توانایی سایر افراد گروه، یکی از پیش بینی کننده های خودکارآمدی جمعی است. بنابراین اگرچه قضاوت فرد از توانایی های خود از عوامل مؤثر بر عملکرد در سازمان محسوب

1. Guidetti

2. Skaalvik, Skaalvik

3. Tasa

می شود، اما درک فرد از رفتار و توانایی های جمعی در دستیابی به بهترین عملکرد سازمانی هم قابل چشم پوشی نیست. تقویت ارزش های جمعی، تعریف اهداف گروهی و حمایت از نتایج کار گروهی و ارائه نتایج حاصل از کار گروهی که می تواند بر درک افراد از توانایی ها و قابلیت های گروه و کار گروهی حمایت کند می تواند خودکارآمدی جمعی در بخش مدیران سازمانی را افزایش دهد؛ این در حالی است که شناسایی و تقویت عوامل موثر بر خودکارآمدی جمعی، نتایج حاصل از هم افزایی را برای سازمان به ارمغان می آورد.

در بخش پیش برنده ها یا عوامل موثر بر خودکارآمدی مدیران ورزشی، یافته های این تحقیق موید این بود که عامل های اعتماد، عوامل سازمانی، سبک تفکر، کارراه شغلی، ترغیبات، توسعه حرفه ای، هوش هیجانی، یادگیری و تجربیات باعث ایجاد و تقویت جنبه های خودکارآمدی می شوند. این یافته به طور نسبی با نتایج مطالعات نادى (۱۳۹۲) مبنی بر اینکه نشان دادند اعتماد به سازمان و اعتماد به مدیر موجب گستردگی خودکارآمدی می شود، کاراکابی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) به دلیل اینکه اظهار داشتند بین اعتماد و خودکارآمدی جمعی ارتباط وجود دارد، اودایار^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در راستای اینکه مشخص کردند خودکارآمدی تحت تأثیر هوش هیجانی قرار دارد، هوانگ^۳ و همکاران (۲۰۲۰) به موجب اینکه عوامل سازمانی در تقویت جنبه های خودکارآمدی مؤثر قلمداد می کردند، لانسادی و سلیم^۴ مبنی بر اینکه که سبک های تفکر در خودکارآمدی افراد نقش مؤثری ایفا می کند، اردلان و همت (۱۳۹۶) که کشف کردند بین کارراه شغلی و خودکارآمدی مربیان فنی و حرفه ای ارتباط معناداری وجود دارد، شجاعی و همکاران (۱۳۹۵) که ترغیبات کلامی یا اجتماعی را بر خودکارآمدی مؤثر می دانستند، لاو^۵ و همکاران (۲۰۱۸) در راستای اینکه گزارش کردند یادگیری، تجربه و ترغیبات اجتماعی موجب تقویت خودکارآمدی می شود، همخوان است. در تبیین این یافته که اعتماد، تقویت کننده خودکارآمدی مدیران عالی ورزش است، باید گفت که هر اندازه مدیران ارزش های سازمانی را بپذیرند و بیشتر خود را متعلق به سازمان بدانند و به سازمان اعتماد بیش تری داشته باشند، خود را ملزم به تلاش در راه نیل به اهداف آن می دانند و از آنجا که خودکارآمدی نقش عاملی مهم را برای انجام موفقیت آمیز عملکرد بازی می کند و از مهارت های اساسی آن است، به نظر می رسد اعتماد، مدیران را در قبول یا رد چالش های مدیریت کمک خواهد کرد. منطقی است که مدیرانی که در یک محیط رفتاری لطیف و با اعتماد فعالیت می کنند، بخواهند از عهده فرصت هایی برای ایفای وظایف چالش برانگیز برآیند و قبول یا رد این چالش به سطح خودکارآمدی نقش آن ها وابسته است (نادی و همکاران، ۱۳۹۲). در تبیین این یافته که عوامل سازمانی تقویت کننده خودکارآمدی مدیران عالی ورزش است، باید گفت که دسته بندی های مختلفی پیرامون اینکه چه عواملی مؤثر بر خودکارآمدی است وجود دارد. یکی از این دسته بندی ها، ترکیب و تلفیق عوامل در دو دسته فردی و سازمانی است. در این راستا عوامل فردی، شامل متغیرهایی است که به

1. Karacabey
2. Udayar
3. Huang
4. Laensadi, Salim
5. Lau

ویژگی های فردی و زندگی نامه فرد مربوط می شود. عوامل سازمانی نیز شامل ویژگی هایی است که از طریق سازمان بر فرد تأثیر می گذارند (وای یَن^۱ و همکاران، ۲۰۰۸). منابع مالی، ثبات مدیریت، فراهم بودن ابزار و امکانات، داشتن چشم انداز، ارزیابی سطح توانمندی های مدیران و حمایت و استقرار نظام پیشنهادات از جمله عوامل سازمانی موثر بر خودکارآمدی مدیران عالی ورزش به شمار می آید که در این تحقیق شناسایی شد. لذا می توان نتیجه گرفت که هر اندازه عوامل سازمانی مرتبط با خودکارآمدی در سازمان وجود داشته باشند و سطح آن نیز سطح بهینه ای باشد، این انتظار وجود دارد که خودکارآمدی مدیران عالی ورزش تقویت گردد. در تفسیر اینکه سبک تفکر باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می شود، می توان گفت که افراد دارای سبک تفکر برون گرا، به تصمیم گیری های جمعی و خرد جمعی، به اشتراک گذاشتن روند امور و ارزشیابی مسائل گوناگون علاقه مندند. این افراد مسائلی را ترجیح می دهند که بتوانند از طریق مشارکت با دیگران به تحلیل و ارزیابی آنها بپردازند. از آنجا که این سبک ها می توانند مولد خلاقیت باشند و به پردازش اطلاعات به صورت مشارکتی نیاز دارند، مدیرانی که این سبک تفکر را به کار می گیرند متمایل به چالش طلبیدن هنجارها و پذیرش خطر هستند. سبک های تفکر مذکور که تقریباً هم راستا و هم جهت هستند، باعث می شوند مدیران کارآمدتر عمل کنند. در تبیین این یافته که کارراهه شغلی باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می شود، می توان گفت که کارراهه شغلی برنامه جامعی است که نیازها و منافع کارکنان، سازمان و جامعه را همزمان مدنظر قرار می دهد و برای رشد و ارتقای کارکنان و کاهش ریزش نیروهای دانش محور در سازمان برنامه ریزی می کند و با شکل دهی به آنچه که فرد در زندگی به دنبال آن است، بر انتخاب های شغلی فرد و واکنش های کارکنان به تجربه های شغلی شان اثر می گذارد و در تصمیم به تغییر از یک شغل به شغل دیگر دخالت می کند. بر همین اساس می توان بیان کرد در مسیر زندگی شغلی افراد رویدادهای مشخصی روی می دهد که تا حد زیادی قابل پیش بینی می باشند. اگر افراد بتوانند این رویدادها را درک کنند، با آمادگی بیشتری به استقبال آن ها می روند و در صحنه تعیین مسیر شغلی خود، نقشی فعال تر بر عهده می گیرند و در نتیجه احساس خودکارآمدی خواهند کرد (اردلان و همتی، ۱۳۹۶). در تفسیر این یافته که ترغیبات باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می شود، می توان گفت که ترغیبات یا اقناع که جنبه های مختلفی همچون اقناع کلامی، اجتماعی و غیره دارد، به تأثیر تحسین ها و تشویق های دیگران بر انتظارات اشخاص اشاره دارد. به اعتقاد باندورا (۲۰۱۰) اینکه به افراد گفته شود آن ها توانایی رسیدن به هر چیزی را که می خواهند دارند، می تواند کارایی شخصی را افزایش دهد؛ چرا که این گونه باورها ابزاری است که تعیین می کند که افراد با داشتن توانایی و دانش مهارت ها چه اعمالی را می توانند انجام دهند. این کار معمولاً توسط دیگران مهم انجام می شود و برای اینکه این فرایند ترغیب سازی یا اقناع سازی موثر باشد، لازم است واقع بینانه باشد. در تبیین این یافته که توسعه حرفه ای باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می شود، می توان گفت که انسان، محور بهره وری است و کلیه سازمان ها با هر مأموریتی که دارند، باید بیشترین سرمایه، وقت و برنامه خویش را به توسعه منابع انسانی اختصاص دهند؛ به گونه ای که تمامی کارکنان، در ابعاد مختلف آمادگی ایجاد، پرورش

و کاربردی کردن بهره‌وری فردی، گروهی و سازمانی را دارا باشند (ابیلیخ^۱، ۲۰۰۳). سازمان‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و باید برای توسعه حرفه‌ای منابع انسانی خود (به طور خاص مدیران) برنامه‌ریزی کنند. در تفسیر این نتیجه که هوش هیجانی باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می‌شود، می‌توان اذعان داشت که با توجه به اینکه هوش هیجانی شامل مجموعه‌ای از مهارت‌های به هم پیوسته برای ادراک دقیق، ارزیابی و ابراز هیجان‌ها، دسترسی یا ایجاد احساسات به منظور تسهیل تفکر، توانایی فهم هیجان‌ها و دانش هیجانی و توانایی تنظیم هیجان‌ها به منظور رشد هیجانی و عقلانی است و باورهای خودکارآمدی نیز بر طرز تفکر افراد، چگونگی رویارویی با مشکلات، سلامت هیجانی، تصمیم‌گیری، مقابله با استرس و افسردگی تأثیر می‌گذارد، هر دو سازه مجموعه‌ای از مهارت‌ها، استعدادها و توانایی‌ها هستند که توانایی موفقیت فرد را در مقابله با فشارها و اقتضاهای محیطی افزایش می‌دهند. بر این اساس هر دو متغیر با یکدیگر رابطه مثبتی دارند و قابلیت پیش‌بینی یکدیگر بر خوردارند (بیک‌زاد و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج پژوهش بونانویچ^۲ (۲۰۲۰)، بیک‌زاده و همکاران (۱۳۹۱)، سلیمانی و علی‌بیگی (۱۳۸۸) همراستا با نتایج پژوهش حاضر و تایید کننده تأثیر مثبت هوش هیجانی بر خودکارآمدی می‌باشد. در تبیین این یافته که یادگیری باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می‌شود، می‌توان گفت که یادگیری سبب می‌شود تا مدیران قدرت سازگاری و کارایی خود را در مقابل تغییرات محیطی، اصلاح و بهبود بخشند. در نتیجه با استفاده از تکنیک‌های افزایش یادگیری می‌توان باور افراد در ارتباط با تکالیف شغلی‌شان را تحت تأثیر قرار داد و در نهایت خودکارآمدی شغلی در سازمان را پیش‌بینی کرد (هنوانیچ^۳ و همکاران، ۲۰۰۶). در همین راستا پاجارز و شانک^۴ (۲۰۰۲) معتقدند که یادگیری هر فرد مشخص می‌کند که چقدر روی فعالیتی تلاش کرده، چقدر زمان صرف آن کرده و تا چه حد روی فعالیت‌های چالش برانگیز پافشاری کرده و با تجربیات ناخوشایند مواجه شده‌اند. سرانجام در تفسیر این یافته که تجربیات باعث تقویت خودکارآمدی مدیران عالی ورزش می‌شود، می‌توان گفت که تجربه، یکی از چهار منبع اطلاعاتی است که باورهای خودکارآمدی افراد را شکل می‌دهد. این شکل‌دهی به طریقی نیست که به صورت مستقیم اثرگذار باشد، بلکه افراد نتایج رویدادها را تفسیر می‌کنند و این تفسیرها مبنای عملکرد و کارکرد آنها را فراهم می‌سازد (هوی^۵ و همکاران، ۲۰۰۵). بر مبنای تحلیل‌های انجام گرفته، کسب تجربه تنها از طریق آموزش‌های حین کار، داشتن تجربه قبلی و تجربیات موفق قابل پیگیری است. در واقع مبنای اثرگذاری تجربیات تنها از طریق فرایندهای نامبرده می‌باشد.

در بخش پیامدهای مطلوب خودکارآمدی یافته‌های این تحقیق موید این بود که پیاده‌سازی و اجرای طرح خودکارآمدی سبب تقویت عملکرد فردی، گروهی و سازمانی مدیران می‌شود. این یافته به طور نسبی با نتایج مطالعات رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) مبنی بر اینکه خودکارآمدی جمعی و خودکارآمدی فردی سبب ارتقای

1. Ebilikh
2. Bobanović
3. Hanvanich
4. Pajares & Schunk
5. Hoy

عملکرد گروهی و عملکرد فردی افراد می شود و میراگلیا^۱ و همکاران (۲۰۱۵) که کارکنان با کارآمدی بالا سطح بالایی از عملکرد دارند، همخوان است. بر این اساس می توان گفت هرچه باور مدیران ورزشی نسبت به توانایی و قابلیت های خود بیشتر باشد، عملکرد فردی، گروهی و سازمانی بهتری خواهند داشت. این رخداد از طرق گوناگون مانند افزایش انگیزش، تمرکز بر وظیفه، تلاش برای کاهش نگرانی و کاهش تفکر منفی محکوم به شکست حادث می شود.

مدیران ورزشی، از منابع مهم انسانی هستند که نقش برجسته ای در موفقیت سازمان های ورزشی بر عهده دارند؛ به طوری که کوچکترین تصمیم گیری آن ها می تواند بر عملکرد کل سازمان و جامعه ورزش تاثیر بگذارد. از طرف دیگر، خودکارآمدی مشخص می کند که مدیران چگونه احساس می کنند، چگونه می اندیشند، چگونه خود را بر می انگیزند و چطور رفتار می کنند و این امر بر انتخاب و میزان تلاش آنها برای انجام وظایف اثر می گذارد. لذا پژوهش حاضر با هدف تدوین مدل خودکارآمدی مدیران عالی ورزش نگارش شد و عوامل موثر بر خودکارآمدی و نتایج حاصل بر مبنای مدل نهایی معرفی گردید. عوامل موثر در ۷ بعد شناسایی شد که می تواند به عنوان راهنمای اجرای اقدامات در راستای تقویت خودکارآمدی در دو بخش فردی و جمعی در سازمان مورد استفاده قرار گیرد.

منابع

- اردلان، محمد رضا و همتی، مدینه (۱۳۹۶). «کارراهه شغلی و خودکارآمدی مربیان فنی و حرفه‌ای (مطالعه موردی: استان همدان)». مدیریت بر آموزش سازمان‌ها. ۶ (۲)، صص ۸۵-۵۹.
- بیک زاد، جعفر؛ خدیوی، اسدالله؛ حسین پور سنبلی، علیرضا و محمدنژاد اصل، راحله. (۱۳۹۱). «رابطه هوش هیجانی مدیران با خودکارآمدی و سلامت روانی آنان». فصلنامه علوم تربیتی. ۵ (۱۹)، صص ۱۲۷-۱۴۱.
- جعفری پویان، ابراهیم؛ عتیقه چیان، گلرخ و سرادار، آمنه. (۱۳۹۶). «سطح خودکارآمدی مدیران ارشد بیمارستان‌ها در مقابله با حوادث و بلایا». فصلنامه بیمارستان. ۱۶ (۲)، صص ۳۵-۴۳.
- حسینی اردکانی. (۱۳۹۹). «اثربخشی روانشناسی مثبت نگر بر انگیزش پیشرفت و خودکارآمدی بر دانشجویان ساکن خوابگاه». فصلنامه ایده‌های نوین روانشناسی. ۴ (۸)، صص ۱-۱۲.
- حسین چاری، مسعود. (۱۳۸۶). «مقایسه خودکارآمدی ادراک شده در تعامل اجتماعی با همسالان در بین گروهی از دانش آموزان دختر و پسر دوره راهنمایی». مطالعات روان شناختی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهراء. ۳ (۴)، صص ۸۷-۱۰۳.
- خوشنویسان، زهرا و افروز، غلامعلی. (۱۳۹۰). «رابطه خودکارآمدی با افسردگی، اضطراب و استرس». اندیشه و رفتار. ۲۰، صص ۷۳-۸۰.
- رحیمی، فرجاله؛ نداف، مهدی و ظفرپور امیرآباد، جابر. (۱۳۹۶). «الگوی چندسطحی پیشنهادی- پیامدهای خودکارآمدی کارکنان». پژوهشهای مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع). ۹ (۲)، صص ۹۳-۱۱۷.
- زینلی پور، حسین؛ اقبال، زارعی و زندی نیا، زهره. (۱۳۸۸). «خودکارآمدی عمومی و تحصیلی دانش آموزان و ارتباط آن با عملکرد تحصیلی». پژوهشنامه مطالعات روانشناسی تربیتی. ۹، صص ۱-۲۸.
- سپاه منصور، مژگان؛ معمار، المیرا و آزموده، معصومه. (۱۳۹۱). «رابطه عزت نفس و خودکارآمدی با متقاعدسازی در مدیران آموزشی». ۱ (۲)، صص ۹۲-۱۰۰.
- سلیمانی، نادر و علییگی، فرزانه. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه هوش هیجانی مدیران گروه‌های آموزشی با خودکارآمدی آنان در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ده کشور». فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی. ۳ (۴)، صص ۱۳۷-۱۵۴.
- سلیمی، مهدی؛ سلطان حسینی، محمد؛ قاسمی، حمید و ترکیان ولاشانی، سمانه. (۱۳۹۲). «به‌کارگیری روش تحلیلی سلسله مراتبی (AHP) در اولویت‌بندی موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های ورزشی». مدیریت ورزشی. ۳، صص ۱۳۷-۱۵۹.
- سلیمی، مهدی؛ علوی، سید فرشید و سلیمانی، محبوبه. (۱۳۹۷). «ارائه معیارهای گزینش مدیران عالی سازمان‌های ورزشی». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۱۶ (۱)، صص ۳۰۹-۳۲۸.
- شجاعی، مهرنوش؛ درتاج، فریبرز؛ قائمی، فاطمه؛ زوار، مجید و شجاعی، ملیحه. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل موثر بر خودکارآمدی مدیران مدارس ابتدایی، راهنمایی و متوسطه آموزش و پرورش شهر تهران». دومین همایش ملی روان‌شناسی مدرسه، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی.
- صفاری زنجانی، ناصر و همکاران. (۱۳۹۶). «رابطه توسعه رابطه بین توسعه حرفه‌ای کارکنان با خودکارآمدی آنان و نوع قدرت مدیران در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه». رسالت مدیریت دولتی. ۲۷، صص ۱-۱۲.
- علوی، سید فرشید. (۱۳۹۵). «ارزیابی عملکرد اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان بر اساس ترکیب مدل کارت امتیازی متوازن با روش تحلیلی AHP». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.

- علیدوست قهفرخی، ابراهیم و شایگان، حامد. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران و سلامت سازمانی در ادارات ورزش و جوانان استان اصفهان». مطالعات مدیریت ورزشی. ۸۲، صص ۱۸۱-۱۹۶.
- فقیه آرام، بتول. (۱۳۹۶). «رابطه رهبری معنوی با خودکارآمدی مدیران و کارکنان مدارس متوسطه شهری». علوم تربیتی از دیدگاه اسلام. ۵ (۸)، ۱۳۹-۱۵۰.
- قائدی، علی؛ غفوری، فرزاد و کارگر، غلامعلی. (۱۳۹۵). «بررسی نقش ورزش قهرمانی بر شاخص‌های توسعه اجتماعی». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۱۵ (۱)، ۳۵-۴۷.
- مختاری دینانی، مریم. (۱۳۹۶). «ارتباط بین سبک تفکر و خودکارآمدی مدیران ورزشی ادارات ورزش و جوانان شهرستان‌های استان تهران». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۴ (۳)، ۲۴۵-۲۶۱.
- مظفری، سید امیر احمد؛ الهی، علیرضا؛ عباسی، شهابت و احدپور، هنگامه. (۱۳۹۱). «راهبردهای توسعه نظام ورزش قهرمانی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۳، ۳۳-۴۸.
- مقدم، ابوالفضل؛ کمالیان، امین رضا؛ اورعی یزدانی، بدرالدین؛ کرد، باقر و روشن، سید علیقلی. (۱۳۹۵). «تبیین و طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی کارآفرینانه: رویکرد داده بنیاد». بهبود مدیریت. ۱۰ (۴)، ۱۲۳-۱۵۷.
- نادی، محمد علی؛ ازمان مشفق، زهت و سیادت، سید علی. (۱۳۹۲). «مدل‌یابی معادلات ساختاری رابطه بین عدالت سازمانی، اعتماد، تعهد مستمر و عاطفی با ادراک معلمان از خودکارآمدی نقش مدیران آموزشی شهر اصفهان». رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۴ (۴)، صص ۱۹-۴۴.
- Bandura, A. (2010). "Self-efficacy". *The Corsini encyclopedia of psychology*, 1-3.
- Bobanovic, M. (2020). "Perceived emotional intelligence and self-efficacy among novice and experienced foreign language teachers". *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1): 1200-1213.
- Caetano, L., Pacheco, B., Samora, G., Teixeira-Salmela, L., Scianni, A. (2020). "Self-Efficacy to Engage in Physical Exercise and Walking Ability Best Predicted Exercise Adherence after Stroke". *Stroke Research and Treatment*, Hindawi, 1-6.
- Charmaz, K. (2000). "Grounded theory: Objectivist and constructivist methods". In Denzin, N.K., and Lincoln, Y.S. (Eds.), *Handbook of qualitative research*. London: Sage
- Corbin, J., Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. (3rd Ed). Thousand Oaks, CA: Sage
- Downing, S. M. (2004). "Reliability: on the reproducibility of assessment data". *Medical Education*, 38(9), 1006-1012.
- Ebilikh, M. (2003). "Human resource development system". *The First Conference of Human Resources Development*, Tehran.
- Faulkner, A., & Gabe, J. (2017). "Where biomedicalisation and magic meet: Therapeutic innovations of elite sports injury in British professional football and cycling". *Social Science & Medicine*, 178, 136-143.
- Guidetti, G., Viotti, S., Bruno, A., Converso, D. (2018). "Teachers' work ability: A study of relationships between collective efficacy and self-efficacy beliefs". *Psychology*

research and behavior management, 11, 197.

- Hanvanich, S., Sivakumar, K., Hult, G. T. M. (2006). **“The relationship of learning and memory with organizational performance: the moderating role of turbulence”**. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 600.
- Hoy, W. K., Miskel, C. G., Tarter, C. J, Woolfolk, J. (2005). **Educational administration: theory, research, and practice**. Mc Graw- hill
- Huang, L., Zhang, T., Huang, Y. (2020). **“Effects of school organizational conditions on teacher professional learning in China: The mediating role of teacher self-efficacy”**. *Studies in Educational Evaluation*, 66, 100893.
- Jerusalem, M., Hessling, J. (2009). **“Mental health promotion in schools by strengthening self-efficacy”**. *Health education*, 109 (4), 329-341.
- Karacabey, M. F., Bellibaş, M. Ş., Adams, D. (2020). **“Principal leadership and teacher professional learning in Turkish schools: examining the mediating effects of collective teacher efficacy and teacher trust”**. *Educational Studies*, 1-20.
- Laensadi, A. M., Salim, R. M. A. (2020). **“Parenting Styles, Thinking Styles, and Career Decision Self-efficacy in Gifted Adolescents”**. *Psychology and Education*, 57(3), 183-190.
- Lau, C., Kitsantas, A., Miller, A. D., Rodgers, E. B. D. (2018). **“Perceived responsibility for learning, self-efficacy, and sources of self-efficacy in mathematics: a study of international baccalaureate primary year’s program students”**. *Social Psychology of Education*, 21(3), 603-620.
- Miraglia, M., Alessandri, G., Borgogni, L. (2015). **“Trajectory classes of job performance”**. *Career development international*.
- Pajares, F., Johnson, M. J., Usher, E. L. (2007). **“Sources of writing self-efficacy beliefs of elementary, middle, and high school students”**. *Research in the Teaching of English*, 104-120.
- Skaalvik, E. M., Skaalvik, S. (2019). **“Teacher Self-Efficacy and Collective Teacher Efficacy: Relations with Perceived Job Resources and Job Demands, Feeling of Belonging, and Teacher Engagement”**. *Creative Education*, 10(7), 1400-1424.
- Tasa, K., Taggar, S., Seijts, G. H. (2007). **“The development of collective efficacy in teams: a multilevel and longitudinal perspective”**. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 17.
- Torsson, M. (2013). **“Cyborg athletes – A European history of gender, technology and virtue in sports”**. Linköping University, Faculty of Arts and Sciences, Student thesis, 18, 127-133.

- Udayar, S., Fiori, M., & Bausseron, E. (2020). **“Emotional intelligence and performance in a stressful task: The mediating role of self-efficacy”**. Personality and Individual Differences, 156, 109790.
- Wai-Yen, C., Lau, S., Nie, Y., Lim, S., Hogan, D. (2008). **“Organizational and Personal Predictors of Teacher Commitment: The Mediating Role of Teacher Efficacy and Identification with School”**. American Educational Research Journal, 45 (3): 597-630.



تدوین مدل راهبردی توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور

علی جمالی قراخلو^۱

سید محمد کاشف^۲

فاطمه عبدوی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۳/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۶/۲۴

هدف از این تحقیق، تدوین مدل راهبردی توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی ایران می باشد. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارشناسان ۳۱ پایگاه ورزش قهرمانی موجود در کشور و اساتید دانشگاه و خبرگان ورزشی به تعداد ۱۵۴ نفر تشکیل می دادند. برای انتخاب نمونه پژوهش در بخش کیفی، ۲۰ نفر به صورت هدفمند و در بخش کمی، ۱۳۴ نفر به صورت کل شمار انتخاب شدند. روش و ابزار گردآوری داده های این تحقیق به صورت آمیخته بود. ابتدا به روش دلفی به شناسایی SWOT پایگاه های ورزش قهرمانی پرداخته شد. سپس پرسشنامه ای محقق ساخته با طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی گردید که روایی صوری آن توسط ۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تایید قرار گرفت و روایی محتوایی آن به روش ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) و روایی سازه آن با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی بررسی گردید. پایایی پرسشنامه ها نیز از طریق آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۸ به دست آمد. ضمن به کارگیری آمار توصیفی، در بخش آمار استنباطی برای تعیین وضعیت پایگاه ها از تحلیل SWOT و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون T تک نمونه ای استفاده شد. برای رتبه

بندی عوامل برنامه راهبردی از روش آزمون فریدمن و جهت اولویت بندی راهبرد ها از فرایند تحلیل سلسله مراتبی - با نرم افزارهای AHP MASTER و SPSS - استفاده گردید. یافته ها نشان داد با توجه به شناسایی عوامل محیطی و تحلیل راهبردی SWOT، پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در موقعیت راهبرد ST قرار دارد و باید از راهبرد تنوع و رقابتی در توسعه آن استفاده نمود. بنابراین تدوین و اجرای برنامه راهبردی، پیاده سازی نظام جامع استعدادیابی، توانمند سازی بخش خصوصی و تجهیز و استاندارد سازی پایگاه ها از مهمترین راهبرد های پیشنهادی این پژوهش است.

واژگان کلیدی: مدل راهبردی، پایگاه ورزش قهرمانی و فرایند تحلیل سلسله مراتبی

مقدمه

امروزه ورزش را به گونه های متفاوتی از جمله ورزش پرورشی، همگانی و تفریحی، قهرمانی و ورزش حرفه ای می توان در جوامع بشری مشاهده کرد. توسعه تربیت بدنی و ورزش به عنوان زمینه ساز تامین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست، بخشی از برنامه های توسعه ملی به شمار می آید (سند راهبردی، ۱۳۸۲). ورزش قهرمانی^۱ یکی از مهمترین موضوعاتی است که مورد توجه دست اندرکاران و سیاست گذاران ورزش کشور می باشد. با توجه به گسترش فعالیت های ورزشی در فدراسیون ها، انجمن ها، مدارس و باشگاه ها و... تنها با برنامه ریزی های درازمدت، منطقی و جامع می توان به آینده ورزش کشور و رساندن آن به استانداردهای جهانی امیدوار بود. در سال های اخیر، مدیریت راهبردی توجه بسیاری از مدیران سازمان های دولتی را به خود جلب کرده است (روسنبرگ و فرلی^۲، ۲۰۱۴). تحقیقات نشان می دهد که عملکرد سازمان هایی که به مدیریت راهبردی می پردازند، بهتر و بالاتر از دیگر سازمان هاست (هانگر و همکاران^۳، ۲۰۰۶). به عقیده گرت^۴ (۲۰۱۵) راهبرد یک برنامه، روش یا مجموعه ای از اعمال طراحی شده برای دستیابی به هدف یا اجراست. درحقیقت، راهبرد شامل تعیین اهداف بلندمدت، اهداف سرمایه گذاری، سازگاری واحدهای عملیاتی و تخصیص منابع موردنیاز برای انجام این اهداف است.

مدیریت راهبردی مجموعه تصمیم ها و فعالیت های مدیریتی است که عملکرد آتی يك شرکت را تعیین می کند یا به تعبیری دیگر، عبارت است از: بررسی محیطی، تدوین راهبرد، اجرای راهبردی، ارزیابی و کنترل. تدوین و طراحی راهبرد یعنی طرح جامع و مادر سازمان که نشان می دهد چگونه هر سازمان به سمت مأموریت و اهداف سازمان حرکت می کند. اجرای راهبرد یعنی فرآیندی که به وسیله آن راهبردها و سیاست ها در تمام مراحل برنامه، بودجه و رویدادها مورد توجه قرار می گیرند و اعمال می گردند. کنترل و ارزیابی هم به معنای فرآیندی است که توسط آن بر فعالیت ها و نتایج عملکرد سازمان نظارت انجام می شود و می توان عملکرد واقعی سازمان را با عملکرد مطلوب آن مقایسه کرد (هانگر جی^۵، ۱۳۸۹). در برنامه ریزی توسعه کلان، متناسب با سازمانی که در تدارک برنامه ریزی است، عوامل متعددی دخیل اند که ابتدا باید آنها را مشخص نمود. آنگاه، طبق روش شناسی مهندسی ارزش، اطاعات جامع و کاملی درباره آنها تهیه کرد و پس از تجزیه و تحلیل، برنامه را تدوین نمود. عوامل اصلی در برنامه ریزی توسعه کشوری و منطقه ای عبارت اند از: تعیین چشم انداز برنامه، شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها، تعیین راهبرد ها و سیاست ها، هدف گذاری برنامه و تدوین برنامه های اجرایی (سند نظام جامع توسعه ورزشی کشور، ۱۳۷۳)

فرایند برنامه ریزی راهبردی، یک نگرش و تجزیه و تحلیلی از سازمان و محیط مربوط به آن را ارائه می کند، شرایط فعلی سازمان را توضیح می دهد و عوامل موثر بر موفقیت آن را شناسایی می نماید (انجمن ورزشی

1. athletic sport
2. Rosenberg & Ferlie
3. Hanker et al.
4. Grant
5. Hanker, J.

استرالیا، ۲۰۱۳). فرایند برنامه ریزی راهبردی باید ثابت و جاری و همراه با انعطاف پذیری برای سازگاری با تغییرات موجود در نیروهای درونی و بیرونی باشد. اگر چه از پیش تعیین نمودن راهبرد به عنوان یک پیش شرط برای موفقیت آن می باشد، اما صاحب نظران معتقدند که برای موفقیت راهبردها، نیازمند توجه دقیق هم به مقوله تدوین راهبرد و هم اجرای راهبرد است (اینس^۱، ۲۰۱۱). مطالعات نشان می دهند که همیشه اجرای راهبرد تدوین شده به سهولت انجام نمی گیرد و بین تدوین و اجرای راهبرد در سازمان ها خلأ قابل توجهی وجود دارد و بیم آن می رود که راهبرد تدوین شده در سازمان ها به دلایل مختلفی از جمله: همسویی نداشتن کارکنان با راهبرد، تعهد نداشتن برای مدیریت ارشد، فقدان تخصیص منابع لازم و انتقال نیافتن راهبرد اجرا نشود (کاپلان^۲، ۲۰۰۵). گستردگی فعالیت های ورزش قهرمانی ایجاب می کند تا نظامی جامع، راهبردی و مدون بر قسمت های مختلف آن حاکم باشد. بر مبنای چنین برنامه جامعی، ورزش قهرمانی خواهد توانست بدون تأثیرپذیری از شرایط مدیریتی، حرکت توأم با موفقیت خود را استمرار بخشد. زمانی که ماموریت ها، اهداف و مسیرهای تحقق آن ها مشخص باشد، طبعاً در حرکت سیستم یکپارچگی به وجود می آید و تغییر ناگهانی مدیر، همه حرکت ها را متوقف نخواهد کرد.

کشورهای صاحب نام عرصه ورزش قهرمانی با تدوین برنامه های راهبردی و اجرای آن توانسته اند حرکت توأم با موفقیت خود را تداوم بخشند. در حال حاضر در ایران نهادهای مختلفی دست اندرکار ورزش قهرمانی هستند. هر يك از این نهادها به منظور انجام صحیح کارها به اهداف مشخص و برنامه های مدون نیاز دارند. فدراسیون ها، هیئت های ورزشی، باشگاه ها، کمیته ملی المپیک و وزارت ورزش و جوانان هر يك به نوعی با ورزش قهرمانی ایران سر و کار دارند. مشخص است که برنامه ریزی در این نهادها اهمیت بسیاری دارد و اساس و شالوده مدیریت در آن ها محسوب می شود. در صورتی که هر يك از نهادهای مذکور به طور مستقل و بدون توجه به سیاست ها و راهبردهای کلان ورزش قهرمانی کشور به برنامه ریزی برای خود بپردازند، نوعی بخشی نگری بر ورزش قهرمانی کشور حاکم می شود و در نهایت، ماموریت و اهداف کلان کل سیستم محقق نخواهد شد. (معرفت، ۱۳۹۵: ۶)

در ایران تلاش هایی از قبیل تدوین نظام جامع تربیت بدنی و ورزش در سال ۱۳۸۲ و نظام جامع ورزش قهرمانی در سال ۱۳۸۸ صورت گرفته تا با رویکرد علمی به ورزش، راه برای موفقیت ورزشکاران ایرانی در میادین بین المللی هموارتر شود. با این حال، بدون وجود برنامه های راهبردی متناسب با برنامه های توسعه ملی، برنامه های ملی نیز به سرانجامی نخواهند رسید. در امر توسعه ورزش قهرمانی و تربیت قهرمانان ورزشی، مدل و رویکرد های مختلفی وجود دارد که توجه به آنها می تواند راهگشای ورزش قهرمانی کشور باشد.

اولین گام در طراحی سیاست ورزش هرکشوری، تعریف و تفسیر مفهوم توسعه ورزش است. این مفهوم را همان سیاست های ورزشی تعریف کرده اند. بخشی از توسعه ورزش با مفهوم توسعه ورزش قهرمانی و تربیت ورزشکاران قهرمان گره خورده است. ورزش قهرمانی ایران برای داشتن یک ساختار قوی و پایدار به

1. Ines

2. Kaplan

یافته های علمی و تجربیات موفق بین المللی نیاز دارد. در مرحله اول ایجاد این ساختار، توسعه و گسترش کمی و کیفی نظام جامع استعدادیابی حائز اهمیت است که با کشف، شناسایی و پرورش و هدایت استعدادها منجر به شکوفایی ورزشکاران نخبه و برتر و توانمند در سطح ملی می شود. باید مسئله استعدادیابی و تقویت و ارتقای سطح عملکرد ورزشکاران مستقل از شکل آن به عنوان یکی از گام های بنیادین و اولیه در زمینه تدوین برنامه ملی قهرمان پروری و ورزش قهرمانی به حساب آید و نهادهای گردد (طرح جامع، ۱۳۸۲). کشف و تربیت ورزشکاران و قهرمانان اغلب با مشارکت و هماهنگی فدراسیون ها، انجمن های ورزشی، باشگاه ها و پایگاه های ورزش قهرمانی صورت می گیرد. در این میان، پایگاه های ورزش قهرمانی جزو مراکزی هستند که می توانند نقش محوری و سازنده ای در پشته سازی و شکوفایی ورزش قهرمانی ایفا کنند.

مطالعه پیشینه و مبانی نظری بیانگر این است که پایگاه های ورزش قهرمانی از سال ۱۳۷۴ بنیان گذاری گردیده اند. در ابتدا وزارت ورزش و جوانان با ایجاد دفتر پایگاه های ورزش قهرمانی و امور باشگاه ها در سازمان و ایجاد پایگاه های قهرمانی در مراکز استان ها، فعالیت های استعدادیابی را آغاز نمودند که توفیقی پایدار در انجام آن حاصل نشد. با اینکه دفتر پایگاه های قهرمانی و استعدادیابی از آبان ماه سال ۱۳۸۱ دستورالعمل اجرایی طرح استعدادیابی ورزش قهرمانی را به پایگاه های ورزش قهرمانی مراکز استان ها ابلاغ نموده است، اما این مراکز با وجود داشتن فعالیت در زمینه استعدادیابی و قهرمان پروری و وظایف و مأموریت محوله تاکنون نتوانسته اند جایگاه خود را در توسعه ورزش قهرمانی کشور پیدا کنند.

تحقیقات داخلی بسیاری در زمینه طراحی برنامه راهبردی برای فدراسیون ها و سازمان های ورزشی مختلف انجام شده است که از مهمترین آنها می توان به تبیین راهبرد ورزش کشتی آزاد قهرمانی ایران (موسوی و حبیبیان، ۱۳۹۲)، شناسایی SWOT 'استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش های فراروی آن (سیدحسینی و همکاران، ۱۳۹۰)، تدوین برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی (رشیدلمیر، ۱۳۹۲)، تدوین راهبرد های توسعه ورزش قهرمانی ایران (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۵)، تدوین مدل راهبردی توسعه ورزش قهرمانی استان آذربایجان شرقی (معرفت، ۱۳۹۵)، شناسایی و تعیین جایگاه راهبردی معاونت ورزش دانشگاه آزاد اسلامی (نجفی، حمیدی و سجادی، ۱۳۹۶)، تحلیل عاملی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای فدراسیون ژیمناستیک ایران (کشاورز و دانشمندی، ۱۳۹۶)، تحلیل راهبردی ورزش قهرمانی بانوان استان همدان (اندام و همکاران، ۱۳۹۵)، برنامه ریزی راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران (حمیدی و جلالی فراهانی، ۱۳۹۸)، ارائه مدل اندازه گیری موانع توسعه والیبال قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۸) و طراحی مکانیزم موثر بر پیاده سازی برنامه های راهبردی در سازمان ها و فدراسیون های ورزشی ایران (رضایی و منظمی، ۱۳۹۸) اشاره نمود. جوادی پور (۱۳۹۴) در بررسی چالش های مدیریت ورزش قهرمانی در ایران، فقدان برنامه راهبردی و روشن نبودن سیاست ها و جهت گیری ها، فقدان منابع انسانی مناسب و تغییر و تحول و جا به جایی سریع مدیران، نبود نظارت و ارزیابی، وابستگی به منابع مالی دولت و عدم سرمایه گذاری بخش

خصوصی، عدم تخصیص مناسب منابع مالی در بخش‌های متنوع به صورت متناسب، وجود قوانین ناهماهنگ و موازی، عدم مطلوبیت ساختار و تشکیلات فعلی ورزش، نامطلوب بودن نظام استعدادیابی و فرایند ورزش قهرمانی و نبود برنامه میان مدت، تاکتیکی و عملیاتی را از اهم چالش‌های پیشروی مدیریت ورزش قهرمانی کشور بیان می‌کند. اندام و همکاران (۱۳۹۵) در تحلیل راهبردی ورزش قهرمانی بانوان استان همدان با استفاده از تکنیک SWOT به ۱۳ قوت، ۲۱ ضعف، ۱۳ فرصت و ۱۳ تهدید در ورزش قهرمانی بانوان استان همدان در وضعیت کنونی اشاره کرده و بر همین اساس، ۸ راهبرد در قالب ۴۶ برنامه تدوین نموده‌اند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۵) در تدوین راهبردهای توسعه ورزش قهرمانی ایران نشان دادند که موقعیت ورزش قهرمانی در وضعیت تدافعی WT قرار دارد و از مهمترین راهبردهای آنها می‌توان به بهبود اماکن و تجهیزات پایگاه‌های کشور و استاندارد نمودن آنها، تهیه برنامه راهبردی، بهبود و سازماندهی وضعیت توزیع منبع مالی و مادی، بهبود وضعیت دوره‌های آموزشی، ارتقای سطح نظام استعدادیابی، ارتقای سطح کیفی رشته‌های مختلف ورزشی و کاهش وابستگی ورزش قهرمانی به اعتبارات دولتی اشاره نمود. حمیدی و همکاران (۱۳۹۷) در طراحی و تدوین برنامه راهبردی فدراسیون ورزش دانش آموزی ایران در یافتند که ورزش دانش آموزی در موقعیت راهبرد محافظه کارانه WO قرار دارد. آنها راهبردهای فدراسیون ورزش دانش آموزی را به ترتیب اولویت کیفیت بخشی به ورزش قهرمانی در میان دانش آموزان، تدوین و توسعه نظام استعدادیابی در ورزش دانش آموزی، توسعه ورزش همگانی در دانش آموزان، استقرار حقوقی، قانونی، تشکیلاتی و مالی فدراسیون ورزش دانش آموزی و هیئت‌های تابعه، تدوین و توسعه نظام بازاریابی در ورزش دانش آموزی و تنوع بخشی به منابع مالی فدراسیون و جذب حامیان مالی، توسعه ارتباطات و فعالیت‌های بین‌المللی و اخذ کرسی‌های بین‌المللی، توسعه نظام داوطلبی در ورزش دانش آموزی، توسعه نظام آموزش و توانمندسازی علمی و عملی مربیان و داوران، توسعه ورزش تربیتی و پرورشی و توسعه فرهنگ جوانمردی در دانش آموزان بیان نمودند.

عباسی و فراهانی (۱۳۹۸) در تدوین برنامه راهبردی ورزش همگانی و قهرمانی دانشگاه آزاد اسلامی با مدل SWOT-ANP، با توجه به ماتریس همزمان ارزیابی عوامل داخلی و خارجی راهبرد ورزش همگانی و قهرمانی، آن را در وضع رقابتی معطوف به قوت (ST) ارزیابی نمودند و به راهبرد های تدوین شده در مناطق چهارگانه اشاره کردند. سهرابی و شعبانی (۱۳۹۸) در تدوین برنامه های راهبردی فدراسیون قایقرانی جمهوری اسلامی ایران نشان دادند که فدراسیون از لحاظ موقعیت راهبردی در موقعیت محافظه کارانه (WO) قرار دارد و به طور مجزا راهبرد هایی را در چهار موقعیت راهبردی تدوین نمودند. شیرزادی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی چالش های رشد و توسعه ورزش قهرمانی بر مبنای آمایش سرزمین ورزش قهرمانی کشور دریافتند که ورزش قهرمانی در این زمینه با مشکلات و چالش های مختلفی در محیط درونی و بیرونی مواجه است. عوامل محیطی، مدیریتی و مسائل مرتبط با نظام آمایش سرزمین به عنوان چالش های رشد و توسعه ورزش قهرمانی بر مبنای آمایش سرزمینی شناسایی شدند. رضایی و قراخانلو (۱۳۹۸) در تدوین الگوی پارادایمی توسعه ورزش قهرمانی و حرفه ای ایران، عوامل تعهد اجرایی مدیران، اصلاح ساختار دولت-محور، تجاری سازی، خصوصی سازی، ارتقای زیرساخت و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی،

بسترسازی حرفه‌ای، عوامل اقتصادی، فناوری، فرهنگی و سیاسی (حاکمیت، دولت و مجلس) و استقرار مدل توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای را به عنوان ۹ مولفه موثر در توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای ایران شناسایی و استخراج نمودند. همچنین بیان کردند که مدیریت ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در ایران بسیار پیچیده است و نیازمند الگویی جامع است که همه عوامل از جمله عوامل اقتصادی و سیاسی (عامل کلان)، ارتقای زیرساخت‌ها و نظام استعدادیابی (عامل میانی) و تعهد اجرایی (عامل فردی) را مدنظر قرار دهد. افتخاری و همکاران (۱۳۹۸) در ارائه مدل اندازه‌گیری موانع توسعه والیبال قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد، راه کارهایی از قبیل افزایش پوشش رسانه‌های ملی جهت مشارکت بیشتر و فرهنگ سازی گسترده، بهبود نگرش مثبت جامعه به ورزش زنان و هموار کردن بستر مشارکت بیشتر آن‌ها به دلیل داشتن پتانسیل‌های بالا، طراحی برنامه جامع جهت تقویت سیستم استعدادیابی و نیز نظارت منسجم بر پیشرفت ورزشکاران مستعد را برای توسعه والیبال زنان ایران پیشنهاد کردند. رضایی و تراوش (۱۳۹۹) در تحلیل محیطی و تدوین راهبردهای توسعه ورزش دانشجویی، ۱۰ نقطه قوت، ۱۰ نقطه ضعف، ۱۰ فرصت و ۱۱ تهدید را شناسایی کردند و در مجموع ۱۹ راهبرد شامل ۵ راهبرد تهاجمی، ۵ راهبرد محافظه کارانه، ۴ راهبرد رقابتی و ۵ راهبرد تدافعی را ارائه نمودند. همچنین براساس ماتریس عوامل درونی و عوامل بیرونی، وضعیت راهبردی ورزش تربیتی دانشگاه ایلام در منطقه محافظه کارانه (WO) قرار گرفت. نتایج تحلیل سوات نشان داد که ضعف‌ها بر قوت‌ها و فرصت‌ها بر تهدیدها غلبه دارد و باید از راهبرد‌های ثبات (شامل نگهداری و حمایت درونی) استفاده شود. به طور مشابه ملایی و همکاران (۱۳۹۷)، باقری و قدیمی (۱۳۹۶)، رضانی نژاد و هژبری (۱۳۹۶)، پورکیانی و همکاران (۱۳۹۶)، سواد و همکاران (۱۳۹۶)، صابری و همکاران (۱۳۹۷)، کاشف و همکاران (۱۳۹۷)، فتحی، عبدوی و همکاران (۱۳۹۷) و جوادی پور (۱۳۹۶) نیز تحقیقاتی مرتبط با توسعه ورزش قهرمانی و تدوین راهبرد انجام داده‌اند.

از تحقیقات مرتبط خارجی می‌توان به یافته‌های ماکاتو و همکاران^۱ (۲۰۱۲) در بررسی SWOT ورزش آفریقای جنوبی اشاره نمود. برنامه راهبردی ایالت اونتاریو در راستای اهداف فدراسیون ژیمناستیک کانادا (۲۰۱۲) که اولویت‌های راهبردی برای چهار سال آینده (۲۰۱۷-۲۰۱۳) را در چهار بخش ایجاد سیستم جذب، آموزش، ارتقا، حفظ و نگهداری مربیان برای آینده، افزایش آگاهی و مشارکت مردمی در ورزش ژیمناستیک، تدوین استانداردهای عملیاتی و پیروی از آنها و حفظ و نگهداری ژیمناست‌ها تدوین نموده است. میلیستد و همکاران^۲ (۲۰۱۳) نداشتن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، فقدان برنامه راهبردی و روشن نبودن سیاست‌ها و جهت‌گیری‌ها، نبود نظارت و ارزیابی، وابستگی به منابع مالی دولت و عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، عدم مطلوبیت ساختار و تشکیلات فعلی ورزش، نامطلوب بودن نظام استعدادیابی و نخبه‌پروری را به عنوان موانع فرآیند استعدادیابی و نخبه‌پروری شناسایی نموده‌اند. پروورس

1. Makato et al.

2. Milisted

و همکاران^۱ (۲۰۱۴) حمایت مالی، سازمان و ساختار منسجم، میزان مشارکت کنندگان در ورزش، کشف و پرورش استعدادها، حمایت از ورزشکاران در زمان فعالیت و بازنشستگی، برگزاری کلاس‌های آموزشی و مربیگری، فراهم کردن فرصت‌های رقابت، تسهیلات تمرینی و پژوهش‌های علمی را در موفقیت‌های ورزشی بین‌المللی موثر می‌دانند. تروینس و همکاران^۲ (۲۰۱۴) به ۱۰ مقوله کلیدی به عنوان مزیت‌های رقابتی یک سازمان ورزشی برای رسیدن به موفقیت‌های ورزشی اشاره می‌کنند. این مقوله‌ها شامل امکانات رقابتی و تمرینی، حمایت از حرفه ورزشکاری، کشف و پرورش استعدادها، مشارکت جوانان، حمایت دولتی و سازمانی، حمایت مالی، شرایط محیطی نخبگان ورزشی، حمایت‌های علمی، فرصت‌های رقابت، آموزش و تجهیز مربیان می‌باشد. بیشتر پژوهش‌ها مناسب‌ترین محل و زمان استعدادیابی ورزشی را از مدارس و سنین پایین و ابتدایی دانسته و ارتباط با آموزش و پرورش را مهمترین ارگان در همکاری جهت رسیدن به موفقیت معرفی کرده‌اند (کوبیوس^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). ماموریت اصلی مدیریت استعداد منابع انسانی، به کارگیری افرادی است که به نحوی بیشترین پتانسیل را دارند و پرورش افرادی که بالاترین میزان توسعه را در زمینه ورزش یا هنر دارند (آدامسن و همکاران، ۲۰۱۶). مکینتاش و همکاران (۲۰۱۹)، آسلستین و ادواردز^۴ (۲۰۱۹)، دارنل و همکاران^۵ (۲۰۱۹)، تان و همکاران^۶ (۲۰۱۹) و بل و همکاران^۷ (۲۰۱۸) هم مطالعاتی راهبردی در زمینه توسعه ورزش قهرمانی انجام داده و به نتایج مختلفی دست یافته‌اند.

با توجه به جمع‌بندی پژوهش‌های یاد شده و همبستگی مثبت بین موفقیت سازمان‌ها و تدوین و اجرای برنامه راهبردی و اینکه بیشتر سازمان‌های ورزش قهرمانی با عناوین مختلف در جهت توسعه خود به تدوین برنامه راهبردی اقدام کرده‌اند، پایگاه‌های ورزش قهرمانی نیز از این قاعده مستثنی نیست و به لحاظ وظایف و نقشی که در عرصه ورزش قهرمانی کشور ایفا می‌کند، نیازمند چنین برنامه‌ای است. در مراکز ورزش قهرمانی، بهبود فرایندهای سازمانی در موفقیت آینده آن نقش بسزایی دارند و به دلیل فقدان برنامه راهبردی در آنها پرکردن خلأ تدوین و اجرای راهبرد، ضروری به نظر می‌رسد. نظر به ظرفیت‌های عظیم و نقش سازنده پایگاه‌های ورزش قهرمانی، وجود یک برنامه راهبردی مطلوب و اجرای آن می‌تواند آنها را به جایگاه شایسته خود در توسعه ورزش قهرمانی کشور هدایت کند. بنابراین شناسایی SWOT موجود در پایگاه‌های ورزش قهرمانی استان‌های کشور با تعیین موقعیت و طراحی و تدوین راهبرد‌های مطلوب توسعه آنها از اهداف این تحقیق می‌باشد. پژوهش حاضر در صدد پاسخگویی به این سوالات است:

- نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید پایگاه‌های ورزش قهرمانی کدام‌اند؟
- راهبردهای مناسب جهت توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور چیست؟

1. Brouwers et al.

2. Troins et al.

3. Kubilus

4. Asselstine & Edwards

5. Darnell et al.

6. Tan et al.

7. Bell et al.

روش شناسی پژوهش

این تحقیق، با هدف طراحی و تدوین مدل راهبردی توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی ایران با استفاده از روش SWOT و AHP^۱ انجام گرفته و از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است که قصد داشته با تدوین برنامه راهبردی از طریق روش های علمی به بهبود عملکرد پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در بلند مدت کمک نماید. روش تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی، تحلیلی است که با بررسی وضعیت موجود و مطلوب پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در حیطه مطالعات راهبردی انجام شده است. روش و ابزار گردآوری داده های این تحقیق به صورت آمیخته می باشد. ابتدا از طریق مصاحبه عمیق و به روش دلفی^۲ به شناسایی چشم انداز و مأموریت، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های پایگاه های ورزش قهرمانی کشور پرداخته شد. سپس پرسشنامه ای بر اساس یافته های مصاحبه آماده گردید و در اختیار نمونه های تحقیق قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق را اساتید مدیریت ورزشی و دانشگاه ها و خبرگان ورزشی، مدیران و کارشناسان پایگاه های ورزش قهرمانی کشور که در زمینه ورزش قهرمانی فعالیت می کنند (حدود ۱۵۴ نفر) تشکیل می دادند. برای نمونه پژوهش در بخش کیفی، ۲۰ نفر به صورت هدفمند و در بخش کمی نیز به علت محدود بودن تعداد افراد جامعه، ۱۳۴ نفر به صورت نمونه کل شمار انتخاب شدند. به منظور تحلیل کمی اطلاعات و همچنین دستیابی دقیق تر به اطلاعات مورد تأیید، با توجه به تحقیقات و مطالعات اسنادی و اینترنتی، استفاده از پرسش نامه های باز و همچنین مصاحبه با خبرگان، پرسشنامه ای به صورت طیف پنج ارزشی لیکرت^۳ برای بررسی و تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید طراحی گردید. پس از ساخت ابزار تحقیق، روایی صوری آن توسط ۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین روایی محتوا به روش ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) بررسی گردید. برای تعیین این ضریب در تحقیق حاضر از ۱۱ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی خواسته شد تا هر آیتم را بر اساس طیف سه قسمتی (پراهمیت، کم اهمیت و بی اهمیت) بررسی کنند. روایی سازه آن با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و پایایی پرسشنامه ها نیز از طریق آزمون آلفای کرونباخ^۴ ۰/۸۸ به دست آمد. همچنین برای بررسی روایی سازه پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. قابلیت پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS و روش آلفای کرونباخ (۰/۸۸) تعیین شد که نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده از قابلیت پایایی لازم برخوردار می باشد. ضمن به کارگیری آمار توصیفی در بررسی ویژگی های جمعیت شناختی، در بخش آمار استنباطی برای تعیین وضعیت پایگاه ها از تحلیل SWOT و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون T تک نمونه ای استفاده شد. برای رتبه بندی عوامل محیطی برنامه راهبردی از روش آزمون فریدمن و جهت اولویت بندی راهبرد ها از فرایند تحلیل سلسله مراتبی استفاده گردید. با تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی^۴ (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی^۵ (EFE)

1. Analytical Hierarchy Process

2. Delphi technique

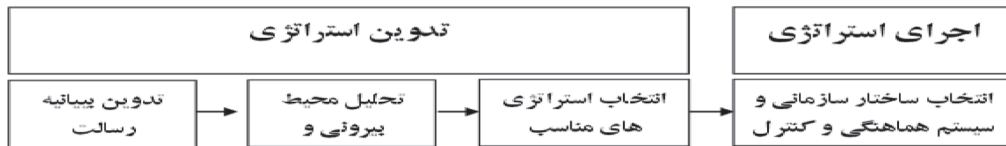
3. likert5-point range

4. Internal Factor Evaluation Matrix

5. External Factor Evaluation Matrix

و مقایسه آنها مشخص شد که پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور در کدام موقعیت راهبرد قرار دارد و باید از چه نوع راهبردهایی در مورد آنها استفاده کرد. همچنین راهبرد های مطلوب به دست آمده از طریق تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و با استفاده از نرم افزارهای AHP MASTER در مناطق راهبرد چهارگانه به طور مجزا اولویت بندی گردیدند و موقعیت راهبردی آنها مورد بحث و نتیجه گیری قرار گرفت و در نهایت مدل راهبردی توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور طراحی گردید.

مدل برنامه ریزی راهبردی تحقیق برگرفته از مدل اسلک (spp) می باشد که توسط کمیته ملی المپیک و فدراسیون های ورزشی کشور فیجی مورد استفاده قرار گرفته است. از نظر اسلک، تدوین و اجرای برنامه راهبردی شامل مجموعه ای از مراحل به هم وابسته است که به طور خلاصه در شکل ۱ نشان داده شده اند. البته این پژوهش تا تعیین راهبردها پیش رفته است و دو مرحله دیگر را به عنوان محدودیت پژوهش انجام نداده است.



شکل ۱: مدل برنامه ریزی راهبردی SPP

یافته‌های پژوهش

ویژگی های جمعیت شناختی آزمودنی ها از قبیل جنسیت، سطح تحصیلات، سن، وضعیت و سابقه شغلی به فراوانی و درصد در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی آزمودنی ها

متغیر	ویژگی های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۲۰	۱۰/۸
	زن	۱۴	۸۹/۴
سطح تحصیلات	کارشناسی	۱۷	۱۲/۷
	کارشناسی ارشد	۸۸	۶۵/۷
	دکتری	۲۹	۲۱/۶
سن	۳۰ سال و کمتر	۳	۲/۲
	۳۱-۴۰ سال	۴۶	۳۴/۳
	۴۱-۵۰ سال	۵۵	۴۱
	بالای ۵۰ سال	۳۰	۲۲/۱۴

۷۳/۱	۹۸	رسمی	وضعیت شغلی
۲۱/۶	۲۹	پیمانی	
۵/۲	۷	قراردادی	
۶/۷	۹	زیر ۵ سال	سابقه شغلی
۹	۱۲	۶-۱۰ سال	
۱۷/۹	۲۴	۱۱-۱۵ سال	
۶۶/۴	۸۹	بالای ۱۵ سال	

بر اساس نتایج برازش مدل اندازه‌گیری SWOT پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور که در جدول ۲ ارائه شده است، سطح معنی‌داری آماره‌های دو برابر ۰/۰۰۱ است که با توجه به ملاک در نظر گرفته شده (بزرگتر از ۰/۰۵) قابل قبول نمی‌باشد. مقادیر شاخص نسبت بحرانی به درجه آزادی (CMIN/DF)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص توکر-لوپس (TLI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI) و مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) بیانگر آن است که همه این شاخص‌ها در محدوده برازش مطلوب قرار دارند یا از اختلاف اندکی با ملاک در نظر گرفته شده برخوردارند. بنابراین در کل می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری قوت‌های پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور دارای برازش مطلوب می‌باشد و از روایی سازه لازم برخوردار است.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری SWOT پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور

تفسیر	ملاک	میزان				شاخص برازش	
		تهدیدها	فرصت‌ها	ضعف‌ها	قوت‌ها		
برازش مطلوب	$DF < 5$	۴/۹۴	۴/۷۱	۴/۹۳	۳/۳۸	DF/CMIN	مطلوب
غیر قابل قبول	$p\text{-value} \times 2 > 0.05$	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	$p\text{-value} \times 2$	
قابل قبول و مطلوب	$GFI > 0.90$	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۸۴	شاخص نیکویی برازش (GFI)	
قابل قبول	$TLI > 0.90$	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۸۰	۰/۹۰	شاخص توکر-لوپس (TLI)	تطبیقی
برازش مطلوب	$CFI > 0.90$	۰/۹۳	۰/۹۵	۰/۹۰	۰/۹۰	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	
برازش مطلوب	$RMSEA < 0.08$	۰/۰۷۲	۰/۰۶۷	۰/۰۷۲	۰/۰۷۴	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	مقتصد
برازش مطلوب	$PNFI > 0.5$	۰/۷۷	۰/۸۰	۰/۵۹	۰/۶۶	شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	

بر اساس یافته‌های پژوهش، عوامل مرتبط با چشم انداز پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ و قابل پذیرش قرار دارند. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای بخش چشم انداز پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور نیز با کای اسکوار $74/27$ و درجه آزادی ۸ معنادار بود ($p < 0/01$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «افزایش ورزشکاران مستعد و قهرمان در سطح ملی و بین المللی» و «دستیابی به استعدادیابی و هدایت پایدار در ورزش قهرمانی» در اولویت اول و با میانگین رتبه ای $5/7$ می باشد.

همچنین، عوامل مرتبط با بیانیه ماموریت پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ از دید نمونه‌های تحت بررسی قابل پذیرش اند. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای بخش بیانیه ماموریت پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور نیز با کای اسکوار $39/75$ و درجه آزادی ۹ معنادار بود ($p < 0/01$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «استاندارد سازی تجهیزات و امکانات ورزشی مراکز استعدادیابی» در اولویت اول با میانگین رتبه $6/11$ می باشد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، عوامل مرتبط با نقاط قوت پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ قابل پذیرش می باشد. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای بخش نقاط قوت پایگاه‌های ورزش قهرمانی در استان‌های کشور نیز با کای اسکوار $135/62$ و درجه آزادی ۱۰ معنادار بود ($p < 0/01$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «امکانات و تجهیزات پایگاه‌های ورزش قهرمانی» با میانگین $7/29$ می باشد (جدول ۳). همچنین عوامل مرتبط با نقاط ضعف پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ قابل پذیرش می باشد. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای نقاط ضعف پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور نیز با کای اسکوار $53/57$ و درجه آزادی ۱۰ معنادار بود ($p < 0/01$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «نداشتن برنامه راهبردی» با میانگین رتبه $6/71$ می باشد (جدول ۳).

جدول ۳: اولویت بندی قوت‌ها و ضعف‌های پایگاه‌های ورزش قهرمانی

رتبه	قوت‌ها	میانگین رتبه	ضعف‌ها	میانگین رتبه
۱	امکانات و تجهیزات پایگاه‌های ورزش قهرمانی	۷/۲۹	نداشتن برنامه راهبردی	۶/۷۱
۲	فعال بودن پایگاه ورزش قهرمانی در تمامی مراکز استان‌ها	۶/۹۴	فقدان نظام جامع برای حمایت از ورزشکاران و مربیان	۶/۶۵
۳	قابلیت تبدیل پایگاه‌ها به مراکز آکادمی ورزش قهرمانی استان‌ها	۶/۵۸	عدم اختصاص بودجه به پایگاه‌ها جهت توسعه و امورات فنی و اجرایی	۶/۵۷
۴	وجود نخبگان نوجوان و الگوهای ورزشی	۶/۲۳	برخورد شعاری با موضوع استعدادیابی از سوی مدیران	۶/۵۶
۵	توانمندی تخصصی و فنی سطح بالای مربیان فعال در ورزش قهرمانی	۶/۲	فقدان نظام جامع و فراگیر فرایند استعدادیابی در پایگاه‌های ورزش قهرمانی	۵/۸۶
۶	وجود مراکز استعدادیابی اختصاصی در پایگاه‌ها	۶/۰۴	عدم کفایت امکانات و تجهیزات پیشرفته (نرم افزاری و سخت افزاری) موجود در پایگاه‌ها	۵/۸۱

۷	برخوردار از ذخیره عظیم منابع انسانی متخصص	۵/۸۷	توجه ناکافی به آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص	۵/۷۶
۸	نهادینه شدن آموزش های پایه با رویکرد علمی در پایگاه های ورزش قهرمانی	۵/۷۷	نداشتن وحدت رویه و انسجام در بین پایگاه های ورزش قهرمانی	۵/۶۴
۹	رشد کمی و کیفی مناسب مربیان ورزشی استان ها	۵/۳۶	عدم نظارت و ارزیابی منسجم فعالیت پایگاه ها جهت اصلاح و بهبود مستمر	۵/۵۲
۱۰	حاکمیت نگرش برنامه - محوری در توسعه ورزش قهرمانی	۵/۰۸	نظام استعدادیابی ناکارآمد و غیرسیستماتیک	۵/۴۹
۱۱	عملیاتی نمودن طرح آمایش سرزمینی در کشف استعدادها و نخبگان ورزشی	۴/۶۲	فقدان مدل مسیر ترقی و پرورش ورزشکاران در پایگاه ها	۵/۴۳

۱۴۵

براساس یافته های پژوهش، عوامل مرتبط با فرصت های پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ قابل پذیرش می باشد. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای بخش راهبردهای پایگاه های ورزش قهرمانی کشور نیز با کای اسکوار $39/07$ و درجه آزادی 9 معنادار بود ($p < 0/01$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «علاقمندی و استقبال جوانان نسبت به ورزش های قهرمانی» با میانگین $6/2$ می باشد (جدول ۴). همچنین عوامل مرتبط با تهدیدات پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در سطح معناداری $p < 0/01$ قابل پذیرش می باشد. در همین راستا نتایج آزمون فریدمن در زمینه معیارهای تهدیدات پایگاه های ورزش قهرمانی کشور شرقی نیز با کای اسکوار $103/7$ و درجه آزادی 9 معنادار بود ($p < 0/05$). این نتایج نشان دهنده اولویت بیشتر «افزایش قیمت تجهیزات و وسایل مورد نیاز و هزینه نگهداری از آنها» با میانگین رتبه $6/45$ می باشد. (جدول ۴)

جدول ۴: اولویت بندی فرصت ها و تهدیدهای پایگاه های ورزش قهرمانی

رتبه	فرصت ها	میانگین رتبه	تهدیدها	میانگین رتبه
۱	علاقمندی و استقبال جوانان از ورزش های قهرمانی	۶/۲	افزایش قیمت تجهیزات و وسایل مورد نیاز و هزینه نگهداری از آنها	۶/۴۵
۲	تمایل مدیران به تنظیم برنامه توسعه راهبردی ورزش استان ها	۵/۹۳	تمرکز مسئولان بر نتیجه گرایی در ورزش به جای فرآیندگرایی	۶/۳۸
۳	امکان الگو برداری و استفاده از تجارب سایر کشورهای موفق	۵/۷۷	روز مره گی مدیران ورزش کشور و تکیه آنان بر طرح های زود بازده	۵/۹۴
۴	شرایط اقلیمی مناسب کشور جهت اجرای طرح آمایش سرزمینی	۵/۶۹	افزایش تورم و فقر نسبی اقتصادی جامعه	۵/۹۴
۵	تأکید و نگرش مثبت مقامات عالی کشور بر توسعه ورزش قهرمانی	۵/۵	برتری فرهنگ رشد جهشی و ناپایدار به جای رشد گام به گام و پایدار در بین مدیران ورزش	۵/۵

۶	پوشش خبری رسانه‌ها در جهت توسعه ورزش قهرمانی	۵/۴۵	تقدم اقدامات سلیقه‌ای بر اجرای برنامه‌های راهبردی در بین مدیران ورزش کشور	۵/۲۵
۷	تفاهم نامه همکاری با آموزش و پرورش در زمینه استعدادیابی و نیروی انسانی	۵/۴۲	تاثیر ناهنجاری‌های اجتماعی، معضل بیکاری و سربازی و... بر استعدادیابی ورزشی	۵/۱۵
۸	تمایل شهرستان‌ها به توسعه ارتباط با مراکز ورزش قهرمانی	۵/۱۲	عدم تعهد مسئولان ورزش کشور به اجرای برنامه جامع در قهرمان پروری و ...	۵/۰۵
۹	استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات سایر سازمان‌ها و نهادها جهت پشتیبانی پایگاه‌ها	۵/۰۱	محدودیت ورود بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در استعدادیابی و قهرمان پروری	۴/۸۱
۱۰	تمایل بخش خصوصی به فعالیت و سرمایه‌گذاری در استعدادیابی و پایگاه‌های ...	۴/۹۱	فقدان انسجام و همکاری بین پایگاه‌ها و هیئت‌های ورزشی و شهرستان‌ها	۴/۵۱

۱۴۶

پس از اینکه عوامل داخلی (IF) شناسایی شدند، عوامل الویت دار در يك ستون ماتریس قرار گرفتند و با استفاده از ضرایب و رتبه‌های خاص امتیاز بندی شدند تا در نهایت مشخص شود که برنامه راهبردی پایگاه‌های ورزش قهرمانی در آینده‌ای که می‌خواهد برای آن برنامه ریزی کند، قوت‌های بیشتری خواهد داشت یا با ضعف‌های بیشتری مواجه خواهد شد (جدول ۵).

جدول ۵: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

متغیر	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
وجود مراکز استعدادیابی اختصاصی در پایگاه‌ها	۵۸۲	۰/۰۴۶	۴	۰/۱۸۲
حاکمیت نگرش برنامه-محوری در توسعه ورزش قهرمانی	۵۵۶	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۱
توانمندی تخصصی و فنی سطح بالای مربیان فعال در ورزش قهرمانی	۵۹۰	۰/۰۴۷	۴	۰/۱۸۶
امکانات و تجهیزات پایگاه‌های ورزش قهرمانی	۶۱۹	۰/۰۴۹	۴	۰/۱۹۴
فعال بودن پایگاه ورزش قهرمانی در تمامی مراکز استان‌ها	۶۰۹	۰/۰۴۸	۴	۰/۱۹۲
برخورداري از ذخیره عظیم منابع انسانی متخصص	۵۷۹	۰/۰۴۶	۳	۰/۱۳۷
وجود نخبگان نوجوان و الگوهای ورزشی	۵۹۰	۰/۰۴۷	۴	۰/۱۸۶
نهادینه شدن آموزش‌های پایه با رویکرد علمی در پایگاه‌های ورزش قهرمانی	۵۶۳	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۲
رشد کمی و کیفی مناسب مربیان ورزشی استان‌ها	۵۵۳	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۱
عملیاتی نمودن طرح آمایش سرزمینی در کشف استعدادها و نخبگان ورزشی	۵۳۲	۰/۰۴۲	۳	۰/۱۲۵
قابلیت تبدیل پایگاه‌ها به مراکز آکادمی ورزش قهرمانی استان‌ها	۵۹۹	۰/۰۴۷	۴	۰/۱۸۸

۳
۳

۰/۰۹۰	۲	۰/۰۴۵	۵۶۱	توجه ناکافی به آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص	۹ ۳ ۳
۰/۰۸۷	۲	۰/۰۴۴	۵۴۷	فقدان مدل مسیر ترقی و پرورش ورزشکاران در پایگاه ها	
۰/۰۹۰	۲	۰/۰۴۵	۵۶۴	عدم کفایت امکانات و تجهیزات پیشرفته (نرم افزاری و سخت افزاری) موجود در پایگاه ها	
۰/۰۴۷	۱	۰/۰۴۷	۵۸۴	نداشتن برنامه راهبردی	
۰/۰۴۷	۱	۰/۰۴۷	۵۹۱	فقدان نظام جامع برای حمایت از ورزشکاران و مربیان نخبه	
۰/۰۴۸	۱	۰/۰۴۸	۵۹۳	عدم اختصاص بودجه به پایگاه ها جهت توسعه و امورات فنی و اجرایی	
۰/۰۴۸	۱	۰/۰۴۸	۵۹۳	برخورد شعاری با موضوع استعدادیابی از سوی مدیران	
۰/۰۸۹	۲	۰/۰۴۵	۵۵۷	نداشتن وحدت رویه و انسجام در بین پایگاه های ورزش قهرمانی	
۰/۰۸۷	۲	۰/۰۴۴	۵۴۷	عدم نظارت و ارزیابی منسجم فعالیت پایگاه ها جهت اصلاح و بهبود مستمر	
۰/۰۹۰	۲	۰/۰۴۵	۵۶۵	فقدان نظام جامع و فراگیر فرایند استعدادیابی در پایگاه های ورزش قهرمانی	
۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	۵۵۳	نظام استعدادیابی ناکارآمد و غیرسیستماتیک	
۲/۵۹	-	۱	-	جمع	

پس از اینکه عوامل محیطی (EF) شناسایی شدند، عوامل الویت دار در يك ستون ماتریس قرارگرفتند و با استفاده از ضرایب و رتبه های خاص امتیاز بندی شدند تا در نهایت مشخص شود که برنامه راهبردی پایگاه های ورزش قهرمانی در آینده ای که می خواهد برای آن برنامه ریزی کند، فرصت های بیشتری خواهد داشت یا با تهدیدهای بیشتری مواجه خواهد شد (جدول ۶).

جدول ۶: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

متغیر				
ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی	
۵۸۷	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۴	فصل اول
۵۴۵	۰/۰۵۰	۳	۰/۱۴۹	
۵۴۸	۰/۰۵۰	۳	۰/۱۵۰	
۵۶۲	۰/۰۵۱	۳	۰/۱۵۳	
۵۶۵	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۵	
۵۲۷	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۴	
۵۱۱	۰/۰۴۷	۳	۰/۱۴۰	
۵۵۸	۰/۰۵۱	۳	۰/۱۵۳	
۵۳۹	۰/۰۴۹	۳	۰/۱۴۷	
۵۴۶	۰/۰۵۰	۳	۰/۱۴۹	
۶۲۰	۰/۰۵۳	۱	۰/۰۵۳	فصل دوم
۶۰۰	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	
۵۷۲	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	
۵۵۴	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۵	
۵۸۹	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	
۵۵۱	۰/۰۴۷	۲	۰/۰۹۴	
۶۰۳	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	
۵۷۷	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	
۶۱۷	۰/۰۵۳	۱	۰/۰۵۳	
۵۷۶	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	
جمع	-	۱	-	۲/۲۹

براساس یافته های پژوهش و با توجه به نتایج SWOT و همچنین نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲/۵۹) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (۲/۲۹) و مقایسه آنها مشخص گردید که جایگاه پایگاه های ورزش قهرمانی کشور در موقعیت راهبرد ST قرار دارد و باید از راهبرد تنوع و رقابتی در مورد آنها استفاده نمایند (شکل ۲). بنابراین در تدوین راهبردهای لازم در موقعیت مذکور حذف نقاط ضعف و بهبود آنها، افزایش نقاط قوت، مقابله با تهدیدهای جدی، ارتقای کمیت و کیفیت ها و شناخت آسیب های سازمان و رفع آنها جهت توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی کشور حائز اهمیت می باشد.



شکل ۲: ماتریس عوامل داخلی و خارجی (IE) و تعیین نوع راهبرد

نتایج جدول ۷ نشان می دهد در مجموع بر اساس روش تحلیل SWOT ۲۰ راهبرد مطلوب شامل ۵ راهبرد تهاجمی (SO)^۱، ۵ راهبرد رقابتی و تنوع (ST)^۲، ۵ راهبرد محافظه کارانه (WO)^۳ و ۵ راهبرد تدافعی (WT)^۴ برای توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی ایران تدوین گردید. در نهایت راهبردهای مطلوب به دست آمده از طریق تحلیل سلسله مراتبی AHP در مناطق راهبرد چهارگانه به طور مجزا اولویت بندی گردیدند و موقعیت راهبرد ST آن مورد بحث و نتیجه گیری قرار گرفت.

1. Aggressive
2. competitive & diversity
3. Conservative
4. Defensive

جدول ۷: مقایسه ماتریس عوامل داخلی و خارجی و راهبرد های استخراج شده

عوامل محیطی		قوت (S)	ضعف (W)
		S۱-S۲-S۳-S۴-S۵-S۶-S۷-S۸-S۹-S۱۰-S۱۱	W۱-W۲-W۳-W۴-W۵-W۶-W۷-W۸-W۹-W۱۰-W۱۱
فصلت‌ها (O)		راهبرد های (SO)	راهبرد های (WO)
		A. توسعه علمی و دانش بنیان کردن پایگاه های ورزش قهرمانی و تبدیل آن به مراکز آکادمی ورزش قهرمانی استان ها (O2-O9-S3-S5-S8) B. بهبود کیفیت دوره های آموزش پایه و کاربردی مرتبط با استعدادیابی در پایگاه های ورزش قهرمانی (O9-S3-S6-S8) C. ایجاد نظام استعدادیابی مناسب و منطبق با الگوهای موفق در سایر کشورها (O3-O4-O5-S1-S4-S5) D. بهره گیری از ظرفیت حداکثری رسانه ها جهت ترویج ورزش قهرمانی و استعدادیابی در پایگاه ها (O6-S4-S5) E. توسعه و افزایش بهره وری پایگاه های ورزش قهرمانی (O8-O9-S1-S10-S6)	F. حمایت ویژه از منابع انسانی کارآمد و کلیدی (مستعدین، مربیان سازنده و کارکنان و ...) (W2-W11-O2-O5-O7) G. تخصیص و افزایش اعتبارات مالی ویژه جهت توسعه سخت افزاری و نرم افزاری پایگاه های ورزش قهرمانی (W2-W3-W6-O2-O5-O10) H. ایجاد انسجام و وحدت رویه و یکسان سازی کلیه فعالیت های پایگاه های ورزش قهرمانی در کشور (W5-W8-W9-O3-O8) I. افزایش همکاری و تعامل سازنده و اثربخش بین پایگاه های ورزش قهرمانی و آموزش و پرورش جهت توسعه استعدادیابی و ورزش های پایه (W7-O1-O4-O7) J. اصلاح ساختار و مدیریت پایگاه های ورزش قهرمانی (W1-W4-W9-W10-O5)
تهدیدها (T)		راهبرد های (ST)	راهبرد های (WT)
		K. پیاده سازی نظام جامع فرایند استعدادیابی (شناسایی، جذب و پرورش) با محوریت پایگاه های ورزش قهرمانی در کشور (S2-S5-S6-S7-S10-T2-T3-T5-T6-T7) L. تدوین و اجرای برنامه راهبردی دراز مدت و مداوم پایگاه های ورزش قهرمانی با تاکید بر توسعه پایدار (S1-S10-T2-T3-T5-T8) M. توانمند سازی و افزایش مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در استعدادیابی و پرورش نخبگان (S7-S11-T4-T8-T9) N. بهبود وضعیت اماکن و تجهیزات پایگاه های ورزش قهرمانی و مدرنیزه و استاندارد نمودن آن (S1-S3-S6-T1) O. ارتقای کیفی سطح نظام استعدادیابی ورزشی با مشارکت پایگاه های ورزش قهرمانی و فدراسیون های ورزشی (S5-S6-S7-S9-T8-T10)	P. اولویت بندی رشته های ورزشی و تمرکز بر روی رشته های موفق و منطبق با نظام آمایش سرزمین (W2-W3-W6-T4-T8-T10) Q. اصلاح و تقویت برنامه های توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی با مشارکت هیئت ها و فدراسیون های ورزش (W1-W7-W10-T2-T3-T6-T8-T10) R. توسعه کمی و کیفی زیر ساخت های پایگاه های ورزش قهرمانی و توسعه فرهنگ بهره برداری بهینه از آنها (W2-W3-W4-W6-W7-T1-T5-T7) S. حمایت مادی و معنوی و پشتیبانی از مربیان سازنده و پایه و ایجاد فضای لازم در جهت ارتقای جایگاه و منزلت آنان (W2-W7-T4) T. تدوین و طرح ریزی سیستم های حمایتی و هدایتی مستعدین و بسترسازی مسیر پیشرفت آنان (W2-W3-W5-W11-T1-T2-T4-T7)

در اولویت بندی راهبرد های ST بر اساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) مطابق جدول ۸، راهبرد «تدوین و اجرای برنامه راهبردی دراز مدت و مداوم پایگاه های ورزش قهرمانی با تاکید بر توسعه پایدار» با وزن نسبی ۰/۴۸۴ دارای بیشترین اهمیت و راهبرد «ارتقای کیفی سطح نظام استعدادیابی ورزشی با مشارکت پایگاه های ورزش قهرمانی و فدراسیون های ورزشی» با وزن نسبی ۰/۰۶ دارای کمترین اهمیت در منطقه رقابتی (ST) می باشد.

جدول ۸: فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) راهبرد های ST

رتبه	وزن نسبی	راهبرد
۱	۰/۴۸۴	L- تدوین و اجرای برنامه راهبردی دراز مدت و مداوم پایگاه های ورزش قهرمانی با تاکید بر توسعه پایدار
۲	۰/۲۲۳	K- پیاده سازی نظام جامع فرایند استعدادیابی (شناسایی، جذب و پرورش مستعدین) با محوریت پایگاه های ورزش قهرمانی در کشور
۳	۰/۱۵۶	N- بهبود وضعیت اماکن و تجهیزات پایگاه های ورزش قهرمانی و مدرنیزه و استاندارد نمودن آن
۴	۰/۰۷۷	M- توانمند سازی و افزایش مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در استعدادیابی و پرورش نخبگان
۵	۰/۰۶	O- ارتقای کیفی سطح نظام استعدادیابی ورزشی با مشارکت پایگاه های ورزش قهرمانی و فدراسیون های ورزشی

۱۵۱

بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، تدوین مدل راهبردی توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی کشور بود. یافته های پژوهش نشان داد که پایگاه های ورزش قهرمانی ایران دارای ۱۱ نقطه قوت، ۱۱ نقطه ضعف، ۱۰ فرصت و ۱۰ تهدید می باشد. بر اساس یافته ها، نقاط قوت پایگاه های ورزش قهرمانی با نتایج پژوهش های فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، کاشف و معرفت (۱۳۹۶)، حمیدی و همکاران (۱۳۹۷)، فتحی، عبدوی و همکاران (۱۳۹۷)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶)، تروینس و همکاران (۲۰۱۴)، بروورس و همکاران (۲۰۱۴) و رضایی و تراوش (۱۳۹۹) در بخش های مرتبط با پایگاه ها همخوانی دارد. با توجه به اینکه موفقیت هر سازمان ورزشی در استفاده بهینه از نقاط قوت آن سازمان است، در پایگاه های ورزش قهرمانی نقاط قوت قابل توجهی مانند وجود امکانات و تجهیزات، فعال بودن و قابلیت تبدیل آنها به آکادمی های ورزشی در مراکز استان ها اهمیت بیشتری دارند. با توجه به نقاط قوت مذکور جهت دانش بنیان نمودن استعدادیابی و ورزش قهرمانی می توان با استفاده از پتانسیل موجود نسبت به تاسیس «آکادمی ورزش قهرمانی»^۱ از طریق ادغام و یکپارچه نمودن آموزش های پایه و پایگاه های ورزش قهرمانی در مراکز استان ها اقدام نمود. این موضوع به شکل گیری نظام جامع آموزشی در فرایند استعدادیابی و تربیت و پرورش مستعدین ورزش قهرمانی و مربیان کارآمد و زبده و کیفی سازی فعالیت ها در این زمینه کمک شایانی می نماید.

بر اساس یافته های پژوهش حاضر، نقاط ضعف پایگاه های ورزش قهرمانی با برخی از نتایج پژوهش های فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، جوادیپور (۱۳۹۴)، کاشف و معرفت (۱۳۹۶)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶)، حمیدی و همکاران (۱۳۹۷)، افتخاری و همکاران (۱۳۹۸)، فدراسیون ژیمناستیک آفریقای جنوبی (۲۰۱۴)، بروورس و همکاران (۲۰۱۴) و رضایی و تراوش (۱۳۹۹) همخوانی دارد. از بین نقاط ضعف مطرح شده، عدم وجود برنامه راهبردی و فقدان نظام جامع حمایت از مربیان و نخبگان ورزشی بیشترین اهمیت را از دیدگاه صاحب نظران دارد. برای تدوین برنامه راهبردی در پایگاه های ورزش قهرمانی، ایجاد ساختار و تشکیلات

نظام مند الزامی است. با ساختار سازمانی ثابت و پایدار که متناسب با اهداف و راهبردها تنظیم می شود، شیوه تخصیص منابع و اهداف بلندمدت و سیاست های آنها جهت اجرای طرح ها و برنامه های استعدادیابی و پشتوانه سازی ورزش قهرمانی تعیین می گردد. ایجاد انگیزه در منابع انسانی متخصص و کارآمد و همچنین ترسیم مکانیسم حمایتی و ساختار یافته جهت پیشرفت ورزشکاران مستعد از مرحله مقدماتی تا پیشرفته اهمیت بیشتری را می طلبد. کشور چین برای شناسایی استعدادها یک نظام سراسری دارد که با برنامه های آموزش و پرورش بستگی نزدیکی دارد و مسئولیت توسعه استعدادها مانند آلمان شرقی سابق، برعهده مربیان حرفه ای است. نیروی انسانی با انگیزه، مهمترین عامل بهره وری در هر سازمان است. تحقیقات نشان می دهند عوامل فردی، اجتماعی، سازمانی و محیطی می توانند در رضایت مستقیم افراد مؤثر باشند. در این زمینه سبک مدیریت، همکاران، ماهیت کار، ترفیع و ارتقا و حقوق و مزایا سهم بیشتری در رضایت کارکنان دارند. بنابراین تلاش برای بهبود رضایت و عوامل انگیزشی کارکنان و مدیران پایگاه های استعدادیابی و مراکز قهرمانی کشور، مدیران و مربیان متخصص در امر استعدادیابی ضروری است.

یافته های پژوهش نشان داد فرصت های پایگاه های ورزش قهرمانی با برخی از نتایج پژوهش های فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، جوادیپور (۱۳۹۴)، کاشف و معرفت (۱۳۹۶)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶) حمیدی و همکاران (۱۳۹۷)، فتحی، عبدوی و همکاران (۱۳۹۷)، افتخاری و همکاران (۱۳۹۸)، رضایی و تراوش (۱۳۹۹)، تروینس و همکاران (۲۰۱۴)، کوپیوس و همکاران (۲۰۱۵) و بروورس و همکاران (۲۰۱۴) در بیشتر موارد همخوانی دارد. با توجه به فرصت های موجود، آموزش و پرورش با نیروی انسانی سرشار از استعداد های ورزشی می تواند پایگاه های ورزش قهرمانی و فدراسیون ها را در اجرای طرح های استعدادیابی عمومی و اولیه بر اساس تفاهم نامه همکاری به صورت سازمان یافته و پایدار یاری نماید. همچنین مدیران توسعه ورزش قهرمانی کشور می توانند با انجام مطالعات تطبیقی در زمینه پایگاه ها و مراکز استعدادیابی و قهرمان پروری در کشورهای صاحب عنوان مانند چین، روسیه، ایالات متحده، آلمان، کانادا، استرالیا، ژاپن، فنلاند و ... در زمینه نحوه و نوع فعالیت این مراکز تغییرات اساسی ایجاد کنند و از تجارب و دستاوردهای آنها الگو برداری و استفاده نمایند. همچنین، در شهرستان های فعال بر اساس آمایش ورزش سرزمینی و استعدادها و پتانسیل موجود در آنها، تاسیس مراکز ورزش قهرمانی می تواند مؤثر واقع شود.

در نهایت یافته های پژوهش مبین آن است که تهدید های پایگاه های ورزش قهرمانی با برخی از نتایج پژوهش های فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، جوادی پور (۱۳۹۴)، کاشف و معرفت (۱۳۹۶)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶)، حمیدی و همکاران (۱۳۹۷)، رضایی و تراوش (۱۳۹۹)، افتخاری و همکاران (۱۳۹۸)، فدراسیون ژیمناستیک آفریقای جنوبی (۲۰۱۴) و تروینس و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد. وجود تهدید های متعدد و عدم رفع آنها منجر به عدم توفیق هر سازمانی به ویژه سازمان های ورزشی می شود. از تهدید های مهم پایگاه های ورزش قهرمانی، افزایش قیمت تجهیزات و هزینه نگهداری آنها، توجه به وضعیت اقتصادی حاکم بر جامعه و گرایش مسئولان به نتیجه گیری به جای فرایند گرایی است. استعدادیابی عملکردی مقطعی یا کوتاه مدت نیست، بلکه فرایندی طولی است که نیاز به تخصص، تجربه، صرف وقت، مدیریت صحیح و هزینه

کافی دارد. فرآیند استعدادیابی نوعی انتخاب براساس پیش بینی است. بخش کلیدی فرآیند پیش بینی، انتخاب و استفاده از راه های مناسب برای سنجش توانایی های حرکتی ورزشکاران و سپس هدایت کردن افراد انتخاب شده به تمرین ورزشی است. بنابراین برخلاف نتیجه گرایی که مقطعی، گذرا و شاید تصادفی می باشد، نوعی آینده نگری بر فرایند گرایی حاکم است که این موضوع با مدیریت روز مرگی مدیران ورزشی کشور مغایرت دارد. بر اساس ماتریس عوامل داخلی و خارجی پایگاه های ورزش قهرمانی دارای موقعیت راهبردی ST می باشد که این موقعیت با یافته های جوادی پور (۱۳۹۴)، اندام و همکاران (۱۳۹۵)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶)، حمیدی، مهرزاد و همکاران (۱۳۹۷)، سهرابیان و همکاران (۱۳۹۸) و رضایی و تراوش (۱۳۹۹) ناهمسو و با یافته های عباسی و فراهانی (۱۳۹۸) همخوانی دارد. با توجه به جایگاه راهبردی پایگاه های ورزش قهرمانی کشور، معاونت توسعه ورزش قهرمانی وزارت ورزش و دفتر استعدادیابی و آموزش های پایه باید برنامه های خود را با استفاده از نقاط قوت جهت کاهش اثرات منفی ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج پایگاه های ورزش قهرمانی استان های کشور متمرکز کنند. لازم به یادآوری است که پایگاه های ورزش قهرمانی روی قوت های داخلی خود خیلی راحت تر می توانند واکنش نشان دهند و برنامه های خود را بیشتر برای بر طرف کردن تهدیدها قرار دهند- همچنان که در تدوین راهبردها روی نقاط قوت ها بیشتر تاکید شده است. همچنین در مورد تهدیدها هم مسئولان توسعه ورزش قهرمانی وزارت ورزش باید در جهت رفع و کاهش آنها بکوشند و از راهبرد تنوع و رقابتی در مورد پایگاه های ورزش قهرمانی کشور استفاده نمایند.

در مجموع ۲۰ راهبرد مطلوب شامل ۵ راهبرد تهاجمی، ۵ راهبرد رقابتی و تنوع، ۵ راهبرد محافظه کارانه و ۵ راهبرد تدافعی برای توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی ایران ارائه شده است. بر اساس یافته ها، راهبردهای (رقابتی و تنوع) توسعه پایگاه های ورزش قهرمانی ایران در بیشتر موارد با قسمت های مرتبط به ورزش قهرمانی و استعدادیابی از برنامه های راهبردهای جوادی پور (۱۳۹۴)، اندام و همکاران (۱۳۹۵)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۵)، کشاورز و دانشمندی (۱۳۹۶)، رضایی و منظمی (۱۳۹۸)، حمیدی، مهرزاد و همکاران (۱۳۹۷)، رضایی و قراخلو (۱۳۹۸)، سهرابیان و همکاران (۱۳۹۸)، رضایی و تراوش (۱۳۹۹)، ماکاتو و همکاران (۲۰۱۲)، شیرزادی و همکاران (۱۳۹۸)، برنامه راهبردی فدراسیون ژیمناستیک کانادا (۲۰۱۲)، میلیستد و همکاران (۲۰۱۳)، بروورس و همکاران (۲۰۱۴)، تروینس و همکاران (۲۰۱۴)، کویوس و همکاران (۲۰۱۵) و آدامسن و همکاران (۲۰۱۶) همسو و دارای وجه مشترک می باشد.

وجود برنامه های راهبردی در ورزش قهرمانی و اجرای مناسب آنها روند رشد و توسعه در مراکز ورزش قهرمانی را تسهیل می کند و سبب می گردد که تلاش ها و مساعی پایگاه های ورزش قهرمانی در قالب چارچوبی وحدت بخش در جهت تحقق اهداف کلان ورزش قهرمانی قرار گیرد، فعالیت های موازی کاهش یابد و برآیند تلاش در راستای نیل به اهداف باشد- ضمن اینکه معیاری برای کنترل عملکرد پایگاه های ورزش قهرمانی فراهم می کند. تفکر برنامه- محوری و راهبردخواهی در سطوح پایین تر مانند مراکز ورزش قهرمانی شهرستان ها و هیئت های ورزشی، روند توسعه پایدار را سرعت می بخشد. تشکیل شورای عالی سیاست گذاری

در زمینه استعدادیابی و قهرمان پروری، تهیه و اجرای برنامه راهبردی پایگاه‌های ورزش قهرمانی، الزام هیئت‌ها و ادارات ورزش شهرستان‌ها به پیگیری و اجرای برنامه راهبردی پایگاه‌های ورزش قهرمانی، الزام هیئت‌های ورزشی به ارائه تقویم ورزشی سالیانه و ماهانه دقیق در زمینه استعدادیابی، ارزیابی مستمر عملکرد و نظارت و کنترل و فعال نمودن پایگاه‌های ورزش قهرمانی در شهرستان‌ها با برنامه‌های دراز مدت، از راهکارهای پیشنهادی در این زمینه می‌باشد.

در راهبرد پیاده سازی نظام جامع فرایند استعدادیابی، برای تمامی مراحل فرایند استعدادیابی اعم از شناسایی، جذب و پرورش و نگهداری مستعدین ورزشی برنامه‌های ویژه و اساسی طرح ریزی و عملیاتی گردد. در مجموع با ایجاد نظام استعدادیابی جامع و فراگیر در کشور می‌توان با ایجاد وحدت رویه در عملکرد پایگاه‌های ورزش قهرمانی، آموزش و پرورش، فدراسیون‌ها و هیئت‌های ورزشی، باشگاه‌ها و سایر ارگان‌ها و نهادهای مرتبط با ورزش قهرمانی و استعدادیابی، از اقدامات سلیقه‌ای و جزیره‌ای جلوگیری نمود. بنابراین فعال نمودن کمیته استعدادیابی در کلیه هیئت‌های ورزشی استان، اعلام فراخوان‌های عمومی برای جذب استعدادهای ورزشی به صورت مستمر، تعریف فرایند و مسیر مشخص برای استعدادیابی با همکاری آموزش و پرورش، هیئت‌های ورزشی و پایگاه‌ها، اخذ آزمون‌های جامع به منظور کشف، شناسایی و هدایت استعدادهای ورزشی، برنامه ریزی برای شناسایی، جذب و پرورش افراد مستعد، انطباق سنجی و تطبیق دوره‌ای نتایج آزمودنی‌ها با استانداردها پیشنهاد می‌گردد.

جهت استاندارد سازی امکانات، تجهیزات و فضاهای مورد نیاز پایگاه‌های ورزش قهرمانی در سراسر کشور باید اقدامات عملی صورت پذیرد و برای توسعه پایدار زیر ساخت از سوی وزارت ورزش و جوانان لازم است که گام‌های اساسی برداشته شود. فراهم نمودن تجهیزات نرم افزاری و تحلیلی به روز در مراکز ورزش قهرمانی، توسعه فناوری اطلاعات در پایگاه‌ها، مدرنیزه کردن تجهیزات و دستگاه‌های موجود در پایگاه‌ها، تعریف فضا و مکان استاندارد برای پایگاه‌های ورزش قهرمانی و تامین تسهیلات و امکانات تمرینی پیشرفته در پایگاه‌های ورزش قهرمانی می‌تواند از راهکارهای مفید در این زمینه باشد.

توانمندسازی بخش خصوصی می‌تواند نقش مهمی در پیشرفت و توسعه پایگاه‌های ورزش قهرمانی و استعدادیابی داشته باشد. از راهکارهای پیشنهادی می‌توان به ایجاد کانون‌های استعدادیابی، تسهیل رویه‌ها و قوانین جهت اخذ مجوز فعالیت و مشارکت بخش خصوصی، جلب مشارکت بخش خصوصی در توسعه پایگاه‌ها با اعطای تسهیلات ویژه و حمایت از تشکیل کانون‌های استعدادیابی ورزشی خصوصی در ورزش‌های پایه در مناطق محروم و شهرستان‌ها اشاره نمود.

در زمینه راهبرد ارتقای کیفی سطح نظام استعدادیابی ورزشی با مشارکت پایگاه‌های ورزش قهرمانی و فدراسیون‌های ورزشی می‌توان از طریق توسعه زیر ساخت‌ها، امکانات و تجهیزات فنی و منابع انسانی متخصص در پایگاه‌های ورزش قهرمانی کشور، بستر کیفی سازی فعالیت آنها را فراهم نمود. تشکیل کار گروه علمی و تخصصی استعدادیابی، بستر سازی و ایجاد فضای همکاری برای سنجش قابلیت‌های جسمانی مستعدین ورزشی هیئت‌ها و انجمن‌ها، راه اندازی واحدهای تخصصی از قبیل پزشکی و سلامتی، پیکر سنجی،

روانشناسی و سنجش قابلیت های جسمانی در پایگاه ها، کمک گرفتن از متخصصان هیئت ها و فدراسیون های ورزشی در فاز تخصصی استعدادیابی و سنجش شاخص های مهارتی استعدادهای، تهیه و تنظیم فرم ها و فلوچارت های استاندارد استعدادیابی با کمک گرفتن از فدراسیون ها، تشکیل کارگروه اجرایی در پیشبرد فرایند استعدادیابی با مشارکت هیئت ها و فدراسیون های ورزشی، ایجاد استعدادیابی گلخانه ای در مراکز ورزش قهرمانی شهرستان ها و مناطق هدف از راهکارهای پیشنهادی می باشند.

در نهایت با توجه به موقعیت راهبردی پایگاه های ورزش قهرمانی کشور پیشنهاد می گردد پایگاه های ورزش قهرمانی کشور راهبردهای تدوین شده در این تحقیق را با هماهنگی فدراسیون ها و هیئت های ورزشی و شهرستان ها در تعامل با ورزش آموزش و پرورش اجرا نمایند و با تدوین برنامه ریزی راهبردی و عملیاتی جامع و سراسری با کمک متخصصان امر از قوت ها و فرصت های موجود جهت به حداقل رساندن ضعف ها و تهدیدها حداکثر استفاده را نمایند و گام های موثری جهت توسعه و پشتوانه سازی ورزش قهرمانی بردارند.

لازم به ذکر است عدم وجود پیشینه پژوهشی و مبانی نظری در مورد پایگاه های ورزش قهرمانی از محدودیت های مهم در انجام این پژوهش بود. لذا بررسی مشکلات ایجاد نظام استعدادیابی فراگیر و جامع در پایگاه های ورزش قهرمانی، بررسی راهبرد های مطلوب توسعه مراکز ورزش قهرمانی در سایر کشورها، مطالعه تطبیقی راهبرد های توسعه مراکز ورزش قهرمانی کشورهای موفق و ناموفق و بررسی نحوه مشارکت بخش خصوصی در توسعه استعدادیابی و پایگاه های ورزش قهرمانی برای محققان آتی پیشنهاد می گردد.

منابع

- احسانی، محمد؛ امیری، مجتبی و قره‌خانی، حسن. (۱۳۹۲). «طراحی و تدوین نظام جامع ورزش حرفه‌ای کشور». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۱۹-۳۵.
- افتخاری، عذرا؛ بنار، نوشین؛ امامی، مینا و منصورصادقی، منیژه. (۱۳۹۸). «ارائه مدل اندازه‌گیری موانع توسعه والیبالی قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۴۳، صص ۳۹-۶۰.
- جوادی پور، محمد. (۱۳۹۴). «بررسی چالش‌های مدیریت رقابت‌های ورزشی ورزشکاران ایران». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۳۰، صص ۱۳-۳۴.
- جی. گرین، ادوارد. (۱۳۸۱). راهنمای کاربرد برنامه ریزی جامع. همایون خاموشی. مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- حسینی، سیدشاهو و همکاران. (۱۳۹۰). «شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای استعدادیابی در ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران و تنگناها و چالش‌های فراروی آن». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱۷، صص ۲۹-۵۴.
- حمیدی، مهرزاد؛ رجبی، حسین؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم و زینی زاده، مهوش. (۱۳۹۷). «طراحی و تدوین برنامه راهبردی فدراسیون ورزش دانش آموزی ایران». پژوهش در ورزش تربیتی. شماره ۱۴، صص ۶۷-۹۲.
- رشید لمیر، امین و همکاران. (۱۳۹۲). «تدوین برنامه راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان رضوی در حوزه ورزش و تربیت بدنی». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۷۹-۱۹۸.
- رضایی، شمس الدین و تراوش، منیژه. (۱۳۹۹). «تحلیل محیطی و تدوین راهبردهای توسعه ورزش دانشجویی». نشریه پژوهش در ورزش تربیتی. شماره ۱۹، صص ۳۹-۶۶.
- رضایی، شمس الدین و منظمی، امیرحسین. (۱۳۹۸). «طراحی مکانیزم موثر پیاده سازی برنامه های راهبردی در سازمان‌ها و فدراسیون های ورزشی ایران». مجله رویکردهای نوین در مدیریت ورزش. شماره ۲۶، صص ۷۹-۹۴.
- رضایی، شمس الدین؛ قراخلو، رضا و سلیمانی مقدم، رضا. (۱۳۹۸). «الگوی پارادایمی توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای ایران». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۴۵، صص ۱۴۹-۱۶۸.
- سازمان تربیت بدنی. (۱۳۸۲). طرح جامع تربیت بدنی و ورزش کشور (شناخت وضع موجود ایران).
- سجادی، سیدنصراله؛ رضوی، سید محمد حسین؛ راسخ، نازنین و دوستی، مرتضی. (۱۳۹۶). «مطالعه تطبیقی ساختار ورزش در ایران و کشورهای اروپایی». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۳۶، صص ۴۲-۲۳.
- سهرابی مقدم، علیرضا؛ صابونچی، رضا و شعبانی، عباس. (۱۳۹۸). برنامه های راهبردی فدراسیون قایقرانی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۵۷، صص ۱۵۹-۱۷۶.
- شایان مقدم، حسین؛ حمیدی، مهرزاد و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۸). «برنامه ریزی راهبردی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران و مدل اجرای آن با رویکرد کارت امتیازی متوازن». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۵۴، صص ۲۴۳-۲۶۰.
- شیرزادی، رضا؛ رضوی، سید محمد حسین؛ امیرنژاد، سعید و محمدی، نصراله. (۱۳۹۸). «بررسی چالش‌های رشد و توسعه ورزش قهرمانی بر مبنای آمایش سرزمین و ارائه راهکارها». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۳، صص ۷۱-۷۹.
- عباسی بختیاری، رضا؛ فراهانی، ابوالفضل و کشاورز، لقمان. (۱۳۹۸). «تدوین برنامه راهبردی ورزش همگانی و قهرمانی دانشگاه آزاد اسلامی با مدل SWOT-ANP». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۱، صص ۱۳۹-۱۵۳.
- فراهانی، ابوالفضل و همکاران. (۱۳۹۵). «تدوین راهبردهای توسعه ورزش قهرمانی ایران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۵، شماره ۳، صص ۱۲۵-۱۴۰.
- فرید فتحی، مریم؛ عبدوی، فاطمه و همکاران. (۱۳۹۷). «شناسایی و اولویت بندی عوامل توسعه ورزش همگانی و قهرمانی در استان آذربایجان شرقی با استفاده از تحلیل سلسه مراتبی (AHP)». طرح پژوهشی اداره کل ورزش و جوانان

آذربایجان شرقی و معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه تبریز. صص ۵۸-۹۸.

- کاشف، میر محمد؛ میر حسن، سید عامری؛ احمدی، مالک و معرفت، داریوش. (۱۳۹۷). «بررسی مدل راهبردی توسعه ورزش قهرمانی استان آذربایجان شرقی با استفاده از روش SWOT و BSC». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۲۴، صص ۲۷-۳۷.
- کشاورز، لقمان و دانشمندی، حمزه. (۱۳۹۶). «تحلیل عاملی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای فدراسیون ژیمناستیک جمهوری اسلامی ایران». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. شماره ۳، صص ۵۳-۶۲.
- مرکز ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور. (۱۳۸۴). سند توسعه بخش تربیت بدنی و ورزش استان ها. معاونت برنامه ریزی راهبردی.
- مهدی زاده، مهدی. (۱۳۹۴). «بررسی راهبردهای موثر مشارکت بخش خصوصی در توسعه ورزش قهرمانی استان آذربایجان شرقی». اولین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران.
- نودهی، محمدعلی؛ دوستی، مرتضی و رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۹۸). «شناسایی و اولویت بندی شاخص های استعدادیابی ورزش جودو در ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۵۳، صص ۹۹-۱۲۰.
- هانگر، جی دیوید و ویلن، توماس ال. (۱۳۸۹). مبانی مدیریت راهبردی. سید محمد اعرابی و دکتر حمید رضا رضوانی. چاپ اول، تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی
- Adamsen, B. (2016). "The Language of Talent. Demystifying Talent Management". Demystifying Talent Management, 1(1), 62-69.
- Asselstine, S. and Edwards, J. R. (2019). "Managing the resource capabilities of provincial Rugby unions in Canada: an understanding of competitive advantage within a sport development system". Managing Sport and Leisure, 24(1-3): 78-96.
- Australian Sports Commission. (2018). Development-through-sport, a joint strategy of the Australian Sports Commission (ASC) and the Australian Agency for International Development (AusAID). www.ausport.gov.au.
- Brouwers, Jessie, Sotiriadou, Popi. De Bosscher, Veerle. (2014). "Sportspecific policies and factors that influence international success: The case of tennis". Sport Management Review, <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr>.
- Darnell, S. C., Field, R and Kidd, B. (2019). "Sport-for-Development and the International Community". The History and Politics of Sport-for-Development, Springer: 183-207.
- Grant, R. M. (2016). Contemporary strategy analysis. Text and cases edition: John Wiley & Sons.
- Gymnastics Ontario. (2013). Strategic plan 2013-2017. pp 2-4
- 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), 272-282.
- Kubilius Olszewski, P. T., D. (2015). "Talent development as a framework for gifted education". Gifted child today, 28(1), 49-59.

- MacIntosh, E. W., Parent M. M., and Culver, D. (2019). **“Understanding Young Athletes’ Learning at the Youth Olympic Games: A Sport Development Perspective”**. Journal of Global Sport Management, 1-20.
- Makoto Matlala, Bernardus van der Spuy, Sumayya Khan, Alec Moemi, Gert Oosthuizen, FikileMbalula. (2012). **“Strategic plan for the fiscal years 2012 – 2016”**. Ministry of Sport and Recreation South Africa, available on the <http://www.srsa.gov.za>
- Milistetd, M. M., I. Ivanhoe, A. Vieira, J. (2014). **“Coaches Representation about Detection and Selection of Talents on the Brazilian Volleyball”**. International Journal of Sports Science, 3(5), 157-162.
- Rosenberg Hansen, J., & Ferlie, E. (2016). **“Applying strategic management theories in-public sector organizations: Developing a Typology”**. Journal of Public Management Review, 18 (1), 1-19
- Tan, T.-C., Zheng, J. and Dickson, G. (2019). **“Policy transfer in elite sport development: the case of elite swimm”**.
- Truyens, J., De Bosscher, V., Heyndels, B., & Westerbeek, H. (2014). **“A resource-based perspective on countries’ competitive advantage in elite athletics”**. International Journal of Sport Policy and Politics. <http://dx.doi.org/10.1080/19406940.2013.839954>.



طراحی مدل جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران

فاطمه آجورلو^۱

بهرام قدیمی^۲

رضا محمد کاظمی^۳

شیوا آزادفدا^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۹/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۰

هدف از این پژوهش، طراحی مدل جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران است. روش پژوهش حاضر کیفی و از نوع اکتشافی است. جامعه آماری پژوهش شامل اساتید دانشگاه، کارشناسان و صاحب نظران بود که رشته تحصیلی و داشتن تالیفات علمی مرتبط با موضوع، دارا بودن سمت های مدیریتی و تجارب اجرایی در حوزه مدیریت ورزشی و کارشناسان حوزه ورزش بانوان از جمله شاخص های انتخاب فهرست اولیه صاحب نظران به شمار می آمد. روش نمونه گیری به صورت غیر احتمالی، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی بود. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۶ نفر به دست آمد. ابزار اندازه گیری، مصاحبه باز بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی بود که با استفاده از نرم افزار Maxqda نسخه ۲۰۱۸ تحلیل شد. بر مبنای تحلیل داده ها ۸۹ مفهوم اولیه، ۱۳ مقوله اصلی و ۳ هسته اصلی شناسایی شد. سپس سه قضیه نظری براساس مدل پارادایمی مدل سه شاخگی شامل عوامل

۱. دانشجوی دکترای جامعه شناسی ورزشی، گروه جامعه شناسی و علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه جامعه شناسی و علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Dr.b.ghadimi@gmail.com

۳. دانشیار، مدیریت و برنامه ریزی تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رفتاری، زمینه ای و ساختاری برای طراحی مدل جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران مطرح شد. بدین ترتیب، می توان گفت که بحث ورزش بانوان در بیشتر کشورها مورد توجه بسیار قرار گرفته است. از این رو، نتایج پژوهش حاضر جایگاه ورزش بانوان را بهبود خواهد بخشید به شرطی که مسئولان بسترهای لازم را برای کاربردی کردن نتایج فراهم سازند.

واژگان کلیدی: ورزش بانوان، بهبود شاخص ها و توسعه یافتگی

مقدمه

ورزش، نمونه شاخص از نهادی است که همه ما از گذر رابطه آشنایی روزمره شناختی از آن داریم و درباره‌اش می‌توانیم از راه تجربه‌های کم و بیش مختصر و مفید یا از راه منابع خبری کسب اطلاعات کنیم، اما در موقعیت پژوهشگر یا جامعه‌شناس کسب اطلاعات ورزش صورت دیگری پیدا می‌کند؛ به عنوان صورتی از روابط اجتماعی با سلسله مراتب و اثرات سلطه، به عنوان یک فرهنگ، به عنوان یک فعالیت شغلی که با صورت‌های شغلی دیگر شباهت دارد و توصیفی که علوم اجتماعی- جامعه‌شناسی، تاریخ و اقتصاد از ورزش ارائه می‌دهند، البته به اندازه روایت اخباری آن جالب و جذاب نیست، اما توصیفی نظام مندتر است. جامعه‌شناسی شرایطی را بیان می‌کند که به فعالیت‌های ورزشی امکان بروز و جهت می‌دهند و منابع مالی بسیج شده و کارهای انجام شده روز به روز را آشکار می‌کند. مشکلات و موانعی را نشان می‌دهد که ورزشکاران برای رسیدن به اهدافشان با آن‌ها رو به رو هستند (دوفرانس، ۲۰۱۹). نقش ورزش در اجتماع و اثر آن بر پدیده‌هایی همچون جرم و سوء رفتارهای جوانان امری پذیرفته شده است، ولی مطالعات پژوهشی در این زمینه به منظور شناخت رابطه‌های پنهان مقوله ورزش و جامعه هم چنان ادامه دارد. ورزش به دلیل مخاطب قرار دادن گروه‌های گوناگون اجتماعی از سنین مختلف، در تار و پود جامعه تنیده شده است و مطالعاتی در هریک از این زمینه‌ها نیاز است تا به تبیین نوع و سطح درهم تنیدگی این روابط بپردازد. به عنوان مثال، در حوزه اجتماعی، ورزش طیف گسترده‌ای از مخاطب را شامل کودکان، زنان، سالمندان و ... در بر می‌گیرد که اثر ورزش و برنامه‌های ورزشی بر همه آنها یکسان نیست (اسکیز و همکاران، ۲۰۱۷). ورزش در دوران معاصر نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است تا آنجا که در قاموس جامعه‌شناسی از آن به عنوان بارزترین نمودهای زندگی اجتماعی یاد شده و آن را در عقلانی شدن زندگی اجتماعی و توسعه جوامع مدرن مؤثر می‌دانند. عده‌ای از اصحاب علوم اجتماعی نیز نوع ورزش افراد را تعیین‌کننده سبک زندگی و بیانگر طبقه اجتماعی آن‌ها تلقی نموده و آن را پدیده‌ای اجتماعی که نیاز مبرم به ترجمه نداشته و خود ترجمان ملت هاست، پنداشته‌اند. علاوه بر این‌ها، گروهی دیگر از جامعه‌شناسان، ورزش را شیوه‌ای به منظور کنش و واکنش‌های افراد تصور کرده و آن را در پرورش شخصیت، اعتدال روانی، خویشتن‌داری، مهارت‌دریجی رفتارهای پرخطرگرا و تنظیم خشونت مفید دانسته‌اند. در هر حال، حوزه جامعه‌شناسی ضمن تأکید بر نقش و کارکرد ورزش در زندگی اجتماعی، آن را مدلی برای شناخت ساختارهای اجتماعی و فرهنگی و مدخلی به منظور تحلیل این ساختارها پنداشته و غنی‌سازی اوقات فراغت، انتقال ارزش‌ها، کاهش آسیب‌های اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی را از دیگر کارکردهای اجتماعی ورزش در جامعه معاصر برشمرده‌اند (نوابخش و جوانمرد، ۱۳۹۲).

از طرف دیگر، زنان قشر مهمی از جامعه ایرانی هستند که به دلایل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی غفلت‌هایی در مورد آنان صورت گرفته است. نمونه‌ای از این غفلت‌ها، عدم توجه به بعد سلامت جسمانی و روانی آنان از طریق ورزش و تحرک است. زنان ایرانی همواره تحت تأثیر انواع سیاست‌های رایج در کشور و فرهنگ حاکم بر جامعه تا حدودی در زمینه ورزش که همگی بر لزوم آن برای سلامتی جسم و روان تأکید می‌کنند

محدودیت هایی داشته اند. متأسفانه در کشور ما طی سال های اخیر، ورزش بانوان مورد غفلت قرار گرفته، در حالی که دانش تربیت بدنی و علوم ورزشی در جوامع بین المللی جایگاهی بس مهم و پر اهمیت دارد (زکایی^۱، ۱۳۹۱). با توجه به اینکه زنان ارتباط مستقیمی با زندگی نیمی از افراد جامعه پیدا می کنند و به عنوان گروهی که سهم مهمی در توسعه جامعه دارند، باید از سلامت کامل برخوردار شوند. در واقع، سلامت هریک از اعضای جامعه به ویژه زنان مستقیماً بر تصویر کلی سلامت خانواده تاثیر می گذارد (ظهیری نیا و همکاران، ۱۳۹۴). مشارکت در فعالیت های ورزشی به صورت حرفه ای، تا همین اواخر فعالیتی مردانه بود و زنان سهم چندانی در آن نداشتند (امینی و همکاران، ۱۳۹۶). اما عوامل گوناگون اجتماعی-فرهنگی از جمله: افزایش اوقات فراغت، بالا رفتن سطح زندگی، افزایش توجه به بهداشت عمومی و آمادگی جسمانی و بالاخره اهتمام نظام های سیاسی باعث شد از اواسط قرن بیستم، پیدایش نمونه های موفقیت آمیز حضور زنان در عرصه های ورزشی افزایش یابد (کاکلی^۲، ۲۰۱۷). جامعه شناسان بیان کرده اند که در جامعه امروزی، تاکید فرهنگی-اجتماعی بسیاری بر روی جذابیت و تناسب جسمانی وجود دارد و هنجارهای اجتماعی به نسبت بیشتری درباره زنان بر جذابیت جسمانی تاکید می کند. در چند دهه اخیر، تناسب اندام معیار زیبایی زنان شده است. آنچه به لحاظ اجتماعی تصویری مطلوب از بدن تعریف می شود، بر لاغری اندام و تناسب جسمانی دلالت دارد (ذکایی و امین پور، ۱۳۹۱). با توجه به اینکه نیمی از پیکر جامعه ما را زنان تشکیل می دهند و با توجه به ارزش والای زن در جامعه اسلامی، سلامت، نشاط و دسترسی آنان به علوم به ویژه علوم اسلامی می تواند در داشتن جامعه ای سالم و شاداب نقش مهمی داشته باشد. دلایل گفتن این موارد، وجود سلامت و تندرستی به عنوان یک شاخص مهم در توسعه جوامع می باشد. یکی دیگر از موارد توسعه در یک جامعه، برابری و عدالت جنسیتی می باشد. آمارها نشان داده است که در جوامعی که ورزش بانوان دارای رونق بوده است و بانوان حضور فعالی در این حوزه داشته اند، کمتر شاهد ناهنجاری های اجتماعی مانند تعرضات بوده اند (نورعلی وند و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین حضور فعال بانوان در رقابت های بین المللی ورزشی و موفقیت های که آنها به دست آورده اند باعث شور و اشتیاق جامعه شده و همچنین در جوامع بین المللی نیز چهره خوبی از آن کشور نشان داده است؛ چنان که جامعه های دیگر به آن به عنوان یک کشور برتر از لحاظ عدالت اجتماعی بخصوص عدالت برابری جنسیتی به آن نگاه می کنند (لاکر و همکاران^۳، ۲۰۱۶). توسعه و اعتلای تربیت بدنی و ورزش در جامعه ما منوط به تحول سازنده و مثبت در برنامه های جاری ورزشی است. از طرفی، این واقعیت بر هیچ کس پوشیده نیست که بدون در نظر گرفتن زنان که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می دهند، دستیابی به توسعه واقعی میسر نخواهد بود. در بسیاری از جوامع، زنان با مشکلات و نابرابری هایی مانند عدم دسترسی به امکانات آموزشی برابر با مردان (ژاجاکوف^۴، ۲۰۰۶)، فرصت های شغلی نابرابر با مردان، فقر و درآمد نابرابر،

1. Vest
2. Cakli
3. Laker et al.
4. Zajacov

تنش های بیشتر و ایفای نقش های متعدد خانوادگی و تضاد در این نقش ها (هیلدینگ^۱، ۲۰۰۶) مواجه اند که تربیت بدنی و ورزش را نیز می توان به آن اضافه کرد. امروزه در بیشتر جوامع، زنان از فرصت های برابر برای شرکت در فعالیت های ورزشی محروم و با محدودیت هایی مواجه اند (پالم^۲، ۲۰۰۰). محدودیت های ساختاری و مدیریتی (گوئی^۳، ۲۰۰۷)، محدودیت های مالی و امکاناتی، محدودیت های انسانی و تخصصی و محدودیت های فرهنگی و اجتماعی از جمله این محرومیت ها هستند. این محرومیت ها در کشور جمهوری اسلامی ایران به دلایل مختلف به ویژه شرایط فرهنگی و اجتماعی حاکم بر کشور برجستگی بیشتری دارد (دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور، ۱۳۸۷) گرچه تربیت بدنی و ورزش بانوان در جمهوری اسلامی ایران از اهمیت خاصی برخوردار است (منظمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۲).

امروزه ورزش در جامعه به یک امر مهم تبدیل شده است، بخصوص در حوزه بانوان که نقش آن قابل انکار نیست. گواه این حرف تاکید جامعه شناسان، روانشناسان، جامعه پزشکی و ... به ورزش کردن بانوان است، چرا که بانوان، رکن اصلی جامعه و خانواده به شمار می آیند و خانواده ای سالم است که مادر آن سالم باشد- این قیاس در جامعه نیز وجود دارد و جامعه سالم، جامعه ای توسعه یافته خواهد بود

نورعلی وند و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی خود بیان کردند که این هنجارها در درآمد و جایگاه زنان نقش مثبتی داشته است. با گذر بیش از ۴۰ سال از انقلاب اسلامی و ایجاد تغییرات بنیادین در قوانین مربوط به حضور زنان در جامعه و سیاستگذاری های لازم در ورزش بانوان، در سال های اخیر رشد و پیشرفت چشمگیری در ورزش زنان در عرصه مسابقات ملی و بین المللی به دست آمده است، اما همچنان بین ورزش مردان و ورزش بانوان فاصله و تفاوت زیادی وجود دارد. با گذر زمان لزوم کاهش تبعیض جنسیتی نسبت به ورزش زنان در کشور بیش از گذشته احساس می شود. شیوه رایج زندگی زنان ایرانی که آپارتمان نشینی و بی بهرگی از نور خورشید، نبودن امکانات اولیه رفاهی برای ورزش و تفریح را می توان از مهم ترین ویژگی های آن دانست، منجر به افزایش میزان بیماری و اختلالات جسمی و روانی در میان زنان شده است که مقابله با این بیماری ها مستلزم سیاستگذاری های کلان در راستای ایجاد تغییر در برخی شیوه های اجرایی برنامه های ورزشی بانوان ایرانی است. از این رو، محقق در پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به این سوال است:

الگوی کاربردی و جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی (سلامت و تندرستی و برابری جنسیتی) چیست؟

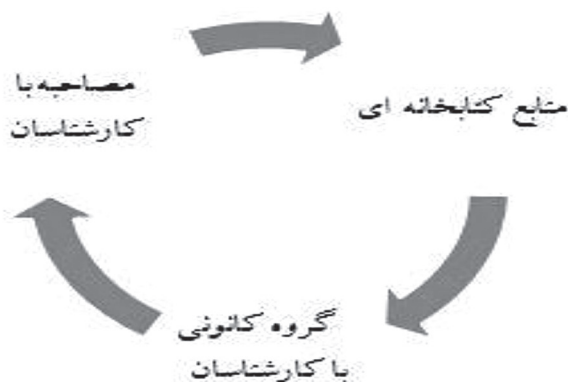
روش شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش، کیفی و راهبرد تحقیق در این مطالعه بر حسب سه دسته عوامل رفتاری، ساختاری و زمینه ای بررسی و تجزیه و تحلیل بود. هدف استفاده از رهیافت تحقیق کیفی در مطالعه حاضر، تدوین الگوی کاربردی جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران بود. جامعه آماری پژوهش شامل

1. Hildingh
2. Palm
3. Gui

اساتید دانشگاه، صاحب نظران و فعالان حوزه بانوان بودند که رشته تحصیلی و داشتن تالیفات علمی مرتبط با موضوع، دارا بودن سمت های مدیریتی و تجارب اجرایی در حوزه ورزش و بانوان آسیب دیده اجتماعی از جمله شاخص های انتخاب فهرست اولیه صاحب نظران بود. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری غیر احتمالی^۱، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده بود. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۶ نفر به دست آمد. اشباع نظری زمانی رخ می دهد که محقق نمی تواند اطلاعات بیشتری را به موارد قبلی اضافه کند و شاهد الگوهای تکراری داده ها خواهد بود. در این وضعیت نمونه گیری خاتمه می یابد، چرا که نمونه های بیشتر به بسط تحقیق و تبیین بیشتر آن کمکی نمی کنند. گفتنی است که به جهت نبودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده ها، از رویکرد مثلث سازی^۲ استفاده شد. مثلث سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می شود (اسکینر، ادواردز و کوربت^۳، ۲۰۱۴). با توجه به استفاده از شیوه مثلث سازی (استفاده از منابع چندگانه) در این تحقیق از منابع متنوع برای جمع آوری اطلاعات بهره گیری شد.

۱۶۴



شکل ۱: فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع آوری اطلاعات لازم پژوهش

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) که در جدول ۱ به آن اشاره شده است، استفاده شد.

1. Non probability
2. Triangulation
3. Skinner, Edwards & Corbett

جدول ۱: روش های اطمینان از روایی

روش های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت کنندگان برای ارزیابی برداشت های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت کنندگان
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 مشارکت کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه شوندگان در خصوص نتایج
مثلث سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع آوری داده ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

۱۶۵

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص جامعه شناس در حوزه ورزش بانوان که در مراحل انجام پژوهش حضور داشت و از آگاهی مناسبی در زمینه این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش ها و فنون لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه ها را کدگذاری کردند و درصد توافق درون موضوعی با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد توافق درون} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

مطابق داده های جدول ۲، تعداد کل کدهای به ثبت رسیده معادل ۸۹ کد و تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۶۰ می باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه های انجام گرفته در این پژوهش معادل ۷۱ درصد است. لذا با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری ها مورد تأیید است و می توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب می باشد.

جدول ۲: محاسبه پایایی

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	پایایی
۱	۵	۴۱	۱۸	۰/۸۷
۲	۱۰	۴۸	۲۲	۰/۹۱
جمع		۸۹	۴۰	۰/۸۹

سرانجام جهت تجزیه و تحلیل داده ها در مرحله کیفی از تحلیل روایت استفاده شد. گفتنی است که کلیه تحلیل های آماری با کمک نرم افزار Maxqda نسخه ۱۲ انجام گرفت.

یافته های پژوهش

در این بخش کدهای استخراج شده و مؤلفه های مربوط به هر یک از آن ها و در نهایت نظریه توسعه برند ارائه خواهد شد؛ به گونه ای که پس از تجزیه و تحلیل صورت گرفته این امکان وجود دارد تا به سؤالات اصلی و فرعی مطرح شده پاسخ داده شود.

نخستین گام در ساخت نظریه زمینه ای، انجام کدبندی باز است. کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه جداگانه انجام می شود. چنان چه واحد کدبندی، سطر باشد، به هر یک از سطرها یا جمله ها، مفهوم یا کدی الصاق می شود. این کدها یا مفاهیم باید بتوانند حداکثر فضای مفهومی و معنای آن را اشباع کنند. در این مرحله، تمام اطلاعات کدبندی می شود (کریوگر و نیومن، ۲۰۰۶). در کدبندی اولیه محقق براساس واحد کدبندی، به هر واحد مورد نظر یک کد (مفهوم، نام، برچسب) الصاق می کند. مفاهیم یا کدهای به دست آمده در این مرحله، سنگ بنای مقوله های عمده بعدی و نیز اجزای اصلی مدل سه شاخگی در حال ظهور را شکل می دهد (محمدپور، ۱۳۹۲). حال که کلیه داده ها کدبندی و کدها یا مفاهیم اولیه متعددی ساخته شدند، مرحله دوم کدبندی باز آغاز می شود. محقق در این مرحله با متون خام کار ندارد، بلکه با مفاهیمی که تولید کرده است، سروکار دارد. هدف این مرحله از کدبندی باز که به کدبندی «متمرکز» موسوم است، تولید و استخراج مقوله های عمده است (محمدپور، ۱۳۹۲). در جدول ۳، نحوه کدبندی سطح اول (اولیه) و سطح دوم (متمرکز) با عنوان درک معنای تدوین الگوی کاربردی جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران آمده است. به موجب نتایج این جدول، با تحلیل متن مصاحبه ها و پس از مفهوم پردازی در مرحله کدبندی باز، ۸۹ مفهوم اولیه (سطح اول) و ۱۳ مقوله عمده (سطح دوم) شناسایی شد.

کدبندی محوری

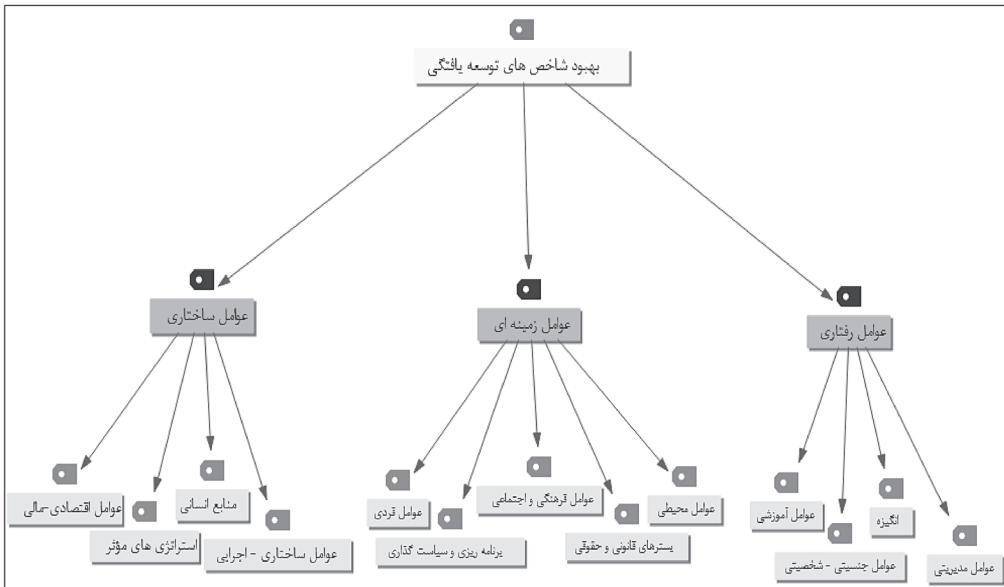
مرحله دوم کدبندی داده ها به کدبندی «محوری» موسوم است. در این مرحله، مقوله ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می گیرند. همچنین این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که «الگوی کدگذاری» نامیده می شود. الگوی کدگذاری، روابط میان عوامل زمینه ای، عوامل رفتاری و عوامل ساختاری را نمایان می کند (کریوگر و نیومن، ۲۰۰۶). این فرایند در نمودار ۱ نمایان شده است:

جدول ۳: مفاهیم، مقولات عمده و مقوله محوری هسته استخراج شده از داده‌ها

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	متن مصاحبه (نکات کلیدی)	گزاره‌های منطقی (کداولیه)
۱	عوامل زمینه‌ای	بسترهای قانونی و حقوقی	تدوین قوانین مناسب جهت بسترسازی برای ورزش بانوان	تدوین قوانین مناسب جهت بسترسازی
۲			به روز رسانی قوانین ورزشی اتخاذ شده برای بانوان با توجه به شرایط حاکم بر جامعه	به روز رسانی قوانین ورزشی با توجه به شرایط حاکم بر جامعه
۳			تصویب قانون پخش مسابقات بانوان از صدا و سیما	پخش مسابقات بانوان از صدا و سیما
۴			فتوای علما و مراجع راجع به ورزش بانوان	فتوای علما و مراجع
۵			ذکر بند تعیین بودجه مساوی برای ورزش بانوان و آقایان در اساسنامه فدراسیون‌ها	تعیین بودجه مساوی برای ورزش بانوان و آقایان
۶			مكلف کردن سازمان‌ها به فعال کردن بخش ورزش بانوان با توجه به قوانین وضع شده	فعال کردن بخش ورزش بانوان در سازمان‌ها
۷			اصلاح قانون حق خروج از کشور زنان متاهل به منظور حضور در اردوها و مسابقات ورزشی	اصلاح قانون حق خروج از کشور زنان متاهل
۱	عوامل محیطی	عوامل محیطی	در اختیار قرار دادن فضاهای طبیعی برای ورزش بانوان	قرار دادن فضاهای طبیعی برای ورزش بانوان
۲			توسعه فضاهای گردشگری ورزش بانوان	توسعه فضاهای گردشگری ورزش بانوان
۳			استاندارد سازی عوامل محیطی مانند کفپوش و ... در ورزش بانوان	استاندارد سازی عوامل محیطی مانند کفپوش
۱	عوامل رفتاری	تجهیزات	افزایش کیفیت زندگی	افزایش کیفیت زندگی
۲			تنوع دادن به زندگی به واسطه شرکت در فعالیت‌های ورزشی	تنوع دادن به زندگی
۳			امکان برقراری روابط دوستانه در محیط‌های ورزشی	امکان برقراری روابط دوستانه
۴			داشتن اندام متناسب	داشتن اندام متناسب
۵			اقتای حس جلوه‌گری در محیط ورزشی (انجام رقابت‌های ورزشی)	اقتای حس جلوه‌گری
۶			مدیریت بهتر امورات خانواده	مدیریت بهتر امورات خانواده
۷			بهبود سلامت جسمانی بانوان و به موازات آن بالا رفتن سلامت خانواده و جامعه	بهبود سلامت جسمانی
۱	عوامل مدیریتی	عوامل مدیریتی	تدوین برنامه‌های بلند مدت از سوی مدیران برای ورزش بانوان	تدوین برنامه‌های بلند مدت
۲			استفاده از مدیران زن در راس امور مربوط به ورزش بانوان	استفاده از مدیران زن
۳			تغییر نگرش مسئولان و مدیران نسبت به ورزش بانوان	تغییر نگرش مسئولان و مدیران
۴			نگاه مساوی مدیران نسبت به ورزش بانوان	نگاه مساوی مدیران نسبت به ورزش بانوان
۵			مدیران فارغ التحصیل رشته تربیت بدنی و علوم به کارگیری ورزشی	به کارگیری مدیران فارغ التحصیل رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی
۶			سلیقه‌ای عمل نکردن مدیران سازمان‌ها و فدراسیون‌ها در مدیریت ورزش بانوان	سلیقه‌ای عمل نکردن مدیران

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	متن مصاحبه (نکات کلیدی)	گزاره های منطقی (کداولیه)
۱	عوامل رفتاری	عوامل آموزشی	برگزاری مستمر آموزش های همگانی به منظور ترویج فرهنگی ورزش بانوان	آموزش های همگانی
۲			لزوم برگزاری کارگاه های آموزشی مستمر ویژه مدیران ورزشی زن	برگزاری کارگاه های آموزشی
۳			تدوین و اجرای برنامه های آموزشی برای ترویج ورزش در میان بانوان	آموزشی برای ترویج ورزش
۴			تهیه و پخش برنامه های آموزشی از مراکز صدا و سیما	تهیه و پخش برنامه های آموزشی
۵			برگزاری همایش های خانوادگی مانند همایش های پیاده روی	برگزاری همایش های خانوادگی
۱	عوامل رفتاری	عوامل جنسیتی - شخصیتی	نبود تبعیض جنسیتی در تخصیص سهمیه های مربیگری جهت شرکت در کلاس های آموزشی بین المللی	نبود تبعیض جنسیتی در تخصیص سهمیه های مربیگری
۲			امنیت شغلی مربیان ورزش زن	امنیت شغلی
۳			احساسی تصمیم نگرستن مدیران زن در تصمیم گیری های مدیریتی (با توجه به ویژگی های شخصیتی)	احساسی تصمیم نگرستن مدیران زن
۴			ایجاد و داشتن امید به آینده ورزش حرفه ای در بین ورزشکاران به خصوص در ورزش بانوان	ایجاد و داشتن امید به آینده ورزش حرفه ای
۵			عدم ترک ورزش حرفه ای به دلیل فشارهای اجتماعی و فرهنگی و تاثیر بر شخصیت بانوان	عدم ترک ورزش حرفه ای به دلیل فشارهای اجتماعی
۱	عوامل ساختاری	عوامل اقتصادی (مالی)	تخصیص بودجه کافی به ورزش بانوان	تخصیص بودجه کافی
۲			بالا بردن بودجه ورزش همگانی در سازمان های مربوطه مانند وزارت ورزش و جوانان	بالا بردن بودجه ورزش همگانی
۳			فراهم کردن بسترهای حمایت مالی بخش خصوصی از ورزش بانوان	فراهم کردن بسترهای حمایت مالی بخش خصوصی
۴			هزینه کردن خانواده ها برای ورزش بانوان	هزینه کردن خانواده ها
۵			رفع موانع مالی و اقتصادی برای حضور بانوان در مسابقات بین المللی	رفع موانع مالی و اقتصادی
۶			فراهم کردن بستر درآمدزایی بالا بانوان از ورزش	فراهم کردن بستر درآمدزایی

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	متن مصاحبه (نکات کلیدی)	گزاره های منطقی (کداولیه)
۱	ساختار سازمانی	ساختار	انتخاب مدیران با توجه به شایستگی های مدیریتی	انتخاب مدیران با توجه به شایستگی های مدیریتی
۲			الگو سازی بانوان ورزشکار	الگو سازی بانوان ورزشکار
۳			برگزاری جشنواره های ورزشی متنوع و مستمر به منظور استعدادیابی ورزشی بانوان	برگزاری جشنواره های ورزشی
۴			سناریو نویسی ورزش بانوان در افق های چند ساله	سناریو نویسی ورزش بانوان
۵			شناسایی نقاط قوت و ضعف ورزش بانوان	شناسایی نقاط قوت و ضعف
۶			همگانی کردن ورزش بانوان در کشور	همگانی کردن ورزش بانوان
۷			تشکیل و حمایت از سازمان های مردم نهاد (سمن) در بحث ورزش بانوان	تشکیل و حمایت از سازمان های مردم نهاد
۱	ساختار	ساختار	انتخاب افراد متخصص در برنامه های ورزش بانوان	انتخاب افراد متخصص
۲			به کارگیری مربیان متخصص برای آموزش ورزشی بانوان	به کارگیری مربیان متخصص
۳			بالا بردن ظرفیت های آموزشی برای آموزش مربیان	بالا بردن ظرفیت های آموزشی
۴			دعوت و استخدام مربیان خارجی مشهور برای آموزش و رشد ورزشکاران	دعوت و استخدام مربیان خارجی مشهور
۵			استخدام مربیان زن در بوستان ها و فضاهای سبز برای آموزش بانوان در این مکان ها	استخدام مربیان زن در بوستان ها و فضاهای سبز
۱	فرآیند اجرا	فرآیند اجرا	تدوین و اجرای برنامه های مشخص استعدادیابی ورزش بانوان	اجرای برنامه های مشخص استعدادیابی
۲			اصلاح جو مردانه مجمع ها و هیئت های ورزشی در انتخابات	اصلاح جو مردانه در انتخابات
۳			شفافیت و نظارت در اجرا و تخصیص بودجه اختصاصی ورزش بانوان در سازمان های مربوطه	شفافیت و نظارت در اجرا و تخصیص بودجه
۴			نظارت و ضمانت اجرایی در اجرای برخی قوانین مرتبط با تغییرنگرش جنسیتی در ورزش	ضمانت اجرایی در اجرای برخی قوانین مرتبط با تغییرنگرش جنسیتی
۵			تنظیم ساختار و چارت انتخاب مدیران ورزشی	تنظیم ساختار و چارت انتخاب مدیران
۶			اجرای برنامه های ویژه ورزش همگانی بانوان جهت بالا بردن تندرستی آنها	اجرای برنامه های ویژه ورزش همگانی بانوان جهت بالا بردن تندرستی آنها



شکل ۱: مدل مفهومی جایگاه ورزش بانوان در بهبود شاخص های توسعه یافتگی در ایران

بحث و نتیجه گیری

با مطالعه ورزش در دنیا طی بیست سال گذشته می توان دریافت که انقلابی واقعی در ورزش زنان رخ داده است. توجه به ورزش جزء لاینفک نهضت زنان به شمار می رود و همین امر دورنمای جدیدی را در زمینه تلاش انسان گشوده است. ما می توانیم جایگاه فعلی و مشکل احتمالی ورزش زنان را در آینده با نگاهی به الگوی عملکرد ورزشی زنان، درست مانند هر پدیده بیولوژیکی دیگر، تصور کنیم. به عبارت دیگر، پیشرفت ورزش زنان چیزی شبیه منحنی سینوسی است. طی سال های متمادی، سطح فعالیت و عملکرد ورزشی زنان بسیار محدود بوده است. شرکت کنندگان نخبه نیز بسیار کم بودند و از لحاظ کیفی هم در سطح پایینی قرار داشتند، اما طی بیست سال گذشته سرعت پیشرفت ورزش زنان بسیار چشمگیر شده است؛ به طوری که ورزش بانوان به عنوان یک عامل توسعه یافته در یک کشور در نظر گرفته می شود (اتقیاء و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهشگران اجتماعی معتقدند که بانوان، بنیان اصلی خانواده را شکل می دهند و نادیده گرفتن ورزش از سوی آنان به غیر از چالش های جسمی - حرکتی و روحی - روانی برای این قشر، مشکلاتی برای خانواده و جامعه به وجود می آورد. ورزش می تواند اثرات بیشتری بر بانوان آسیب دیده اجتماعی بگذارد، زیرا نگاه جامعه به بانوان آسیب دیده اجتماعی نگاه مثبتی نیست و افراد سعی می کنند از آنها دوری بگیرند و حتی به اطرافیان خود نیز توصیه می کنند که از بانوان آسیب دیده اجتماعی دور باشند و هیچ گونه ارتباطی بین آنها نباشد. نتایج به دست آمده با یافته های پژوهش های اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۸) و نورعلی و همکاران

(۱۳۹۷) همخوان بوده است. نقطه اشتراک پژوهش های انجام شده، بحث توسعه ورزش بانوان بوده که با توجه به شاخص های توسعه یافتگی تدوین گردیده است. حضور زنان در ورزش به ویژه در سطوح قهرمانی تا حد زیادی می تواند جایگاه ویژه ای در عرصه بین المللی برای کشور ایجاد کند. موفقیت برای ورزشکاران یک کشور در رقابت های جهانی و المپیک به طور کلی تقویت کننده وجهه و اعتبار آن کشور در جهان خواهد بود و اهمیت این نقش در ایران به عنوان کشوری در حال توسعه بسیار زیاد است. عوامل زیادی وجود دارند که بانوان را به ورزش ترغیب می کنند و در توسعه اثرگذار هستند. یکی از آنها، عوامل فردی است که بانوان برای آنها اهمیت خاصی قائل هستند و بیشتر با عوامل روانشناختی ارتباط دارند. چنان چه بانوان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه و عاملی بسیار تاثیر گذار در خانواده در جهت تحکیم بنیان آن و جامعه، از عزت نفس کافی برخوردار باشند، می توانند با سلامتی کامل و انگیزه بالا - ناشی از داشتن یک بدن سالم و مهمتر از آن تناسب اندام مناسب - در توسعه کشور یک رکن اساسی به شمار آیند. این امر زمانی تحقق پیدا خواهد کرد که فضای لازم و کافی در اختیار بانوان باشد. فضای لازم برای ورزش بانوان مستلزم زیر ساخت های مناسب است. از این رو، اگر برای نیمی از جمعیت کشور امکانات و زیر ساخت های لازم فراهم شود، بدون شک می تواند اثرات مثبتی بر شاخص های توسعه داشته باشد، چرا که زیر ساخت های مناسب یکی از نماد های توسعه است. لازم است که بستر مناسب برای تصویب قوانین در جهت کمک به پیشرفت ورزش بانوان فراهم شود که تحقق این مهم، همکاری بخش های مختلف جامعه را می طلبد. قوانین دست و پاگیر باید حذف و قوانین حمایتی تصویب شوند تا بانوان به راحتی بتوانند مشارکت های فردی و گروهی در بخش ورزش و فعالیت های بدنی داشته باشند و در نهایت سطح سلامت جامعه ارتقا یابد. بدیهی است که این امر زمانی تحقق خواهد یافت که در جامعه فرهنگی سازی لازم انجام گیرد و بدون فراهم کردن بسترهای فرهنگی موفقیت خاصی کسب نخواهد شد (ناتیونل^۱، ۲۰۱۴).

«نظریه یادگیری اجتماعی» معتقد است که رفتار انسان، نتیجه یادگیری است و حمایت اجتماعی افرادی که دیگران مهم هستند باعث تقویت یا ممانعت از انجام رفتار می شود. در این بررسی مطابق چهارچوب های نظری فوق، تأثیر حمایت اجتماعی از فعالیت های ورزشی زنان توسط هر دو گروه زنان ورزشکار و غیرورزشکار مورد تأکید قرار گرفته است. دیگر این که خود ارزیابی افراد از سودمندی های مورد نظر می تواند در افزایش یا کاهش تمایل فردی مؤثر باشد. از این رو می توان از عوامل متعدد اجتماعی در بحث ورزش بانوان به عنوان «عوامل بازدارنده» نام برد. همچنین باید اشاره داشت که فضا اساساً مفهومی است که تحت تاثیر سلسله مراتب اجتماعی و مفهوم قدرت و سلطه قرار دارد. تفاوت ها نظم اجتماعی را تهدید می کنند و قدرت ها تلاش می کنند به یکسان سازی در میان شهروندان خود دست بزنند. یکی از تفاوت ها نیز می تواند بحث دیدگاه اجتماعی حاکم بر جامعه باشد. برای یکسان سازی می توان تفاوت ها را شناسایی و بر اشتراک گذاری ها تاکید کرد و بحث مشارکت ها را در نظر گرفت. مشارکت ورزشی یکی از موارد مهم اجتماعی برای بانوان است که از این طریق می توانند به جایگاه خود در جامعه برسند و دیدگاه مردسالاری و

تبعیض جنسیتی را در حوزه ورزش کاهش دهند. این مهم زمانی محقق می شود که یک کارگروه توانمند تشکیل گردد و برنامه ریزی های مناسب در این زمینه صورت پذیرد و راهبردهای حمایتی لازم تدوین شود. برای تدوین راهبردها می توان از نمونه های بین المللی موفق الگو گرفت.

در ادامه می توان به عامل های موثر رفتاری اشاره کرد. یکی از این عامل ها، انگیزه است. انگیزه های بسیاری برای ترغیب بانوان به ورزش و فعالیت های بدنی وجود دارند؛ عواملی مانند بالا رفتن کیفیت زندگی، تناسب اندام مناسب و ... با بالا رفتن انگیزه بانوان برای ورزش کردن می توان ادعا کرد که نیمی از جامعه درگیر ورزش خواهند شد و در سالم سازی فضای جامعه گام های مثبتی برداشته می شود. از عامل های موثر در ایجاد انگیزه، مدیریت درست می باشد. باید سعی گردد تا از ظرفیت های بانوان استفاده و از ایده های خلاق آنها بهره گیری شود. وجود بانوان در امور مدیریت، نشان از بالابودن ظرفیت های توسعه در یک کشور است (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲). برای ایجاد این ظرفیت های توسعه می توان از آموزش های مناسب استفاده کرد. از طریق آموزش و توانمندسازی می توان به چنین دستاوردهای مهمی دست یافت و در جوامع بین المللی نیز به عنوان یک شاخص توسعه از آن یاد کرد. گفتنی است که این مورد نیز نشان دهنده برابری جنسیتی می باشد و نتایج حاصله با نتیجه پژوهش اسکار و همکاران (۲۰۱۸) همسویی دارد.

نحوه مشارکت زنان در فعالیت های ورزشی، مسئله پیچیده ای است که عوامل زیادی در آن دخالت دارند. مطالعات تجربی نشان داده که تفاوت های جنسی در زمره موانع فعالیت های ورزشی در اوقات فراغت وجود دارد. زنان به عنوان نیمی از افراد جامعه با موانع بیشتری برای مشارکت در فعالیت های ورزشی مواجه اند. اینکه زنان چه فعالیت های ورزشی را در اوقات فراغت انتخاب می کنند، نیاز به بررسی همه عواملی دارد که به صورت مثبت یا منفی (موانع) روی این انتخاب ها تأثیر می گذارند. با توجه به این مسئله که دختران جوان امروز، مادران فردای جامعه هستند و با وارد شدن در عرصه های مختلف و بالا رفتن سطح تحصیلات و آگاهی نسبت به شأن، منزلت و چهره زن مسلمان خواستار جایگاه حقیقی خود می باشند، سلامت جسمانی و روانی آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است. همچنین، دختران به عنوان نیمی از منابع انسانی و تأثیر گذار در توسعه اجتماعی و اقتصادی هر کشور حائز اهمیت اند. خوشبختانه طی سالیان اخیر مسولان توجه خوبی به ورزش بانوان داشته اند و ایجاد معاونت ورزش بانوان در وزارت ورزش و جوانان و تعیین مسئول ورزش بانوان به منظور رسیدگی به امور بانوان در هر یک از فدراسیون ها از اقدامات مثبت بوده است. بدیهی است که تخصیص منابع مالی کافی می تواند در این روند اثرات قابل توجهی بگذارد و منابع انسانی متخصص و مشترک بین آقایان و بانوان می تواند امری مثبت و قابل توجه باشد. این موارد زمانی تحقق خواهند یافت که راهبردهای لازم شناسایی و به اجرا دربیانند که در این صورت ورزش بانوان به عنوان یکی از شاخص های توسعه یافتگی رخ نمایان خواهد ساخت. بدین ترتیب، پیشنهاد می شود که عوامل ساختاری و اجرایی در حوزه بانوان مورد بازبینی قرار گیرد. سعی شود که در بدنه و ساختار ورزش از بانوان بیشتر استفاده شود و برخی برنامه های تخصصی برای بانوان در نظر گرفته شود. انگیزه های لازم برای بانوان فراهم شود تا احساس متنوع بودن در زندگی را داشته باشند و کیفیت زندگی بهتری را تجربه کنند، چرا که در این صورت می توانند مدیریت بهتری در امورات خانواده داشته باشند.

منابع

- امینی، امیر مظفر؛ یوسفی، علی؛ سرائی، سودابه و فتاحی، فروغ. (۱۳۹۶). «جایگاه ورزش در زندگی بانوان شهرستان اصفهان و عوامل بازدارند آن». دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی. دوره ۳، شماره ۵، صص ۴۶-۲۷.
- یوسفی، بهرام. (۱۳۹۳). «تناسب جنسیتی در ورزش های رقابتی». رویکرد های نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۱، شماره ۲، صص ۴۲-۳۱.
- ابراهیم آبادی، حسین. (۱۳۹۲). «رویکردی میان رشته ای به سبک زندگی با نگاهی به جامعه ایران». فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی. دوره ۵، شماره ۴، صص ۵۳-۳۳.
- اسدی، حسن و شعبانی مقدم، کیوان. (۱۳۹۲). مدیریت اوقات فراغت و ورزش های همگانی. دانشگاه تهران.
- صادقی آرانی، زهرا و میرغفوری، سید حبیب الله. (۱۳۸۹). «تجزیه و تحلیل وضعیت توسعه یافتگی ورزشی استان های ایران». پژوهش در علوم ورزشی. ش ۲۴، صص ۴۱-۲۶.
- اسماعیلی، آرزو؛ اتقیا، ناهید و جوادی پور، محمد. (۱۳۹۴). «معرفی شاخص ها و فرآیند ارزیابی میزان توسعه یافتگی ورزشی استان فارس». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۶، صص ۳۲-۲۳.
- نورعلی وند، علی؛ ملکی، امیر؛ پارسامهر، مهربان و قاسمی، حمید. (۱۳۹۷). «تبیین جامعه شناختی مشارکت ورزشی زنان با تاکید بر هنجارهای جنسیتی». فصلنامه علمی ترویجی فرهنگ دانشگاه ایلام. شماره ۲.
- ظهیری نیا، مهدی؛ نیکخواه، هادی و شفیع، نعمت الله. (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر خانواده و رسانه های گروهی بر مشارکت دانشجویان دختر در فعالیت های ورزشی (مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه هرمزگان)». دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی. سال ۱، شماره ۱، صص ۶۱-۴۲.
- ذکایی، محمد سعید و امین پور، مریم. (۱۳۹۱). درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن. تهران: تپا
- Coakley, J. (2017). **Sport in society: Issues and controversies**. Boston, Mass, McGraw Hill.
- Dofrans, K. (2003). "Islam's view on physical activity and sport". The Norwegian University of Sport and physical Education, International Review for the sociology of Sport, Vol. 38. No. 1, PP:45-60.
- Walseth, K. (2016). "Young Muslim Women and Sport: The Impact of Identity Work". Leisure Studies, 25, 75-94.
- National Center for Health Statistics (2014). **Summary health statistics for U.S. adults: National Health Interview Survey**. U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention
- Laker, Anthony. (2002). **The sociology of sport and physical education**. Routledge Falmer, London and New York.
- Chalabaev, A., Sarrazin, PH., Fontayne, P., Boiche, J., Guillotin, C. (2013). "The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise". Review and future directions, psychology of sport and exercise, Vol. 144 -136 ,14.
- Berger, E., Reilly, N. (2008). "Determinants of sport participation among Canadian adolescents". sport management Review, Vol. 307-277 ,11.

- Rees, D., Sabia, J. (2010). **“Sports participation and academic performance: Evidence from the National longitudinal study of Adolescent Health”**. Economics of Education Review, Vol. ,29 759-751
- Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet. (1990). **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques**. Sage.
- Pastor, Y., Balaguer, I., Pons, D., Merita, M. (2003). **“Testing direct and indirect effects of sports participation on perceived health in Spanish adolescents between 18-15 years of age”**. Journal of adolescence, Vol. 730-717 ,26.
- Pfeiffer, K., et al. (2006). **“Sport participation and physical activity in adolescent females across a four- year period”**. Journal of adolescent health, Vol. 529-523 ,39.

بررسی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران؛ یک تحلیل تماتیک

یعقوب بدری آذرین^۱

شبنم صدقی^۲

محمدرسول خدادادی^۳

رضا شجیع^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۹/۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۳۰

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران با استفاده از تحلیل تماتیک انجام شده است. به منظور انجام این پژوهش کیفی، از بین جامعه تحقیق که مطلعین کلیدی ورزش و محیط زیست را شامل می شد، از طریق نمونه گیری غیراحتمالی هدفمند، با ۱۸ نفر از متخصصان و مسئولان مدیریت ورزشی و محیط زیست کشور مصاحبه عمیق انجام گردید. در روش تحقیق، ضمن گردآوری داده ها مجموعه ای از کدها و مفاهیم اولیه استخراج گردیدند که از طریق تحلیل تماتیک آنها مضامین و مقوله های نهایی علی، زمینه ای و مداخله گر به دست آمدند.

یافته های تحقیق در قالب سه عنوان عوامل علی شامل اصالت محیط زیست و وضعیت زیست محیطی موجود، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست، ماهیت توسعه- محور رویدادهای ورزشی، عوامل زمینه ای شامل زیرساخت های سبز و محیط زیست میزبان، الزامات و نظام مندی سیستم زیست محیطی ورزش، نهاد حاکمیتی، سهم ورزش در توسعه کشور، پیوست فرهنگی و سازمانی، نظام نامه مدیریتی و در

۱. استاد، مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۴. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران

نهایت عوامل مداخله گر شامل ماهیت رویداد و محیط زیست، عوامل محیطی و مالی کلان، منابع داخلی و خارجی، نظارت، قانون گریزی و لابی گری و ساختار صنعت ورزش کشور بررسی شدند. بدین ترتیب، طریق برنامه ریزی راهبردی و اجرایی نمودن راهبردهای متناسب می توان در جهت توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی و در نهایت توسعه پایدار صنعت ورزش کشور گام های موثری برداشت.

واژگان کلیدی: توسعه پایدار، رویداد ورزشی، محیط زیست و تحلیل تماتیک

مقدمه

محیط زیست و حفاظت از آن موضوعی است که از ابتدای زندگی اجتماعی بشر مورد توجه بوده است. امروزه وجود مسائل و مشکلاتی نظیر آلودگی محیط زیست، مشکل رفع پسماندهای صنعتی، بحران انرژی و غیره، سبب توجه به امر حفاظت از محیط زیست به عنوان پیش شرط لازم برای پایداری برنامه های رشد و توسعه سازمان ها شده است (معینی و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۲۳-۱۹۷). اگرچه اصول زیست محیطی در مفهوم توسعه پایدار جزو اصول بسیار مهم به شمار می آیند، توسعه پایدار ادغامی متعادل از اصول اقتصادی، طبیعی و اجتماعی می باشد. این مفهوم از دیدگاه الکینگتون^۱ (۱۹۹۷) در قالب رویکرد سه گانه به تایید بسیاری از نویسندگان درآمده است (کولینز و استگ^۲، ۱۹۹۷: ۵۵۵-۵۷۷، دایلیک و هوکرتز^۳، ۲۰۰۲: ۱۳۰-۱۴۱، ساویتز^۴، ۲۰۱۳). از طرف دیگر، مبحث توسعه پایدار با تأکید بر مفهوم توسعه پایدار مبتنی بر نیازهای یکپارچه جهت بهبود رفاه انسانی با تأکید بر کاهش تخریب محیطی نیز در نظر گرفته شده است (پاریش^۵، ۲۰۱۰: ۵۱۰-۵۲۳)؛ به طوری که از زمان مطرح شدن توسعه پایدار در گزارش برانت لند، تمایز بین سیاست گذاری پایدار از سیاست گذاری زیست محیطی مشکل تر شده است. گزارش های مربوط به توسعه پایدار اغلب با عباراتی درباره پایداری به عنوان حراست از رفاه نسل های آینده شروع می شود، اما سپس با تأکید بر سیاست های زیست محیطی ادامه می یابد (پزی^۶، ۲۰۰۴: ۳۳۹-۳۵۹). همان گونه که دوبسون^۷ (۲۰۰۳) نیز اشاره می کند، کار روی توسعه پایدار اساساً درباره حفاظت از محیط زیست است. در اصطلاح سیاست گذاری، توسعه پایدار به بهبود زیست محیطی و چالش های آن مرتبط می باشد. آگه من^۸ و همکاران (۲۰۰۳) نیز اشاره می کنند که مباحث تئوری های پایداری بر روی محیط زیست متمرکز است (کروگر^۹، ۲۰۰۷: ۲۱۵-۲۲۳). ورزش امروزه به عنوان یکی از پایه های اساسی در نظریات جامعه شناسی شهری و برنامه ریزی شهری مطرح است. توجه به ورزش به عنوان یکی از مهمترین راهکارها برای مقابله با پیامدهای منفی شهرنشینی و تحقق توسعه پایدار شهری ضروری می باشد (کیخسروی، ۱۳۹۲)، ولی ورزش نیز مانند بسیاری از فعالیت های دیگر ممکن است آثار مفید یا زیانبخشی برای محیط زیست داشته باشد. به عنوان مثال، عرصه های مهم ورزشی مثل استادیوم ها، مصرف کننده حجم عظیمی از انرژی های تجدید ناپذیر هستند؛ به طوری که در ایالت متحده به تنهایی اماکن فیزیکی ۱۴ درصد از کل آب آشامیدنی کشور، تولید ۳۰ درصد از کل زباله، ۴۰ درصد از مصرف مواد پلاستیکی، ۳۸ درصد از تولید گازهای گلخانه ای، ۲۴ تا ۵۰ درصد از انرژی مصرفی و ۷۲ درصد از برق مصرفی را به خود اختصاص می دهند (شورای ساختمان سازی سبز ایالت متحده، ۲۰۰۹).

1. Elkington
2. Collins and Steg
3. Dyllick and Hockerts
4. Savitz
5. Parrish
6. Pezzey
7. Dubson
8. Ageman
9. Krueger

اکنون افکار عمومی بر روی مشکلات زیست محیطی حاصل از رویدادهای بزرگ مانند بازی‌های المپیک متمرکز شده و توجه کمی به دیگر فعالیت‌های ورزشی و سایر رویدادها معطوف گردیده است. اثرات رویدادهای بزرگ محسوس‌تر و مهم‌تر است، اما فعالیت‌های دیگر نیز می‌توانند به علت حضور تعداد زیادی از مردم، اثرات منفی بر محیط زیست داشته باشند (بهمن‌پور، ۱۳۹۴: ۹)؛ چرا که تصمیم به فعالیت ورزشی در وهله اول تاثیر چندانی بر محیط زیست ندارد، ولی هنگامی که تعداد انبوهی از ورزشکاران به تمرین، رقابت و سفر برای شرکت در مسابقات می‌پردازند، تاثیر آن ملموس‌تر خواهد بود. آلودگی آب و هوا، سروصدای زیاد، آلودگی نوری، ترافیک، استفاده از منابع طبیعی تجدیدپذیر مانند آب، کاغذ و چوب، تولید گازهای گلخانه‌ای بر اثر استفاده از وسایل برقی، سوراخ شدن لایه ازن در اثر به کارگیری تجهیزات سرمایشی، استفاده از مواد شیمیایی و آفت کش‌ها در زمینه چمن و استخرها، مصرف بیش از حد آب، تخریب زمینه‌ای ورزشی برای استفاده به عنوان استادیوم و ورزشگاه و ... از مهم‌ترین تغییراتی هستند که به دنبال ورزش و فعالیت بدنی ممکن است در محیط زیست ایجاد شوند. از طرفی محیط زیست تاثیر چشم‌گیری بر سلامت ورزشکاران و تماشاگران شرکت‌کننده در رویدادهای ورزشی دارد. بنابراین هرچه شرایط زیست محیطی بهبود یابد، سلامت ورزشکاران و تماشاگران نیز بیشتر تضمین خواهد شد (فراهانی، ۱۳۹۶: ۸۹). در حقیقت ورزش و محیط زیست کاملاً با یکدیگر در ارتباط متقابل اند و باید به طور هم‌زمان از دو جنبه یاد شده مورد توجه قرار گیرند. از سوی دیگر، به علت شرایط محیط زیستی حاکم بر دنیا و کشورمان و مطابق با گزارشات سازمان حفاظت از محیط زیست ایران پیرامون تغییرات آب و هوا در دنیا و نیز ایران، توسعه صنعتی و تخریب محیط زیست و ایجاد تولید گازهای گلخانه‌ای در اتمسفر، تشدید فرآیند گرم شدن زمین، ضرر وارده به درآمد ناخالص ملی (به ازای هر درجه افزایش گرمای زمین، افزایش شش درصدی مصرف آب و تبخیر و کاهش سه درصدی درآمد ناخالص ملی)، لزوم توجه به مسائل محیط زیستی در کشور افزایش یافته (گزارش راهبردی وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۹۴: ۲۵) و با توجه به اهمیت مسائل توسعه زیست محیطی در صنعت ورزش، جوامع امروزی خواستار ایجاد بستر مناسب برای تولید و شتاب لازم جهت رسیدن به توسعه همه جانبه هستند. در ایران نیز به صورت جسته و گریخته توسط وزارت ورزش و جوانان و با فدراسیون‌های ورزشی، کارگاه‌هایی جهت آشنایی ورزشکاران با اصول حفاظت از محیط زیست برگزار شده است، ولی هیچ‌گونه نظام یا راهبرد جامعی جهت شناسایی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی ورزش که مبتنی بر یافته‌های پژوهشی باشد، وجود ندارد. در این راستا، اهمیت مطالعه و تبیین مؤلفه‌های موثر در سلامت شهروندان و شناسایی این عوامل و پیاده کردن آن در برنامه‌های آتی، ایجاد انگیزه در جامعه ورزش برای شرکت در فعالیت‌های مشارکتی زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و افزایش آگاهی ورزشکاران و دست‌اندرکاران غیر قابل انکار است و بازخورد آن به صورت اطلاعات علمی و عملی به سیاست‌گذاران کلان موجب کمک به مسئله مهم توسعه پایدار کشورهاست و هرگونه تلاش در جهت پیشبرد این اهداف و شناسایی عوامل موثر و دخیل در دست‌یابی به اهداف توسعه پایدار صنعت ورزش و به دنبال آن اهداف کلان توسعه پایدار کشور لازم و ضروری می‌باشد. از این رو، این پژوهش کیفی به دنبال پاسخ برای سوالات زیر است:

۱. عوامل زمینه‌ای موثر در توسعه پایدار رویدادهای ورزشی ایران کدام اند؟

۲. عوامل علی موثر در توسعه پایدار رویدادهای ورزشی ایران کدام اند؟

۳. عوامل مداخله گر موثر در توسعه پایدار رویدادهای ورزشی ایران کدام اند؟

روش شناسی پژوهش

بررسی حاضر به روش کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از متخصصان مدیریت ورزشی آشنا به موضوع پژوهش، متخصصان محیط زیست، مسئولان و مدیران کنونی و سابق سازمان حفاظت از محیط زیست و مسئولان وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک به اجرا در آمد. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع غیراحتمالی هدفمند نظری با استفاده از تکنیک گلوله برفی (زنجیره ای) بود. در این روش پژوهشگر ابتدا افرادی را شناسایی می کند و پس از دریافت اطلاعات، از آن ها می خواهد که فرد یا افراد دیگری را به وی معرفی کنند. این روش برای شناسایی افراد متخصص در یک زمینه خاص استفاده می شود (بازرگان، ۱۳۸۷). مصاحبه ها تا حد اشباع نظری ۱۸ ادامه یافت. به بیان دقیق تر، مصاحبه ها تا زمانی که برای محقق آشکار شد که دیگر نمونه های آماری داده های جدیدی در محورهای مطروحه ارائه نمی کنند و مباحث حالت تکراری یافته است، ادامه یافت. پس از اتمام مصاحبه ها اقدام به مطالعه عمیق تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین شد تا از ترکیب مفاهیم گذشته، تجربیات پژوهشگر و نظرات صاحب نظران به مراحل بعدی تحلیل داده ها و در نهایت شناسایی مولفه های ثانویه و تم های اصلی پرداخته شود. روش تحلیل داده های گردآوری شده، تحلیل موضوعی یا تماتیک است که از متعارف ترین و پرکاربردترین روش تحلیل داده های کیفی به ویژه در مردم نگاری و یا در تحلیل داده های متنی مصاحبه ای است. نحوه طبقه بندی و کدگذاری داده های مصاحبه ای این گونه بود که ابتدا در هر مصاحبه عبارات، توضیحات، جملات و اشاراتی را که به نوعی حکایت از تلاش افراد مورد مصاحبه برای بیان عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی داشت، استخراج شد و سپس بر اساس مقوله های معنایی مشترک گروه بندی گردیدند. سپس بر اساس وجوه مشترک عبارات گروه بندی شده در هر کدام از مقولات و طی فرایند سلسله مراتبی، تم های مرتبط و سپس تم های اصلی و در نهایت تم های مرکزی شناسایی شدند. در مرحله بعدی، ارتباط مقوله های به دست آمده با پدیده اصلی تحقیق یعنی توسعه پایدار رویدادهای ورزشی در سه عنوان زیر (اشتراوس و کوربین، ۲۰۰۸) مورد کاوش قرار گرفت:

۱. شرایط علی: این شرایط باعث ایجاد و شکل گیری پدیده یا طبقه هسته ای می شوند.
 ۲. شرایط زمینه ای: سلسله شرایطی که در آن فرایندها و تعاملاتی برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می گیرد.
 ۳. شرایط مداخله گر: این شرایط به مثابه بستری باعث تخفیف یا تشدید پدیده ها می شوند.
- در این پژوهش کیفی، روایی درونی از طریق ارائه نتایج به دست آمده به آزمون شوندگان (مشارکت کنندگان در پژوهش) بررسی گردید؛ به طوری که آنها نیز یافته ها را مورد تایید قرار دادند و از روایی پژوهش اطمینان بیشتری حاصل شد. در زمینه روایی بیرونی یا انتقال پذیری نیز سعی شد با توجه به تخصص و جایگاه سازمانی هریک از مصاحبه شوندگان و لحاظ کردن این موضوع در انتخاب آنها، احتمال انتقال مفاهیم به سایر محیط ها افزایش داده شود. همچنین برای سنجش پایایی در این پژوهش، از روش پایایی بازآزمون استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه بندی داده ها در طول زمان اشاره دارد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا به توصیف مختصری از ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان پرداخته می‌شود که در قالب میانگین سن، جنس، سابقه کاری و سطح تحصیلات ارائه می‌گردد. میانگین سن گروه مشارکت‌کنندگان ۴۶ سال، ۸۸ درصد آنان مرد، میانگین سابقه کاری ۱۹ سال و از نظر سطح تحصیلات ۸۹ درصد از آنها مدرک دکتری و ۱۱ درصد، مدرک فوق لیسانس را دارا بودند.

ابتدا کد گذاری یک نمونه از مصاحبه‌ها در مورد یک عامل شناخته شده (عامل مداخله‌گر نظارت، قانون گریزی و لابی‌گری) در جدول ۱ و نتایج نهایی تحلیلی داده‌ها با استفاده از روش تحلیل تماتیک در جداول ۲، ۳ و ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۱: کد گذاری یک نمونه از مصاحبه‌ها در مورد یک عامل مداخله‌گر

مقوله	مفهوم	کدهای ثانویه	کدهای اولیه
نظارت، قانون گریزی و لابی‌گری	روابط غیر رسمی و عملیات نمادین	نمونه سازی، حرکات نمادین و سوء تعبیر در تصمیمات	اجرائی نشدن شاخص‌های زیست محیطی تدوین شده توسط دفتر توسعه پایدار و محیط زیست وزارت ورزش و جوانان
			اجرائی نشدن برنامه‌های راهبردی سازمان حفاظت از محیط زیست
			عدم پیروی از اسناد بالادستی در حفاظت از انرژی‌های پایه
			داشتن جنبه تشریفاتی و نمادین برخی از قوانین موجود و اجرا شدن تنها بخشی از آن به صورت واقعی
			وجود جنبه‌های نمایشی و پوپولیستی موضوعات زیست محیطی
			دور زدن قانون توسط مدیران، برنامه ریزان و اجراکنندگان به وسیله بیان عدم اطلاع از اهمیت مسائل زیست محیطی
			وجود برخی مراکز به ظاهر محیط زیستی در ورزش به صورت نمادین در جهت ارائه آمار و گزارش کاری
		تعهد سازمان‌های مسئول	میزان تعهد سازمان‌های متولی رویداد ورزشی در راستای توسعه پایدار زیست محیطی آن
			عدم جدیت سازمان حفاظت از محیط زیست در اجرائی نمودن اهداف و راهبرد های راهبردی اش
			وجود لابی‌گری‌ها در صنعت ورزش کشور به عنوان مانعی در جهت دستیابی به اهداف توسعه پایدار زیست محیطی در این صنعت
	وجود نیروهای غیر رسمی و سیاست‌یون	وجود نیروهای غیر رسمی و سیاست‌یون	وجود رانت‌ها و تیم‌های غیر رسمی در بهره‌وری از منابع طبیعی
			سوء استفاده سیاست‌یون و سایر سازمان‌ها از ورزش و رویدادهای ورزشی در راستای منافع شخصی
			میزان رعایت و اجرای پیوست محیط زیستی رویدادهای ورزشی توسط سازمان‌های برگزار کننده و متولیان اصلی
	نظارت بر حسن اجرای قوانین	ضمانت اجرای قوانین و مقررات	نظارت بر حسن اجرای قوانین و مقررات
			نقش ضمانت و پشتوانه اجرائی قوانین و مقررات حامی محیط زیست در رویدادهای ورزشی
			وجود سیستم‌های غیربازخوردی برنامه‌های اجرائی در حوزه رویدادهای ورزشی
			عدم پیگیری مستمر و وجود واحد ناظر در نحوه‌ی اجرا و برگزاری رویدادهای ورزشی
		برخورد قضایی با متخلفان	رویه‌های قضایی در مورد مجازات متخلفین محیط زیستی
			نحوه مواجهه با متخلفان محیط زیستی در رویدادهای ورزشی

جدول ۲: یافته های حاصل از کدگذاری عوامل علی

مقوله	مفهوم	کد
اصالت محیط زیست و وضعیت موجود	مدیریت توسعه محور	مدیریت توسعه- محور، نقش محیط زیست در توسعه پایدار، مسئولیت اجتماعی فردی و سازمانی
	نیازهای زیست محیطی کشور	بحران های محیط زیستی، محیط زیست در حال توسعه،
الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست	ابعاد جهانی و ارتباط متقابل ورزش و محیط زیست	توسعه پایدار زیست محیطی و ورزش، ضرورت های بین المللی و حرفه ای
	جایگاه محیط زیست در ورزش	جایگاه ضعیف محیط زیست در ورزش کشور و جهان، جوانب محیط زیستی رویداد ورزشی
	اثرات منفی متقابل ورزش و محیط زیست	اثرات مخرب رویدادهای ورزشی، رویدادهای ورزشی در محیط های طبیعی، کنترل اثرات مخرب رویدادهای ورزشی، محیط زیست ناسالم و کیفیت زندگی، زیرساخت های ورزشی ناسازگار با محیط زیست
ماهیت توسعه- محور رویدادهای ورزشی	جایگاه ورزش و رویدادهای ورزشی	اهمیت بالای ورزش در جامعه، اهمیت بالای رویدادهای ورزشی، تاثیر ورزش در سطح رفاه و کیفیت جامعه
	توسعه پایدار زیست محیطی از طریق رویدادهای ورزشی	نقش ابزاری رویدادهای ورزشی، نقش ترویجی رویدادهای ورزشی، جامعیت ورزش، نقش های چندگانه رویدادهای ورزشی، فرهنگ سازی رویدادهای ورزشی، نفوذ ورزشکاران در جامعه
	الگوی ماندگار رویدادهای ورزشی	تاثیر ورزش بر سایر صنایع فعال کشور، میراث ماندگار رویدادهای ورزشی

جدول ۳: یافته های حاصل از کدگذاری عوامل زمینه ای

مقوله	مفهوم	کد
زیرساخت های سبز و محیط زیست میزبان	امکانات و فضاهای ورزشی سبز	زیرساخت های ورزشی، مکان یابی سازگار با محیط زیست، رشد هوشمند فضاهای ورزشی
	شاخص های منطقه میزبان	منابع طبیعی و شاخص های زیست محیطی میزبان، ویژگی های اجتماعی و فرهنگی میزبان
الزامات و نظام مندی سیستم زیست محیطی ورزش	موازین زیست محیطی در اماکن ورزشی سبز	زیرساخت های سازگار با محیط زیست، بهره برداری سبز از اماکن ورزشی، الزامات قانونی ساخت اماکن ورزشی سبز
	نظام نامه محیط زیستی و قوانین	ضوابط محیط زیستی رویدادهای ورزشی، نظام سیستماتیک و اجرایی رویدادهای ورزشی، متولیان قانون گذار و مصوبات زیست محیطی، مسئولیت و به روز بودن قوانین، سیستم مدون بازدارنده و مشوق، برنامه ریزی راهبرد رویدادهای ورزشی سبز
	موازین زیست محیطی موجود	دستورالعمل های محیط زیستی موجود در ورزش، استانداردهای جهانی
	سیستم رسیدگی به تخلفات و مراعات محیط زیستی	سیستم تشویقی و تنبیهی، لحاظ نمودن جرمه
نهاد حاکمیتی	نقش حمایتی دولت	حمایت دولت در ساخت اماکن و تجهیزات ورزشی سبز، حمایت دولت از رویدادها و طرح های ورزشی سبز، حمایت دولت از سرمایه گذاران ورزشی، حمایت دولت از طرح های ترویجی
	ارتباطات بین المللی	برقراری ارتباطات بین المللی قوی

● بررسی عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی در ایران؛ یک تحلیل تماتیک

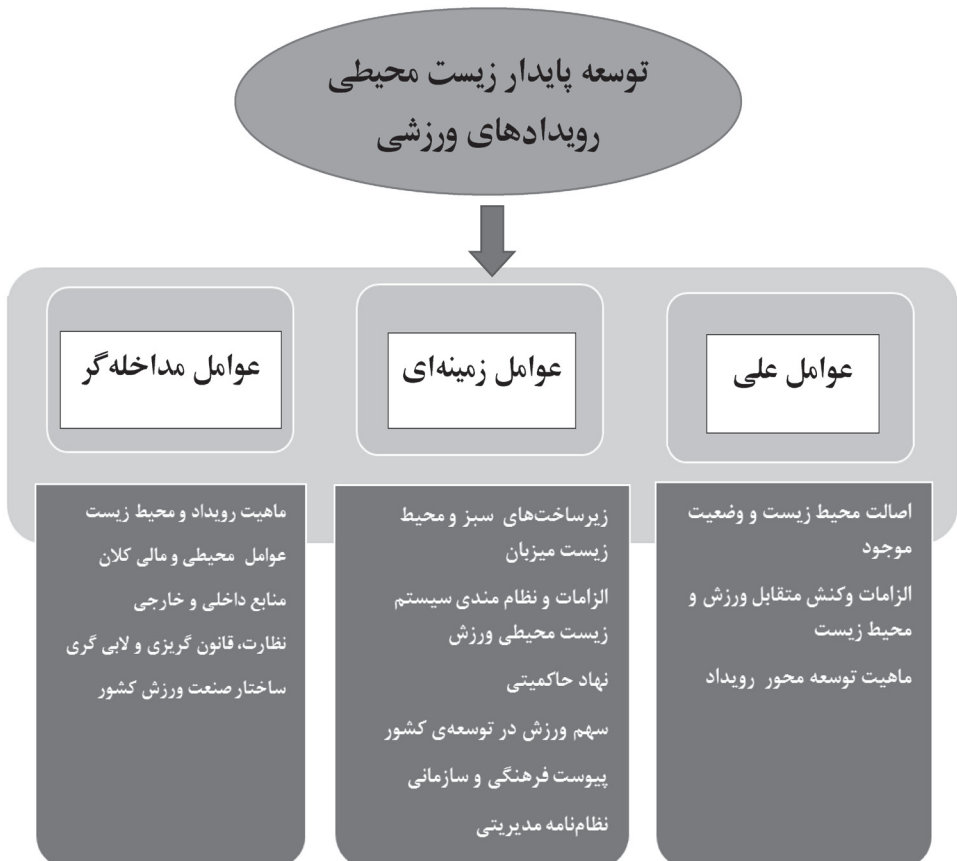
کد	مفهوم	مقوله
اهمیت صنعت ورزش در کشور، دیدگاه سنتی به صنعت ورزش، میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ	جایگاه ورزش و رویدادهای ورزشی	سهم ورزش در توسعه کشور
دیدگاه های محیط زیست در کشور، نهاده شدن و تعهد اخلاقی، ماهیت متفاوت حوزه ورزش و محیط زیست، اهمیت محیط زیست در ورزش کشور، تفکرات جامعه نسبت به ورزش و رویدادهای سبز، فرهنگ توسعه پایدار زیست محیطی	فرهنگ زیست محیطی	پیوست فرهنگی و سازمانی
جایگاه اصلی توسعه پایدار ورزش کشور	متولیان اصلی توسعه پایدار ورزش کشور	
دیدگاه سیستمی، برنامه ریزی راهبردی	برنامه ریزی نظام مند و راهبردی	
مدیران متخصص و کاردان، دیدگاه مدیریتی سازمان های ورزشی، توجه مدیران ورزشی نسبت به اصول محیط زیستی، دیدگاه کمی و نتیجه گرایی در رویدادهای ورزشی	دیدگاه مدیران	نظام نامه مدیریتی
پایداری مدیران لایق ورزشی، ثبات مدیریتی ورزش کشور	ثبات مدیریتی و مدیران	

جدول ۴: یافته های حاصل از عوامل مداخله گر

کد	مفهوم	مقوله
نوع رشته ورزشی مورد نظر، فضاها و امکانات ورزشی، سیستم حمل و نقل، نوع رویداد ورزشی	شرایط مقتضی رویداد ورزشی	ماهیت رویداد و محیط زیست
بروز تدریجی مشکلات محیط زیستی	ماهیت مسائل محیط زیستی	
نفوذ بالای سیاست در ورزش کشور، عوامل فرهنگی، اجتماعی و وضعیت اقتصادی کشور	عوامل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور	عوامل محیطی و مالی کلان
مسائل و محدودیت های مالی، میزان بودجه اختصاصی، سرمایه گذاری ها و امکانات تخصصی	ابعاد مالی، بودجه ای و امکانات	
مدیران وزیر مجموعه های اجرایی، قابلیت های کلیدی و منابع داخلی سازمان های ورزشی، نیروها و منابع متخصص، سیستم های اطلاعاتی و مدیریت دانش	منابع انسانی، قابلیت های کلیدی و داخلی سازمان	
نیروهای دانشگاهی و علمی، پژوهش های تحقیقاتی و طرح های کاربردی، جشنواره ها و کنفرانس های مرتبط	مراکز علمی و تحقیقاتی	منابع داخلی و خارجی
سابقه برگزاری رویداد ورزشی سبز، الگوهای خارجی	تجربه های موفق داخلی و خارجی	
حامیان مالی سبز، ورزشکاران، تماشاگران، مربیان و افراد برجسته، رسانه ها	ذینفعان سبز	
تبصره سازی، حرکات نمادین و سوء تعبیر در تصمیمات، تعهد سازمان های مسئول، وجود نیروهای غیر رسمی و سیاسیون	روابط غیر رسمی و عملیات نمادین	نظارت، قانون گریزی و لابی گری
ضمانت اجرایی قوانین و مقررات، برخورد قضایی با متخلفین	نظارت بر حسن اجرای قوانین	
هم افزایی دستگاه های ذیربط و ساختارهای سازمانی، دولتی بودن صنعت ورزش، سازمان های مردم نهاد و داوطلبین	ساختار سازمان های ورزشی کشور	ساختار صنعت ورزش کشور

بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته و نتایج موجود در جداول بالا و شکل ۱، سه عامل کلی علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر به عنوان عوامل موثر در توسعه پایدار زیست محیطی رویدادهای ورزشی قابل شناسایی است. عوامل علی شامل اصالت محیط زیست در توسعه پایدار و وضعیت زیست محیطی موجود، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست، ماهیت توسعه- محور رویدادهای ورزشی، عوامل زمینه‌ای شامل زیرساخت‌های سبز و محیط زیست میزبان، الزامات و نظام مندی سیستم زیست محیطی ورزش، نهاد حاکمیتی، سهم ورزش در توسعه کشور، پیوست فرهنگی و سازمانی توسعه زیست محیطی ورزش، نظام‌نامه مدیریتی و در نهایت عوامل مداخله‌گر شامل ماهیت رویداد و محیط زیست، عوامل محیطی و مالی کلان، منابع داخلی و خارجی در دسترس، نظارت، قانون‌گریزی و لابی‌گری و ساختار صنعت ورزش کشور می‌باشند.

۱۸۳



شکل ۱

بحث و نتیجه گیری

امروزه توسعه پایدار ورزش کشور، اهمیتی بیش از پیش یافته است. در سال‌های گذشته برنامه‌های متعددی توسط نهادهای مختلف بخش تربیت بدنی و ورزش طراحی و اجرا شده، اما به نظر می‌رسد به دلیل عدم هماهنگی و انسجام کافی، از کارایی لازم برخوردار نبوده است (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۲). از این رو، این تحقیق کیفی به دنبال شناسایی عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر موثر در توسعه پایدار رویدادهای ورزشی ایران می‌باشد. شرایط علی: به شرایطی اطلاق می‌شود که باعث به وجود آمدن پدیده مورد مشاهده می‌شود (کوربین و اشتراوس، ۲۰۰۸). در این تحقیق منظور از شرایط علی، شرایطی است که سازمان‌های ورزشی کشور را وادار به برنامه‌ریزی و اقدام در راستای توسعه پایدار می‌نماید. عوامل علی طرح شده از سوی مصاحبه‌شوندگان در سه بخش «اصالت محیط زیست و وضعیت موجود»، «الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست» و «ماهیت توسعه-محور رویداد» طبقه‌بندی شدند که هرکدام نیز شامل زیرمجموعه‌هایی بودند:

نقش محیط زیست در مفهوم توسعه پایدار به عنوان یکی از زیرعوامل علی شناسایی شده در نتایج تحقیق، بسیار پررنگ بوده و در واقع علت اولیه طرح مفهوم توسعه پایدار در مقابل مفهوم عام توسعه، بحران‌های زیست محیطی به وجود آمده در کشورهای مختلف مبنی بر عدم توجه به محدودیت‌های منابع طبیعی و آسیب به محیط زیست بوده است. در نتیجه اولین برنامه برای رسیدن توسعه پایدار در صنعت ورزش و رویدادهای ورزشی را می‌توان اقداماتی در جهت حفظ منابع طبیعی و جلوگیری از تخریب محیط زیست دانست. در تایید عامل نقش محیط زیست در مفهوم توسعه پایدار می‌توان به تحقیقات پاریش^۱ (۲۰۱۰)، پزی^۲ (۲۰۰۴)، دوپسون^۳ (۲۰۰۳) و کروگر^۴ (۲۰۰۷) اشاره نمود. به علت شرایط محیط زیستی حاکم بر دنیا و کشورمان به عنوان عامل علی بعدی و مطابق با گزارشات سازمان حفاظت از محیط زیست ایران پیرامون تغییرات آب و هوا در دنیا و نیز ایران، کمبود منابع آبی و تجدید ناپذیر، بهره‌گیری بیش از حد از محیط زیست کشور، توسعه صنعتی و تخریب محیط زیست و ایجاد تولید گازهای گلخانه‌ای در اتمسفر، تشدید فرآیند گرم شدن زمین، ضرر وارده به درآمد ناخالص ملی (به ازای هر درجه افزایش گرمای زمین، افزایش شش درصدی مصرف آب و تبخیر و کاهش سه درصدی درآمد ناخالص ملی)، لزوم توجه به مسائل محیط زیستی در کشور افزایش یافته است (گزارش راهبردی وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۹۴: ۲۵).

دومین عامل علی شناخته شده در این تحقیق، الزامات و کنش متقابل ورزش و محیط زیست می‌باشد. ورزش - به عنوان فعالیتی تفریحی و جسمانی - از طریق باشگاه‌ها، انجمن‌ها و دیگر سازمان‌ها، افراد بسیاری را در زیر چتر خود گرد می‌آورد، اما مانند بسیاری از دیگر فعالیت‌های انسانی، به محیط زیست آسیب می‌رساند. در حقیقت، ورزش و محیط زیست کاملاً با یکدیگر در ارتباط متقابل اند و باید به طور هم‌زمان مورد توجه قرار گیرند (بهمن‌پور، ۱۳۹۴) و عرصه‌های مهم ورزشی مثل استادیوم‌ها مصرف‌کننده حجم عظیمی از

1. Parrish
2. Pezzy
3. Dubson
4. Krueger

انرژی‌های تجدید ناپذیر هستند (شورای ساختمان سازی سبز، ۲۰۱۱).

سومین عامل علی‌شناسایی شده، ماهیت توسعه-محور رویدادهای ورزشی می‌باشد. برنامه‌های بازیافت علاوه بر کاهش تولید ضایعات در طول برگزاری رویدادهای ورزشی می‌تواند به عنوان روش آموزشی توسعه پایدار برای تماشاگران محسوب شود؛ چنان که به صورت الگو در سایر ابعاد زندگی افراد جامعه عمل نماید و الهام بخش آنها در اجرای سازگاری‌های زیست محیطی در زندگی روزمره‌شان باشد (کلیسون، ۲۰۱۴: ۳۴-۴۸). بر اساس نتایج تحقیق اسکینر، به منظور ایجاد انسجام اجتماعی در بخش‌ها و مناطق مختلف، باید میزان مشارکت در جامعه از طریق مشارکت در ورزش افزایش یابد. به این منظور برنامه‌های هدف‌گذاری شده باید به گونه‌ای طراحی شود که متناسب با ویژگی‌های جغرافیایی و فرهنگی باشد و بر مشارکت داوطلبانه ورزشی به منظور ایجاد شهروندان فعال تأکید کند (اسکینر^۱، ۲۰۰۸: ۲۵۳-۲۷۵). یافته‌های تحقیقات ویسی (۱۳۸۹) نیز موید اهمیت آموزش در حفظ محیط زیست اماکن ورزشی، اهمیت جوانب ترویجی رویدادهای ورزشی و تأکید بر نقش توسعه‌ای و ابزاری رویدادهای ورزشی می‌باشد (ویسی، ۱۳۸۹: ۹۳-۱۰۶).

شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای یا بسترهای حاکم عبارت است از: سلسله شرایط خاصی که در آن فرایندها و تعاملات برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸). از نظر مصاحبه‌شوندگان، زیرساخت‌های سبز و محیط زیست میزبان و بستری برای تحقق توسعه پایدار رویدادهای ورزشی است. در چشم‌انداز شهری که برنامه‌هایی نوشته و اجرا می‌شود می‌توان با تأمین زیرساخت‌های اکولوژیکی شهری مناسب، پایداری توسعه پایدار شهرها را تضمین کرد. ایجاد فضای سبز مناسب در مناطق شهری و صنعتی با رعایت اصول و قواعد علمی باعث کاهش اثرات زیان‌آور آلودگی‌های محیطی بر زندگی شهری می‌شود (عبادی، ۱۳۹۲). اماکن و تجهیزات ورزشی سبز جزو مهم‌ترین زیرساخت‌های توسعه پایدار ورزش کشور محسوب می‌شوند که در تحقیق حاضر به علت کمبود چنین زیرساخت‌هایی به عنوان چالشی مهم مورد بحث قرار می‌گیرند.

طی برگزاری رویدادهای ورزشی، بخش حمل و نقل مسئول تولید بیشتر گازهای گلخانه‌ای و تولید کربن محسوب می‌گردد و سیاست راه‌اندازی سیستم حمل و نقل سبز، راه حلی فوری و آشکار برای کاهش آلودگی‌های این سیستم است؛ چنان که هر نوع وسیله حمل و نقل سازگار با محیط زیست که گازهای سمی مخرب محیط زیست را منتشر نمی‌کند، باید در راس انتخاب دولت، سازمان ورزشی و شهروندان قرار گیرد. نتیجه این بخش با یافته‌های تحقیقات محمدنور و فراهانی (۱۳۹۵) در مورد رابطه اماکن ورزشی سبز و توسعه پایدار شهری، پاداش (۱۳۹۰) و سهرابی (۱۳۹۰) پیرامون اهمیت اماکن ورزشی سبز، فضاهای سبز موجود در اماکن ورزشی و تاثیر منفی اماکن ورزشی موجود در کشور بر میزان آلودگی‌های شهری و آسون شمدس (۲۰۱۵) در زمینه طراحی پایدار استادیوم‌های ورزشی هم‌خوانی دارد (پاداش، ۱۳۹۰: ۳۱-۳۶)، (سهرابی، ۱۳۹۰: ۱۳۳-۱۴۶) و (اشمدیس^۲، ۲۰۱۵).

1. Skinner

2. Schmedes

بر اساس نظرات مصاحبه‌شوندگان، یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای موثر، الزامات و نظام‌مندی سیستم زیست محیطی ورزش با ریز عوامل موازین زیست محیطی در اماکن ورزشی سبز، نظام‌نامه محیط زیستی و قوانین، موازین زیست محیطی موجود و سیستم رسیدگی به تخلفات و مراعات محیط زیستی می‌باشد. گرچه دولت‌ها در قبال اجرا و رعایت کردن این مجموعه قوانین زیست محیطی مسئولیت اساسی دارند، اما جنبش‌های ورزشی نیز باید این قوانین را رعایت کنند. همچنین برای برنامه‌ریزی یک رویداد ورزشی یا ساخت تجهیزات و اماکن ورزشی باید قوانین و مقررات حفاظت از محیط زیست را رعایت کنند (بهمن‌پور، ۱۳۹۴). از این رو، لازم است که دیدگاه‌های کلان و زیربنایی توسعه منطبق با قانونمندی‌های حفاظت محیط زیست طراحی شود و هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آینده کشور بر شالوده حفاظت محیط زیست، منابع طبیعی و بهره‌وری خردمندانه از این منابع با نگرش ایجاد تعادل و تناسب بین قانونمندی‌های محیط زیست و توسعه پایدار صورت گیرد (پاداش، ۱۳۹۰: ۳۱-۳۶). در توضیح عامل زمینه‌ای حاکمیت می‌توان اشاره نمود که توفیق سیاست‌های حفاظت از محیط زیست منوط به الزام‌بندگاه‌های خصوصی و دولتی به رعایت ملاحظات زیست محیطی است و از آنجایی که در کشور ما دولت مجری قوانین زیست محیطی می‌باشد، در الزام بخش‌های خصوصی و سازمان‌های ذیربط نقش بسزایی دارد و بر نقش نهاد حاکمیتی تأکید بسیاری صورت می‌گیرد. نتایج این بخش با یافته‌های تحقیقات جعفری و جلالی فراهانی (۱۳۹۵) در زمینه عدم وجود استانداردها و قوانین ملی اماکن ورزشی سبز و ویسی (۱۳۸۹) و لوید (۲۰۱۶) پیرامون عامل قانون‌گذاری در جهت حفظ محیط زیست اماکن ورزشی هم‌خوانی دارد (جعفری، ۱۳۹۵) (ویسی، ۱۳۸۹) و (لوید، ۲۰۱۶).

در توضیح عامل زمینه‌ای «پیوست فرهنگی و سازمانی» می‌توان گفت که با توجه به تنوع محیط زیست و جاذبه‌های طبیعی کشور، هیچ ارگانی به تنهایی قادر به حفاظت از تمامی منظرهای طبیعی نخواهد بود و از آنجا که محیط زیست هسته مرکزی اکوتوریسم را تشکیل می‌دهد، گسترش فرهنگ حفظ منابع طبیعی و بهینه‌سازی صنعت اکوتوریسم و توسعه همه‌جانبه آن در آینده باید بر محور ترویج فرهنگ حفظ محیط زیست، توجه به جامعه محلی و مشارکت مردمی استوار باشد. آگاهی از اثرات زیست محیطی در سراسر جهان و در میان ملل، ایالات، صنایع و رفتارهای فردی به شدت گسترش یافته است (کارمایکل^۱، ۲۰۱۲: ۴۲۲-۲۵۳). اگر فرد به بینش صحیحی از شیوه رفتار و ضرر و زیان خود و جامعه‌اش برسد و به درستی تشخیص دهد که مطلوب‌ترین عمل کدام است، آنگاه سلامت فرهنگی - اجتماعی در جامعه را می‌توان شاهد بود. از این رو، جامعه دانشگاهی، نهادهای آموزشی، خانواده و افراد روشنفکر و رسانه‌ها تأثیر بسزایی در افزایش آگاهی‌های زیست محیطی دارند. نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق رضوی (۱۳۹۴) در مورد راهکارها و اهمیت فرهنگ محیط زیستی در بین ورزشکاران و نتایج تحقیقات کاسپر (۲۰۱۲) در زمینه تأثیر باورها و هنجارهای دانشجویان مدیریت ورزشی در رابطه با آگاهی‌های زیست محیطی و اقدامات شخصی در قالب رفتارهای زیست محیطی شخصی و سازمانی و اهمیت میزان آگاهی ورزشکاران در شکاف بین عملکرد محیط زیستی آن‌ها و تحقیقات

کلیسون (۲۰۱۵) پیرامون اهمیت آگاهی‌های زیست محیطی اجتماعی در ایجاد استادیوم‌ها و اماکن ورزشی سبز هم‌خوانی دارد (رضوی، ۱۳۹۴: ۱۲۹-۱۴۲)، (کاسپر^۱، ۲۰۱۲: ۱۱-۲۹) و (کلیسون^۲، ۲۰۱۵: ۶۳-۸۳). مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند وجود نظام‌نامه مدیریتی و برنامه ریزی نظام‌مند در این زمینه، بستری مناسب برای توسعه پایدار رویدادهای ورزشی می‌باشد. برنامه ریزی در جهت ایجاد تعادل و توازن در محیط زیست و داشتن برنامه راهبردی در این جهت از ضرورت‌های مدیریت آینده‌نگر در سازمان‌های ورزشی امروزه است و با تعیین ساز و کارهای تخصصی و تعریف شده و بهبود مداوم نظام مدیریت محیط زیست می‌توان به اهداف توسعه پایدار سازمان نزدیک‌تر شد. نتایج این بخش با تحقیقات ویسی (۱۳۸۹) در زمینه اهمیت مدیران متخصص و آگاه مجموعه‌های ورزشی در میزان آگاهی‌های زیست محیطی افراد و استینت (۲۰۱۶) با تاکید بیشتر بر برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت اماکن ورزشی در جهت پایداری ورزش دانشگاهی هم‌خوانی دارد (ویسی، ۱۳۸۹: ۹۳-۱۰۶) و (استینت^۳، ۲۰۱۶: ۹۲-۱۰۴).

شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر به مثابه بستری باعث تخفیف یا تشدید پدیده‌ها می‌شود (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸). این عوامل شامل «ماهیت رویداد و محیط زیست»، «عوامل محیطی و مالی کلان»، «منابع داخلی و خارجی»، «نظارت، قانون‌گریزی و لابی‌گری» و «ساختار صنعت ورزش کشور» می‌باشند. به طور بالقوه ورزش می‌تواند اثرات متنوعی- از اثرات ناچیز تا خسارت‌های عمده- بر اکوسیستم‌ها ایجاد کند. اساساً مقیاس و اهمیت اثر ایجاد شده به نوع و ابعاد رویداد ورزشی وابسته است. رویدادهای ورزشی، منابع اعم از تجدیدپذیر و تجدیدناپذیر را مصرف و تولید پسماند می‌کنند. مقدار منابع استفاده شده و در نتیجه میزان پسماند که باید جمع‌آوری، منتقل، تصفیه یا دفع گردد، اساساً به اندازه آن رویداد وابسته است (بهمن‌پور، ۱۳۹۴). از طرفی جوامع ملی به دلیل دانش‌های ویژه و تجربیات سنتی خویش، نقشی اساسی در اجرای مدیریت محیط زیست و توسعه دارند. پس هویت، فرهنگ و علایق آنها باید در نظر گرفته شود و از مشارکت آنها در اجرای توسعه پایدار نباید جلوگیری کرد. همچنین، مدیریت منابع انسانی در ایجاد تعهد و تعلق کارکنان در راستای پیاده‌سازی اهداف زیست محیطی، اهمیت بسزایی دارد (محمدی‌نژاد شورکایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۹۴). نتایج این بخش پژوهش با مطالعات سیرام^۴ (۲۰۱۷) و احمدی^۵ (۲۰۱۵) در مورد مدیریت منابع انسانی سبز هم‌خوانی دارد. دولتی بودن اقتصاد کلان کشور و وجود ساختار متمرکز بر نفت در سیاستگذاری‌های خرد و کلان موجب شده که بیشتر صنایع بزرگ کشور از جمله صنعت ورزش کشور و واحدهای دولتی ورزشی با نوعی چالش مواجه باشند، چرا که قدرت چانه‌زنی واحدهای تابعه، قدرت قانون‌گریزی این بخش‌ها را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، سختی‌ها و دشواری‌های اقتصادی که امروزه کشورمان با آن دست به‌گریبان است- از تورم گرفته تا نواسانات ارزی و ناپایداری‌هایی که فعالیت‌های اقتصادی را دشوار می‌کند- اولویت‌دهی به مسائل محیط

1. Casper
2. Kellison
3. Stinnett
4. Sriram
5. Ahmad

زیستی را در سازمان های ورزشی دچار مشکل نموده است و حمایت اندک دولت در این راستا و توان و تمایل کم بخش خصوصی در سرمایه گذاری های ورزش سبز بر شدت این چالش ها افزوده است. نتایج این بخش با یافته تحقیق جعفری و جلالی فراهانی (۱۳۹۵) در زمینه ساختار اقتصادی کشور و هزینه های بالا به عنوان موانعی در ساخت اماکن ورزشی سبز هم خوانی دارد (جعفری، ۱۳۹۵).

بنابراین با توجه به تمامی ویژگی های ورزش و زمینه های تحت تاثیر آن و با در نظر گرفتن این نکته که ورزش به عنوان صنعت در حال رشد و گسترش است و از نظر جهانی ارزش آن حدود ۶۰۰ میلیارد دلار برآورده شده است (مندعلی زاده، ۱۳۹۳) و همچنین نقش چشم گیر ترویجی آن در توسعه پایدار زیست محیطی کشور، توسعه همه جانبه در این صنعت مهم جهت بهره مندی حداکثری از تمامی مزایای آن با رعایت تمامی ابعاد زیست محیطی توسعه پایدار در این صنعت، ضروری به نظر می رسد. بی تردید، از طریق شناسایی عوامل موثر در دستیابی به توسعه پایدار کل کشور می توان گام های بزرگی را برداشت و شناسایی این عوامل به برنامه ریزان صنعت ورزش کشور کمک خواهد کرد تا در برنامه های خود با دید وسیع تری مسیر را برای رشد و توسعه پایدار هموار نمایند.

از آنجا که عملکردهای زیربنایی مستلزم تصمیم گیری، برنامه ریزی و حمایت در سطوح کلان و خرد می باشد، پیشنهاد می گردد که مدیران و صاحب نظران با استفاده از نتایج این تحقیق و پژوهش های علمی مرتبط، از طریق راهکارهایی همچون: مدیریت سبز رویدادهای ورزشی، ایجاد سخت افزارهای سبز ورزشی، حمایت بیشتر دولت و نیروهای پشتیبان، سیاست گذاری پایدار در ورزش کشور، بهره مندی هر چه بیشتر از نقش ترویجی رویدادهای ورزشی و تدوین نظام نامه زیست محیطی رویداد در برنامه ریزی های آتی مرتبط با توسعه پایدار زیست محیطی ورزش کشور تاثیرگذار باشند. کمیته ملی المپیک، وزارت ورزش و جوانان، دفتر محیط زیست و توسعه پایدار وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون های ورزشی و سایر نهادهای مسئول در ورزش و همچنین کمیته توسعه پایدار و محیط زیست کشور می توانند با بهره مندی از این شاخص ها و عوامل، برنامه های عملیاتی جهت پیاده سازی آنها را اجرایی و اعمال نمایند.

منابع

- بازرگان، عباس. (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری. تهران: انتشارات دیدار
- بهمن‌پور، هومن. (۱۳۹۴). ورزش و محیط زیست؛ ویژه ورزشکاران و مدیران ورزشی. دفتر محیط زیست و توسعه پایدار، وزارت ورزش و جوانان، ص ۹.
- پاداش، دنیا؛ پاداش، امین؛ نادریان، مسعود و سلطان حسینی، محمد (۱۳۹۰). «بررسی اثرات محیط زیستی اماکن ورزشی بر محیط شهری». محیط زیست و توسعه، ۳، صص ۳۱-۳۶.
- جعفری، سعید. (۱۳۹۵). «بررسی موانع طراحی و ساخت امکانات ورزشی سبز از منظر کارشناسان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- رضوی، محمد حسین و بوژمهرانی، سارا (۱۳۹۴). «راهکارهای توسعه فرهنگ زیست محیطی در ورزش». فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۲۹، صص ۱۲۹-۱۴۲.
- سهرابی، پوریا؛ کاشف، میر محمد؛ جوادی پور، محمد و حسینی، فاطمه السادات. (۱۳۹۰). «بررسی وضعیت دسترسی، هم‌جواری و ساخت اماکن و فضاهای ورزشی شهرستان ارومیه با توجه به استانداردها». پژوهش در علم ورزشی، ۱۱، صص ۱۳۳-۱۴۶.
- عبادی، مریم. (۱۳۹۲). «اهمیت فضای سبز در زیرساخت‌های شهری و نقش آن در کاهش آلودگی محیط زیست». دومین کنفرانس ملی حفاظت و برنامه ریزی محیط زیست.
- فراهانی، ابوالفضل و شعبانی مقدم، کیوان. (۱۳۹۶). مدیریت زیست محیطی در ورزش. تهران: انتشارات حتمی
- کیخسروی یزد. افسانه. (۱۳۹۲). «بررسی موانع و محدودیت‌های ورزش هندبال در شهرستان سبزوار و ارائه راهکارهای توسعه پایدار». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه حکیم سبزواری.
- وزارت ورزش و جوانان. (۱۳۹۴). گزارش راهبردی وزارت ورزش و جوانان. ورزش و محیط زیست، وزارت ورزش و جوانان، ص ۲۵.
- محمدنژاد شورکایی، مجتبی و سیدجوادین، سیدرضا. (۱۳۹۵). «ارائه چارچوبی برای مدیریت منابع انسانی سبز». فصل‌نامه مدیریت دولتی. دوره ۸، شماره ۴، صص ۶۹۱-۷۱۰.
- محمدنور، مهیا. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین مکان‌های سبز و توسعه پایدار شهری». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- مند علی زاده، زینب. (۱۳۹۳). «طراحی و تبیین الگو و شاخص‌های کارآفرینی پایدار در ورزش کشور». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- ویسی، هادی و مجدالدین، اکبر. (۱۳۸۹). «بررسی سازو کارها و زمینه‌های مشارکت عمومی در حفاظت از محیط زیست طبیعی». محیط زیست طبیعی (منابع طبیعی ایران). دوره ۶۳، شماره ۱، صص ۹۳-۱۰۶.
- Ahmad, S. (2015). "Green Human Resource Management: Policies and practices". Cogent Business & Management, 2: 1-13.
- Casper, J., Pfahl, M., McSherry, M. (2012). "Athletics department awareness and action regarding the environment: A study of NCAA athletics department sustainability practices". Journal of Sport Management, 26(1):11-29.
- Carmichael, J.T., Jenkins, J.C., Brulle, R. J. (2012). "Building environmentalism:

The founding of environmental movement organizations in the United States, 1900-2000". The Sociological Quarterly, 53(3):422-53

- Collins, C.M., Steg, L., Koning, M. A. (2007). **"Customers' values, beliefs on sustainable corporate performance, and buying behavior"**. Psychology & Marketing. 24(6):555-77.
- Council UGB. (2009). **Green building and LEED core concepts**. USGBC: Washington, DC, USA
- Dyllick, T., Hockerts, K. (2002). **"Beyond the business case for corporate sustainability"**. Business strategy and the environment, 11(2):130-41.
- Lloyd, C., Harris, M. & Andrew, C. (2016). **"The greening of organizational culture, Management views on the depth, degree and diffusion of change"**. Journal of Organizational Change Management, 15(3): 214 – 234.
- Kellison, T. B., Kim, Y. K. (2014). **"Marketing pro-environmental venues in professional sport: Planting seeds of change among existing and prospective consumers"**. Journal of Sport Management, 28(1):34-48.
- Kellison, T. B., Trendafilova S., McCullough B. P. (2015). **"Considering the social impact of sustainable stadium design"**. International Journal of Event Management Research, 10 (1) :63-83.
- Krueger R, Savage L. (2007). **"City-regions and social reproduction: a 'place' for sustainable development?"** International Journal of Urban and Regional Research, 31(1):215-23.
- Moini, J, Hamid, S & Szuchy, K. (2014). **"Adoption of green strategy by Danish firms"**. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 5(2):197–223.
- Parrish B.D. (2010). **"Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design"**. Journal of Business Venturing. 25(5):510-23.
- Pezzey, J.C. (2004). **"Sustainability policy and environmental policy"**. Scandinavian Journal of Economics. 106(2):339-59.
- Savitz, A. (2013). **The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social and environmental success-and how you can too**. John Wiley & Sons.
- Schmedes, S. (2015). **Sustainable design of sports stadiums: case study analysis**

of stadiums for the Olympic Games 2000 in Sydney, 2004 in Athens and 2008 in Beijing. Cardiff University.

- Sriram, V.P. and Suba, M. (2017). **“Impact of Green Human Resource Management (G-HRM) Practices over Organization Effectiveness”**. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, 14(5): 386-394.
- Skinner, J., D. H. Zakus, et al. (2008). **“Development through Sport: Building Social Capital in Disadvantaged Communities”**. Sport Management Review 1,1(3): 253-275.
- Stinnett, B., Gibson, F. (2016). **“Sustainability and recreational sports facilities: An exploratory study regarding levels of institutional adoption”**. Recreational Sports Journal, 40(1):92-104.
- U.S. Green Building Council. (2011a). **About USGBC**. Retrieved from <http://www.usgbc.org>.



ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی

نسرین افشاری پور^۱

مینا حکاک زاده^۲

محمد ابراهیم رزاقی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۲/۱۰

کارآفرینی و استفاده از ظرفیت های کارآفرینی است که نیازهای اقتصادی را با ایجاد هزاران کسب و کار جدید مرتفع می کند. هدف این تحقیق، تدوین ارائه مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی است. روش پژوهش، ترکیبی اکتشافی دو مرحله ای از نوع ابزار سازی بود. روش پژوهش در بخش کیفی، مطالعه موردی کیفی و مشارکت کنندگان بالقوه شامل ۱۴ نفر از متخصصان عضو هیئت علمی دانشگاه بودند. رویکرد نمونه گیری، هدفمند و روش نمونه گیری صاحب نظران کلیدی بود. ابزار پژوهش، مصاحبه نیمه ساختارمند بود. روش تحقیق در بخش کمی، توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری شامل کلیه مدیران استان کرمان (۲۰۰ نفر) بود. ابزار مورد استفاده در بخش کمی، مقیاس محقق ساخته بر اساس شبکه تئوری داده-بنیاد بخش کیفی بود. برای بررسی روایی صوری، از نظرات ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای آزمون روایی محتوایی، سوال های پرسش نامه از مدل لاشه استفاده شد ($CVR = 0/81$) و روایی محتوایی تایید گردید. همچنین روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Minahakazadeh@gmail.com

۳. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی و مدل معادلات ساختاری برای بررسی برازش مدل تحقیق استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که مقدار T شرایط علی بر ظرفیت کارآفرینی $0/64$ ، شرایط زمینه ای بر راهبردها $0/47$ ، شرایط مداخله گر بر راهبردها $0/40$ ، ظرفیت کارآفرینی بر راهبردها $0/56$ و راهبردها بر پیامدها $0/71$ تاثیر معناداری را دارند. بنابراین پیشنهاد می شود با ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان ورزشی و ارائه وام های کم بهره و باز پرداخت بلند مدت کسب و کارهای جدیدی راه اندازی شود.

واژگان کلیدی: ظرفیت، کارآفرینی، داده- بنیاد و طرح های ترکیبی

مقدمه

ورزش به عنوان بخش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با کارآفرینی دارای تعامل پویا و سازنده است (محمد کاظمی و امیدی، ۱۳۹۰)، ایجاد کسب و کارهای ورزشی برای حل مشکلات اجتماعی را می‌توان در حوزه کارآفرینی ورزشی تعریف کرد (شریفی فر ومحدیان، ۱۳۹۶). ورزش، صنعت رو به رشد و گسترده‌ای است و از نظر جهانی ارزش آن ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده و توجه تمام جهان را به خود جلب کرده است (مندعلی زاده و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه صنعت ورزش برای همه حکومت‌ها اهمیتی دو چندان یافته است، چرا که در استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبود اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می‌شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می‌توان به این اهداف دست پیدا کرد. به عبارت دیگر، امروزه صنعت ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره مطرح است. لذا لزوم تبیین عوامل موثر بر رشد و توسعه این ابزار می‌تواند در نیل به اهداف و سیاست‌های راهبردی کشورها موثر واقع شود (رضایی و صالحی پور، ۱۳۹۷). این اعتقاد وجود دارد که کارآفرینی ورزشی باید ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش را شناسایی کند و با کشف فرصت‌ها از آنها برای خلق فعالیت‌های سودآور اقتصادی بهره‌برد (عسکریان و همکاران، ۱۳۸۴). «ظرفیت‌های کارآفرینی»^۱ صنعت ورزش را می‌توان براساس نوآوری در فنون ورزشی، فرایندهای ورزشی، لوازم و تجهیزات ورزشی، توسعه بخش‌های اجتماعی فعالیت‌های ورزشی و نوآوری در سازماندهی امور ورزشی طبقه بندی کرد. براین اساس، فعالیت‌های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت‌های درون ورزش نیز هستند. این ظرفیت‌ها شامل ظرفیت‌های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزش و محیط حاکم کارآفرین هستند (تجاری و خدایاری، ۱۳۸۵). پژوهش‌های متعددی ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگونی بررسی کرده‌اند. در محتوای این پژوهش‌ها ابعاد متعددی دیده می‌شود؛ از جمله: وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تاسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت‌آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳ و جعفرزاده و همکاران، ۱۳۹۸). در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده‌اند که این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به دنبال بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش است. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» که براساس دیدگاه ۱۵۵ نفر از کارشناسان، متخصصان و اساتید رشته‌های تربیت بدنی و کارآفرینی انجام شده بود، دریافت که مهارت‌های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه‌ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی‌های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعد اصلی شایستگی بودند و الگوی حاضر می‌تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه‌ها، سازمان‌های ورزشی و دیگر متولیان و سیاست‌گذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیرد. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان

1. Entrepreneurial capacities

«تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده- بنیاد براساس مطالعه اسناد بالادستی و مصاحبه های عمیق»، ده عامل موثر زیر را در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی و استخراج کردند: سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تبیین ارکان پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در صنعت ورزش» که به روش کیفی با رویکرد مصاحبه انجام شده بود، یک الگوی سه سطحی شامل بهینه سازی زیرساخت، مفاوم سازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی پیشنهاد داده و ذکر کرده که سیاست ها باید به گونه ای تدوین و اجرا شوند که اهداف بهینه سازی زیرساختی، مفاوم سازی و برجستگی در آن تحقق یابد. ادمیک و سیمنکا^۱ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی ظرفیت فناوری کارآفرینانه و نقش فرهنگ» از نوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری ها در بهبود استفاده از ظرفیت های کارآفرینی یاد کردند. ساکداری و برگرز^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقش میانجی مدیریت کارآفرینی در ارتباط با ظرفیت و همکاری کارآفرینانه از دیدگاه متخصصان»، تاثیر مدیریت کارآفرینی را بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی تایید و بر نقش میانجی آن تاکید کردند. ژانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «صنعت ورزش و رشد اقتصادی» به این سوال که کشورهای در حال توسعه در محیط بازار جهانی چه کاری باید انجام دهند، این گونه پاسخ داده است که مسیرهای توسعه جهانی در ابعاد و نظریات متفاوت عرضه می شود و راه حل ها نیز متفاوت خواهد بود. هیدوک و والکر^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش»، به عوامل تاثیر گذار خدمات فروش، ارتباطات، نیازهای مصرف کنندگان، بازی ها، فناوری، رسانه و خرده فروشی ها پرداختند. از سوی دیگر، تضعیف اقتصاد جهانی صنعت ورزش را تحت تاثیر خود قرار داده است و راه حل گریز از این مشکل، استفاده از ظرفیت های پیش روی کارآفرینی را یادآور می شود. ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش می تواند سبب ثروت شود، مشکل بیکاری را حل فصل کند، نیروی انسانی را همراستا با فرصت های بازار و کارآفرینی تربیت کند و موجب بهره وری و افزایش میزان «رشد اقتصادی» شود. بنابراین از نتایج احتمالی این پژوهش می توان گفت که طراحی مدل ظرفیت کارآفرینی افراد می تواند به شناسایی بهتر فرصت های کارآفرینی صنعت ورزش و پتانسیل های افراد در استفاده از ظرفیت های کارآفرینی نیروی انسانی شایسته کمک کند و در حل بحران بیکاری در صنعت ورزش مفید واقع شود.

روش شناسی پژوهش

با توجه اینکه هدف پژوهش حاضر، مطالعه عمیق چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران است، طرح آن از طرح های ترکیبی است و روش آن، با توجه به اینکه از قبل الگویی وجود نداشته و پژوهشگر

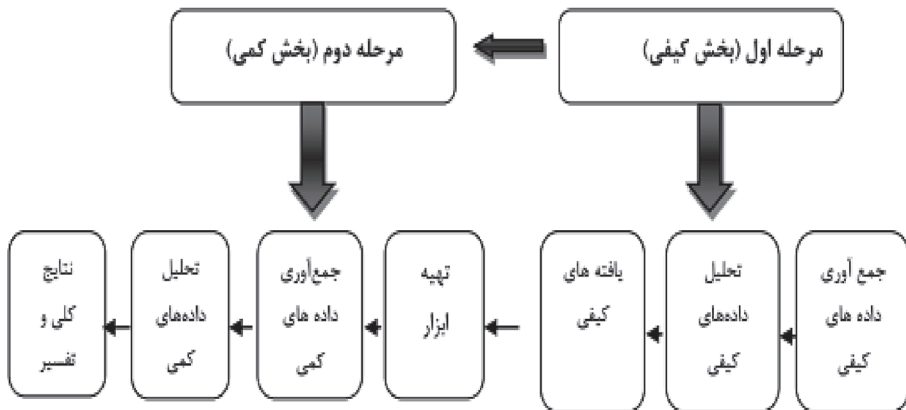
1. Adamik & Szymańska

2. Sakhdari

3. Zhang

4. Hayduk

درصدد کشف این الگو بوده است، در زمره مدل های ترکیبی اکتشافی متوالی (کیفی - کمی) می باشد. چون در پی ساخت ابزاری^۱ (کرسول و پلانکلارک^۲ ۲۰۰۷) برای سنجش چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران بر اساس داده های بخش کیفی است، از نوع اکتشافی متوالی - ابزار سازی است. از این رو، ابتدا روش شناسی و تحلیل بخش کیفی و سپس روش شناسی و تحلیل بخش کمی تحقیق به تفکیک ارائه می شود و در بخش نتیجه گیری، نتایج به دست آمده در هر دو بخش با هم ادغام و ارائه خواهد شد.



شکل ۱: فرآیند تحقیق ترکیبی اکتشافی متوالی از نوع ابزارسازی (اقتباس از کرسول و پلانکلارک، ۲۰۰۷)

الف. روش شناسی بخش کیفی

روش پژوهش در بخش کیفی، مطالعه موردی کیفی است و مشارکت کنندگان، خبرگان حوزه مدیریت ورزشی هستند. با بهره گیری از روش نمونه گیری هدفمند و تکنیک اشباع نظری، آگاهی دهندگان کلیدی (شامل ۱۴ نفر از خبرگان حوزه مدیریت ورزشی) برای شناسایی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران انتخاب شدند و با آنها مصاحبه به عمل آمد. ابزار مورد استفاده برای شناسایی عوامل مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران، مصاحبه نیمه ساختمند (با گروه های کانونی) و مطالعه اسناد بوده است. برای تامین روایی و پایایی مطالعه، از روش ارزیابی لینکلن و گو با استفاده شد (دانایی فر، ۱۳۹۸). بدین منظور چهار معیار اعتبار (باورپذیری)، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأییدپذیری برای ارزیابی در نظر گرفته شدند و برای دستیابی به هریک از این معیارها، اقدامات زیر انجام گرفت:

اعتبارپذیری: معادل روایی در پژوهش های کمی است. بدین منظور، پرسش ها را اساتید راهنما و مشاور تأیید کردند که میزان موثق بودن داده های پژوهش را به حد قابل قبولی افزایش داده است.

انتقال پذیری: جایگزین اعتبار بیرونی در پژوهش های کمی است. برای این منظور یافته های پژوهشی

1. Sequential exploratory mixed method- Instrument development

2. Creswell & Plano Clark

توسط دو متخصص ظرفیت کارآفرینی در ورزش که در پژوهش مشارکت نداشتند، مورد بررسی قرار گرفتند. اطمینان پذیری: معادل پایایی در پژوهش کمی است و به منظور ایجاد اطمینان پذیری، جزئیات پژوهش و یاد داشت برداری ها ثبت و ضبط شد.

تأیید پذیری: به معنای پرهیز از سوگیری است. بدین منظور تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شده و همه مستندات به صورت پیوست در اختیار و تأیید اساتید قرار گرفته است.

تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از مصاحبه های انجام شده، با روش تحلیل داده- بنیاد انجام گرفته است.

ب. روش شناسی بخش کمی پژوهش

در بخش کمی از روش پژوهش توصیفی، از نوع همبستگی استفاده شد و روش اجرا به صورت میدانی بود. هدف از انجام این مرحله، تدوین الگوی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران در مرحله کیفی بوده است. جامعه آماری این بخش تحقیق شامل کلیه مدیران بخش های دولتی، نیمه دولتی، انتفاعی، غیرانتفاعی و داوطلبی- مردم نهاد استان کرمان به تعداد ۲۰۰ نفر بود که با توجه به محدود بودن جامعه نمونه آماری برابر با ۲۰۰ نفر قرار داده شد و در نهایت پس از پخش و جمع آوری پرسشنامه های تحقیق، تعداد ۱۸۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی روایی صوری از نظر ده تن از اساتید مدیریت ورزشی بهره گرفته شد و برای آزمون روایی محتوایی سوال های پرسش نامه از مدل لاشه استفاده شد ($CVI = 0/81$) و روایی محتوایی تایید شد. همچنین روایی همگرا در جدول ۱ ارائه شده است. برقراری روایی همگرا و مطلوب مدل حکایت از اعتبار مناسب ابزار اندازه گیری در جامعه مورد مطالعه دارد. تحلیل نتایج این مطالعه به روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Amos 20 و SPSS20 صورت گرفته است.

همان طور که در جدول ۱ مشخص است همه متغیرها از پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ و میانگین واریانس استخراج شده بالای ۰/۵ برخوردارند. پس می توان پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر را تایید نمود. پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده الگو چارچوب ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با توجه به اینکه به صورت مدل سلسله مراتبی آورده شده، به صورت دستی محاسبه گردیده است.

جدول ۱: پایایی و روایی همگرا

متغیرهای تحقیق	میانگین واریانس استخراج شده	پایایی ترکیبی	الفای کرونباخ
شرایط علی	۰/۸۰۱	۰/۸۹۱	۰/۸۰۱
شرایط زمینه ای	۰/۸۲۱	۰/۹۰۴	۰/۸۴۳
ظرفیت کارآفرینی	۰/۸۰۸	۰/۹۵۶	۰/۷۶۸
شرایط مداخله گر	۰/۷۸۹	۰/۹۴۳	۰/۷۸۹
راهبردها	۰/۷۶۱	۰/۸۹۸	۰/۸۳۲
پیامدها	۰/۸۵۶	۰/۸۷۶	۰/۷۸۰

یافته‌های پژوهش

الف. یافته‌های بخش کیفی پژوهش

داده‌های کیفی پژوهش از طریق فرایند کدگذاری، تحلیل شد. مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری (مدل پارادایمی استراس 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 به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین پایان یافت.

نتایج حاصل از ۱۴ مصاحبه که 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، اقدامات و پیامدها انجام شد. جدول ۲ نتایج مربوط به بخش کیفی را به نمایش گذاشته است:

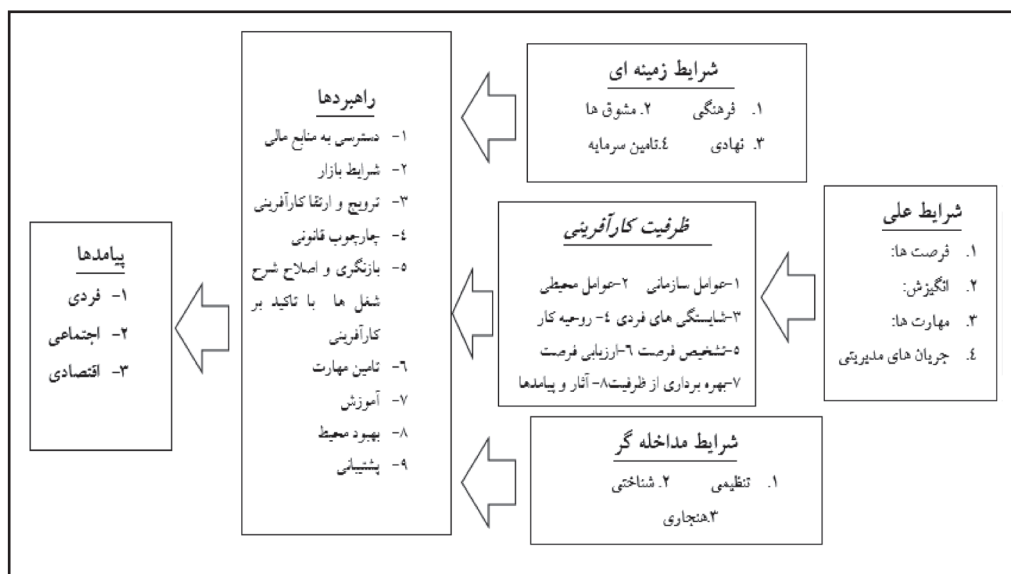
جدول ۲: کدگذاری بخش کیفی

ابعاد کلی	مقولات
شرایط علی	● جریان‌های مدیریتی
	۱. ایجاد هسته‌های علمی در سازمان‌های ورزشی جهت مشخص نمودن فرصت‌های موجود محیطی
	۲. وجود برنامه‌های عملیاتی در سازمان‌های ورزشی جهت بهره‌گیری از ظرفیت کارآفرینی
	۳. افزایش تعهد کارکنان به سازمان‌های خود
	۴. ایجاد آموزش‌های مدون برای کارکنان جهت افزایش مهارت‌های ارتباطی
	۵. برگزاری جلسات مدون ماهانه در سازمان‌های ورزشی در جهت ارزیابی برنامه‌های مربوط به کارآفرینی
	۶. ایجاد منابع مالی مناسب جهت بهبود کارآفرینی در سازمان‌های ورزشی
	● فرصت‌ها
	۱- وجود ایده‌های تجاری
	۲- دانش فنی
	۳- نبود موانع
	۴- پول
	۵- افراد خیره
	● انگیزش
	۱- ارزش‌های اجتماعی
	۲- آگاهی شناخت فردی
	۳- انگیزش برای یادگیری
	● مهارت‌ها
	۱- آموزش کارآفرینی
	۲- دانش فنی
	۳- تجارب

● فرهنگی ۱- وجود باورهای قلبی در زمینه راه اندازی و توسعه کسب و کار اقتصادی در ورزش ۲- نگرش کلان نسبت به مقوله کارآفرینی در ورزش ۳- ایجاد فرهنگ و نگرش های کارآفرینی در جامعه ۴- ایجاد نهادهای اجتماعی و مدنی که مسئول این گونه فعالیت ها در جامعه باشند ۵- جذب خیرین به مشارکت فعالانه در طرح های کارآفرینی در ورزش ۶- نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی ۷- تفکر ریسک پذیری در جامعه ● مشوق ها ۱- تشویق و حمایت از کارآفرینان در ورزش برای ایجاد کسب و کارهای جدید ۲- تشویق و توسعه فعالیت ها به سمت ایده های جدید و کارا در صنعت ورزش ۳- راهبرد آموزشی؛ آموزش و تربیت کارآفرینان جوانان ۴- تشویق و آموزش خرده کارآفرینان ورزشی ● تامین سرمایه ۱- خط مشی معین با هدف افزایش میزان دسترسی شرکت های جدید و نوپا به منابع مالی وجود دارد ۲- دولت برای دسترسی برابر شرکت های کوچک در مقایسه با شرکت های بزرگ به منابع مالی تلاش کرده است ۳- دولت برای هدایت مجدد سرمایه موجود به شرکت های جدید تلاش است ۴- برنامه های دولتی حمایت مالی از کارآفرینانه فناورانه و نوآورانه وجود دارند ۵- برنامه های تأمین مالی با حمایت دولت برای توانمندسازی بیشتر افراد برای شروع کسب و کارهای جدید وجود دارد ۶- دولت، مقررات مربوط به بازارهای سهام را اصلاح می کند ۷- دولت با بانک ها و نهادهای وام دهنده برای بهبود وضعیت مالی شرکت های جدید و در حال رشد همکاری می کند ● نهادهای ۱- انعطاف پذیری قوانین و رویه های بازار کار ۲- کارایی نظام قانون گذاری کشور در تدوین قوانین کارآمد و شفاف ۳- کارایی دولت در اداره امور کشور و اجرای قوانین ۴- کارایی سیستم قضایی (ساده سازی رویه ها، زمان و هزینه لازم صدور حکم از آغاز تا پایان) ۵- پایداری دولت ها به تعهدات قانونی دولت های قبل ۶- مبارزه فساد اداری و بهبود سلامت قانونی و مالی ۷- وجود قوانین و اجرای رویه های ضد انحصار و مشوق رقابت	شرایط زمینه ای
● تنظیمی ۱. تدوین راهبرد کارآفرینی کشور ۲. تدوین اهداف بلندمدت و کوتاه مدت کارآفرینی کشور ۳. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارآفرینی در بخش های ورزش قهرمانی و همگانی در کشور ۴. طراحی سیستم ارزیابی عملکرد آغاز (رشد) و ورزشکستگی کسب و کارهای کوچک ۵. ارائه گزارش حمایت ها، موفقیت ها و شکست های کسب و کارهای کوچک ۶. تاسیس بانک های کارآفرینی ۷. تاسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان ۸. تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی ۹. ایجاد و تقویت مراکز مشاوره ای در بخش های صنعت، خدمات و کشاورزی کارآفرینی ۱۰. معرفی و ایجاد زمینه مناسب بهره گیری کارآفرینان از مشاوران ۱۱. معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینی در کشور ۱۲. اعطای تسهیلات و معافیت های مالیاتی ۱۳. اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی در کل کشور ● شناختی ۱. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای ۲. برگزاری دوره های آموزشی مشاوره ای در بخش های مختلف ورزش برای باشگاه های خصوصی و دولتی با هزینه دولت ۳. پخش مستمر برنامه های تلویزیونی و رادیویی کارآفرینی در کشور ۴. اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان ۵. چاپ کتابچه های راهنمای کارآفرینی در کشور ۶. طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینان با سازمان های ذیربط ۷. طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور ● هنجاری ۱. اعطای جوایز سالانه کارآفرینی (در سطح کشور، استان و شهرستان) ۲. اعطای جوایز طرح های کارآفرینانه (در سطح کشور، استان و شهرستان) ۳. اعطای جوایز به سازمان های حامی کارآفرینان (اشخاص حقیقی و حقوقی) ۴. برگزاری نمایشگاه های دستاوردهای کار آفرینانه	شرایط مداخله گر

● عوامل سازمانی ● عوامل محیطی ● شایستگی های فردی ● روحیه کار ● تشخیص فرصت ● ارزیابی فرصت ● بهره برداری از ظرفیت ● آثار و پیامدها	پدیده اصلی (ظرفیت کارآفرینی)
● دسترسی به منابع مالی ● شرایط بازار ● ترویج و ارتقای کارآفرینی ● چارچوب قانونی ● بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی ● تامین مهارت ● آموزش ● بهبود محیط ● پشتیبانی	راهبردها
● فردی ۱. ریسک پذیری، انگیزه های فردی ۲. تحصیلات حرفه ای ۳. تجربه کاری ۴. مسئولیت پذیری در کار ۵. برخورداری از روحیه تلاش گری ۶. داشتن پشتکار ۷. توانایی حل مبتکرانه مسائل ۸. داشتن روحیه رقابت طلبی ۹. داشتن خلاقیت ● اجتماعی ۱- فرهنگ مشوق اجتماعی برای کارآفرینی ۲- حمایت و تشویق نهادهای دولتی ۳- وجود روحیه تعاون و همکاری اجتماعی ۴- حمایت های بیمه ای از کارآفرین ۵- وجود الگوهای موفق کارآفرینی در جامعه ۶- آموزش های دانش افزایی و مهارتی تخصصی ۷- تسهیل فرآیندهای راه اندازی کسب و کار در ادارات برای کارآفرینان، برگزاری کلاس های کارآفرینی ● اقتصادی ۱- دسترسی آسان به تسهیلات اعتباری و مالی ۲- داشتن سرمایه کافی ۳- امکان فروش محصول (کالا یا خدمات) تولیدی ۴- وجود نیروی کار فعال ۵- وجود نیروی کار ارزان ۶- دسترسی راحت به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز ۷- معافیت های مالیاتی از مشاغل جدید در ورزش	پیامدها

با توجه به نتایج بخش کیفی، مدل مفهومی تحقیق شکل گرفت. شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد:



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

ب. یافته های بخش کمی پژوهش

جهت بررسی ساختار عاملی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. پس از محاسبه مقدار T مربوط به هر عامل مشخص گردید که تمامی چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران تاثیر معناداری را دارند. شکل ۳ مدل آماری تحقیق حاضر را به نمایش گذاشته است.

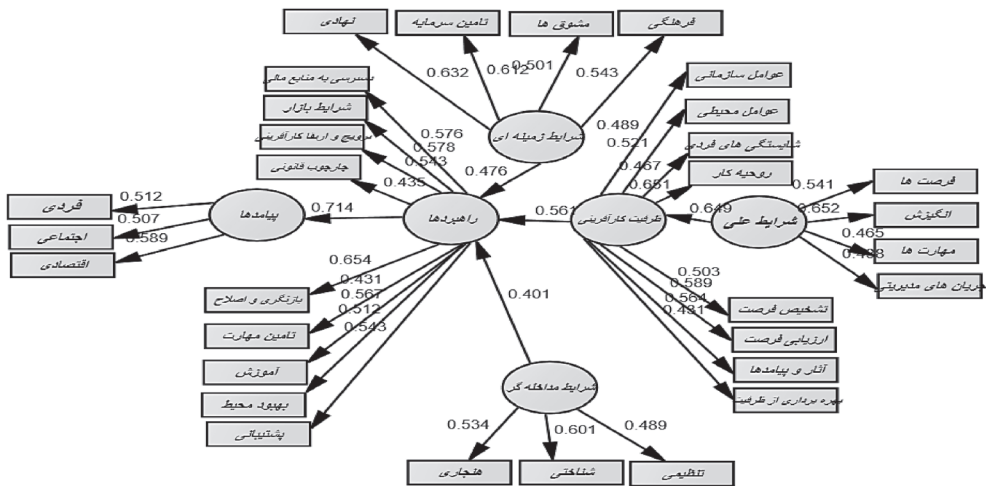
جدول ۳: اثرات متغیرها بر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران

متغیرها	مقدار آماره تی	سطح معناداری	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی
شرایط علی	۱۶/۲۳۱	۰/۰۰۱	۰/۶۴۹	ندارد	۰/۶۴۹
شرایط زمینه ای	۱۲/۴۳۲	۰/۰۰۱	۰/۴۷۶	ندارد	۰/۴۷۶
ظرفیت کارآفرینی	۱۴/۶۵۲	۰/۰۰۱	۰/۵۶۱	ندارد	۰/۵۶۱
شرایط مداخله گر	۱۱/۸۸	۰/۰۰۱	۰/۴۰۱	ندارد	۰/۴۰۱
راهبردها	۱۶/۵۶۴	۰/۰۰۱	۰/۷۱۴	ندارد	۰/۷۱۴

همان طور که جدول ۴ نشان می دهد تمامی متغیرها دارای اثر معناداری می باشند. همچنین براساس شاخص های برازندگی (جدول ۴ و شکل ۳) مشخص گردید که مدل پژوهش مدل مناسبی می باشد.

جدول ۴: شاخص‌های برازش مدل

NFL	AGFI	GFI	CFI	RSMEA	X ² /df	Df	Chi-square (X ²)	
۰/۹۲۴	۰/۹۲۵	۰/۹۲۰	۰/۹۲۳	۰/۰۰۴	۲/۰۶۷	۶۴	۱۳۲/۳۴۳	میزان
۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	کمتر از ۰/۰۵	کمتر از ۳	کوچک تر از صفر نباشد		ملای
برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	برازش مطلوب	تفسیر



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش

جدول ۵: برآورد استاندارد و نسبت بحرانی متغیرهای تحقیق

متغیرها	برآورد استاندارد	نسبت بحرانی
شرایط علی—فرصت‌ها	۰/۵۴۱	۶/۳۲۱
شرایط علی—انگیزش	۰/۶۵۲	۷/۵۴۶
شرایط علی—مهارت‌ها	۰/۴۶۵	۵/۶۵۴
شرایط علی—جریان مدیریتی	۰/۴۸۸	۵/۷۶۴
ظرفیت کارآفرینی—عوامل سازمانی	۰/۴۸۸	۵/۲۱۳
ظرفیت کارآفرینی—عوامل محیطی	۰/۵۲۱	۶/۴۳۶
ظرفیت کارآفرینی—شایستگی‌های فردی	۰/۴۶۷	۵/۴۳۵
ظرفیت کارآفرینی—روحیه کار	۰/۶۵۱	۷/۳۲۳
ظرفیت کارآفرینی—تشخیص فرصت	۰/۵۰۳	۶/۴۸۷

۶/۲۷۶	۰/۵۸۹	ظرفیت کارآفرینی__ارزیابی فرصت
۶/۴۸۵	۰/۵۶۴	ظرفیت کارآفرینی__آثار و پیامدها
۵/۴۹۲	۰/۴۳۲	ظرفیت کارآفرینی__ بهره برداری از ظرفیت ها
۵/۶۷۱	۰/۴۸۹	شرایط مداخله گر__عوامل تنظیمی
۷/۱۲۲	۰/۶۰۱	شرایط مداخله گر__عوامل شناختی
۶/۳۲۷	۰/۵۳۴	شرایط مداخله گر__عوامل هنجاری
۶/۸۷۱	۰/۵۴۳	شرایط زمینه ای__فرهنگی
۶/۴۵۶	۰/۵۰۱	شرایط زمینه ای__مشوق ها
۷/۷۶۴	۰/۶۱۲	شرایط زمینه ای__تدوین نهادی
۷/۱۶۷	۰/۶۳۲	شرایط زمینه ای__سرمایه ها
۶/۷۶۵	۰/۵۷۶	راهبرد ها__دسترسی به منابع مالی
۶/۴۸۲	۰/۵۷۸	راهبرد ها__شرایط بازار
۶/۸۱۱	۰/۵۴۳	راهبرد ها__ترویج و ارتقا کارآفرینی
۵/۳۲۲	۰/۴۳۵	راهبرد ها__چارچوب قانونی
۷/۴۵۶	۰/۶۵۴	راهبرد ها__بازنگری و اصلاح
۵/۴۵۸	۰/۴۳۱	راهبرد ها__تامین مهارت
۶/۳۲۴	۰/۵۶۷	راهبرد ها__آموزش
۶/۹۸۶	۰/۵۱۲	راهبرد ها__بهبود محیط
۶/۶۵۵	۰/۵۴۳	راهبرد ها__پشتیبانی
۶/۳۵۴	۰/۵۱۲	پیامدها__عوامل فردی
۶/۷۷۶	۰/۵۰۷	پیامدها__عوامل اجتماعی
۶/۲۳۱	۰/۵۸۹	پیامدها__عوامل اقتصادی

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق به چارچوب مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران با رویکرد طرح های ترکیبی پرداخته شده است، چرا که صنعت ورزش به دلیل تاثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، منبع مهمی برای فعالیت های اقتصادی، کسب درآمد، اشتغال زایی و تجارت بین الملل محسوب می شود. به طور کلی صنعت ورزش، به مجموعه فعالیت های مرتبط با تولید، بازاریابی و فروش کالا و خدمات ورزشی گفته می شود که در ارتقای ارزش افزوده آنها نقش داشته باشد. در دهه حاضر یکی از بزرگترین چالش ها و یکی از مهمترین مشکلات صنعت ورزش کشور، کارآفرینی و اشتغال است. در این پژوهش، از فرصت ها، انگیزش، مهارت ها و جریان های مدیریتی به عنوان

یکی از مقوله های عوامل علی در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران نام برده شد که با یافته های قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) و صادقی و همکاران (۱۳۹۳) همخوان می باشد. صادقی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که تقویت و توسعه عوامل رفتاری در توسعه کارآفرینی ورزشی کشور نقش زیادی دارد. بنابر این به نظر می رسد انگیزه ها و نگرش های افراد جامعه یکی از عواملی است که به تقویت و گسترش کارآفرینی در ورزش کشور منجر می شود و در نتیجه شاخص های رفتاری می تواند به شناسایی افرادی که فرصت های کارآفرینانه را بهتر درک می کنند کمک نماید. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی شایستگی کارآفرینان در صنعت ورزش ایران» دریافتند که مهارت های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعدی اصلی شایستگی هستند و الگوی حاضر می تواند برای دانشجویان، کارکنان و مدیران در دانشگاه ها، سازمان های ورزشی و دیگر متولیان و سیاست گذاران امر ورزش مورد استفاده قرار گیرد که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

۲۰۵

نتایج پژوهش حاکی از این بود که عوامل فرهنگی، مشوق ها، نهادی و تامین سرمایه عوامل اصلی زمینه ای در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران هستند که با یافته های مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۵)، ضیاء و همکاران (۱۳۹۴) و آیزنبرگ (۲۰۱۱) همخوان می باشد. آیزنبرگ^۱ (۲۰۱۱) به محورهای بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت ها و سرمایه اشاره داشت. مندعلی زاده و همکاران (۱۳۹۵) و ضیاء و همکاران (۱۳۹۵) به مهمترین عوامل موثر بر ایجاد ظرفیت کارآفرینی اشاره کردند و عوامل نگرش کارآفرینانه، نهادهای مرتبط با حوزه راه اندازی کسب و کار، سیاست های کارآفرینانه، حمایت های از کارآفرینان، فرایندهای استفاده از ظرفیت های کارآفرینی، زیرساخت های کارآفرینی، عوامل حقوقی و قانونی، و اقتصاد کشور را برشمرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایج پژوهش حاکی از این بود که عوامل تنظیمی، شناختی و هنجاری به عنوان مقوله های مداخله گر در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران نقش دارند که با یافته های رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷)، آنگلو^۲ (۲۰۱۸) و هیدوک و والکر (۲۰۱۸) همخوان می باشد. هیدوک و والکر^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نقشه راهبردی ابعاد بازار کارآفرینی ورزش» از عوامل تنظیمی و هنجاری به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی یاد کرده اند. آنگلو^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی پیرامون توسعه کارآفرینی در مسابقات فوتبال سری A ایتالیا به این عوامل اشاره داشت که تیم های فوتبال توانسته اند از پایداری چنین ظرفیتی استفاده کنند. که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود به عوامل ساختاری اشاره کرده اند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

نتایج پژوهش حاکی از این بود که مقوله های محوری حاصل از شرایط علی، عوامل سازمانی، عوامل

1. Isenberg

2. Angelo

3. Hayduk

4. Angelo

محیطی، شایستگی های فردی، روحیه کار، تشخیص فرصت، ارزیابی فرصت، بهره بردای از ظرفیت و آثار و پیامد ها در مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران مشهودند که با یافته های جوانی (۱۳۹۷)، رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷)، ساکداری و برگرز^۱ (۲۰۱۸)، ادمیک و سیمنکا^۲ (۲۰۱۶)، قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) همخوان می باشد. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مهارت های فردی، علمی و آکادمیک، شغلی و حرفه ای، علم و اصول کارآفرینی و شایستگی های متمرکز بر کارآفرینی در صنعت ورزش پنج بعدی اصلی شایستگی بودند. رضایی و صالحی پور (۱۳۹۷) در پژوهش خود عوامل سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقای زیرساخت ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت ورزش را به عنوان ده مولفه موثر در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی کردند. جوانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود عوامل بهینه سازی زیرساخت، مقاوم سازی و برجستگی را جهت پیاده سازی اقتصاد مقاومتی پیشنهاد داده و تاکید کرده که سیاست ها باید به گونه ای تدوین و اجرا شوند که اهداف بهینه سازی زیرساختی، مقاوم سازی و برجستگی در آن تحقق یابند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد. ادمیک و سیمنکا (۲۰۱۶) در پژوهش خود از نقش نوآوری، خلاقیت، بالا بردن ریسک و افزایش همکاری ها در بهبود استفاده از ظرفیت های کارآفرینی یاد کردند. ساکداری و برگرز^۳ (۲۰۱۸) در پژوهش خود بر ظرفیت و همکاری کارآفرینی و نقش میانجی آن تاکید کردند که با یافته های این تحقیق همخوان می باشد.

پژوهشگر با توجه به مجموعه مفاهیمی که از مصاحبه ها و کدهای نهایی استخراج شده، به مقوله های دسترسی به منابع مالی، شرایط بازار، ترویج و ارتقای کارآفرینی، چارچوب قانونی، بازنگری و اصلاح شرح شغل ها با تاکید بر کارآفرینی، تامین مهارت، آموزش، بهبود محیط، پشتیبانی به عنوان «راهربد ها» دست یافته است. بخش آخر مدل ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران شامل پیامدهای فردی، اجتماعی و اقتصادی است. با توجه به کدگذاری باز، مفاهیم مربوط به پیامدهای مدل استخراج شده اند. سپس با توجه به حرکت رفت و برگشت میان تم ها و مفاهیم، مقوله های اصلی استخراج و نامگذاری شده اند که با یافته های الواء^۴ و همکاران (۲۰۱۶)، محمدی و همکاران (۲۰۱۹)، ماهونی^۵ و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

باتوجه به تاثیر عوامل فردی، اقتصادی و اجتماعی بر سایر معیارهای ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش ایران، پیشنهاد می شود که مدیران سازمان های ورزشی، برای پیاده سازی و توسعه ظرفیت کارآفرینی در صنعت ورزش به معیار پیامدها توجه کنند. فعالیت های کارآفرینی نیازمند استفاده از ظرفیت های درون ورزش نیز هستند. این ظرفیت ها شامل ظرفیت های محیطی پیرامونی ورزش، اشخاص ورود کننده به عرصه کارآفرینی ورزشی و محیط حاکم کارآفرین می شود.

1. Sakhdari
2. Adamik & Szymańska
3. Sakhdari
4. Ulloa
5. Mahoney

پژوهش‌های متعدد ابعاد ظرفیت‌های کارآفرینی را در مسیرهای گوناگون بررسی کرده‌اند. این ابعاد شامل وجود ظرفیت‌های گردشگری ورزشی و کارآفرینی، ظرفیت برگزاری رویدادهای ورزشی، ظرفیت مشارکت زنان در عرصه کارآفرینی ورزش، ظرفیت تأسیس و راه‌اندازی باشگاه‌های ورزشی، ظرفیت آموزش‌ها و مهارت‌آموزی حوزه ورزش، ظرفیت ورزش معلولان، ظرفیت رسانه و ورزش و غیره است. در واقع این ظرفیت‌ها با توجه به گستردگی خود همه صنعت ورزش را پوشش داده‌اند که این پژوهش به دنبال بررسی ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش و در گام بعد به بررسی شرایط موجود برای استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت ورزش بود.

پیشنهادهای

در پایان، پیشنهاد‌های زیر پیرامون توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی ارائه می‌شود:

- برگزاری کلاس‌های آموزشی کارآفرینی برای ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه جهت بالا بردن مهارت‌های کارآفرینی و آشنایی آنها با کسب و کارهای کوچک و تربیت کارآفرینان ورزشی؛
 - ارائه وام‌های کم بهره با باز پرداخت بلند مدت برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید؛
 - بهبود زیر ساخت‌های فیزیکی تا ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه که کسب و کاری را ایجاد می‌کنند با موانع روبه‌رو نشوند؛
 - همکاری سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه برای تسهیل روند ایجاد کسب و کار؛
 - برگزاری کلاس‌های آموزشی و آشنایی آنان از ظرفیت‌های محیطی که در ورزش وجود دارد؛
 - ایجاد بستر لازم برای تشویق و مشارکت فعالانه در طرح‌های کارآفرینی ورزشی؛
 - تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در ورزش؛
 - جذب سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاران به ورزش از طریق اعطای تشویق‌ها و تخفیف‌های مالیاتی؛
 - افزایش آگاهی ورزشکاران، دانش‌آموختگان تربیت بدنی و علاقه‌مندان این حوزه از بازارهای داخلی و خارجی و بهبود راه‌های ارتباطی.
- پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده، ارتباط توسعه اقتصادی صنعت ورزش با کاربرد ظرفیت‌های کارآفرینی به سود سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- تجاری، فرشاد و خدایاری، عباس. (۱۳۸۵). «مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش: تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه گیری کارآفرینی در ورزش (ERI)». پژوهش در علوم ورزشی. ۴ (۱۰)، صص ۷۳-۸۸.
- جعفرزاده زندی، محبوبه؛ رزاقی، محمد ابراهیم و میرزا اکبری، اعظم. (۱۳۹۸). «جایگاه آی تی در توسعه فرصت های کارآفرینی در ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. ۶ (۲۴)، صص ۷۰-۸۰.
- رضایی، شمس الدین و صالحی پور، مژگان. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده بنیاد». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۱۶ (۱)، صص ۸۹-۱۰۷.
- صادقی، حسین؛ هنری، حبیب و مند علی زاده، زینب. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل رفتاری موثر بر توسعه کارآفرینی در ورزش کشور». نشریه مدیریت ورزشی، ۵ (۴)، صص ۶۷۱-۶۸۱.
- ضیاء، بابک؛ ناهید، مجتبی و طوطی فر طهران پور، محمد مهدی. (۱۳۹۴). «تاثیر ابعاد سرمایه فکری در تشخیص فرصت های کارآفرینانه صنعت ورزش شهر تهران». مدیریت ورزشی. ۷ (۵)، صص ۶۷۲-۶۵۷.
- عسگریان، فزیا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود و جعفری، افشار. (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران». حرکت. ۲۴، صص ۲۵-۴۳.
- مند علی زاده، زینب؛ احسانی، محمد و هنری، حبیب. (۱۳۹۵). «طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده از نظریه برخاسته از داده ها». مدیریت ورزشی. ۸ (۵)، صص ۷۰۹-۷۲۵.
- محمد کاظمی، رضا؛ زعفریان، رضا؛ خدایاری، عباس و جوادی نیا، سید مهران. (۱۳۹۳). «شناسایی فرصت های کسب و کار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات». توسعه کارآفرینی. ۷ (۱)، صص ۹۵-۱۱۲.
- محمد کاظمی، رضا و امیدی، یاور. (۱۳۹۰). «کارآفرینی ورزشی: رویکردی نوظهور در کارآفرینی و مدیریت ورزشی». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۱ (۲)، صص ۶۹-۸۷.
- قربانی، محمد حسین و وحدانی، محسن. (۱۳۹۵). «طراحی الگوی شایستگی های کارآفرینی در صنعت ورزشی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۳۹، صص ۲۰۵-۲۲۸.
- Adamik, A., & Szymańska, K. (2016). "The technological entrepreneurship capacity and partnering as elements of an open culture of small and medium-sized enterprises: Case study of Poland". In *Entrepreneurship, Business and Economics*. Vol. 1 (pp. 103-114). Springer, Cham.
- D'Angelo, E. (2018). "Regulatory Compliance Management in the Professional Sport Industry: Evidence from the Italian Serie A". *International Business Research*, 11(3), 149-161.
- Hayduk, T., & Walker, M. (2018). "Mapping the strategic factor market for sport entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 705-724.
- Isenberg, D. (2011). "The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship". Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/> (last accessed: 2012). 1-32.
- Lans, T., Blok, V., Wesselink, R. (2014). "Learning apart and together: towards

anintegrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education". Journal of Cleaner Production, 62, pp: 37-47.

- Mahoney, T. Q., Lovich, J., & Brady, L. (2019). **Social Media Strategy in the Sporting Goods Industry**. Potential Application for Brooks Sports, Inc.
- Mohamadi, F. Kalateh, M. Razavi, M. Farsegiani, H. (2019). **"Designing a Qualitative Model of Economic Development of Iranian Sports Industry with a World Class Production Approach"**. Applied Research in Sport Management, 8(1). Pp 69-84.
- Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2018). **"The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view"**. International Entrepreneurship and Management Journal, 14(4), 927-950.
- Ulloa, D., Saleiro, P., Rossetti, R. J., & Silva, E. R. (2016). **"Mining social media for open innovation in transportation systems. In Intelligent Transportation Systems (ITSC)"**. IEEE 19th International Conference on IEEE.
- Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). **"The sport industry in growing economies: critical issues and challenges"**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 19(2), 110-126.

شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران (رویکرد کیفی)

نسرین حق شناس^۱

محمد حامی^۲

وحید شجاعی^۳

محمد سنایی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۵/۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۷/۱۲

برنامه استعدادیابی و پرورش این استعدادهای، برای شناسایی و توسعه ورزشکاران با استعداد برای رسیدن به بالاترین سطح ورزش در جهان صورت می گیرد. هدف از تحقیق حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران بود. این تحقیق کیفی با ماهیت اکتشافی و از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می گردد. جامعه آماری پژوهش شامل کلبه خبرگان حوزه والیبال از جمله مربیان تیم های ملی والیبال ایران، مدیران ارشد و مدیران کمیته استعدادیابی وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون والیبال و اعضای هیئت علمی رشته مدیریت ورزشی بود. روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی بود که پس از اخذ ۱۷ مصاحبه عمیق، به اشباع نظری رسید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار مکس کیویدای نسخه ۱۸ صورت گرفت.

از تجزیه و تحلیل مصاحبه ها، ۱۵ عامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران شناسایی شدند: ستارگان و قهرمانان ملی، اصول و طراحی تمرین، آموزش و پرورش، ارتباطات بین سازمانی در نهادهای دولتی، فعالیت های منابع انسانی، عوامل انگیزشی، عوامل هوشی و روانی، ویژگی های آنتروپومتریکی، آکادمی ها،

فدراسیون والیبال، آموزش عالی، عوامل حقوقی، حمایت خانوادگی، عوامل ارزشی و نگرشی و امکانات و تجهیزات. از بین این ابعاد، عامل فدراسیون والیبال، آکادمی‌ها، ویژگی‌های آنتروپومتریکی، آموزش و پرورش و اصول و طراحی تمرین بیشترین نقش را در توسعه استعداد داشتند. به طور کلی نتایج نشان داد که عوامل مختلفی بر توسعه مدیریت استعداد در والیبال کشور مؤثر هستند لذا پیشنهاد می‌شود که یافته‌های تحقیق سرلوحه فعالیت‌های استعدادیابی در سازمان‌های وابسته به والیبال به ویژه فدراسیون والیبال کشور و هیئت‌های تابعه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: استعداد، توسعه، فدراسیون والیبال و منابع انسانی

مقدمه

ارتقای موفقیت آمیز در بین ورزشکاران زمانی امکان پذیر است که تمامی مقولات و عناصر مختلف و قابل مقایسه، در ورزشکاران رشته های ورزشی مورد توجه قرار گیرند (ری و لاواله، ۲۰۱۵: ۴۱). ورزشکارانی که به واسطه استعدادهای درخشان شان و با استفاده از توانمند های بالقوه و خصوصیات فردی منحصر به فردشان از عملکرد بالایی برخوردارند، دارای عملکرد بهینه ای در توسعه رشته های مختلف ورزشی به شمار می روند (کولینز و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۶۲۱). استعدادهایی که از سنین پایه توانمندی های بالقوه ای دارند و به سرعت در یک رشته ورزشی مورد توجه کارشناسان قرار می گیرند، در واقع مسیر موفقیت را برای یک رشته ورزشی مهیا می سازند (بولوک و همکاران، ۲۰۰۹: ۳۹۷). بنابراین شناسایی مقولات مهم استعدادیابی جهت کسب موفقیت در رشته های ورزشی مهم و حائز اهمیت است (سیفرت و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹). به همین منظور برای دستیابی به موفقیت های بین المللی ورزشی، بسیاری از کشورها در تلاش برای به حداکثر رساندن توانایی ورزشکاران خود، برنامه های نظام مند شناسایی و توسعه استعدادها را اتخاذ و توسعه داده اند (ابوت و کالینز، ۲۰۰۴: ۶۱). به عنوان مثال، یک دارنده مدال طلای المپیک سنگاپور می تواند ۱ میلیون دلار استرالیا دریافت کند. کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا، انگلیس، استرالیا، کره جنوبی، ژاپن، چین، و اخیراً سنگاپور منابع زیادی را در برنامه های TID سرمایه گذاری کرده است (باکر و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۱۹). «بنیاد کره برای استعدادهای ورزشی نسل بعد» که در سال ۲۰۰۷ تأسیس شد، استعدادهای ورزشی را برای تعالی ورزشی بین المللی توسعه داده است. ورزش انگلستان هر ساله حدود ۱۰۰ میلیون پوند از بودجه عمومی را برای دستیابی به یک ورزش با عملکرد بالا هزینه می کند. در کنار سرمایه های هنگفت، به ورزشکاران پاداش جذاب پولی داده می شود و ایتالیا به مدال طلای خود تا حدود ۱۸۲،۰۰۰ دلار آمریکا پرداخت می کند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۶: ۴۹۶). از سوی دیگر، روند اخیر در تحقیقات به جای استعدادیابی تا حدی به سمت توسعه استعداد در حال حرکت است، زیرا تحقیقات نشان داده که صرف وقت برای آزمایش یا جستجوی استعدادهای ورزشی ممکن است مثر نباشد (مارتین دال و همکاران، ۲۰۰۷: ۱۲۰۹). تحقیقات در حوزه توسعه استعداد کمک می کند یک فضای یادگیری مناسب فراهم شود که در آن به ورزشکاران فرصت داده می شود تا توانایی های بالقوه خود را درک و پرورش دهند. مدل های مختلفی جهت توسعه استعداد در ورزشکاران ارائه شده است (اباوت و همکاران، ۲۰۰۲: ۶۱). به عنوان مثال، «نظریه تمرین عمدی» فرض می کند که حداقل ۱۰۰۰۰ ساعت تمرین برای دستیابی به تخصص در یک حوزه خاص لازم است که بر پیشرفت بلند مدت برای رشد استعدادهای ورزشی و اهمیت درک روند تأکید دارد. مثال دیگر، «مدل مرحله ای» بلوم است (بلوم، ۱۹۸۵). این مدل نشان می دهد که سه مرحله رشد استعداد وجود دارد؛ حرکت از یک مرحله به مرحله دیگر زمانی تعیین می شود که کارهای مشخصی که در هر مرحله مورد نیاز است به اتمام برسد، نگرش ها / شبکه ها ایجاد شود و مهارت های مربوطه به جای سن تقویمی فرا گرفته شود. با توجه به این نکته، پیشرفت و شکوفایی استعداد در ورزشکاران مختلف به دلیل تفاوت های فردی می تواند متفاوت باشد. ارائه مدل های نظری و مفهومی پیرامون

توسعه استعداد^۱ ورزشکاران متناسب با رشته ورزشی از شروع یک فرد مبتدی تا تبدیل به نخبه و ممتاز شدن در تحقیقات بالی^۲ و همکاران (۲۰۱۳)، کوتی و ویریماس^۳ (۲۰۱۴) گالبن^۴ و همکاران (۲۰۱۳) گلید هیل^۵ و همکاران (۲۰۱۷) در زمینه حوزه‌های توسعه بلندمدت ورزشکاران، ارائه الگوی توسعه مشارکت ورزشی، مبانی استعداد، نخبگان و مهارت مشاهده شده است. مارتین دال و همکاران (۲۰۰۷) مقیاسی را جهت توسعه استعداد در ورزشکاران معرفی کرده اند که شامل مولفه های مختلفی می باشد: اولین عامل، تمرکز توسعه بلند مدت است که به میزان ماهیت برنامه آموزشی از نظر تمرینی اشاره دارد- جایی که تمرکز روی موفقیت بلند مدت است. این عامل همچنین بیانگر نگرش ها، مهارت های روانشناختی و درک لازم برای موفقیت طولانی مدت است (به عنوان مثال، مسئولیت، فداکاری، مهارت های ذهنی و یادگیری از طریق اشتباهات). عامل دوم آماده سازی با کیفیت است. این امر به در دسترس بودن راهنمایی ها و فرصت های تمرینی با کیفیت از طریق آموزش، بازیابی و تجارب مسابقه ای اشاره دارد. رویکرد های جدید حوزه استعدادیابی حاکی از آن است که مسابقات و رویداد های مختلف در انتخاب استعداد نقش کلیدی دارند. به عنوان مثال، فنر و همکاران (۲۰۱۶) طی تحقیقی با انجام بازی های چهار جانبه بین بازیکنان حرفه ای و با ارزیابی مهارت ها و تدوین شاخص های کلیدی جهت موفقیت با الگو برداری از این بازیکنان و تهیه شابلون ها، مبادرت به تدوین و تهیه مقیاسی برای کشف افراد مستعد در فوتبال نمودند. عامل سوم و چهارم ارتباط و درک ورزشکاران است. در حالی که ارتباطات به تعامل بین مربی و ورزشکار در دو حالت رسمی و غیررسمی اشاره دارد، درک ورزشکاران به معنای درک عمیق مربی از ورزشکار در یک سطح جامع است و یک رابطه حرفه ای قوی با آنها ایجاد می کند. عامل پنجم شبکه پشتیبانی است که مربوط به یک شبکه پشتیبانی منسجم، قابل دسترسی و متنوع برای کمک و پشتیبانی از پیشرفت ورزشکاران در همه زمینه هاست. عامل ششم، محیط چالش برانگیز و حمایتی است که به میزان چالش مناسب ورزشکاران در تمرینات و مسابقات برای تسهیل پیشرفت آنها در بالاترین سطح اشاره دارد. عامل نهمی، اصول توسعه بلند مدت است که شامل فرصت های مداوم، اجتناب از تخصص اولیه، حمایت والدین و تصمیم گیری ورزشکاران می باشد (دال و همکاران، ۲۰۰۷: ۱۸۷). با وجود تمام مدل ها و الگوهای ارائه شده، کمتر شاهد کیفیت بالای نتایج ارائه شده در زمینه استعدادیابی هستیم که به طور کامل بر تمامی جنبه های استعدادیابی تاکید ورزد (جانستون و همکاران، ۲۰۱۸: ۹۷). همچنین در مورد عوامل مؤثر بر استعدادیابی در ورزش، رویکرد جامعی وجود ندارد (گلید هیل و همکاران، ۲۰۱۷: ۹۳). باید گفت این مدل ها و حوزه ها ممکن است برای پیچیدگی های مربوط به حوزه استعدادیابی کافی نباشند، چرا که ورزش یک مقوله منحصر به فرد است و دامنه های متفاوتی را در بر می گیرد. تحقیقات زیادی به منظور ارائه مفهوم استعدادیابی در ورزش نگارش شده اند. پرداختن به موضوع استعدادیابی در ورزش نیاز به پرداختن به یک روش پیچیده در

1. Talent Development
2. Balyi
3. Côté & Vierimaa
4. Gulbin
5. Gledhill

تمامی ابعاد استعدادیابی دارد (باکر^۱ و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۳).

شپارد و همکاران (۲۰۱۲) والیبال را به عنوان ورزشی تعریف کردند که با فعالیت های انفجاری کوتاه و مکرر مانند پرش، شیرجه و بازی با توپ مشخص می شود (شپارد، ۲۰۱۲: ۱۵۷). لذا ویژگی های آنترپومتریکی^۲ افراد مستعد از جمله: قد، وزن، انعطاف پذیری، آموزش پذیری، وضعیت رشد استخوان های ساق پا و ... همواره مورد توجه محققان در این رشته جهت استعدادیابی بوده است (گالیچ، ۲۰۱۴: ۵۳۰). شاید یکی از دلایل توجه صرف به مهارت های فیزیکی و حرکتی و آنترپومتریکی در استعدادیابی این است که هنوز شاخص های مشخصی در این حوزه که در برگیرنده تمامی ابعاد حوزه استعدادیابی باشند مورد توجه قرار نگرفته است و عمدتاً از شاخص هایی استفاده می شود که هم برای بزرگسالان و هم برای سنین پایه به طور یکسان در نظر گرفته می شود (باکر و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۸). بعلاوه، توجه به امر وراثتی و ژنتیکی^۳ استعداد و تعامل با محیط به ویژه شرایط اقتصادی و اجتماعی حاکم بر فرد مستعد و نیز تاثیر پذیری از طریق فرایند آموزش از مواردی است که می تواند در فرایند استعدادیابی مورد توجه واقع گردد (تور خمیر و همکاران، ۲۰۰۳: ۶۲۳). پنا^۴ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق خود به مقیاس های پیکرسنجی مورد نیاز جهت استعدادیابی در ورزش والیبال پرداختند و اظهار داشتند که شواهدی از تفاوت های پیکر سنجی و فیزیولوژیکی در میان والیبالیست های حرفه ای وجود دارد. به نظر می رسد ارزیابی آن سرمایه ای برای بهبود راهبرد های آموزش و فرآیندهای دقیق شناسایی استعداد است (پنا و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۰) در ادامه باید به نقش آکادمی ها در توسعه استعداد اشاره کنیم که به طور مثال برای اولین بار در آلمان اتفاق افتاد و انجام آزمون های فیزیکی و مهارت های فنی توسط ۴۹ آکادمی انجام گرفت (گالیچ و همکاران، ۲۰۱۴: ۵۳۰). اهمیت نقش آکادمی ها در استعدادیابی به حدی است که در تحقیقی مشاهده شد افرادی که از طرف آکادمی ها انتخاب می شوند به مراتب از نظر مهارت های ادراکی بهتر از افرادی بودند که به صورت گلخانه ای انتخاب شده اند (او کونور، ۲۰۱۶: ۸۳۷). والیبال ایران به خصوص در سطح آقایان به واسطه حضور در تیم های برتر سطح دنیا، انگیزه های محققان را جهت استمرار موفقیت در سال های اخیر جهت مطالعه و تحقیق در حوزه استعدادیابی و توسعه استعداد دو چندان کرده است به ویژه اینکه هنوز نواقصی در تحقیقات گذشته در حوزه توسعه استعداد و استعدادیابی در رشته والیبال وجود دارد. اهمیت استعدادیابی در این رشته که در حال حاضر در دل ورزش دوستان کشورمان جا باز کرده از آن جهت مهم است که با تداوم و استمرار موفقیت های تیم ملی در رویداد های بین المللی، جهانی، المپیک و آسیایی همراه باشد. وجود یک الگو و مدل جامع استعدادیابی در رشته والیبال می تواند کمک شایانی به جامعه والیبال از جمله دست اندرکاران این رشته ورزشی نماید تا با تاسی به نتایج و بهره گیری از یافته های پژوهش حاضر بتوانند شاخص های مشخصی را در حوزه های مختلف استعدادیابی تدوین نمایند. شناسایی ابعاد، مولفه ها و شاخص های توسعه استعداد در والیبال ایران ضمن بر طرف کردن جایگزینی بازیکنان نخبه در پست های دارای

1. Baker

2. Anthropometric

3. genetically

4. Pe`na

فرسودگی و ارتقای جایگاه بین المللی تیم ملی والیبال بزرگسالان و معرفی بازیکنان طراز اول به والیبال دنیا می تواند پیامدهای ملی و اجتماعی مثمر ثمری برای والیبال ایران داشته باشد و فدراسیون والیبال را در رقابت با سایر فدراسیون ها در این مقوله پیروز سازد. از آنجا که عوامل مختلفی در حوزه استعدادیابی دخیل هستند، شناسایی این عوامل و شاخص های مربوط به آن جهت دسترسی به نقشه راه حائز اهمیت می باشد. لذا محقق در صدد پاسخ گویی به پرسش زیر است: عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران کدام اند؟

پیشینه پژوهش

ابراهیم و همکاران (۱۳۸۳) در مطالعه ای با عنوان «بررسی وضع موجود و تدوین شاخص های استعدادیابی در رشته والیبال» به ویژگی های آنروپومتریکی، ترکیب بدن، آمادگی جسمانی و مهارتی و روانشناختی اشاره کردند.

۲۱۶

نظری و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه ای با عنوان «طراحی و تدوین برنامه راهبردی والیبال ساحلی ایران» مهمترین نقطه ضعف والیبال ساحلی ایران را نبود یک سیستم استعدادیابی بیان نمودند. یافته های این پژوهش نشان داد که والیبال ساحلی در وضعیت کنونی از ۱۵ قوت و ۲۱ ضعف برخوردار و با ۱۲ فرصت و ۱۳ تهدید مواجه می باشد. در میان نقاط قوت والیبال ساحلی کشور، گویه مطرح بودن والیبال ساحلی به عنوان تنها ورزش ساحلی در المپیک از بالاترین میزان اهمیت، گویه نبود یک سیستم استعدادیابی به عنوان بالاترین نقطه ضعف، در بین فرصت ها گویه وجود خط ساحلی ۳۰۰۰ کیلومتری در کشور از بالاترین میزان اهمیت و در بخش تهدیدها گویه انگیزه های مالی بیشتر در دیگر رشته ها به عنوان بالاترین تهدید در والیبال ساحلی کشور برخوردار بود. پس از تجزیه و تحلیل داده ها، محرز شد که فدراسیون والیبال در بخش ساحلی در موقعیت محافظه کارانه قرار دارد و باید از راهبردهای محافظه کارانه استفاده نماید. در کل دو راهبرد تهاجمی، ۳ راهبرد رقابتی، ۸ راهبرد محافظه کارانه و ۲ راهبرد تدافعی جهت تبدیل نقاط ضعف به قدرت و تهدیدها به فرصت ها برای توسعه والیبال ساحلی ارائه شده است.

قاسم زاده میرکلایی و همکاران (۱۳۹۴) گزارش کردند که عواملی چون: میزان آگاهی و شناخت، شیوه جذب و شناسایی، کیفیت پیست و تجهیزات، نقش فدراسیون و هیئت های دوومیدانی، نقش مربیان و همچنین حامیان مالی و میزان درآمدزایی بر پرورش استعدادهای ورزشکاران دوومیدانی ایران اهمیت دارند.

افتخاری و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه ای با عنوان «ارائه مدل اندازه گیری موانع توسعه والیبال قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد» انجام دادند. در پایان این تحقیق گزارش شد که یکی از موانع توسعه ورزش والیبال، استعدادیابی نامناسب می باشد. یافته های حاصل از تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که در سطح کلان، مولفه «فرهنگی» با بار عاملی ۰/۷۹، در سطح میانی، مولفه «استعدادیابی» با بار عاملی ۰/۹۰ و در سطح خرد، مولفه «نگرش ضعیف نسبت به انجام فعالیت های ورزشی» با بار عاملی ۰/۷۸ مهمترین موانع توسعه والیبال زنان ایران می باشند. براساس یافته های پژوهش، راهکارهایی از قبیل افزایش پوشش رسانه ملی جهت مشارکت بیشتر و فرهنگ سازی گسترده، بهبود نگرش مثبت جامعه به ورزش زنان و هموارکردن بستر

مشارکت بیشتر آنها به دلیل داشتن پتانسیل های بالا، طراحی برنامه جامع جهت تقویت سیستم استعدادیابی و نیز نظارت منسجم بر پیشرفت ورزشکاران مستعد در راستای توسعه والیبالیست های ایران پیشنهاد می شود. باسره و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه ای با هدف ارائه مدل استعدادیابی والیبالیست های ایران انجام دادند. یافته ها نشان داد که هفت مرحله پیشنهادی شامل مرحله اول: غربالگری عمومی در مدارس (۶-۹ سالگی)، مرحله دوم: شناسایی استعدادها (۹-۱۲ سالگی)، مرحله سوم: گزینش استعدادها (۱۲-۱۴ سالگی)، مرحله چهارم: آموزش (۱۴-۱۶ سالگی)، مرحله پنجم: گزینش استعدادها (۱۶-۱۸ سالگی)، مرحله ششم: ارتقای استعدادها (۱۸-۲۴ سالگی) و مرحله هفتم: والیبالیست حرفه ای بین المللی (۲۳ سالگی به بالا)، در دور سوم دلفی موردقبول واقع شدند و مدل استعدادیابی والیبالیست های ایران تأیید گردید. دربارپناه (۱۳۹۷) در پایان مطالعه خود به سه فرآیند اولویت دار و موثر بر مدیریت استعداد ورزشی اشاره کرده است: به کارگیری و نگهداشت استعداد ورزشی، کشف و شناسایی استعداد ورزشی (استعدادیابی) و ارزیابی و توسعه استعدادها ورزشی.

عبدزاده و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه ای با عنوان «بررسی موانع و محدودیت های توسعه والیبالیست در استان آذربایجان غربی» به نبود برنامه مدون استعدادیابی در والیبالیست استان آذربایجان غربی به عنوان مانع توسعه این رشته ورزشی اشاره کردند. یافته های این پژوهش نشان داد که والیبالیست استان دارای موانع و محدودیت های مختلفی است که از مهمترین زیرشاخص های هر کدام از موانع می توان به نبود برنامه برای حفظ حامیان مالی برای مدت طولانی، بی توجهی به مدارس و معلمان ورزش به عنوان مهمترین زیربنای توسعه ورزش والیبالیست، نبود برنامه مدون استعدادیابی در والیبالیست استان و حومه، عدم حمایت کافی از بازیکنان و نداشتن امنیت شغلی آنان، بی توجهی مسئولان و حامیان به توسعه زیربنایی، پایدار و درازمدت و نبود آکادمی والیبالیست جهت برنامه ریزی و توسعه ورزش والیبالیست استان اشاره کرد.

روش شناسایی پژوهش

هدف تحقیق حاضر، شناسایی عوامل موثر بر توسعه استعداد در والیبالیست ایران و از منظر پارادایم از نوع تحقیقات تفسیری می باشد. محقق با استفاده از پارادایم تفسیری، مسئله پژوهش را مورد ارزیابی قرار داد و رویکرد کیفی را برای تحقیق خود برگزید. راهبرد مورد استفاده در این تحقیق «گرند تئوری» و تاکتیک مورد استفاده، تحلیل محتوای پنهان می باشد. لذا تحقیق حاضر در وهله اول از ماهیت اکتشافی برخوردار است و در وهله دوم و به لحاظ استفاده مخاطب از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می گردد. شکل داده ها به صورت متن و صوت بوده و محقق با استفاده از مصاحبه با خبرگان این حوزه نسبت به جمع آوری داده ها اقدام کرده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه خبرگان حوزه والیبالیست از جمله مربیان تیم های ملی والیبالیست ایران، مدیران ارشد فدراسیون والیبالیست و کمیته استعدادیابی در وزارت ورزش و جوانان و اعضای متخصص و مجرب هیئت علمی در حوزه مدیریت ورزشی بودند که از طریق مصاحبه عمیق با این افراد نسبت به جمع آوری اطلاعات اقدام گردید (جدول ۱). به روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی و پس از اخذ مصاحبه با ۱۷ نفر، اشباع نظری حاصل شد.

جدول ۱: اعضای مشارکت کننده در نمونه تحقیق

مصاحبه شوندگان	پست / سمت	مجموع فراوانی کدهای احصا شده از مصاحبه‌ها
P12, P9, P8, P6, P3, P1	سر مربیان و مربیان تیم‌های ملی (آقایان و بانوان)	۳۲۹
P16, P10, P5, P17, P16	اعضای کمیته استعدادیابی وزارت ورزش و فدراسیون والیبال	۳۰۵
P14, P17 و P13, P7, P4, P2	اساتید و اعضای هیئت علمی و متخصصان مدیریت ورزشی و تربیت بدنی	۲۰۸
P11, P15	بازیکنان تیم ملی والیبال ایران	۴۲

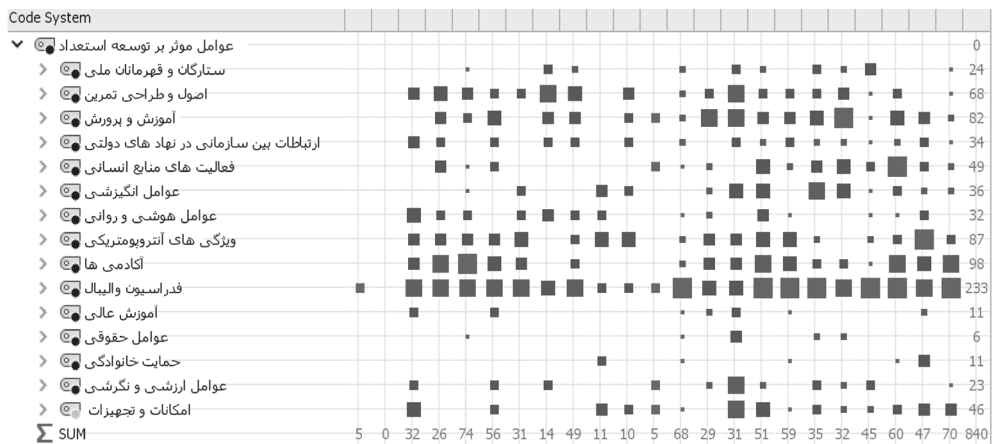
جهت تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودیای^۱ نسخه ۱۸ فرآیند کدگذاری به صورت باز، محوری و انتخابی انجام شد. جهت کدگذاری باز و فرآیندی مصاحبه‌های انجام شده، واحدهای معنایی به صورت اسم مصدر بیان گردید. مصاحبه‌های جمع‌آوری شده در طی عملیات میدانی به ترتیب جمع‌آوری آن‌ها در هر بازه زمانی مورد تجزیه و تحلیل (کدگذاری) قرار گرفت و با بازخورد دریافتی از هر مصاحبه، مصاحبه‌های بعدی اصلاح و یا مسیر حرکت تحقیق بازتعریف گردید. در این مرحله، به جستجو در میان داده‌ها به صورت خط به خط و با شنود مکرر فایل‌های صوتی پرداخته و سعی شد با الصاق کد به داده‌ها و حفظ نمودن باز بودن کدگذاری و مشاهده نتایج حاکی از داده‌ها، مقوله‌ها، مفاهیم و شاخصه‌های «عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران» احصا شود. به منظور دستیابی به روایی شاخص‌ها و کدهای اکتشاف شده، چند تن از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه که از اعضای هیئت علمی دانشگاه و دارای مرتبه استاد تمامی بودند، فرآیند کدگذاری‌ها را مورد بازبینی قرار دادند و دیدگاه‌شان پیرامون مراحل کدگذاری اعمال شد. همچنین ۲ تن از اساتید مدیریت ورزشی (اساتید راهنما و مشاور) به بررسی یافته‌ها و اظهار نظر درباره مراحل مختلف کدگذاری پرداختند. در این تحقیق از روش پایایی باز آزمون جهت تعیین ضریب پایایی استفاده شد. به منظور محاسبه پایایی باز آزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شد و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی مشخص مجدداً کدگذاری گردید (جدول ۲).

جدول ۲: محاسبه ضریب پایایی باز آزمون کدهای استخراج شده و شاخص‌های اکتشاف شده

مصاحبه شوندگان	تعداد کدهای استخراجی	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون
مصاحبه اول	۴۵	۴۱	۴	۰/۹۰
مصاحبه دوم	۷۶	۷۰	۶	۰/۹۰
مصاحبه سوم	۶۴	۵۹	۵	۰/۹۲
مصاحبه چهارم	۶۲	۵۷	۵	۰/۹۱
مجموع	۲۴۷	۲۲۷	۲۰	۹۰/۹۱

یافته های پژوهش

یافته های کیفی تحقیق بر اساس فرایند کدگذاری باز نشان داد که ۳۲۸ کد اولیه از مصاحبه های انجام شده درباره عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران استخراج شد که فراوانی این کدها در مجموع برابر با ۸۴۰ بود. در این میان، نقش فدراسیون والیبال به عنوان عامل مؤثر بر فرایند توسعه استعداد با ضریب فراوانی ۲۳۳ بیشترین نقش و ضریب اهمیت و عوامل حقوقی با ضریب فراوانی ۶ کمترین ضریب اهمیت را در میان عوامل احصا شده به دست آوردند (ماتریس شانون ۱).



شکل ۱: ماتریس ضریب فراوانی و اهمیت شانون در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران

در شکل ۱ مشاهده می شود که ۱۵ عامل (مقوله اصلی) به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران اکتشاف شد. این ۱۵ عامل عبارت اند از: ستارگان و قهرمانان ملی، اصول و طراحی تمرین، آموزش و پرورش، ارتباطات بین سازمانی در نهادهای دولتی، فعالیت های منابع انسانی، عوامل انگیزشی، عوامل هوشی و روانی، ویژگی های آنتروپومتریکی، آکادمی ها، فدراسیون والیبال، آموزش عالی، عوامل حقوقی، حمایت خانوادگی، عوامل ارزشی و نگرشی و امکانات و تجهیزات. در این میان، عوامل زیر به ترتیب میزان ضریب فراوانی خود بیشترین نقش را در توسعه استعداد از دیدگاه خبرگان داشتند: عامل فدراسیون والیبال (۲۳۳)، آکادمی ها (۹۸)، ویژگی های آنتروپومتریکی (۸۷)، آموزش و پرورش (۸۲) و اصول و طراحی تمرین (۶۸). البته تمام این عوامل شامل مقولات محوری بودند که در جدول ۳ مشاهده می شود.

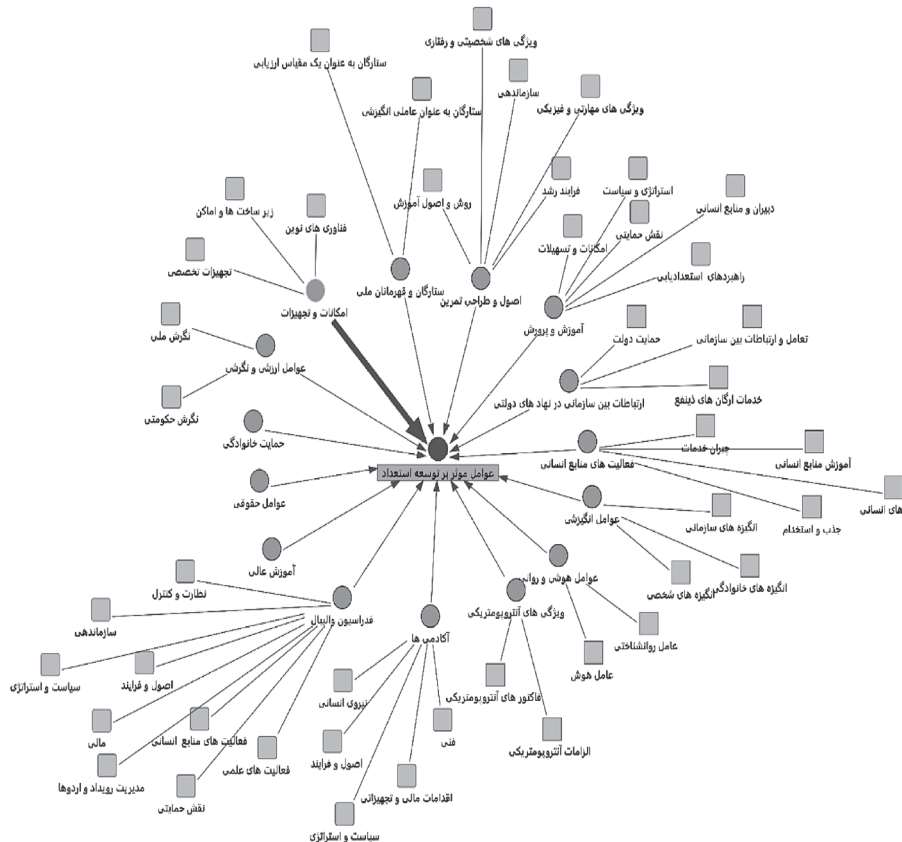
جدول ۳: مقولات اصلی و محوری احصا شده در مورد عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران

مقوله اصلی	مقوله فرعی	تعداد کدهای احصا شده	ضریب اهمیت مقولات محوری	ضریب اهمیت مقوله اصلی
ستارگان و قهرمانان ملی	ستارگان به عنوان یک مقیاس ارزیابی	۷	۱۶	۲۴
	ستارگان به عنوان عامل انگیزشی	۶	۸	
اصول و طراحی تمرین	فرایند رشد	۴	۷	۶۸
	ویژگی های مهارتی و فیزیکی	۸	۱۵	
	سازمان دهی تمرین	۷	۱۳	
	ویژگی های شخصیتی و رفتاری	۶	۱۲	
	روش و اصول آموزش	۱۱	۲۱	
آموزش و پرورش	راهبردهای استعدادیابی	۵	۱۶	۸۲
	معلمان ورزش و منابع انسانی	۶	۱۳	
	نقش حمایتی	۶	۱۸	
	راهبرد و سیاست	۸	۲۷	
	امکانات و تسهیلات	۶	۸	
ارتباطات بین سازمانی	خدمات ارگان های ذینفع	۴	۵	۳۴
	تعامل و ارتباطات بین سازمانی	۶	۲۲	
	حمایت دولت	۵	۷	
فعالیت های منابع انسانی	جذب و استخدام	۳	۶	۴۹
	تعهد نیروی انسانی	۷	۲۵	
	جبران خدمات	۴	۶	
	آموزش منابع انسانی	۶	۱۲	
عوامل انگیزشی	انگیزه های شخصی	۵	۱۴	۳۶
	انگیزه های خانوادگی	۲	۳	
	انگیزه های سازمانی	۵	۱۹	
عوامل هوشی و روانی	عامل هوش	۳	۱۷	۳۲
	عامل روان شناختی	۶	۱۵	
ویژگی های آنتروپومتریکی	الزامات آنتروپومتریکی	۱۳	۳۲	۸۷
	عوامل آنتروپومتریکی	۱۸	۵۵	
آکادمی ها	فنی	۵	۱۶	۹۸
	اقدامات مالی و تجهیزاتی	۳	۱۰	
	سیاست و راهبرد	۵	۱۵	
	اصول و فرایند	۹	۲۸	
	نیروی انسانی	۸	۲۹	

مقوله اصلی	مقوله فرعی	تعداد کدهای احصا شده	ضریب اهمیت مقولات محوری	ضریب اهمیت مقوله اصلی
فدراسیون والیبال	فعالیت های علمی	۴	۱۱	۲۳۳
	نقش حمایتی	۹	۱۵	
	فعالیت های منابع انسانی	۹	۲۹	
	مدیریت رویداد و اردوها	۱۳	۳۶	
	نظارت و کنترل	۱۱	۳۳	
	سازمان دهی	۱۴	۲۹	
	سیاست و راهبرد	۱۲	۲۰	
	اصول و فرایند	۲۰	۴۰	
	مالی	۸	۲۰	
آموزش عالی	-	۵	۱۱	۱۱
عوامل حقوقی	-	۵	۶	۶
حمایت خانوادگی	-	۵	۱۱	۱۱
عوامل ارزشی و نگرشی	نگرش حکومتی	۷	۱۳	۲۳
	نگرش ملی	۷	۱۰	
امکانات و تجهیزات	فناوری های نوین	۷	۱۵	۳۸
	زیرساخت ها و اماکن	۵	۱۶	
	تجهیزات تخصصی	۴	۷	

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که ۴۵ مقوله محوری به ۱۵ مقوله اصلی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران قابل تقسیم اند. این مقولات در بعد ستارگان و قهرمانان ملی شامل ستارگان به عنوان یک مقیاس ارزیابی، ستارگان به عنوان عامل انگیزشی، در بعد اصول و طراحی تمرین شامل فرایند رشد، ویژگی های مهارتی و فیزیکی، سازمان دهی تمرین، ویژگی های شخصیتی و رفتاری، روش و اصول آموزش (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۲۱)، در بعد آموزش و پرورش شامل راهبردهای استعدادیابی، معلمان ورزش و منابع انسانی، نقش حمایتی، راهبرد و سیاست (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۲۷) و امکانات و تسهیلات، در بعد ارتباطات بین سازمانی شامل خدمات ارگان های ذینفع، تعامل و ارتباطات سازمانی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۲۲) و حمایت دولت، در بعد فعالیت های منابع انسانی شامل جذب و استخدام، تعهد نیروی انسانی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۷)، جبران خدمات و آموزش منابع انسانی، در بعد عوامل انگیزشی شامل انگیزه های شخصی، انگیزه های خانوادگی و انگیزه های سازمانی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۱۹)، در بعد عوامل هوشی و روانی شامل عامل هوش (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۱۷) و عامل روان شناختی، در بعد ویژگی های آنتروپومتریکی شامل الزامات آنتروپومتریکی و فاکتورهای آنتروپومتریکی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۵۵)، در بعد آکادمی شامل فنی، اقدامات مالی و تجهیزاتی، سیاست و راهبرد، اصول و فرایند و نیروی انسانی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۲۹)، در بعد فدراسیون والیبال شامل

فعالیت های علمی، نقش حمایتی، فعالیت های منابع انسانی، مدیریت رویداد و اردوها، نظارت و کنترل، سازمان دهی، سیاست و راهبرد، اصول و فرایند (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۴۰) و مالی، در بعد آموزش مالی بدون مقوله محوری و شامل ۵ کد اولیه، در بعد عوامل حقوقی بدن مقوله محوری و دارای ۵ کد اولیه، در بعد حمایت خانوادگی بدون مقوله محوری و دارای ۵ کد اولیه و در بعد عوامل ارزشی و نگرشی شامل نگرش حکومتی (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۱۳) و نگرش ملی و در نهایت در بعد امکانات و تجهیزات شامل فناوری های نوین (بیشترین ضریب اهمیت با فراوانی ۱۵)، زیرساخت ها و اماکن و تجهیزات تخصصی بودند. شکل ۲ نشان دهنده مدل پارادایمی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران می باشد. این مدل شامل ۱۵ بعد/ مقوله اصلی و ۴۵ مؤلفه /مقوله محوری می باشد. مدل پارادایمی تحقیق در صدد طراحی اثرات هر یک از عوامل استخراج شده از نظرات خبرگان تحقیق در جهت توسعه استعداد والیبال ایران است. مقولات دارای رنگ زرد شامل مقولات محوری حاوی کدها/ شاخص های استخراج شده می باشد. این مقولات هر کدام دارای کدهای اولیه ای است که در جدول ۳ به آنها اشاره شده و محقق سعی می کند در بحث و نتیجه گیری به تحلیل آنها بپردازد.



شکل ۲: مدل پارادایمی عوامل مؤثر بر توسعه استعداد در والیبال ایران

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاکی از آن بود که از دیدگاه خبرگان به ترتیب عامل فدراسیون والیبال، آکادمی‌ها، ویژگی‌های آن‌تروپومتریکی، آموزش و پرورش و اصول و طراحی تمرین بیشترین نقش را در توسعه استعداد ورزش والیبال داشتند. اولین یافته مربوط به نقش فدراسیون والیبال است. این یافته با یافته‌های قاسمزاده میرکلایی و همکاران (۱۳۹۴) همسو است. در تفسیر این یافته‌ها باید گفت که فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان متولی اصلی ورزش والیبال در کشور، می‌تواند مهمترین تأثیر را بر توسعه این رشته و هم‌راستا با آن، توسعه استعدادیابی در این رشته داشته باشد. از آنجا که فدراسیون والیبال دارای هیئت‌های والیبال بسیاری در مراکز استان‌ها و تقریباً تمامی شهرهای کشور است، با برنامه‌ریزی صحیح به ویژه در تدوین اصول و فرآیندهای استعدادیابی از طریق تحقیقات مختلف علمی و دانشگاهی می‌تواند به این مهم دست یابد. در این راستا، ضروری است که فدراسیون والیبال با استفاده از منابع انسانی متخصص و منابع مالی در اختیار خود حمایت‌های لازم را از مربیان و دست‌اندرکاران استعدادیابی و ورزشکاران مستعد در تمام کشور به عمل آورد و با تدوین سیاست‌ها و راهبردهای علمی و اصولی، زمینه برگزاری رویدادها و اردوهای مختلف را فراهم کند. همچنین در خلال این رویدادها، با سازمان‌دهی مناسب منابع خود و نظارت و کنترل دقیق بر آن‌ها، بستر لازم برای کشف و پرورش استعدادهای بالقوه والیبال کشور را مهیا نماید.

علاوه بر فدراسیون والیبال، آکادمی‌های والیبال نیز به‌عنوان یکی دیگر از ارکان اصلی توسعه والیبال کشور موظف هستند که با برنامه‌ریزی‌های صحیح در راستای اهداف فدراسیون والیبال، اقدام به برگزاری برنامه‌های استعدادیابی نمایند و پس از کشف آن‌ها، برنامه‌ها و تمرینات صحیح و علمی پرورش آن‌ها را در پیش بگیرند تا در نهایت بتوانند بازیکنانی نخبه و دارای شایستگی‌های لازم به تیم‌های مختلف کشور اعم از تیم‌های باشگاهی و ملی عرضه نمایند. این یافته با نتایج پژوهش نصرالله زاده و رستم نیا (۱۳۹۱)، اوکونور و همکاران (۲۰۱۶) و گالیچ (۲۰۱۴) همسو می‌باشد. اهمیت نقش آکادمی‌ها در استعدادیابی به حدی است که در تحقیقی مشاهده شد افرادی که از طرف آکادمی‌ها انتخاب می‌شوند به مراتب از نظر مهارت‌های ادراکی بهتر از افرادی بودند که به‌صورت گلخانه‌ای انتخاب شده‌اند (اوکونور و همکاران، ۲۰۱۶: ۸۳۸). در این راستا ضروری است که در این آکادمی‌ها اصول و فرآیندهای علمی تدوین شده در فدراسیون والیبال مد نظر قرار گیرد و با جذب نیروی انسانی مجرب، سیاست‌ها و راهبردهای توسعه این فرایند تدوین شود. همچنین، به‌منظور اجرایی‌سازی برنامه‌های خود و در نهایت دستیابی به اهداف تعیین شده، لازم است که آکادمی‌های والیبال با اقدامات مالی مناسب و کمک عوامل فنی متخصص، امکانات و تجهیزات خود را تکمیل و زمینه رشد و ارتقای نخبگان کشف شده را فراهم نمایند.

یکی دیگر از عوامل موثر مربوط به ویژگی‌های آن‌تروپومتریکی است. این یافته با مطالعات زربخش و همکاران (۱۳۹۳)، نصیری و همکاران (۱۳۹۷)، ابراهیم و همکاران (۱۳۸۳)، باسره و همکاران (۱۳۹۳) و باسره و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد. ویژگی‌های آن‌تروپومتریکی افراد مستعد از جمله: قد، وزن، انعطاف‌پذیری، آموزش‌پذیری، وضعیت رشد استخوان‌های ساق پا و ... همواره مورد توجه محققان بوده است (گالیچ، ۲۰۱۴:

۵۳۵ و ابراهیم و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۱). شاید یکی از دلایل توجه صرف به مهارت‌های فیزیکی و حرکتی و آنتروپومتریکی در استعدادیابی این است که هنوز شاخص‌های مشخصی در این حوزه که در برگرنده تمامی ابعاد حوزه استعدادیابی باشند مورد توجه قرار نگرفته‌اند و عمدتاً از شاخص‌هایی استفاده می‌شود که هم برای بزرگسالان و هم برای سنین پایه به طور یکسان در نظر گرفته می‌شود (باکر و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۰). در واقع طی تحقیقات مختلفی مشخص شده است که نخبگان والیبال از چه مشخصات آنتروپومتریکی برخوردارند و لذا استعدادهای بالقوه والیبال باید دارای چه الزامات و عوامل آنتروپومتریکی باشند (باسره و همکاران، ۱۳۹۳: ۱ و باسره و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۷)، بنابراین در فرایند انتخاب این افراد، ضروری است با استفاده از منابع انسانی متخصص در این زمینه، عامل ویژگی‌های آنتروپومتریکی به‌عنوان یکی از شاخص‌های انتخاب استعدادهای بالقوه در والیبال مد نظر قرار گیرد.

همچنین مشخص شد که آموزش و پرورش یکی دیگر از ارکان اصلی توسعه ورزش والیبال در کشور و به ویژه سازمانی مؤثر در فرایند استعدادیابی ورزش والیبال است. در این راستا نتایج حاج حسنی (۱۳۹۵) با این یافته همسو است. او در مطالعه خود نتیجه‌گیری کرد که با توجه به اینکه نسل پایه ما بیشتر اوقات خود را در مدارس سپری می‌کنند و از آن جا که نظام آموزشی هر کشور می‌تواند سهم عظیمی در توسعه ورزش و شناخت استعدادها داشته باشد و به رشد ورزش قهرمانی کمک کند، بنابراین باید به ورزش مدارس توجه خاصی مبذول گردد. بی تردید، با اجرای فعالیت‌های ورزشی در مدارس و پیاده‌سازی برنامه‌های منظم و منسجم، شاهد پیشرفت استعدادیابی و دست یافتن به اهداف عالی آموزشی و قهرمانی در سطح کشور خواهیم بود (حاج حسنی، ۱۳۹۵: ۱). بر همگان روشن است که ورزش تربیتی و آموزشی که با محوریت مدرسه انجام می‌گیرد، زیربنای تمامی دیگر حوزه‌های ورزشی است. در بسیاری از شهرهای کشور، مدارس فاقد امکانات و تجهیزات لازم والیبال هستند که این خود موجب عدم دستیابی به اهداف استعدادیابی می‌شود. لذا لازم است که دولت و وزارت آموزش و پرورش با هماهنگی وزارت ورزش و جوانان و نیز فدراسیون والیبال، طی برنامه‌های بلندمدت اقدام به تدوین راهبردها و سیاست‌های لازم در زمینه توسعه والیبال در مدارس کشور نمایند و با حمایت‌های مختلف از آن، موجبات توسعه امکانات و تسهیلات مورد نیاز در مدارس، آموزش و توانمندسازی معلمان ورزش و منابع انسانی دیگر و نیز تدوین راهبردهای استعدادیابی والیبال در مدارس را فراهم کنند و در جهت دستیابی به این اهداف، از متخصصان تجربی و دانشگاهی استفاده بهینه نمایند. علاوه بر این، ضروری است که اصول و روش تمرین مناسبی برای استعدادهای کشف شده در تمامی سنین طراحی و تدوین شود، چرا که در سایه اصول علمی و روش‌های تمرینی مناسب است که می‌توان انتظار فرایند بهینه رشد، تقویت ویژگی‌های مهارتی و فیزیکی و سازمان‌دهی مناسب تمرین و متعاقب آن، موفقیت در طرح‌ها و برنامه‌های استعدادیابی والیبال را داشت.

از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه استعدادیابی در والیبال کشور که از نظر نخبگان و متخصصان امر اهمیت داشت، ستارگان و قهرمانان ملی بود. بر کسی پوشیده نیست که ستارگان و قهرمانان ملی می‌توانند جایگاه ویژه‌ای در میان ورزشکاران به ویژه ورزشکاران جوان و نوآموزان داشته باشند و موجبات ترغیب و انگیزش

آنان برای تلاش مضاعف جهت دستیابی به موفقیت را ایجاد نمایند. لذا ضروری است که با استفاده از ابزار مختلف به ویژه رسانه‌های جمعی تلاش شود که این ستارگان و قهرمانان ملی بیشتر شناخته شده و مورد توجه بیشتر استعدادهای بالقوه والیبال کشور قرار گیرند. از طرف دیگر، ستارگان و قهرمانان ملی با توجه به سطح بالای فنی و تخصصی که دارند، خود می‌توانند مقیاس ارزیابی مناسبی برای سایر ورزشکاران باشند و در زمینه کشف استعدادهای والیبال نقش مثبتی ایفا نمایند. عامل شناسایی شده بعدی برای توسعه مدیریت استعداد والیبال در کشور، ارتباطات بین سازمانی در نهادهای دولتی بود. همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان شد، فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران و هیئت‌های تابعه آن مهمترین و اصلی‌ترین سازمان متولی والیبال کشور هستند، اما باید توجه داشت که این سازمان، تنها سازمان مرتبط و مؤثر بر توسعه والیبال کشور نیست و سازمان‌های غیردولتی دیگری مانند کمیته ملی المپیک و پارالمپیک و آکادمی ملی المپیک، از یک سو و سازمان‌های دولتی همچون وزارت ورزش و جوانان، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان شهرداری‌ها، از سوی دیگر می‌توانند در این زمینه نقش‌های پررنگی داشته باشند. بر این اساس، ضروری است که برای دستیابی به اهداف استعدادیابی در کشور، سازمان‌های دولتی و غیردولتی یاد شده با تعامل و ارتباطات سازمانی بهینه و حمایت کافی و مناسب از فدراسیون والیبال و هیئت‌های تابعه، مسیر ارتقای والیبال کشور را هموار نمایند. بعلاوه، تشکیل کمیته‌های استعدادیابی سه گانه (کشف، حفظ و نگهداشت، توسعه و بهسازی) با همکاری هیئت‌ها و سایر سازمان‌های مرتبط در شهرهای مستعد نیز باید مورد توجه قرار گیرد و فرایند علمی استعدادیابی به صورت کامل و متمرکز انجام شود. عوامل حقوقی نیز مزید بر علت هستند و دولت می‌تواند با فراهم سازی بسیاری از عوامل حقوقی مورد نیاز، زمینه‌ساز دستیابی به اهداف استعدادیابی در والیبال کشور باشند. به عنوان نمونه می‌توان به مواردی همچون تدوین و اصلاح اساسنامه فدراسیون بر مبنای اصول علمی و بین‌المللی، تدوین قوانین و طرح‌های حمایت از استعدادیابی در ورزش، تخصیص بودجه مورد نیاز سازمان‌های وابسته به والیبال و ... اشاره داشت. از دیگر عوامل مؤثر در کشف و توسعه استعدادهای والیبال، فعالیت‌های منابع انسانی و حمایت خانوادگی بود. نتایج این یافته با نتایج تحقیق پیرمحمدی (۱۳۹۱) همسو می‌باشد. بدون شک منابع انسانی مهمترین منابع هر سازمانی را تشکیل می‌دهند و استفاده از نیروی انسانی متخصص و مربیان مجرب و موفق در سازمان‌های درگیر والیبال کشور می‌تواند بخشی دیگر از این مهم را به انجام رساند. بنابراین لازم است با جذب و استخدام نیروی انسانی متخصص و متعهد در سازمان‌های مرتبط با والیبال و نیز استفاده از برنامه‌های مناسب جبران خدمات و آموزش منابع انسانی، نیروی انسانی مورد نیاز را با برنامه‌های توسعه والیبال و مدیریت استعداد والیبال در کشور همسو نمود. از طرف دیگر، ماهیت استعدادیابی و شروع آن در سنین پایین، لزوم استفاده از نیروی انسانی متخصص و مربیان مجرب را بیش از پیش نمایان می‌سازد. باید توجه داشت که در این سنین خانواده‌ها نسبت به فرزندان خود حساس‌تر هستند و باید آنان را در جهت حمایت از استعدادیابی فرزندان‌شان توجیه و ترغیب کرد و زمینه اجرای برنامه‌های لازم را فراهم نمود. عوامل انگیزشی متعددی می‌توانند هم‌نواآموزان و هم خانواده‌های آنان را به فعالیت بیشتر در ورزش والیبال ترغیب نمایند. به نظر می‌رسد که انگیزه‌های شخصی،

انگیزه‌های خانوادگی و انگیزه‌های سازمانی به صورت مجزا و در تعامل با هم می‌توانند زمینه‌ساز ارتقای هدف یاد شده باشند. همچنین، با حمایت همه جانبه از سازمان‌های مرتبط با والیبال نیز می‌توان مدیران و دست اندرکاران سازمان‌ها را به حمایت بیشتر و اجرای بهینه طرح‌های استعدادیابی در والیبال ترغیب نمود. چنانچه نگرش حکومتی نسبت به توسعه والیبال کشور وجود داشته باشد، برنامه‌های فدراسیون والیبال کشور نیز در اولویت برنامه‌های بسیاری از سازمان‌های مرتبط به ویژه وزارت ورزش و جوانان قرار می‌گیرد و می‌توان شاهد حمایت‌های همه جانبه این وزارت از فدراسیون والیبال و طرح‌های آن بود. همچنین، نگرش ملی به یک ورزش می‌تواند زمینه‌ساز مشارکت بیشتر مردم و حتی سازمان‌ها از آن ورزش باشد. چنانچه بتوان نگرش عمومی کشور را نسبت به والیبال بهبود بخشید، بدون شک شاهد کشف استعدادهای بی‌شمار از سایر استان‌ها خواهیم بود. برای این منظور، رسانه‌های گروهی به ویژه تلویزیون می‌تواند بسیار اثرگذار باشد و نقش بسیار پررنگی را ایفا نماید.

عوامل هوشی و روانی و آموزش عالی از دیگر عوامل مؤثر در بهبود و توسعه مدیریت استعداد والیبال کشور محسوب می‌شوند. عواملی چون: سخت رویی و تاب‌آوری (لارکین^۱ و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۲۹ و میر^۲ و همکاران، ۲۰۱۶: ۳۵۳)، ویژگی‌های انگیزشی مانند انگیزش پیشرفت، جهت‌گیری هدف و خودمختاری (کلی^۳ و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۲۷)، خودتنظیمی (زوبر^۴ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۶۰) و عملکردهای شناختی سطح بالاتر مانند حافظه کاری، کنترل بازدارنده، انعطاف‌پذیری شناختی و فراشناخت (الفرینک جمرز^۵ و همکاران، ۲۰۱۶) به عنوان عوامل اثرگذار بر استعدادیابی معرفی شده‌اند. در مورد عوامل هوشی و روانی باید توجه داشت که امروزه یکی از مهمترین مراحل علمی کشف استعدادهای ورزشی را آزمون‌های تست هوش و آزمون‌های روان‌شناختی مختلف تشکیل می‌دهد. همان‌طور که مشخص است، هر ورزشی به نوع و درجه خاصی از هوش نیازمند است و چنانچه بتوان در کنار سایر عوامل و فاکتورهای استعدادیابی، افراد دارای هوش مناسب را برای والیبال شناسایی کرد، احتمالاً می‌توان به آینده درخشان آنان در والیبال امیدوار بود. مسائل روان‌شناختی در ورزش از اهمیت بسزایی برخوردار هستند، چرا که مسیر موفقیت در ورزش مسیر سخت و چالش برانگیز است و چنانچه افراد از ویژگی‌ها و مهارت‌های روان‌شناختی ویژه همچون اعتماد به نفس کافی، تحمل سختی‌ها و شکست، صبر و استقامت، مدیریت هیجانات، کنترل استرس و اضطراب و ... برخوردار نباشند، به احتمال زیاد در مراحل مختلف پرورش استعداد و رقابت‌های مختلف دچار افت می‌شوند و از ادامه مسیر باز می‌مانند. لذا ضروری است که به عوامل هوشی و روانی در مراحل مختلف استعدادیابی والیبال توجه گردد و برای جلوگیری از اتلاف زمان و منابع، در مسیر استعدادیابی با استفاده از متخصصان روانشناسی ورزشی این موارد در بوته آزمایش قرار داده شوند.

1. Larkin
2. Meyer
3. Kelly
4. Zuber
5. Elferink-Gemser

آخرین عامل مؤثر در بهبود و توسعه مدیریت استعداد والیبالیست‌ها، امکانات و تجهیزات است. این یافته با مطالعه دوستداری و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد. بر کسی پوشیده نیست که کشور ایران در اغلب رشته‌های ورزشی از نظر وجود اماکن و تجهیزات کافی در هیئت‌های ورزشی شهرستان‌ها در وضعیت مناسبی قرار ندارد که این موضوع در ورزش والیبالیست‌ها نیز صادق است. لازم است اقدامات انقلابی صورت پذیرد تا بتوان استعداد‌های ورزشی را در شهرستان‌های مختلف کشور یافت و با برنامه‌های صحیح مورد پرورش قرار داد. همچنین، باید توجه داشت که فدراسیون‌های ورزشی از جمله فدراسیون والیبالیست‌ها و فدراسیون والیبال، باید توجه بیشتری به بودجه‌های دولتی دارند و اماکن و سالن‌های ورزشی مستقل ندارند و از سالن‌های وزارت ورزش و جوانان استفاده می‌کنند که این موضوع می‌تواند ورزش والیبالیست‌ها را در استفاده از اماکن و تجهیزات مورد نیاز با محدودیت‌هایی رو به رو سازد. بر این اساس، ضروری است که فدراسیون والیبالیست‌ها و هیئت‌های تابعه با استفاده از برنامه‌های مختلفی همچون: تقویت بازاریابی و درآمدزایی از طریق مسابقات مختلف، فروش حق پخش تلویزیونی، احداث و به روزرسانی زیرساخت‌ها و اماکن مورد نیاز و تجهیز این اماکن به امکانات تخصصی به ویژه فناوری‌های نوین، زمینه بهبود فرایند کشف، نگه‌داشت و پرورش نخبگان این رشته را فراهم نمایند.

در مجموع، تأثیر بیشتر عوامل کشف شده از جمله: تأثیر عوامل آنتروپومتریک، آکادمی‌ها، عوامل آموزشی، امکانات و تجهیزات، حمایت‌های دولتی و خانوادگی، فدراسیون‌ها و آموزش عالی و مدارس، بر استعدادیابی والیبالیست‌ها در تحقیقات داخلی و خارجی قبلی مورد بررسی قرار گرفته، اما عواملی همچون: عوامل حقوقی، عوامل ارزشی، عوامل ارتباطات بین سازمانی، عوامل انگیزشی و اصول و طراحی تمرین بر توسعه استعداد نیاز به تبیین بیشتری دارند. به علاوه، تأثیر این عوامل بر استعدادیابی را می‌توان با رویکرد کمی مورد واکاوی قرار داد و نتیجه آزمون فرضیات را با دقت بالاتری بیان نمود.

در پایان با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد می‌شود:

- مدیران استعدادیابی به ویژه مربیان استعدادیابی والیبالیست‌ها در تدوین برنامه‌های خود به عوامل یاد شده در این تحقیق اهتمام ورزند و از اجرای برنامه‌های استعدادیابی به صورت سنتی و محدود به چند عامل فیزیولوژیکی و آنتروپومتریک اجتناب نمایند.
- مدیران ارشد فدراسیون والیبالیست‌ها توجه نمایند که استعدادیابی والیبالیست‌ها امری چندبعدی است و عوامل زیادی در آن دخیل‌اند. لذا باید برنامه‌های مختلفی در هر زمینه برای دستیابی به راهبردهای آن‌ها تدوین و اجرایی شود.
- مدیران فدراسیون والیبالیست‌ها با اجرای بهینه برنامه‌های استعدادیابی به ویژه تأکید بر مدل تدوین شده در این تحقیق، از پیامدهای مثبت آرمانی، سازمانی و اجتماعی به ویژه دستیابی به تیم‌های ملی مقتدر و بازیکنان سطح اول در دنیا بهره‌مند شوند.
- مدیران فدراسیون والیبالیست‌ها این مدل را به عنوان چراغ راهنمایی جهت تدوین و اجرای بهینه برنامه‌های استعدادیابی مورد استفاده قرار دهند و فعالیت‌هایشان را بر این مبنا برنامه‌ریزی و اصلاح نمایند.

منابع

- ابراهیم، خسرو؛ حیدری، محمود و معمری، علیرضا. (۱۳۸۳). «بررسی وضع موجود و تدوین شاخص های استعدادیابی در رشته والیبال». پژوهش در علوم ورزشی. ۵(۴)، صص ۱-۱۴.
- افتخاری، عذرا؛ بنار، نوشین؛ امامی، مینا و منصورصادقی، منیژه. (۱۳۹۵). «ارائه مدل اندازه گیری موانع توسعه والیبال قهرمانی زنان ایران در سه سطح کلان، میانی و خرد». مطالعات مدیریت ورزشی. ۸(۴۰)، صص ۳۹-۶۰.
- باسره، محمد؛ دوستی، مرتضی؛ فرزام، فرزانه و عباسی، آیدین. (۱۳۹۳). «تعیین شاخص های استعدادیابی والیبال ایران از دیدگاه مربیان بین المللی». هشتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و ورزش. تهران، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- باسره، محمد؛ دوستی، مرتضی و فرزام، فرزانه. (۱۳۹۵). «تدوین مدل استعدادیابی والیبال در ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۸(۳۷)، صص ۵۷-۸۸.
- پیرمحمدی، مهدی. (۱۳۹۱). «نقش والدین در استعدادیابی ورزشی». دومین همایش ملی استعدادیابی ورزشی. تهران، سازمان بسیج ورزش.
- حاجی حسنی، مبین. (۱۳۹۵). «بررسی نقش ورزش مدارس در فرآیند شناسایی و پرورش استعدادهای ورزشی دانش آموزان». دومین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش. چابهار، دانشگاه بین المللی چابهار.
- دربارپناه، فاطمه. (۱۳۹۷). «تعیین فرایندهای مؤثر بر مدیریت استعداد ورزشی درج.ا. ایران». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران جنوب.
- دوستداری، سجاد؛ اشرف گنجوی، فریده و سهیلی، بهزاد. (۱۳۹۴). «بررسی مشکلات استعدادیابی فوتبال». مدیریت ورزشی. ۷(۴)، صص ۶۲۱-۶۳۵.
- زربخش، علیرضا؛ شاه آبادی، علیرضا و پورمداح، سید امیر. (۱۳۹۳). «بررسی و تدوین شاخص های استعدادیابی در رشته فوتبال از دیدگاه مربیان برجسته فوتبال استان خوزستان». تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- سیف پناهی شعبانی، جبار و خطیبی، امین. (۱۳۹۶). «تبیین و تحلیل عوامل مؤثر بر پیشرفت والیبال ایران در سطح قهرمانی». مدیریت و توسعه ورزش. ۶(۲)، صص ۱۷-۳۱.
- صادقی فیض آباد، زینب. (۱۳۹۷). «مطالعه وضعیت محیط توسعه استعداد در هندبالست های دختر شهر مشهد». پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی، سناباد گلپهارد.
- عبدزاده، فرهاد؛ کاشف، سید محمد و محرم زاده، مهرداد. (۱۳۹۷). «بررسی موانع و محدودیت های توسعه والیبال در استان آذربایجان غربی». پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۱۰(۴)، صص ۱۲۳-۱۳۷.
- قاسم زاده میرکلایی، ابراهیم؛ رضوی، سید محمد حسین و امیرنژاد، سعید. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر پرورش استعدادهای ورزشکاران دوومیدانی ایران». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. ۵(۱۰)، صص ۳۷-۴۶.
- نصیری، مهران؛ اشرف گنجوی، فریده؛ امیرتاش، عبدالرضا و سجادی هزوه، حمید. (۱۳۹۷). «بررسی شاخص های استعدادیابی فوتبال از دیدگاه مدرسان ایرانی کنفدراسیون فوتبال آسیا». مدیریت و توسعه ورزشی. ۷(۲)، صص ۱۹-۳۶.
- نظری، وحید؛ رضوی، سید محمد حسین و حسینی، سید عماد. (۱۳۹۳). «طراحی و تدوین برنامه راهبردی والیبال ساحلی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۶(۲۷)، صص ۶۳-۸۶.

- نوری، محمدحسین و صادقی، حیدر. (۱۳۹۲). «طراحی نرم افزار استعدادیابی بر پایه منطق فازی در رشته بسکتبال». مطالعات طب ورزشی. ۵(۱۳)، صص ۲۷-۳۸.
- نصرالله زاده؛ ناصر و رستم نیا، فاضل. (۱۳۹۱). «فرآیند استعدادیابی و پرورش بازیکنان مستعد در آکادمی های فوتبال». دومین همایش ملی استعدادیابی ورزشی. تهران، سازمان بسیج ورزش.
- Abbott, A., Button, C., Pepping, G.J. and Collins, D. (2005). **“Unnatural selection: talent identification and development in sport”**. Nonlinear dynamics, psychology and life sciences, 9(1), pp.61-88.
- Baker, J., Schorer, J., & Wattie, N. (2018). **“Compromising talent: Issues in identifying and selecting talent in sport”**. Quest, 70(1), 48-63.
- Baker, J., & Schorer, J. (2010). **“Identification and development of talent in sport: Introduction to the special issue”**. Talent development & excellence, 2(2), 119-121.
- Balyi, I., Way, R., Higgs, C. (2013). **“Long-term athlete development”**. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Bloom, B. S. (1985). **Developing talent in young people**. New York: Ballantine
- Bullock N, Gulbin JP, Martin, D. T. et al. (2009). **“Talent identification and deliberate pro-gramming in skeleton: ice novice to Winter Olympian in 14 months”**. J Sports Sci 2009; 27(4):397–404. <http://dx.doi.org/10.1080/02640410802549751>.
- Côté, J., & Vierimaa, M. (2014). **“The developmental model of sport participation: 15 years after its first conceptualization”**. Science & Sports, 29, S63-S69.
- Collins, R., Collins, D., MacNamara, Á., & Jones, M. I. (2014). **“Change of plans: an evaluation of the effectiveness and underlying mechanisms of successful talent transfer”**. Journal of Sports Sciences, 32(17), 1621-1630.
- Elferink-Gemser, M. T., De Roos, I., Torenbeek, M., Fokkema, T., Jonker, L., Visscher, C. (2016). **“The importance of psychological constructs for training volume and performance improvement. A structural equation model for youth speed skaters”**. International Journal Sport Psychology, 47, 726-744.
- Faber, I., Nijhuis-Van der Sanden, M. W. G., & Oosterveld, F. G. J. (2012). **“A first step to an evidence-based talent identification program in the Netherlands; a research proposal”**. International Journal of Table Tennis Sciences, 7, 15-18.
- Gagné, F. (2004). **“Transforming gifts into talents: The DMGT as a developmental theory”**. High ability studies, 15(2), 119-147.
- 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.
- Gulbin, J., Weissensteiner, J., Oldenziel, K., Gagné, F. (2013). **“Patterns of performance development in elite athletes”**. European Journal of Sport Science, 13, 605-614.
- Güllich, A. (2014). **“Selection, de-selection and progression in German football**

- talent promotion**". European Journal of Sport Science, 14, 530–537.
- Johnston, K., Wattie, N., Schorer, J., Baker, J. (2018). **"Talent identification in sport: A systematic review"**. Sports Medicine, 48, 97–109.
 - Kelly, D. R., Matthews, M. D., & Bartone, P. T. (2014). **"Grit and hardiness as predictors of performance among West Point cadets"**. Military Psychology, 26(4), 327–342.
 - Larkin, P., O'Connor, D., Williams, A. M. (2016). **"Does grit influence sport specific engagement and perceptual-cognitive expertise in elite youth soccer?"**. Journal Applied Sport psychology, 28, 129–138.
 - Martindale RJJ, Collins D, Wang CKJ, et al. (2010). **"Development of the talent development environment questionnaire for sport"**. J Sports Sci 2010; 28: 1209–1221.
 - Martindale RJJ, Collins D and Abraham A. (2007). **"Effective talent development: the elite coach perspective within UK sport"**. J Appl Sports Psychol, 19: 187–206.
 - Meyer, B. B., Markgraf, K. M., & Gnacinski, S. L. (2017). **"Examining the merit of grit in women's soccer: Questions of theory, measurement, and application"**. Journal of Applied Sport Psychology, 29(3), 353–366.
 - O'Connor, D., Larkin, P., Williams, A. (2016). **"Talent identification and selection in elite youth football: An Australian context. Eur"**. Journal Applied Science, 16, 837–844.
 - Peña, J., Moreno-Doutres, D., Coma, J., Cook, M., & Buscà, B. (2018). **"Anthropometric and fitness profile of high-level basketball, handball and volleyball players"**. Revista Andaluza de Medicina del Deporte, 11(1), 30–35.
 - Rea T, Lavallee D. (2015). **"An examination of athletes' experiences of the talent transfer process"**. Talent Dev Excell, 7(1):41–67.
 - Seifert, L., Papet, V., Strafford, B. W., Gogliani, A., & Davids, K. (2018). **"Skill transfer, expertise and talent development: An ecological dynamics perspective"**. Movement Sport Sciences, (4), 39–49.
 - Sheppard JM, Nolan E, Newton RU. (2012). **"Changes in strength and power qualities over two years in volleyball players transitioning from junior to senior national team"**. Strength Cond Res, 26:152–7.
 - Turkheimer, E., Haley, A., Waldron, M., D'Onofrio, B., & Gottesman, I. I. (2003). **"Socioeconomic status modifies heritability of IQ in young children"**. Psychological Science, 14, 623–628.
 - Wang, C. K. J., Pyun, D. Y., Li, C., & Lee, M. S. (2016). **"Talent development environment and achievement goal adoption among Korean and Singaporean athletes: Does perceived competence matter?"** International Journal of Sports Science & Coaching, 11(4), 496–504
 - Wolstencroft, E. (2002). **Talent identification and development: An academic review**. Edinburgh: Sport Scotland.

تدوین چهارچوب نظام باشگاه داری در فوتبال ایران

شهرام چال اشتری مکاری^۱

ابوالفضل فراهانی^۲

عباس خدایاری^۳

علی محمد صفانیا^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۴/۲۳

این پژوهش با هدف طراحی الگوی نظام جامع باشگاه داری در فوتبال کشور شکل گرفته است. بر این اساس پژوهش حاضر به روش کیفی و با استفاده از نظریه داده-بنیاد انجام شده است. نمونه گیری به صورت هدفمند با تعداد ۲۵ نفر از اساتید مدیریت ورزشی، کارشناسان و ورزشکاران و تا حد اشباع نظری صورت گرفت. تحلیل داده های حاصل از مصاحبه ها منطبق با راهبرد تحقیق در سه مرحله کدگذاری شد. در کدگذاری از نرم افزار NVIVO استفاده گردید.

نتایج نشان داد مدل و الگوی پیشنهادی پژوهش در زمینه چهارچوب نظام باشگاه داری در فوتبال کشور، مشتمل بر ۱۴ مقوله محوری رفع نواقص مخرب، توجه به زیرساخت ها، رهبری، خصوصی سازی، توسعه منابع انسانی، جنبه های حقوقی و قانونی، نظام بندی مالیات، مالکیت باشگاه، درک محیط، آموزش، اخلاق و فرهنگ، حمایت مالی، حق پخش تلویزیونی و مشارکت در بورس می باشد که از طریق ترکیب حدود ۷۷ مفهوم اولیه به دست آمده است.

بر این اساس، نظام جامع باشگاه داری در ورزش فوتبال به عنوان مقوله ای محوری بر مبنای شرایط علی مدیریتی، مالی، محیطی و حقوقی و از طریق راهبردهای مناسب سازی مالکیت و اداره باشگاه ها، تدوین

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
E-mail: Dr.farahani.608@gmail.com

۲. استاد، مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه تربیت بدنی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

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

نظام ارزیابی و نظارت، ثبت تجاری باشگاه، مدیریت رسانه، بازاریابی و به کارگیری نیروهای انسانی معرب و متخصص و از طریق خصوصی سازی باشگاه ها محقق می شود و به تحقق پیامدهای مالی مانند افزایش درآمد و اشتغال، حس تعلق به باشگاه، تثبیت برنامه های مدیریتی، محدود شدن دخالت های سیاسی و ارتقای استانداردهای حرفه ای در ورزش فوتبال می انجامد.

واژگان کلیدی: باشگاه داری، فوتبال، خصوصی سازی، نظام مالی، حق پخش تلویزیونی

مقدمه

با توسعه علمی ورزش در ابعاد مختلف به ویژه توجه روز افزون به رقابت های ورزشی، باشگاه های ورزشی نیز به موازات آن در حال رشد و گسترش می باشند. باشگاه های حرفه ای ورزشی ریشه و هسته اصلی توسعه ورزش حرفه ای محسوب می شوند و به مثابه کارخانه های تولیدی و بنگاه های اقتصادی در صنعت ورزش عمل می کنند (نمانیچ^۱، ۲۰۱۹). باشگاه های ورزشی در جهان، سهم اصلی را در همگانی کردن ورزش و جذب جوانان به ورزش قهرمانی و کشف استعدادها و تربیت و هدایت آنان به رشته های مختلف ورزشی دارند و تامین کننده ورزشکاران نخبه و عامل رسیدن به افتخارات بین المللی هستند که نتایج آن تاثیرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد. این باشگاه ها از طریق بخش خصوصی ایجاد و اداره می شوند و ورزش حرفه ای از آن طریق صورت می گیرد. نمونه آن باشگاه داری در ورزش فوتبال است که به خودی خود تبدیل به یک صنعت درآمدزا شده است. دالس و سادرمن^۲ (۲۰۱۲) معتقدند رتبه بندی فوتبال به عنوان یک فعالیت تجاری در اقتصاد کشورهایی که فوتبال را به عنوان یک ورزش ملی ارتقا داده اند، افزایش یافته است. دابسون و گودارد^۳ (۲۰۱۰) نیز بیان می کنند که امروزه لیگ ها و باشگاه های حرفه ای فوتبال به آزمایشگاه های تحقیقاتی برای بسیاری از تحقیقات بنیادی و کاربردی در اقتصاد ورزش مبدل شده اند. استفان مورو^۴ (۲۰۰۴) در پژوهشی که به منظور شناسایی مشکلات مالی صنعت فوتبال در اسکاتلند انجام داد به این نتیجه رسید که نوع مالکیت و اداره برخی باشگاه های فوتبال اسکاتلند، مهمترین مانع توسعه نظام باشگاه داری فوتبال در این کشور است. بارس^۵ (۲۰۰۶) در مطالعه ای مشابه، وضعیت اقتصاد فوتبال کشور پرتغال را بررسی کرد. او نیز نوع مالکیت باشگاه های فوتبال را از موانع توسعه فوتبال حرفه ای در آن کشور برشمرد. یافته های وی نشان داد که به منظور افزایش پاسخگویی و مسئولیت پذیری مالی و اداری باشگاه ها، بهبود شفافیت مالی و اداره حرفه ای باشگاه ها، لازم است تمام باشگاه های حرفه ای فوتبال وارد بازار بورس شوند. سن همیل، میچی و آوگتون^۶ (۲۰۰۱) بیان کرده اند که این نوع اداره باشگاه های فوتبال، بین مدیران، اعضای هیئت مدیره، صاحبان سهام، حامیان مالی و هواداران ارتباطی ایجاد می کند که در نهایت هر یک را به اهداف خود خواهد رساند. استفان مورو (۲۰۱۰) عوامل متعدد موفقیت و تداوم اداره باشگاه ها را در رسانه ها، شرکت های تجاری، حمایتگران مالی، سهامداران، مراجع فنی، بازیکنان و مربیان، دولت، بانک ها، هواداران و سایر باشگاه ها می داند. در همین راستا، الهی، سجادی، خیرری و ابریشمی (۱۳۹۰) نیز توجه به عوامل ساختاری و محیطی را در موفقیت باشگاه موثر دانسته اند و توسعه صنعت باشگاه داری حرفه ای فوتبال در ایران را وابسته به عواملی همچون مسائل حقوقی و قانونی، مدیریت بازاریابی و اندازه بازار صنعت فوتبال می دانند. این محققان همچنین نشان دادند شرایط اقتصاد کلان کشور و مالکیت دولتی باشگاه ها از جمله موانع توسعه صنعت باشگاه داری حرفه ای فوتبال ایران است.

1. Nemanich

2. Dolles & Soderman

3. Dobson & Goddard

4. Stephen Morrow

5. Barros

6. Hamil, Miche & Oughton

ترابی، قربانی، باقری و طریقی (۱۳۹۴) نیز با تطبیق رویه تامین مالی باشگاه های فوتبال ایران و انگلستان، مهمترین وجهه تمایز تامین مالی در باشگاه های فوتبال انگلستان را در خصوصی بودن، حق پخش تلویزیونی، درآمد روز مسابقه و درآمد حاصل از تجارت گزارش نمودند، در حالی که دولتی بودن باشگاه ها، عدم شفافیت صورت های مالی، امتناع صدا و سیما از پرداخت حق پخش آگهی، عدم آگاهی مدیران باشگاه ها از روش های نوین تامین مالی، استفاده محدود از مدیران خلاق و ... از جمله موانع مهم تامین مالی باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران است. در همین زمینه چی. جی کاکایی و ای. کوکایی^۱ (۲۰۱۶) نیز بر ساختارهای سازمانی و زیرساخت ها در باشگاه داری فوتبال کشور رومانی تاکید کردند. کارتاکولیس، ورونیتس، تراسو و کریدامیس^۲ (۲۰۱۳) نیاز باشگاه های فوتبال را به مدیریت منابع راهبردی بررسی نمودند و آنچه را در این نظام با اهمیت دانستند برنامه ریزی جامع مبتنی بر جذب سرمایه و برنامه ریزی مالی، بازاریابی راهبردی و ادغام منابع به یک سیستم یکپارچه بود. همچنین نماینج (۲۰۱۹) در تامین مالی باشگاه های فوتبال، بینش های رهبری در تجارت بازی های فوتبال را مورد تاکید قرار داده است.

باشگاه داری در ایران سابقه طولانی دارد و به حدود ۶۱ سال قبل می رسد. این باشگاه ها بر اساس علاقه و سرمایه گذاری جمعی از علاقه مندان به ورزش شکل گرفته و تدریجا توسعه یافته اند و دولت هیچ دخالتی در تاسیس و اداره آنها نداشته است. برخی از این باشگاه ها پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران به دولت واگذار شدند و سازمان تربیت بدنی متولی آن شد که دو باشگاه استقلال (تاج سابق) و پرسپولیس از آن جمله هستند. برخی دیگر به فعالیت خود ادامه دادند و با دریافت برخی تسهیلات دولتی و وام، توسعه فیزیکی داشتند، ولی به علت تخریق اعتبار دولتی به باشگاه های دولتی، توان رقابت را از دست داده و فعالیت های آن ها محدود گشته است. این در حالی است که بیشتر متخصصان ورزشی از جمله اسمیت (۲۰۰۹) معتقدند باشگاه ها باید خود به وضعیتشان سر و سامان دهند تا مسئولان دولتی اجازه دخالت در امور آنها را پیدا نکنند. در سال های اخیر به علت بهره گیری از اعتبارات دولتی، ورزش حرفه ای در کشور از طریق دستگاه ها و شرکت های دولتی توسعه پیدا کرد و بدون داشتن ضوابط مشخص حرفه ای گری، تیم داری و خرید و فروش بازیکنان رواج پیدا نمود و مشکلاتی ایجاد کرد و باعث منزوی شدن بخش خصوصی به علت عدم توان رقابت با بخش دولتی شد. از این رو، طرح نظام باشگاه داری در ایران با هدف جلوگیری از رشد بی رویه تعداد باشگاه های دولتی و تیم داری موسسات مربوط به دولت و اجرای اصل چهل و چهارم قانون اساسی از سوی نمایندگان مجلس شورای اسلامی به منظور ساماندهی ورزش حرفه ای در کشور ارائه شد تا دولت موظف به واگذاری باشگاه های دولتی به بخش خصوصی و تعاونی گردد؛ طرحی که تا به امروز به اجرا در نیامده و هیچ برنامه ریزی اجرایی صحیحی در این زمینه انجام نشده است. دلدار، شهپر توفیق و باقری (۱۳۹۵) دلیل آن را موانع اقتصادی، سیاسی - حقوقی، مدیریتی و فرهنگی - اجتماعی بر شمرده اند و در تحلیلی مشابه، دلدار، کارگر و غفوری (۱۳۹۵) مشکلات اقتصادی در راه خصوصی سازی باشگاه ها را مانع دستیابی به اهداف خصوصی سازی باشگاه های

1. Gh.G. Cucui & I.A. Cucui

2. Kartakoullis & Vrontis & Thrassou & Kriemadis

لیگ حرفه ای فوتبال کشور بیان نموده اند.

اهمیت موضوع نظام باشگاه داری و فقدان آن در وضعیت کنونی کشور، ضرورت توجه و دقت در این حوزه را گوشزد می کند. باشگاه های ورزشی در حقیقت، همچون کارگاه ها و کارخانه های تولیدی برای صنعت ورزش کشور به شمار می روند. با نگاهی به وضع موجود باشگاه ها و صنعت ورزش ایران می توان اهمیت تدوین یک نظام جامع برای باشگاه داری را بیش از پیش نمایان ساخت. صنعت ورزش کشور در وضع کنونی سهمی کمتر از یک درصد در گردش اقتصاد ملی ایران دارد و شامل بیش از ۵۰ فدراسیون ورزشی و بیش از ده لیگ حرفه ای و ده ها باشگاه حاضر در لیگ های حرفه ای است که به گونه ای غیرمنسجم و جزیره وار مشغول فعالیت هستند. حدود بیست هزار باشگاه ورزشی ثبت شده و بالغ بر ۶۰ هزار فارغ التحصیل ورزشی در فدراسیون ها و باشگاه های ورزشی کشور وجود دارد، در حالی که به درستی از آن ها بهره گرفته نمی شود. در زیرساخت های حقوقی و قانونی تنها یک نظام حمایتی مالیاتی ساده در قالب ماده ۱۳۴ قانون مالیات های مستقیم برای صنعت ورزش وجود دارد و باشگاه های کشور و صنعت ورزش به لحاظ زیرساخت های ساختمانی و فیزیکی استادیوم و اماکن ورزشی، نظام جذب حامیان مالی، راهبرد و برنامه های تجاری و اقتصادی، بورس و حتی فرابورس، ایمنی و پایداری سرمایه های بخش خصوصی به ویژه سرمایه ایرانیان خارج از کشور، حق پخش تلویزیونی و مشوق های لازم برای تولیدکنندگان کالاها و خدمات ورزشی به شدت نیازمند برنامه ای جامع و هدفمند است. به عبارت دیگر، این وضعیت بر اهمیت تدوین و پیاده سازی فوری یک نظام جامع باشگاه داری تاکید دارد تا بتوان هم افزایی، روان سازی و انسجام بخشی به اجزای فوق را در جهت تعالی صنعت ورزش و دست یابی به سهم حداقل ۳ درصدی در اقتصادی ملی فراهم آورد. بر این اساس، نظام جامع باشگاه داری باید از الزامات و چهارچوب های مدونی پیروی کند که بنا به اهمیت آن، این تحقیق سعی در تدوین و ارائه آن دارد. در واقع، آنچه مد نظر این تحقیق می باشد، تدوین چهارچوبی از نظام باشگاه داری و مدیریت باشگاه ورزشی با تاکید بر باشگاه های فوتبال کشور است که از الگوی ارائه شده توسط متیو رابینسون^۱ پیروی می کند.

از نظر رابینسون، پایه و اساس باشگاه داری مدرن، درک این نکته است که چرا باشگاه وجود دارد، باشگاه می خواهد چه چیزی داشته باشد و چه خدماتی را برای اعضایش فراهم سازد؟ هر باشگاهی باید قادر باشد منابع انسانی، مالی و تجهیزاتی را تامین و حفظ نماید. باشگاه باید اهدافی واقع گرایانه و قابل سنجش و همچنین ساختار سازمانی دقیق، خط مشی و رویه هایی برای پیشرفت و حمایت از ساختار و برنامه ای بلند مدت داشته باشد تا پیشرفت و ادامه حیاتش را تضمین کند (رابینسون، ۲۰۱۳ ترجمه رضوانی نژاد و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه به الگوی مدیریت باشگاه ورزشی رابینسون می توان گفت نظام جامع باشگاه داری باید تعریفی از انواع باشگاه ها ارائه دهد، سطح باشگاه ها و نوع فعالیت آن ها را بررسی کند، میزان گردش اقتصادی، شغلی و کارآفرینی باشگاه ها را مد نظر بگیرد، شرایط احراز مالکیت لحاظ شود، شرایط تاسیس و صدور مجوز باشگاه حرفه ای بیان شود، نظام بیمه ای، بازنشستگی و خدمات درمانی دیده شود، امکان حضور باشگاه ها در بورس فراهم شود، زیرساخت های ساختمانی و فیزیکی استادیوم و اماکن ورزشی لحاظ گردد، آکادمی ها و مدارس،

کانون ها و اتحادیه ها افتتاح شود، فعالیت خیرین ورزشی سر و سامان یابد و نظام جذب حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی و مشوق های لازم برای تولیدکنندگان کالاها و خدمات ورزشی ساماندهی شود. در مجموع هر یک از این مولفه ها را می توان به شاخص های مدیریتی، مالی، محیطی و حقوقی تقسیم بندی نمود که به نظر می رسد اگر این چهارچوب به الگویی کاربردی تبدیل شود می تواند توسط مدیران باشگاه های فوتبال در کشور مورد استفاده قرار گیرد. بدین ترتیب، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است:

نظام باشگاه داری در ورزش فوتبال ایران باید از چه چهارچوبی بهره مند باشد و چه عواملی در این چهارچوب دخالت دارند؟

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر کیفی است و مطابق با پارادایم تفسیری، برای دستیابی به واقعیتی که امری نسبی است، از روش داده-بنیاد استفاده می کند. این روش مطابق با تقسیم بندی گوبا و لینکن^۱ (۱۹۹۴) در زمره پارادایم های تفسیری پژوهشی قرار می گیرد. این مطالعه مبتنی بر رویکرد استقراست، زیرا بدون پیش فرض به بررسی پدیده ای می پردازد که تئوری جامعی در مورد آن وجود ندارد و یا مورد اجماع نیست. در این پژوهش پس از تبدیل داده های کلامی به متن، خط به خط آنها تحلیل و کدگذاری شده اند که نتیجه آن، ایجاد مفاهیم و مقوله های متعدد بوده است. کدگذاری، گونه ای از تحلیل محتوا به شمار می رود که به استخراج عبارات و واژه های کلیدی و تکرارپذیر می پردازد (چارماز^۲، ۲۰۰۶). اولین گام در فرایند تحقیق، ورود به عرصه و مرور منابع و ادبیات موضوع است. برای آشنایی با موضوع و آگاهی از پژوهش های پیشین در زمینه موضوع پژوهش و منابع نظری مرتبط با آن، با مراجعه به کتابخانه ها، آرشیو مجلات علمی-پژوهشی و پایگاه های اینترنتی نشریات داخل و خارج کشور به مطالعه ادبیات نظری و تجربی مربوطه پرداخته شد و رویکردهای نظری، پژوهش های مرتبط و مبانی روش شناختی آنها در حوزه مطالعات مربوط به نظام باشگاه داری در ورزش فوتبال مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله، سوال تحقیق و سازه های مورد مطالعه مشخص شدند.

نمونه ها بر اساس نمونه گیری هدفمند از میان اساتید مدیریت ورزشی، کارشناسان و ورزشکاران خبره انتخاب شدند؛ چنان که ۵ نفر آنان از اساتید دانشگاه و اعضای هیئت علمی در گروه مدیریت ورزشی، ۸ نفر از مدیران باشگاه های ورزشی و ۱۲ نفر از ورزشکاران و نخبگان ورزشی بودند. گروه اساتید، دارای سابقه کار بیشتر از ۱۰ سال، مدیران باشگاه ها دارای سابقه مدیریت و اداره باشگاه های ورزشی بیشتر از ۵ سال و سابقه ورزشکاران نیز بیش از ۱۰ سال حضور در فعالیت های ورزشی بود. از میان شرکت کنندگان، ۸ نفر زن و ۱۷ نفر مرد بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال و بیشتر مدیران باشگاه ها و ورزشکاران دارای مدرک تحصیلی لیسانس بودند. پس از پایان تعداد ۲۵ مصاحبه و تجزیه و تحلیل مصاحبه ها، اشباع نظری حاصل شد و نمونه گیری متوقف گردید. در مرحله گردآوری داده ها با توجه به موضوع مورد مطالعه و سوال تحقیق، از روش

1. Guba & Lincoln

2. Charmaz

مصاحبه‌های عمیق برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. در این فرایند ابتدا چند مصاحبه اولیه انجام شد. بین مصاحبه‌های مختلف به جز چند مصاحبه اولیه فاصله زمانی حداقل یک هفته رعایت شد تا امکان بررسی و تحلیل هر مصاحبه و نیز استخراج مقولات کلیدی وجود داشته باشد. حداقل زمانی که افراد برای مصاحبه‌ها اختصاص دادند ۳۰ دقیقه و حداکثر زمان نیز ۱۲۰ دقیقه بود. تحلیل داده‌هایی که به منظور تکوین نظریه داده-بنیاد گردآوری شدند، با استفاده از کدگذاری انجام گرفت. در کدگذاری از نرم افزار NVIVO استفاده گردید. در این شیوه، ابتدا کدهای مناسب به بخش‌های مختلف داده‌ها اختصاص داده شد و این کدها در قالب مقوله‌ها دسته‌بندی گردیدند که این فرایند، «کدگذاری آزاد» نامیده می‌شود. در واقع، در کدگذاری آزاد که اولین مرحله کدبندی محسوب می‌شود، می‌توان داده‌ها را سطر به سطر یا به صورت پاراگرافی کدبندی و مفهوم‌بندی کرد (کوربین و اشتراش، ۲۰۰۸). گروه تحقیق پس از انجام هر مصاحبه به کدگذاری می‌پرداختند و مقولات اولیه را شکل می‌دادند. فرایند نیز بدین ترتیب بود که ابتدا مصاحبه‌ها در قالب متن در می‌آمدند و محقق پس از ویرایش متون و حذف پاراگراف‌های غیر مرتبط، مفاهیم مربوط را از پاراگراف‌های مختلف شناسایی و بین این کدها ارتباط برقرار می‌کرد. در مصاحبه‌های بعدی مقولات تکمیل می‌شدند و حوزه‌های کشف نشده مورد سوال قرار می‌گرفتند. گفتنی است که در کدگذاری از شیوه آنالیز محتوا استفاده شده است. پس از یادداشت برداری، سرانجام با کدگذاری گزینشی، مقوله‌ها پالایش شدند. با طی این فرایندها در نهایت، توسعه چهارچوب از طریق مقایسه با متون موجود و مشخص کردن تفاوت‌ها و شباهت‌ها با سایر تحقیقات صورت گرفت. نتیجه این فرایند، ترسیم چهارچوب مفهومی پژوهش است. لازم به ذکر است که در کل فرایند مصاحبه‌ها و ضبط صدا و یادداشت برداری، ملاحظات اخلاقی رعایت شده است؛ به این ترتیب که پس از کسب موافقت از مصاحبه‌شوندگان و پس از توضیح موضوع و اهداف پژوهش برای آنان، اقدام به ضبط صدا و یادداشت برداری و انتشار یافته‌ها شده است. البته توضیح داده شد که تمام این اطلاعات بدون ذکر نام و نشانی مصاحبه‌شوندگان و تنها به منظور انجام یک کار پژوهشی دریافت می‌شود و اصل محرمانه بودن اطلاعات در تمام مراحل پژوهش رعایت می‌گردد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل اطلاعات با استفاده از کدگذاری آزاد بر روی سطر به سطر متن مصاحبه‌ها شروع شد و پس از بررسی متن مصاحبه‌ها، معانی یکپارچه و منسجم که سازنده یک مقوله بودند، از هم تفکیک شدند. سپس این مفاهیم نام‌گذاری گردیدند. کدگذاری محوری از طریق کنارهم قرار دادن کدهای اولیه به دست آمد. نتایج نشان داد که مقولات شامل ۱۴ مفهوم است که از طریق ترکیب تقریبی ۷۷ مفهوم اولیه یا کدگذاری آزاد به دست آمده‌اند و به طور میانگین هر ۶ مفهوم اولیه یک مفهوم ثانویه را نشان می‌دهد که در مرحله بعد این مقولات نامگذاری و ویرایش گردید. جدول ۱، فهرست رفتارهای سیاسی مفهوم سازی شده را پس از کدگذاری آزاد و محوری نشان داده است:

جدول ۱: مفاهیم اولیه و مقولات حاصل از کدگذاری آزاد و محوری

عبارت های مهم در متن مصاحبه (کدهای واقعی)	مقوله های اولیه حاصل از کدگذاری باز	مقولات حاصل از کدگذاری محوری
نابسامانی در نظام باشگاه داری فوتبال کشور اثر مخرب بر این ورزش دارد... با برداشت صحیح از عوامل موثر بر فوتبال باید باشگاه ها را از حاشیه محوری و باری به هر جهت بودن نجات داد... بی ثباتی مدیریت ها، عدم دریافت حق پخش، عدم توجه به بازاریابی و محدود بودن اندازه بازار در صنعت فوتبال می تواند اثر مخرب در نظام باشگاه داری کشور داشته باشد....	مالکیت دولتی بازاریابی و توجه به اندازه بازار دریافت حق پخش ثبات در مدیریت رفع نابسامانی ها پرهیز از حاشیه محوری و باری به هر جهت بودن	رفع نواقص مخرب
بی توجهی به زیرساخت ها و بخش مهم آموزش و استعداد یابی اهداف بلندمدت توسعه نظام باشگاه داری را از بین می برد... تعیین هدف در نظام باشگاه داری می تواند در اولویت باشد... با دستورالعملی کردن و اجباری کردن امکان ایجاد زیرساخت هاست... زیرساخت ها نیاز به سرمایه های فکری و اقتصادی دارند... زیرساخت ها را باید هم از جنبه نرم افزاری و سخت افزاری و به ویژه با توجه به سازه ها و استانداردسازی اماکن در نظر گرفت و اجرا کرد.... در هر زیرساختی باید به احتیاجات و امکانات توجه نمود. برقراری اردوهای ورزشی نیاز به زیرساخت های مناسب دارد....	تعیین اهداف زیرساخت های سخت افزاری زیرساخت های نرم افزاری سر مایه گذاری فکری سر مایه گذاری اقتصادی امکان برگزاری اردو توجه به احتیاجات تمرینی امکانات و سازه ها	توجه به زیرساخت ها
مدیریت باید آموزش فوتبال را در سنین ابتدایی یعنی از حدود ۸-۹ سالگی در اولویت قرار دهد. توجه به فوتبال نوپا در نظام باشگاه داری ضروری است... معمولا سن آموزش از نونهالی به نوجوانی و جوانی افزایش می یابد. استعدادیابی و توجه فوتبال پایه اهمیت اساسی دارد... توجه به هر آنچه که مرتبط با قهرمان پروری است از جمله آموزش مربیان و نیروی انسانی مجرب در چهارچوب نظارت باشگاه داری حرف اول را می زند....	آموزش نیروهای انسانی مجرب آموزش نیروی انسانی آموزش دهنده مانند مربی به کارگیری و حفظ پیشکسوتان به کارگیری نیروهای فنی و آموزش دیده به کارگیری نیروهای آموزش دهنده برای سنین نونهالی تا جوانی آکادمی و مدارس فوتبال الگوبرداری از تجربه موفق سایر کشورها	آموزش و آگاهی
بسیاری از مشکلات و ضررهای مالی که باشگاه های فوتبال با آن دست و پنجه نرم می کنند به علت نبود قراردادهای حقوقی صحیح و کم بودن اطلاعات حقوقی بین المللی مدیران باشگاه ها و مسئولان است.... مسئولیت قانونی و تعهد در پاسخگویی در فوتبال کشور نقش مهمی را ایفا می کند....	شفافیت مالی تنظیم قوانین و مقررات تنظیم قرارداد شفافیت در انعقاد قراردادها رفع مشکلات قانونی و حقوقی افزایش اطلاعات حقوق بین المللی مدیران و مسئولان باشگاه تصریح قوانین	جنبه های قانونی
عوامل حقوقی نقش بسزایی در نظام جامع باشگاه داری دارد که به دلیل فقدان قوانین، تعدد مراجع تصمیم ساز، نبود قوانین مالیاتی شفاف، وجود قوانین دست و پا گیر و ... محقق نشده است....	شفاف سازی قوانین مالیاتی	نظام مالیات
سهم و اثر مالکین باشگاه ها باید معین و شفاف باشد تا از دخالت در امور مهم مسابقات جلوگیری شود....	مالکیت باشگاه	حق مالکیت
مدیریت خوب می تواند به کارگیری تمام نیروهای مفید جهت ارتقای اهداف اولیه طوری عمل کند که تمام اعضای باشگاه از شغل و عملکرد خود احساس رضایت داشته و خود را متعلق به باشگاه بدانند... با توجه به جدول مازلو (هرم مازلو) باید باشگاه فوتبال به تمام نیازهای عاطفی و ضروری کارکنان خود توجه کند یا حداقل نشان دهد در تلاش برای کسب رضایت آنان است.... همه اعضای باشگاه باید مورد ارزشیابی قرار گیرند تا عملکرد آنان طبق برنامه های تعیین شده سنجش شود.... فرایند استخدام باید شفاف باشد و از پارتی بازی پرهیز شود. همچنین باید وظایف کارکنان مشخص و دقیق باشد....	فرایند استخدام راهنمایی و توجیه کارکنان جدید ارزیابی عملکرد فرد و برنامه ارتقای رضایت شغلی کارکنان غنی سازی تجارب کارکنان شرح شغل ارتقای حس تعلق به مکان	توسعه منابع انسانی

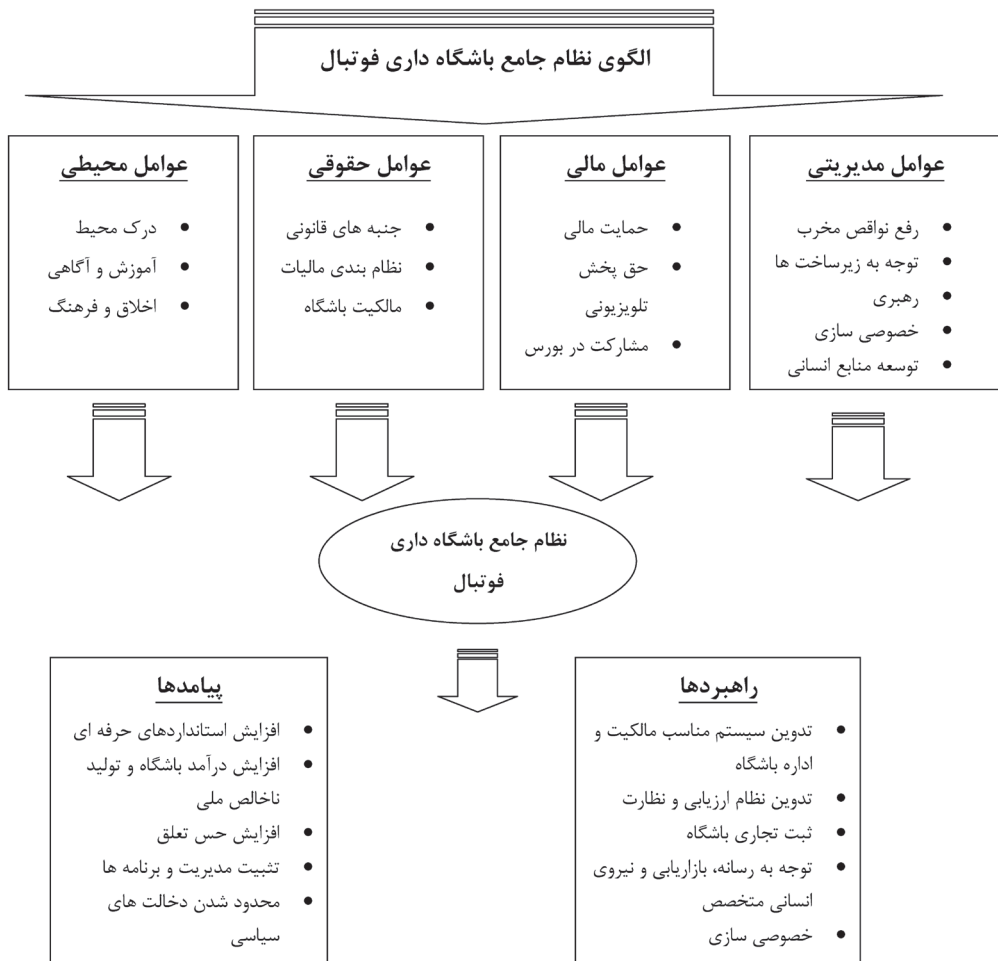
عبارت های مهم در متن مصاحبه (کدهای واقعی)	مقوله های اولیه حاصل از کدگذاری باز	مقولات حاصل از کدگذاری محوری
مدیریت باشگاه ها باید علاوه بر عوامل اقتصادی به عوامل اجتماعی و روابط بین اعضای باشگاه نیز توجه کند.... در نظام باشگاه داری باید به علوم مختلفی از جمله جامعه شناسی و اقتصاد توجه نمود.... مهمترین نقش در اجرا را عوامل مدیریتی، هیئت مدیران و سپس مربیان بر عهده دارند.... مهمترین راهبرد در باشگاه داری تدوین قوانین، تامین هزینه ها و مدیریت منابع انسانی و درک محیط باشگاه برای اداره آن است که سبب کاهش دخالت عوامل سیاسی و دخالت های سیاسی افراد خارج از باشگاه می گردد....	تعیین اهداف درک محیط اداره امور مالی اداره امور اجتماعی و روابط بین اعضای باشگاه مشخص کردن حقوق و پاداش ها پرهیز از سیاسی بازی تدوین قوانین و مقررات تعهد به پاسخگویی علنی تامین منابع مالی و انسانی	رهبری
مهمترین راهبرد در نظام باشگاه داری خصوصی سازی است.... اگر خصوصی سازی از طریق بورس صورت گیرد دخالت های سیاسی کاهش می یابد.... اگر بخواهیم به درآمد بالا در باشگاه برسیم و از سوی دیگر کمک به بالا رفتن سرانه ورزش کشور کنیم باید راه خصوصی سازی باشگاه های فوتبال را باز کنیم.... بخش خصوصی برای جلوگیری از ضرر و زیان به سمت مدیریت تخصصی پیش خواهد رفت.... باشگاه ها با خصوصی سازی دارای نظام مبتنی بر تخصص خواهند شد....	درآمد بالا برای باشگاه کمک به ایجاد اشتغال کمک به افزایش تولید ناخالص ملی کاهش قدرت سیاستون نظام مبتنی بر تخصص مدیریت تخصصی	خصوصی سازی
از این طریق بخشی از منابع مالی تامین می شود... کسب درآمد تجاری از طریق برندسازی اهمیت بسیاری در نظام باشگاه داری کشور دارد.... باشگاه های موفق با حامیان مالی همراه هستند.... رسانه های اجتماعی نقش مهمی در توسعه باشگاه های ورزشی فوتبال دارند....	حمایت مالی تبلیغات حامی مالی برندسازی بازاریابی گسترش بازار فروش	اسپانسرشیپ
یکی از زیرساخت های مهم در باشگاه ها گرفتن امتیاز حق پخش مسابقات است....	حق پخش تلویزیونی مسابقات رسانه	حق پخش
حضور باشگاه ها در بازار بورس در بسیاری از کشورها عامل ملی برای توسعه بلند مدت باشگاه است....	درآمد تجاری از برند ورزشگاه حضور باشگاه ها در بازار بورس	مشارکت در بورس
احترام گذاشتن به بازیکنان حرفه ای، پرهیز از تقلب و نقض قوانین و احترام به داور باید در بین ورزشکاران نهادینه شود.... باشگاه باید در مقابل گفتار ناپاک و فحاشی ها از سوی بازیکنان و هواداران خود پاسخگو باشد....	وظیفه گرایی چهارچوب اجرایی مسائل اخلاقی و فرهنگی پرهیز از تقلب پرهیز از نقض قوانین پرهیز از فحاشی و گفتار ناپاک احترام به داور	اخلاق و فرهنگ
عوامل محیطی بسیار گسترده هستند و نقش مهمی در نظام باشگاه داری دارند مانند هواداران، مسائل اجتماعی و سیاسی، رسانه ها و نظام باشگاه داری می تواند از الگوهای رایج در کشورهای موفق در امر فوتبال باشگاهی بهره مند شود.... به لحاظ محیطی با بومی سازی این تجارب می توان از آن ها استفاده نمود.... متغیرهای زیادی در درک محیط باشگاه ها مؤثرند از جمله عوامل اقتصادی، جغرافیایی، جامعه شناسی و	الگوبرداری از تجربه کشورهای موفق در امر فوتبال بومی سازی اهمیت دادن به متغیرهای اقتصادی، جغرافیایی و جامعه شناسی الگوبرداری از حقوق بین الملل ورزشی محیط مشارکتی هواداران مسائل سیاسی و اجتماعی	درک محیط

پس از تعیین کدهای باز و مقولات محوری، به کدگذاری گزینشی مبادرت شد. حاصل این کدگذاری در جدول ۲ نشان داده شده است. در این مرحله مقوله های مشابه و مقارن در زمینه های اصلی جای گرفتند و بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشته اند، زمینه ها به شکل مفاهیم انتزاعی تری استخراج شدند.

جدول ۲: مقولات کانونی نظام جامع باشگاه داری

ردیف	مقولات محوری	مقوله کانونی
۱	رفع نواقص مخرب	عوامل مدیریتی
۲	توجه به زیرساخت ها	
۳	رهبری	
۴	خصوصی سازی	
۵	توسعه منابع انسانی	
۶	جنبه های قانونی	عوامل حقوقی
۷	نظام بندی مالیات	
۸	مالکیت باشگاه	
۹	درک محیط	عوامل محیطی
۱۰	آموزش و آگاهی	
۱۱	اخلاق و فرهنگ	
۱۲	حمایت مالی	عوامل مالی
۱۳	حق پخش تلویزیونی	
۱۴	مشارکت در بورس	

در نهایت ارتباط بین مقوله های مختلف شناسایی شده، در قالب الگوی پارادایمی نمایش داده شده است:



نمودار ۱: الگوی پارادایمی چهارچوب نظام جامع باشگاه داری در فوتبال

بحث و نتیجه گیری

مدل و الگوی پیشنهادی پژوهش در زمینه چهارچوب نظام باشگاه داری در ورزش فوتبال کشور، مشتمل بر ۱۴ مقوله محوری رفع نواقص مخرب، توجه به زیرساخت ها، رهبری، خصوصی سازی، توسعه منابع انسانی، جنبه های حقوقی و قانونی، نظام بندی مالیات، مالکیت باشگاه، درک محیط، آموزش، اخلاق و فرهنگ، حمایت مالی، حق پخش تلویزیونی و مشارکت در بورس است که از طریق ترکیب حدود ۷۷ مفهوم اولیه به دست آمده است. پژوهش حاضر با توجه به اهمیت نظام جامع باشگاه داری و حرکت موجود به سمت تخصصی کردن الگوهای عملکردی و با توجه به فقدان مطالعات دانشگاهی در زمینه نظام جامع باشگاه داری صورت گرفت. بر این اساس، نظام جامع باشگاه داری در ورزش فوتبال به عنوان مقوله محوری بر مبنای شرایط

علّی مدیریتی، مالی، محیطی و حقوقی و از طریق راهبردهای مناسب سازی مالکیت و اداره باشگاه ها، تدوین نظام ارزیابی و نظارت، ثبت تجاری باشگاه، مدیریت رسانه، بازاریابی و به کارگیری نیروهای انسانی مجرب و متخصص و از همه مهم تر از طریق خصوصی سازی باشگاه ها محقق می شود و به تحقق پیامدهای مالی مانند افزایش درآمد و اشتغال، حس تعلق به باشگاه، تثبیت برنامه های مدیریتی، محدود شدن دخالت های سیاسی و ارتقای استانداردهای حرفه ای در ورزش فوتبال می انجامد. پیش تر نیز در تحقیقی مشابه دلدار، شهپر توفیق و باقری (۱۳۹۵) به عوامل اقتصادی و حقوقی و فرهنگی اشاره نموده و خصوصی سازی باشگاه های فوتبال را راه حل توسعه فوتبال بیان کرده اند که همسو با نتیجه حاضر است. توجه به جنبه های حقوقی و قانونی، بازاریابی و تجارت نیز در تحقیق الهی، سجادی، خبیری و ابریشمی (۱۳۹۰) مورد توجه قرار گرفته بود. این محققان نیز تاکید کرده بودند که توسعه صنعت باشگاه داری حرفه ای فوتبال در ایران وابسته به عواملی همچون مسائل حقوقی و قانونی، مدیریت بازاریابی و اندازه بازار صنعت فوتبال است که این یافته نیز با نتایج به دست آمده همسو و هماهنگ می باشد. همچنین، در مقایسه الگوی طراحی شده با ادبیات و مبانی نظری و یافته های علمی، یافته های این پژوهش با تحقیقات نماییچ (۲۰۱۹)، زلچ و پالم (۲۰۱۷)، کارتاکولیس، وروتیز، تراسو و کریمادیس (۲۰۱۳)، کاکایی و کاکایی (۲۰۱۶)، دالز و سودرمن (۲۰۱۲) و رابینسون (۲۰۱۳) همخوانی دارد. این تحقیقات نیز بر ابعاد ساختاری و مالی و محیطی نظام جامع باشگاه داری تاکید نموده اند.

در مجموع در بحث عوامل مدیریتی به عنوان مهم ترین رکن نظام باشگاه داری فوتبال کشور باید گفت، ثبات مدیریتی، مسئله مهمی است و در حال حاضر بی ثباتی مدیریتی گریبانگیر باشگاه های فوتبال کشور است و به آن توجه نمی شود. بدون تغییر ساختار مدیریتی باشگاه های فوتبال و رفع مشکلات آنها نمی توان به توسعه صنعت فوتبال چندان امید بست. وجود نگاه کوتاه مدت، نتیجه گرا و غیر تخصصی در مدیریت باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور و نیز نبود راهبرد و برنامه ریزی مناسب، عدم ثبات مدیریتی را گوشزد می کند. این موضوع باعث شده است که مدیران نگرشی کوتاه مدت به مسائل باشگاه های فوتبال داشته باشند و مدیران جدید نیز تعهدی را برای اجرای برنامه مدیران قبلی احساس نکنند و خود به تدوین برنامه ای جدید بپردازند. مسائل مالی مهم ترین چالشی است که اغلب این مدیران با آن مواجه هستند و در این تحقیق به عنوان دومین عامل مهم در نظام باشگاه داری مورد تاکید قرار گرفته است. مطابق یافته ها، اگرچه دریافت حق پخش رسانه ای در بیشتر کشورهای دنیا به صورت یک منبع درآمدی عمده برای فوتبال محسوب می شود، اما این موضوع هنوز در کشور ما و جاهت قانونی و اجرایی نیافته است. همچنین، سرمایه گذاری های کلانی که از طریق جذب حامیان مالی در این ورزش می تواند صورت گیرد، با عدم مشوق های حمایتی رو به رو است. شفافیت اقتصادی و مالی باشگاه های فوتبال و پیوستن به بورس در جذب حامی مالی مهم تلقی می شود و نقش کمیته های بازاریابی در این فرایند بسیار ارزشمند است. باید پذیرفت که جذابیت ورزش فوتبال برای عموم مردم در جهان به عنوان هدف تبلیغاتی، مورد توجه اسپانسرهای ورزشی است و باشگاه ها می توانند بهره لازم را از این شرایط ببرند. باشگاه های فوتبال در ایران، راه های محدودی برای کسب درآمد دارند. لذا جذب حامیان مالی، راهکار مناسبی برای کسب درآمد است و نکته قابل توجه در این مسیر، دانش حقوقی است. آگاهی

کامل فعالان ورزش فوتبال در زمینه مسائل تخصصی حقوق ورزشی، امری الزامی است. لزوم رعایت مقررات حقوقی داخلی و بین‌المللی در قراردادهای ورزشی ایجاب می‌کند از این قوانین و مقررات آگاهی داشته باشند تا مشکلات حقوقی که ممکن است گریبانگیر حامیان مالی، بازیکنان و باشگاه‌ها شود و موجب محرومیت و غرامت‌های سنگین گردد به حداقل برسد. با توجه به نتایج به دست آمده و چالش‌های موجود در نظام باشگاه داری فوتبال کشور، پیشنهاد این تحقیق خصوصی سازی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال است. در حال حاضر نظام باشگاه داری حرفه‌ای فوتبال ایران به خصوص در باشگاه‌های پر طرفدار، حاکی از مالکیت گسترده دولتی است، در حالی که امروزه مقوله مالکیت دولتی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال به شدت غیرمعقول و در بسیاری از کشورها از جمله کشورهای اروپایی، غیرقانونی است. با وجود تحقیقات گسترده در زمینه مزایای خصوصی سازی باشگاه‌ها و برشمردن معایب آن، از جمله تحقیق ترابی، قربانی، باقری و طریقی (۱۳۹۴) و دلدار، کارگر و غفوری (۱۳۹۵)، همچنان نظام باشگاه داری فوتبال کشور دولت-محور است و حتی در باشگاه‌هایی که ادعا دارند که به عنوان بخش خصوصی مشغول فعالیت هستند، همچنان عزل و نصب مدیران، تابع تصمیم مدیران دولتی است و اختیار باشگاه‌ها در دست دولت می‌باشد. بنابراین راهبرد و برنامه ریزی مناسب در عرصه خصوصی سازی و اقدامات زیربنایی مناسب در حرکت به سمت باشگاه داری حرفه‌ای فوتبال کشور مورد توجه قرار نگرفته است.

بدین ترتیب، پیشنهاد می‌شود مسئولان و سیاستگذاران کلان ورزش و فوتبال کشور تأملی جدی پیرامون توسعه استانداردهای لازم در نظام باشگاه داری حرفه‌ای فوتبال و حرکت به سوی خصوصی سازی آن‌ها داشته باشند. راهکارهای اجرایی در این زمینه می‌تواند ورود به فرابورس و فراهم کردن زمینه ارتقای تیم‌های فوتبال، ورود به بازار بورس و در نهایت خرید سهام باشگاه‌ها توسط طرفداران باشد. با این کار در حقیقت مردم سهامدار باشگاه‌ها خواهند بود.

منابع

- الهی، علیرضا؛ سجادی، سیدنصرالله؛ خیبری، محمد و ابریشمی، حمید (۱۳۹۰). «موانع توسعه صنعت باشگاه داری حرفه ای فوتبال ایران». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۸، صص ۵۳-۶۸.
- ترابی، تقی؛ قربانی، مهسا؛ باقری، میثم و طریقی، سمانه. (۱۳۹۴). «روش های نوین تأمین مالی باشگاه های فوتبال در کشورهای توسعه یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه (مورد خاص: باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران و انگلستان)». دانش سرمایه گذاری. سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۲۱۷-۲۳۱.
- دلدار، ابراهیم؛ کارگر، غلامی و غفوری، فرزاد. (۱۳۹۵). «بررسی موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه های لیگ حرفه ای فوتبال کشور». دوره ۵، شماره ۲، صص ۵۳-۶۸.
- دلدار، ابراهیم؛ شهرتوفیق، آزیتا و باقری، قدرت الله. (۱۳۹۵). «بررسی موانع خصوصی سازی باشگاه های لیگ حرفه ای فوتبال ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۳۵، صص ۹۷-۱۱۸.
- رایبسون، متیو. (۱۳۹۲). مدیریت باشگاه ورزشی. رحیم رمضانی نژاد، مهدی آزادگان و مالک آزادگان. تهران: نشر علم و حرکت

- Barros, C. P. (2006). "The financial crisis in Portuguese football". Journal of Sports Economics, 7 (1): 96-104.
- Charmaz, K. (2006). "Grounded theory: Objectivist and constructivist methods". In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 509-535). Thousand Oaks, CA: Sage
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). "Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria". Qualitative Sociology, 13(1), 3-21.
- Cucui, Gh.G., & Cucui, I.A. (2016). "Analysis of the management Football Clubs (Junior)". Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series IX, Vol. 9 (58) No. 1.
- Dolles, H., Soderman, S. (2012). "The network of value captures in football club management: A framework to develop and analyze competitive advantage in professional team sports". Handbook of Research on Sport and Business. Cheltenham: Edward Elgar.
- Dobson, S., Goddard, J. (2010). *The Economics of Football*. Landon. Cambridge University Press. First Published.
- Hamil, S., Miche, J., Oughton, C. (2001). "A Game of two Halves: The business of football". Football Governance Research Center. Recognized Center of Birkbeck, University of London.
- Morrow, S. (2004). *The financial crisis in Scottish football*. Scottish Affairs: 47, 48.

- Nemanich, L.A. (2019). **“Ahead of the Chains: Business Leadership Insights from the Game of Football”**. by Matthew F. Prostko. Academy of Management Learning & Education, 18(1), 117–118.
- Kartakoullis, N., & Vrontis, D., & Thrassou, A. & Kriemadis, A. (2013). **“Strategic Resource Planning for Football Clubs”**. International Business and Entrepreneurship Development, Vol. 7, No. 1.
- Smith, J. (2009). **Football, It's Values, Finances and Reputation**. Report to the Football Association.

آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

محمد میرزا کریمی^۱

محمد رضا اسمعیلی شازندی^۲

زهرا حاجی انزهایی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۴/۳۰

هدف کلی پژوهش حاضر، آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی بود. این پژوهش، تحقیقی همبستگی از نوع مدلسازی معادلات ساختاری بود و از لحاظ هدف جزو تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود که گردآوری داده‌های آن به صورت میدانی انجام پذیرفت. جامعه آماری این تحقیق را تمام کارکنان وزارت ورزش و جوانان تشکیل می‌داد که تعداد آن‌ها ۸۹۰ نفر برآورد می‌شود. حداقل نمونه آماری براساس فرمول کوکران ۲۶۸ نفر و با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شد. در این تحقیق از پرسشنامه‌های استاندارد «تضاد مبتنی بر زمان با اوقات فراغت»، «تضاد مبتنی بر خستگی با اوقات فراغت»، «فشار کاری»، «فرهنگ بخش بندی» و «نگرش رفتاری اوقات فراغت» استفاده شد که روایی سازه و همگرایی و پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. نتایج مدلسازی معادلات ساختاری نشان داد که فشار کاری و تضاد مبتنی بر خستگی بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر معنی داری ندارد، در حالی که تاثیر فرهنگ بخش بندی بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید

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

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Mohammadrezaesmaili@yahoo.com

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

● آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

بر فعالیت بدنی مثبت معنی دار و تضاد مثبتی بر زمان بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی منفی و معنی دار بود.

بنابراین، پیشنهاد می شود مدیران وزارت ورزش و جوانان به منظور بهبود نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی در انتهای هر هفته همایش های پیاده روی و مسابقات ورزشی برگزار نمایند.

واژگان کلیدی: ویژگی های شغلی، تضاد کار اوقات فراغت، نگرش به اوقات فراغت، فعالیت بدنی و تضاد مثبتی بر زمان

مقدمه

زندگی سازمانی با فشارهای روانی، استرس و خستگی ناشی از کار همراه است. در چنین شرایطی، متخصصان علوم رفتاری از تفریحات ورزشی به عنوان وسیله‌ای مؤثر و مطلوب برای تأمین تفریح سالم و شادابی و نشاط در سازمان‌ها و ادارات یاد می‌کنند تا علاوه بر بالا بردن توان کاری، برای رشد و توسعه جنبه‌های اخلاقی، روانی و اجتماعی افراد نیز مؤثر واقع شود (فراهانی، حسینی و مرادی، ۱۳۹۶). یکی از مسائل بسیار مهمی که در زندگی همه انسان‌ها در کنار کار و فعالیت‌های روزانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، اوقات فراغت^۱ و چگونگی گذران آن است. اوقات فراغت، ساعاتی است که برای تجدید قوا، رفع خستگی، استراحت، تفریح و لذت از زندگی به کار گرفته می‌شود. البته شاید این مقوله از نظر بسیاری از افراد چندان مهم و با ارزش تلقی نشود، اما به جرأت می‌توان گفت همان طور که نوع شغل و میزان دقت و توجه افراد به شغل‌شان در زمان انجام آن می‌تواند باعث رشد و توسعه جامعه شود، به همان نسبت چگونگی گذران اوقات فراغت و اختصاص دادن زمانی خاص به شکل صحیح و منطقی به اوقات فراغت هم می‌تواند در جای خود باعث رشد و ارتقای تک تک افراد در زندگی شخصی و اجتماعی شود (غفوری، زارعی، خیراندیش بروجنی و یابنده، ۱۳۹۴).

طبق الگوی سنتی، کار و شغل افراد تعیین کننده رفتارهای فراغتی ایشان پنداشته می‌شود، اما به تدریج شواهدی برای این نظر و حتی تردید در کارآمدی متغیرهای سن، جنسیت و طبقه اجتماعی برای تبیین الگوهای رفتار فراغت به دست آمده است. در هشتمین کنگره ورزش همگانی^۲ (۲۰۰۸) در کانادا نیاز فوری به ارائه یک طرح جامع در مورد تغییر شیوه زندگی و گنجاندن ورزش در برنامه زندگی برای تأمین نیازهای حرکتی و آمادگی جسمانی مورد تأکید قرار گرفت. ورزش یکی از راه‌هایی است که افراد می‌توانند به کمک آن بر فشارهای جسمی، روحی، روانی و اجتماعی ناشی از زندگی در دنیای متلاطم و پرتنش امروزی فائق آیند (میرغفوری، تورانلو و میرفخرالدینی، ۱۳۸۸).

در بسیاری از کشورهای جهان، برنامه‌ریزی دولت‌ها در جهت بهینه‌سازی و برنامه‌ریزی اوقات فراغت در جهت ایجاد تحرک و فعالیت ورزشی آن‌ها صورت می‌گیرد. امروزه ورزش و فوق برنامه‌های آن به منظور گذراندن ساعات فراغت و ایجاد لحظات شاد و احساس آرامش و آسودگی بیشتر، مطرح و به عنوان راه حل بسیاری از مشکلات جسمی و روحی افراد جامعه در نظر گرفته می‌شود. تمرین‌های صحیح و منظم ورزشی به عنوان بخش مهمی از وظایف روزانه هر فرد می‌تواند در سلامت و بهداشت جامعه و انجام وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی که نیازمند بدنی نیرومند و قوی است، تاثیرگذار باشد و کسانی موفق‌ترند که از آمادگی جسمانی بهتری برخوردار باشند (رضوی و پسرکلو، ۱۳۹۲).

در شرایط کنونی جوامع و تغییرات رفتاری ایجاد شده در بین افراد در سال‌های اخیر، تمایل به راحت طلبی افزایش پیدا کرده است و زمان برای شرکت در فعالیت‌های اوقات فراغت نیز ارزشمند شده است. ایجاد تعادل بین کار و اوقات فراغت به شدت اهمیت یافته و تضاد کار - اوقات فراغت در حوزه پژوهشی کسب و کار

1. Leisure time

2. Attends the world sport for all

توجهات زیادی را معطوف خود ساخته است (سائور و یین^۱، ۲۰۱۸). تضاد بین نقش‌های شغلی و غیرشغلی هنگامی رخ می‌دهد که نقش‌ها در کار و زندگی نامتناسب باشند و وقتی این تضاد افزایش می‌یابد که توزیع زمان برای کار، خانواده و اوقات فراغت ناعادل باشد (تامپسون و بوندرسون^۲، ۲۰۰۱). بنابراین، افراد به احتمال زیاد برای ایجاد تعادل و توالی در منابع موجود برای حوزه‌های کاری و غیرکاری، دچار معضلات دوگانه منحصراً به فرد می‌شوند، زیرا حوزه‌های کاری و غیرکاری- مانند کار و خانواده و کار و اوقات فراغت- به دلیل محدودیت زمانی و انرژی افراد ممکن است تضاد یا تقابل ایجاد کنند (گائو، چن، هوانگ، و لین^۳، ۲۰۱۹)

به نظر می‌رسد که با توجه به این که اکنون افراد بیشتر به کیفیت زندگی در خارج از محل کار اهمیت می‌دهند (کلارک^۴، ۲۰۰۹) تضاد بین کار و اوقات فراغت همه گیر است. بنابراین، مفهوم تضاد کار و اوقات فراغت توسعه یافته است (لین، ونگ، و هو^۵، ۲۰۱۵) تضاد کار- اوقات فراغت، نوعی از تعارضات درون شغلی است که در آن فشارهای ناشی از نقش‌های شغلی و اوقات فراغت از جهات خاصی از جمله تضاد بین تضاد کار با اوقات فراغت و تضاد اوقات فراغت با کار ناسازگار هستند (سائور و همکاران، ۲۰۱۲). لین و همکاران (۲۰۱۳) تضاد کار- اوقات فراغت را به عنوان احساس فشار کارکنان از تداخل کار با حضور در اوقات فراغت به دلیل نیاز به کار در شیفت‌های مختلف تعریف کرده‌اند. تضاد کار- اوقات فراغت به سه شکل صورت می‌گیرد: تضاد مبتنی بر زمان^۶، تضاد مبتنی بر خستگی^۷ و تضاد مبتنی بر رفتار^۸ (سائور و همکاران، ۲۰۱۲). تضاد مبتنی بر زمان، وقتی اتفاق می‌افتد که فرد تحقق نیازهای اوقات فراغت (یا کار) را در نتیجه اختصاص زمان زیادی به کار (یا اوقات فراغت) دشوار بداند، در حالی که تضاد مبتنی بر فشار زمانی اتفاق می‌افتد که فشار ناشی از کار (یا اوقات فراغت) تحقق مطالبات را در حوزه اوقات فراغت (یا کار) دشوار نماید (گائو و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، تضاد مبتنی بر رفتار نیز زمانی روی می‌دهد که رفتارهای خاص مورد نیاز در نقش‌های کار (یا اوقات فراغت) انجام الزامات نقش اوقات فراغت (یا کار) را دشوار سازد.

از سوی دیگر، سرعت سریع تغییر و فشار کاری^۹ سنگین از مشخصه‌های بارز محیط‌های کار در جامعه معاصر است به ویژه در کشورهایی که کار برای ساعات طولانی بسیار مورد توجه عموم قرار گرفته است (درکس و بکر^{۱۰}، ۲۰۱۴). فشار کاری به میزان کارهایی که توسط کارفرمایان به کارکنان واگذار می‌شود، اشاره دارد (گائو و همکاران، ۲۰۱۹). از طرفی تضاد مبتنی بر زمان نیز زمانی اتفاق می‌افتد که فشار و محدودیت زمانی مرتبط با یک نقش از تحقق انتظارات نقش‌های دیگر ممانعت کند (گرنهاوس و بتل^{۱۱}، ۱۹۸۵). بنابراین، زمان، یک منبع

1. Tsaur & Yun
2. Thompson & Bunderson
3. Gao, Chen, Huang, & Lin
4. Clark
5. Lin, Wong, & Ho
6. Time-based
7. Strain-based
8. Behavior-based
9. Workload
10. Derks & Bakker
11. Greenhaus & Beutell

ثابت است که توسط افراد برای برآورده ساختن نیازهای مختلفشان باید مدیریت شود. علاوه بر زمان، فرهنگ بخش‌بندی^۱ یکی از عوامل موثر بر تضاد کار- اوقات فراغت معرفی شده است (گائو و همکاران، ۲۰۱۹). بخش‌بندی کار- زندگی به میزانی اشاره دارد که کارکنان قادر به انجام مجزای نقش‌های کاری و خانوادگی هستند (یون، کتینگر و له^۲، ۲۰۱۲). بنابراین، ایجاد و طراحی تقسیم‌بندی دقیق بین کار و زندگی می‌تواند به جلوگیری از ایجاد تداخل در حوزه‌های کاری و غیر کاری منجر شود و ایجاد تعادل بین کار و زندگی را تسهیل سازد (کلارک، ۲۰۰۹). در این راستا، سیمونز^۳ و همکاران (۲۰۱۶) اذعان داشتند ورزشکارانی که بتوانند بین نقش‌های شغلی، خانوادگی و تفریحی حد و مرزهای قوی‌تری را تعیین کنند می‌توانند در ایجاد تعادل مطلوب بین این حوزه‌ها موفق‌تر باشند. علاوه بر این، مشخص شده است که کارکنانی که کار و اوقات فراغت را به عنوان دو حوزه جداگانه تلقی می‌کنند، در حین زمان‌ها و فعالیت‌های اوقات فراغت‌شان خودشان را از محیط‌های استرس‌زا جدا شده می‌دانند (کروپلی و میلوارد^۴، ۲۰۰۹).

۲۵۱

از سوی دیگر، یکی از پیامدهای تضاد کار- اوقات فراغت، نگرش‌های مرتبط با اوقات فراغت^۵ بوده است. نگرش نسبت به اوقات فراغت نشان‌دهنده تمایل درونی افراد به شرکت در اوقات فراغت تعریف شده است (منال و کلیبر^۶، ۱۹۹۷). اگر چه نگرش به اوقات فراغت، رفتار واقعی افراد در اوقات فراغت نیست، اما نشان‌دهنده انگیزش درونی آنهاست و می‌تواند مشارکت واقعی در فعالیت‌های اوقات فراغت را پیش‌بینی کند (والکر، دنگ، و چاپمن^۷، ۲۰۰۷).

در این راستا، ویویان^۸ و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «تأثیر فشار کاری و متغیرهای روان‌شناختی بر نگرش نسبت به اوقات فراغت در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی کشور نیجریه» انجام دادند. در این تحقیق ۷۹۸ دانشجوی شرکت کردند و نتایج ضریب همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین فشار کاری با نگرش نسبت به اوقات فراغت رابطه منفی معنادار وجود دارد. گائو و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «کار و اوقات فراغت در تایوان: بررسی پیشایندها و پیامدهای تضاد کار- اوقات فراغت» انجام دادند. در این تحقیق ۴۴۰ کارمند شرکت کردند و نتایج مدلسازی معادلات ساختاری نشان داد که فشار کاری بر رضایت از اوقات فراغت تأثیر منفی معناداری دارد. فرانسون^۹ و همکاران (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «فشار کاری به عنوان یکی از پنج عامل خطرناک برای عدم فعالیت بدنی در اوقات فراغت» انجام دادند. در این تحقیق ۱۷۰۰۰ مرد و زن شرکت کردند و نتایج فزاینده تحلیل به صورت چندمقطعی نشان داد که فشار کاری بر رضایت از فعالیت بدنی تأثیر

1. Segmentation culture
2. Yun, Kettinger, & Lee
3. Simmons
4. Cropley & Millward
5. Leisure attitudes
6. Mannell & Kleiber
7. Walker, Deng, & Chapman
8. Vivian
9. Fransson

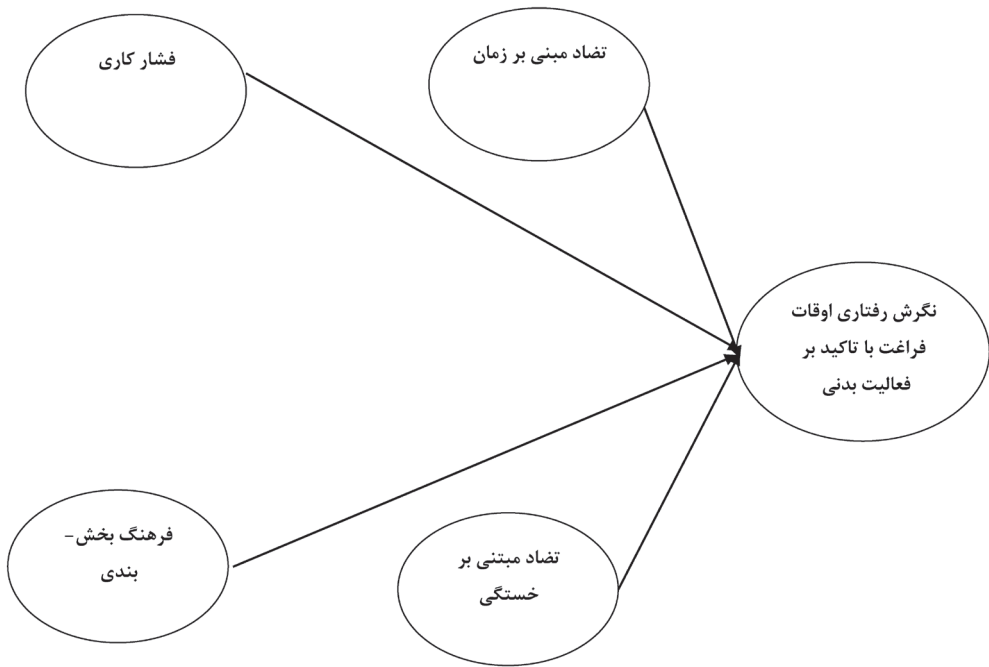
منفی معناداری دارد. یائو^۱ (۲۰۰۸) رابطه بین عوامل استرس‌زای کاری، وضعیت سلامتی و شرکت در فعالیت بدنی را در میان پرستاران کشور تایوان بررسی کرد. در این تحقیق ۴۲۰ پرستار زن شرکت کردند و نتایج نشان داد که فشار کاری بر فعالیت بدنی پرستاران تاثیر منفی معنادار دارد. مک‌کارتی^۲ و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «تقاضاهای شغلی و فعالیت بدنی در کار و اوقات فراغت» انجام دادند. در این تحقیق که به صورت مقطعی انجام گرفت، ۲۱۰ پرستار شرکت کردند. نتایج نشان داد که بین فشار کاری با شرکت در فعالیت بدنی در اوقات فراغت رابطه مثبت معناداری وجود دارد. امامی شیده و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی ارتباط گذران اوقات فراغت فعال با اشتیاق شغلی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که بین اوقات فراغت فعال و مولفه‌های اشتیاق شغلی و همچنین بین اوقات فراغت فعال و مولفه‌های بهره‌وری رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

با وجود این، تضاد کار- اوقات فراغت به عنوان یکی از حلقه‌های مفقوده در حوزه آکادمیک در بحث اوقات فراغت در سازمان‌های ورزشی داخل کشور مورد غفلت واقع شده است که پژوهش حاضر به لحاظ نوآوری پژوهشی در بررسی تضاد کار- اوقات فراغت و نگرش به اوقات فراغت ورزشی قابل اهمیت است. در سازمان‌های دولتی ایران به دلیل برخی محدودیت‌ها از جمله: ساعات کاری، جلسات، هنجارها و فرهنگ‌های حاکم بر سازمان‌ها و همچنین، محدودیت‌های قانونی در این حوزه عملاً به برنامه‌های اوقات فراغت در حین کار و یا در محیط‌های کاری توجهی نشده و به شدت مورد غفلت واقع شده است، اما نکته قابل تأمل و مبهم این مسئله مربوط به جنبه احساس تضاد بین کار و اوقات فراغت در محیط‌های کاری از دیدگاه مسئولان و حتی خود کارکنان است که به نظر می‌رسد منشأ اصلی مشکلات در این حوزه می‌باشد. به نظر می‌رسد نوع رفتارهایی که در محیط‌های کاری کارکنان باید آن‌ها را رعایت کنند و تفاوت موجود بین این رفتارها با رفتارهای حین اوقات فراغت منجر به بروز تضادی شده است که از لحاظ رفتاری مانع از مشارکت در اوقات فراغت می‌شود. از سوی دیگر، حجم بالای کار در برخی پست‌های سازمانی و طولانی بودن و حتی چند شیفته بودن شغل برخی از کارکنان و نیز ترجیح کارکنان به اضافه کاری که منجر به صرف زمان بیشتر برای نقش‌های شغلی می‌شود، موجب ایجاد تضادهایی برای سایر نقش‌ها از جمله حضور در برنامه‌های اوقات فراغت می‌گردد. از این‌رو، یکی از معضلات و مشکلات محیط‌های کاری و کارکنان، ادراک تضاد بین برخی رفتارها، نقش‌ها و همچنین محدودیت‌های زمانی است که از انجام فعالیت بدنی در اوقات فراغت کارکنان جلوگیری می‌کند. لذا، پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این سوال است:

آیا مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان از برازش کافی برخوردار است؟

1. Yao

2. Mc Carthy



مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، تحقیقی از نوع همبستگی و مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری است و از لحاظ هدف، جزو تحقیقات کاربردی محسوب می شود. از لحاظ زمان نیز مقطعی بود. جامعه آماری این تحقیق را تمام کارکنان وزارت ورزش و جوانان تشکیل می دادند که براساس اعلام از امور اداری وزارت ورزش و جوانان در سال ۱۳۹۸، حدود ۸۹۰ نفر بودند. حداقل نمونه آماری براساس فرمول کوکران ۲۶۸ نفر و با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شد.

در این تحقیق از پرسشنامه های استاندارد استفاده شد که به منظور آماده سازی پرسشنامه ابتدا با استفاده از تکنیک ترجمه و بازترجمه، پرسشنامه های تحقیق آماده شد، بدین صورت که ابتدا نسخه انگلیسی به فارسی ترجمه شد. سپس متن ترجمه شده توسط یک مترجم به انگلیسی برگردانده شد. آنگاه میزان مطابق پرسشنامه ترجمه شده بررسی شد و پس از حصول اطمینان از صحت ترجمه به منظور بررسی روایی صوری و محتوایی در اختیار ۱۵ نفر از اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی قرار گرفت.

«پرسشنامه تضاد مبتنی بر زمان با اوقات فراغت»: این پرسشنامه شامل ۷ گویه است که توسط سائور و همکاران (۲۰۱۲) طراحی شده است و شرکت کنندگان در طیف لیکرت ۱۰ درجه ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۱۰ (کاملاً موافقم) به گویه ها پاسخ دادند. در این پژوهش برای بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی تاییدی

استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سوال ۳ دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ است که براساس قاعدهٔ مگنر و همکاران (۱۹۹۶) از سوالات پرسشنامه حذف شد.

«پرسشنامه تضاد مبتنی بر خستگی با اوقات فراغت»: این پرسشنامه شامل ۸ گویه است که توسط سائور و همکاران (۲۰۱۲) طراحی شده است و شرکت کنندگان در طیف لیکرت ۱۰ درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۱۰ (کاملاً موافقم) به گویه‌ها پاسخ دادند. برای بررسی روایی سازه در این پژوهش، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد و نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سوالات ۳ و ۴ دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ است که از سوالات پرسشنامه حذف شدند.

«پرسشنامه فشار کاری»: این پرسشنامه شامل ۵ گویه است که توسط اسپکتور و همکاران (۱۹۹۸) طراحی شده است و شرکت کنندگان از طریق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ (کمتر از ۱ بار در ماه) تا ۵ (چندین بار در طول روز) به گویه‌ها پاسخ دادند. برای بررسی روایی سازه در این پژوهش، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که تمامی شاخص‌های مربوط به پرسشنامه دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۴ می‌باشند بنابراین از روایی مطلوبی برخوردار هستند.

«پرسشنامه فرهنگ بخش بدنی»: این پرسشنامه شامل ۴ گویه است که توسط یون و همکاران (۲۰۱۲) طراحی شده است و شرکت کنندگان از طریق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) به گویه‌ها پاسخ دادند. در این پژوهش برای بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که تمامی شاخص‌های مربوط به پرسشنامه دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۴ می‌باشند. بنابراین از روایی مطلوبی برخوردار هستند.

«پرسشنامه نگرش رفتاری اوقات فراغت»: این پرسشنامه شامل ۶ گویه است که توسط تکسیرا و همکاران (۲۰۱۳) طراحی شده است و شرکت کنندگان از طریق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) به گویه‌ها پاسخ دادند. برای بررسی روایی سازه در این پژوهش، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که تمام گویه‌ها دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ است. بنابراین از سوالات پرسشنامه حذف شدند.

فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ملاک واریانس مستخرج از سازه‌ها را ۰/۵۰ و مگنر و همکاران (۱۹۹۶) بالای ۰/۴۰ در نظر می‌گیرند (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱؛ مگنر و همکاران، ۱۹۹۶). براین اساس می‌توان مشاهده کرد که تمام سازه‌های تحقیق دارای واریانس بالای ۰/۴۰ و از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند. همچنین پایایی ترکیبی (ضریب دیلون - گلداشتاین) به دست آمده برای سازه‌ها نیز از ملاک ۰/۷۰ بالاتر می‌باشد که نشان دهندهٔ قابل قبول بودن آن‌هاست. بنابراین، می‌توان گفت که روایی همگرایی پرسشنامه مورد تایید می‌باشد. علاوه بر این، ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده حاکی از بالاتر بودن آن‌ها از معیار ۰/۷۰ و در نتیجه، قابل قبول بودن پایایی پرسشنامه هاست.

جدول ۱: بررسی روایی همگرا سازه‌ها

متغیرها	میانگین واریانس مستخرج از سازه	پایایی ترکیبی	آلفای کربناخ
تضاد مبتنی بر خستگی	۰/۵۷	۰/۸۹	۰/۸۵
تضاد مبتنی بر زمان	۰/۴۴	۰/۸۲	۰/۷۷
فرهنگ بخش بندی	۰/۴۶	۰/۷۷	۰/۷۴
فشار کاری	۰/۶۲	۰/۸۹	۰/۸۶
نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی	۰/۴۵	۰/۸۳	۰/۷۵

اعداد در قطر جدول دو جذر واریانس هر سازه می باشد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) اذعان می دارند که اگر جذر واریانس مستخرج از هر سازه از مقدار رابطه هر سازه با سازه دیگر بیشتر باشد، روایی واگرایی مدل مورد تایید است. با توجه به جذر واریانس های به دست آمده برای هر سازه که از تمامی روابط موجود بزرگتر می باشند، می توان گفت که روایی واگرایی پرسشنامه ها مورد تایید است. در تجزیه و تحلیل داده ها، از تحلیل عاملی تاییدی برای بررسی روایی سازه و همگرایی پرسشنامه ها و برای آزمون مدل از مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۱ استفاده شد. تجزیه و تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۲ نسخه ۳ انجام گرفت.

جدول ۲: معیار فرنل و لارکر

متغیرها	تضاد مبتنی بر خستگی	تضاد مبتنی بر زمان	فرهنگ بخش بندی	فشار کاری	نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی
تضاد مبتنی بر خستگی	۰/۷۶۰				
تضاد مبتنی بر زمان	۰/۴۶۳	۰/۶۶۷			
فرهنگ بخش بندی	-۰/۰۹۰	-۰/۰۹۳	۰/۶۸۴		
فشار کاری	۰/۰۹۳	۰/۳۸۷	-۰/۱۳۲	۰/۷۹۳	
نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی	-۰/۰۹۰	۰/۱۴۳	۰/۲۶۳	۰/۱۴۸	۰/۶۷۳

یافته های پژوهش

از لحاظ وضعیت سنی، بیشترین فراوانی به تعداد ۱۲۷ نفر به دامنه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و کمترین فراوانی به تعداد ۴ نفر به دامنه سنی زیر ۳۰ سال تعلق داشت. از لحاظ وضعیت جنسیت، از بین افراد نمونه تعداد ۱۵۲ نفر مرد (حدود ۵۷ درصد) و تعداد ۱۱۶ نفر زن (حدود ۴۳ درصد) بودند. از لحاظ وضعیت تاهل، از بین افراد نمونه تعداد ۲۵ نفر مجرد (حدود ۹ درصد) و تعداد ۲۴۳ نفر متاهل (حدود ۹۱ درصد) بودند. از لحاظ

1. Partial Least Square (PLS)

2. SmartPls

● آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

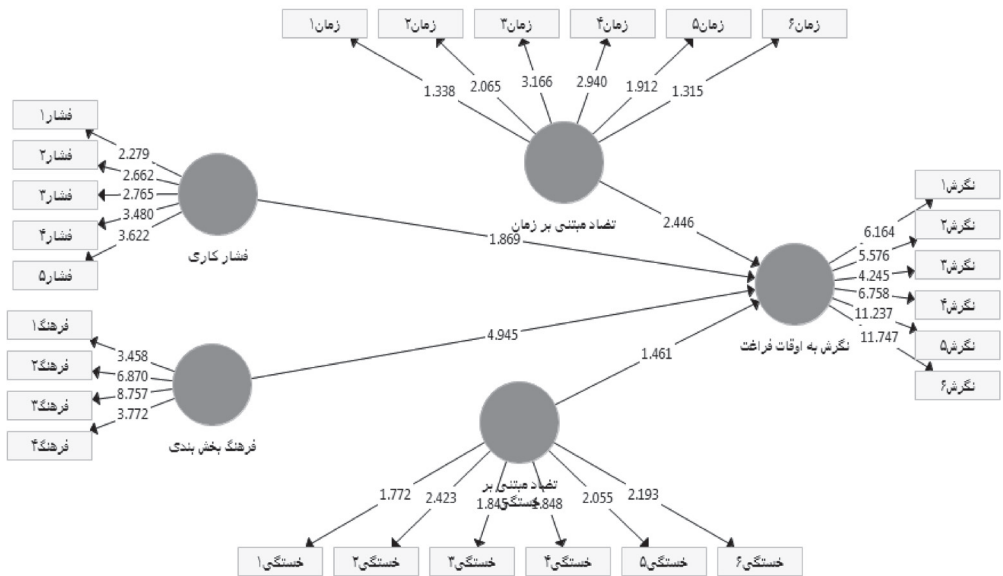
وضعیت تحصیلی، بیشترین فراوانی به تعداد ۱۱۵ نفر دارای مدرک کارشناسی (حدود ۴۳ درصد) و کمترین فراوانی به تعداد ۲۰ نفر دارای مدرک تحصیلی دکتری (حدود ۸ درصد) بودند.

جدول ۲: وضعیت چولگی و کشیدگی متغیرها برای توزیع نرمال داده‌ها

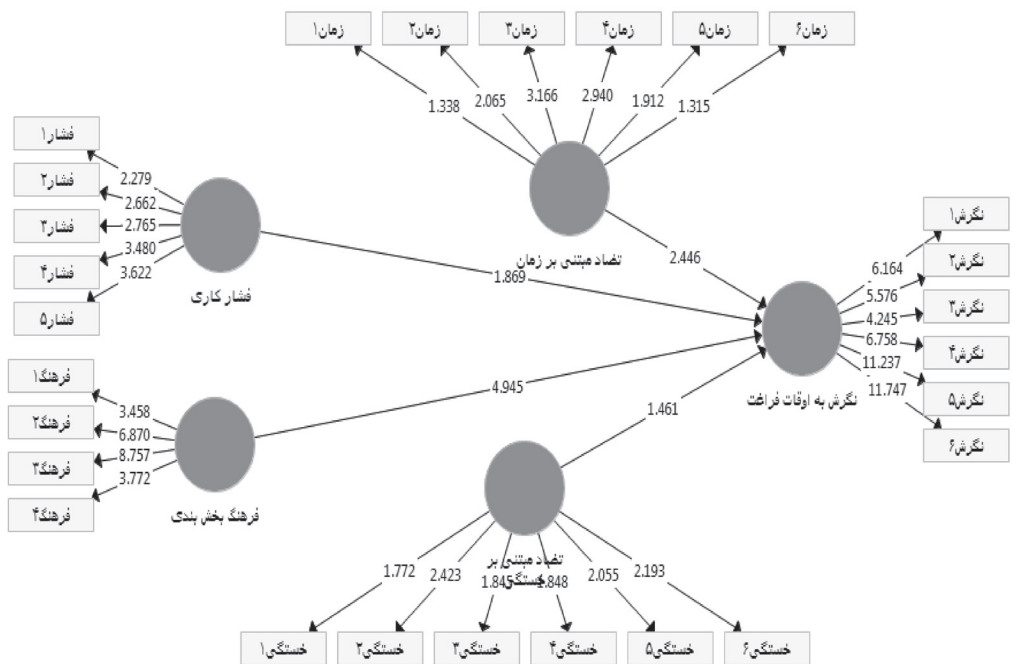
شاخص	چولگی	کشیدگی	توزیع داده‌ها
فشار کاری	-۰/۲۳۴	-۰/۸۱۲	نرمال
فرهنگ بخش‌بندی	۰/۱۲۹	-۰/۲۴۹	نرمال
تضاد مثبتی بر زمان برای اوقات فراغت	۰/۳۱۳	-۰/۲۹۸	نرمال
تضاد مثبتی بر خستگی با اوقات فراغت	۰/۳۱۳	-۰/۷۴۳	نرمال
نگرش رفتاری اوقات فراغت	-۲/۰۶۴	-۲/۰۴۶	غیرنرمال

برای تعیین آزمون‌های پارامتریک و غیر پارامتریک نرمال بودن داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نتایج جدول ۳، مقادیر چولگی و کشیدگی خارج از بازه ± ۲ قرار دارد که حاکی از غیر نرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق می‌باشد. لذا از آزمون‌های آماری ناپارامتریک برای بررسی فرضیه‌ها استفاده می‌شود. با توجه به این غیر نرمال بودن توزیع داده‌ها، از مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

جدول ۴، وزن‌های رگرسیونی استاندارد شده مدل را نشان می‌دهد. فشار کاری با ضریب رگرسیونی ۰/۱۲ و آماره تی ۱/۸۶ و سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر معنی داری ندارد. همچنین، فرهنگ بخش‌بندی با ضریب رگرسیونی ۰/۲۸ و آماره تی ۴/۹۴ و سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر مثبت معنی داری دارد. علاوه بر این، تضاد مثبتی بر زمان با ضریب رگرسیونی ۰/۲۰- و آماره تی ۲/۴۴ و سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر منفی معنی داری دارد. تضاد مثبتی بر خستگی با ضریب رگرسیونی ۰/۱۶- و آماره تی ۱/۴۶ و سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر معنی داری ندارد.



شکل ۱: مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۲: مقادیر ضرایب معناداری مدل پژوهش

● آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان

جدول ۴: وزن‌های رگرسیون استاندارد شده مدل پیش فرض

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	بتا	متغیر مستقل
رد	۰/۰۶۲	۱/۸۶۹	۰/۱۲۳	فشار کاری ---< نگرش به اوقات فراغت
تایید	۰/۰۰۱	۴/۹۴۵	۰/۲۸۳	فرهنگ بخش بندی --- نگرش به اوقات فراغت
تایید	۰/۰۱۵	۲/۴۴۶	-۰/۲۰۰	تضاد مبتنی بر زمان ---< نگرش به اوقات فراغت
رد	۰/۱۴۵	۱/۴۶۱	-۰/۱۶۹	تضاد مبتنی بر خستگی --- نگرش به اوقات فراغت

برای بررسی برازش مدل، از شاخص نیکویی برازش استفاده می‌شود. برای به دست آوردن برازش مدل در ابتدا باید مقدار اشتراکی متغیر وابسته (نگرش به اوقات فراغت) (۰/۴۵) و سپس مقدار ضریب تعیین متغیر وابسته (نگرش به اوقات فراغت) (۰/۱۳) را در نظر گرفت و سپس این مقادیر را در فرمول زیر گذاشت:

$$GOF = \sqrt{Communality \times Rsquare}$$

$$GOF = \sqrt{0.45 \times 0.13} =$$

$$GOF = \sqrt{0.058}$$

$$GOF = 0.241$$

در نتیجه مقدار شاخص GOF برابر است با ۰/۲۴۱ که این عدد با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، و ۰/۴۱ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، حاکی از برازش کلی متوسط می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف کلی پژوهش حاضر، آزمون مدل ویژگی‌های شغلی و تضاد کار- اوقات فراغت با نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی بود. نتایج نشان داد که فشار کاری بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر معنی داری ندارد. برخلاف یافته‌های پژوهش حاضر، ویویان و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که بین فشار کاری با نگرش نسبت به اوقات فراغت رابطه منفی معنادار وجود دارد. نتایج تحقیق گائو و همکاران (۲۰۱۹) نیز نشان داد که فشار کاری بر رضایت از اوقات فراغت تاثیر منفی معناداری دارد. فرانسون و همکاران (۲۰۱۲) نیز نشان دادند که فشار کاری بر رضایت از فعالیت بدنی تاثیر منفی معناداری دارد. یائو (۲۰۰۸) دریافت که فشار کاری بر فعالیت بدنی پرستاران تاثیر منفی معنادار دارد. نتایج تحقیق مک‌کارتی و همکاران (۲۰۱۸) هم نشان داد که بین فشار کاری با شرکت در فعالیت بدنی در اوقات فراغت رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق ویویان و همکاران (۲۰۱۸)، فرانسون و همکاران (۲۰۱۲)، گائو و همکاران (۲۰۱۹)، یائو (۲۰۰۸) و مک‌کارتی و همکاران (۲۰۱۸) ناهمسو می‌باشد. از دلایل احتمالی این ناهمسوئی می‌توان به تفاوت جامعه آماری پژوهش‌ها اشاره کرد. زندگی سازمانی با فشارهای روانی، استرس و خستگی ناشی از کار همراه است. در چنین شرایطی، از تفریحات ورزشی در سازمان‌ها و

ادارات به عنوان وسیله ای مؤثر و مطلوب برای تأمین تفریح سالم و شادابی و نشاط یاد می شود تا علاوه بر بالا بردن توان کاری، برای رشد و توسعه جنبه های اخلاقی، روانی و اجتماعی افراد نیز مؤثر واقع شود. از طرفی، طبق نظر والکر و همکاران (۲۰۰۷) نگرش اوقات فراغت، رفتار واقعی افراد در اوقات فراغت نیست، اما نشان دهنده انگیزش درونی آنهاست و می تواند مشارکت واقعی در فعالیت های اوقات فراغت را پیش بینی کند. براین اساس و در توجیه عدم معناداری تاثیر فشار کاری بر نگرش به اوقات فراغت در کارکنان وزارت ورزش و جوانان می توان چنین اذعان داشت که از دیدگاه شرکت کنندگان در این تحقیق انگیزه آن ها برای شرکت در فعالیت های بدنی در اوقات فراغت تحت تاثیر عامل فیزیولوژیکی و جسمانی و خستگی ناشی از فشار کاری نیست و احتمالاً دلایل دیگری از جمله: کاهش وزن، سبک زندگی سالم، بازیابی روحی- روانی و... در نگرش و انگیزه کارکنان برای شرکت در فعالیت بدنی در اوقات فراغت مؤثر است.

۲۵۹

نتایج دیگر این تحقیق نشان داد که فرهنگ بخش بندی بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر مثبت و معنی داری دارد. گانو و همکاران (۲۰۱۹) فرهنگ بخش بندی را یکی از عوامل مؤثر بر تضاد کار اوقات فراغت معرفی کرده اند. از دیدگاه یون و همکاران (۲۰۱۲) بخش بندی کار- زندگی، میزان و درجه ای است که کارکنان قادر به انجام مجزای نقش های کاری و خانوادگی هستند. براساس این تعریف می توان چنین اذعان داشت که کارکنانی که با ایجاد و طراحی تقسیم بندی دقیق بین کار و اوقات فراغت بتوانند از ایجاد تداخل در حوزه های کاری و فراغتی جلوگیری کنند و ایجاد تعادل بین کار و اوقات فراغت را تسهیل سازند، نگرش مثبت تری را نسبت به اوقات فراغت پیدا می کند و انگیزه بیشتری را برای شرکت در فعالیت های بدنی در اوقات فراغت کسب می کنند. در این راستا، سیمونز و همکاران (۲۰۱۶) اذعان داشتند که ورزشکارانی که بتوانند بین نقش های شغلی، خانوادگی و تفریحی حد و مرزهای قوی تری را تعیین کنند، می توانند در ایجاد تعادل مطلوب بین این حوزه ها موفق تر باشند. علاوه بر این، کراپلی و همکاران (۲۰۰۹) اذعان می دارند که کارکنانی که کار و اوقات فراغت را به عنوان دو حوزه جداگانه تلقی می کنند، در حین زمان ها و فعالیت های اوقات فراغت شان خودشان را از محیط های استرس زا جدا شده می دانند. براساس این ادعا می توان یافته این تحقیق را چنین توجیه کرد که احتمالاً کارکنان شرکت کننده در این تحقیق از طریق بخش بندی برنامه های کاری و فعالیت بدنی در اوقات فراغت و ایجاد تعادل بین این دو مقوله می توانند خودشان را از محیط پر استرس شغلی جدا کنند و همین امر منجر به ایجاد نگرش مثبت به فعالیت بدنی در اوقات فراغت شده است. برخلاف یافته های پژوهش حاضر، گانو و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که فرهنگ بخش بندی بر نگرش رفتاری به اوقات فراغت تاثیر معناداری ندارد. بنابراین، یافته های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق گانو و همکاران (۲۰۱۹) ناهمسو است- از دلایلی احتمالی این ناهمسو می توان به تفاوت جامعه آماری اشاره کرد.

یافته های دیگر این تحقیق مبین آن بود که تضاد مبتنی بر زمان بر نگرش به اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت بدنی تاثیر منفی معنی داری دارد. گانو و همکاران (۲۰۱۹) اذعان می دارند که تضاد مبتنی بر زمان وقتی اتفاق می افتد که فرد تحقق نیازهای اوقات فراغت را در نتیجه اختصاص زمان زیادی به کار دشوار بداند. براساس یافته های پژوهش حاضر که حاکی از تاثیر منفی معنادار تضاد مبتنی بر زمان بر نگرش به اوقات فراغت بود،

می‌توان چنین استدلال کرد که از دیدگاه کارکنان وزارت ورزش و جوانان تضاد زیادی بین نقش‌های شغلی و غیرشغلی آن‌ها وجود دارد و وقتی این تضاد افزایش می‌یابد که توزیع زمان برای کار، خانواده و اوقات فراغت نامتعادل باشد. بنابراین، کارکنان وزارت ورزش و جوانان به احتمال زیاد برای ایجاد تعادل و توالی در منابع موجود برای حوزه‌های کاری و غیرکاری، دچار معضل هستند، زیرا حوزه‌های کاری و غیرکاری (مانند فعالیت بدنی در اوقات فراغت) را دارای محدودیت زمانی می‌دانند. برخلاف یافته‌های پژوهش حاضر، یافته‌های پژوهش گائو و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که تأثیر تضاد کار- اوقات فراغت مبتنی بر زمان بر نگرش رفتاری به اوقات فراغت مثبت است. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق گائو و همکاران (۲۰۱۹) ناهمسو است- از دلایل احتمالی این ناهمسوئی به تفاوت جامعه آماری پژوهش‌ها می‌توان اشاره کرد.

یافته‌های دیگر نشان داد که تضاد مبتنی بر خستگی بر نگرش به اوقات فراغت با تأکید بر فعالیت بدنی تأثیر معنی‌داری ندارد. از دیدگاه گائو و همکاران (۲۰۱۹) تضاد مبتنی بر خستگی زمانی اتفاق می‌افتد که فشار ناشی از کار، تحقق مطالبات را در حوزه اوقات فراغت دشوار می‌کند. این بدان مفهوم است که وقتی کارکنان وزارت ورزش و جوانان حجم و محتوای شغلی‌شان را سنگین بدانند و فعالیت‌های شغلی‌شان منجر به احساس خستگی ناشی از کار در آن‌ها شود، این امر بر نگرش آن‌ها نسبت به فعالیت بدنی در اوقات فراغت و انگیزه آن‌ها برای شرکت در فعالیت بدنی در اوقات فراغت تأثیر ندارد. برخلاف یافته‌های پژوهش حاضر، نتایج گائو و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که تأثیر تضاد کار- اوقات فراغت مبتنی بر خستگی بر نگرش رفتاری به اوقات فراغت منفی است. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق گائو و همکاران (۲۰۱۹) ناهمسو می‌باشد- از دلایل احتمالی این ناهمسوئی می‌توان به تفاوت جامعه آماری پژوهش‌ها اشاره کرد.

براساس نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود مدیران وزارت ورزش و جوانان برنامه‌های ورزشی ویژه‌ای به صورت همایش‌ها و رویدادها برای کارکنان برگزار نمایند. هم‌چنین، به منظور کاهش تضاد کار- اوقات فراغت، در برخی از روزهای هفته برای حضور کارکنان در فعالیت‌های بدنی تسهیلات ویژه‌ای از جمله کاهش ساعت کاری را در نظر بگیرند. برای بهبود نگرش به فعالیت بدنی در اوقات فراغت، برنامه‌ها و مسابقات ورزشی را خارج از ساعات اداری برای کارکنان برگزار نمایند و از پتانسیل‌های موجود همچون کارت‌های ویژه استفاده از اماکن ورزشی برای کارکنان بهره‌گیرند. از آنجا که این پژوهش به کارکنان ستادی وزارت ورزش و جوانان محدود بود، پیشنهاد می‌شود مدل تحقیق حاضر جهت تعمیم یافته‌ها در سایر سازمان‌ها بررسی شود. در تحقیقی راهکارهای کاهش تضاد کار- اوقات فراغت با تأکید بر فعالیت بدنی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان بررسی شود و عملکرد سازمان‌ها در اجرای برنامه‌های فعالیت بدنی در اوقات فراغت برای کارکنان مورد مطالعه قرار گیرد.

منابع

- امامی، شیده؛ زارعی، علی و نقش بندی، سیدصلاح الدین. (۱۳۹۶). «ارتباط گذران اوقات فراغت فعال با اشتیاق شغلی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان». همایش ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
- رضوی، سید محمد حسین و پسرکلو، اعظم. (۱۳۹۲). «چگونگی گذران اوقات فراغت بانوان شاغل شهر آمل با تأکید بر فعالیت‌های ورزشی». مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال. (۱۱)، صص ۲۳-۳۸.
- غفوری، فرزاد؛ زارعی، علی؛ خیراندیش بروجنی، بهناز و یابنده، معصومه. (۱۳۹۴). «تعیین رابطه ماهیت ورزش (انفرادی، اجتماعی، برخوردی و غیر برخوردی) و فعالیت‌های فراغتی بانوان ورزشکار و مقایسه آن با غیر ورزشکاران». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. (۱۰)۵، صص ۱۱-۱۰.
- فراهانی، ابوالفضل؛ حسینی، معصومه و مرادی راضیه. (۱۳۹۶). «اولویت بندی موانع پیش روی بانوان شاغل در انجام فعالیت‌های ورزشی استان البرز». مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی. (۱)۱۵، صص ۲۳-۳۴.
- میرغفوری، سید حبیب اله؛ صیادی تورانلو، حسین و میرفخرالدینی، سید حیدر. (۱۳۸۸). «بررسی و تحلیل مسائل و مشکلات مؤثر بر مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی (مطالعه موردی: دختران دانشجوی دانشگاه یزد)». نشریه مدیریت ورزشی. (۱)۱، صص ۸۳-۱۰۰.
- Clark, Sue Campbell. (2009). **Work/Family Border Theory: A New Theory of Work-Family Balance**.
- Cropley, Mark; & Millward, Lynne J. (2009). "How do individuals "switch-off" from work during leisure? A qualitative description of the unwinding process in high and low ruminators". *Leisure Studies*, 28(3), 333-347.
- Derks, Daantje; & Bakker, Arnold B. (2014). "Smartphone use, work-home interference, and burnout: A diary study on the role of recovery". *Applied Psychology*, 63(3), 411-440.
- Fornell, Claes; & Larcker, David F. (1981). "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics". *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- Fransson, E. I.; Heikkila, K.; Nyberg, S. T.; Zins, M.; Westerlund, H.; Westerholm, P.; ... Kivimaki, M. (2012). "Job Strain as a Risk Factor for Leisure-Time Physical Inactivity: An Individual-Participant Meta-Analysis of Up to 170,000 Men and Women: The IPD-Work Consortium". *American Journal of Epidemiology*, 176(12), 1078-1089. <https://doi.org/10.1093/aje/kws336>
- Gao, Mingjie; Chen, Chun-Chu; Huang, Yu-Chih; & Lin, Yueh-Hsiu. (2019). "Work and leisure in Taiwan: examining the antecedents and consequences of work-lei-

sure conflicts". *Leisure Studies*, 38(1), 128–143.

- Greenhaus, Jeffrey H.; & Beutell, Nicholas J. (1985). **"Sources of conflict between work and family roles"**. *Academy of management review*, 10(1), 76–88.
- Lin, Jo-Hui; Wong, Jehn-Yih; & Ho, Ching-hua. (2013). **"Promoting frontline employees' quality of life: Leisure benefit systems and work-to-leisure conflicts"**. *Tourism Management*, 36, 178–187.
- Lin, Jo-Hui; Wong, Jehn-Yih; & Ching-hua, H. o. (2015). **"The role of work-to-leisure conflict in promoting frontline employees' leisure satisfaction"**. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Magner, Nace; Welker, Robert B.; & Campbell, Terry L. (1996). **"Testing a Model of Cognitive Budgetary Participation Processes in a Latent Variable Structural Equations Framework"**. *Accounting and Business Research*, 27(1), 41-50. <https://doi.org/10.1080/00014788.1996.9729530>
- Mannell, Roger C.; & Kleiber, Douglas A. (1997). **A Social Psychology of Leisure**. Venture Pub.
- Mc Carthy, V.J.C.; Wills, T.; & Crowley, S. (2018). **"Nurses, age, job demands and physical activity at work and at leisure: A cross-sectional study"**. *Applied Nursing Research*, 40, 116-121. <https://doi.org/10.1016/j.apnr.2018.01.010>
- Simmons, Jason M.; Mahoney, Tara Q.; & Hambrick, Marion E. (2016). **"Leisure, work, and family: How Iron MEN balance the demands of three resource-intensive roles"**. *Leisure Sciences*, 38(3), 232–248.
- Thompson, Jeffery A.; & Bunderson, J. Stuart. (2001). **"Work-nonwork conflict and the phenomenology of time: Beyond the balance metaphor"**. *Work and Occupations*, 28(1), 17–39.
- Tsaor, Sheng-Hshiung; Liang, Ying-Wen; & Hsu, Huei-Ju. (2012). **"A multidimensional measurement of work-leisure conflict"**. *Leisure Sciences*, 34(5), 395–416.
- Tsaor, Sheng-Hshiung; & Yen, Chang-Hua. (2018). **"Work-leisure conflict and its consequences: Do generational differences matter?"** *Tourism Management*, 69, 121–131.
- Vivian, O; & Agbakwuru. (2018). **"Influence of Workload and Psychological Variables on Attitude towards Leisure among Lecturers in Public Universities in Riv-**

ers AState, Nigeria”. Journal of Research & Method in Education, 8(6), 83-91.

- Walker, Gordon J.; Deng, Jinyang; & Chapman, Ross. (2007). **“Leisure Attitudes: A Follow-up Study Comparing Canadians, Chinese in Canada, and Mainland Chinese”**. World Leisure Journal, 49(4), 207-215. <https://doi.org/10.1080/04419057.2007.9674513>
- Yao, M. H. (2008). **“The Relationships Among Work Related Stress, Health Status, and Physical Activity Participation of Nurses in Teaching Hospitals in Taipei, Taiwan”**. University of the Incarnate Word.
- Yun, Haejung; Kettinger, William J.; & Lee, Choong C. (2012). **“A new open door: The smartphone’s impact on work-to-life conflict, stress, and resistance”**. International Journal of Electronic Commerce, 16(4), 121–152.

ارزیابی عوامل تاثیر گذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان

فریده ایزدی شهنانی^۱

جواد شهلایی باقری^۲

حبیب هنری^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۸/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۲/۲۵

هدف از پژوهش حاضر، ارزیابی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان در وضعیت موجود و وضعیت مطلوب می باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، در زمره تحقیقات کاربردی- توسعه ای و از نظر ماهیت روش، در دسته تحقیقات توصیفی قرار می گیرد. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران کل ستادی وزارت ورزش و جوانان، معاونان آن ها و مدیران کل استانی ادارات ورزش و جوانان به تعداد ۵۸ نفر می باشد که همه آن ها به صورت کل شمار یعنی برابر با تعداد جامعه آماری برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده، پرسشنامه عباس خمسه (۱۳۹۲) برای ارزیابی نوآوری بوده است که در کل دارای ضریب پایایی با آلفای کرونباخ ۰/۹۹ درصد می باشد و روایی آن با قضاوت ۶ تن از اساتید خبره مورد تایید قرار گرفت. وضعیت هر یک از عوامل با به کارگیری آزمون تی وابسته بررسی شد. نتایج حاصل تفاوت معناداری بین عوامل تاثیرگذار (ساختار سازمانی، مدیریت نوآوری سازمانی، راهبرد و اهداف سازمان، آموزش، فرهنگ سازمانی،

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Izadi.farideh@ut.ac.ir

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

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

کارکنان، کار تیمی، قوانین، ذی نفعان، توانمندی سازمانی و سیستم نوآوری) بر نوآوری سازمانی، براساس وضعیت موجود و مطلوب در میان مدیران ارشد وزارت ورزش و جوانان با سطح معناداری $P=0/0001$ را نشان می دهد. در بین مولفه های ارزیابی شده، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی و کار تیمی در وضعیت موجود در موقعیت پایین تری نسبت به دیگر مولفه ها قرار دارند.

واژگان کلیدی: نوآوری، نوآوری سازمانی، عوامل تاثیرگذار و وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

در دنیای کنونی، توانایی سازگاری و مدیریت کردن تغییرات عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و دستیابی به این مهم نیازمند توجه سازمان‌ها به امر نوآوری می‌باشد. به طور کلی نوآوری انجام متفاوت کارهاست که به استفاده از دانش فنی جدید در ابزارها، فرآیندها، تولیدات و خدمات دلالت می‌کند (کروزر^۱ و همکاران، ۲۰۱۰: ۴۳۹-۴۶) و ایجاد نوآوری مستلزم توانایی خلق، ذخیره و انتقال دانش در سازمان است. همچنین، نوآور بودن یکی از ابزارهای بنیادی و راهبردی برای ورود به بازارهای جدید، افزایش سهم بازار کنونی و ایجاد یک حاشیه مزیت رقابتی برای سازمان است (گانیدی^۲ و همکاران، ۲۰۱۱: ۶۶۲-۷۶).

امروزه تعریفی جهانی از واژه «نوآوری» وجود ندارد (تجونندال^۳، ۲۰۱۷: ۷-۱). تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که بیش از ۶۰ گونه تعریف برای نوآوری در حوزه‌های مختلف علمی مانند کسب و کار، مطالعات سازمانی، فناوری اطلاعات، بازاریابی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، اقتصاد، ورزش و ... وجود دارد. این تحقیقات نوآوری را فرآیندهایی پیشگیرانه می‌دانند که به دنبال حل مشکلات و چالش‌ها، تولید ایده‌های جدید و راه حل‌های خلاقانه هستند (اگارد^۴، ۲۰۱۴). در واقع، نوآور بودن به سازمان‌ها در برخورد با محیط متلاطم خارجی کمک می‌کند تا با پیچیدگی و تغییراتی که به سرعت در حال افزایش است، مقابله کنند. در چنین شرایطی، سازمان‌هایی که توانایی نوآوری دارند به چالش‌ها سریع‌تر پاسخ می‌دهند، محصولات جدیدی را تولید می‌کنند و فرصت‌های بازار بهتری نسبت به شرکت‌های فاقد نوآوری به دست می‌آورند (جیمز و همکاران^۵، ۲۰۱۱: ۴۱۷-۴۰۸). این امر خود عملکرد سازمان‌ها را افزایش می‌دهد که فهم چگونگی مدیریت کردن آن قطعاً مهم است. نوآوری اغلب همراه با تغییر است و به عنوان فعالیت تازه‌ای که به تغییر منجر می‌گردد، در نظر گرفته می‌شود (جیمز و همکاران، ۲۰۰۸: ۴۱۲-۳۸۹)؛ اما باید به این نکته اشاره کرد که هر تغییری نوآوری نیست، زیرا ممکن است شامل ایده‌های جدید نباشد و یا به بهبود سازمانی منجر نشود. در مجموع، می‌توان گفت نوآوری، تغییرات جدید، سازنده و موفق در بازار است که ارتقای سطح عملکرد سازمان را به دنبال دارد (مارتینز و همکاران^۶، ۲۰۰۳: ۷۴-۶۴). همچنین این مهم از محرک‌های اصلی برای رشد اقتصادی و تولید ارزش می‌باشد و در شرایط کنونی به ویژه با مطرح شدن اقتصاد دانش - بنیان، نوآوری عامل اصلی موفقیت یا شکست سازمان‌ها در عرصه رقابت و همچنین منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می‌شود (جنگ^۷، ۲۰۱۰: ۱۵۱-۸۳). بنابراین نوآوری باید به عنوان راهبردی برای هر سازمان و شرکت جهت فائق آمدن بر رقابت در بازار، روند جهانی سازی و بهبود سریع فناوری در نظر گرفته شود (کالکان^۸ و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۷-۷۰۰). همچنین می‌توان نوآوری را در چهار مرحله اصلی شرح داد:

1. Krozer, Y.
2. Gunday, G.
3. Anne Tjønnndal
4. Aagaard, P.
5. Jiménez – Jiménez & Valle, R.S.
6. Martins, E.C., Terblanche, F.
7. Zheng, W.
8. Kalkan, A.

مرحله اول، تولید ایده است که مبتنی بر نگرش‌هایی جدید برای ایجاد تغییرات خلاقانه می‌باشد. در حوزه صنعت ورزش، تمرکز بر نیازمندی‌ها موجب می‌شود تا تیم‌ها و ورزشکاران عملکرد موثرتری داشته باشند. این گونه ایده‌ها می‌توانند از منابع مختلفی مانند مدیران ورزشی، مربیان، ورزشکاران و طرفداران تولید شوند. مرحله دوم، انتخاب ایده‌ای حیاتی می‌باشد که نظرخواهی ذی‌نفعان ورزشی را در مورد مزایای بالقوه هر یک از ایده‌ها بررسی می‌کند. در ادامه این ایده‌ها باید از منظر تجزیه و تحلیل اقتصادی مورد ارزیابی قرار گیرند. مرحله سوم، تبدیل ایده انتخاب شده با توجه به واقعیت موجود است. این مرحله شامل تمرکز بر چگونگی عملیاتی کردن ایده‌ای نوآورانه با توجه به قابلیت کاربردی بودن آن در یک محیط ورزشی می‌باشد. مرحله چهارم، بازاریابی و تحقق این ایده در حوزه ورزش است. این به معنای ارزش‌گذاری بر نوآوری ورزشی و توزیع آن بین افراد، شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای دولتی می‌باشد که احتمالاً ایده‌هایی از این دست را به کار می‌گیرند (هیسریچ^۱، ۲۰۱۴).

با توجه به اینکه خطرپذیری و فعال بودن جزء جدانشدنی ورزش می‌باشد و به دلیل توانمندی سازگاری، تکامل و تغییر ورزش در شرایط گوناگون اجتماعی، سیاسی و فناوری، نوآوری در ماهیت صنعت ورزش به گونه‌ای ذاتی به امری تفکیک‌ناپذیر تبدیل گردیده است (راتن و فریرا^۲، ۲۰۱۶: ۲۴۲). توانمندی سازگاری ورزش در محیط‌های متغیر با افزایش جهانی شدن، تجاری‌سازی و ظهور ورزش‌های جدید، به عنوان یک نتیجه از ایده‌های نوآورانه در میان سازمان‌ها گسترش یافته است (تجوندال، ۲۰۱۸). نوآوری ورزشی، ایده‌های جدید و تغییرات در سازمان‌های ورزشی، مربیگری، رویدادهای ورزشی، عملکرد و مزایای رقابتی جدید را نشان می‌دهد. در سال‌های اخیر، بازار و تجاری‌سازی نیز نوآوری در ورزش را تقویت کرده است (تجوندال، ۲۰۱۷: ۲؛ هیلرت^۳ و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۱۰-۱۸۹) و نوآوری در صنعت ورزش به پنج گونه تقسیم می‌شود: نوآوری اجتماعی، نوآوری فناوری، نوآوری تجاری، نوآوری مبتنی بر جامعه و نوآوری سازمانی (آنه تجوندال، ۲۰۱۷: ۷-۱). نوآوری اجتماعی هنگامی رخ می‌دهد که سازمان‌های ورزشی، گروه‌ها و افراد (ورزشکاران و مربیان) با مسائلی اجتماعی مواجه می‌شوند که نیازمند راه‌حل‌های جدید و خلاقانه هستند (تجوندال، ۲۰۱۶: ۴۲-۵۹). نوآوری فناوری که با پیشرفت فناوری رخ می‌دهد، بر نحوه برخورد مردم با ورزش به روش‌های متنوعی تاثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، استفاده از اینترنت، روشی کاملاً جدید برای شرکت در رویدادهای ورزشی مانند بازی‌های المپیک، لیگ‌های جهانی ورزشی و بخت‌آزمایی آنلاین پدید آورده است. (راتن و فریرا^۲، ۲۰۱۶: ۲۴۲). نوآوری تجاری هنگامی آشکار می‌شود که شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در ایجاد تغییر در حوزه ورزش مشارکت داشته باشند. این شکل از نوآوری در صنعت ورزش اغلب مربوط به روش‌های تولید محصولات و فرایندهای ورزشی است (فردبرگ و همکاران^۴، ۲۰۱۱: ۴۷۰-۸۴). نوآوری مبتنی بر جامعه شامل مسئولیت‌های اجتماعی و کارآفرینی است که در آن افراد و سازمان‌های ورزشی با گروه‌های محلی همکاری

1. Hisrich, R.D.
2. Ratten, V., João, J. Ferreira
3. Hillairet, D.
4. Fredberg, T., Piller, F.T.

می کنند تا فعالیت های خود را به سوی یک هدف مشترک نزدیک کنند (هوبر و همکاران^۱، ۲۰۱۵: ۵۱۸-۳۴). نوآوری سازمانی هنگامی رخ می دهد که سازمان های ورزشی و موسسات دولتی پروژه های تغییرات بنیادی را دنبال می کنند (میراگای^۲ و فرریرا، ۲۰۱۶). امروزه بسیاری از سازمان های ورزشی بین المللی در پیدایش نوآوری های جدید شرکت می کنند (ویناند، ام و هوبرت، ال، ۲۰۱۶). کمیته بین المللی المپیک (IOC)^۳ و انجمن فدراسیون بین المللی فوتبال (FIFA)^۴ نمونه هایی از سازمان های ورزشی هستند که درگیر امر نوآوری می باشند. این سازمان ها توانایی و نفوذ زیادی در چگونگی مشاهده ورزش در جامعه دارند و برای آنها مهم است که با پیشرفت های جدید در ورزش بین المللی به روز شوند. کمیته بین المللی المپیک با افزودن رشته های ورزشی جدید در بازی های المپیک مانند تکواندو و والیبال ساحلی و یا معرفی کوهنوردی در المپیک توکیو ۲۰۲۰ از نوآوری بهره گرفته است (آی اُسی، ۲۰۱۷؛ سایت اختصاصی المپیک^۵). همچنین نوآوری سازمانی در ورزش می تواند در آموزش معلمان تربیت بدنی مورد توجه قرار گیرد (پیل و همکاران، ۲۰۱۶).

۲۶۹

نوآوری سازمانی، یک نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد و به دنبال فرصت های استثنایی و جدید است و معیارهای موفقیت را معلوم می کند. نوآوری همانند موتوری است که به سازمان ها اجازه می دهد در اقتصاد جهانی از کارایی مستمری برخوردار شوند. موفقیت در نوآوری مستلزم کار سخت، متمرکز و هدفمند است (لین و چینگ^۶، ۲۰۰۷: ۱۱۵-۳۲). در حال حاضر، نوآوری سازمانی یکی از ارزشمندترین و پایدارترین منابع ایجاد مزیت نسبی برای سازمان ها و شرکت های مختلف محسوب می شود (کامیسون و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۸۹۱-۹۰۲) و از اصلی ترین ابزارهای لازم برای توسعه شیوه های جدید سازمانی در مدیریت کسب و کار به شمار می رود (مانوئل^۷، ۲۰۰۵). امروزه با در نظر گرفتن شرایط پویا و پیچیده فرا روی سازمان ها در محیط رقابتی شدید، نیاز مستمر به توسعه نوآوری سازمانی بیش از هر زمان دیگری مورد توجه قرار گرفته است (هوگان و همکاران^۸، ۲۰۱۴: ۱۶۰۹-۲۱). همچنین ماهیت نوآوری سازمانی به طور قابل توجهی از زمینه ها و بسترهای فعالیت سازمان ها و شرکت ها تأثیر می پذیرد و توانایی نوآوری برای سازمان ها یک جهت گیری راهبردی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار فراهم می کند. سازمان ها و شرکت های جهان با تکیه بر نوآوری به دنبال افزایش بهره وری و بهبود وضعیت اقتصادی خود هستند و عامل اصلی افزایش اهمیت نوآوری، وجود رقابت فزاینده بین جوامع و سازمان هاست (کوراتکو^۹ و همکاران، ۲۰۰۵: ۷۱۶-۶۹۹). به همین علت نوآوری سازمانی به سه گونه تقسیم می شود: نوآوری محصول، نوآوری فرآیند و نوآوری اداری (جیمز و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۱۷-۴۰۸). نوآوری محصول را ارائه محصولات و خدمات

1. Hoerber, L.

2. Miragaia, D.

3. International Olympic Committee

4. federation International de Football Association

5. <https://stillmed.olympic.org/media/>

6. Yeh-Yun Lin, C., Yi-Ching Chen, M.

7. Manual, O.

8. Hogan, S.J., Coote, L.V.

9. Kuratko, D.F.

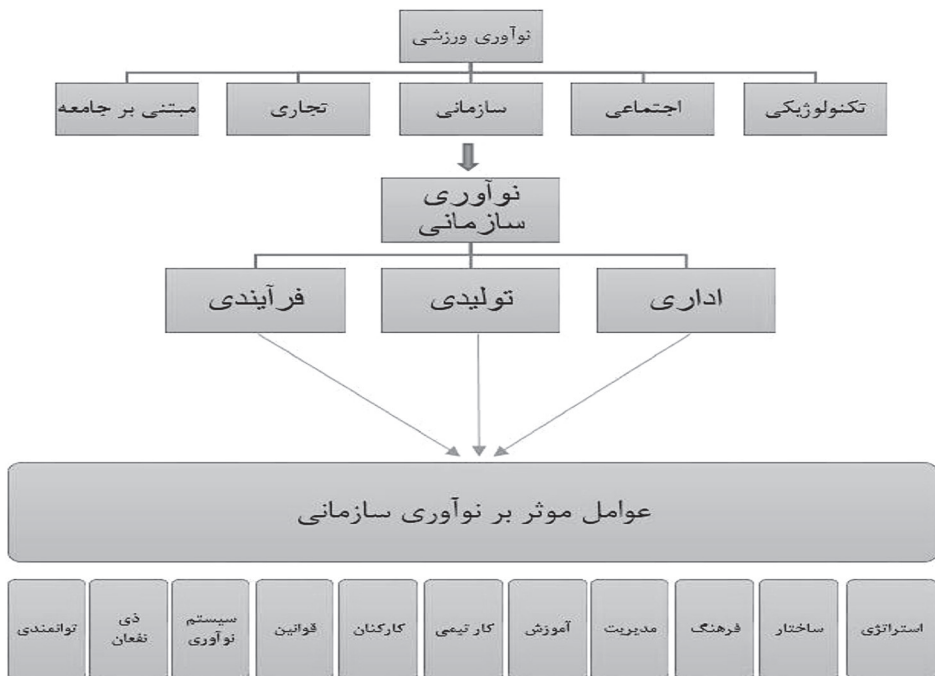
جدید به بازار و پیشرفت عمده در ویژگی‌های کاربردی محصولات و خدمات موجود تعریف می‌کنند (کالکان و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۷-۷۰۰). این گونه از نوآوری در ورزش، انواع مختلفی از تجهیزات و لباس‌ها را در بر می‌گیرد (کراسان و همکاران^۱، ۲۰۱۰: ۹۱-۱۱۵۴). نوآوری فرآیند شامل تغییرات جدید و عمده‌ای در روش‌ها، تجهیزات و نرم افزارهای تولیدی است (کالکان و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۷-۷۰۰). این گونه از نوآوری در ورزش می‌تواند در مواد به کار رفته در تجهیزات و بخت آزمایی آنلاین مورد استفاده قرار گیرد (کراسان و همکاران، ۲۰۱۰: ۹۱-۱۱۵۴). نوآوری اداری شامل تغییر در سیاست‌های استخدام، تخصیص منابع، ساختار وظایف، اختیارات و پاداش می‌باشد (هرواس و همکاران^۲، ۲۰۱۵: ۱۰۹-۱۸). این گونه از نوآوری در ورزش نیز به دنبال تحول در ساختارهای بنیادی سازمان‌ها و شرکت‌هاست (کراسان و همکاران، ۲۰۱۰: ۹۱-۱۱۵۴). در حالی که شومپیتر^۳، نوآوری را فناوری و محصولات جدید تعریف می‌کند، اما سازمان‌های ورزشی در نوآوری‌های توسعه یافته خود به ندرت از این مفهوم بهره می‌گیرند (تجوندال، سی، ۲۰۱۶: ۵۶-۳۸) و تغییراتی که در سازمان‌های ورزشی به عنوان نوآوری شناخته می‌شوند در اغلب مواقع به صورت بهبود و اصلاحات در سازمان‌ها و یا ایده‌های جدید توصیف می‌گردند (تجوندال، ۲۰۱۶: ۵۹-۴۲)

اساسی‌ترین عوامل موثر بر نوآوری سازمانی در حوزه ورزش عبارت‌اند از: ساختار سازمانی، مدیریت سازمانی، راهبرد و اهداف سازمان، آموزش، فرهنگ سازمانی، کارکنان، کار تیمی، قوانین، بازار و ذی‌نفعان، توانمندی سازمانی و سیستم نوآوری. ساختار سازمانی براساس شرایط محیطی به دو دسته ارگانیکی و مکانیکی تقسیم می‌شود که ساختار ارگانیکی، ساختاری است که خود را به صورت اقتضایی با الزامات محیط وفق می‌دهد و این امر خلاقیت، نوآوری و مشارکت بیشتر کارکنان را می‌طلبد؛ اما ساختار مکانیکی، ساختاری است که قوانین و دستورالعمل‌ها شفاف و ساده هستند و مخصوص محیط با ثبات می‌باشد (برنز و استاکر^۴، ۱۹۶۱). مدیریت، نقطه اتصال خلاقیت فردی و نوآوری سازمان است. اغلب نوآوری‌های موفق در سازمان‌ها ناشی از فعالیت‌های مدیران است که خود گویای نقش مهم آنها در نوآوری سازمانی می‌باشد. راهبرد نوآوری: شامل تحلیل مزیت رقابتی محیط فناورانه و ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های سازمان می‌باشد. آموزش: سبب افزایش توانمندی، انگیزش و مسئولیت‌پذیری افراد سازمان می‌گردد و سازمان فراگیر، مساعدترین محیط برای نوآوری است (سنگه ام پی^۵، ۲۰۰۶). فرهنگ سازمانی شامل ایجاد محیط، نظام ارزشی و جو مناسب جهت حمایت از نوآوری است. فرهنگ انعطاف‌پذیر، بستری مناسب برای اجرای نوآوری فراهم می‌کند (دنيسون^۶، ۲۰۰۰). کارکنان: افراد نسبت به ایده و آرمان‌هایی که در تدوین آنها دست دارند، تعهد قوی‌تری به سازمان و مسئولیت خود نشان می‌دهند (اککاف^۷، ۲۰۰۵). کار تیمی: به مجموعه‌ای از افراد گفته می‌شود

1. Crossan, M.M., Apaydin, M.
2. Hervas-Oliver, J.L., Sempere-Ripoll, F.
3. Schumpeter
4. Burns and Stalker
5. Senge, M. P.
6. Denison, D., Neal, W.
7. Ackoff, R.L.

که هر يك بخشی از فعالیت گروه را به دوش می کشند. قوانین: در بسیاری از کشورها شرایط قانون گذاری را به صورت مستقیم با میزان عملکرد پروژه های نوآوری در بخش خصوصی و دولتی تصویب می کنند. بازار و ذی نفعان: گروهی از خریداران واقعی و بالقوه یک محصول هستند که نیاز یا خواسته مشترکی دارند (کاتلر^۱، ۲۰۰۶: ۱۰۱-۸۶). توانمندی سازمانی: توسعه و گسترش قابلیت و شایستگی افراد برای نیل به بهبود مستمر در عملکرد سازمان است. (آلاریفی^۲، ۲۰۱۵). سیستم نوآوری: شبکه ای از افراد و نهادهای گوناگون در سازمان می باشد که فعالیت ها و تعاملات شان آغازگر، واردکننده، تطبیق دهنده و انتشار دهنده فناوری ها، دانش های جدید و نوآوری های سازمانی است (فریمن^۳، ۱۹۸۸).

۲۷۱



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

گفتنی است که به دلیل رشد سریع صنعت ورزش و تاثیر آن بر بخش های گوناگون اقتصادی، اخیراً حوزه ورزش مورد توجه محققان مدیریت نوآوری قرار گرفته است (راتن و فرریرا، ۲۰۱۶: ۲۴۲). با این وجود فقدان درک منطقی و نظری-کاربردی در این حوزه تحقیقاتی مشهود است (هوبر و همکاران، ۲۰۱۵: ۵۱۸-۳۴). نکته حائز اهمیت آن که نوآوری در ورزش می تواند هم در سطح بنیادی و هم در سطح فردی رخ دهد (کازا^۴،

1. Kotler
2. Alarifi, S.
3. Freeman, C.
4. Caza, A.

۲۰۰۰: ۲۴۲-۲۲۲). همچنین ورزش فراتر از چارچوب‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی رفته و در زمینه‌های مختلف در سراسر جهان گسترش یافته است. از این رو، ایده‌های جدید فرصت بیشتری برای رشد دارند و می‌توانند بستری مناسب برای کارآفرینی و نوآوری فراهم کنند (راتن، ۲۰۱۱: ۳۱۴-۲۶). البته اثر بخشی آن در زمینه ورزشی، نیازمند آگاهی مدیران ورزشی از پیامدهای بالقوه توسعه نوآوری می‌باشد. بدین منظور باید منابع تخصیص یافته‌ای در اختیار بخش تحقیق و توسعه قرار گیرد تا جهت ارزیابی ظرفیت نوآوری در زمینه‌های گوناگون ورزشی صرف گردد. سازمان‌های ورزشی به سرعت در حال اجرای ایده‌های نوآورانه به عنوان راهی جدید برای توسعه جریان درآمد هوشمندانه کسب و کار هستند. این یک نتیجه از چشم انداز رقابت جهانی است که منجر می‌شود سازمان‌های ورزشی نوآوری‌های جدیدی را برای افزایش رقابت خود در محیط متغیر کنونی دنبال کنند. (راتن، ۲۰۱۸: ۷) به هر حال در کشور ما تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در جهان، از یک سو و تبدیل ورزش به یک صنعت از سوی دیگر، دست اندر کاران ورزش را با چالش جدیدی رو به رو ساخته است که گذر از آن نیازمند به کارگیری رویکردها و روش‌های خلاقانه می‌باشد. بنابراین با توجه به اینکه کشور ایران جزو کشورهای در حال توسعه می‌باشد و وضعیت حاکم بر سازمان‌های ورزشی تقریباً سنتی است، چنین به نظر می‌رسد که یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های ورزشی در ایران، ناشی از فقدان نوآوری و کارآفرینی می‌باشد (فروغی پور، ۱۳۸۴). در این پژوهش امید است که بتوان با معرفی عوامل موثر بر شناخت فرصت‌ها و نوآوری سازمانی از جمله ساختار سازمانی، مدیریت سازمانی، راهبرد و اهداف سازمان، آموزش، فرهنگ سازمانی و ... گامی کوچک در جهت ارتقا و دستیابی به اهداف وزارت ورزش و جوانان برداشت. در زمینه نوآوری سازمانی و عوامل موثر بر آن، مطالعات متعددی صورت گرفته است که هر کدام از آنها به نوبه خود توانسته‌اند گوشه‌ای از نیازمندی‌ها و زیرساخت‌های لازم را برای اجرای موفق این طرح‌ها شناسایی و معرفی کنند. در ادامه به تعداد اندکی از جدیدترین پژوهش‌ها که طی سال‌های اخیر در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است، اشاره می‌شود.

ونسار اتن^۱ (۲۰۱۸)، در کتاب «مدیریت نوآوری در ورزش» بر این جمله تاکید می‌کند که امروزه مدیریت ورزشی به رشته‌ای تبدیل شده است که بیشتر بر کسب و کار تمرکز دارد و این تغییر نتیجه تأکید مدیران سازمان‌های ورزشی بر کسب و کار در ورزش به جای یک تفریح خالص یا فعالیت بدنی است و آینده کسب و کار ورزشی به نوآوری در نقش آن که تشویق خلاقیت، نوآوری و تفکر راهبردی است، ارتباط دارد. وנסا راتن و فریرا (۲۰۱۷) در کتاب خود با عنوان «کارآفرینی و نوآوری ورزشی» تاکید کرده‌اند که نوآوری سازمانی هنگامی رخ می‌دهد که سازمان‌های ورزشی و موسسات دولتی پروژه‌های تغییرات بنیادی را دنبال می‌کنند. آنته تجوندال (۲۰۱۷) در مقاله خود با عنوان «نوآوری ورزشی: توسعه یک نوع شناسی» به تحلیل نقش حیاتی نوآوری در توسعه ورزش و سازمان‌های ورزشی می‌پردازد و از طریق ایده‌های جدید، تغییر و پیشرفت فناورانه نوآوری نشان می‌دهد که ورزش چگونه بازی و سازماندهی می‌شود. جیسون پاتس^۲ (۲۰۱۶) در مقاله خود

1. Vanessa Ratten

2. Jason Potts

با عنوان «نوآوری در ورزش: معرفی بخش ویژه» به این نتیجه می‌رسد اثر بخشی نوآوری ورزشی، نیازمند آگاهی مدیران ورزشی از پیامدهای بالقوه توسعه نوآوری می‌باشد. بدین منظور باید عوامل و منابع تخصیص یافته‌ای در اختیار بخش تحقیق و توسعه قرار گیرد تا جهت ارزیابی ظرفیت نوآوری در زمینه‌های گوناگون ورزشی صرف گردد. متیو ویناند^۱ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «قابلیت نوآوری در سازمان‌های غیر انتفاعی ورزشی» به این نتیجه رسیده است که سطح سازمانی نظیر مشارکت کارکنان و ویژگی‌های سازمان مانند ساختار و سطح محیطی مانند رقبای ذی‌نفعان و ... برای سازمان‌های ورزشی مهم هستند، زیرا این عوامل بر موفقیت سازمان و توسعه ایده‌های جدید و نوآوری در آینده تاثیر می‌گذارند. مهری و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله خود با عنوان «عوامل موثر بر افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان دانشگاه علوم پزشکی قم» با هدف بررسی عوامل موثر بر خلاقیت و نوآوری با نمونه آماری ۳۵۵ نفر به این نتیجه رسیده‌اند که تاثیر تمامی عوامل سازمانی و فردی چون ساختار سازمانی، فرهنگ، سیستم پاداش، عوامل مربوط به امکانات، سبک رهبری و عوامل مربوط به سیستم پاداش، عوامل انگیزشی، دانش و تخصص و ... بر سطح خلاقیت و نوآوری کارکنان بیش از حد متوسط بوده است. مومنی و کفاش (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «نوآوری به عنوان قابلیت چند بعدی» به بررسی قابلیت‌های عملیاتی، انسانی و ساختاری و تاثیر آنها بر روی نوآوری می‌پردازند و به این نتیجه رسیده‌اند که بر اساس میانگین وزنی شاخص‌ها، سبک مدیریتی و رهبری مدیران که منبع از ظرفیت مدیریتی است، بیشترین نقش آفرینی را در ایجاد توسعه قابلیت نوآوری در سازمان‌ها و شرکت‌های صنعت مواد غذایی ایران دارد. محمودی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله خود با عنوان «عوامل موثر بر نوآوری در صنعت بیمه کشور» اقدام به طراحی مدل و شناسایی متغیرهای تاثیرگذار بر نوآوری شرکت‌های بیمه در ایران نمودند و نتایج نشان داد همچون سایر پدیده‌های سازمان و مدیریت، نوآوری در شرکت‌های بیمه کشور نیز متأثر از مدل نظری سه شاخگی متشکل از عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای است. با توجه به پیشینه موضوع و اهمیت این امر، در واقع پژوهش حاضر برای توسعه و پیشرفت هر چه بهتر سازمان‌های ورزشی و همچنین توسعه نوآوری سازمانی و مولفه‌های تاثیرگذار بر آن در وزارت ورزش و جوانان ضرورت پیدا می‌کند. با اشاره به این موضوع که وزارت ورزش و جوانان بالاترین ارگان رسیدگی به مسائل ورزش در کشور می‌باشد، استفاده از این راه‌کارها و پژوهش‌ها می‌تواند منشا تحولی عمیق در ورزش کشور شوند. همچنین توجه به پژوهش‌های اندک در حوزه نوآوری سازمانی و نقش آن در بهبود عملکرد نهادهای ورزشی ضرورت انجام چنین پژوهشی را مضاعف نموده است؛ به طوری که در پژوهش حاضر، بررسی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است.

روش شناسی پژوهش

در این پژوهش به ارزیابی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان در وضعیت موجود و وضعیت مطلوب پرداخته شده است. این پژوهش به لحاظ هدف، در زمره تحقیقات کاربردی-

توسعه ای است و از نظر ماهیت روش، در دسته تحقیقات توصیفی قرار می گیرد. از آنجا که هدف، بررسی نظرات مدیران ارشد در حوزه ورزش و جوانان می باشد، لذا با مشورت اساتید مشاور، جامعه آماری را مدیران کل ستادی وزارت ورزش و جوانان (۲۰ نفر)، معاونان وزارت ورزش و جوانان (۷ نفر) و مدیران کل استانی ادارات ورزش و جوانان (۳۱ نفر) تشکیل می دهند که تعداد آن ها ۵۸ بود. با توجه به محدود بودن جامعه آماری از تمامی آن ها نظرسنجی شد و نمونه آماری به صورت کل شمار یعنی برابر با جامعه و به تعداد ۸۵ نفر در نظر گرفته شد. در روز برگزاری گردهمایی مشترک معاونان و مدیران کل ستادی و استانی وزارت ورزش و جوانان با حضور وزیر در اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷، تعداد ۵۸ پرسشنامه توزیع گردید که ۵۰ پرسشنامه بازگردانده شد. ابزار مورد استفاده جهت گردآوری اطلاعات، پرسشنامه عباس خمسه (۱۳۹۲) می باشد. برای درجه بندی نظرات پرسشنامه از مقیاس پنج سطحی لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) در دو ستون برای بررسی وضعیت موجود و وضعیت مطلوب استفاده شده است. امتیازبندی این طیف، برای سوالات مربوط به کلیه شاخص ها به این شرح است: به گزینه "خیلی زیاد" امتیاز ۵ و به گزینه "خیلی کم" امتیاز ۱ داده شد. این پرسشنامه در قالب ۳۸ سوال و ۱۱ مولفه (ساختار سازمانی، مدیریت سازمانی، راهبرد و اهداف سازمان، آموزش، فرهنگ سازمانی، کارکنان، کار تیمی، قوانین، بازار و ذی نفعان، توانمندی سازمانی و سیستم نوآوری) می باشد. روایی پرسشنامه به تایید ۶ تن از متخصصان رسید و جهت تایید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که در کل ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۹ درصد به دست آمد. همه تجزیه و تحلیل های آماری با سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد محاسبه قرار گرفت. پیش از انجام آزمون فرضیات، ابتدا توزیع داده های هر فرضیه با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف تایید گردید. داده ها از توزیع نرمال برخوردار بودند و از آزمون آماری پارامتریک و مقایسه میانگین ها برای تحلیل داده های وضعیت موجود و وضعیت مطلوب برای اهمیت مولفه ها استفاده شده است.

یافته های پژوهش

برای آزمودن فرضیه های پژوهش از نرم افزار آماری spss استفاده شده است که فرضیه ها و نتایج به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند:

فرضیه H0: بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب عوامل تاثیر گذار بر نوآوری سازمانی در سازمان های ورزشی تفاوت معناداری وجود ندارد. $H_0: \mu_1 = \mu_2$

فرضیه H1: بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب عوامل تاثیر گذار بر نوآوری سازمانی در سازمان های ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد. $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$

به منظور بررسی طبیعی بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده شد. همان گونه که اطلاعات جدول ۱ نشان می دهد، داده ها دارای توزیع طبیعی می باشند. بنابراین تجزیه و تحلیل آماری متغیرهای پژوهش و آزمون فرضیه ها با استفاده از آزمون های پارامتریک انجام شد.

جدول ۱: نتایج آزمون آماری کولموگروف- اسمیرنف

متغیر	موجود		مطلوب	
	آماره آزمون	سطح معناداری	آماره آزمون	سطح معناداری
نوآوری سازمانی	۰/۷۱	۰/۶۸	۰/۵۶	۰/۹۰
راهبرد	۱/۰۵	۰/۲۱	۰/۷۷	۰/۵۹
ساختار	۱/۱۴	۰/۱۴	۰/۹۴	۰/۳۴
فرهنگ	۱/۲۶	۰/۰۸	۰/۶۱	۰/۸۳
مدیریت نوآوری	۱/۲۲	۰/۱۰	۰/۸۰	۰/۵۳
آموزش	۰/۷۹	۰/۵۴	۰/۹۸	۰/۲۸
کارتیمی	۰/۸۴	۰/۴۷	۰/۸۶	۰/۴۳
کارکنان	۰/۸۸	۰/۴۱	۰/۷۸	۰/۵۶
قوانین	۰/۹۹	۰/۲۷	۱/۰۶	۰/۲۰
سیستم نوآوری	۰/۹۷	۰/۲۹	۰/۶۱	۰/۸۳
بازار و ذی نفعان	۱/۰۴	۰/۲۲	۱/۲۲	۰/۱۰
توانمندی های سازمانی	۱/۰۶	۰/۲۰	۰/۷۳	۰/۶۵

به منظور مقایسه وضعیت موجود و مطلوب نوآوری سازمانی و مولفه های آن از دیدگاه مدیران ارشد تربیت بدنی از آزمون تی وابسته استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ و ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: مقایسه وضعیت موجود و مطلوب نوآوری سازمانی

شاخص های آماری متغیرها	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین		t	درجه آزادی	معنی داری
	موجود	مطلوب			
نوآوری سازمانی	۲/۰ $\pm$ ۴۵/۸۴	۴/۰ $\pm$ ۶۲/۴۷	-۳۰/۸۸	۴۹	۰/۰۰۰۱

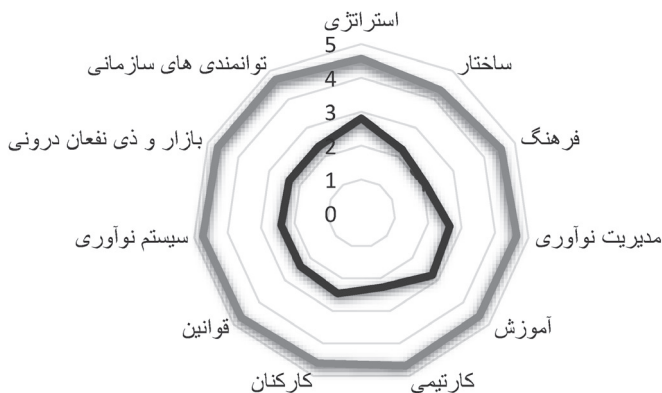
همان طور که در جدول ۲ مشاهده می شود، میانگین نوآوری سازمانی موجود و مطلوب به ترتیب ۲/۴۵ و ۴/۶۲ می باشد و با توجه به سطح معناداری ($P=۰/۰۰۰۱$) بین وضعیت موجود و مطلوب نوآوری سازمانی از دیدگاه مدیران ارشد تربیت بدنی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۳: مقایسه وضعیت موجود و مطلوب مولفه‌های نوآوری سازمانی

معنی داری	درجه آزادی	t	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین		شاخص های آماری متغیرها
			مطلوب	موجود	
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۲۳/۰۹	۴/۰ $\pm$ ۵۷/۵۵	۲/۰ $\pm$ ۸۱/۸۴	راهبرد
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۲۵/۵۸	۴/۰ $\pm$ ۳۳/۳۱	۲/۰ $\pm$ ۲۴/۷۷	ساختار
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۹/۲۴	۴/۰ $\pm$ ۵۶/۵۸	۲/۰ $\pm$ ۹/۷۸	فرهنگ
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۲۵/۳۵	۴/۰ $\pm$ ۶۵/۵۰	۲/۰ $\pm$ ۶۵/۹۲	مدیریت نوآوری
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۲۵/۵۳	۴/۰ $\pm$ ۶۲/۵۴	۲/۰ $\pm$ ۷۸/۸۵	آموزش
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۳/۶۳	۴/۰ $\pm$ ۶۸/۴۶	۲/۰ $\pm$ ۲۶/۸۴	کارتیمی
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۲/۷۴	۴/۰ $\pm$ ۶۰/۵۷	۲/۰ $\pm$ ۴۶/۸۵	کارکنان
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۵/۶۴	۴/۰ $\pm$ ۷۰/۴۶	۲/۰ $\pm$ ۳۸/۷۸	قوانین
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۴/۹۹	۴/۰ $\pm$ ۷۴/۴۲	۲/۰ $\pm$ ۴۰/۷۸	سیستم نوآوری
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۶/۲۴	۴/۰ $\pm$ ۶۸/۴۶	۲/۰ $\pm$ ۳۵/۸۰	بازار و ذی نفعان درونی
۰/۰۰۰۱	۴۹	-۳۶/۳۴	۴/۰ $\pm$ ۷۰/۴۳	۲/۰ $\pm$ ۳۵/۸۰	توانمندی های سازمانی

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، در تمامی مولفه‌های نوآوری سازمانی (راهبرد، ساختار، فرهنگ، مدیریت نوآوری، آموزش، کار تیمی، کارکنان، قوانین، سیستم نوآوری، بازار و ذی نفعان درونی و توانمندی های سازمانی) میانگین وضعیت مطلوب بسیار بالاتر از وضعیت موجود فرض شده است. همچنین با توجه به سطح معناداری ($P=۰/۰۰۰۱$) در تمامی مولفه‌ها، وضعیت موجود و مطلوب مولفه‌های نوآوری سازمانی از دیدگاه مدیران ارشد تربیت بدنی تفاوت معناداری با یکدیگر دارند.

وضعیت مطلوب ————— وضعیت موجود



شکل ۲: مقایسه میانگین های مولفه های نوآوری سازمانی در وضعیت موجود و مطلوب

طبق شکل ۲، وضعیت موجود جامعه مورد نظر با وضعیت مطلوب آن فاصله زیادی دارند و از بین عوامل قابل ارزیابی، مولفه‌های فرهنگ سازمانی، کار تیمی و ساختار سازمانی، در وضعیت موجود در موقعیت پایین‌تری نسبت به دیگر مولفه‌ها قرار گرفته‌اند. راهبرد سازمان و آموزش کارکنان در وضعیت موجود در موقعیت بالاتری نسبت به دیگر مولفه‌ها قرار دارد و با توجه به اینکه تمامی مولفه‌های نوآوری سازمانی، در وضعیت موجود و مطلوب در وزارت ورزش و جوانان دارای ارتباط معنی‌دار می‌باشند، در نتیجه فرض محقق تأیید می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

نوآوری در ورزش، با اشتغال و رشد اقتصادی همراه است و یکی از مسائل کلیدی برای کسب و کار دولت‌ها در سراسر جهان به شمار می‌آید. به دلیل همین اهمیت نظری و کاربردی، نوآوری توجه زیادی را به خود جلب کرده است و می‌تواند بر عملکرد سازمان‌های ورزشی تأثیر مثبتی داشته باشد. نوآوری در ورزش کمک می‌کند تا بتوان به این باور رسید که هر چیزی ممکن است (راتن، ۲۰۱۸: ۹-۳). همچنین نوآوری‌های ورزشی تحت تأثیر مشارکت افراد متخصص در ورزش قرار دارند و این نشان می‌دهد که به درک عمیق‌تری از نوآوری‌های ورزشی در یک محیط علمی و کاربردی جهت سیاست‌گذاری برای ترویج رشد جهانی نیاز است و نوآوری ورزشی مزیتی رقابتی است که موجب جذابیت جهانی ورزش شده است و نقش حیاتی در توسعه صنعت ورزش دارد که این تأثیر از طریق ایده‌های جدید، تغییر و پیشرفت فناوری به ورزش شکل می‌دهد و موجب سازماندهی آن می‌گردد (راتن ۲۰۱۸: ۸). بخش عمده‌ای از تحقیقات در زمینه نوآوری ورزشی در کشورهای توسعه یافته انجام گرفته است؛ بدین معنی که پتانسیل تحقیق در مورد نوآوری‌های ورزشی در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. لازم است بدانیم که چگونه فدراسیون‌های ورزشی بین‌المللی، توسعه نوآوری‌های ورزشی را در عرصه جهانی تسهیل می‌کنند و بیشتر به بررسی تأثیر محدودیت منابع و یا نهادهای ناکارآمد بر نوآوری‌های ورزشی می‌پردازند (پوتز، ۲۰۱۶: ۲۳۷-۲۳۳). از آنجا که نوآوری و خلاقیت در همه سازمان‌ها مانند وزارت ورزش و جوانان عامل رشد و بالندگی سازمان، ارتقای بهره‌وری، افزایش کیفیت خدمات و تولیدات، موفقیت در رقابت، افزایش انگیزش کارکنان و رضایت شغلی آن‌ها، کاهش هزینه‌ها، ضایعات و اتلاف منابع، تنوع تولیدات و خدمات و کاهش بوروکراسی اداری و پشت میز نشینی و مشق عملگرایی است، سازمان‌های ورزشی باید تمام تلاش خود را در انجام تحقیقات و پژوهش‌های گسترده جهت ایجاد، تشویق و نهادینه سازی خلاقیت و نوآوری به کار گیرند (طالب بیدختی و انوری، ۱۳۸۳). تغییر و تحولات سریع علم و فناوری در جهان، از یک سو و تبدیل ورزش به یک صنعت، از سوی دیگر، دست اندرکاران ورزش کشورمان را با چالشی جدیدی روبه‌رو ساخته است که گذر از آن نیازمند به کارگیری رویکردها و روش‌های خلاقانه و نوآورانه می‌باشد. بنابراین با توجه به اینکه کشور ما با جمعیت ۸۰ میلیونی جزو کشورهای در حال توسعه و جوان می‌باشد، شیوه اداره سازمان‌های ورزشی همچنان مانند گذشته است و چنین به نظر می‌رسد که یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های ورزشی در ایران، فقدان نوآوری و کارآفرینی باشد. همچنین تنوع در ورزش‌ها، فرهنگ‌ها، سلیقه‌ها و امکانات ورزشی موجب شده که فعالیت‌های وزارت ورزش و جوانان در کشور بسیار پیچیده گردد و به تبع

آن لزوم جریان پیوسته نوآوری در این وزارت خانه احساس شود. وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران، از نهادهای اصلی و اثرگذار بر تمامی فعالیت های ورزشی کشور است و ارتباطات وسیعی با سازمان های مختلف در داخل و خارج از کشور دارد و تاثیر گذار و متاثر از این سازمان هاست. به علاوه، ادارات کل ورزش و جوانان در هر استان که زیر مجموعه های وزارت خانه در کشور می باشند، نیز نقش چشم گیری در ارتقای سطح ورزش و سلامت، توسعه پایدار، سرافرازی کشور و ... دارند و همانند دیگر سازمان ها در راستای دستیابی به اهداف سازمانی خود، نیازمند نوآوری و کارآفرینی و همچنین عملکرد بالا در تمام سطوح کاری سازمان هستند (اسکندری، ۱۳۹۰، ۱۴). به همین علت پرورش و تقویت روحیه نوآورانه در وزارت ورزش و جوانان مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب است که برای نیل به این مطلوب، باید مولفه های موثر بر نوآوری را بررسی و در جهت ایجاد فرصت های نوآورانه تحلیل و برنامه ریزی های لازم انجام گیرد.

در این پژوهش تلاش شده است تا با بررسی عوامل و مولفه های تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، میزان تاثیر و اولویت هریک از این عوامل و مولفه ها در جامعه آماری پژوهش ارزیابی گردد. ۱۱ عامل اصلی و موثر بر نوآوری سازمانی از قبیل راهبرد سازمانی، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، مدیریت نوآوری در سازمان، آموزش کارکنان و مدیران سطوح پایین تر، کار تیمی، کارکنان نوآور و مستعد، قوانین و مقررات حاکم بر سازمان، سیستم نوآوری، بازار و ذی نفعان درونی سازمان و توانمندی های سازمانی، در وزارت ورزش و جوانان شناسایی و در قالب مولفه هایی در پرسشنامه، بین مدیران ارشد توزیع و مورد آزمون قرار گرفت. برای آزمون فرضیه های پژوهش از نرم افزار spss و جهت آزمون نرمال بودن داده ها از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف استفاده گردید. داده ها دارای توزیع طبیعی بودند. بنابراین تجزیه و تحلیل آماری متغیرهای پژوهش و آزمون فرضیه ها با استفاده از آزمون های پارامتریک انجام شد. به منظور مقایسه وضعیت موجود و مطلوب نوآوری سازمانی و مولفه های آن از دیدگاه مدیران ارشد در وزارت خانه، از آزمون T وابسته استفاده کردیم و میانگین نوآوری در وضعیت موجود ۲/۴۵ و در وضعیت مطلوب ۴/۶۲ بود. با توجه به سطح معناداری ($P=0/001$)، وضعیت موجود و مطلوب تمامی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی شامل راهبرد سازمانی، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، مدیریت نوآوری، آموزش کارکنان و مدیران سطوح پایین تر، کار تیمی، کارکنان نوآور و مستعد، قوانین و مقررات حاکم بر سازمان، سیستم نوآوری، بازار و ذی نفعان درونی سازمان و توانمندی های سازمانی، از دیدگاه مدیران ارشد تفاوت معناداری با یکدیگر داشتند. بر طبق یافته ها، مولفه های فرهنگ سازمانی، کار تیمی و ساختار سازمانی در وضعیت موجود در موقعیت پایین تری نسبت به دیگر مولفه ها قرار دارند و راهبرد سازمانی و آموزش کارکنان در وضعیت موجود در موقعیت بالاتری نسبت به دیگر مولفه ها قرار گرفته اند که با نتایج بعضی از پژوهش ها مانند حسینی (۱۳۸۹) که ساختار سازمانی و سجادی (۱۳۸۳) و تفرشی (۱۳۹۱) که فرهنگ سازمانی را مهم ترین عامل موثر بر نوآوری بیان کرده اند، مغایرت داشت. بنابراین می توان گفت بین وضعیت موجود و مطلوب عوامل تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی در وزارت ورزش و جوانان از دید صاحب نظران ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد و از آنجا که وزارت ورزش و جوانان نقشی مهم و اساسی در توسعه ورزش دارا می باشد، وضعیت فعلی ورزش کشور از وضع مطلوب

آن فاصله بسیار دارد. نتایج این پژوهش با یافته های لینگلچاچ و همکاران (۲۰۰۵)، سدان (۲۰۰۸)، گودرزی و عسگریان (۱۳۸۶) و کیان مرز و همکاران (۱۳۸۶) همخوانی دارد. یافته های تحقیقات مهری و همکاران (۱۳۹۵) پیرامون عوامل موثر بر افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان علوم پزشکی نشان داد که عواملی همچون: ساختار سازمانی، فرهنگ، سیستم پاداش، عوامل مربوط به امکانات، سبک رهبری و عوامل مرتبط به سیستم پاداش، عوامل انگیزشی، دانش و تخصص و ... موجب افزایش نوآوری و خلاقیت کارکنان می باشد. همچنین نتایج این تحقیق در زمینه ساختار سازمانی با نتایج تحقیقات مینتزیبرگ (۱۹۵۹) و برنز و استاکر (۱۹۸۷)، پیرامون رهبری با نتایج تحقیقات سنگه (۲۰۰۶)، در مورد راهبرد با نتایج تحقیقات داج سان و سالتر (۲۰۰۸)، در زمینه یادگیری با تحقیقات ایکاف (۲۰۰۵)، در زمینه فرهنگ سازمانی با نتایج تحقیقات دنیسون و نی آل (۲۰۰۶) و پیرامون مشارکت کارکنان با نتایج تحقیقات ایکاف (۲۰۰۵) هماهنگ است و نتایج تحقیقات قبلی را تایید می نماید. همچنین یافته های تحقیق با نتایج بررسی محمودی و همکاران (۱۳۹۴)، رمضان پور نرگسی و همکاران (۱۳۹۳)، خانی و همکاران (۱۳۹۶)، صادقی و همکاران (۱۳۹۱)، ناصحی فر (۱۳۸۹) و پرهیزگار و همکاران (۱۳۹۲) پیرامون عوامل موثر بر نوآوری در یک راسا می باشند. بنابراین بدیهی ترین راه برای بررسی عملکرد نوآورانه سازمان های ورزشی، سنجش نتایج و دستاوردهای حاصل از اجرای فرآیند نوآوری (خلق محصول، خدمات، فناوری جدید، پیامدهای مالی نوآوری و بررسی میزان پیشرفت و ارتقای سطح فناوری سازمان)، ارزیابی منبع اختصاص یافته به سیستم نوآوری و ارزیابی توانمندی و ظرفیت نوآوری سازمان می باشد (مورل، ۲۰۰۷: ۹). اثر بخشی یک سازمان تحقیقاتی در پروژه های نوآور، با تعداد موفقیت یا شکست سازمان در رسیدن به اهداف سنجیده می شود. بنابراین جهت ارزیابی توانمندی و ظرفیت نوآوری در سازمان ها باید توانمندی افراد و سازمان ها در فرآیند اجرای پروژه های نوآوری (خلق محصول و فناوری جدید) مورد بررسی قرار گیرد. همچنین معیارهای تشخیص موفقیت سازمان در نوآوری شامل معیارهای خروجی (اختراعات، محصولات، فناوری های جدید و مقالات)، معیارهای فرآیندی و عملیاتی (بهبود رویه های کاری) و معیارهای موفقیت راهبردی (بهبود عملکرد کلی سازمان، سود ناشی از نوآوری، افزایش درآمد و سهم بازار) ارزیابی شوند (تید و همکاران، ۲۰۰۵).

بدین ترتیب، می توان نتیجه گرفت در وزارت ورزش و جوانان، مدیران ارشد باید قدرت تحمل بیشتری نسبت به شکست ها و اشتباهات هر یک از مدیران یا کارمندان زیر دست و یا هم سطح خود داشته باشند. باید تلاش کنند تا شرایط بهتری برای فرآیندهای دارای خلاقیت و نوآوری فراهم شود و در طی آن فرهنگ سازمانی که قلب نوآوری سازمانی می باشد در وزارت خانه و سازمان های تابعه از وضعیت مناسب تری برخوردار گردد. همچنین به کار تیمی اهمیت داده، از مکانیزم ها و تیم های حل مسئله استفاده شود و در پاداش ها، عملکرد تیمی مدنظر قرار گیرد.

چنین به نظر می رسد که ساختار سازمانی تقریباً به صورت بسته عمل می کند، در حالی که ساختار سازمانی باید پویا و ارگانیک باشد تا بتواند به ترویج و توسعه نوآوری در سازمان های ورزشی و در بین مدیران و کارکنان بپردازد. علاوه بر این، ساختار سازمانی باید تسهیل کننده و حامی کار تیمی و گروه های حل مسئله و دارای

انعطاف پذیری بیشتر باشد تا ارتباطات سازمانی راحت تر انجام پذیرد. مدیران ارشد نیز باید کارکنان را به انجام نوآوری ترغیب و تشویق کنند و به موفقیت و شکست هر ایده نوآورانه پاداش دهند. کارکنان وزارت ورزش و جوانان هم به عنوان سرمایه انسانی باید فرصت طلب و خلاق باشند و تمایل به ریسک پذیری بالاتری داشته باشند تا این وزارت خانه بتواند در محیط پر رقابت جهانی با به کارگیری نوآوری های سازمانی در حوزه صنعت ورزش راه را برای دستیابی به اهداف خود در آینده هموار سازند. مدیران در سطوح ارشد نسبت به نوآوری سازمانی در سازمان احساس تعهد نمایند تا بتوان شرایط سازمان های ورزشی را از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب نزدیک تر کرد.

اجرای این پژوهش با دو محدودیت رو به رو بوده است:

- عدم دسترسی به مدیران ارشد به دلیل سمت های بالادستی و پراکندگی آنها در کشور.
- عدم تمایل مدیران ارشد برای پر کردن پرسشنامه به دلیل مشغله فراوان کاری.

پیشنهاها

با توجه به یافته های پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می گردد:

- با فراهم کردن فضایی خلاق مانند سیستم مدیریت استعداد، ابزار مناسبی در جهت جذب، حفظ، اداره، مدیریت و کشف کردن استعدادها ایجاد شود.
- نوآوری موضوعی نیازمند آموزش است و با توجه به تاثیر فراوان دانش و تخصص، اهمیت دادن به مقوله یاد شده از طریق دانشگاه ها و آموزش های ضمن خدمت، امری لازم و ضروری می باشد.
- سیستم دریافت پیشنهادات و ایجاد انگیزه برای خلاقیت و استقبال از ایده های جدید در کارکنان.
- به وجود آوردن فضای ایمن بدون پیش داوری.
- حمایت سازمانی از فضای خلاق و نوآور و ایجاد فرهنگ نوآوری.
- ایجاد خط مشی مستحکم و سرمایه گذاری در حوزه تحقیق و توسعه و فناوری اطلاعات در وزارت ورزش و جوانان.
- اعمال سیستم رهبری مشارکت جویانه با کارکنان در تصمیم گیری ها و ارتقای فرهنگ مشارکتی.
- ایجاد یک طرح کلی برای ترویج و بهبود مدیریت نوآوری و تمهید امکانات و تسهیلات جهت اجرای ایده های جدید.

ما در این پژوهش تلاش کردیم گستره ای از انواع مختلف نوآوری در ورزش از قبیل نوآوری اجتماعی، نوآوری فناوری، نوآوری تجاری، نوآوری مبتنی بر جامعه و نوآوری سازمانی را مورد بحث قرار دهیم، اما به دلیل گستردگی این حوزه و تخصصی بودن موضوع، ما تنها به تجزیه و تحلیل نوآوری سازمانی بسنده شده است. بنابراین به پژوهشگران آینده توصیه می کنیم هر یک از انواع نوآوری در ورزش (اجتماعی، فناوری، تجاری و مبتنی بر جامعه) را به طور جداگانه مورد بررسی قرار دهند.

منابع

- اسکندری، عیسی؛ امیرتاش، محمدعلی و الهی، علیرضا. (۱۹۳۰). «ارتباط یادگیری سازمانی با کارآفرینی در ادارات کل ورزش و جوانان استان های شمالی کشور». دانشگاه تربیت معلم تهران.
- طالب بیدختی، عباس و انوری، علیرضا. (۱۳۸۳). «خالقیت و نوآوری در افراد و سازمان ها». ماهنامه تدبیر. سال ۱۵، شماره ۱۵۲.
- عسگریان، فریبا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود؛ جعفری، افشار. (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال های ۱۳۷۰-۱۳۸۰». نشریه حرکت. شماره ۲۴، صص ۲۵-۴۳.
- فروغی پور، حمید. (۱۳۸۴). «زمینه های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه مدیران و متخصصان تربیت بدنی کشور و رائه راهکار». رساله دکترا، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
- کیان مرز، یحیی؛ محرم زاده، مهرزاد؛ کیان مرز، وحیده؛ و مرندی، رضا. (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال های ۸۰-۸۴». مجموعه مقالات ششمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی. جزیره کیش.
- مهری، محمود. (۱۳۹۵). «عوامل موثر بر افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان دانشگاه علوم پزشکی قم». مجله دانشگاه علوم پزشکی قم. دوره ۱۰، شماره ۱۲.
- مومنی، مصطفی. (۱۳۹۵). «نوآوری به عنوان قابلیت چند بعدی». فصل نامه علمی پژوهشی بهبود مدیریت. دوره ۱۰، شماره ۳۱.
- محمودی میمند، محمد. (۱۳۹۴). «عوامل موثر در صنعت بیمه کشور». دوره ۳۰، شماره ۱.
- Aagaard, P. (2014). *Samarbejdsdrevet innovation i praksis*. E. Sørensen, & J. Torfing (Eds.). Djøf/Jurist-og Økonomforbundet.
- Alarifi, S. (2005). "The effects of transformational leadership on followers' creativity and innovation". Doctoral dissertation, Brunel University London.
- Ackoff RL. (2005) *Re-creating the Corporation: A Design of Organizations for the 21st Century*. Oxford University Press, USA.
- Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). "Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance". *Journal of business research*, 67(1), 2891-2902.
- Caza, A. (2000). "Context receptivity: Innovation in an amateur sport organization". *Journal of Sport Management*, 14, 227-242. doi:10.1123/jsm.14.3.227.
- Denison D, Neal W. (2000). *Denison organizational culture survey: Facilitator guide*. Published by Denison Consulting, LLC. Ann Arbor, MI: Aviat.
- Fredberg, T., & Piller, F. T. (2011). "The paradox of tie strength in customer relationships for innovation: a longitudinal case study in the sports industry". *R&D Management*, 41(5), 470-484.

- Freeman, C. (1988) **Japan: a new national system of innovation? Technical change and economic theory.**
- Fagerberg, J., Mowery, D. C., & Nelson, R. R. (Eds.). (2005). **The Oxford handbook of innovation.** Oxford university press.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). **“Effects of innovation types on firm performance”**. International Journal of production economics, 133(2), 662-676.
- Hisrich, R. D. (2014). **Advanced introduction to entrepreneurship.** Edward Elgar Publishing.
- Hillairet, D., Richard, G., & Bouchet, P. (2009). **“The dual management of innovation by the Decathlon group. A distinctive strategic system on the sport goods market”**. Journal of Innovation Economics Management, (1), 189-210.
- Hoeber L, Doherty A, Hoeber O, Wolfe R. (2015). **“The nature of innovation in community sport organizations”**. European sport management quarterly. 15(5):518-34.
- Hervas-Oliver JL, Sempere-Ripoll F. (2015). **“Disentangling the influence of technological process and product innovations”**. Journal of Business Research. 1; 68(1):109-18.
- Hogan SJ, Coote L. V. (2014). **“Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein’s model”**. Journal of Business Research. 1; 67(8):1609-21.
- IOC. (2017a). **“Tokyo 2020 event programmer to see major boost for female participation, youth and urban appeal”**. Available from: <https://www.olympic.org/news/tokyo-2020-event-programme-to-see-major-boost-for-female-participation-youth-and-urban-appeal> (accessed 9 June 2017).
- IOC. (2017b). **Tokyo 2017 event program.** Available from: <https://stillmed.olympic.org/media/>
- Jiménez - Jiménez, D., & Valle, R.S. (2011). **“Innovation, organizational learning, & performance”**. Journal of Business Research, Vol. 64, No.4, pp. 408-417.
- Jimenez-Jimenez, D., Sanz Valle, R., & Hernandez-Espallardo, M. (2008). **“Fostering innovation: the role of market orientation and organizational learning”**. European Journal of innovation management, 11(3), 389-412.

- Krozer, Y., Hophmayer-Tokich, S., van Meerendonk, H., Tijmsma, S., & Vos, E. (2010). **“Innovations in the water chain—experiences in The Netherlands”**. Journal of Cleaner Production, 18(5), 439-446.
- Kalkan, A., Bozkurt, Ö. Ç., & Arman, M. (2014). **“The impacts of intellectual capital, innovation and organizational strategy on firm performance”**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 150, 700-707.
- Kuratko, D. F. Ireland R. D., Covin JG, Hornsby J. S. (2005). **“A Model of Middle-Level Managers’ Entrepreneurial Behavior”**. Entrepreneurship theory and practice, 29(6):699-716.
- Kotler, P. and Keller, K. (2006). **“Marketing Management”**. 12th, Pearson Education. pp 86-101.
- Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). **“Building organizational culture that stimulates creativity and innovation”**. European journal of innovation management, 6(1), 64-74.
- Miragaia, D., & Ferreira, J. J. (2016). **“Consumer behavior analysis: an innovation approach in non-profit sports organizations”**. In *Sport Entrepreneurship and Innovation*, (pp. 229-240). Routledge.
- Manual O. (2005). **The measurement of scientific and technological activities**. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Jul.
- Morel L, Boly V. (2007). **“Innovation process evaluation: from self-assessment to detailed technological audit”**. In 16th International Conference on Management of Technology, May 13 (pp. 9-p).
- Pill, S., Penney, D., & Swabey, K. (2012). **Rethinking sport teaching in physical education: A case study of research-based innovation in teacher education**.
- Potts J, Ratten, V. (2016). **“Sport’s innovation: introduction to the special section”**. Innovation. 2; 18(3):233-7.
- Ratten, V. (2011). **“Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management”**. International entrepreneurship and management journal, Mar 1; 7(1):57-69.
- Ratten, V. (2011). **“A social perspective of sports-based entrepreneurship”**. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 1; 12(3):314-26.

- Ratten, V. (2018). **Sport's innovation management**. Routledge; Aug 23.
- Ratten, V., Ferreira J. J. (2016). “**Sport entrepreneurship and the emergence of opportunities**”. Sport Entrepreneurship and Innovation, 25:242.
- Ratten, v. & Ferreira, J.J. (Eds.). **Sport Entrepreneurship and Innovation**. London: Routledge: pp. 42–59.
- Senge, M. P. (2006). **The Fifth Discipline: The Art & Practice of the Learning organization**. (Revised edition). New York: Crown Business.
- Tjønndal, A. (2017). “**Sport innovation: developing a typology**”. European Journal for Sport and Society. 2017 Dec 29:1-7.
- Tjønndal, A. (2018). **Sport, innovation and social inclusion: the emergence of Mixed Martial Arts**.
- Tjønndal, A. (2019). “**I don’t think they realize how good we are: Innovation, inclusion and exclusion in women’s Olympic boxing**”. International review for the sociology of sport, 54(2), 131-150.
- Tjønndal, A. (2016a). Innovation for social inclusion in sport.
- Tjønndal, A. (2016c). “**Sport, innovation and strategic management: A systematic literature review**”. Brazilian Business Review (Special Issue on Sport and Strategy), 14, 38–56.
- Winand, M., & Hoeber, L. (2016). **Innovation capability of non-profit sport organizations**. (pp. 13-31). London: Routledge.
- Yeh-Yun Lin, C., & Yi-Ching Chen, M. (2007). “**Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan**”. Management Research News, 30(2), 115-132.
- Zheng, W. (2010). “**A social capital perspective of innovation from individuals to nations: where is empirical literature directing us?**” International Journal of Management Reviews, 12(2), 151-183.

شناسایی راهبردهای توسعه اماکن ورزشی سبز و زیرساخت های آن

سمانه کبودانی^۱

شیوا آزادفدا^۲

حسین زارعیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۲۷

طراحی اماکن ورزشی سبز، یک اقدام منحصر به فرد برای حفاظت از محیط زیست است. هدف از این مطالعه، شناسایی راهبرد های توسعه اماکن ورزشی سبز و زیرساخت های آنها بود. با توجه به ماهیت اکتشافی موضوع، از رویکرد تحقیق کیفی و روش کلاسیک نظریه داده- بنیاد استفاده شد. روش نمونه گیری هدفمند بود. پس از جمع آوری داده ها از ۱۵ مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته با متخصصان و افراد آگاه، اشباع نظری به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها به روش کدگذاری سه مرحله ای باز، محوری و انتخابی استراس و کوربین با نرم افزار نرم افزار مکس کیودا ۱۰ انجام شد.

از ۸۴ کد باز، ۴۱ کد مربوط به راهبردهای موثر بر زیرساخت های اماکن ورزشی سبز با ۹ مقوله شناسایی و در کد گذاری گزینشی دو نظریه ارائه شد. هفت راهبرد اصلی توسعه اماکن ورزشی سبز شناسایی گردید: راهبردهای فرهنگ سازی؛ راهبردهای قوانین و مقررات تخصصی در طراحی، ساخت و بهره برداری؛ راهبردهای مدیریتی؛ راهبردهای مالی؛ راهبردهای تشویقی و حمایتی؛ راهبردهای تنبیهی و راهبردهای آموزشی برای متخصصان. پیشنهاد می گردد که در راستای حفظ محیط زیست و تعهد به مسئولیت اجتماعی، استفاده از راهبردهای مناسب از دیدگاه متخصصان برای توسعه اماکن ورزشی سبز مورد توجه ویژه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: اماکن ورزشی سبز، زیر ساخت ها، راهبردهای توسعه و داده سازی بنیادی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Kaboodanisamaneh@yahoo.com

۲. استادیار، مدیریت ورزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

مقدمه

ورزش برای شکل دادن به شخصیت یک ملت بسیار حائز اهمیت است. در سراسر جهان برای ورزش یک حداقل امکانات که به نوعی الزام محسوب می شود، مورد نیاز است که این الزامات شامل مربی ورزش، باشگاه یا فضای کاربردی مناسب و استاندارد، آموزش و ارتقای سطح کار، زیر ساخت های اولیه برای ورزش و توسعه آن، دانش و فناوری به روز ورزش، برگزاری رقابت و مسابقه، تامین بودجه و تأمین جوایز است- این الزامات برای ورزش تفریحی، اوقات فراغت و حرفه ای ضروری می باشند (سپتیان^۱، ۲۰۱۷) و همگی در مکان هایی به نام اماکن و تأسیسات ورزشی انجام می شوند (کاشف، ۱۳۹۴). انجام فعالیت های ورزشی به صورت خاص در محیط ناسالم اکولوژیکی در حد غیر ممکن بودن، بسیار سخت و غیر عاقلانه می باشد. آلودگی آب و هوا، کاهش لایه ازن، زباله های سمی، آفت کش ها، صداهای مزاحم، ترافیک، تغییرات آب و هوا، سیگار و هوای ناسالم فضاهای سرپوشیده، از مهم ترین تهدیدات زیست محیطی برای انجام فعالیت های ورزشی ایمن و مفرح می باشند (اسچولنگوف^۲، ۲۰۱۲). اکوسیستم حیات جهان از مرز خطر گذشته و فراتر از مرز نابودی رفته (دی ساکس^۳، ۲۰۱۲) و بر این اساس فشارها بر روی سازمان ها و کسب و کار برای توسعه استفاده از مدیریت سبز با روش های همسو با محیط زیست افزایش یافته است. به دلیل نگرانی های جهانی نسبت به محیط زیست و استاندارد های بین المللی زیست محیطی (ماسری^۴، ۲۰۱۷)، یک برند مدرن و جدید که در سال های اخیر بسیار رواج یافته است، حفاظت از محیط زیست می باشد که همراه خود تعاریف و انتظاراتی مانند «پایداری»، «بازیافت» و حرکت ها و اقدامات و تصمیمات سبز را آورده است (استینت^۵، ۲۰۱۳). موضوع «ورزش و محیط زیست» از آغاز دهه ۱۹۹۰ در جنبش کنگره المپیک مطرح و مورد توجه قرار گرفته و بعد از آن نیز اقدامات مؤثر زیادی در این حوزه صورت گرفته است (حجی پور و اسدی، ۱۳۹۳). آسیب پذیری ورزشکاران در هنگام قرارگیری در محیط های آلوده به دو علت بیشتر است:

الف) ورزشکاران بسته به نوع فعالیتی که انجام می دهند بیشتر در معرض آلودگی و آسیب های ناشی از آن خواهند بود؛

ب) عمق و شدت فعالیت های ورزشکاران نسبت به سایر افراد بیشتر می باشد (اسچولنگوف، ۲۰۱۲). مسئله علمی که در ساخت و ساز اماکن ورزشی باید و مد نظر قرار گیرد، عبارت اند از: رعایت موارد زیست محیطی و توسعه پایدار، توجه به مسائل امنیتی و امکان ذخیره و کاهش مصرف انرژی (رمضانی، ۱۳۹۴). در شیوه های ساخت و ساز سنتی از مقدار زیادی فولاد، چوب، پلاستیک، مقوا، کاغذ، آب و سایر منابع طبیعی استفاده می گردد که یکی از ضعف های ساخت این اماکن است، چون باعث کاهش بی دلیل و بدون هدایت درست منابع طبیعی می شود (گیبسون^۶، ۲۰۰۸). استفاده از این مواد خام سبب می گردد که ساخت

1. Septian
2. Schulkorf
3. D sachs
4. Masri
5. stinnett
6. Gibson

و نگهداری آن دشوار باشد، هیچ نوع کنترل، صرفه جویی و بازیافتی در مصرف آب و برق و انرژی هنگام استفاده به منظور «آبیاری» و «سیستم های گرمایشی و سرمایشی» وجود نداشته باشد. چمن های مصنوعی حاوی سرب اند و اماکن ورزشی به دلیل افزایش حمل و نقل، تولید زباله از سوی تماشاگران در هنگام برگزاری رویدادهای بزرگ و مواردی از این قبیل تشدید کننده آلودگی ها و آسیب زنده به محیط زیست می باشند (دارول^۱، ۲۰۱۰). «انجمن جهانی تسهیلات ورزشی و تفریحی» در سال ۱۹۶۵ شکل گرفت و تاکید کرد که تمامی رشته های ورزشی به جز چند مورد خاص نیاز به زیر ساخت های عمرانی دارند (رمضانی، ۱۳۹۴). زیر ساخت های ورزشی اگر به درستی تعیین گردند، مزایای زیادی دارند که شامل رونق سرمایه گذاری و جذب سرمایه گذاران به سوی پروژه های مورد نظر، افزایش شغل و شاغلان، افزایش کیفیت محیط زیست، ایجاد توازن بین امکانات داخل و خارج، افزایش رقابت داخلی، کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری است (فلیوبج^۲، ۲۰۰۹). تحقیق جعفری و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که در موانع فرهنگی و سیاسی طراحی و ساخت اماکن ورزشی سبز چهار مولفه عدم توجه به کاهش اتلاف انرژی و استفاده از انرژی های پاک، عامل فرهنگی، وجود ساختار متکی بر نفت در سیاست گذاری های خرد و کلان و عامل سیاسی موثر بوده اند. حجبی پور و اسدی (۱۳۹۳) نیز دریافتند که برای شهروندان فعالیت های ورزشی و استفاده از اماکن ورزشی، توجه به مسائل بهداشتی و زیست محیطی اهمیت زیادی دارد و تمرکز بیشتر مسئولان و برنامه ریزان را می طلبد.

براساس گزارش برنامه زیست محیطی سازمان ملل در سال ۲۰۱۲، در قرن بیست و یکم مشکلات زیست محیطی بسیار بیشتر می شود (برنامه زیست محیطی سازمان ملل^۳، ۲۰۱۲). بنابراین برای حل این مشکلات، آگاهی از مسائل محیط زیست اولین قدم در راه حل آنها می باشد. در پی این خطرات و بحران ها کمیسیون جهانی محیط زیست برای اولین بار اصطلاح توسعه پایدار را ارائه کرد که نیازهای زمان حال را بدون به خطر انداختن نیازهای آیندگان تامین می کند (هریری اکبری^۴، ۲۰۰۶). در پی آن «کنفرانس محیط زیست و توسعه سازمان ملل متحد» (یو ان سی ای دی^۵)، «دستور کار ۲۱»^۶ را درباره محیط زیست و توسعه در ریودوژانیروی برزیل تصویب کرد که در آن، برنامه اقدام برای رسیدن به توسعه پایدار بوده است و همه رهبران جهان آن را پذیرفته اند (بهمن پور، ۱۳۹۴). روش ارزیابی اثرات محیط زیستی (ای ای ای)^۷ یک روش ارزیابی است که اثرات یک پروژه را بر مؤلفه های محیط زیست مثل آب، خاک، هوا، پوشش گیاهی و جانوری و مدیریت منابع بررسی می کند و به طور دقیق می سنجد. سپس اقدامات پیشگیرانه ای را با راه حل هایی مناسب اتخاذ می کند که در صنعت ورزش کمک بسیار با اهمیتی برای برنامه ریزان و اجرا کنندگان محسوب می شود (بهمن پور، ۱۳۹۴). این امر تا حدودی به دلیل رقابت بین رهبران کشورهای جهان بر سر میزان امکانات ورزشی

1. Darwell

2. Flyvbjø

3. UNEP

4. Hariri Akbari

5. (Unced): United Nations Conference On Environment and Development

6. Agenda 21

7. Environmental Impact Assessment (EIA)

در شهر ها و کشورهایشان به وجود آمده است. آنان سعی دارند با اختصاص سرمایه به این بخش، از سایر رقبای خود پیشی بگیرند که خود سبب افزایش امکانات و تسهیلات ورزشی در این حوزه می شود (پی اف لیگور و همکاران^۱، ۲۰۱۳). در حال حاضر، توجه ها معطوف به رویداد های بزرگی نظیر المپیک است که چه زیان ها و اثراتی بر محیط زیست می گذارند. اثرات زیست محیطی رویداد های بزرگ نمایان می باشد، ولی فعالیت های ورزشی روزانه که به صورت مداوم و مستمر و توسط تعداد زیادی از مردم در حال انجام می باشند نیز اثرات مخربی بر روی محیط زیست دارند (بهمن پور، ۱۳۹۴). به عنوان مثال، از اثرات منفی ورزشگاه ها به تغییر روشنایی، افزایش سروصدا، ترافیک و کمبود پارکینگ، نصب تابلوهای تبلیغاتی بزرگ در بال پارک مرکز شهر جانشون می توان یاد کرد- اگر چه با وجود این اثرات، هیچ یک از همسایه ها مخالف وجود این استادیوم نبودند (هگر^۲، ۲۰۰۶). در گزارشی دیگر، انجمن مدیریت استادیوم ها (۲۰۰۶) از افزایش سروصدا، حجم ترافیک، ایجاد آشغال و زباله، نورپردازی های تند و زیاد، کمبود و کاهش محوطه پارکینگ و... به عنوان اثرات منفی استادیوم ها بر محیط اطرافشان، در گزارش سالیانه خود نام برده است (پاداش و همکاران، ۱۳۹۰). اماکن ورزشی سبز تا حد زیادی می توانند این اثرات منفی را کاهش دهند. در واقع، مفاهیم طراحی سبز و توسعه پایدار به منظور مقابله با منابع محدود و کاهش خسارات وارده بر محیط زیست مطرح گردیده اند (کسنیدیس^۳، ۲۰۰۵) و اهمیت و لزوم ایجاد و توسعه اماکن سبز را می توان از تجارب موفق دنیا در این زمینه دریافت (چهرزاد، ۱۳۹۵). اصل اساسی در طراحی سبز، استفاده موثر از منابع طبیعی است و طرح های اماکن سبز باید به گونه ای باشد که نمای ساختمان به خوبی بیان کننده و نمایان گر سیاست ها و اهداف سبز بوده و این اماکن قابلیت استفاده چند منظوره را نیز داشته باشند (گیسون، ۲۰۰۸).

اماکن سبز دارای مزایای زیادی در ابعاد گوناگون می باشند و یک نوع «ابزار مدیریت» برای سازماندهی و ترکیب وضعیت ساختمان با محیط زیست به شمار می آیند (علی، ۲۰۰۹). رایس و بلیک^۴ (۲۰۰۶) سه مزیت برای ساخت اماکن سبز برشمردند: ۱- حفاظت از منابع طبیعی؛ ۲- افزایش بهره وری از انرژی و حفظ منابع آب؛ ۳- محیط داخلی اصلاح شده. همچنین طراحی سبز می تواند خیلی از مشکلات را بهبود دهد (گیسون، ۲۰۰۸). اماکن سبز از کیفیت و طول عمر بالایی برخوردارند و یکی از بهترین راه حل ها برای رفع مشکل تامین منابع کشورهای نظیر اردن می باشند. با بهره گیری از مزایای اماکن سبز می توان یک جامعه با ثبات و استوار به دست آورد (علی، ۲۰۰۹). اماکن دوست دار محیط زیست به دلیل داشتن دما و رطوبت و تهویه هوای مناسب، بسیاری از بیماری ها نظیر آسم، آلرژی، بیماری های تنفسی و غیره را کاهش می دهند و در روند بهبود آن موثر می باشند (گیسون، ۲۰۰۸). یکی دیگر از مزایای اماکن سبز، مبحث اقتصاد می باشد که تاثیرات مثبتی مانند کاهش هزینه ها و رونق بازار دارد (علی، ۲۰۰۹). اولین نشانه توسعه ورزش، اماکن ورزشی سبز می باشد و اماکن ورزشی سبز در واقع یک ابتکار برای حفاظت از محیط زیست است. این اماکن رابطه بسیار خوبی با

1. Pflieger et al.

2. Hagerr

3. Kessenides

4. Ries and Bilec

محیط زیست دارند و وجود آنها برای رسانه ها و حامیان مالی بسیار جذاب می باشد (دارول، ۲۰۱۰). در مورد موضوع این پژوهش، پژوهش های داخلی و خارجی متعددی وجود داشت که مبنای کار محقق قرار گرفت. محیا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «تحلیل رابطه عوامل کلیدی اماکن ورزشی سبز و توسعه پایدار» (باروش تحلیل ساختاری و استفاده از نرم افزار میک مک) دریافتند که اماکن ورزشی سبز می توانند توسعه پایدار را بهبود بخشند و سطح کیفیت محیط زیست، فرهنگ و امور اجتماعی و اقتصادی را در منطقه ای که این اماکن تاسیس می شوند، افزایش و بهبود دهند.

خواجه پور و همکاران (۱۳۹۴) نیز در تحقیقی با عنوان «شناسایی و اولویت بندی زیر ساخت های اماکن ورزشی در راستای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: اماکن ورزشی شهر جویبار)» از طریق مصاحبه دریافتند: ۱- فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد با میانگین ۴/۴۹ در اولویت اول قرار داشت؛ ۲- امکانات اقامتی و تفریحی با میانگین ۴/۰۱ با اولویت کمتر و ۳- زیبایی محل برگزاری رویداد از اهمیت کمی برخوردار بود. برار^۱ و پاتا^۲ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «ورزش و محیط زیست» بیان کرده اند قوانین متعددی که به تصویب و اجرا درآمده اند نشان می دهند که هر دو هدف ورزش و حفظ محیط زیست می توانند در کنار هم اجرا گردند. ورزش می تواند نقش مهمی در ایجاد مدل توسعه پایدار و در نتیجه اجرای دستور کار ۲۱ در همه کشورها داشته باشد و سازمان های ورزشی و افراد مرتبط باید اقدامات و بررسی های لازم را برای رسیدن به این هدف انجام دهند. در تحقیقی دیگر با عنوان «پایداری محیطی در ورزش: وضعیت فعلی و روند آینده»، ترندافیلوا^۳ و همکاران (۲۰۱۴) بیان نمودند اقدامات پایدار به سازمان های ورزشی اجازه می دهد که اثرات زیست محیطی ورزش و فعالیت های مرتبط با آن را کاهش دهند و شیوه های پایدار در صنعت ورزش توانایی ترویج تعهد عمومی در حفاظت از محیط زیست را دارند.

در جامعه جهانی که تخریب محیط زیست ناشی از کسب و کارها رو به گسترش می باشد، ورزش پایدار یک بستر یاری رسان برای حل این مسائل و ساختن یک آینده پایدار برای جهان است. لذا اماکن ورزشی سبز یک نیاز برای سلامت انسان و محیط زیست و ورزش به شمار می آیند. در این پژوهش تلاش گردیده تا راهبردهای مناسب برای زیرساخت ها و توسعه تجهیزات و مکان های سبز ورزشی ارائه گردد. لذا در پی پاسخ به پرسش های زیر است:

- آیا راهکار مناسب برای بهبود زیرساخت ها و توسعه اماکن ورزشی سبز وجود دارد؟
- آیا این راهبردها صحیح یافت شده اند؟
- چگونه می توان این اماکن را توسعه داد؟
- آیا می توان زمینه ای مناسب برای گسترش اماکن ورزشی سبز فراهم آورد و یک فراخوان برای توقف اماکن ورزشی سنتی باشد؟

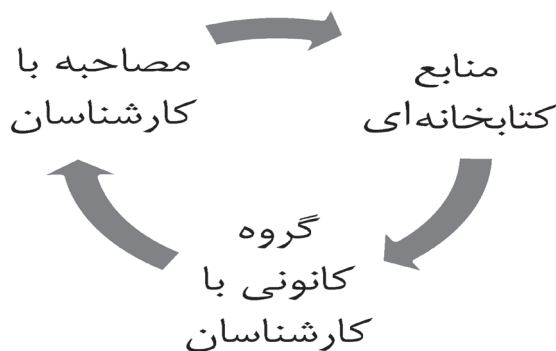
1. Brar

2. Pathak

3. Trendafilova et al.

روش شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش، کیفی است که با نظریه داده-بنیاد انجام گرفته است؛ به این صورت که عوامل یاد شده از مصاحبه های انجام گرفته استخراج شده است. هدف استفاده از رهیافت تحقیق کیفی در مطالعه حاضر، شناسایی راهبردهای توسعه اماکن ورزشی سبز و زیر ساخت های آن بود که از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده گردید. برای مصاحبه، یک شیوه نامه بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش تهیه گردید که در ابتدا مورد تایید اساتید و خبرگان حوزه قرار گرفت. مصاحبه شوندگان نیز اساتید و خبرگان در رشته های محیط زیست، مدیریت ورزش، معماری، منابع طبیعی و برق و مخابرات بودند که مقالات و کتاب های معتبر و دانش کافی در این زمینه داشتند. رشته تحصیلی و داشتن تالیفات علمی مرتبط با موضوع، دارا بودن سمت های مدیریتی و تجارب اجرایی در حوزه اماکن ورزشی از جمله شاخص های انتخاب فهرست اولیه صاحب نظران بود. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری غیر احتمالی^۱، با انتخاب هدفمند و حداکثر تنوع یا ناهمگونی بود. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۵ نفر به دست آمد. همچنین جمع آوری اطلاعات به شکل کتابخانه ای و میدانی انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه تحقیق از کتب، مجلات، پایان نامه های مربوط، آیین نامه و اسناد مرتبط و سایت های اینترنتی استفاده شد. پس از تهیه راهنمای مصاحبه، به نمونه آماری مراجعه شد و داده های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه های باز جمع آوری گردید. گفتنی است که به جهت نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده ها، از رویکرد مثلث سازی^۲ استفاده شد. مثلث سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می شود (اسکینر و همکاران^۳، ۲۰۱۴). با توجه به استفاده از شیوه مثلث سازی، در این تحقیق از منابع متنوع به منظور جمع آوری اطلاعات استفاده گردید.



شکل ۱: فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع آوری اطلاعات

1. Non probability
2. Triangulation
3. Skinner et al.

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر و همکاران (۲۰۱۴) سود جست که در جدول ۱ به آنها اشاره شده است:

جدول ۱: روش های اطمینان از روایی

روش های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت کنندگان برای ارزیابی برداشت های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت کنندگان
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 مشارکت کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمد به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه شوندگان در مورد نتایج
مثلث سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع آوری داده ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص مدیریت اماکن ورزشی که در مراحل انجام پژوهش حضور داشت و از آگاهی مناسبی در زمینه این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش ها و فنون لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه ها را کدگذاری کردند و درصد توافق درون موضوعی با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

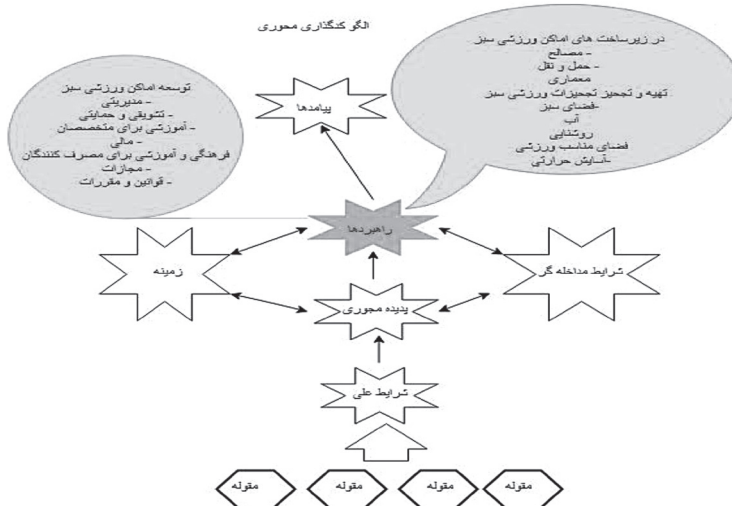
$$\text{درصد پایایی بازآزمون} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی باز آزمون، از بین مصاحبه های انجام گرفته سه مصاحبه انتخاب شد و پژوهشگر در فاصله زمانی ۱۴ روزه آنها را کدگذاری کرد. نتایج حاصل از این کدگذاری ها در جدول ۲ درج شده است:

جدول ۲: محاسبه پایایی باز آزمون

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی بازآزمون
۱	۲	۶۰	۲۸	۱۳	۹۳
۲	۹	۴۰	۱۵	۶	۷۵
۳	۱۵	۸۰	۳۰	۱۶	۷۵
مجموع	-	۱۸۰	۷۳	۳۵	۸۱

نتایج جدول ۲ نشان می دهد که تعداد کل کدها در این سه مصاحبه برابر با ۱۸۰ کد و تعداد توافق برابر ۷۳ کد و تعداد عدم توافقات ۳۵ کد می باشد. بنابر رابطه درصد پایایی باز آزمون، پایایی بازآزمون مصاحبه های این پژوهش برابر با ۸۱ درصد می باشد که با توجه به اینکه عدد حاصل بیش از ۶۰ درصد است، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری ها مورد تأیید و خیلی خوب می باشد.



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش برگرفته از استراس و کوربین

به طور کلی این مدل مفهومی پژوهش می باشد که به دلیل محدودیت های حجم مقاله، تنها به قسمت راهبردها در این متن اشاره شده است.

یافته های پژوهش

یافته های پژوهش نشان داد که از بین نمونه های مورد نظر جهت مصاحبه ۷ نفر دارای تحصیلات مدیریت ورزشی، ۳ نفر دارای تحصیلات محیط زیست و ۵ نفر دارای تحصیلات مرتبط به شرح جدول زیر بودند (جدول

۳). از آن جاکه از اساتید چند گروه مختلف به عنوان نمونه استفاده شده، می توان به راهبردهای مناسبی دست یافت.

جدول ۳: مشخصات مصاحبه شوندگان

رشته تحصیلی	سمت	مدرک تحصیلی
۱ مدیریت ورزش	سرپرست دفتر محیط زیست و توسعه پایدار وزارت ورزش و جوانان و چندین پست دیگر	دکتر
۲ مدیریت ورزش	مدرس دانشگاه	دکتر
۳ مدیریت ورزش	دبیردیرخانه سلامت وزارت ورزش و جوانان	دانشجوی دکتر
۴ مدیریت ورزش	پژوهشگر و مربی ورزش	دانشجوی دکتر دانشگاه تهران
۵ مهندس عمران	کارشناس دفتر فنی	دانشجوی دکتر
۶ مدیریت محیط زیست	هیئت علمی دانشگاه - عضو کمیسیون ورزش و محیط زیست کمیته ملی المپیک - عضو دفتر محیط زیست و توسعه پایدار وزارت ورزش و جوانان	دکتر
۷ مدیریت محیط زیست	عضو هیئت علمی جنگل ها و مراتع کشور	کارشناسی ارشد
۸ مدیریت محیط زیست	مدیرآموزش های ضمن خدمت دانشکده محیط زیست	دکتر
۹ برنامه ریزی شهری و منطقه ای	پژوهشگر	دانشجوی دکتر شهید بهشتی
۱۰ جغرافیا و برنامه ریزی	کارشناس دفتر ارزیابی سازمان حفاظت از محیط زیست	کارشناسی ارشد
۱۱ طراحی معماری فضاهای باز	پژوهشگر	کارشناسی ارشد
۱۲ مدیریت ورزش	هیئت علمی و دانشیار دانشگاه	دکتر
۱۳ معماری طراحی فضاهای نوین	استاد تمام دانشگاه	پروفسور
۱۴ مدیریت ورزش	هیئت علمی و دانشیار دانشگاه	دکتر
۱۵ مدیریت ورزش	هیئت علمی و استادیار دانشگاه	دکتر

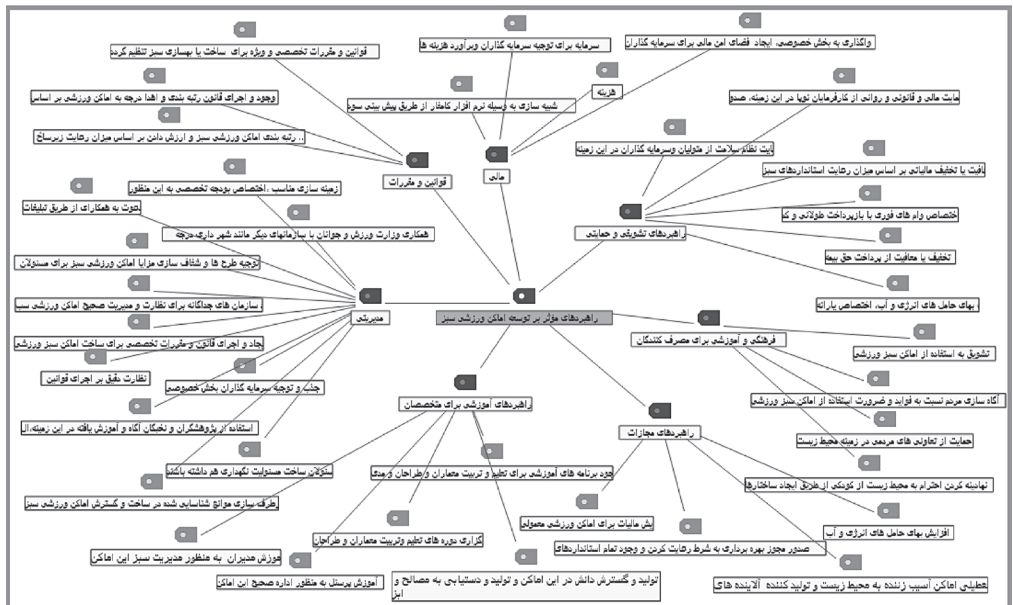
در بخش تحلیل مصاحبه های نیمه ساختاریافته، داده های جمع آوری شده ابتدا به صورت کدهای باز درآمد که کد گذاری باز به دلیل محدودیت های مقاله آورده نشده است - این کدها بیانگر پیامدهای اجتماعی مشارکت ورزشی هستند. سپس در بخش بعدی مفاهیم به صورت دسته بندی شده در قالب کدهای محوری استخراج شدند که این یافته ها در جدول ۴ و ۵ قابل مشاهده است:

جدول ۴: نتایج حاصل از کدگذاری محوری راهبردهای مؤثر بر توسعه اماکن ورزشی سبز

کدهای باز	مفاهیم	درصد فراوانی
	مدیریتی	۲۷/۳
توجیه طرح ها و شفاف سازی مزایای اماکن ورزشی سبز برای مسئولان، ایجاد سازمان های جداگانه برای نظارت و مدیریت صحیح اماکن ورزشی سبز، ایجاد و اجرای قانون و مقررات تخصصی برای ساخت اماکن سبز ورزشی، نظارت دقیق بر اجرای قوانین، جذب و توجیه سرمایه گذاران بخش خصوصی، استفاده از پژوهشگران و نخبگان آگاه و آموزش یافته در این زمینه، الگو قراردادن اماکن سبز برتر در جهان، برطرف سازی موانع شناسایی شده در ساخت و گسترش اماکن ورزشی سبز، زمینه سازی مناسب، اختصاص بودجه تخصصی به این منظور، همکاری وزارت ورزش و جوانان با سازمان های دیگر مانند شهر داری در جهت احداث اماکن سبز، دعوت به همکاری از طریق تبلیغات، مسئولان ساخت مسئولیت نگهداری هم داشته باشند		
	راهبردهای تشویقی و حمایتی	۱۵/۹
حمایت نظام سلامت از متولیان و سرمایه گذاران در این زمینه، حمایت مالی و قانونی و روانی از کارفرمایان نوپا در این زمینه، صدور مجوز ساخت در کمترین زمان ممکن، معافیت یا تخفیف مالیاتی بر اساس میزان رعایت استانداردهای سبز، اختصاص وام های فوری با بازپرداخت طولانی و کم، تخفیف یا معافیت از پرداخت حق بیمه، تخفیف بهای حامل های انرژی و آب، اختصاص یارانه		
	راهبردهای آموزشی برای متخصصان	۱۳/۶
وجود برنامه های آموزشی برای تعلیم و تربیت معماران و طراحان و مدیران سبز، برگزاری دوره های تعلیم و تربیت معماران و طراحان، آموزش پرسنل به منظور اداره صحیح این اماکن، آموزش مدیران به منظور مدیریت سبز این اماکن، تولید و گسترش دانش در این اماکن و تولید و دستیابی به مصالح و ابزار مورد نیاز این اماکن با کیفیت بالا و هزینه پایین		
	مالی	۱۱/۲
شبیه سازی و وسیله نرم افزار کامفار از طریق پیش بینی سود و هزینه و سرمایه برای توجیه سرمایه گذاران و برآورد هزینه ها، واگذاری به بخش خصوصی، ایجاد فضای امن مالی برای سرمایه گذاران		
	فرهنگی و آموزشی برای مصرف کنندگان	۱۱/۲
آگاه سازی مردم نسبت به فوائد و ضرورت استفاده از اماکن سبز ورزشی، تشویق به استفاده از اماکن سبز ورزشی، حمایت از تعاونی های مردمی در زمینه محیط زیست، نهادینه کردن احترام به محیط زیست از کودکی از طریق ایجاد ساختارهای مناسب در آموزش و پرورش به منظور تربیت مدیران آینده، فعالیت های رسانه ای و تولید محتوای جذاب برای همه افراد جامعه در این زمینه، تبلیغات مؤثر		
	راهبردهای مجازات	۱۱/۲
افزایش مالیات برای اماکن ورزشی معمولی، افزایش بهای حامل های انرژی و آب، صدور مجوز بهره برداری به شرط رعایت کردن و وجود تمام استانداردهای سبز، تعطیلی اماکن آسیب زننده به محیط زیست و تولید کننده آلاینده های بیش از حد استاندارد		
	قوانین و مقررات	۹/۹
قوانین و مقررات تخصصی و ویژه برای ساخت یا بهسازی سبز تنظیم گردد، وجود و اجرای قانون رتبه بندی و اهدای درجه به اماکن ورزشی بر اساس میزان رعایت اصول زیست محیطی، رتبه بندی اماکن ورزشی سبز و ارزش دادن بر اساس میزان رعایت زیرساخت ها		

با استناد به نتایج نمودار بالا از ترکیب کدهای مدیریتی، راهبردهای تشویقی و حمایتی، راهبردهای آموزشی برای متخصصان، راهبردهای فرهنگی و آموزشی برای مصرف کنندگان، راهبردهای مجازات، راهبردهای مالی و قوانین و مقررات تشکیل شد. از آنجا که این مفاهیم از سؤالات مربوط به شرایط علی استنتاج شده، در

زیر مجموعه این شرایط قرار گرفتند. براساس ارزش سنجی به عمل آمده، از بین این مفاهیم، مفهوم راهبرد مدیریتی با (۲۷/۳ درصد) بیشترین اهمیت را داراست.



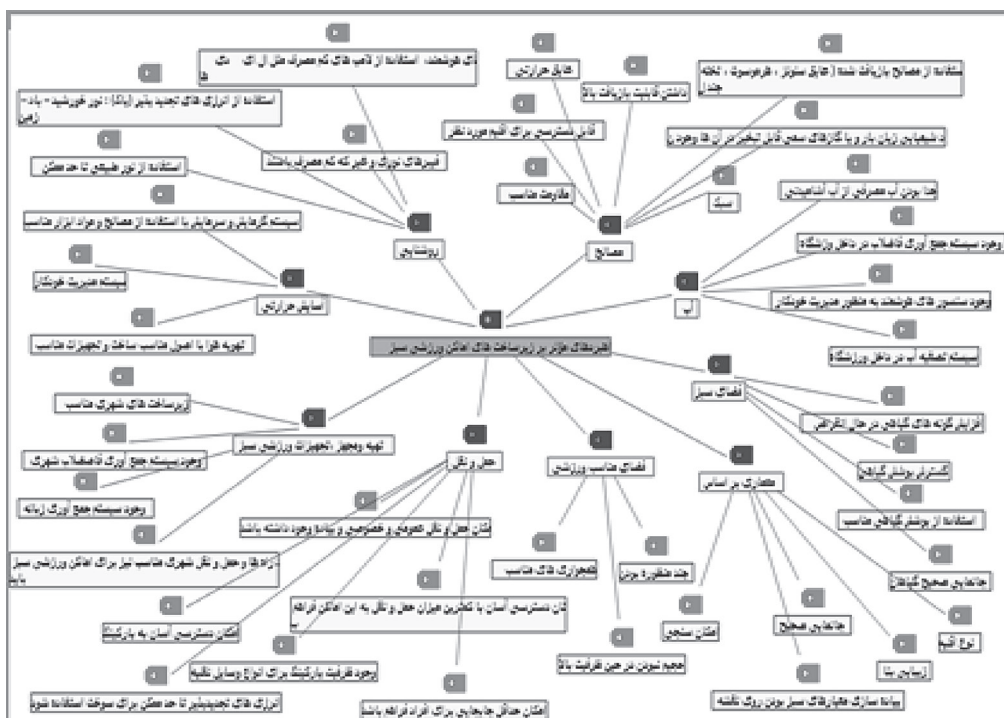
شکل ۳: مدل پارادایمی و ارائه مدل پژوهش راهبردهای مؤثر بر توسعه اماکن ورزشی سبز

همان طور که در شکل ۳ آورده شده، برای هر یک از راهبردهای اصلی به منظور توسعه اماکن ورزشی سبز، تعدادی راهبرد فرعی شناسایی گردیده است که برای راهبرد مدیریتی ۱۳ راهبرد فرعی، برای راهبردهای تشویقی و حمایتی ۸ راهبرد فرعی، آموزش برای متخصصان ۵ راهبرد فرعی، راهبردهای فرهنگی و آموزشی برای مصرف کنندگان ۶ راهبرد فرعی، راهبردهای مجازات ۴ راهبرد فرعی، راهبردهای مالی ۳ راهبرد فرعی و قوانین و مقررات ۳ راهبرد فرعی شناسایی گردید.

جدول ۵: نتایج حاصل از کدگذاری محوری راهبردهای مؤثر بر زیرساخت های اماکن ورزشی سبز

کدهای باز	مفاهیم	درصد فراوانی
عایق حرارتی سبک، داشتن قابلیت بازیافت بالا، مواد شیمیایی زیان بار و یا گازهای سمی قابل تیخیر در آن ها وجود نداشته باشد (روی، رزین های پایدار، آزبست، گرانتیت، مواد HCFC)، قابل دسترسی برای اقلیم مورد نظر، مقاومت مناسب، استفاده از مصالح بازیافت شده (عایق سلولز، هرموسوت، تخته چند لایه، شیشه و پلاستیک و فلزات بازیافت شده)	مصالح	۱۶/۳
امکان دسترسی آسان به پارکینگ، وجود ظرفیت پارکینگ برای انواع وسایل نقلیه، امکان حمل و نقل عمومی و خصوصی و پیاده وجود داشته باشد، از انرژی های تجدیدپذیر تا حد ممکن برای سوخت استفاده شود، امکان حداقل جابجایی برای افراد فراهم باشد، امکان دسترسی آسان با کمترین میزان حمل و نقل به این اماکن فراهم باشد	حمل و نقل	۱۴/۳
نوع اقلیم، امکان سنجی، جانمایی صحیح، پیاده سازی معیارهای سبز بودن روی نقشه، زیبایی بنا	معماری بر اساس	۱۲/۲
استفاده از تجهیزاتی که با مواد بازیافت تهیه شده اند، استفاده از تجهیزاتی که قوانین مصالح سبز در آنها رعایت شده باشد. تجهیزات استاندارد.	تهیه و تجهیز تجهیزات ورزشی سبز	۱۰/۲
جانمایی صحیح گیاهان، استفاده از پوشش گیاهی مناسب، گسترش پوشش گیاهی، افزایش گونه های گیاهی در حال انقراض	فضای سبز	۱۰/۲
جدا بودن آب مصرفی از آب آشامیدنی، وجود سیستم جمع آوری فاضلاب در داخل ورزشگاه، سیستم تصفیه آب در داخل ورزشگاه، وجود سنسور های هوشمند به منظور مدیریت خودکار	آب	۱۰/۲
استفاده از انرژی های تجدید پذیر (پاک): نور خورشید - باد - زمین گرمایی، استفاده از نور طبیعی تا حد ممکن، سنسورهای هوشمند، استفاده از لامپ های کم مصرف مثل ال ای دی ها، فیبرهای نوری و غیره که کم مصرف باشند	روشنایی	۱۰/۲
چند منظوره بودن، حجیم نبودن در حین ظرفیت بالا، همجواری های مناسب	فضای مناسب ورزشی	۸/۲
تهویه هوا با اصول مناسب ساخت و تجهیزات مناسب، سیستم گرمایش و سرمایش با استفاده از مصالح و مواد و ابزار مناسب، سیستم مدیریت خودکار	آسایش حرارتی	۸/۲

با استناد به نتایج نمودار بالا از ترکیب کدهای، راهبردهای مربوط به مصالح، راهبردهای مربوط به حمل و نقل، راهبردهای مربوط به معماری، راهبردهای مربوط به تهیه و تجهیز - تجهیزات ورزشی سبز، راهبردهای مربوط به فضای سبز، راهبردهای مربوط به آب، راهبردهای مربوط به روشنایی، راهبردهای مربوط به فضای مناسب ورزشی، راهبردهای مربوط به آسایش حرارتی به دست آمد. از آنجا که این مفاهیم از سؤالات مربوط به راهبردها استخراج شده، در زیر مجموعه این شرایط قرار گرفتند. براساس ارزش سنجی به عمل آمده، از بین این مفاهیم، مفهوم راهبردهای مربوط به مصالح با (۱۶/۳ درصد) بیشترین اهمیت را جهت سبز سازی اماکن ورزشی دارا می باشد.



۲۹۷

بحث و نتیجه گیری

آثار تخریبی تهدیدات زیست محیطی به صورت بلند مدت و کوتاه مدت بروز می کند که در کوتاه مدت و منطقه ای آن باعث می شود ورزشکار در یک محل یا رویداد ورزشی خاص شرکت نکند. بلند مدت آن به صورت گسترده، کارایی یک منطقه، مسابقه ورزشی و خود ورزش را به مخاطره می اندازد (اسچولنگوف، ۲۰۱۲). بر این اساس این تحقیق با هدف شناسایی راهبردهای توسعه اماکن ورزشی سبز و زیر ساخت های آن، به صورت کیفی و براساس نظریه داده- بنیاد انجام گردید. در کد گذاری باز، ۸۴ کد باز مربوط به راهبردها و ۴۱ کد مربوط به راهبردهای موثر بر زیرساخت های اماکن ورزشی سبز با ۹ مقوله شناسایی و در کد گذاری گزینشی دو نظریه ارائه شد. ۴۳ کد مربوط به هفت راهبرد اصلی توسعه اماکن ورزشی سبز شناسایی گردید، که هر یک دارای راهبردهای فرعی، نیز می باشند.

راهبردهای مربوط به اماکن ورزشی سبز- به دلیل تفاوت زیاد در راهبردهای زیر ساخت و عوامل توسعه- در دو مدل مختلف ارائه گردیدند. بر اساس یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته، می توان گفت: در راهبردهای توسعه اماکن ورزشی سبز، راهبردهای مدیریتی با (۲۷/۳ درصد) بیشترین اهمیت را داراست و مهم ترین و موثر ترین راهبرد پیشنهادی در این پژوهش می باشد. بعد از آن، راهبردهای تشویقی و حمایتی (۱۵/۹ درصد)، راهبردهای آموزشی برای متخصصان (۱۳/۶ درصد)، راهبردهای فرهنگی و آموزشی برای مصرف کنندگان (۱۱/۴ درصد)، راهبردهای مجازات (۱۱/۴ درصد)، راهبردهای مالی (۱۱/۴ درصد) و راهبردهای قوانین و مقررات (۹/۱ درصد) قرار دارند.

راهبرد مدیریتی (۲۷/۳) نشان می دهد که با استفاده از راه کارهای مدیریتی مناسب و مدیران مجرب می توان اماکن ورزشی با کیفیت و هم سطح با جهان ساخت. با توجیه طرح ها و شفاف سازی مزایای اماکن ورزشی سبز برای مسئولان، ایجاد سازمان های جداگانه برای نظارت و مدیریت صحیح اماکن ورزشی سبز، ایجاد و اجرای قانون و مقررات تخصصی برای ساخت اماکن ورزشی سبز، نظارت دقیق بر اجرای قوانین، جذب و توجیه سرمایه گذاران بخش خصوصی، استفاده از پژوهشگران و نخبگان آگاه و آموزش یافته در این زمینه، الگو قرار دادن اماکن سبز برتر در جهان، برطرف سازی موانع شناسایی شده در ساخت و گسترش اماکن ورزشی سبز، زمینه سازی مناسب، اختصاص بودجه تخصصی به این منظور، همکاری وزارت ورزش و جوانان با سازمان های دیگر مانند شهر داری در جهت احداث اماکن سبز، دعوت به همکاری از طریق تبلیغات و واگذاری مسئولیت نگهداری به مسئولان ساخت می توان به اهداف فوق دست یافت. در این پژوهش اهمیت زیاد راهبرد مدیریتی برای توسعه اماکن ورزشی سبز به این دلیل می باشد که اقدامات مدیریتی موثر اساس و مبنای همه طرح هاست، و در تحقق اهداف، مدیریت صحیح از اهمیت بالایی برخوردار است. این راهکارها با تحقیق کاربردی گیبسون (۲۰۰۸) که بیان می کند مدیریت زیست محیطی برای هر سازمان ضمن تعیین و تبیین هدف های زیست محیطی و اقتصادی، خط مشی ها و راهبردها می تواند امکان اجرای آنها را نیز فراهم سازند مرتبط می باشد. بهمن پور (۱۳۹۴) نیز آورده است که در بخشنامه ای که به مدیران کل ستادی و استانی، ارسال گردیده باید نسبت به اجرایی سازی بخشنامه مدیریت سبز ساختمان ها و اماکن ورزش و جوانان، ادارات کل ورزش و جوانان استان ها و مجموعه ها و اماکن ورزشی اقدام شود. بر اساس این بخشنامه که به همت دفتر محیط زیست و توسعه پایدار وزارت تدوین شده باید در جهت ایجاد درگاه مدیریت سبز وزارت ورزش و جوانان به منظور جمع آوری و اجرای شاخص های مدیریت سبز ارزیابی عملکرد سالانه مدیریت سبز ادارات کل استان ها و مدیران مجموعه های ورزشی اقدام گردد. یکی از چالش های اساسی پیش روی اماکن سبز، یافتن مدیران واقف و آشنا به تسهیلات سبز می باشد که بتوانند به خوبی از عهده نگهداری از این تسهیلات برآیند (گیبسون، ۲۰۰۸).

در راهبردهای آموزشی برای متخصصان (۱۳/۶)، وجود برنامه های آموزشی برای تعلیم و تربیت معماران و طراحان و مدیران سبز، برگزاری دوره های تعلیم و تربیت معماران و طراحان، آموزش پرسنل به منظور اداره صحیح این اماکن، آموزش مدیران به منظور مدیریت سبز این اماکن، تولید و گسترش دانش در این اماکن و

تولید و دستیابی به مصالح و ابزار مورد نیاز این اماکن با کیفیت بالا و هزینه پایین آمده است. چهرزاد (۱۳۹۵) نیز بیان می کند اساسی ترین حامیان اماکن سبز در کشور در ابتدا و به عنوان زمینه محرک این پروژه ها، دانشگاه ها می باشند که از این طرح ها حمایت علمی می کنند و در پی آن دولت و سایر بخش ها برای راه اندازی و پشتیبانی همه جانبه اقدامات لازم را انجام می دهند. گیسون (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود آورده است که حمایت های زیادی در سراسر دنیا برای ساخت سبز انجام می شود که یکی از آنها کمک هزینه های آموزش و تحقیقات در مورد اماکن سبز می باشد. این پژوهش نشان می دهد پس از اقدامات مدیریتی مناسب از طریق راهبردهای فوق، راهبرد آموزش متخصصان از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا تخصص و دانش خود بستر توسعه می باشند.

در راهبردهای تشویقی و حمایتی (۱۱/۲) به حمایت نظام سلامت از متولیان و سرمایه گذاران در این زمینه، حمایت مالی و قانونی و روانی از کارفرمایان نوپا در این زمینه، صدور مجوز ساخت در کمترین زمان ممکن، معافیت یا تخفیف مالیاتی بر اساس میزان رعایت استانداردهای سبز، اختصاص وام های فوری با بازپرداخت طولانی و کم، تخفیف یا معافیت از پرداخت حق بیمه، تخفیف بهای حامل های انرژی و آب و اختصاص پارانه اشاره شده که می تواند افراد زیادی را به سمت سرمایه گذاری و ساخت اماکن ورزشی سبز در کشور سوق دهد. این راهکار با تحقیق بهمن پور (۱۳۹۴) که می گوید هیچ شخص دست اندرکاری به تنهایی قادر به روبه رو شدن با تمام مسائل محیط زیستی نیست و سازمان دهندگان رویدادهای ورزشی به توصیه ها و حمایت ها احتیاج دارند، همسو می باشد. یافته های گیسون (۲۰۰۸) در مورد تاثیر برخی از طرح های تشویقی نظیر اختصاص بودجه برای ساختمان های سبز، کاهش هزینه های بازرسی، مشاوره رایگان، کمک در طراحی، بازرسی و صدور سریع جواز، بخشش های مالیاتی و کمک هزینه های آموزش و تحقیقات در مورد اماکن سبز هم با نتایج این پژوهش همخوانی دارد.

در آموزش راهبردهای فرهنگی برای مصرف کنندگان (۱/۲) به آگاه سازی مردم نسبت به فوائد و ضرورت استفاده از اماکن سبز ورزشی، تشویق به استفاده از اماکن سبز ورزشی، حمایت از تعاونی های مردمی در زمینه محیط زیست، نهادینه کردن احترام به محیط زیست از کودکی از طریق ایجاد ساختارهای مناسب در آموزش و پرورش به منظور تربیت مدیران آینده، فعالیت های رسانه ای و تولید محتوای جذاب برای همه افراد جامعه در این زمینه، تبلیغات موثر در توسعه و ساخت اماکن ورزشی سبز می توان اشاره کرد. اسماتولو (۲۰۱۱) نیز همسو با نتایج این پژوهش به لزوم آموزش اشاره دارد و آموزش و پرورش را یک عامل مهم برای از بین بردن تمام اشکال اثرات نامطلوب بر محیط زیست می داند. بهمن پور (۱۳۹۴) نیز بیان داشته که ورزشکاران به خصوص قهرمانان به دلیل الگو بودن برای بسیاری از جوانان و سایر افراد در ایجاد علاقه و حساسیت آنها نسبت به محیط زیست و فعال کردن شان برای حفاظت از محیط زیست نقش بسیار موثر دارند و به طور کلی آموزش، بنیان توسعه و رشد و بالندگی می باشد که با یافته های پژوهش حاضر همخوانی دارد.

راهبردهای مجازات (۱۱/۲) به افزایش مالیات برای اماکن ورزشی معمولی، افزایش بهای حامل های انرژی و آب، صدور مجوز بهره برداری به شرط رعایت کردن و وجود تمام استانداردهای سبز، تعطیلی اماکن آسیب

زننده به محیط زیست و تولید کننده آلاینده های بیش از حد استاندارد اشاره دارد. به نظر می رسد این راهبرد در جایگاه و اولویت مناسبی قرار دارد، زیرا در صورت عملی نشدن راهبردهای تشویقی و آموزشی باید راهبرد مجازات اعمال گردد. در بسیاری از موارد نیز وجود مجازات سبب به وجود آمدن یک فرهنگ شده است؛ چنان که بهمن پور (۱۳۹۴) در اثر خود به این راهبرد اشاره دارد.

در راهبردهای مالی (۱۱/۲) شبیه سازی به وسیله نرم افزار کامفار از طریق پیش بینی سود، هزینه و سرمایه برای توجیه سرمایه گذاران و برآورد هزینه ها، واگذاری به بخش خصوصی و ایجاد فضای امن مالی برای سرمایه گذاران بسیار اهمیت دارد. این راهبرد همان گونه که مهیا (۱۳۹۵) نیز تاکید می کند در صورت عملی شدن سبب بهبود شرایط و به وجود آورنده شرایط مناسب و مطلوب در زمینه های اقتصادی می گردد.

بدین ترتیب، راهبردهای تشویقی و حمایتی، آموزش راهبردهای فرهنگی برای مصرف کنندگان و راهبردهای مجازات و راهبردهای مالی با دارا بودن فراوانی ۱۱/۲، از اهمیت یکسانی برای تحقق هدف توسعه اماکن ورزشی سبز برخوردار می باشند و برای تحقق این هدف باید به موازات یکدیگر پیش برده شوند.

در راهبردهای قوانین و مقررات (۹/۱) بر لزوم تنظیم قوانین و مقررات تخصصی و ویژه برای ساخت یا بهسازی سبز، وجود و اجرای قانون رتبه بندی و اهدای درجه به اماکن ورزشی بر اساس میزان رعایت اصول زیست محیطی، رتبه بندی اماکن ورزشی سبز و ارزش دادن بر اساس میزان رعایت زیرساخت ها تاکید می گردد. هو و همکاران (۲۰۰۵) و گیسون (۲۰۰۸) نیز بیان می کنند که ساخت اماکن سبز یک انتخاب مسئولانه اجتماعی و یک تصمیم هوشمندانه مالی است که می تواند سبب جلب سرمایه گذاران گردد. علی (۲۰۰۹) نیز به اهمیت و فاکتورهای ضروری در این قوانین و مقررات اشاره دارد. فکری و همکاران (۲۰۱۴) هم به لزوم و اهمیت و افزایش کیفیت پس از ارزیابی ها برای سبز سازی تاکید دارند. در اولویت آخر قرارگرفتن این راهبرد به معنای کم اهمیتی آن نیست، بلکه نشان دهنده اهمیت راهبردهای فوق می باشد و در صورت تحقق راهبردهای قبلی این راهبرد نیز تا حد زیادی به خودی خود محقق می گردد.

در مورد راهبردهای کاربردی پیرامون زیر ساخت های اماکن ورزشی سبز باید گفت اماکن سبز در جهان علاقه مندان زیادی دارد؛ چنان که پژوهش اکشی و همکاران (۲۰۱۸) نیز نشان می دهد که محبوبیت اماکن سبز در سراسر دنیا به دلیل سازگاری با محیط زیست می باشد و بخشی دیگر به دلیل صرفه جویی در انرژی، آب، کاهش آلودگی زیست محیطی و آسایش زیاد حاصل از این ساختمان ها برای شهروندان است. در این پژوهش تلاش گردید تا راهبردهای مناسب جهت سبز سازی زیر ساخت ها در اماکن ورزشی شناسایی گردد. اولویت در سبز سازی زیرساخت ها در ساخت و یا سبز سازی اماکن ورزشی سبز به ترتیب زیر است: راهبردهای مرتبط با مصالح با ۱۶/۳ درصد دارای بیشترین اهمیت، راهبردهای مرتبط با حمل و نقل ۱۴/۳ درصد، راهبردهای مرتبط با معماری ۱۲/۳ درصد، راهبردهای مرتبط با تهیه و تجهیز-تجهیزات ورزشی سبز ۱۰/۲ درصد، راهبردهای مرتبط با فضای سبز ۱۰/۲ درصد، راهبردهای مرتبط با آب ۱۰/۲ درصد، راهبردهای مرتبط با روشنایی ۱۰/۲ درصد، راهبردهای مرتبط با فضای مناسب ورزشی ۸/۲ درصد، راهبردهای مرتبط با آسایش حرارتی ۸/۲ درصد. در راهبردهای مرتبط با مصالح تاکید می گردد که در ساخت اماکن ورزشی سبز باید از مصالح سبز استفاده

شود. در غیر این صورت تمهیدات بعدی در زیر ساخت ها موثر واقع نمی گردد. این مصالح سبز باید ویژگی های عایق حرارتی، سبک، داشتن قابلیت بازیافت بالا، مواد شیمیایی زیان بار و یا گازهای سمی قابل تبخیر در آن ها وجود نداشته باشد (روی، رزین های پایدار، آزیست، گرانتیت، مواد آچ سی اف سی). همچنین قابلیت دسترسی برای اقلیم مورد نظر، مقاومت مناسب، استفاده از مصالح بازیافت شده (عایق سلولز، هرموسوت، تخته چند لایه، شیشه و پلاستیک و فلزات بازیافت شده) و ویژگی هایی از این قبیل را داشته باشند. گیسون (۲۰۰۸) نیز در تحقیق خود به این موضوع اشاره کرده است، ولی با یافته روانشادیان و قنبری مطلق (۱۳۹۴) از نظر اولویت اول با اثر که در استاندارد ال ای ای دی طراحی را در اولویت اول قرار داده اند، دارای نتیجه یکسان نمی باشد. دلیل دیگر اهمیت و اولویت این زیرساخت به دلیل تغییرناپذیر و غیرقابل بهبود سازی پس از ساخت می باشد. در راهبردهای مرتبط با حمل و نقل (۱۴/۳) در اماکن ورزشی سبز باید حمل و نقل بسیار آسان و قابل دسترس برای استفاده کنندگان باشد و کم ترین آلودگی و فشار به محیط زیست تحمیل شود. از طریق امکان دسترسی آسان به پارکینگ، وجود ظرفیت پارکینگ برای انواع وسایل نقلیه، امکان حمل و نقل عمومی و خصوصی و پیاده، استفاده از انرژی های تجدیدپذیر تا حد ممکن برای سوخت، امکان حداقل جابجایی برای افراد و دسترسی آسان با کمترین میزان حمل و نقل به این اماکن مورد توجه قرار دارد. بهمن پور (۱۳۹۴) نیز به چگونگی حمل و نقل سبز اشاره دارد: ۱- انتخاب سیستم های با حداقل مصرف انرژی و حداقل تولید آلودگی؛ ۲- بستر سازی و تشویق برای حمل و نقل عمومی؛ ۳- صدور بلیت حمل و نقل عمومی رایگان؛ ۴- قابلیت دسترسی پیاده و تشویق و ترغیب برای انتخاب این نوع حمل و نقل؛ ۵- وجود مسیرهای دوچرخه و پارکینگ مخصوص آن و تشویق به استفاده از این نوع حمل و نقل. همچنین فدراسیون بین المللی فوتبال (۲۰۱۵) تاکید کرده است که بازدید کنندگان برای دسترسی به استادیوم ها سه گزینه در پیش رو دارند: ۱- حمل و نقل عمومی؛ ۲- اتومبیل های شخصی؛ ۳- مسیرهای عبور عابران پیاده در اطراف استادیوم که نشان دهنده برنامه صحیح برای سیستم حمل و نقل می باشد.

در راهبردهای مرتبط با معماری (۱۲/۳) تاکید می گردد که می توان بسیاری از هزینه ها را کاهش و کارکرد سایر زیر ساخت ها را به منظور صرفه جویی افزایش داد و در صورت طراحی نامناسب، اقدامات پیشگیرانه بعدی بسیار کم اثر می باشد. راهبرد موثر در طراحی سبز عبارت است از: طراحی بر اساس تنوع اقلیم، امکان سنجی، جانمایی صحیح، پیاده سازی معیارهای سبز بودن روی نقشه و زیبایی بنا. روانشادیان و قنبری مطلق (۱۳۹۴) نیز به طور مفصل در مورد اهمیت طراحی و چگونگی آن توضیح داده اند. محمدیان (۱۳۹۲) هم به رعایت استانداردهای طراحی سبز یا همان طراحی همسو با محیط زیست به عنوان یک الزام طراحی اشاره کرده است.

در راهبردهای مرتبط با تهیه و تجهیز- تجهیزات ورزشی سبز (۱۰/۲) درصد) باید تلاش شود مواد مورد استفاده در این تجهیزات یا از مواد بازیافتی تهیه شوند و یا قابل بازیافت باشند. الزامات مصالح سبز نیز در مورد تجهیزات ورزشی سبز صادق می باشد- علاوه بر آن که این تجهیزات باید ایمن و استاندارد باشند. در راهبرد فضای سبز (۱۰/۲) درصد) تاکید می شود که اماکن ورزشی سبز بدون پوشش گیاهی مناسب و

فضای سبز کافی بی معنی می باشند و باید اقدامات موثری در این زمینه که شامل جانمایی صحیح گیاهان، استفاده از پوشش گیاهی مناسب، گسترش پوشش گیاهی، افزایش گونه های گیاهی در حال انقراض می باشد، صورت گیرد. صادقی (۱۳۹۴) نیز به این موضوع اشاره دارد که فضاهای سبز سبب ارتقای سطح کیفیت زندگی و نشانه توسعه یافتگی می باشد. فدراسیون بین المللی فوتبال (۲۰۱۵) هم تاکید دارد که هرگاه استادیوم در کنار پارک های جنگلی طبیعی و مناطق حفاظت شده یا پوشش گیاهی که باید حفاظت شود بنا گردد، باید در هنگام طراحی کاشت و پیوند گیاهان و درختان پیش بینی و اجرا گردد.

در راهبردهای مرتبط با آب (۱۰/۲ درصد) تاکید می گردد که آب مایه حیات است و باید در صنعت ورزش که یکی از صناعی است که مصرف آب در آن زیاد می باشد، تمهیدات ویژه ای برای حفاظت و صرفه جویی آب صورت پذیرد، از جمله: جدا بودن آب مصرفی از آب آشامیدنی، وجود سیستم جمع آوری فاضلاب در داخل ورزشگاه، سیستم تصفیه آب در داخل ورزشگاه و وجود سنسورهای هوشمند به منظور مدیریت خودکار آب. طبق سند اف آو (۲۰۱۱) میزان توزیع آب در جهان از طریق رودخانه ها مشخص کننده بحران آب در جهان می باشد. مایستو (۲۰۱۵) نیز اشاره می کند که در این بحران روز افزون، فناوری های سبز فرصت هایی هستند که می توانند میزان آب در دسترس را از طریق کاهش هدر رفت آب، تصفیه فاضلاب، بهره وری بیش تر از آب، بازیافت آب و حفاظت از آب افزایش دهند. یانگ و رایز (۲۰۱۵) نیز بیان می کنند که فناوری های مربوط به بازیافت فاضلاب و سلامت و بهداشت آب پیشرفت های زیادی کرده است. بنابر این در این زمینه مانعی وجود ندارد. بهمن پور (۱۳۹۴) و کمیته مهندسان زمین شناسی ال ال سی (۲۰۱۷) نیز اثرات صرفه جویی در مصرف آب و روش های آن را مورد بررسی قرار داده اند.

در راهبردهای مرتبط با روشنایی (۱۰/۲ درصد) تاکید می گردد که برای جلوگیری از هدر رفت آن باید اقداماتی نظیر استفاده از انرژی های تجدید پذیر (پاک) مانند نور خورشید، باد، زمین گرمایی و استفاده از نور طبیعی تا حد ممکن، سنسورهای هوشمند، استفاده از لامپ های کم مصرف مثل ال ای دی ها، فیبرهای نوری و غیره که کم مصرف باشند صورت گیرد. در گزارش وضعیت جهان (۲۰۱۳) آمده است که فعالیت های کشورهای توسعه یافته و غربی در مصرف زیاد از منابع، نگرانی تمام شدن منابع را ایجاد می کند. فدراسیون بین المللی فوتبال (۲۰۱۵) نیز به مزایا و روش های روشنایی موثر اشاره دارد که در آن میزان برق هر استادیوم با توجه به اقلیم آن منطقه و در پیک مصرف محاسبه می گردد و برای محاسبه روشنایی مورد نیاز برای فضای داخل، خارج و اطراف این اماکن از نرم افزارهای کامپیوتری استفاده می شود که این امر سبب آگاهی از تعداد چراغ ها و مقدار روشنایی مورد نیاز می شود. همچنین کمیته مهندسان زمین شناسی ال ال سی (۲۰۱۷) بیان کردند که استفاده از نور روز سبب کاربری راحت و مناسب و کاهش هزینه ها برای روشنایی در طول روز می شود.

اهمیت زیرساخت های روشنایی و آب با درصد فراوانی ۱۰/۲ به صورت یکسان می باشد که نشان دهنده این است که نمی توان گفت که برای سبز سازی کدام یک تلاش و توجه بیشتری مورد نیاز است و باید به موازات یکدیگر پیش برده شوند و هردو بسیار با اهمیت اند.

در راهبردهای مرتبط با فضای مناسب ورزشی (۸/۲ درصد) تاکید می گردد که هدف حفاظت از محیط زیست و صرفه جویی در منابع در اماکن ورزشی سبز باید در حد اکثر کارایی باشد و شامل چند منظوره بودن، حجیم نبودن در حین ظرفیت بالا و همجواری های مناسب است. رمضانی (۱۳۹۴) بیان کرده که تاریخ بیانگر آن است که ساخت و ساز فضاها و تجهیزات ورزشی نشان دهنده تفکر، نگرش و نیاز های مردم در آن عرصه می باشد و اهداف فعالیت بدنی در هر دوره را مشخص می کند. بهمن پور (۱۳۹۴) اذعان دارد که در حقیقت ساختمان های ورزشی، قابل رویت ترین بخش هر رویداد یا سازمان ورزشی را تشکیل می دهند.

راهبردهای مرتبط با آسایش حرارتی (۸/۲ درصد) شامل تهویه هوا با اصول مناسب ساخت و تجهیزات مناسب، سیستم گرمایش و سرمایش با استفاده از مصالح و مواد و ابزار مناسب، سیستم مدیریت خودکار و استفاده از تکنیک های طراحی و فناوری های نوین می باشد که باید حداکثر آسایش حرارتی را برای افراد در این اماکن فراهم آورد. گیبسون (۲۰۰۸) نیز بیان می دارد که تهویه و دمای مناسب و سالم در درون اماکن سبز سبب جلوگیری از بروز بسیاری از بیماری ها می شود. کربلانی درنی (۱۳۹۴) آسایش حرارتی را احساس رضایت و خشنودی از دمای اطراف تعریف می کند و عواملی که سبب تغییر میزان مطلوب بودن دما برای انسان می شود شامل میزان فعالیت بدنی، لباس و عوامل اقلیمی مانند میزان رطوبت و سرعت حرکت هوا می داند.

فضای مناسب ورزشی و آسایش حرارتی با ۸/۲ درصد فراوانی، به صورت یکسان می باشند که نشان می دهند برای سبز سازی و یا ساخت اماکن ورزشی سبز باید این دو زیر ساخت به طور موازی سبز سازی گردند و تا حد زیادی در صورت مناسب سازی زیر ساخت های قبلی، این دو نیز تا حد زیادی بهسازی می گردند.

به طور کلی می توان دریافت که نتایج پژوهش حاضر با پژوهش های زیر همخوانی دارد: سوکا (۲۰۱۵) که در بررسی استادیوم ها دریافت پارامترهای طراحی، عایق بندی، پنل های خورشیدی و بهبود سیستم تهویه مکانیکی سبب کاهش مصرف انرژی سالیانه می شود. همچنین، بهمن پور (۱۳۹۴) که تاکید کرده کمیته بین المللی المپیک برای فعالیت های روزانه باید الزامات محیط زیستی ضروری را تصویب کند؛ شامل ۱- استفاده از وسایل کم مصرف در سیستم روشنایی، شبکه های کامپیوتری و فتوکپی؛ ۲- استفاده از وسایلی که مصرف آب را کاهش دهند؛ ۳- مدیریت پسماندها شامل دفع فرآورده های خطرناک و بازیافت مواد قابل بازیافت از قبیل کاغذ، شیشه، بطری های پلاستیکی، باتری ها، آلومینیوم، آهن، کابل های برق، سیم های مسی، دستگاه های الکترونیکی، چوب، جوهر، روغن ها و زباله های خانگی؛ ۴- استفاده از کاغذی که با مواد طبیعی ساخته شده و استفاده از دوروی کاغذ و کاغذهای چک نویس.

اصول کلی که همه کشور ها باید مدنظر خود قرار دهند، این است که بناهای ورزشی سبز به عنوان یک اثر فرهنگی و تاریخی مورد توجه قرار گیرند تا علاوه بر افزایش سطح حفاظت از محیط زیست، باعث همبستگی و افزایش شور و نشاط و تمایل به ورزش در بین افراد جامعه گردند (فکری و همکاران، ۲۰۱۴).

اماکن سبز به خصوص اماکن ورزشی سبز یک پدیده نو ظهور در دهه اخیر می باشند. با توجه به تمرکز جهان بر روی اماکن سبز به خصوص اماکن ورزشی سبز و گسترش روز افزون آن و نبود اماکن ورزشی سبز در کشورمان، نتایج این تحقیق می تواند مبنای ساخت اماکن ورزشی سبز و سبز سازی اماکن ورزشی موجود قرار گیرد.

پیشنهادهای

- رشته های دانشگاهی موجود در کشور به صورت تخصصی به تربیت افراد متخصص که در مورد اماکن ورزشی سبز دانش لازم را داشته باشد نمی پردازند. پس بهتر است رشته مدیریت سبز، طراحی و معماری سبز به منظور تعلیم و تربیت متخصصان معرب در این زمینه ایجاد گردد.
- در صورت آموزش و فرهنگ سازی بسیاری از مشکلات به میزان قابل توجهی کاهش می یابند. بنابر این پیشنهاد می گردد، ترویج فرهنگ صرفه جویی، مدیریت بازیافت و استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی در بین مردم از طریق ایجاد زیر ساخت های شهری مناسب و تبلیغات موثر در رسانه ها صورت پذیرد.
- از آنجا که هیچ نمونه از اماکن ورزشی سبز در ایران وجود ندارد، به کارگیری محققان و کارشناسان واقف به ابعاد اماکن ورزشی سبز به منظور ساخت و توسعه اماکن ورزشی سبز در روند پیشرفت و کیفیت کار بسیار موثر می باشد.
- با توجه به اینکه هیچ قانون و دستور العمل جامع و تخصصی برای ساخت و ساز اماکن ورزشی سبز و سبز سازی اماکن ورزشی معمولی وجود ندارد. پیشنهاد می گردد یک قانون جامع و کامل با شرح کامل وظایف و استاندارد ها و حدود مجاز از طراحی تا بهره برداری برای اماکن ورزشی سبز تدوین گردد.
- با توجه به آلودگی هوا، خطر اتمام منابع که از مرز بحران عبور کرده و وجود اماکن ورزشی کنونی که خسارت های زیست محیطی زیادی را به چرخه محیط زیست تحمیل می کنند، سبز سازی و بهبود کیفیت اماکن ورزشی موجود پیشنهاد می گردد.

منابع

- بهمن پور، هومن. (۱۳۹۴). ورزش و محیط زیست. دفتر محیط زیست و توسعه پایدار، وزارت ورزش و جوانان. صص ۱-۱۶۷.
- پاداش، دنیا؛ پاداش، امین؛ نادریان، مسعود و سلطان حسینی، محمد. (۱۳۹۰). «بررسی اثرات محیط زیستی اماکن ورزشی بر محیط شهری. محیط زیست و توسعه». سال ۲، شماره ۳، صص ۳۱-۳۶.
- جعفری، سعید؛ جلالی فراهانی، مجید و خبیری، محمد. (۱۳۹۵). «اولویت بندی موانع فرهنگی و سیاسی طراحی و ساخت اماکن ورزشی سبز».
- چهرزاد، محمد؛ حاجی آقا بزرگی، حسین و مجروحی سردرود، جواد. (۱۳۹۵). «ارزیابی معیارهای رتبه بندی ساختمان های سبز در استاندارد های مطرح دنیا و پیشنهادی برای تدوین استاندارد ایران». نشریه مهندسی محیط زیست. دوره ۴۷، شماره ۴، صص ۴۷-۶۰.
- ۳۰۵ حاجی پور، علیرضا و اسدی دستجردی، حسن. (۱۳۹۳). «تحلیل وضعیت بهداشتی- زیست محیطی اماکن ورزشی و رابطه آن با میزان مشارکت در فعالیت بدنی شهروندان استان های خراسان». مجله مدیریت ورزشی. صص ۱-۱۳.
- خواجه پور، اکرم؛ دوستی پاشا، مرتضی؛ رضوی، سید محمد حسین و فرزانه، فرزانه. (۱۳۹۴). «شناسایی و اولویت بندی زیرساخت های اماکن ورزشی در راستای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: اماکن ورزشی شهر جویبار)». مجله گردشگری. سال ۴، شماره ۵، صص ۶۱-۶۸.
- رمضانی، علیرضا. (۱۳۹۴). شناخت تأسیسات و اماکن ورزشی. چاپ اول، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب های درسی ایران
- روانشادنی، مهدی و قنبری مطلق، مهران. (۱۳۹۴). مدل سازی اطلاعات ساختمان سبز. تهران: انتشارات سیمای دانش
- صادقی، سید کمال؛ سجودی، سکینه و احمدزاده دلچوان، فهیمه. (۱۳۹۶). «تاثیر انرژی های تجدید پذیر بر رشد اقتصادی و کیفیت محیط زیست در ایران». فصلنامه پژوهش های سیاستگذاری و برنامه ریزی انرژی. سال ۳، شماره ۶، صص ۱۷۱-۲۰۲.
- کربلانی درئی، علیرضا و حجازی زاده، زهرا. (۱۳۹۴). «آسایش حرارتی در ایران». فصلنامه علمی- پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیا ایران. سال ۱۳، شماره ۴۶.
- کاشف، سید محمد. (۱۳۹۴). مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی. تهران: بامداد کتاب
- محمد نور، مهیا؛ جلالی فراهانی، مجید و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه اماکن ورزشی سبز و توسعه پایدار شهری». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- محمدیان، زینب؛ همتی، مهدیه و تیموری، شراره. (۱۳۹۲). «بررسی شاخصه های طراحی همسو با محیط زیست در معماری». همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط زیست پایدار.
- Akshey, B; Swati, B; Disha, B. (2018). "Green Buildings-A Step towards Environmental Protection". Journal of Waste Recycling. Vol.3 No.1:7.
- Asmatulu, R., Asmatulu, E. (2011). "Importance of recycling education: a curriculum development at WSU". Journal of Material Cycles and Waste Management, 13(2):131-8.
- Ali.H.H., Al Nsairat, S. F. (2009). "Developing a green building assessment tool for developing countries – Case of Jordan". Elsevier journal, 44 (9, 1053–1064.
- Brar, R.S., Pathak. (2016). SPORTS AND ENVIRONMENT. SOPAAN-II Volume 1,

Issue 1.

- Committee geoecology Engineering LLC. (2017). **“More sustainable stadiums”**. This report was prepared for the 2018 FIFA World cup.
- Sachs, D., and Rey, Jeff. (2012). **“From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals”**. Journal of Viewpoint, Vol 379.
- Darwell, R. A.; Nguyen, H. Q. (2010). **“Green Sports Facilities Are Becoming: The Gold Standard”**. Sport Litigation Alert, Volume 7, Issue 12, July 2.
- Fédération International de Football Association FIFA-Strasse 20. (2015). **“More sustainable stadiums”**. FIFA.com.
- Fekry, D. A. A., El Zafarany, A. M., & Shamseldin, A. K. M. (2014). **“Develop a flexible method to assess buildings hosting major sports events environmentally throu the world”**. HBRC Journal, 10(2), 127-137.
- FAO. (2011). **“Global food losses and food waste– Extent, causes and prevention”**. Rome. URL: <http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e00.pdf>.
- Flyvbje ,B. (2009). **“Survival of the unfit test: why the worst infrastructure gets built—and what we can do about it”**. Oxford Review of Economic Policy, Volume 25, Number, pp.344–367.
- global status report. (2013). **Energy Policy Network for the 21st Century**. Renewables.
- GIBSON, FRED; LLOYD, JEFFREY and BAIN, SONYA and HOTTELL, DEREK. (2008). **“The SMART”**. Journal (pp26-33).
- Heger, M. A. (2006). **Ballpark environmental report highlights traffic and noise**. Oakland OKs Ballpark Environmental Study Pub.176- 199 pp.
- HaririAkabri, M. (2006). **“Management and development of civil society institutions”**. Social Sciences, 1(2), pp. 41-45. [In Persian]
- Ho, D.C.W., Chau, K.W., Yau ,Y., Cheung, A.K.C, and Wong, S.K. (2005). **“Comparative Study of Building Performance Assessment Schemes in Hong Kong”**. Hong Kong Surveyor Vol 16(1), ISSN 1812-3953.
- Kessenides, D. (2005). **“Green is the new black. Inc”**. Magazine, 27(6), 65-66.
- Masri, H. A., & Jaaron, A. A. (2017). **“Assessing green human resources management practices in Palestinian manufacturing context: an empirical study”**. Journal of cleaner production, 143, 474-489.
- Maestu, Josefina. (2015). **“Water and Sustainable (Implementing the water related Sustainable Development Goals”**. The relevance of technology Development). Water Monographies (WM). Water for Life 2005-2015, p4-11.
- Pflieger, A. G., Seifried, C. S., & Soebbing, B. P. (2013). **“The moral obligation to preserve heritage through sport and recreation facilities”**. Sport Management

Review, 16(3), 378-387.

- Ries, R. and Bilec, M. M. (2006). **“The economic benefits of green building comprehensive case study”**. The Engineering Economist, 51(3), 259-295.
- Septian, Dwiki Adi; Kristiyanto, Agus and Purnama, Sapta Kunta. (2017). **“Analysis of Archery Achievement Coaching of Perpani of Ponorogo District, Indonesia”**. Volume .Issue 5 , Available on-line at: www.oapub.org/edu.
- Stinnett, B (2013). **“Sustainability and collegiate recreational sports facilities”**. University of Louisville, 8(13), (1-176.
- Schulenkorf, N. (2012). **“Sustainable community development through sport and events: A conceptual framework for Sport-for-Development projects”**. Sport management review, 15(1), 1-12.
- Tsoka, Stella. (2015). **“Optimizing indoor climate conditions in a sports building located in Continental Europe”**. 6th International Building Physics Conference, IBPC 2015. Energy Procedia 78 (15) 2802 – 2807. Journal of ScienceDirect, p 2802-2807.
- Trendafilova, Sylvia; McCullough, Brian; Pfahl, Michael; Nguyen, Sheila. N;Casper, Jonathan; Picariello, Manuela. (2014). **“Environmental sustainability in sport: Current state and future trends”**. Selected Paper of 2nd Global Conference on Environmental Studies (CENVISU-2014), 09-10 April. Vol 3 (2014) 09-14. p1-6.
- UNEP. (2012). **“Global environment outlook 5 (GEO): summery of policy makers”**. United nation environment program.
- Young, Kyana, R.L., Joan, Rose. (2015). **“Risk Assessment (as a Tool to Improve Water, Sanitation, and Health”**. Water Monographies (WM). Water for Life 2005-2015, p4-11.

طراحی مدل جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان با رویکرد مبتنی بر شایستگی

سید احمد هاشمی^۱
کورش قهرمان تبریزی^۲
اسماعیل شریفیان^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۲/۱۵

اهمیت و جایگاه منابع انسانی شایسته در توسعه و پیشرفت سازمانی، ضرورت پرداختن به مقوله جانشین پروری را برای هر سازمان شفاف نموده است. لذا مطالعه حاضر به دنبال طراحی مدل جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان با رویکرد مبتنی بر شایستگی است. این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نظر ماهیت داده، از نوع تحقیقات آمیخته می باشد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل مدیران ارشد منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان و صاحب نظران حوزه مدیریت منابع انسانی ($n=15$) بود که نمونه ها به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی انتخاب شدند. جامعه آماری در بخش کمی شامل کلیه کارکنان وزارتخانه ($N=876$) بود که نمونه ها ($n=331$) با استفاده از جدول مورگان به شکل تصادفی انتخاب گردیدند. در این بخش ضمن استفاده از پرسشنامه محقق ساخته جانشین پروری، «پرسشنامه شایستگی» گریفین (۱۹۹۴) نیز مورد استفاده قرار گرفت. نتایج پژوهش در بخش کیفی حاکی از شناسایی ۲۷ گویه در قالب ۴ مولفه استقلال، توانمندسازی، زمینه ای و مدیریت استعداد بود که در اولویت بندی عوامل مؤثر بر جانشین پروری از نظر خبرگان، توانمندسازی، مدیریت استعداد، استقلال و زمینه به ترتیب اولویت بندی شدند. در بخش کمی نتایج پژوهش مدل معادلات ساختاری جانشین پروری ارائه گردید؛ به طوری که در برازش مدل ساختاری ضرایب معناداری t در تمامی مسیرها بالاتر از ۱/۹۶ بود. معیار R^2 ۰/۷۳، معیار Red ۰/۲۲۶ و معیار GOF (برازش

● طراحی مدل جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان با رویکرد مبتنی بر شایستگی

کلی) ۰/۸۰۴ به دست آمد که نشان از برازش قوی مدل است. نظر می رسد وزارت ورزش و جوانان می تواند با استفاده از مدل فوق به پرورش جانشینانی شایسته برای آینده سازمان خود بپردازد.

واژگان کلیدی: جانشین پروری، شایستگی، نیروی انسانی، توانمند سازی و وزارت ورزش و جوانان

مقدمه

امروز سرمایه انسانی به عنوان سرمایه مهم و رقابتی سازمان شناخته می شود و مدیران منابع انسانی با آگاهی از اهمیت این سرمایه، قادر به ایجاد مزیت رقابتی برای آینده سازمان می باشند. مدیران منابع انسانی از طریق پرورش کارکنان، ایجاد سازمان پویا و فراهم نمودن فرصت های رشد و پیشرفت برای کارکنان، عملکرد سازمانی، گروهی و فردی را بهبود می بخشند (عسگری باجگرانی و همکاران، ۱۳۹۱). با توجه به اهمیت و جایگاه منابع انسانی مناسب و شایسته در توسعه و پیشرفت سازمانی در عصر حاضر، سازمان ها ضمن سعی در انتخاب و جذب نیروهای شایسته و کارا، درصددند تا توانمندی ها و شایستگی های آنان را ارتقا و گسترش دهند. لذا تفکر شایسته سالاری، یکی از ضرورت ها و دغدغه های سازمان های امروزی است. بنابراین در وهله اول باید به دنبال جذب و نگهداری افراد شایسته بود و یکی از برنامه های مهم مدیریت سرمایه انسانی برای جذب و نگهداری افراد و شناسایی استعداد های بالقوه آنها، برنامه جانشین پروری است. لذا تفکر شایسته سالاری، یکی از ضرورت ها و دغدغه های سازمان های امروزی برای جانشین پروری است (اسکیپر و بل^۱، ۲۰۰۸). به طور کلی برنامه جانشین پروری، برنامه ای است که طی آن افراد مناسب برای تصدی پست های کلیدی یک سازمان از میان افراد واجد شرایط برگزیده می شوند. در این فرایند استعدادهای انسانی سازمان برای تصدی مشاغل و مناصب اصلی در سال های آینده شناسایی و از طریق برنامه های متنوع آموزشی و پرورشی به تدریج برای به عهده گرفتن این مشاغل و مسئولیت ها آماده می شوند (راث ول^۲، ۲۰۰۵). رشد اقتصاد رقابتی و تغییر جمعیتی نیروی کار، رقابت شدیدی برای کارکنان ماهر ایجاد کرده که وجود نظام مدیریت جانشین پروری برای جذب و توسعه و نگهداشت نیروی انسانی با استعداد را برای منصب های کلیدی سازمان ضروری ساخته است (گروز^۳، ۲۰۰۷). از طرف دیگر، با بالا رفتن سن اکثر مدیران امروز و نزدیک شدن به سن بازنشستگی، سازمان ها با چالش کمبود مهارت و دانش مواجه می شوند (سلان^۴، ۲۰۰۵). با به وجود آمدن این مشکل، یعنی نایاب شدن استعداد ها، بسیاری از کارشناسان پیشنهاد می دهند که سازمان ها نظام مدیریت جانشین پروری را برای شناسایی و توسعه کارکنان پرتوان اجرا کنند (دهم^۵، ۲۰۰۰). روشن بودن راهبردها و اهداف راهبردی سازمان موجبات اجرای موفق و اثربخش برنامه های جانشین پروری و مدیریت استعداد را فراهم می آورد؛ یعنی راهبردها و اهداف راهبردی سازمان از دیدگاه کارکنان و مدیران سازمان باید از وضوح کافی و شفافیت قابل قبول برخوردار باشد که این می تواند قدم موثری بر اجرای برنامه های راهبردی سازمان در حوزه جانشین پروری به شمار آید. (مورنو و گیرارد، ۲۰۱۹). رویکردهای معاصر به مدیریت جانشین پروری شامل شتاب دادن به رشد و پیشرفت گروه هایی از افراد است که دارای استعداد بالا هستند. هسته اصلی رویکرد معاصر به مدیریت جانشین پروری، استفاده از خزانه های استعداد می باشد (تورنر، ۲۰۱۹).

بررسی مطالعات موجود در این زمینه حاکی از ضرورت پرداختن به این مقوله در عصر حاضر می باشد. اعتمادیان و همکاران (۱۳۹۸) عوامل مدیریت، فرهنگ سازمان و کارکنان، آموزش و یادگیری سازمانی و برنامه ریزی را به عنوان عوامل موثر بر جانشین پروری در سازمان شناسایی کردند. دونر و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «طراحی و مدیریت جانشین پروری»، انتقال رهبری را یک فرایند جایگزینی برنامه ریزی شده به منظور توسعه آن بخش می دانند و آن را نیازمند توسعه شغلی، گردش شغلی، بازخورد ۳۶۰ درجه و آموزش رسمی قلمداد می کنند. ادونوح^۲ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «استفاده از مدیریت دانش به منظور جانشین پروری کارا در خدمات شهری» بیان می کند که چالش پیش روی سازمان ها، اکنون این است که چگونه از دانش و تخصص های کلیدی سازمان در برابر ترک شغل کارکنان محافظت کنند. همچنین وی بر ایجاد تعادل بین کارکنان و فناوری، عدم استفاده بیش از حد از زبان علمی و آکادمیک در برنامه ریزی جانشین پروری و استفاده درست و بجا از ساختارها و قوانین و نقش کلیدی کارکنان تأکید کرده است. در مطالعه ای دیگر سیلویا^۳ (۲۰۱۵) جانشین پروری و توسعه منابع انسانی را مورد مطالعه قرار داد. در واقع این مطالعه بر روی اهمیت جانشین پروری و مدیریت آن متمرکز شده بود. نتایج مطالعه نشان داد که یک برنامه ریزی خوب برای جانشین پروری که با توسعه رهبری یکپارچه شده باشد می تواند سازمان ها را قادر سازد تا از رکود و زوال در فرآیند جانشینی دوری کنند. این کار با شناخت استعداد ها، گزینش آنها و پرورش افراد شایسته انجام می شود. پاندی و شارما^۴ (۲۰۱۴) در مقاله خود با عنوان «تجربیات و چالش های برنامه جانشین پروری: مطالعه سازمان های هندوستان» بیان کردند که امروزه، برنامه ریزی جانشین پروری، نقشی کلیدی در بازار استعدادها و فضای رقابتی موجود ایفا می کند و به طور مستقیم بر رشد سازمانی اثرگذار است. ایشان معتقدند که توسعه استعدادها برای توسعه سازمان، یک ضرورت محسوب می شود. آنها روی تجربیات و شیوه های جانشین پروری که در صنعت انجام شده است، تمرکز کردند. ایشان در ادامه بیان می کنند که اگرچه ممکن است روش های جانشین پروری در صنایع مختلف با هم متفاوت باشد، اما چارچوب همه آنها یکی است. یکی از پژوهش هایی از لحاظ ماهیت داده ها به مطالعه حاضر نزدیک است، پژوهش داودی و نورمحمد یعقوبی (۱۳۹۷) می باشد. این پژوهش که به دنبال چهارچوبی برای استعدادیابی و جانشین پروری در نظام آموزش عالی بوده است به روش طرح تحقیق آمیخته اکتشافی انجام شد. آنها به این نتیجه رسیدند که استعدادیابی و جانشین پروری، یکی از ملزومات اصلی سازمان های آینده است و باید با دیدی آینده نگر و راهبردی به این فرایند نگاه شود و زمینه های نهادینه نمودن این فرایند در سازمان ها فراهم گردد که در این زمینه ایجاد فرهنگ دانشگاهی مبتنی بر جانشین پروری و استعدادیابی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی دریافتند که باید به بعد فرهنگ سازی در جانشین پروری، توجه شایانی نمود؛ چراکه در غیر این صورت، شرایط اولیه برای گام برداشتن در راستای بسترسازی برای جانشین

1. Donners et al.

2. O'Donohue

3. silvia

4. Pandey & Sharma

پروری، دور از ذهن است. در مطالعه ای دیگر دلخوش کسمایی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که مؤلفه های تعیین خط مشی، ارزیابی کاندیداها، توسعه کاندیداها و ارزیابی اثربخشی، بر جانشین پروری تأثیر دارند. آنچه نتایج پژوهش های انجام شده نشان می دهند ضرورت مقوله جانشین پروری است. لذا امروزه سازمان ها نگاه خود را معطوف به درون سازمان کرده و استراتژی های جانشین پروری را اتخاذ نموده اند که بر روی توسعه و پرورش استعداد های موجود در سازمان تمرکز دارد. در این میان، سازمان های ورزشی هم از این مقوله مستثنی نیستند، چراکه یکی از مهمترین مؤلفه های امر ورزش، سرمایه انسانی و استعداد است. اگر سازمان های ورزشی نتوانند سرمایه های انسانی و کارکنان خود را به خوبی مدیریت کنند، قطعاً نمی توانند در اجرایی کردن سیاست های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود به طور مؤثر عمل نمایند. در این زمینه مرتضی محمدی و همکاران (۱۳۹۵) ابعاد اصلی شایستگی مدیران ورزشی را در ۴ بعد فراشایستگی (شامل شایستگی های اخلاقی، اعتقادی، شخصی، کارآفرینی و بهداشت روانی)، شایستگی های شناختی (شامل شایستگی های حرفه ای)، شایستگی های اجتماعی (شامل شایستگی های رفتاری، سیاسی - اجتماعی و فرهنگی - ارتباطی) و شایستگی های وظیفه ای (شامل شایستگی های مدیریتی و رهبری) تعیین نمودند. در مطالعه ای دیگر نادریان (۱۳۹۶) دریافت که سه مؤلفه احساس عدم امنیت شغلی، دیدگاه هزینه ای و عدم آموزش نظاماتیک و اثربخش، عوامل بازدارنده موفقیت در برنامه های جانشین پروری بازیکنان باشگاه ها به شمار می آیند و سه مؤلفه انجام آزمون های شایستگی، حمایت ساختاری باشگاه و تمایل و انگیزه اثرگذار به عنوان نیروهای تسهیل کننده، فرصت های ارزنده ای را برای جانشین پروری در باشگاه های فوتبال به وجود می آورند. در مطالعه ای دیگر جلالی، بخشنده، اسماعیلی و رسولی (۲۰۱۸) نقش و اهمیت سرمایه و منابع انسانی در رشد اقتصادی ورزش ایران را بررسی کردند. نتایج این پژوهش مبین آن است که رشد و شکوفایی اقتصادی در ورزش به دلیل وجود سرمایه و منابع انسانی کارآمد اتفاق می افتد.

مسئله اینجاست که یکی از مشکلات مهم در وزارت ورزش و جوانان، نبود نظام جانشین پروری در بین مدیران می باشد و هنگامی که مدیران بازنشسته شده و یا از وزارت می روند، اصولاً جانشین پروری انجام نمی شود و این ریسک منابع انسانی را افزایش می دهد؛ به طوری که عارف نژاد و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود با عنوان «تحلیل تسلط ریسک های منابع انسانی در تضعیف سرمایه انسانی در سازمان ورزش و جوانان» نشان دادند که ضعف در مدیریت استعداد بیشتر از دیگر ریسک های منابع انسانی موجب تضعیف سرمایه انسانی شده است. همچنین، ریسک بروز رفتارهای غیراخلاقی، رابطه گزینی، نبود شفافیت در نظام ارزیابی عملکرد و فقدان نظام جانشین پروری، دیگر ریسک های منابع انسانی تضعیف کننده سرمایه انسانی در وزارت ورزش و جوانان بودند. لذا عدم وجود برنامه منسجم جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان، به ویژه با توجه به قانون منع به کارگیری بازنشستگان، این وزارت را با مشکل جدی رو به رو کرده است. فقدان مدل جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان، مسئله این پژوهش است و پژوهشگران به دنبال اهداف زیر هستند:

۱. شناسایی عوامل موثر بر جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان؛
۲. اولویت بندی عوامل موثر بر جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان؛

۳. طراحی مدل جانشین پروری مدیران در وزارت ورزش و جوانان با رویکرد مبتنی بر شایستگی.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی، از نظر گردآوری داده ها، توصیفی-تحلیلی و از نظر ماهیت داده ها، به صورت آمیخته می باشد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل مدیران ارشد منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان و صاحب نظران حوزه مدیریت منابع انسانی ($n=15$) بود که به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش مصاحبه های نیمه ساختار یافته بود. در ابتدای هر مصاحبه هدف پژوهش بیان و تأکید شد که از مصاحبه تنها برای مقاصد پژوهشی استفاده خواهد شد. این مصاحبه ها بین ۳۰ تا ۶۵ دقیقه طول کشید. در این بخش برای تحلیل داده ها از روش تحلیل تم استفاده گردید.

برای اطمینان از روایی و پایایی داده ها با معیارهای خاص پژوهش کیفی، بررسی های لازم شامل مقبولیت و قابلیت تأیید صورت گرفته است. در راستای افزایش مقبولیت از روش های بازنگری توسط شرکت کنندگان استفاده شد؛ یعنی در پایان تمام مصاحبه ها متن کامل تاییی و دست نویس توسط مصاحبه گران تهیه شد. مصاحبه ها همراه با کدهای سطح نخست برای تأیید یا اصلاح، به مصاحبه گران برگردانده شد که همه آنها تأیید و نکات پیشنهادی در نظر گرفته شد. برای قابلیت تأیید نیز در مرحله پایانی، طبقات به دست آمده به ۵ نفر از مشارکت کنندگان اولیه به منظور بازبینی و تأیید برگردانده و نکات پیشنهادی اعمال شد.

برای ارزیابی تحلیل تم تحقیق از فرایند دریافت بازخورد از پاسخ دهندگان استفاده شده است. در مرحله نخست، تمامی متون حاصل از مصاحبه ها کدگذاری شد؛ به این صورت که مواردی از متن را که ممکن بود در فهم دیدگاه ها، تجربیات و ادراکات پاسخ دهندگان پیرامون موضوع کمک کند، برجسته شد. سپس قدم فراتر گذاشته و مطالب حاصل از مصاحبه ها تفسیر معنایی گردید و کدهایی که معنای واحدی را در خود داشتند به آنها اختصاص داده شد. در مرحله آخر، تعدادی از مضامین که مفاهیم کلیدی پژوهش و مرتبط با موضوع بودند، انتخاب شدند که پوشش دهنده مناسبی برای مفاهیم کلیدی به دست آمده از مرحله قبل بودند. در بخش کمی تجزیه و تحلیل و برآزش مدل انجام گرفت. ابزار پژوهش در این بخش پرسشنامه محقق ساخته جانشین پروری (یافته های کیفی) و «پرسشنامه استاندارد شایستگی» گریفین (۱۹۹۴) بود. روایی صوری پرسشنامه ها توسط تعدادی از اساتید مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. پرسشنامه شایستگی مشتمل بر ۳۰ سوال در ۷ گویه بود که در پژوهش (نیکنام، ۱۳۹۲) پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۰ به دست آمده بود. جامعه آماری این بخش شامل مدیران کل، معاونان و کارکنان وزارت ورزش و جوانان ($N=876$) بود که با استفاده از جدول مورگان و مجموع تعداد گویه های دو پرسشنامه که ۵۸ گویه بود نمونه ها ($n=331$) تعیین و به شکل تصادفی انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، از آمار توصیفی و به منظور ارزیابی مدل تحقیق از نرم افزار Smart PLS و بر اساس آزمون آماری مدل معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

پس از انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته با مدیران ارشد منابع انسانی وزارت ورزش و جوانان و صاحب نظران حوزه مدیریت منابع انسانی، تمام کدهای موجود در مصاحبه‌ها که به نظر می‌رسید، ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق دارند استخراج شدند. پس از انجام فرایند تحلیل تم در نهایت از ۲۷ تم فرعی، محققان به ۴ تم اصلی دست یافتند (جدول ۱)

جدول ۱: تم‌ها اصلی و فرعی جانشین‌پروری

تم اصلی	تم فرعی
استقلال	سنجش دوره‌ای میزان حرکت کاندیداهای نهایی به سمت تبدیل شدن به جانشین مناسب
	تسهیل و فراهم آوردن بسترها جهت برقراری ارتباط و تقویض برخی اختیارات میان صاحبان مشاغل هدف و کاندیداهای نهایی به سبب تاکید بر آموزش‌های درونی
	تدوین برنامه‌های آموزشی لازم جهت کاندیداهای نهایی با تمرکز بیشتر بر آموزش‌های داخلی
	تصمیم‌گیری در مورد انتخاب کاندیداهای نهایی در کمیته جانشین‌پروری از طریق انطباق مستندات و شاخص‌های تعیین شده
توانمندسازی	استخراج شایستگی‌های مدیران
	مقایسه شایستگی لازم و موجود کاندیداهای جانشین‌پروری
	لحاظ کردن الزامات و قوانین ابلاغی انتصاب مدیران به عنوان یکی از غربال‌های اولیه کاندیداهای معرفی شده
	ارائه نتایج سنجش‌های دوره‌ای کاندیداهای نهایی به کمیته جانشین‌پروری تا زمان انتخاب جانشین نهایی
	دریافت رزومه کاندیداها
زمینه‌ای	گزارش‌گیری هر ساله از حوزه منابع انسانی در مورد وضعیت نیروی انسانی موجود توسط کمیته جانشین‌پروری
	بررسی میزان اتفاق نظر مدیران در مورد اهمیت جانشین‌پروری و سعی در افزایش آن
	دریافت گزارش مدیریت عملکرد کاندیداها
	تشکیل کمیته مستقل جانشین‌پروری و مشخص و مستند کردن نقش‌ها در آن جهت کل فرایند جانشین‌پروری
	تعیین و مستند کردن شاخص‌های انتخاب کاندیداهای نهایی در کمیته جانشین‌پروری
	مستندسازی دانش در وزارت برای آموزش‌های بعدی به لحاظ شرایط وزارت
	ارائه بازخورد مناسب به حذف شده‌ها با ذکر دلایل
	نظرسنجی از صاحبان پستهای هدف، جهت کاندید کردن افرادی برای جانشینی خود
	لحاظ نمودن الزامات نهادهای بالادستی به عنوان یکی از غربال‌های اولیه انتخاب کاندیداها
	استقرار نظام مدیریت عملکرد
	اطلاع‌رسانی مناسب به کاندیداهای نهایی
	جمع و به روزآوری رزومه مدیران
	نظرسنجی از مدیران هم‌رده در مشاغل مشابه پست هدف، جهت کاندید کردن افرادی برای جانشینی پست هدف
	استخراج علل نیاز وزارت به جانشین‌پروری اطلاع‌رسانی آن در وزارت
مدیریت استعداد	انتخاب جانشین نهایی با توجه به جمع‌بندی سنجش‌های دوره‌ای کاندیداهای نهایی در کمیته جانشین‌پروری
	استخراج علل ضرورت جانشین‌پروری در ادبیات موضوع و اطلاع‌رسانی آن در وزارت
	جلب نظر مدیران ارشد با ارائه دلایل نظری و عملی در مورد اهمیت جانشین‌پروری
	نظرسنجی از مدیر مافوق مشاغل هدف جهت کاندید کردن افرادی برای جانشینی آن مشاغل

شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است. این اطلاعات شامل تعداد پاسخگویان، میانگین، انحراف معیار و واریانس پاسخ ها می باشد:

جدول ۲: شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد پاسخ ها	میانگین	انحراف معیار	واریانس
شایستگی	۳۳۱	۳/۰۵۶۹	۰/۹۶۹۱۳	۰/۹۳۹
استقلال	۳۳۱	۳/۱۸۶۶	۱/۴۴۸۰۱	۲/۰۹۷
توانمندسازی	۳۳۱	۳/۴۹۱۲	۱/۴۰۱۳۹	۱/۹۶۴
زمینه	۳۳۱	۳/۴۴۸۶	۱/۳۲۰۰۱	۱/۷۴۲
مدیریت استعداد	۳۳۱	۳/۴۴۷۱	۱/۴۲۲۰۴	۲/۰۲۲
جانشین پروری	۳۳۱	۳/۱۷	۱/۵۲۲	۲/۳۱۷

برای اولویت بندی عوامل موثر بر جانشین پروری مدیران، از آزمون فریدمن استفاده شد که در جدول ۳ قابل مشاهده است:

جدول ۳: نتیجه آزمون رتبه بندی فریدمن برای عوامل موثر بر جانشین پروری

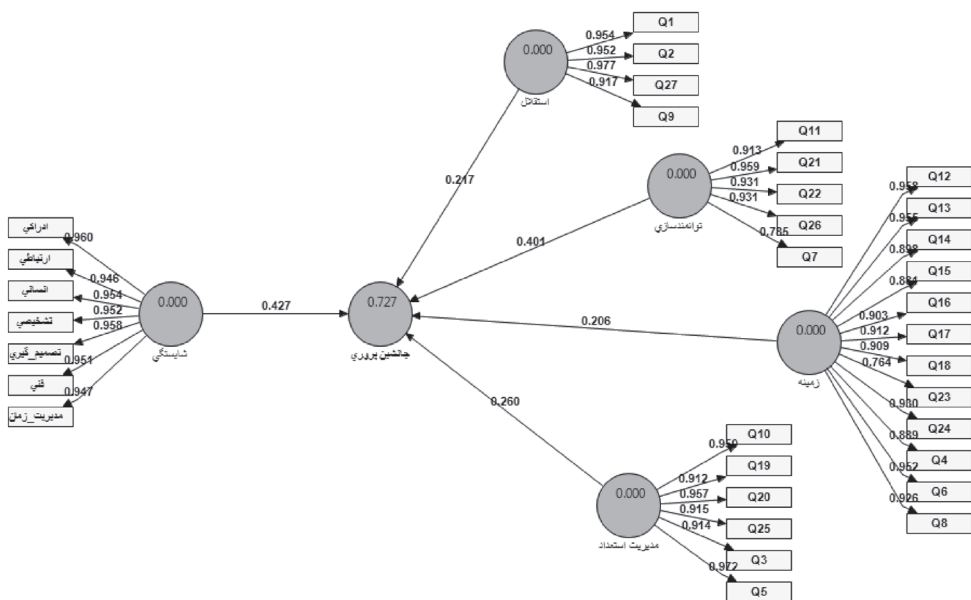
عوامل	میانگین رتبه	وضعیت ابعاد در مقایسه با یکدیگر	
استقلال	۸/۴۲	رتبه سوم	
توانمندسازی	۱۰/۸۰	رتبه اول	
زمینه	۶/۸۴	رتبه چهارم	
مدیریت استعداد	۸/۹۱	رتبه دوم	
شاخص های آزمون رتبه بندی فریدمن			
تعداد	آماره مربع خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۳۰	۶۷/۸۴۴	۳	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج جدول ۴ آزمون فریدمن و مقدار آماره خی دو (۶۷/۸۴۴) و از آنجا که سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد، پس فرض صفر رد می شود. می توان گفت در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معناداری بین میانگین رتبه عوامل موثر بر جانشین پروری وجود دارد و با عنایت به جدول میانگین رتبه عوامل مشخص می شود که توانمندسازی بیشترین رتبه و داشتن زمینه کمترین رتبه را از نظر خبرگان دارد. برای بررسی مدل جانشین پروری مدیران با رویکرد مبتنی بر شایستگی در وزارت ورزش و جوانان از نرم افزار

Smart PLS استفاده گردید. در ابتدا برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف و آزمون شاپیرو- ویلک بهره گیری شد. با توجه به این که sig متغیرهای شایستگی، استقلال، توانمندسازی، زمینه، مدیریت استعداد و جانشین پروری در هر دو آزمون کمتر از ۰/۰۵ است، می توان گفت که توزیع کلیه متغیرهای پژوهش غیر نرمال است. در ادامه، با تعیین روابط ساختاری بین متغیرهای مفهومی، مدل پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. مدل ساختاری در نرم افزار Smart PLS ترسیم شد. نتایج مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد و معنی داری در شکل ۱ و ۲ آمده است.

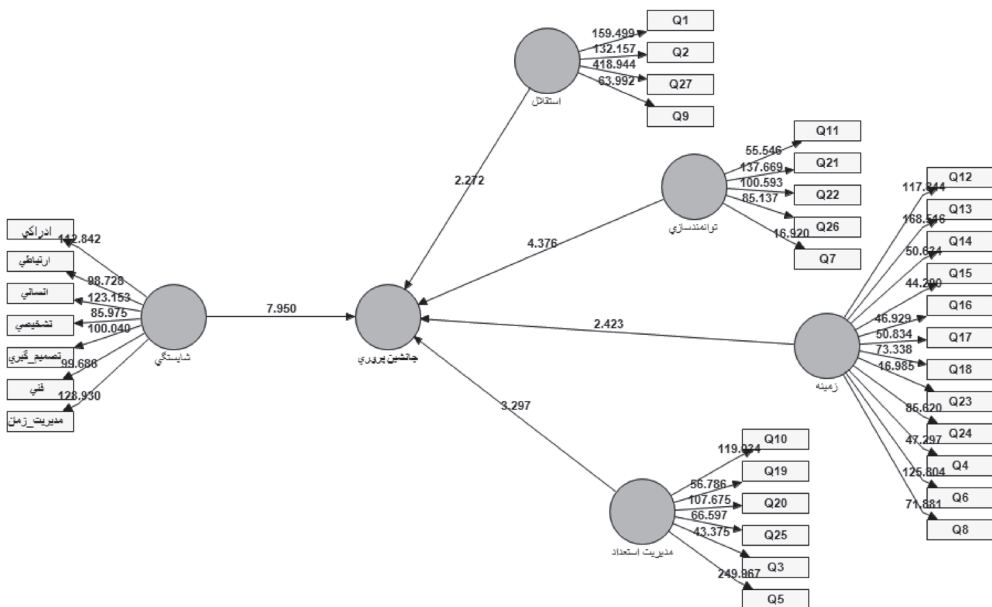
جدول ۴: نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و شاپیرو- ویلک

متغیر	تعداد پاسخ ها	Sig آزمون شاپیرو-ویلک	Sig آزمون کولموگروف-اسمیرنوف
شایستگی	۳۳۱	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸
استقلال	۳۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲
توانمندسازی	۳۳۱	۰/۰۰۶	۰/۰۰۸
زمینه	۳۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
مدیریت استعداد	۳۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
جانشین پروری	۳۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱



شکل ۱: مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

همان گونه که در شکل ۱ مشاهده می شود، ضریب تعیین برای متغیر جانشین پروری به میزان $0/73$ برآورد شده و نشان می دهد که متغیرهای شایستگی، استقلال، توانمندسازی، زمینه و مدیریت استعداد روی هم رفته توانسته اند 73 درصد از تغییرات جانشین پروری را توضیح دهند. با توجه به مقدار ضریب استاندارد و آماره t می توان گفت متغیرهای شایستگی ($0/427$)، توانمندسازی ($0/401$)، مدیریت استعداد ($0/260$)، استقلال ($0/217$) و زمینه ($0/206$) به ترتیب بالاترین تاثیر را روی متغیر جانشین پروری داشته اند.



شکل ۲: مدل ساختاری تحقیق در حالت معنی داری

همان گونه که در شکل ۲ مشاهده می شود، با توجه به مقدار ضریب معنی داری و آماره t می توان گفت متغیرهای شایستگی ($7/95$)، توانمندسازی ($4/37$)، مدیریت استعداد ($3/29$)، زمینه ($2/42$) و استقلال ($2/27$) به ترتیب بالاترین تاثیر را روی متغیر جانشین پروری داشته اند.

برای بررسی برازش مدل، مقدار ضریب تعیین R^2 بررسی شد. هر چه مقدار R^2 مربوط به سازه های درون زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. ضریب تعیین برای متغیر وابسته در مدل ساختاری این تحقیق یعنی متغیر جانشین پروری $0/73$ به دست آمده است که نشان از برازش بسیار خوب مدل است (چین، ۱۹۹۸). همچنین برازش مدل کلی (معیار GOF) نیز بررسی شد که میانگین مقادیر اشتراکی برابر است با عدد $0/889$ که با قرار دادن آن در فرمول زیر به عنوان فرمول برازش مدل کلی، عدد $0/804$ به دست آمد.

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

با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲) و به دست آمدن عدد ۰/۸۰۴، مدل تحقیق از برازش قوی برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

تحلیل یافته های پژوهش بیانگر آن است که ۲۷ شاخص در قالب چهار عامل بر جانشین پروری تاثیر دارد. از بین عوامل چهارگانه، توانمندسازی، مدیریت استعداد، استقلال و زمینه به ترتیب بیشترین تاثیر را بر جانشین پروری دارند. عامل توانمندسازی، خود دارای شاخص های متعددی است. به عنوان مثال، برای ارتقای توانمندسازی کارکنان باید شایستگی های مورد نیاز پست مورد نظر استخراج و برنامه ریزی های لازم جهت ارتقای آن انجام شود. همچنین باید به صورت دوره ای و در زمان های مشخص بازخوردهای مناسب از کارکنان در راستای افزایش توانمندسازی آنها گرفته شود. توانمندسازی می تواند در دو حیطه ویژگی های شغلی و ویژگی های فردی باشد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات چترچی (۱۳۹۷)، قلیچ لی و همکاران (۱۳۹۶)، پندی و شارما (۲۰۱۴)، خسروپور و همکاران (۱۳۹۱)، هیلز (۲۰۰۹) و سالیوان (۲۰۱۲) همخوانی دارد. عامل دوم موثر بر جانشین پروری، مدیریت استعداد می باشد؛ یعنی اینکه استعدادهای مورد نیاز جهت فرایند جانشین پروری باید مدیریت شود. این عامل هم دارای زیر شاخه هایی می باشد. به عنوان مثال، مدیران بالادستی که از مهارت ها و شایستگی های فردی و شغلی پست مورد نظر اطلاع دارند می توانند در انتخاب کاندیداهای جانشینی اظهار نظر کنند. کارکنان هم رده کاندیداهای جانشینی نیز می توانند با توجه به شناخت آنها در زمینه جانشینی اظهار نظر کنند. اگر در وزارت ورزش و جوانان به این بخش توجه کافی شود، هم از هدر رفت استعدادهای جلودگویی می شود- چون استعدادهای مورد نیاز را شناسایی می کند- و هم راه های مدیریت استعدادهای احصا می گردد. همچنین از هدر رفتن منابع مالی و معنوی وزارت در سرمایه گذاری بر روی افرادی که توانایی و صلاحیت جانشینی را ندارند، جلوگیری می شود. نتایج این قسمت از تحقیق با تحقیقات قلیچ چی و همکاران (۱۳۹۶)، راث ول (۲۰۰۵)، گریگر و وایریک (۲۰۰۸)، ناصحی فر و همکاران (۱۳۸۹) و سالیوان (۲۰۱۲) همخوانی دارد. عامل سوم موثر بر جانشین پروری، استقلال می باشد. وزارت ورزش و جوانان در صورتی در جانشین پروری موفق خواهد بود که دارای استقلال سازمانی باشد و بتواند تفویض اختیار کامل در انتخاب جانشین به مدیران خود بدهد و از تصمیم آنها حمایت کند. اگر عامل استقلال وجود نداشته باشد، حتی اگر فرآیند جانشین پروری به صورت کامل انجام شود و تمام مولفه های آن رعایت گردد، در هنگام عملیاتی کردن آن، به مشکل بر می خوریم و تمام منابع هزینه شده هدر می رود و مهم تر از همه، اعتمادی در بین مدیران و کارکنان در جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان وجود ندارد. نتایج این قسمت از تحقیق با نتایج تحقیقات سالیوان (۲۰۱۲)، چترچی (۱۳۹۷) و قلیچ لی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. عامل زمینه به عنوان چهارمین عامل موثر بر جانشین پروری است. این بدان مفهوم است که باید در وزارت ورزش و

جوانان زمینه انجام جانشین پروری وجود داشته باشد. این زمینه شامل حمایت مدیران ارشد وزارت، همکاری کارکنان، وجود کمیته جانشین پروری، اطلاع رسانی کامل و بموقع، ارائه بازخورد مناسب به حذف شده های از فرایند جانشین پروری و موارد دیگر می باشد. اگر حمایت مدیران ارشد وزارت از برنامه جانشین پروری وجود نداشته باشد، اصلا این برنامه سرانجام خوبی در پی نخواهد داشت. البته راه های زیادی برای جلب حمایت مدیران ارشد وجود دارد مانند بیان اهمیت و ضرورت و عواید جانشین پروری در وزارت ورزش و جوانان برای مدیران ارشد. اگر اطلاع رسانی کافی در زمینه فرایند جانشین پروری صورت پذیرد مثل فراخوان عمومی، ارائه دلایل عدم انتخاب برای حذف شدگان و موارد دیگر باعث جلب اعتماد کارکنان به جانشین پروری می شود و حمایت مدیران و کارکنان، به اجرایی شدن آن کمک خواهد کرد. نتایج این قسمت از تحقیق با نتایج تحقیقات چترچی (۱۳۹۷)، قلیچ لی و همکاران (۱۳۹۶)، راث ول (۲۰۰۷)، گروز (۲۰۰۵)، ناصحی فر (۱۳۸۹)، بوسین و وات (۲۰۰۵)، راث ول (۲۰۱۰)، زارعی متین و همکاران (۱۳۹۰)، بارت و دیویس (۲۰۰۸) و قلی پور و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

ضریب تعیین برای متغیر جانشین پروری به میزان $0/73$ برآورد شده که نشان می دهد با وارد کردن عامل شایستگی در مدل تحقیق، متغیرهای شایستگی، استقلال، توانمندسازی، زمینه و مدیریت استعداد روی هم رفته توانسته اند 73 درصد از تغییرات جانشین پروری را توضیح دهند. با توجه به مقدار ضریب استاندارد و آماره t می توان گفت متغیرهای شایستگی ($0/427$)، توانمندسازی ($0/401$)، مدیریت استعداد ($0/260$)، استقلال ($0/217$) و زمینه ($0/206$) به ترتیب بالاترین تاثیر را روی متغیر جانشین پروری داشته اند. در تبیین این مورد می توان گفت با توجه به شناسایی و اولویت بندی عوامل که در سوال اول بیان شد و با ورود متغیر شایستگی به مدل و نیز بدیهی بودن عامل شایستگی در جانشین پروری و نیز میزان اثرگذاری عوامل بر جانشین پروری، نتیجه به دست آمده کاملا منطبق بر نتایج تحقیق است و اهمیت متغیرها در تحقیق و اثرگذاری آنها بر جانشین پروری را نشان می دهد و بر اهمیت برازش قوی مدل دلالت دارد.

اگر وزارت ورزش و جوانان بخواهد جانشین پروری را به بهترین شکل اجرا نماید، باید ضمن توجه کافی به عوامل چهارگانه توانمندسازی، استقلال، زمینه و مدیریت استعداد که هرکدام در جای خود موارد گوناگونی را مورد توجه قرار می دهند و دارای مولفه های مختلفی جهت شناسایی افراد می باشند، توجه خیلی زیادی به شایستگی نیز داشته باشد. شایستگی خود دارای مولفه های مختلفی مثل مهارت انسانی، مهارت فنی، مهارت ادراکی، مهارت تشخیصی، مهارت ارتباطی، مهارت تصمیم گیری و مهارت مدیریت زمان می باشد. وزارت ورزش و جوانان باید با توجه کافی به مولفه های شایستگی تمام تلاش خود را جهت ارتقای آنها انجام دهد، چون اگر این مهارت ها در کارکنان بهبود یابد، قطعا جانشین پروری در آن به خوبی عملیاتی خواهد شد.

در پایان تشکیل یا تعیین یک متولی مشخص مثل کمیته ای مستقل جهت اداره امور مربوط به جانشین پروری با نقش های مشخص و رسمی، پیشنهاد می شود. باید ترتیبی اتخاذ شود که کارکنان نقش تعیین کننده کمیته یاد شده و جایگاه تصمیمات آن بر شاخص ها و مستندات را بیشتر لمس کنند.

منابع

- اعتمادیان، مسعود؛ مصدق راد، علی محمد؛ سلیمانی، محمد جواد و هدایتی، سید پوریا. (۱۳۹۸). «عوامل موثر موفقیت جانشین پروری در بیمارستان». نشریه پایش. سال ۱۹، صص ۴۱-۶۱.
- امجد زبردست، محمد. (۱۳۹۲). «چالش برنامه ریزی و مدیریت جانشین در ادارات آموزش و پرورش استان کردستان». نشریه رفتار سازمانی در آموزش و پرورش. دوره ۱، شماره ۲، صص ۷۷-۹۴.
- احمدی، سید علی اکبر؛ درویش، حسن؛ سبحانی فر، محمد جواد و فاضلی کبریا، امد. (۱۳۹۳). «طراحی و تبیین الگوی مفهومی شایستگی های منابع انسانی در نهج البلاغه با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون و ISM». فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. سال ۱۷، شماره ۶۴، صص ۲۷-۵۵.
- بهشتی فر، ملیکه. (۱۳۹۰). «بررسی و تبیین الزامات اجرایی نظام جانشین پروری در بدنه دولت جمهوری اسلامی ایران و ارائه مدلی مطلوب بر اساس اهداف چشم انداز ۱۴۰۴». رساله دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان.
- جلیلیان، امیر و منصوری صوفی، علیرضا. (۱۳۹۱). «جانشین پروری مدیران و فرماندهان ناجا؛ ابعاد و اعتبار سنجی بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی». فصلنامه نظارت و بازرسی. سال هفتم، شماره ۲۳.
- چترچی، نوش آفرین و طبری، مجتبی. (۱۳۹۷). «طراحی نظام مدیریت جانشین پروری در سازمان تامین اجتماعی». فصلنامه تامین اجتماعی. سال ۱۳، شماره ۴.
- حسینی، سیدحسن؛ شائمی برزکی، علی و نصر اصفهانی، علی. (۱۳۹۷). «طراحی مدل نظام مدیریت جانشین پروری مبتنی بر شاخص های بومی سازمانی». فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع). سال ۱۰، شماره ۱، (شماره پیاپی ۳۱).
- حسینیان، شهاب و اطمانی، جعفر. (۱۳۹۳). «مدل مناسب برنامه ریزی نیروی انسانی مبتنی بر شایستگی ها (مورد مطالعه: پلیس اطلاعات و امنیت عمومی ناجا)». فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی. سال ۲، شماره ۲.
- خوارزمی، امیدعلی و همکاران. (۱۳۹۵). «بررسی تحلیلی شکاف بین وضع موجود و وضع مطلوب پیاده سازی نظام جانشین پروری در شهرداری مشهد». فصلنامه مطالعات مدیریت شهری. سال ۸، شماره ۲۷.
- داودی، سیدعلی و یعقوبی، نورمحمد. (۱۳۹۷). «چهارچوبی برای استعدادیابی و جانشین پروری در نظام آموزش عالی». فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع). سال ۱۰، شماره ۱، (شماره پیاپی ۳۱)، صص ۷۵-۱۰۰.
- دلخوش کسمایی، ابوالقاسم و همکاران. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل کلیدی موفقیت بر جانشین پروری مدیران مدارس آموزش و پرورش منطقه ۴ شهر تهران». دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه. سال ۲، شماره ۱ (پیاپی: ۳).
- دوالی، محمد مهدی؛ ضماهنی، مجید؛ درویش، حسن و آذر، عادل. (۱۳۹۶). «طراحی مدل شایسته گزینی رؤسای مراکز و واحدهای دانشگاه پیام نور». فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع). سال ۹، شماره ۳ (شماره پیاپی ۲۹).
- عارف نژاد، محسن؛ شریعت نژاد، علی و امیدزاده منفرد، مهدی. (۱۳۹۸). «تحلیل تسلط ریسک های منابع انسانی در تضعیف سرمایه انسانی در سازمان ورزش و جوانان با استفاده از فرایند رتبه بندی تفسیری». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۱(۱۷)، صص ۴۲-۵۶.
- عرب، جلال. خلیلی، تیرتاشی. (۱۳۹۶). «مطالعه تطبیقی تاثیر مدیریت جانشین پروری بر عملکرد سازمانی بین دانشگاه آزاد کاشان و دانشگاه آزاد نراق». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نراق، دانشکده مدیریت.
- غیائی ندوشن، سعید و همکاران. (۱۳۹۰). «الگوی استقرار نظام جانشین پروری در مدیریت دانشگاه». فصلنامه

- مطالعات آموزشی و آموزشگاهی. شماره ۱.
- فقیهی، ابوالحسن و ذاکری محمد. (۱۳۹۲). «آسیب شناسی استقرار جانشین پروری مدیران در سازمان های دولتی ایران». رساله مدیریت دولتی. دوره ۵، شماره ۱۵-۱۶، صص ۱۵-۲۴.
 - قلی پور، آرین، سبک رو، مهدی، نقوی حسینی، سید علیرضا و استادی، رضا. (۱۳۸۹). «مرشدیت مکانیزمی برای برنامه ریزی جانشین پروری در سازمان های ورزشی». پژوهش های مدیریت، (۳)، صص ۵-۲۰.
 - قلیچ لی، بهروز و همکاران. (۱۳۹۶). «شناسایی و رتبه بندی عوامل اثربخش بر موفقیت نظام جانشین پروری در صنعت بانکداری با استفاده از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه: بانک رفاه کارگران)». فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی. سال ۴، شماره ۲۱، صص ۷۹-۱۰۳.
 - کمالی، فروغ و مصطفوی راد، فرشته. (۱۳۹۶). «ارتباط بین شایسته سالاری با توسعه سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس». دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری و حسابرسی پویا. تهران.
 - هادی زاده مقدم، اکرم و سلطانی، فرزانه. (۱۳۹۰). «تبیین مؤلفه های پیاده سازی مدیریت جانشین پروری در سازمان (مطالعه موردی: حوزه های ستادی شرکت ملی نفت ایران و شرکت های تابعه مستقر در تهران)». فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت. سال ۳، شماره ۱۰.
 - یزدانی، محمود. (۱۳۹۰). «تدوین شایستگی های رهبری مورد نیاز برای ایجاد برنامه جانشین پروری (مطالعه موردی: شرکت پالایش گاز پارسین)». فصل نامه علمی-پژوهشی مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت. سال ۴. شماره ۱۳.
 - محمدی، مرتضی؛ اسمعیلی، محمدرضا و سجادی هزاوه، سید حمید. (۱۳۹۵). «شناسایی و تعیین شایستگی های مورد نیاز مدیران ورزشی ناجا و ارائه الگو». مدیریت منابع در نیروی انتظامی. (۱۵)، صص ۱۴۰-۱۱۳.
 - نادریان، مسعود. (۱۳۹۶). «بکارگیری مدل میدان نیرو در برنامه ریزی باشگاه ها برای برنامه ریزی جانشین پروری بازیکنان فوتبال». پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی. (۱۳)۷، صص ۱۳-۲۲.
 - ناصحی فر، وحید؛ دهقان پور فراشاه، علی و سنجر، احمد رضا. (۱۳۸۹). «ساخت و اعتباریابی شاخص اندازه گیری گستردگی مدیریت جانشین پروری بر اساس طبقه بندی بهترین تجارب». پژوهش های مدیریت در ایران. شماره ۳، دوره ۱۵، صص ۱۹۱-۲۰۹.
 - Armestrang, M. (2008). **Strategic human resource management**. 4th Edition. London
 - Busine, M., & Watt, B. (2005). "Succession management: Trends and current practice". *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 43, 225
 - Dohm, A. (2000). "Gauging the labor force effects of retiring baby boomers". *Monthly Labor Review*.
 - Donner, E.; Michael, Gridley, D.; Ulrich, S. and Bluth, E. I. (2017). "Succession Planning and Management: The Backbone of the Radiology Group's Future". *Journal of the American College of Radiology*, 14(1), 125-129.
 - Groves, K. S. (2007). "Integrating leadership development and succession planning best practices". *Journal of Management Development*, 26, 3, 239.
 - Groves, K.S. (2007). "Integrating leadership development and succession planning best practices". *Journal of Management Development*, 239-260.
 - Jalaei, A., Bakhshande, H., Esmaeiel, M., Rasouli, M. (2018). "The Role of Human Resources in the Economic Growth of the Iranian Sports Industry". *Sport*

Management Studies, 9 (3): 143-61

- Jeou-Shyan Horng H.H. Liu C-H. Lin L & Tsai C. Y. (2011). **“Competency analysis of top managers in the Taiwanese hotel industry”**. International Journal of Hospitality Management, Vol. 30 pp. 1044°1054.
- Journal of Hospitality Management. Vol. 26 No. 3 pp. 33°48.
- Kay, C. Moncarz, E. (2007). **Lodging management success: Personal antecedents’ achievement KSAs and situational influencers.**
- Kuching, P. K. (2006). **“Markov Chains: Modeles, Algorithms and Applic ations”**. Proceeding of the Academy of Human Resources Development. North Carolina. <http://www.bitc.org.uk>
- Mateso, E. E. P. (2010). **“Understanding succession planning and manage ment efforts at Midwestern university”**. Doctoral dissertation. Retrieved from [http:// etd.ohiolink. Edu](http://etd.ohiolink.edu).
- O’Donohue, M. (2016). **“Using a Knowledge Management Approach to Support Effective Succession Planning in the Civil Service”**. Masters Dissertation. Dublin Institute of Technology.
- Pandey, S. & Sharma, D. (2014). **“Succession Planning Practices and Challenges: Study of Indian Organisations”**. Procedia Economics and Finance, 11: 152 – 165.
- Rothwell, W. J. (2010). **“Effective succession planning: Ensuring leadership continuity and building talent from within”**. AMACOM Div American Mgmt Assn.
- Sullivan, T. (2012). Executive Succession Planning. Ira A. Fulton, school of engineering
- Skipper, CH.O. & Bell, L.C. (2008). **“Leadership Development and Succession Planning”**. Leadership and Management in Engineering, Vol. 8,
- Slan, R. (2005). **“Leadership succession: The justice perceptions of high potential, identification practices”**. Dissertation for MA degree, University of Guelgh.
- Turner, P. (2019). **“Linking Leadership and Succession Planning”**. In *Leadership in Healthcare*. (pp. 233-262). Palgrave Macmillan, Cham.
- Zare Matin, H., Jandaghi, GH., Khanifar, H. & Heydari, F. (2001). **“Designing the model of competent organizational culture for customer –based companies”**. Public Administration Journal, 3(8):57-74. (In Persian)

مقایسه وضعیت ایمنی و استاندارد اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران با استانداردهای بین المللی

محمدصادق کبودانی^۱

علی اصغر دورودیان^۲

شیوا آزاد فدا^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۳/۲۸

تیراندازی با کمان، ورزش ملی و مذهبی ایرانیان با تاریخچه ای کهن می باشد. الزام انجام این ورزش وجود رعایت ایمنی است. هدف پژوهش حاضر، مقایسه وضعیت ایمنی و استاندارد اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران با استانداردهای بین المللی است. این تحقیق توصیفی- کاربردی است. جامعه آماری آن کلیه اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران بود که به علت کوچک بودن جامعه آماری، ۱۶ نمونه به صورت کل شمار بررسی گردید. ارزیابی به وسیله یک چک لیست محقق ساخته که براساس قوانین و استانداردهای فدراسیون جهانی مربوطه تهیه شد، صورت گرفت. در این چک لیست، ۲۷ شاخص ارزیابی گردید. روایی چک لیست طبق نظر اساتید مورد تایید و پایایی آن بالاتر از ۰/۹ به دست آمد. جمع آوری داده ها یک ماه به طول انجامید. تحلیل داده ها به وسیله نرم افزار spss و آزمون فریدمن صورت گرفت. میانگین نظری این تحقیق ۳ و ۲۷ شاخص شناسایی ارزیابی گردید.

نتایج این تحقیق نشان داد که از این ۲۷ شاخص، ۱۹ شاخص پایین تر از میانگین نظری و در وضعیت ضعیف و خیلی ضعیف و ۸ شاخص در وضعیت بالاتر از میانگین نظری و در وضعیت خوب و خیلی خوب

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی و عضو تیم ملی تیراندازی با کمان جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران
E-mail: Doroudian1980@gmail.com

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

و عالی قرار دارند. در مجموع، اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران در وضعیت ضعیفی هستند و با استاندارد های ورلد آرچری و جی بی آرچی فاصله زیادی دارند. امید است از چک لیست این پژوهش برای ارزیابی و استانداردسازی اماکن ورزشی این رشته استفاده کاربردی به عمل آید.

واژگان کلیدی: اماکن ورزشی، ایمنی و تیر اندازی با کمان

مقدمه

ورزش، سلامتی و تندرستی سه نام همراه با یکدیگر هستند. در ورزش وجود محیطی سالم، پاکیزه و بدون آلودگی از اهمیت زیادی برخوردار می باشد (رمضانی، ۱۳۹۴). ورزش به دلیل آثار مثبت آن، به خصوص در مراکز آموزشی و دانشگاهی روز به روز در حال گسترش است، ولی آسیب های وارده بر ورزشکاران و تماشاچیان به دلایل ایمنی و امنیتی سبب تحمیل میلیاردها دلار هزینه اضافی به باشگاه می گردد که به عقیده محققان یکی از موانع حضور افراد در میادین ورزشی می باشد (سپهری و همکاران، ۱۳۹۶). نحوه چینش وسایل و تجهیزات ورزشی و استاندارد بالای آنها، سهم زیادی در پیشگیری از آسیب های ورزشی دارد. هر رشته ورزشی تجهیزات خاص خود را داراست که استانداردهای مورد نیاز آن توسط فدراسیون جهانی تعیین می گردد. بی شک، هر چه استانداردها بیشتر رعایت شود، احتمال بروز و آسیب در عرصه ورزش کاهش می یابد؛ در واقع باید جنبه های خاص ایمنی در اماکن ورزشی که شامل فرار اضطراری، کمک های اولیه و ایمن سازی میسرهای دسترسی است، مد نظر قرار گیرد (رمضانی، ۱۳۹۴). وجود حوادث ناشی از فعالیت های ورزشی، سوانح محیطی، ارتکاب جرایم علیه ورزشکاران و مربیان، مجازات ها و محرومیت های موجود در این عرصه، آسیب ها و مصدومیت هایی که بر پیکره جامعه ورزشی وارد می شود، نشان از عدم اطلاع و نبود یا کمبود امکانات و تجهیزات استاندارد و ایمن دارد (فتح نژاد، ۱۳۹۳). در عصر حاضر، مهاجرت به شهرها و جمعیت انسان در حال افزایش می باشد. پس اماکن ورزشی ایمن و بهداشتی به شدت مورد نیاز است تا بتواند پاسخگوی نیاز های مراجعه کنندگان در رویدادهای ورزشی باشد (حجی پور و اسدی ۱۳۹۶). از سوی دیگر، محیط در مشارکت و جذب افراد به ورزش نقش بسزایی دارد، زیرا بسیاری از ورزش ها امکانات و تسهیلات خاص خود را نیاز دارند که اگر این اماکن خاص در جوار امکانات مناسب باشند، مشتریان می توانند از خدمات بیشتری بهره مند گردند (هاردی و همکاران^۱، ۲۰۱۴).

تیراندازی با کمان^۲ توسط انسان های اولیه برای تامین غذا و حفاظت از خود کشف و مورد استفاده قرار گرفته است (شادمانی، ۱۳۹۶). کمان یک وسیله بسیار مهم است که بسیاری از مورخان آن را به اندازه اختراع چرخ و کشف آتش حیاتی می دانند (وهاب زاده، ۱۳۸۶). تجهیزات تیراندازی با کمان به دست آمده در کاوشگری های باستانی، تقریباً مربوط به ۱۷ قرن قبل از میلاد می باشند (گریوزند^۳ ۲۰۱۶). ایرانیان، مخترع کمان برای گذران زندگی و بهبود وضعیت خود بودند (شادمانی، ۱۳۹۶). تاریخچه غنی تیراندازی با کمان در المپیک نشانگر اهمیت این ورزش می باشد (وزارت آموزش و پرورش آلاباما^۴، ۲۰۰۶). تیراندازی با کمان از ورزش های توصیه شده پیامبر گرامی اسلام (ص) می باشد: «هرکس تیراندازی بداند و آن را ترک کند، یکی از نعمت های خداوند را ترک کرده است» (شادمانی، ۱۳۹۶) - زیرا تیراندازی با کمان مزایای روحی، فیزیکی و اجتماعی زیادی دارد (همان). همه باشگاه های این رشته وضعیت یکسان ندارند و از نظر اندازه، اهداف

1. Hardy et al.

2. ARCHERY

3. gravesend

4. Alabama Department of Education

کاربرد و فرهنگ با یکدیگر متفاوت اند. باشگاه هایی می توانند توسعه یابند و پیشرفت کنند که به مسابقات سطح بالا راه یابند و موفقیت کسب کنند و امکانات مناسب و استاندارد و مربی کارآزموده و حرفه ای داشته باشند (جی بی آرچری^۱، ۲۰۱۴). زمین تیراندازی با کمان با بسیاری از زمین های ورزشی نظیر فوتبال، راگبی، کریکت، لاکراس و دو و میدانی سازگار می باشد و جهت گیری مناسب در این گونه زمین ها بستگی به شرایط دارد. برای تیراندازی با کمان خارج از سالن می توان از زمین های چند منظوره یا زمین فوتبال، راگبی و گلف نیز به شرط فراهم کردن شرایط ایمنی مناسب استفاده کرد (جی بی آرچری، ۲۰۱۳).

برخی از توصیه ها در مورد اماکن و تجهیزات ورزشی عبارت اند از: استفاده از کف پوش های مناسب و استاندارد در سالن و فضای روباز، سیستم های گرمایش و سرمایش و تهویه و برق مناسب و با کیفیت و دور از دسترس عموم، استفاده از ضربه گیرها و محافظت های تخصصی برای دیوارها و ستون ها و پله ها، استفاده از مربیان رسمی فدراسیون و با صلاحیت، رعایت حریم های ایمنی در زمین های ورزشی، رسیدگی به بیمه حوادث، بیمه ورزشی و بیمه مسئولیت مدنی، کنترل روزانه اماکن ورزشی برای اطمینان از وجود ایمنی لازم و شناسایی نواقص و رفع آنها و ممنوعیت فعالیت ورزشی در اماکن آسیب زنده (فتح نژاد، ۱۳۹۳). همجواری های مناسب و همجواری های نامناسب و مواردی از این قبیل نیز باید مد نظر قرار گیرد (شعبانی مقدم، ۱۳۹۶). ایمنی در تیراندازی با کمان بسیار ساده می باشد و با عقل سلیم به راحتی امکان پذیر است (جی بی آرچری، ۲۰۱۳). در زمین بازی تیراندازی با کمان باید حریم ایمنی لازم در پشت سیبل و دو طرف آن وجود داشته باشد. محل های سکونت، خوابگاه ها، مکان های پرتردد، پارکینگ ها و سایر قسمت ها نباید در معرض تهدید تیرها باشند (گريوزند، ۲۰۱۶). کمان ها و تیرهایی که توسط کمانداران استفاده می شود باید ایمن و استاندارد باشند و این وظیفه مسئولان اماکن ورزشی است که افراد را آگاه کنند (جی بی آرچری، ۲۰۱۳). یکی از مسئولیت های تیراندازان، استفاده از تجهیزات مورد تایید فدراسیون جهانی^۲ می باشد (ورلد آرچری^۳، ۲۰۱۶).

در ایران پیرامون اماکن ورزشی تیراندازی با کمان و استانداردهای مرتبط با آن تحقیقی صورت نگرفته است. به دلیل اینکه بیشتر باشگاه های فعال در این رشته، در اماکن ورزشی چند منظوره مستقر می باشند، در این تحقیق از تحقیقاتی که برای بررسی وضعیت ایمنی و استاندارد سایر ورزش ها صورت گرفته، استفاده شده است.

مومنی و بیانی سیس (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راه کارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی» دریافتند که مکان یابی درست و رعایت استانداردها و مقررات ورزشی در کارایی این اماکن موثر می باشد و حرکتی در راستای مدیریت بحران و خطر و بهبود این فضاها می باشد. لذا مدیران و متولیان ورزشی باید برای رسیدن به اهداف ایمنی، برنامه ریزی های اصولی را مد نظر قرار دهند. سپهری و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی را با عنوان «مقایسه رابطه ایمنی فضاهای ورزشی با آسیب

1. G B ARCHERY

2. WA

3. World archery

دیدگی دانش آموزان» انجام دادند که نتایج نشان داد از بین مولفه های ایمنی فضاهای ورزشی، دو مولفه ایمنی زمین ورزشی و ایمنی حریم ها با میزان آسیب دیدگی دانش آموزان ارتباط معنی دار داشتند. وارد^۱ (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان «فن ایمنی در اماکن ورزشی» دریافت که بروز حادثه در سراسر جهان هنگام استفاده از اماکن ورزشی رخ می دهد. و مشتریان و مسئولان توصیه هایی برای نصب ابزار و ایجاد ایمنی لازم در اماکن ورزشی به مدیران پیشنهاد کرده اند. به عقیده مدیران ورزشگاه ها، تعدادی از این صدمات ناشی از قوانین بازی هاست و برای جلوگیری از بروز حوادث، آگاهی کاربران این اماکن در مورد حفظ حریم های ایمنی و خطراتی که آنان را تهدید می کند بسیار موثر است. ایجاد شرایط ایمن، وظیفه اصلی مدیران ورزشی می باشد، ولی کاربران این اماکن نیز باید مسئولیت رعایت بخشی از ایمنی را بپذیرند. چیلتون^۲ (۲۰۰۵) نیز در تحقیق خود از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ در آمریکا برای مقایسه سطح ایمنی تیراندازی با کمان نسبت به سایر رشته های ورزشی دریافت که تیراندازی با کمان، یکی از ایمن ترین و کم آسیب ترین رشته های ورزشی می باشد و بعد از تنیس روی میز و بدمینتون و بولینگ در رده چهارم، از نظر امنیت قرار دارد.

این تحقیق با هدف مقایسه وضعیت ایمنی و استاندارد اماکن ورزشی تیراندازی با کمان استان تهران با استانداردهای بین المللی انجام گرفت. ورزش تیراندازی با کمان در صورتی که در یک محیط ایمن به همراه وسایل استاندارد انجام شود، مزایای ورزش را به دنبال دارد و در صورت نبود یا ضعف یک شاخص ایمنی، آسیب جانی آن جبران ناپذیر می باشد. از طرف دیگر، سطح استاندارد تجهیزات و سایت این رشته ورزشی بر عملکرد ورزشکار بسیار تاثیرگذار است و وجود استانداردهای این رشته برای آمادگی ورزشکاران برای حضور در عرصه جهانی بسیار ضروری می باشد. لذا بررسی اماکن ورزشی که این رشته در آن برگزار می شود امری ضروری به نظر می آید. با این حال، یک چک لیست واحد و منسجم برای بررسی در دست نبود و استانداردهای مورد نظر در قالب کتب موجود بودند. از این رو، محقق در پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوال اساسی بود: استانداردهای ایمنی و فنی اماکن و تجهیزات تیراندازی با کمان استان تهران براساس استانداردهای جهانی دارای چه وضعیتی می باشد و فاصله آن با استانداردهای جهانی تا چه اندازه می باشد؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ روش، توصیفی و به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده ها از نوع میدانی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اماکن ورزشی تیراندازی با کمان استان تهران (داخل و خارج از سالن) می باشد که طبق آمار هیئت تیراندازی با کمان استان تهران در سال ۱۳۹۶، ۱۶ باشگاه فعال در استان تهران وجود داشت. روش نمونه گیری به علت کوچک بودن جامعه آماری، روش کل شمار بود. و همه ۱۶ زمین تیراندازی با کمان بررسی گردید. در راهبرد کل شمار، تمام افراد جامعه آماری مورد مراجعه، پرسش و بررسی قرار می گیرند (حافظ نیا، ۱۳۹۵). ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش، چک لیست می باشد که

1. Ward

2. Chilton

به منظور ارزیابی اماکن ورزشی تیراندازی با کمان استان تهران تهیه گردید. در این چک لیست ۲۷ شاخص شناسایی شد که هر یک از این شاخص ها دارای مولفه هایی بودند و برای ارزیابی هر یک از این مولفه ها پنج سطح عالی، خوب، متوسط، ضعیف و خیلی ضعیف تعیین گردید. در این چک لیست شاخص سلامت (۳) مولفه، استاندارد فواصل داخل زمین (۱۱) مولفه، ایمنی زمین (۱۲) مولفه، موانع حفاظتی (۱۳) مولفه، ورودی ها و خروجی ها (۳) مولفه، خطوط (۷) مولفه، سیستم صوتی (۳) مولفه، شرایط زمین برای تیرانداز و یلچری (۳) مولفه، ایمنی تیرانداز (۹) مولفه، تبر و کمان ها (۱۱) مولفه، زه کمان ها (۳) مولفه، تیر (۵) مولفه، فیس (هدف) (۴) مولفه، سیبل (۵) مولفه، چیدمان سیبل (۴) مولفه، پایه سیبل ها (۳) مولفه، پرچم بالای سیبل (۳) مولفه، مشخصات و یلچر تیرانداز (۶) مولفه، صندلی تماشاچیان (۴) مولفه، رفاه (۵) مولفه، رختکن (۴) مولفه، سرویس بهداشتی (۱۰) مولفه، فضاها و جانبی (۴) مولفه، فوریت های پزشکی (۸) مولفه، ایمنی از حریق (۶) مولفه، کاربری (۳) مولفه و جهت ساخت (۱) مولفه مورد ارزیابی قرار گرفت. این چک لیست توسط محقق با استفاده از منابع و کتاب های معتبر داخلی و خارجی ساخته شد و پس از اطمینان از روایی و پایایی آن، توسط محقق تکمیل گردید. روایی چک لیست توسط ده نفر از اساتید و متخصصان مربوطه مورد تایید قرار گرفت. پایایی چک لیست توسط آلفای کرونباخ بالا تر از ۰/۹ تعیین شد. به منظور سازمان دادن، خلاصه کردن و توصیف اندازه های نمونه از آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) استفاده شد و به منظور آزمون فرض های آماری با پیش فرض نرمالیت توزیع داده ها از آزمون فریدمن جهت اولویت بندی استفاده شد. آزمون فریدمن، یک آزمون ناپارامتری است که برای مقایسه سه یا بیش از سه گروه وابسته که حداقل در سطح رتبه ای اندازه گیری می شوند، مورد استفاده قرار می گیرد. این آزمون می تواند در مورد داده های پیوسته (فاصله ای یا نسبی) نیز به کار برده شود، اما در هنگام محاسبه این داده ها نیز رتبه بندی آن ها مدنظر قرار می گیرد. آزمون فریدمن معادل ناپارامتری آزمون F وابسته در تحلیل واریانس اندازه های تکراری است. در این حالت برای اجرای تحلیل واریانس داده های تکرار شده ضرورتی به وجود فرضیه های مانند نرمال بودن توزیع، برابری واریانس ها و پیوسته بودن مقیاس وجود ندارد. بنابراین در تحلیل واریانس اندازه های تکراری چنانچه یک یا همه فرضیات ابتدایی مذکور رد شوند، از آزمون فریدمن استفاده می شود. لازم به ذکر است در این پژوهش از نرم افزار اس پی اس اس^۱ نسخه ۲۳ جهت تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردید.

یافته های پژوهش

در این پژوهش پس از تهیه چک لیست و تعیین شاخص ها، محقق در ۱۶ باشگاه شناسایی شده حضور یافت و اطلاعات چک لیست را تکمیل نمود. سپس با نرم افزار اس پی اس اس، نمودارها و جداول مربوط به ۲۷ شاخص ترسیم گردید که برخی از آنها عبارت اند از:

جدول ۱: میانگین استاندارد فواصل زمین

استاندارد جهانی	میانگین نظری	میانگین	انحراف معیار	MAX	MIN
حد اقل فضا ۸۰*۹۰	۳	۱/۷۳	۱/۳۸۷۰۱	۵	۱
حداکثر فضا ۲۴۰*۱۲۵	۳	۱	۰/۰۰۰۰۰	۱	۱
حد اقل فضا ۷۳/۶۲*۱۱۳/۷۵	۳	۱/۱۳	۱/۵۱۶۴۰	۳	۱
حداکثر اختلاف ۳۰ و ۵۰ متر	۳	۴/۲۶	۱/۵۳۳۷۵	۵	۱
حداکثر اختلاف در ۶۰ و ۷۰ و ۹۰	۳	۲/۰۶	۱/۴۲۷۵۹	۵	۱
وجود فاصله ۳۰	۳	۵	۰/۰۰۰۰۰	۵	۵
وجود فاصله ۵۰	۳	۳/۹۳	۱/۸۳۰۹۵	۵	۱
وجود فاصله ۶۰	۳	۳/۱۳	۲/۰۶۵۵۹	۵	۱
وجود فاصله ۷۰	۳	۳/۱۳	۲/۰۶۵۵۹	۵	۱
وجود فاصله ۹۰	۳	۱/۱۳	۰/۵۱۶۴۰	۳	۱
زمین مربع شکل	۳	۲/۷۳	۱/۷۹۷۵۱	۵	۱

جدول ۱ وضعیت میانگین استاندارد فواصل زمین را نشان می دهد که وجود فاصله ۳۰ متر دارای بیشترین میانگین با مقدار ۵ می باشد. مولفه وجود حداکثر فضا ۲۴۰*۱۲۵ متر دارای کم ترین میانگین با مقدار ۱ می باشد. در این شاخص، میانگین ۲ تای آن بالاتر از میانگین نظری و ۹ تای آن پایین تر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۲: بررسی میانگین ایمنی زمین

استاندارد جهانی	میانگین نظری	میانگین	انحراف معیار	MAX	MIN
پشت هدف	۳	۲/۴۶۶۷	۱/۷۲۶۵	۵	۱
تضاد رنگ زمین با خطوط	۳	۴/۴۰	۱/۴۰۴۰	۵	۱
زمین فاقد سطح براق و لغزنده	۳	۵	۰/۰۰۰۰۰	۵	۵
زمین صاف و شیب مناسب	۳	۴/۴۶۶۷	۰/۹۱۵۴۸	۵	۲
سطح یکسان چمن	۳	۲/۵۳۳۳	۱/۸۸۴۷	۵	۱
حد اکثر ارتفاع ۵ سانتی متر چمن ها	۳	۲/۱۳۳۳	۱/۸۰۷۳	۵	۱
شیب مناسب عبور آب	۳	۱/۹۳۳۳	۱/۵۳۳۷	۵	۱
تعبیه آبراه	۳	۱/۴۶۶۷	۱/۲۴۵۹	۵	۱
ممنوعیت تماشاچی برای رفت و آمد و حضور در پشت سیل	۳	۳/۵۳۳۳	۱/۸۸۴۷	۵	۱
تکنولوژی خودکار برای مناطق دارای ریسک زیاد	۳	۱/۰۶۶۷	۰/۲۵۸۲	۲	۱
سایه بان محکم	۳	۳/۴۰	۲/۰۲۸۳	۵	۱

جدول ۲ میانگین ایمنی زمین را نشان می دهد، که مولفه تکنولوژی خودکار برای مناطق دارای ریسک زیاد با میانگین، ۱/۰۶۶۷ دارای کم ترین میانگین و مولفه زمین فاقد سطح براق و لغزنده با میانگین ۵ دارای بیشترین مقدار میانگین می باشد. در این شاخص، میانگین ۳ تا ۸ آن بالاتر از میانگین نظری و ۸ تا ۱ آن پایین تر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۳: میانگین موانع

MIN	MAX	انحراف معیار	میانگین	میانگین نظری	استاندارد جهانی
۲	۵	۱/۲۴۵۹	۴/۱۳۳۳	۳	پشت سیبل حریم ایمن موجود می باشد
۱	۵	۱/۶۹۸۷	۴/۸۰	۳	حداقل ۱۰ متر پشت سیبل
۱	۵	۱/۲۶۴۹	۱/۸۰	۳	حداقل ۱۰ متر از انتظار
۱	۴	۰/۸۲۸۰	۱/۶۰	۳	در ۳۰ متر حاشیه ۱۳ متر
۱	۳	۰/۵۱۶۴	۱/۱۳۳۳	۳	حداقل ۲۰ متر دورتر از گوشه های سیبل
۱	۵	۱/۰۳۲۸	۱/۲۶۶۷	۳	۱۰ متر از گوشه های خط آتش
۱	۵	۱/۷۰۹۹	۲/۰۶۶۷	۳	مسرایمن حداقل ۱۰ متر از خط سیبل
۱	۵	۱/۲۴۵۹	۱/۴۶۶۷	۳	دستگاه تایمر در ۳۰ متری
۱	۵	۱/۶۷۶۱	۲/۳۳۳۳	۳	استفاده از بوق و... برای هماهنگی
۳	۵	۰/۵۹۳۶	۴/۷۳۳۳	۳	حصار موجود
۱	۵	۱/۶۸۱۸	۲/۴۰	۳	ارتفاع حصار

جدول ۳ میانگین موانع اطراف زمین را نشان می دهد که مولفه وجود حداقل ۲۰ متر دورتر از گوشه های سیبل با میانگین ۱/۱۳۳۳ دارای کم ترین میانگین و مولفه وجود حداقل ۱۰ متر پشت سیبل با میانگین ۴/۸۰ دارای بیشترین مقدار می باشد. در این شاخص، میانگین ۳ تا ۸ آن بالاتر از میانگین نظری و ۸ تا ۱ آن پایین تر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۴: میانگین خطوط

MIN	MAX	انحراف معیار	میانگین	میانگین نظری	استاندارد جهانی
۱	۵	۱/۴۰۷۴۶	۴/۱۳۳۳	۳	رنگ روشن
۱	۵	۱/۴۰۷۴۶	۱/۵۳۳۳	۳	خط ۳ متر
۱	۵	۱/۷۵۹۳۳	۲/۳۳۳۳	۳	خط انتظار
۱	۵	۱/۴۰۴۰۸	۴/۴۰	۳	حداکثر اختلاف ۳۰ و ۵۰ سانت
۱	۵	۱/۴۳۷۵۹	۲/۲۶۶۷	۳	حداکثر اختلاف ۷۰ و ۹۰ سانت
۱	۵	۱/۳۵۲۲۵	۳/۴۰	۳	ضخامت خط کشی
۱	۵	۱/۸۲۰۵۲	۲/۸۰	۳	حد اقل محدوده تماشاگر

جدول ۴ میانگین خطوط مختلف زمین را نشان می دهد که میانگین مولفه خط ۳ متر با میانگین ۱/۵۳۳۳ دارای کم ترین و مولفه حداکثر اختلاف ۳۰ و ۵۰، ۱۵ سانت دارای بیشترین مقدار ۴/۴۰ می باشد. در این شاخص میانگین ۳ تای آن بالاتر از میانگین نظری و میانگین ۴ تای آن پایین تر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۵: میانگین تیروکمان ها

استاندارد جهانی	میانگین نظری	میانگین	انحراف معیار	MAX	MIN
قبضه	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
سایت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
استابلازر	۳	۴/۷۳۳۳	۱/۰۳۲۸۰	۵	۱
تجهیزات الکترونیکی	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
نگه داشتن کمان	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
پین سایت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
حد اکثر برآمدگی ۵ سانت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
محل رست تا گلوگاه	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
حداکثر ۱۵ سانت بیشتر از برآمدگی	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
پونداژ کامپوند	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
لانچر تا گلوگاه ۶ سانت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵

جدول ۵ میانگین تیروکمان ها را نشان می دهد. در این شاخص که دارای ۱۱ مولفه است، میانگین ۱۰ مولفه دارای بیشترین مقدار میانگین با مقدار ۵ می باشد و فقط میانگین مولفه استابلازر به مقدار ۴/۷۳۳۳ است. در این شاخص میانگین همه آن بالاتر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۶: میانگین تیر

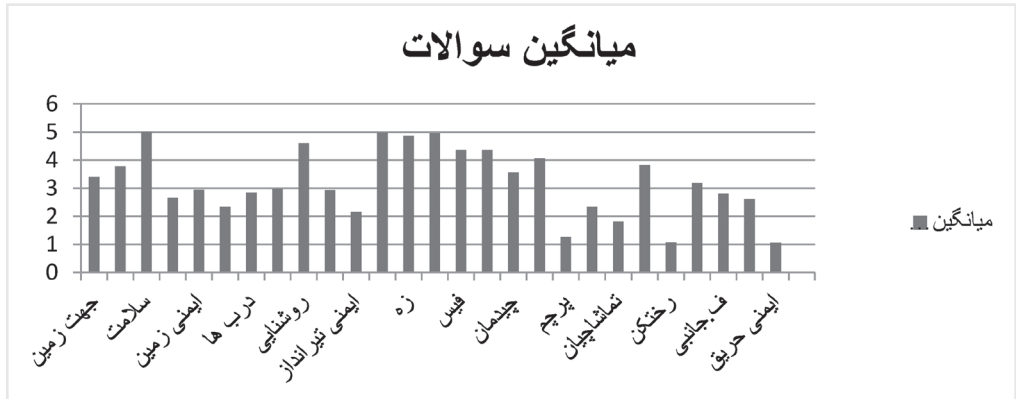
استاندارد جهانی	میانگین نظری	میانگین	انحراف معیار	MAX	MIN
قطر مناسب تیرها	۳	۴/۹۳۳۳	۰/۲۵۸۲۰	۵	۴
سرتیر فلزی	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
طول یکسان تیر ها	۳	۴/۸۶۶۷	۰/۵۱۶۴۰	۵	۳
محکم بودن سر تیر و ناک روی شفت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
یکسان و یک رنگ بودن تیر ها	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵

جدول ۶ میانگین تیر را نشان می دهد. در بین این پنج مولفه سه تا آن دارای حداکثر میانگین یعنی ۵ می باشند و مولفه طول یکسان تیر ها دارای کم ترین میانگین با مقدار ۴/۸۶۶۷ است. در این شاخص میانگین همه آنها بالاتر از میانگین نظری می باشد.

جدول ۷: میانگین کل سوالات

استاندارد جهانی	میانگین نظری	میانگین	انحراف معیار	MAX	MIN
سلامت	۳	۵	۰/۰۰۰۰	۵	۵
استاندارد فواصل	۳	۲/۶۶۰۶	۰/۸۷۷۰۱	۴/۲۷	۱/۴۵
ایمنی زمین	۳	۲/۹۴۵۵	۰/۵۷۹۸۷	۳/۹۱	۲
موانع	۳	۲/۳۳۹۴	۰/۷۱۴۵۵	۴/۳۶	۱/۴۵
ورودی ها و خروجی ها	۳	۴/۸۴۴۴	۰/۳۷۵۱۵	۵	۳/۶۷
خطوط	۳	۲/۹۸۱۰	۰/۶۵۲۱۳	۴/۲۹	۱/۸۶
سیستم صوتی	۳	۲/۷۷۷۸	۱/۸۸۰۰۰	۵	۱
زمین ویلچری	۳	۲/۹۳۳۳	۱/۵۸۹۶۵	۵	۱
ایمنی تیرانداز	۳	۲/۱۶۰۰	۰/۵۶۲۹۰	۳/۸۰	۱/۷۰
کمان ها	۳	۴/۹۷۵۸	۰/۰۹۳۸۹	۵	۴/۶۴
زه	۳	۴/۸۶۶۷	۰/۳۵۱۸۷	۵	۴
تیر	۳	۴/۹۶۰۰	۰/۱۵۴۹۲	۵	۴/۴۰
هدف	۳	۴/۳۶۶۷	۰/۷۴۹۲۱	۵	۳
فوم	۳	۴/۳۶۰۰	۰/۳۳۱۲۳	۵	۴/۲۰
چیدمان	۳	۳/۵۶۶۷	۰/۸۹۸۷۴	۴/۷۵	۲
پایه سیبل	۳	۴/۰۶۶۷	۰/۷۸۸۸۱	۵	۲/۳۳
پرچم	۳	۱/۲۶۶۷	۱/۰۳۲۸۰	۵	۱
ویلچر	۳	۲/۳۳۳۳	۱/۹۵۱۸۰	۵	۱
صندلی تماشاچیان	۳	۱/۸۱۳۳	۱/۰۶۷۶۲	۴/۴۰	۱
رفاه	۳	۳/۸۲۶۷	۱/۱۸۵۳۱	۵	۱/۶۰
رختکن	۳	۱/۰۶۶۷	۰/۱۴۸۴۰	۱/۵۰	۱
سرویس بهداشتی	۳	۳/۱۸۶۷	۱/۲۱۴۱۲	۴/۶۰	۱
فضای جانبی	۳	۲/۸۱۶۷	۰/۹۶۵۷۸	۴/۵۰	۱
فوریت های پزشکی	۳	۲/۶۱۶۷	۰/۴۳۹۳۲	۳/۶۳	۲
ایمنی از حریق	۳	۱/۰۵۵۶	۰/۱۷۴۴۲	۱/۶۷	۱
جهت ساخت	۳	۳/۴۰۰۰	۰/۹۹۷۳۵	۵	۲/۳۳
کاربری	۳	۳/۷۷۷۸	۲/۰۲۸۳۷	۵	۱

جدول ۷، میانگین کل ۲۷ شاخص چک لیست را نشان می دهد. در وضعیت کل سوالات نمونه میانگین ۸ مولفه بالاتر از میانگین نظری می باشد و میانگین ۱۹ تای آنها پایین تر از میانگین نظری می باشد.



شکل ۱: نمودار میانگین کل شاخص ها

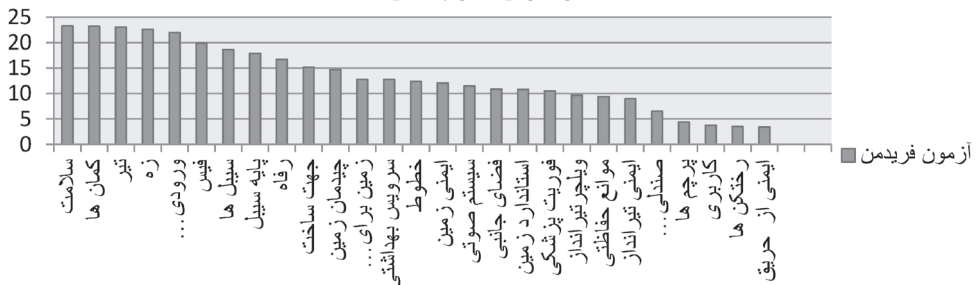
شکل ۱ نمودار میانگین جدول ۷ می باشد که وضعیت شاخص ها در نمودار را نشان می دهد. شاخص سلامت با میانگین ۵ دارای بیش ترین مقدار و شاخص ایمنی از حریق با مقدار میانگین ۱/۰۵۵۶ دارای کم ترین مقدار است.

جدول ۸: نتایج آزمون فریدمن برای وضعیت میانگین داده ها

شاخص	میانگین رتبه	رتبه	Chi-square	سطح معناداری (sig)	درجه آزادی
سلامت	۲۳/۳۰	۱	۲۵۱/۷۳۳	۰/۰۰۰	۲۶
کمان ها	۲۳/۲۳	۲			
تیر	۲۳/۱	۳			
زه	۲۲/۶	۴			
ورودی و خروجی	۲۱/۹۷	۵			
فیس	۱۹/۹	۶			
سیبل (فوم)	۱۸/۶۷	۷			
پایه سیبل	۱۷/۹	۸			
رفاه	۱۶/۷۳	۹			
جهت ساخت	۱۵/۱۷	۱۰			
چیدمان سیبل ها (زمین)	۱۴/۶۷	۱۱			
زمین برای تیرانداز ویلچری	۱۲/۷۷	۱۲			
سرویس بهداشتی	۱۲/۷۷	۱۳			
خطوط	۱۲/۳۷	۱۴			
ایمنی زمین	۱۲/۰۷	۱۵			
سیستم صوتی	۱۱/۴۷	۱۶			
فضای جانبی	۱۰/۸۷	۱۷			
استاندارد داخل زمین	۱۰/۸۳	۱۸			
فوریت های پزشکی	۱۰/۵۳	۱۹			
ویلچر تیرانداز	۹/۷	۲۰			
موانع حفاظتی	۹/۴	۲۱			
ایمنی تیرانداز	۸/۹۷	۲۲			
صندلی تماشاچیان	۶/۵۳	۲۳			
پریم ها	۴/۳۷	۲۴			
کاربری	۳/۵۳	۲۵			
رختکن ها	۳/۷۷۷۸	۲۶			
ایمنی از حریق	۳/۵۳	۲۷			

جدول ۸ شاخص های موجود را از نظر سطح استاندارد که از افزایش به کاهش رتبه بندی شده است، نشان می دهد. شاخص سلامت با میانگین رتبه ۲۳/۳۰ در رتبه اول و شاخص ایمنی از حریق با میانگین رتبه ۳/۵۳ در رتبه آخر یعنی ۲۷ قرار دارد.

آزمون فریدمن



شکل ۲: نمودار آزمون فریدمن

شکل ۲ نمودار حاصل از جدول ۸ می باشد. در این نمودار سه شاخص اول به ترتیب سلامت، کمان ها و تیر می باشند و سه شاخص آخر به ترتیب کاربری، رختکن ها و ایمنی از حریق هستند. میانگین شاخص های وضعیت سلامت باشگاه های تیر اندازی با کمان، وضعیت نوع کاربری، وضعیت ورودی و خروجی، وضعیت سیستم صوتی، شرایط زمین برای تیرانداز ویلچری، وضعیت ایمنی تیرانداز، وضعیت زه کمان ها، وضعیت فیس (هدف)، وضعیت سبیل، وضعیت چیدمان سیل، وضعیت پایه سیل ها، وضعیت پرچم بالای سیل، وضعیت ویلچر تیرانداز، وضعیت صندلی تماشاچیان، وضعیت رفاه، وضعیت رختکن، وضعیت سرویس بهداشتی، وضعیت فضای جانبی، وضعیت فوریت های پزشکی، وضعیت ایمنی از حریق نیز اندازه گیری و جدول آن ترسیم گردید که به علت محدودیت صفحات مقاله حذف گردید، ولی در قسمت بحث و بررسی به آنها پرداخته می شود.

بحث و نتیجه گیری

در ورزش تیر اندازی با کمان نیز باید مانند سایر ورزش ها، شرایط مناسب برای حضور علاقه مندان مهیا باشد (بیگلن، ۲۰۱۵). تیر اندازی با کمان نیاز به یک مکان برگزاری برای آموزش، تمرین و مسابقه دارد به خصوص که این ورزش با آسیب و خطر نیز همراه است. در واقع کمبود امکانات و تجهیزات ورزشی، صدمات روحی و جسمی غیر قابل جبرانی برای کل جامعه دارد (سپتیان، ۲۰۱۷). اگر عوامل خطر ساز شناسایی و برطرف گردد، باعث کاهش صدمات و خسارات و از نظر روانی موجب افزایش مشارکت افراد، شادابی و بهره وری از توان جسمانی و فکری آینده سازان می شود (شادمانی، ۱۳۹۶). از این رو، تحقیق حاضر با هدف مقایسه

وضعیت ایمنی و استاندارد اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران با استانداردهای بین المللی موجود انجام شد که پس از تهیه یک چک لیست با استفاده از منابع معتبر داخلی و خارجی، محقق در باشگاه‌های استعمال شده از هیئت تیراندازی با کمان استان تهران، حضور یافت و اطلاعات مورد نیاز را جمع‌آوری نمود. سپس داده‌ها با نرم افزار اس. پی. اس. اس. مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. از آزمون فریدمن به منظور بررسی وضعیت استانداردها بهره‌گیری شد. در واقع برای مشخص شدن میزان رعایت استانداردها، به هریک از شاخص‌ها به وسیله میانگین‌ها رتبه داده شد. رتبه اول مربوط به رعایت مولفه‌های سلامت در باشگاه‌ها بود. وضعیت تیر و کمان‌ها در رتبه دوم، تیر رتبه سوم، زه رتبه چهارم، ورودی و خروجی رتبه پنجم، دوربین رتبه ششم، فیس‌ها (هدف‌ها) رتبه هفتم، فوم رتبه هشتم، پایه سیبل‌ها رتبه نهم، میزان رفاه در ورزشگاه رتبه دهم، مناسب بودن جهت ساخت رتبه یازدهم، چیدمان زمین رتبه دوازدهم، مناسب بودن زمین برای تیراندازان و یلچری رتبه سیزدهم، سرویس بهداشتی رتبه چهاردهم، خطوط زمین رتبه پانزدهم، ایمنی زمین رتبه شانزدهم، سیستم صوتی رتبه هفدهم، فضای جانبی رتبه هجدهم، فواصل استاندارد رتبه نوزدهم، فوریت‌های پزشکی رتبه بیستم، یلچر تیرانداز رتبه بیست و یکم، موانع مناسب برای زمین به منظور حفاظت رتبه بیست و دوم، ایمنی تیرانداز با میانگین رتبه بیست و سوم، صندلی تماشاچیان با میانگین رتبه بیست و چهارم، پرچم رتبه بیست و پنجم، وضعیت رختکن‌ها رتبه بیست و ششم، میزان ایمنی از حریق در رتبه بیست و هفتم قرار گرفتند. سوال اصلی پژوهش یعنی میزان استاندارد اماکن تیراندازی با کمان شهر تهران با شاخص‌های بین المللی، با ۲۷ شاخص کلی با مولفه‌های مختلف ارزیابی گردید. این شاخص‌ها شامل سلامت، استاندارد فواصل، ایمنی زمین، موانع، ورودی‌ها و خروجی‌ها، خطوط، سیستم صوتی، زمین مناسب تیرانداز و یلچری، ایمنی تیرانداز، استاندارد‌های تیر و کمان‌ها، زه، تیر، فیس (هدف)، سیبل، چیدمان زمین، پایه سیبل، پرچم، یلچر تیرانداز، صندلی تماشاچیان، رفاه، رختکن‌ها، سرویس بهداشتی، فضای جانبی، فوریت‌های پزشکی، ایمنی از حریق می‌باشد که سلامت با میانگین رتبه ۲۳/۳۰ در بین سوالات رتبه اول را دارد و ایمنی از حریق با میانگین رتبه ۳/۴۰ در رتبه آخر قرار دارد. به طور کلی، از بین این ۲۷ شاخص استاندارد، ۱۷ شاخص دارای میانگین پایین‌تر از میانگین نظری و ۹ شاخص دارای میانگین بالاتر از میانگین نظری بودند که نشان‌دهنده ضعیف بودن این شاخص‌ها از نظر مطابقت با استاندارد‌های ورلد آرچری و جی بی آرچری است. تحقیق مومنی و بیانی سیس (۱۳۹۶) با عنوان «ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راه کارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی» نیز به اهمیت و لزوم رعایت ایمنی در این اماکن اشاره دارد. نتیجه کلی این پژوهش با تحقیقات خادم ازغدی (۱۳۹۴)، متر (۲۰۰۴) و روحانی و همکاران (۱۳۹۲) به علت ضعف ایمنی اماکن ورزشی در تحقیقات شان همسویی نشان می‌دهد و با نتایج تحقیقات گلابی (۱۳۹۵)، سلیمانی (۱۳۹۳) و صالح نیا و میزانی (۱۳۹۳) به دلیل وجود ایمنی لازم در اماکن ورزشی مورد مطالعه ناهمخوان است. به طور کلی از این تحقیق می‌توان دریافت که اماکن ورزشی تیراندازی با کمان شهر تهران وضعیت ضعیفی دارند و علت اصلی آن، تخصصی نبودن سایت‌های تیراندازی با کمان در بیشتر نمونه‌های آماری است. از نظر برخورداری از لوازم و تجهیزات لازم، این رشته در وضعیت خیلی خوب قرار دارد، زیرا تیراندازان و مربیان

این رشته از شرکت های معتبر دارای تجهیزات استاندارد خرید می کنند. می توان نتیجه گرفت که ایمن سازی اماکن ورزشی تیراندازی با کمان و آموزش مسائل ایمنی به افراد شرکت کننده در این ورزش بسیار با اهمیت و لازم به اجراست.

پیشنهادهای

- با توجه به وضعیت کنونی باشگاه های تیر اندازی با کمان پیشنهاد می گردد چک لیست این تحقیق، از سوی نهادهای مرتبط و فدراسیون کاربردی گردد و باشگاه ها ملزم به افزایش ایمنی و استاندارد شود.
- با توجه به اینکه تیر اندازی با کمان یک ورزش ملی و مذهبی برای کشور ما محسوب می شود، ولی درصد بسیار کمی از جمعیت کشور به این ورزش علاقه نشان می دهند. پیشنهاد می شود موانع گرایش افراد به این ورزش شناسایی و بر طرف گردد و پخش رسانه ای و تبلیغات و آگاه سازی مردم از مزایای این رشته ورزشی افزایش یابد.
- با توجه به اینکه الزامی برای طراحی و ساخت زمین تیر اندازی با کمان وجود ندارد پیشنهاد می گردد انبارها و کارخانه های متروکه شناسایی و برای استفاده در این ورزش بهسازی شوند. با توجه به اینکه انجام ورزش تیراندازی با کمان نیاز به تهیه تجهیزات شخصی و استاندارد دارد پیشنهاد می گردد تسهیلاتی مانند وام با باز پرداخت دراز مدت جهت افزایش توان مالی ورزشکاران برای تهیه تجهیزات لازم تعلق گیرد.

منابع

- الهی، علیرضا (۱۳۸۷). «موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، صص ۱-۲۳۳.
- الهی، علیرضا و پورآقای اردکانی، زهرا. (۱۳۸۲). «بررسی وضعیت استادیوم های فوتبال کشور با استانداردهای اروپایی». مجله حرکت. شماره ۱۹. صص ۶۲-۷۹.
- جوانمردی، بهرام و باقری، هادی. (۱۳۹۲). «مقایسه وضعیت ایمنی و بهداشتی اماکن سرپوشیده ورزشی اداره کل تربیت بدنی و سازمان آموزش و پرورش استان همدان با استانداردها». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۳ (پایزه پیاپی)، شماره ۵، صص ۱۱۳-۱۲۵.
- حسامی، لقمان و اکبر، فریدفتحی. (۱۳۹۷). «وضعیت ایمنی ساخت و سازها و تأسیسات استادیوم های فوتبال لیگ برتر کشور در لیگ نهم». مجله پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزش. صص ۷۷-۸۷.
- حجبی پور، علیرضا و اسدی دستجردی، حسن. (۱۳۹۶). «تحلیل وضعیت بهداشتی، زیست محیطی اماکن ورزشی و رابطه آن با میزان مشارکت در فعالیت بدنی شهروندان استان های خراسان». مدیریت ورزشی. دوره ۹، شماره ۱، صص ۷۱-۸۳.
- حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۹۵). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. چاپ باران
- حلب چی، فرزین. (۱۳۸۶). «دوپینگ در ورزشکاران». مجله پژوهشی حکیم. صص ۱-۱۲.
- خادم ازغدی. (۱۳۹۴). «وضعیت ایمنی حریم ها، خطوط، تجهیزات و لوازم ورزشی در فضاهای تفریحی و ورزشی، جنگل ها و بوستان های منطقه ۴ تهران». مجله دانشگاه صنعتی شاهرود. صص ۶۴-۵۵.
- رمضانی، علیرضا. (۱۳۹۴). شناخت تأسیسات و اماکن ورزشی. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب های درسی سهامی خاص
- رمضانی، علیرضا و نظریان مادوانی، عباس. (۱۳۹۲). «ارتباط بین ایمنی و کارایی اماکن و تأسیسات ورزشی از دیدگاه دانشجویان با میزان شیوع آسیب های ورزشی». مجله مطالعات مدیریت ورزشی. صص ۱۷۳-۱۹۴.
- رجب بلوکات، مونا؛ سجادی، سید نصراله؛ حمیدی، مهرزاد و میزانی، مهران. (۱۳۹۱). «بررسی وضعیت امکانات ایمنی در فضاهای ورزشی سرپوشیده آموزش و پرورش شهر تهران از دیدگاه مدیران و مربیان». پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره ۶، شماره ۳، صص ۹-۲۶.
- زاده محمدی، علی؛ احمدآبادی، زهره؛ احمدآبادی، سمیه و رافعی بروجنی، مهدی. (۱۳۸۹). «ورزش و خطرپذیری در برابر سوء مصرف (سیگار، مواد مخدر و الکل) در دانش آموزان دبیرستانی شهر تهران». مجله رشد و یادگیری حرکتی- ورزشی، شماره ۴، صص ۵-۲۴.
- سپهری، زهرا؛ ارشادی فرد، رسول و رحیمی دمیچی، درسا. (۱۳۹۶). «مقایسه رابطه ایمنی فضاهای ورزشی با آسیب دیدگی دانش آموزان». مجله مدیریت و برنامه ریزی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی. صص ۱۴۰.
- سلیمانی، خالد؛ حسامی، لقمان و جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۳). «تبیین وضعیت ایمنی استادیوم های فوتبال لیگ حرف های کشور». مجله مدیریت ورزشی. صص ۳۴۳-۳۵۹.
- شعبانی مقدم، کیوان. (۱۳۹۶). استانداردها و ابعاد فضاها و اماکن رشته های ورزشی. صص ۱-۱۷۶.
- شادمانی، محبوبه؛ گرشاسبی، یوسف و لمسه چی، لیلا. (۱۳۹۶). توسعه مهارت های رزمی، هدفی. جلد ۱، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزش، چاپ و نشر کتاب های درسی ایران سهامی خاص
- صالح نیا، بهرام و میزانی، مهران. (۱۳۹۳). «بررسی وضعیت مدیریت ریسک در سالن های ورزشی سرپوشیده». فصل نامه تحقیقات مدیریت آموزشی. سال ۵. شماره ۴، صص ۱-۳۰.

- علیزاده، ولی؛ شهلایی، جواد و علیزاده، لیلی. (۱۳۹۵). «بررسی وضعیت ایمنی فضاهای ورزشی رو باز مدارس راهنمایی دولتی استان اردبیل». سال ۵، شماره ۳ (پیاپی)، صص ۴۷-۵۴.
- غلامی ترکسلویه، سجاده؛ مهدی پور، عبدالرحمن و ازمشا، طاهره. (۱۳۹۴). «ارزیابی وضعیت ایمنی و بهداشتی سالن های چندمنظوره ورزشی و رابطه آن با وقوع آسیب های ورزشی». مجله علمی-پژوهشی وزارت علوم. صص ۲۳-۳۴.
- فتح نژاد، فرامرز. (۱۳۹۳). استاندارد ها و ایمنی اماکن و تجهیزات ورزشی. وزارت علوم تحقیقات و فناوری، دانشگاه فنی و حرفه ای. بخشنامه ۵۵۱۶/۵۲۰/۲۵، صص ۱-۵.
- فارسی، علیرضا؛ زمانی ثانی، سید حجت و فتحی رضایی، زهرا. (۱۳۹۱). «بررسی و مقایسه استانداردهای ایمنی فضاها و تجهیزات ورزشی مدارس مقاطع مختلف شهرستان». مجله مدیریت ورزشی. شماره ۱۴، صص ۶۵-۸۹.
- کوزه چیان، محمد؛ گودرزی، محمد؛ خوانین، علی و فرزانه، فرزاد. (۱۳۹۰). «تحلیل ایمنی و تبیین الگوی مربوطه در سالن های ورزشی دانشکده های تربیت بدنی». شماره ۱۱۹، صص ۱۱-۱۳.
- گلابی، الهه؛ اسمعیلی، محمدرضا و غفوری، فرزاد. (۱۳۹۵). «ارزیابی شاخص های استاندارد و ایمنی در باشگاه های بدنسازی شهر تهران». مدیریت ورزشی، صص ۷۴۱-۷۵۲.
- مومنی، مریم و بیانی سیس، شیوا. (۱۳۹۶). «ارزیابی اهمیت اماکن و تاسیسات ورزشی و ارائه راهکارهایی در جهت بهبود فضاهای ورزشی». مجله مدیریت و برنامه ریزی ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی، ص ۱۵.
- نادریان جهرمی، مسعود؛ پورسلطانی زرنندی، حسین و روحانی، الهام. (۱۳۹۲). «شناسایی شاخص ها و استاندارد ایمنی سالن ها و اماکن ورزشی». مجله مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۳، صص ۲۱-۳۶.
- وهاب زاده، مهستی. (۱۳۸۶). «تیراندازی با کمان؛ ورزش تاریخی / اسلحه ریسمانی». روزنامه ایران، شماره ۳۶۸۸ به تاریخ ۸۶/۴/۲۵، ص ۱۹ (فرهنگ و هنر).

- Alabama Department of Education. (2006). **ARCHERY STANDARDS- BASED UNIT OF STUDY GRADES 6-8**. P1-36.
- Beglen, Joumeys. (2015). **USA Archery Club Handbook**. Colorado Springs, CO 80907 . page 1-72.
- Chilton, Joey. (2005). **“COMPARISON OF SPORTS PARTICIPATION AND INJURY RATES”**. *Jornal A R R O W S P O R T*. page 208.
- Gravesend, S. (2016). **Target Archery Marshal's Handbook**. at <http://www.sca.org>. page 1-16.
- G B ARCHERY. (2014). **“Developing your Club”**. Email: enquiries@archerygb.org. Page 1-15.
- GB ARCHERY. (2013). **“Archery Facilities: Guidance Specifications”**. Email: enquiries@archerygb.org. Page 1-40.
- Hardy, L.L., O'Hara, B.J., Rogers, K., George, St. , Bauman, A., A. (2014). **“Contribution of organized and nonorganized activity to children's motor skills and fitness”**. *J. Sch. Health* 84, 690-696.
- Matter, front. (2004). **“The ergonomics of children in playground equipment safety”**. *Journal of Safety Research*, 35 (4) 249- 254.

- Potts Graham. (2017). **Rules of Shooting- archery GB**. VersionProc-01-04.
- Septian, Dwiki Adi; Kristiyanto, Agus and Purnama, Sapt, Kunta. (2017). **“ANALYSIS OF ARCHERY ACHIEVEMENT COACHING OF PERPANI OF PONOROGO DISTRICT, INDONESIA”**. Journal of Physical Education and Sport Science, Volume , Issue 5 , Page 1-30.
- Texas Archery Academy. (2012). **ARCHERY 101 FUNDAMENTALS OF ARCHERY**. Page1-27.
- Udall, T. (2011). **“False and misleading concussion safety claims for football”**. U.S.A., the New York Times.
- World archery. (2016). **“ARCHERY RULE BOOK”**. WORLD ARCHERY FEDERATION. page1-36.
- Ward, Benjamin G. (2012). **Fan Safety at Sports Facilities. Sport Management Undergraduate- Sport Management Department**. Fisher Digital Publications. page1-38.

طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران

معصومه السادات منانی^۱

سید محمد حسین رضوی^۲

سید عماد حسینی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۵/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۸/۵

هدف از پژوهش حاضر، طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران می باشد که از نظر ماهیت پژوهش، کاربردی، به لحاظ روش پژوهش، کیفی و از نظر استراتژی پژوهش، نظریه داده- بنیاد بوده است. تعداد ۲۱ مصاحبه نیمه ساختار یافته تا رسیدن به اشباع نظری انجام شد. از مقبولیت، انتقال پذیری و تأیید پذیری جهت برآورد روایی و از روش بازآزمون برای سنجش پایایی (۹۱/۱۱ درصد) استفاده گردید. روش تحلیل داده ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت.

بنابر نتایج به دست آمده، تعداد ۳۶۲ کد نهایی باز استخراج و در مرحله کدگذاری محوری تعداد ۶۷ کد در شش مقوله فرعی شامل الزام به شیوه های بازاریابی نوین، شناخت مبتنی بر ناخودآگاه، مدیریت ارتباط با مشتری، استفاده از علوم مختلف در بازار، بهره وری در تولید و بهبود عملیات تجاری در شرایط علی؛ تعداد ۴۷ کد در شش مقوله فرعی عوامل مالی، انسانی، مدیریتی، برنامه ریزی، توسعه ای و ساختاری در شرایط زمینه ای؛ تعداد ۴۱ کد و شش مقوله فرعی شامل موانع اخلاقی، تحقیقاتی، رفتاری ساختاری، ابزاری، اقتصادی و جغرافیایی در شرایط مداخله گر محدود کننده و ۲۷ کد در شش مقوله فرعی شامل تسهیل سازهای مدیریتی،

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲. استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

اجرایی، علمی، بینشی سازمانی، اخلاقی و عملکردی جزو عوامل مداخله‌گر تسهیل‌کننده؛ تعداد ۷۷ کد در بخش راهبرد و در هشت مقوله فرعی شامل توسعه ابزار و تجهیزات، توسعه شیوه‌های مدیریتی، توسعه منابع انسانی، توسعه فرهنگی، ساختاری، آموزشی و تعداد ۱۰۳ کد پیامد در ده مقوله فرعی شامل شناخت ترجیحات و رفتار مصرف‌کننده، بهینه‌سازی محصول، اثرات اقتصادی، بهینه‌سازی مکان، تبلیغات، قیمت، رضایت مشتری، توسعه برند، ارتقای فروش و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی به دست آمد.

انتظار می‌رود مدل طراحی‌شده مورد استفاده مدیران سازمان‌های ورزشی، روسای فدراسیون‌ها، مدیران اماکن و رویدادهای ورزشی و بازاریابان محصولات ورزشی قرار گیرد.

واژگان کلیدی: بازاریابی عصبی، نظریه داده‌بنیاد، ورزش و مدل

مقدمه

امروزه پژوهشگران دریافته‌اند که می‌توان به کمک فناوری‌های نوین و علوم شناخت ساختار و عملکرد مغز، دنیای کسب و کار را متحول ساخت. نورومارکتینگ^۱ یا «بازاریابی عصبی» تازه‌ترین تحول دنیای پزشکی و بازاریابی است. بازاریابی عصبی، گونه‌ای از بازاریابی یا ابزاری نوین در تحقیقات بازار است که با توجه به عملکرد مغز و سیستم اعصاب بدن طراحی شده است (بهرامی و نقشبندی، ۱۳۹۶). در این روش، با مطالعه ذهن مصرف‌کنندگان، می‌توان گام‌های بلندی در زمینه طراحی محصولات برداشت که حداقل نیاز مصرف‌کننده را تأمین نماید (درگی، ۱۳۹۳). این شیوه در مورد الگویی بحث می‌نماید که در آن، قسمت اصلی پیکره فکری فعالیت انسان‌ها (بیش از ۹۰ درصد) در ناخودآگاه مغز آنها اتفاق می‌افتد - که در قسمت پایین آگاهی کنترل شده قرار دارد (بقوسیان، ۱۳۹۳). بر این اساس، پژوهشگران علاقه زیادی دارند که تکنیک‌ها و روش‌های موثری را فرا بگیرند تا با آن‌ها در فعالیت ناخودآگاه مغز دستکاری و اثرگذاری انجام دهند. دلیل اصلی این عمل، برانگیختن واکنش مورد نظر در قوه ادراکی عمیق افراد می‌باشد (جعفری، ۱۳۹۴).

بازاریابی عصبی به مطالعه چگونگی فرایند تصمیم‌گیری در مغز می‌پردازد که به طور مستقیم تحت نظر پزشکان نیست، بلکه فعالیتی در زمینه بازاریابی است (دی‌الویریا^۲، ۲۰۱۴). هدف از بازاریابی عصبی، درک فرایند ناخودآگاهی است که در مشتری اتفاق می‌افتد و در بازاریابی، شناخت تمایلات مشتریان، پیش‌بینی رفتار و ارزیابی اثربخشی تبلیغات موثر است (مکل اسلوان^۳، ۲۰۱۵). از نظر برسیا^۴ (۲۰۱۲) بازاریابی عصبی، شاخه‌ای از دانش عصبی است که تحقیقاتی با هدف درک بهتر رفتار مصرف‌کننده از طریق فرآیندهای ناخودآگاه و کاربرد آن در بازاریابی، توضیح اولویت‌های مصرف‌کننده، انگیزه و انتظارات، پیش‌بینی رفتار و توضیح موفقیت‌ها یا شکست‌های پیام‌های تبلیغاتی انجام می‌شود.

سالانه میلیاردها دلار صرف تبلیغات تجاری می‌شود، بدون آن که تاثیر قابل ملاحظه‌ای در میزان فروش یا سودآوری کسب و کارها داشته باشد. بنابراین یافتن راهی به منظور افزایش اثربخشی هزینه‌های صورت گرفته، اجتناب ناپذیر است (شکیب و رحمتی، ۱۳۹۶). بازاریابی عصبی به دنبال به کارگیری اطلاعات و بینشی فراتر از روش‌های سنتی مانند پرسشنامه، گروه‌های کانونی، آزمایش و مصاحبه، با هدف افزایش نظریه‌های بازاریابی و اجرای آن یا پیش‌بینی هرچه بهتر تصمیم خرید مشتریان، از طریق رفتارشان و ترکیب با روش‌های سنتی است (استنتون^۵ و دیگران، ۲۰۱۶). بدون شک، کسب و کارهای بزرگی که به دنبال کسب مزیت رقابتی هستند، نمی‌توانند در حوزه فروش و رفتار مصرف‌کننده به راحتی از کنار این ابزار نوظهور عبور کنند که روز به روز، هم به لحاظ دانش و هم به لحاظ فناوری‌های جدید، در ارتقا و پیشرفت است (نجیب مقدم و اصغری، ۱۳۹۴). در تحقیقات مختلف به کاربردهای بازاریابی عصبی اشاره شده است که می‌توان به نوآوری در محصول،

1. Neuromarketing
2. De Oliveira
3. Meckl-Sloan
4. Bercea
5. Stanton

ارتباط، توزیع، فروش و کمک به درک بهتر تصمیم‌گیری و ترجیحات مشتری (اکبری، ۱۳۹۲)، افزایش تاثیر تبلیغات و افزایش فروش (بابو و ویدياساگار^۱، ۲۰۱۲)، ارتقای تبلیغات تجاری (فوقات^۲، ۲۰۰۷)، بهبود محصولات و جذابیت‌های آن (مدان^۳، ۲۰۱۰) و میزان خرید مشتریان و تاثیر گذاری بر انواع تبلیغات (آماندا^۴ و دیگران، ۲۰۱۴، رافال^۵، ۲۰۱۰) اشاره نمود. مطالعات و تحقیقات مختلفی در حوزه‌های متفاوت بازاریابی عصبی انجام گردیده است؛ به طوری که کارمارکار و پلاسمن^۶ (۲۰۱۷) به امکان غنی سازی نظریه پردازی در روانشناسی مصرف کننده و تاثیر و گسترش دامنه تحقیقات کسب و کار، باکاردجیف و آلان^۷ (۲۰۱۷) آموزش عمومی در مورد تحقیقات بازاریابی عصبی، برسیک^۸ و همکارانش (۲۰۱۶) نقش هیجانات و احساسات در فرایند تصمیم‌گیری مصرف کننده با اصل عصب شناختی رفتار مشتری و تاثیر ادراک و احساسات از محیط اطراف در فروش، هالمین^۹ و همکارانش (۲۰۱۵) اثر دراز مدت تبلیغات بر نگرش‌های فردی با استفاده از یک نرم افزار شناخت حالات چهره و نقش حاکم هیجانات و احساسات در فرایند شناختی انسان، داقرتی^{۱۰} و دیگران (۲۰۱۵) سرعت رو به رشد استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری عصب شناختی و فیزیولوژیک برای تحلیل و درک رفتار انسانی در رابطه با بازارها و تبادلات بازاریابی و ارجحیت بازاریابی عصبی بر روش‌های ذهنی مانند پرسشنامه، خوشابا^{۱۱} و دیگران (۲۰۱۳) پاسخ مغز به محرک بازاریابی با استفاده از ای.ای.جی^{۱۲} (مغز نگار الکتریکی^{۱۳}) در ترجیحات مصرف کننده بالاتر و طراحی بهینه محصولات و اوکونل^{۱۴} و دیگران (۲۰۱۱) به تاکید بازاریابان بر علوم اعصاب به عنوان مکمل و تقویت تحقیق و بازاریابی طرح‌های خود و فنون مبتنی بر علوم اعصاب به عنوان موثرترین شیوه در کشف عمیق نتایج تصمیم‌گیری‌های مصرف کننده اشاره می‌کنند. همچنین بالدو^{۱۵} و دیگران (۲۰۱۵) در تحقیقی برای پیش بینی فروش محصول در یک فروشگاه، از دو روش پیش بینی فروش شامل خود اظهاری نمونه‌های شرکت کننده در آزمایش و دیگری تحلیل سیگنال‌های مغزی استفاده کردند. بر اساس نتایج این تحقیق، اظهارات صریح نمونه‌ها نتوانست فروش محصولات موفق را پیش بینی کند، اما نتایج حاصل از بررسی سیگنال‌های مغزی با دقت ۸۰ درصد توانسته بود فروش را صحیح پیش‌بینی نماید. بر این اساس اگر پیش بینی‌های حاصل از تحلیل سیگنال‌های عصبی مورد استفاده قرار می‌گرفت،

1. Babu & Vidyasagar
2. Fugat
3. Madan
4. Amanda
5. Raphael
6. Karmarkar & Plassmann
7. Bakardjieva E & Allan JK
8. Berčík, J.
9. Hamelin, N.
10. Daugherty
11. Khushaba
12. EEG
13. Electro Encephalo Graphy
14. O'Connell B.
15. Baldo

سود شرکت تا ۳۶ درصد افزایش می یافت؛ اما اگر پیش بینی های حاصل از خود اظهاری در کسب و کار به کار گرفته می شد، سود شرکت تنها ۱۲ درصد افزایش می یافت. همچنین، لای^۱ و دیگران (۲۰۱۸) در تحقیقی بیان داشته اند که محصولات مختلف (اشکال مختلف کالاها، رنگ های متنوع، صداها مختلف و...) رفتار متفاوتی را در افراد ایجاد می کنند که همین موارد می توانند به تولید یک محصول جدید از طریق بازاریابی عصبی کمک نمایند. کوک و بوز^۲ (۲۰۱۸) نیز دریافتند که با استفاده از ابزارها و فنون بازاریابی عصبی می توان محیط فروشگاه ها را طراحی کرد، عملکرد مؤثر ارتباطات بازاریابی را یکپارچه نمود و میزان تقاضا و بازده سرمایه گذاری را از طریق پیش بینی مناسب ترجیح های خرید مشتری برآورد کرد. از نظر سومالا و دیگران^۳ (۲۰۱۸) استفاده از بازاریابی عصبی می تواند در انتخاب مناسب کالاها برای فروشگاه ها و محیط های بازار و اعمال تخفیف های هدفمند بر کالاها تأثیرگذار باشد و در بعد برندسازی و نوآوری محصولات اقدامات مناسبی را انجام داد. در حوزه بازاریابی عصبی در ورزش نیز می توان به تحقیقات زیر اشاره نمود. ارکان و کاباجی^۴ (۲۰۱۹) در مقاله ای به بررسی برنامه های تبلیغات در ورزش از طریق بازاریابی عصبی پرداختند و دریافتند که بازاریابی عصبی مستقیماً بر تحقیقات و کاربردهای آن در بازاریابی ورزشی در آینده نزدیک تأثیر می گذارد. دانش ثانی و دیگران (۱۳۹۶) در تحقیقی نشان دادند که تحریک احساس مصرف کنندگان توسط حواس پنج گانه آنها مهم ترین عامل مؤثر بر بازاریابی عصبی در ورزش می باشد. افشار و دیگران (۱۳۹۴) نیز نشان دادند که توجه به ابعاد بازاریابی عصبی (جلب اعتماد مصرف کننده، تنوع در اندازه محصول، استفاده از استعاره های واقعی و تداعی خاطرات، تأیید جمع و تحریک احساسات خرید کننده با استفاده از حواس پنجگانه) و اتخاذ راهبردهایی منطبق با این ابعاد، نقش قابل توجهی در پیشبرد بازاریابی ورزشی دارند.

صنعت ورزش در سال های اخیر، دوران جدید و تازه ای را تجربه می نماید؛ به طوری که ورزش به عنوان یک بخش اقتصادی در تولید کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصاد ملی کشورها، یکی از درآمدزاترین صنایع در قرن حاضر به شمار می رود (بهرامی و نقشبندی، ۱۳۹۶). رشد صنعت ورزش با تغییرات اقتصادی ترکیب شده و نیاز متخصصان ورزشی را جهت تمرکز بر راهبردهای بازاریابی ایجاد کرده است. دستیابی به رشد و درآمد های مناسب اقتصادی و رقابت بازارهای مختلف ورزش در به کارگیری روش های جدید، علمی و نوین بازاریابی خلاصه می گردد (سلیمی و دیگران، ۱۳۹۴). به کارگیری روش های علمی و آخرین ابزار مدیریت بازاریابی، نه تنها سبب افزایش کیفیت در سطوح رقابتی رشته های مختلف ورزشی می گردد، بلکه به حرفه ای شدن آنها نیز کمک می کند. عدم تجانس بین تغییرات و پیچیدگی های محیطی و روش های بازاریابی مورد استفاده موجود، بازاریابی ورزشی را با چالش جدی رو به رو ساخته است (دهقانپوری و دیگران، ۱۳۹۵)؛ چنان که استفاده از روش های سنتی در جلب مخاطبان کارایی مورد انتظار را ندارد. در نتیجه عدم شناخت نیازهای مخاطبان و عدم جلب و تسخیر آنها سبب شده است که بازاریابی ورزشی هزینه های جبران ناپذیری را متحمل شود.

1. Lai, C. F

2. Koc & Boz

3. Suomala

4. Ercan, Ö , Kabakçı, A

گسترده‌گی محصولات ورزشی با برندها، کیفیت‌ها و قیمت‌های متفاوت، شرکت‌ها را با رقابتی سخت برای رشد و بقا مواجه نموده است. تغییرات سریع و همیشگی سلاقی مشتریان، اشباع بازارهای موجود، پیشرفت‌های فناوریانه و افزایش رقابت در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی همگی شاهد این ادعاست که بقا و رشد سازمان‌های مختلف تنها از طریق شناخت بیشتر مشتریان برای دست‌یابی به رضایت آنان میسر می‌باشد (بهرامی و نقشبندی، ۱۳۹۶). بنابراین، برای شناخت بیشتر مشتریان حوزه ورزش و موفقیت در عرضه و فروش محصولات ورزشی، لازم است که ویژگی‌ها، افکار و رفتارهای مصرف‌کنندگان مورد مطالعه قرار گیرد. شناخت بیشتر از ویژگی‌های مصرف‌کنندگان می‌تواند کمکی مؤثر به مدیران شرکت‌ها و بازاریابان در عرضه موفق محصولات باشد. از آنجا که علم بازاریابی عصبی به تازگی وارد حیطه بازاریابی و اقتصاد شده، بازه زمانی مطالعات طی دو دهه اخیر بوده است و بیشتر تحقیقات قبلی تمرکز خود را بر روی استفاده از دستگاه‌های مختلف برای مطالعه واکنش‌های مغز به تبلیغات ورزشی و بررسی آن‌ها در جامعه ورزش گذاشته‌اند و به ندرت بر روی رویکردی جامع و سازمان‌یافته با هدف افزایش اثرگذاری این شیوه و تکنیک بازاریابی تمرکز یافته‌اند. اکثر مطالعات داخلی و خارجی تمرکز دیگرشان بر روی چگونگی انجام بازاریابی عصبی و مقایسه این نوع از بازاریابی با دیگر انواع بازاریابی و تلفیق دو علم عصب‌شناسی و بازاریابی است. در چنین وضعیتی، فقدان مدلی جامع و کارآمد به خوبی احساس می‌شود. بنابراین هدف از تحقیق حاضر، طراحی مدل مطلوب بازاریابی عصبی در ورزش به همراه شناسایی عوامل کلیدی و مولفه‌های مؤثر بر بازاریابی عصبی در ورزش می‌باشد. سرانجام نوآوری این پژوهش را می‌توان از دو جنبه نظری و کاربردی مورد بررسی قرار داد. بررسی پیشنهاد تحقیق نشان می‌دهد که تحقیق حاضر جزو اولین تحقیقاتی است که در کشور در راستای طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران انجام می‌یابد. انجام این تحقیق به ایجاد ادبیات و مبانی نظری بازاریابی عصبی در ورزش منجر شده و این موضوع بستر را برای ایجاد زمینه مطالعاتی با عنوان بازاریابی عصبی در ورزش آماده می‌کند. ضمن آن که استفاده از نظریه داده بنیاد برای انجام این تحقیق، زوایای آشکار و پنهان علمی بازاریابی عصبی را آشکار خواهد ساخت. تحقیق حاضر برای اولین بار در جامعه علمی مدیریت ورزشی اقدام به طراحی مدل بازاریابی عصبی نموده و زمینه بررسی‌های بیشتر سایر محققان را پیرامون رشته‌های مختلف ورزشی و سطوح مختلف رقابتی فراهم ساخته است. همچنین از نظر کاربردی، نتایج تحقیق حاضر می‌تواند مورد استفاده وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون‌های ورزشی، سازمان‌های لیگ رشته‌های مختلف ورزشی، باشگاه‌های حرفه‌ای، حامیان مالی، مدیران سازمان‌های تولیدی و خدماتی ورزشی، بازاریابان ورزشی و سازمان‌های تبلیغی ورزشی قرار گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به دنبال تدوین طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران است. بر این اساس، از روش نظریه برخاسته از داده‌ها^۱ به شیوه سیستماتیک که به استراوس و کوربین^۲ (۱۳۸۵) نسبت داده شده، استفاده گردید.

1. Grounded Theory

2. Strauss & Corbin

بنابراین تحقیق حاضر از نظر ماهیت پژوهش، کاربردی، به لحاظ نحوه و روش پژوهش، کیفی، از نظر رویکرد پژوهش، استقرایی، به لحاظ پارادایم حاکم بر پژوهش، تفسیری، از نظر استراتژی پژوهش، تئوری داده-بنیاد و به لحاظ منبع گردآوری داده‌ها، از نوع مصاحبه می باشد.

مصاحبه شوندگان در پژوهش حاضر - به عبارت دیگر، مشارکت کننده یا اطلاع رسان^۱ ها- چهار گروه بودند: متخصصان بازاریابی عصبی در ورزش (دارای تالیفات، مقالات و حوزه تخصصی مطالعاتی بازاریابی عصبی در ورزش)، متخصصان بازاریابی عصبی، متخصصان علم عصب شناسی (دارای تالیفات، مقالات و حوزه تخصصی مطالعاتی بازاریابی عصبی) و روانشناسان که در زمینه بازاریابی عصبی فعالیت می کنند. نمونه گیری در این پژوهش به شیوه غیر تصادفی و مشتمل بر روش های هدفمند و گلوله برفی بود. گام اول در این فرایند، پیدا کردن تعداد کمی از جامعه بوده است. در گام بعدی با مراجعه به این نمونه ها از آن ها نام های بیشتری درخواست شد. نمونه گیری تا رسیدن به اشباع نظری^۲ ادامه یافت. در نهایت، نظرات ۲۱ نفر از افراد نخبه از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته تا رسیدن به حد اشباع نظری جمع آوری گردید که جدول ۱ گستره، تعداد و تنوع افراد مصاحبه شده را به تفکیک نشان می دهد:

جدول ۱: گستره، تعداد و تنوع افراد مصاحبه شده به تفکیک

حوزه مطالعاتی				جنسیت		تعداد مصاحبه شوندگان
روانشناسان مرتبط با حوزه بازاریابی عصبی	متخصصان علم عصب شناسی	متخصصان بازاریابی عصبی	متخصصان بازاریابی عصبی در ورزش	مرد	زن	۲۱ نفر
۴	۴	۴	۹	۱۴	۷	

در بخش اول از فرایند جمع آوری اطلاعات، داده های مورد نظر با استفاده از روش های کتابخانه ای (بررسی مقالات علمی معتبر و اطلاعات موجود در پایگاه های اینترنتی، کتب، مجلات و نشریات مختلف) و در بخش دوم از مصاحبه های کیفی با نخبگان، متخصصان و افراد صاحب نظر مسلط بر موضوع مورد پژوهش به دست آمد. با عنایت به مبانی نظری پژوهش های کیفی، هم زمان با انجام مصاحبه ها تحلیل و کدگذاری آن ها نیز انجام پذیرفت. سپس به ترتیب مراحل تلخیص، عرضه و نتیجه گیری از یافته ها صورت پذیرفت و با روش دلفی به بررسی و تایید کدهای استخراج شده از مرحله کدگذاری باز و محوری و مدل پارادایمی پرداخته شد تا فهرست نهایی عوامل اثر گذار بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران شناسایی گردد. در بخش دلفی، خبرگان این حوزه به صورت هدفمند و قضاوتی انتخاب شدند که شامل دو نفر در حوزه مطالعاتی بازاریابی عصبی در ورزش و چهار نفر از متخصصان بازاریابی عصبی بودند.

1. Informants

2. Theoretical Saturation

روند تولید داده ها و کدها از مصاحبه های انجام شده در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت. فرایند جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها، به صورت زیگزاگی و همزمان صورت پذیرفت. جمع آوری داده ها تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق در داده ها و تولید کدها به مرز اشباع رسید و مفاهیم مرتبط با فرایند طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران که توسط مصاحبه شوندگان مختلف مطرح گردید، تکراری شد. برای توسعه مدل نظری بازاریابی عصبی در ورزش ایران، محقق به شکلی مداوم و هدفمند، طی فرایند تحلیل داده ها بین کدگذاری باز و محوری حرکت کرده است. فرایند کدگذاری های باز و محوری تا روشن شدن عوامل و شرایط علی، عوامل زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردهای عمل/عکس العمل و پیامدها و نتایج ادامه پیدا کرد و طی کدگذاری انتخابی، مقوله های اصلی و فرعی و ارتباط آن ها یکپارچه شد تا در نهایت مدل نهایی بازاریابی عصبی در ورزش ایران طراحی گردید.

جهت کسب اعتبار و روایی از مقبولیت^۱، انتقال پذیری^۲ و تأیید پذیری^۳ (پیتنی و پارکر^۴، ۲۰۰۹) استفاده گردید. برای تأیید مقبولیت، محقق تلاش کرد تا با انتخاب افراد نمونه از طیف متعدد، استفاده از تحلیلگران متعدد و با استفاده از روش کتابخانه ای و مصاحبه جهت انجام تحقیق از روش های متعدد استفاده کرده باشد. در قسمت منابع داده متعدد، انتخاب افراد نمونه از اقشار مختلف درگیر در بازاریابی عصبی و استفاده از منابع مکتوب و معتبر، در قسمت تحلیل گران متعدد مشارکت همکاران تحقیق و افراد با تجربه در تحقیق کیفی (با توجه به پیشینه پژوهشی آنها) در روند انجام مصاحبه ها و تحلیل داده ها و در قسمت روش های متعدد نیز با استفاده از استفاده از روش های مصاحبه، کتابخانه و جستجو در اینترنت در طول تحقیق برای جمع آوری حداکثری داده ها در این جهت بوده است. برای انتقال پذیری، با مرور متعدد مصاحبه ها و استخراج حداکثری و غیر تکراری مطالب سعی بر اجرای این توصیه شد و برای تأیید پذیری با استفاده از ضبط صوت این نکته جنبه عملی یافت- چراکه تأییدپذیری نیازمند بررسی و قضاوت درباره داده های خام، تفسیرها، پیشنهادها و یافته هاست. همچنین در روند پیشبرد تحقیق سعی شد از حضور حداکثری همکاران گروه تحقیق با وجود محدودیت هایی مانند کمبود وقت و یا عدم دسترسی، استفاده شود. برای سنجش پایایی در این پژوهش از روش «پایایی بازآزمون»^۵ استفاده شد که به میزان سازگاری طبقه بندی داده ها در طول زمان اشاره دارد؛ یعنی در حین انجام این پژوهش و در جریان کدگذاری مصاحبه ها، چند مصاحبه به عنوان نمونه در یک فاصله یک هفته ای مورد کدگذاری مجدد قرار گرفت. با مراجعه به کدهای اولیه استخراج شده از آن مصاحبه ها و کدهای مجدد، پایایی بازآزمون مصاحبه های این پژوهش برابر ۹۱/۱۱ درصد به دست آمد.

سرانجام در بخش دلفی بعد از فرایند کدگذاری ها، ابتدا مفاهیم، مقوله ها و کدهای به دست آمده از کدگذاری باز و محوری به همراه مدل پیشنهادی اولیه به گروه دلفی (شش نفر) در دور اول ارائه شد و مورد بحث

1. Credibility
2. Transferability
3. Dependability
4. Pitni & Parker
5. Re-Test Reliability

قرار گرفت. سپس بعد از جمع‌آوری اطلاعات دور اول، با استفاده از نظرات و پیشنهاد های خبرگان اصلاح و در دور دوم دلفی به همان شش نفر مرحله اول ارائه گردید. برخی از مفاهیم طبق پیشنهاد خبرگان در مرحله اول دلفی به مدل اضافه، حذف و جابجا شدند. بعد از اعمال تغییرات مرحله اول دلفی، مجدداً کدها و مدل برای شش خبره ارسال گردید که بعد از دریافت پاسخ های خبرگان در مرحله دوم دلفی هیچ پیشنهادی مطرح نگردید و مقوله ها و کدهای موجود در مدل مورد تأیید قرار گرفتند. سرانجام مدل نهایی پیشنهادی بازاریابی عصبی در ورزش ایران مطابق نظر خبرگان با روش دلفی اصلاح و طراحی گردید.

یافته های پژوهش

نتایج کدگذاری باز و محوری

۳۵۱ مصاحبه شوندگان در پاسخ به سوالات مرتبط با هر یک از ابعاد مدل پارادایمی، به تشریح ابعاد و عوامل بازاریابی عصبی در ورزش پرداختند. در نهایت پس از بررسی کامل تمامی مصاحبه ها و تحلیل جملات و دیدگاه های افراد، تعداد ۳۶۲ کد نهایی از مرحله اول یعنی مرحله کدگذاری باز استخراج گردید. در گام بعدی محقق با کدگذاری محوری، فرایند مرتبط کردن مقولات فرعی به مقولات اصلی تر را انجام داد که ۳۶۲ کد شناسایی شده در پنج محور شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها طبقه بندی شدند. بر این اساس مصاحبه شوندگان در پاسخ به سوالی که مربوط به شرایط علی بازاریابی عصبی ورزش ایران است، توضیحات و مصادیقی را بیان کردند. از تحلیل جملات و دیدگاه های این افراد، ۶۷ کد با اهمیت از دید محقق به عنوان کدهای نهایی شرایط علی مشخص شدند. نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم شرایط علی موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران نشان داده که شش مقوله فرعی شامل الزام به بازاریابی نوین، سنجش تصمیمات ناهوشیار، مدیریت ارتباط با مشتری، استفاده از علوم مختلف در تحقیقات بازار، بهره‌وری در تولید و اشتغال و بهبود عملیات تجاری از جمله عوامل علی موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران می باشند.

همچنین در مرحله کدگذاری محوری سطح اول تعداد ۴۷ کد با اهمیت از دید محقق به عنوان کدهای نهایی شرایط زمینه ای مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران مشخص شدند. نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم شرایط زمینه ای موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران، نشان داده که شش مقوله فرعی شامل عوامل اقتصادی و تجاری، عوامل انسانی، عوامل مدیریتی، عامل برنامه ریزی، عوامل ساختاری و عوامل تحقیق و توسعه از جمله عوامل زمینه ای موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران می باشند.

در مرحله کدگذاری محوری سطح اول، تعداد ۶۸ کد از عبارات مهم به عنوان کدهای نهایی شرایط مداخله گر استخراج شد؛ به طوری که تعداد ۴۱ کد عامل محدود کننده و ۲۷ کد عامل تسهیل کننده به عنوان کدهای نهایی شرایط مداخله گر در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم شرایط مداخله گر محدود کننده موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران نشان داده که شش مقوله فرعی شامل موانع اخلاقی، موانع تحقیقاتی، موانع ساختاری، موانع ابزاری، موانع مالی و موانع جغرافیایی از جمله عوامل

مداخله گر محدود کننده موثر بر مدل بازاریابی عصبی ورزش ایران می باشند. همچنین نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم شرایط مداخله گر تسهیل کننده موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران نشان داده که شش مقوله فرعی شامل تسهیل سازهای مدیریتی، تسهیل سازهای اجرایی، تسهیل سازهای علمی و پژوهشی، تسهیل سازهای بینشی سازمانی، تسهیل سازهای اخلاقی و تسهیل سازهای عملکردی از جمله عوامل مداخله گر تسهیل کننده موثر بر مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران می باشند.

تعداد ۷۸ کد نیز از عبارات مهم به عنوان کدهای نهایی راهبردها و اقدامات در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم راهبردها و اقدامات موثر بر طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران، نشان داده که نه مقوله فرعی شامل توسعه ابزار و متخصصان، توسعه منابع انسانی، توسعه فرهنگی، توسعه ساختاری، توسعه شیوه های مدیریتی، توسعه اقتصادی، توسعه آموزشی، توسعه اطلاع رسانی و توسعه علمی، از جمله راهبردها و اقدامات موثر بر ایجاد مدل بازاریابی عصبی در ورزش می باشند.

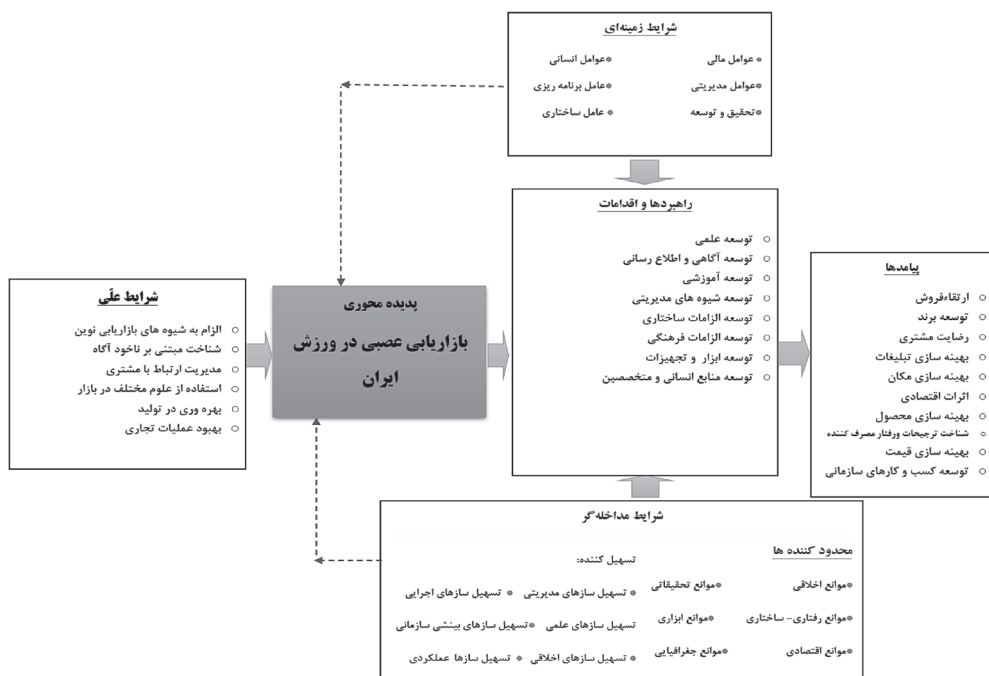
سرانجام در مرحله کد گذاری محوری سطح اول، تعداد ۱۰۲ کد با اهمیت از دید محقق به عنوان کدهای نهایی پیامدها و نتایج مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران مشخص شدند. نتایج حاصل از کدگذاری محوری سطح دوم پیامدهای ناشی از طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران نشان داده که ده مقوله فرعی شامل شناخت رفتار مصرف کننده، بهینه سازی محصول، اثرات اقتصادی، بهینه سازی مکان، بهینه سازی تبلیغات، بهینه سازی قیمت، رضایت مشتری، توسعه برند، ارتقای فروش و توسعه کسب و کارهای ورزشی از جمله پیامدهای ناشی از ایجاد مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران می باشند.

در نهایت تعداد ۳۶۲ کد مستخرج نهایی در قالب ۴۳ مقوله دسته بندی شده است. با انجام مصاحبه ها و تحلیل داده ها، محقق دیدگاه و درک عمیق تری در زمینه تجربه مصاحبه شوندگان به دست آورد. سپس بین مقوله ها و ویژگی های شناسایی شده در مرحله اولیه کدگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد. مفاهیم جدید که در مصاحبه ها شناسایی شدند به مقوله های شناسایی شده اضافه گردیدند تا زمانی که مقوله ها به حد اشباع نظری رسیدند و ارتباط بین مقوله ها و مقوله های فرعی مختلف شکل گرفت. در کدگذاری باز و محوری، مدل پارادایمی بازاریابی عصبی در ورزش ایران توسعه داده شد؛ مدلی که شامل شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و اقدامات و پیامدهاست.

نتایج شیوه دلفی

بعد از کد گذاری باز و محوری، جهت تایید کدها و مدل از شیوه دلفی استفاده گردید. در این مرحله ابتدا مفاهیم، مقوله ها و کدهای به دست آمده از کدگذاری باز و محوری به همراه مدل پیشنهادی اولیه به گروه دلفی (شش نفر) در دور اول ارائه شد و مورد بحث قرار گرفت. بعد از جمع آوری اطلاعات دور اول، داده ها با استفاده از نظرات و پیشنهاد های خبرگان تا حدودی اصلاح و در دور دوم دلفی به همان شش نفر مرحله اول ارائه گردید. برخی از مفاهیم طبق پیشنهاد خبرگان در مرحله اول دلفی به مدل اضافه، حذف یا جابجا شد. لازم به ذکر است که در دور اول دلفی؛ در عوامل علی، سه تغییر عنوان در مقوله و سه کد به مقوله های دیگر در همین عوامل انتقال یافت. در عوامل زمینه ای یک تغییر در عنوان مقوله و یک کد به مقوله های دیگر در همین عوامل

منتقل شد. در عوامل مداخله‌گر محدودکننده دو تغییر عنوان در مقوله‌ها ایجاد گردید. در بخش راهکارها و اقدامات، مقوله توسعه اقتصادی و کدهای مربوط به آن شامل تبادل اطلاعات بین دانشمندان و ساخت سوالات بهینه و مناسب، جهت حل مشکلات اقتصادی جامعه و کد معرفی ارزش‌های اقتصادی حذف (کاهش ۹ مقوله به ۸ مقوله) و کدهای آن به توسعه ساختاری در این بخش انتقال یافت. همچنین در این بخش سه تغییر در عنوان مقوله‌ها و یک کد نیز حذف گردید. در نهایت در قسمت پیامدها یک کد جدید اضافه و یک تغییر عنوان مقوله طبق نظر نخبگان صورت پذیرفت. بدین ترتیب، در تعداد ۳۶۲ کد مستخرج نهایی تغییری ایجاد نگردید (۷۸ کد بخش راهبردها به ۷۷ کد و ۱۰۲ کد بخش پیامدها به ۱۰۳ کد تبدیل گردید) و ۴۳ مقوله به ۴۲ کاهش یافته است. بعد از اعمال تغییرات مرحله اول دلفی، در مرحله دوم دلفی هیچ پیشنهادی مطرح نگردید و مقوله‌ها و کدهای موجود در مدل مورد تأیید قرار گرفتند و سرانجام مدل نهایی بازاریابی عصبی در ورزش ایران مطابق نظر خبرگان با روش دلفی به صورت شکل ۱ اصلاح و آورده شد:



شکل ۱: مدل پارادایمی بازاریابی عصبی در ورزش ایران

در این مدل (شکل ۱)، شرایط علی، عوامل ترغیب کننده و یا الزام آور برای به کارگیری فرایندهای بازاریابی عصبی در ورزش کشور هستند، عواملی که در زمان کنونی، سازمان‌های ورزشی را ترغیب و یا مجبور می کنند تا برای سرآمدی و موفقیت در بازار و محیط ورزشی امروز به اجرای این پدیده روی آورند. لذا با این رویکرد،

عواملی در این بخش مورد توجه قرار گرفته است که بر پدیده اصلی تأثیر علی داشته باشند. این عوامل شامل الزام به شیوه های بازاریابی نوین، شناخت مبتنی بر ناخود آگاه، مدیریت ارتباط با مشتری، استفاده از علوم مختلف در بازار، بهره وری در تولید و بهبود عملیات تجاری می باشد.

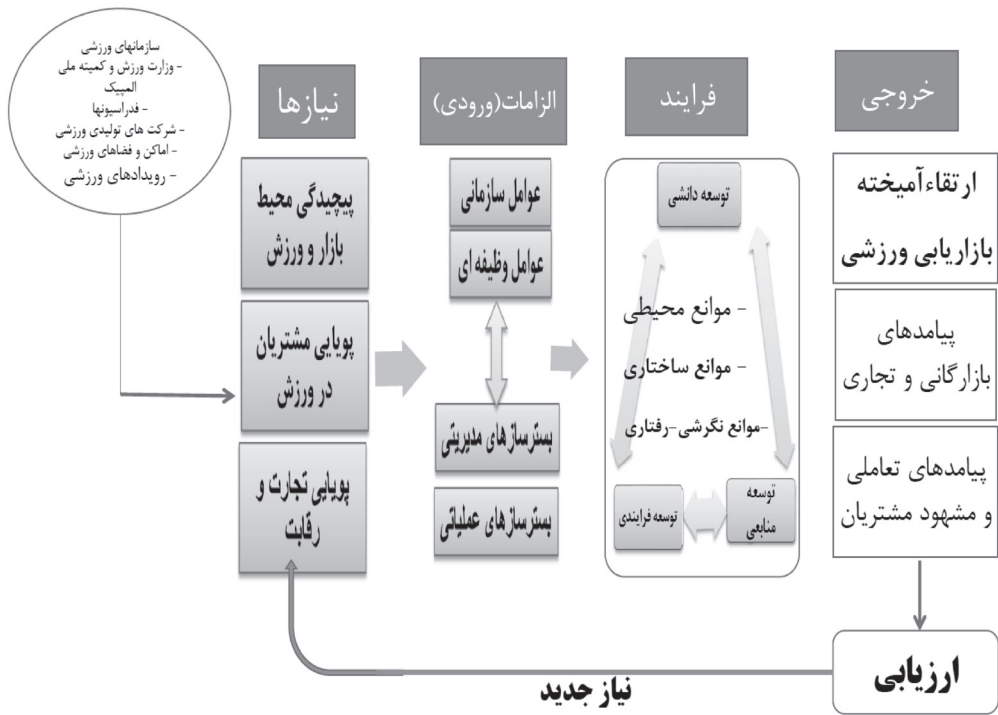
شرایط زمینه ای، ویژگی های درون سازمانی سازمان های ورزشی برای اجرای فرایندهای بازاریابی عصبی در ورزش هستند؛ شرایطی که برای موفقیت بهتر در اجرای این فرایند باید مورد توجه قرار گیرند: عوامل مالی، انسانی، مدیریتی، برنامه ریزی، تحقیق و توسعه و ساختاری.

شرایط مداخله گر عبارت اند از شرایطی که بر اجرای فرایندهای بازاریابی عصبی در ورزش اثرات مثبت یا منفی دارند و می توانند اجرای آن را تسهیل و تسریع کنند یا به عنوان محدودیت هایی منجر به اختلال در اجرا باشند. عوامل مداخله گر محدود کننده شامل موانع اخلاقی، تحقیقاتی، رفتاری- ساختاری، ابزاری، اقتصادی، جغرافیایی و عوامل مداخله گر تسهیل کننده شامل تسهیل سازهای مدیریتی، تسهیل سازهای اجرایی، تسهیل سازهای علمی، تسهیل سازهای بینشی سازمانی، تسهیل سازهای اخلاقی، تسهیل سازهای عملکردی می باشند. در بعد اقدامات و راهبردها، کنش ها و فعالیت های اصلی که می تواند در اجرای فرایندهای بازاریابی عصبی در ورزش راهگشا باشد مورد توجه قرار گرفت. فرق این بعد با پدیده اصلی این است که مفاهیم و مقوله های این بعد از نوع فرایندی نیستند، بلکه از نوع اقدام هستند و به اجرای فرایندها کمک می کنند. این راهبردها شامل توسعه علمی، توسعه آگاهی و اطلاع رسانی، توسعه آموزشی، توسعه شیوه های مدیریتی، توسعه ساختاری، توسعه فرهنگی، توسعه ابزار و تجهیزات، توسعه منابع انسانی و متخصصان خواهد بود.

در بعد پیامدها، نتایج و پیامدهای مورد انتظار مورد توجه قرار گرفت. پیامدهای مورد انتظاری که می تواند در اثر اجرای فرایندها، اقدامات و راهبردهای بازاریابی عصبی، عاید سازمان های ورزشی گردد شامل ارتقای فروش، توسعه برند، رضایت مشتری، بهینه سازی تبلیغات، بهینه سازی مکان، اثرات اقتصادی، بهینه سازی محصول، شناخت ترجیحات و رفتار مصرف کننده، بهینه سازی قیمت و توسعه کسب و کارهای سازمانی خواهد بود.

نتایج کدگذاری انتخابی

سرانجام، با بررسی روابط بین مفاهیم تشکیل دهنده، مدل پیشنهادی بازاریابی عصبی در ورزش ایران تدوین گردید که در شکل ۲ ارائه شده است:



شکل ۲: مدل نهایی پیشنهادی بازاریابی عصبی در ورزش ایران

مفاهیم در این مدل، انتزاعی تر از مدل ارائه شده در شکل ۱ هستند و در آن عوامل علی، زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدهای بازاریابی عصبی در ورزش مشخص شده اند. گزاره های حکمی در مدل مورد نظر به روابط بین عوامل مختلف اشاره دارند که در این پژوهش عبارت اند از:

قضیه اول: "الزام به شیوه های بازاریابی نوین، شناخت مبتنی بر ناخود آگاه، مدیریت ارتباط با مشتری، استفاده از علوم مختلف در بازار، بهره وری در تولید و بهبود عملیات تجاری" جزو عوامل حرکت به سوی بازاریابی عصبی در ورزش کشور می باشد. این مقوله ها به سه مقوله کلی تر شامل پویایی مشتریان در ورزش، پیچیدگی محیط و بازار ورزش، پویایی تجارت و رقابت تبدیل شده است.

قضیه دوم: "عوامل مالی، انسانی، مدیریتی، برنامه ریزی، تحقیق و توسعه، ساختاری" جهت توسعه بازاریابی در ورزش ایران ضرورت دارند. این مقوله ها به دو مقوله کلی تر شامل عوامل سازمانی و عوامل وظیفه ای تبدیل شده است. قضیه سوم: "موانع اخلاقی، موانع تحقیقاتی، موانع رفتاری-ساختاری، موانع ابزاری، موانع اقتصادی و موانع جغرافیایی" باید در توسعه بازاریابی عصبی در ورزش مدنظر قرار گیرند. این مقوله ها به سه مقوله کلی تر شامل موانع محیطی، موانع نگرشی-رفتاری و موانع ساختاری تبدیل شده است.

قضیه چهارم: به "تسهیل سازهای مدیریتی، تسهیل سازهای اجرایی، تسهیل سازهای علمی، تسهیل سازهای

بینشی سازمانی، تسهیل سازهای اخلاقی و تسهیل ساز و کارهای عملکردی" در ایجاد بازاریابی عصبی در ورزش توجه گردد. این مقوله ها به دو مقوله کلی تر شامل بسترسازهای مدیریتی و عملیاتی تبدیل شده است. قضیه پنجم: توسعه بازار یابی عصبی در ورزش نیازمند اتخاذ راهبردهای "توسعه علمی، توسعه آگاهی، اطلاع رسانی، توسعه آموزشی، توسعه شیوه های مدیریتی، توسعه الزامات ساختاری، توسعه الزامات فرهنگی، توسعه ابزار و تجهیزات و توسعه منابع انسانی و متخصصان" است. این مقوله ها به سه مقوله کلی تر شامل توسعه دانشی، فرآیندی و منابع تبدیل شده است.

قضیه ششم: "ارتقای فروش، توسعه برند، رضایت مشتری، بهینه سازی تبلیغات، بهینه سازی مکان، اثرات اقتصادی، بهینه سازی محصول، شناخت ترجیحات و رفتار مصرف کننده، بهینه سازی قیمت و توسعه کسب و کارهای سازمانی" از جمله پیامدهای بازاریابی عصبی در ورزش کشور هستند. این مقوله ها به سه مقوله کلی تر شامل ارتقای آمیخته بازاریابی، پیامدهای بازرگانی-تجاری و پیامدهای تعاملی و مشهود مشتریان تبدیل شده است.

نظریه کلی

برای موفقیت در محیط پیچیده ورزش با توجه به عدم کارایی شیوه های بازاریابی سنتی، سازمان های ورزشی باید به عوامل زیر توجه نمایند:

۱. بسترسازها ۲- عوامل موثر ۳- الزامات اجرایی ۴- اثرات
- که بستر سازها شامل بسترسازهای مدیریتی و عملیاتی؛ عوامل موثر شامل عوامل سازمانی و وظیفه ای؛ الزامات اجرایی شامل توسعه دانشی، فرآیندی و منابع؛ اثرات و نتایج نیز شامل ارتقای آمیخته بازاریابی، پیامدهای بازرگانی-تجاری و پیامدهای تعاملی و مشهود مشتریان می باشد. در ضمن برای دستیابی به این اثرات و نتایج باید موانعی شامل محیطی، نگرشی- رفتاری و ساختاری مورد کنترل قرار گیرد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از تحقیق حاضر، تدوین مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران بوده است. بر این اساس به شیوه تئوری داده- بنیاد به شناسایی شرایط علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبرد و پیامدهای ایجاد مدل بازاریابی عصبی در ورزش ایران پرداخته شد. با توجه به کدگذاری محوری و انتخابی بر اساس مدل های پارادایمی و پیشنهادی بازاریابی عصبی ورزش (شکل ۱ و ۲) ارتقای فروش، توسعه برند، رضایت مشتری، بهینه سازی تبلیغات، بهینه سازی مکان، اثرات اقتصادی، بهینه سازی محصول، شناخت ترجیحات و رفتار مصرف کننده، بهینه سازی قیمت و توسعه کسب و کارهای سازمانی از جمله پیامدهای بازاریابی عصبی در ورزش کشور می باشد که این مقوله ها به سه مقوله کلی تر شامل ارتقای آمیخته بازاریابی، پیامدهای بازرگانی-تجاری و پیامدهای تعاملی و مشهود مشتریان تبدیل شده است. در این راستا تحقیقاتی به بخشی از پیامدهای استخراج شده از پژوهش حاضر اشاره نمودند؛ چنان که آماندا و دیگران (۲۰۱۲) و رافال (۲۰۱۰) همبستگی میان افزایش میزان خرید مشتریان و در پی آن ارتقای فروش و فعالیت در بخش های مغز؛ کلینوآ و همکارانش (۲۰۱۵) به روش بازاریابی عصبی به عنوان یکی از راهکارهای اصلی فروش، بابو و ویدیاساگار (۲۰۱۲) به شیوه های

بازاریابی عصبی در ایجاد برند و افزایش فروش؛ بوکسم و اسمیت (۲۰۱۵) به اثر بازاریابی عصبی بر ترجیحات و رفتار مصرف کننده از محصول و نام و نشان تجاری؛ مادان (۲۰۱۰) افزایش درجه فعال سازی برند به وسیله بازاریابی عصبی؛ والویس (۲۰۰۷) نقش بستن برندها از طریق بازاریابی عصبی در ذهن مصرف کنندگان؛ باکاردجیف و آلان (۲۰۱۷) به تاثیرگذاری علم عصب شناسی و بازاریابی عصبی در تصمیم گیری نهایی مصرف کننده در انتخاب برند؛ رنویس و مورین (۲۰۰۷) به تاثیر بازاریابی عصبی در به یاد سپاری برندها و شعارهای نام تجاری؛ ولاسکینو (۲۰۱۴) موفقیت رویکرد و استراتژی بازاریابی عصبی در رضایتمندی و وفاداری به خرید برند؛ ونکاتلامان و دیگران (۲۰۱۵) به تجزیه و تحلیل نظام های مغزی درگیر در خرید و طراحی تبلیغات موثر از طریق بازاریابی عصبی؛ جنکو و دیگران (۲۰۱۳) به بازاریابی عصبی از طریق شناسایی ارتباطات احساسی مثبت مکرر نسبت به پیغام های متقاعد کننده موثر در افزایش فروش محصول و تقویت نام تجاری؛ زوراویسکی (۲۰۱۱) به کاهش بودجه بازاریابی و تبلیغات و نهایتا اثرات اقتصادی و افزایش احتمال خرید توسط مصرف کنندگان از طریق بازاریابی عصب محور؛ برسیک و دیگران (۲۰۱۶) به نقش هیجانات و احساسات در فرآیند تصمیم گیری و رفتار مصرف کننده بنابر اصول عصب شناختی؛ گرینر و هابر (۲۰۱۶) به تاثیر بازاریابی عصبی بر بررسی فرآیند تصمیم گیری مصرف کننده جهت خرید و نجیب مقدم و اصغری (۱۳۹۴) به تاثیر مثبت بازاریابی عصبی بر دو متغیر برندینگ و نقشه ذهنی مشتریان اشاره نموده اند.

بنابراین با توجه به پیامدهای مثبت بازاریابی عصبی بر اساس مدل نهایی بازاریابی عصبی در ورزش، می توان اشاره نمود که بازاریابان و مدیران سازمان های تولیدی ورزشی از طریق بازاریابی عصبی می توانند اثربخشی تبلیغات را تعیین نمایند و در راستای بهبود برندها و نشان های تجاری اقدامات قابل توجهی با کمک درکی بهتر از مصرف کننده و طراحی محصولات مفیدتر انجام دهند (اکبری، ۱۳۹۲). امروزه حضور جدی رقبای مختلف و استفاده حجیم آنان از فناوری اطلاعات و ارتباطات و موقعیت رقابتی، شرکت ها و سازمان های ورزشی را در شرایط نامطلوبی قرار داده است. در این تحقیق مدل پارادایمی بازاریابی عصبی در ورزش ایران توسعه داده شد. مدلی که شامل شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدهاست و انتظار می رود که نتایج آن در راستای طراحی مدل، مورد کاربرد مدیران سازمان های ورزشی، روسای فدراسیون ها، مدیران و بازاریابان شرکت ها و تولید کنندگان کالاهای ورزشی و نیز مدیران اماکن و رویدادهای قرار گیرد. شناسایی عامل هایی که بر بازاریابی عصبی مؤثر هستند و همچنین طراحی مدل بازاریابی عصبی در ورزش و کشف عوامل اثرگذار، راهبردها و نتایج می تواند به مدیران و بازاریابان ورزشی کمک زیادی نماید تا با توجه به عدم کارایی مناسب روش های بازاریابی سنتی در تجزیه و تحلیل داده ها بتوانند برای سرآمدی سازمان و شرکت های ورزشی خویش برنامه های بازاریابی مناسبی از طریق شیوه های بازاریابی عصبی طراحی نمایند.

بدین ترتیب، بر اساس یافته های پژوهش حاضر توصیه می شود مدیران، صاحب نظران، بازاریابان و محققان در حوزه ورزش به نکات تحلیلی در مدل پیشنهادی بازاریابی عصبی در ورزش (شکل ۲) از طریق توسعه ابزار و متخصصان، توسعه منابع انسانی، توسعه فرهنگی، توسعه ساختاری، توسعه شیوه های مدیریتی، توسعه آموزشی، توسعه اطلاع رسانی و علمی، جهت کارایی و اثربخشی خدمات و محصولات و تبلیغات

موثر توجه نمایند. آنها با کمک بازاریابی عصبی و درک عملکرد اولیه مغز می توانند به یافته‌های دقیق‌تری در زمینه تولید و بهبود طراحی و کیفیت محصولات (کالا و خدمات) ورزشی و جذابیت آنها، ارتقای اثربخشی و موثر کردن تبلیغات تجاری، کاهش هزینه‌ها و بودجه بازاریابی، ایجاد و توسعه برند ورزشی و عملیاتی کردن آن برسند. از این رو، پیشنهاداتی نظیر الزامات توسعه شیوه‌های مدیریتی از طریق تغییر نگرش مدیران، ایجاد وحدت رویه در مدیریت بازاریابی سازمان‌های ورزشی، ترغیب پژوهشگران از سوی سازمان‌های متولی به انجام تحقیقات در زمینه بازاریابی عصبی در ورزش، به کارگیری مدیران متخصص و آگاه در سازمان‌های ورزشی، حمایت و پشتیبانی طرح‌های تحقیقاتی توسط مدیران؛ راهکارهای توسعه ساختاری بوسیله استفاده از تجربیات کشورهای موفق، تخصص منابع مالی کافی برای تحقیقات بازاریابی عصبی و ایجاد امکانات مناسب؛ توسعه ابزار و تجهیزات از طریق توسعه آزمایشگاه‌های بازاریابی عصبی، تهیه بسته‌های آزمایشگاهی برای سنجش و در دسترس قرار دادن ابزار مناسب به منظور انجام تحقیقات بیشتر در حوزه بازاریابی عصبی، توسعه منابع انسانی و متخصصان بوسیله استفاده از متخصصان بازاریابی عصبی در اقتصاد ورزشی، استفاده از نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده در زمینه بازاریابی عصبی در شرکت‌های ورزشی؛ الزامات توسعه فرهنگی از طریق اطمینان بخشی فعالیت‌های بازاریابی عصبی در ذهن مشتریان و ایجاد منشور اخلاقی برای بازاریابی عصبی در ورزش؛ راهکارهای توسعه آموزشی بوسیله آموزش مدیران سازمان‌های ورزشی، آموزش بازاریابان سازمان‌های ورزشی، برقراری ارتباط و تعامل با روانشناسان و متخصصان علوم اعصاب و استفاده از متخصصان حوزه بازاریابی عصبی در تحقیقات این حوزه در ورزش و همکاری جهت پیاده‌سازی برنامه‌های بازاریابی در سازمان‌ها، اماکن و تولیدکنندگان محصولات ورزشی اشاره نمود.

همچنین پیشنهاد می‌شود مدیران، تولیدکنندگان البسه، لوازم و تجهیزات ورزشی با کمک از روش نوین بازاریابی عصبی، هزینه‌های جبران ناپذیری که از روش‌های سنتی بازاریابی در صنعت ورزش به وجود می‌آمد را تا حد چشمگیری کاهش دهند. بازاریابان و تولیدکنندگان محصولات ورزشی از طریق بازاریابی عصبی نظام‌های مغزی درگیر در خرید را تجزیه و تحلیل کنند و تبلیغات ورزشی خود را به گونه‌ای طراحی کنند که بیشترین تأثیر را بر رفتار و ادراک از برند مصرف‌کنندگان محصولات ورزشی خود بگذارند و بتوانند از این طریق وفاداری مشتریان خود را به برند، حفظ و از طرفی باعث افزایش وفاداری مشتریان به برند شوند. مدیران و بازاریابان ورزشی با کمک فناوری مدل بازاریابی عصبی می‌توانند باعث ارتقای اثربخشی و اثربخشی تبلیغات تجاری ورزشی، کاهش هزینه‌ها و بودجه بازاریابی و تبلیغات سازمان‌های تولیدکننده، اماکن ورزشی، فروشگاه‌ها و نمایندگی‌های برند ورزشی شوند.

در پایان نیز پیشنهادات پژوهشی نظیر بررسی اثرات مستقیم تکنیک‌های بازاریابی عصبی بر آمیخته محصولات ورزشی به صورت تجربی و آزمایشگاهی؛ پیش‌بینی موفقیت تبلیغات در رفتار مصرف‌کننده ورزشی از طریق روش‌های بازاریابی عصبی و بررسی عوامل مدل پیشنهادی تحقیق حاضر به صورت مجزا در سازمان‌های ورزشی (سازمان لیگ رشته‌های مختلف ورزشی، باشگاه‌های حرفه‌ای، حامیان مالی، مدیران سازمان‌های تولیدی و خدماتی ورزشی) به محققان حوزه بازاریابی ورزشی ارائه می‌گردد.

منابع

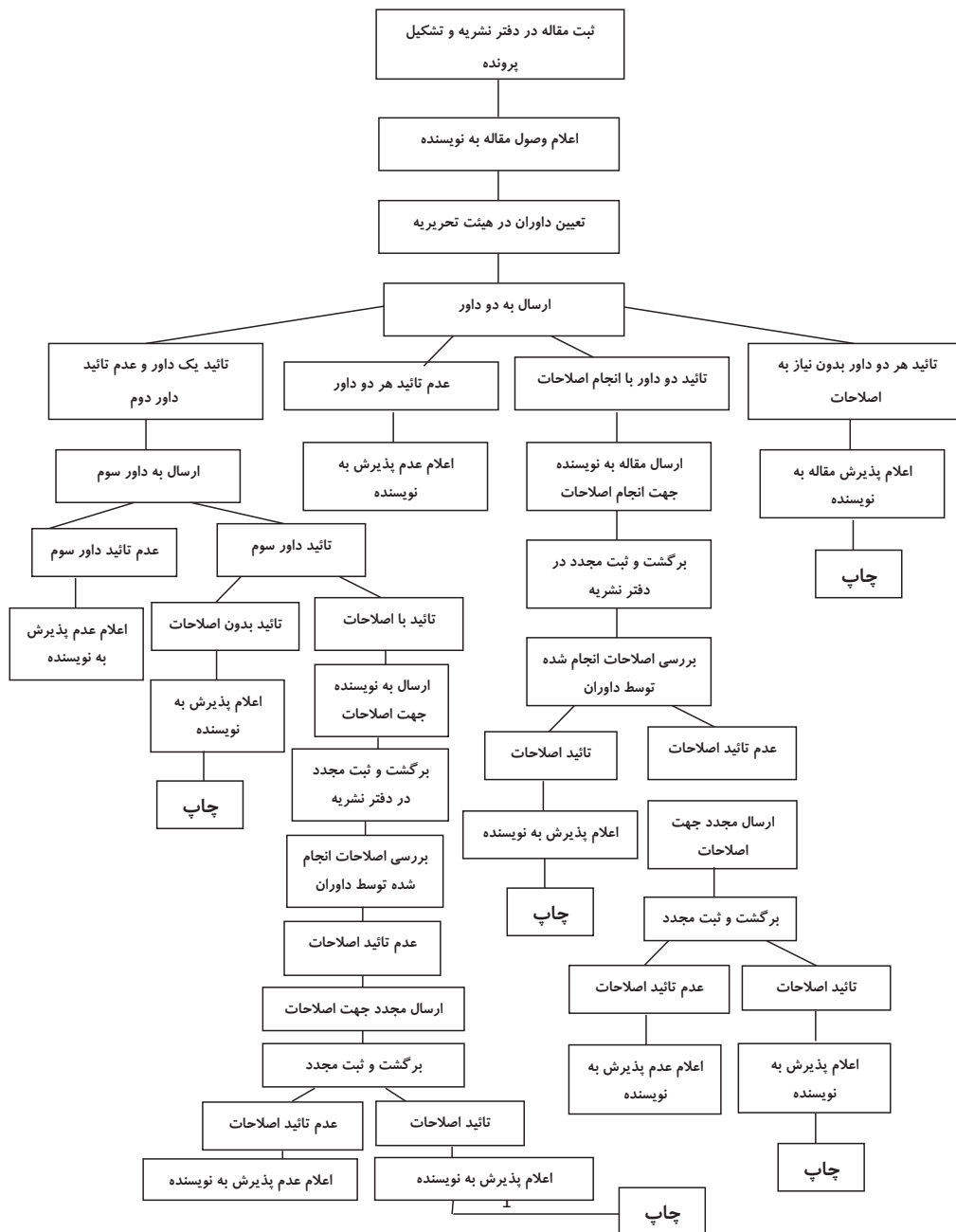
- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). راهنمای انجام تحقیقات کیفی. بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی
- افشار، پروین؛ حسینی، محمد حسین و قربابی، اعظم. (۱۳۹۴). «کاربرد نورومارکتینگ در بازاریابی ورزشی؛ رویکردی نوین در بازاریابی ورزشی در ایران (نورواسپریتینگ)». سومین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. دانشگاه جامع علمی و کاربردی استان مازندران.
- اکبری، مهسا. (۱۳۹۳). «مروری بر بازاریابی عصبی و کاربردهای آن». بررسی های بازرگانی. دوره خرداد و تیرماه، شماره ۶۵، صص ۱۱-۱.
- ایزدخواه، مهدی و یحیایی، سبحان. (۱۳۹۵). «تحلیل خودآگاه و ناخودآگاه رفتار کودکان مصرف کننده پویانمایی با استفاده از بازاریابی عصبی». مطالعات رسانه های نوین. دوره ۲، شماره ۵، صص ۱۳۵-۱۰۲.
- بخشی زاده، کبری؛ سماک نژاد، نگار و داورزنی، ناصر. (۱۳۹۳). «رویکردهای نوین بازاریابی عصبی در تحقیقات بازار». کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی. دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- بقوسیان، ژان. (۱۳۹۳). بازاریابی عصبی: ۲۱ روش جدید برای ترغیب مشتری به خرید. تهران: انتشارات برقی
- جعفری، محمدرضا. (۱۳۹۴). «نگاهی تحلیلی بر بازاریابی عصبی به عنوان طراحی استراتژی در کسب و کار نوین». سومین همایش علوم مدیریت نوین استان گلستان. گرگان.
- بهرامی، شهاب و نقشبندی، سید صلاح الدین. (۱۳۹۶). بازاریابی عصبی در ورزش. آمل: انتشارات شمال پایدار
- جمشیدیان، لیلا و مظفری، سید امیراحمد. (۱۳۸۹). «مقایسه وضعیت موجود و مطلوب بازاریابی ورزشی در ایران». پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۹، صص ۱۳-۲۶.
- دانش ثانی، کاظم؛ صفانیا، علی محمد و پورسلطانی، حسین. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر بازاریابی عصبی در ورزش بر اساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی». شفای خاتم. دوره پنجم، شماره ۳، صص ۳۵-۴۳.
- دانش ثانی، کاظم؛ صفانیا، علی محمد و پورسلطانی، حسین. (۱۳۹۷). «استاندارد سازی پرسشنامه بازاریابی عصبی در ورزش». نشریه مدیریت ورزشی. سال دهم، شماره ۴، صص ۶۱۳-۶۲۶.
- درگی، پرویز. (۱۳۹۳). نورومارکتینگ؛ نظریه و کاربرد. چاپ دوم، تهران: انتشارات بازاریابی
- دهقانپوری، حوریه؛ عبدوی، فاطمه و اسکندر نژاد، مهتا. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر تبلیغات برند ورزشی بر تغییرات الکتروآنسفالوگرافیک مشتریان در بازاریابی عصبی». نشریه مدیریت ورزشی. دوره ۸، شماره ۳، صص ۳۸۹-۴۰۵.
- سلیمی، مهدی؛ سلطان حسینی، محمد و نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۹۴). «ارزیابی موانع توسعه ی بازاریابی ورزشی در ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۷، شماره ۲۹، صص ۳۶-۱۳.
- شکیب، بهناز و رحمتی، نوشین. (۱۳۹۶). «نورومارکتینگ: نقش بازاریابی عصبی در تصمیم گیری مشتری و روند بازاریابی نوین». کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه. موسسه آموزش عالی شاندیز.
- نجیب مقدم، سعید و اصغری آق قلعه. (۱۳۹۴). «ارائه مدل مفهومی ارتباط نورومارکتینگ و برندینگ با سود: بررسی ارتباط بازاریابی عصبی و اشتیاق به برند با سود به وسیله ترسیم نقشه ذهنی مشتریان با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری». کنفرانس ملی آینده پژوهی علوم انسانی و توسعه. شیراز.
- Amanda S. Bruce, Jared M. Bruce, William R. Black, Rebecca J. Lepping, Janice M. Henry, Joseph Bradley C. Cherry, Laura E. Martin, Vlad B. Papa, Ann M. Davis, William M. Brooks, Cary R. Savage. (2014). "Branding and a child's brain: an fMRI

- study of neural responses to logos**". Social Cognitive and Affective Neuroscience, Volume 9, Issue 1: 118–122.
- Arlauskaitė, E. (2013). **"Ethical issues in neuromarketing"**. Msc thesis, Lund University, School of Economics and Brand Management Program.
 - Babu, S. Samuel, Vidyasagar, Thalluri Prasanth. (2012). **"Neuromarketing: Is Campbell in Soup?"** IUP Journal of Marketing Management, Hyderabad Vol. 11, Issue 2 : 76-100.
 - Bakardjieva, E., Allan JK. (2017). **"Neuromarketing research practices: attitudes, ethics, and behavioral intentions"**. Ethics & Behavior. 27(3): 179-200.
 - Baldo, D., Parikh, H., Piu, Y., & Müller, K. M. (2015). **"Brain waves predict success of new fashion products: A practical application for the footwear retailing industry"**. Journal of Creating Value, 1(1): 61-71.
 - Bercea, Monica Diana. (2012). **"Anatomy of methodologies for measuring consumer behavior in neuromarketing research"**. Conference: LCBR European Marketing Conference, At Munich.
 - Berčík, J., Horská, E., Wang, R. W. Y., & Chen, Y. C. (2016). **"The impact of parameters of store illumination on food shopper response"**. Appetite, doi: 10.1016/j.appet.
 - Boksem MAS, Smidts, A. (2015). **"Brain responses to movietrailers predict individual preferences for movies and their population-wide commercial success"**. Journal of Marketing Research, 52(4): 482–92.
 - Burgos Campero, A., & Vargas-Hernandez, J. G. (2013). **"Analitical approach to neuromarketing as a business strategy"**. Procedia Social and Behavioral Sciences, 99: 517–525.
 - Dagher A., Yoon C., Gonzalez R., Bechara A., Berns G., Dube L. (2012). **"Decision neuroscience and consumer decision marking"**. Market Lett, 23: 473-85.
 - Daugherty, T., Hoffman, E., & Kennedy, K (2015). **"Research in reverse: Ad testing using an inductive consumer neuroscience approach"**. Journal of Business Research, Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.12.005>.
 - De Oliveira, Caldeira. (2014). **"Neuromarketing and sustainability: challenges and opportunities for Latin America"**. Latin American J. Management for Sustainable Development, Vol. 1, No. 1. DOI: 10.1504/LAJMSD. 059779.
 - Eser, Z., Isin, F. B., & Tolon, M (2011). **"Perceptions of marketing academics, neurologists, and marketing professionals about Neuromarketing"**. Journal of Marketing Management, 27: 854-868.
 - Ercan, Ö, Kabakçı, A. (2019). **"Subliminal Advertising Applications in Sport: Neuromarketing"**. International Journal of Sport Culture and Science, 7 (1): 41-50.

- Ferro, S. (2013). **“Why Neuromarketing Is a Neuroscam”**. from <http://www.popsoci.com/science/article/2013-07/why-neuromarketing-neuroscam>.
- Fugate D.L. (2007). **“Marketing services mor effectively with neuromarketing research: a look into the future”**. Journal of Services Marketing, 22/2: 170-173.
- Genco S.J., Pohlmann A.P., Steidl P. (2013). **Neuromarketingybfor dummies**. 1st ed. John Wiley and Sons Canada Ltd.
- Grabner D.B., Huber M. (2016). **“The effect of Neuromarketing elements at the pos on the consumer’s decision-making process in the retail sector”**. Journal of Business and Economics, 7(2): 276-83.
- Hamelin, N., El Moujahid, O., & Thaichon, P. (2015). **“Emotion and advertising effectiveness: A novel facial expression analysis approach”**. Journal of Retailing and Consumer Services, 36: 103–111.
- Karmarkar Uma R., Plassmann, Hilke. (2017). **“Consumer Neuroscience: Past, Present, and Future. Organizational Research Methods”**. sagepub.com/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1094428117730598.
- Karmarkar U.R., Shiv B., Knutson B. (2015). **“Cost conscious? the neural and behavioral impact of price primacy on decision-making”**. Journal of Marketing Research.56(4): 467–81.
- Khushaba, R.N., Wise, C., Kodagoda, S., Louviere, J., Kahn, B.E., & Townsend, C (2013). **“Consumer neuroscience: Assessing the brain response to marketing stimuli using electroencephalogram (EEG) and eye tracking”**. Expert Systems with Applications, 40: 3803–3812.
- Kleinova, K, Paluchova, J, Bercik, J, & Horska, E. (2015). **“Visual Merchandising and Its Marketing Components in the Chosen Restaurants in Slovakia”**. Procedia Economics and Finance, 34: 3–10.
- Koc, E., & Boz, H. (2018). **The role of psychophysiological and neuromarketing research**. In Cape Town (Ed)., Case studies in the traditional food sector.
- Lai, C. F., Lai, Y. H., Hwang, R. H., & Huang, T. C. (2018). **Physiological signals anticipatory computing for individual emotional state and creativity thinking**. Computers in Human Behavior.
- Lee, N. Broderick, A., & chamberlain, L. (2007). **“What isneuro marketing? Adis-cussion and agenda for fu ture reseanch”**. International Jornal psy chology, vol. 63: 199-204.
- Lima Cruz CM, Medeiros JF, Hermes LC, Marcon A, Marcon E. (2016). **“Neuromar-keting and the advances in the consumer behavior studies: a systematic review of the literature”**. Int. J. Business and Globalisation. 17 (3): 145-53.

- Madan, R.C. (2010). **“Neuromarketing: The Next step in market Research?”** *Eureka*, 1: 1-2.
- Meckl-Sloan, Cynthia. (2015). **“Neuroeconomics and Neuromarketing”**. *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*, Vol 6(2):133-136.
- Nick Lee. Laura, Chamberlain. (2017). **“The Neuromarketing Literature Through the Eyes of A Newcomer Correspondence”**. *EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING*, DOI: 10.1108/EJM.
- O’Connell B., Walden S., Pohlmann A. (2011). **“Marketing and NeuroscienceWhat Drives Customer Decisions?”** American Marketing Association’s.
- Pitney, A., & Parker, J. (2009). **“Qualitative research in physical activity and the health professions”**. Canada: Human Kinetics: 56.
- Raphael, G., Berka, C., Kintz, N., Tan, V., Behneman, A., & Johnson, R. (2010). **“Interactive Neuro-Educational Technologies (I-NET): Enhanced Training of Threat Detection for Airport Luggage Screeners”**. Paper presented at the Institute of Electrical and Electronics Engineers, Boston, MA.
- Renvoise P., Morin C. (2007). **Neuromarketing: understanding the buy buttons in your customer’s brain**. Thomas Nelson Inc. 12: 51-6.
- Stanton Steven J, Sinnott-Armstrong Walter, Huettel, S. (2016). **“Neuromarketing: Ethical Implications of its Use and Potential Misuse”**. *Journal of Business Ethics* 144(4) · DOI: 10.1007/s10551-016-3059-0.
- Suomala, J., Palokangas, L., Leminen, S., Westerlund, M., Heinonen, J., & Numminen, J. (2018). **“Neuromarketing: understand customers’ subconscious responses to marketing”**. *Technology Innovation Management Review*. December 2012: 12-21
- Venkatraman V., Dimoka A., Pavlou P.A., Hampton W., Bollinger B., Hershfield H.E. (2015). **“Predicting advertising success beyond traditional measures: new insights from neurophysiological methods and market response modeling”**. *Journal of Marketing Research*. 52(4): 436-52.
- Vlasceanu S. (2014). **“Neuromarketing and evaluation of cognitive and emotional responses of consumers to marketing stimuli”**. *Procedia Soc Behav Sci*, 127: 753-757.
- Walvis, T. H. (2007). **“Three laws of branding: Neuroscientific foundations of effective brand building”**. *Brand Management*, 176-194.
- Zurawicki, Leon. (2011). **“Neuromarketing: exploring the brain of the consumer”**. *International Journal of Market Research*, 53(2): 289. DOI: 10.2501/IJMR-53-1-289-290.

فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



Designing Neuromarketing Model in Sport of Iran

Masoumeh Sadat Mannani

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Seyyed Mohammad Hossein Razavi

Ph.D., Full Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Seyyed Emad Hosseini

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

25

Received: 19 Aug. 2018

Accepted: 27 Oct. 2018

The study is to design neuromarketing model in sport of Iran. This study is applied based on research entity; qualitative based on methodology; inductive based on research approach; interpretive based on paradigm, grounded theory based on research strategy, and data collection, including the study of theoretical foundations and interview. Twenty-one semi-structured interviews were conducted until saturation was reached. Acceptability, transfer and approval were used to assess validity and retest method (91/11%) was used to assess reliability. The data analysis was through three coding levels including open coding, axial coding and selective coding.

The results showed that 362 final codes were re-extracted and in the axial coding stage, 67 codes in six sub-categories including adherence to new marketing methods, unconscious cognition, customer relationship management, use of various sciences in the market, productivity in production and improvement of business operations in casual conditions. In axial coding, there were 47 codes including six subcomponents; 41 codes including six subcomponents in limiting conditions; 27 codes including six subcomponents in facilitating conditions; 77 codes including eight subcomponents strategy conditions, and 103 outcome codes in ten. The designed model is expected to be used by managers of sports organizations, heads of federations, managers of sports venues and events, managers and marketers of manufacturers of sports products.

Key Words: Neuromarketing, Grounded Theory, Sport and Model

Comparison the Safety and Standard of Archery Facilities in the City of Tehran with International Standards

Mohammad Sadegh Kaboodani

Master Degree in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Asghar Doroudian

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Shiva Azad Fada

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 27 Apr. 2019

Accepted: 18 Jun. 2019

Shooting with an Iranian national and religious sport bat, with an ancient history, is a requirement for this sport to be safe and observant. The study is to compare the safety and standard of shooting places of archery in Tehran with international standards. This descriptive study is applicable. The statistical population was all shooting places of archery in Tehran. Due to the small size of the statistical population, 16 samples were examined in total. The evaluation was carried out by a researcher-made checklist, prepared in accordance with the rules and standards of the relevant international federation. In this checklist, 27 indicators were evaluated. The validity of the checklist was confirmed by the professors and its reliability was above 0/9. Data collection lasted one month, which was suitable for this study. Data analysis was done by SPSS software and Friedman test. The theoretical mean of this research was evaluated by 3 and 27 indicators of identification.

The results of this study showed that among these 27 indicators, 19 are below the theoretical average and in a weak or very weak position, and 8 indicators are above the theoretical average and in a good or very good position. Also, sports venues in shooting places of Tehran is in a poor condition and far from the World Archery and JBRC Governorates. It is hoped that the checklist will be used to evaluate and standardize the sports venues of this field.

Key Words: Sports Facilities, Safety and Archery

A Succession Model at the Ministry of Sport and Youth from a Competency-Based Approach

Seyyed Ahmad Hashemi

Ph.D. Student in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Kourosh Ghahraman Tabrizi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran

Esmail Sharifian

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran

Received: 30 Dec. 2019

Accepted: 4 May 2020

The importance and position of qualified human resources in organizational development has made clear the need of addressing the issue of surrogacy. Therefore, the study is to design a surrogacy model in the Ministry of Sport and Youth with a competency-based approach. The purpose of this study is practical and it was done through the mixed method. The statistical population in the qualitative section was consisted of senior managers of human resources of the Ministry of Sport and Youth and the experts in this field ($n = 15$) who were selected by purposeful snowball method. In the quantitative section, the statistical population included all ministry staff ($N = 876$) and the sample ($n = 331$) was selected randomly using Morgan table. In this section, while using a researcher-made surrogacy questionnaire, Griffin's (1994) competency questionnaire was used.

The results of qualitative research indicated the identification of 27 items in 4 components of independence, empowerment, context and talent management and in the quantitative part, the results of the research presented the alternative structural equation modeling. It seems the Ministry of Youth and Sports to be able to cultivate suitable successors for the future of its organization using the above model.

Key Words: Succession, Competency, Manpower, Empowerment of Surrogacy Model and Ministry of Sport and Youth

Strategies for Infrastructure of Green Sports Facilities

Samaneh Kaboodani

Master Degree Student in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Shiva Azad Fada

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Hossein Zareian

Ph.D., Assistant Professor, Department of Sport Management, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran

Received: 23 Dec. 2018

Accepted: 16 Feb. 2019

Designing green sports facilities is a unique measure to protect the environment. The study is to identify developing strategies for green sports facilities and their infrastructure.

Considering the exploratory nature of the subject, the method of qualitative research and the strategy of the classical grounded theory were used. The sampling method was purposive. After collecting data from 15 in-depth and semi-structured interviews with experts and knowledgeable people, theoretical saturation was obtained. Data analysis was performed by open, axial and selective three-step coding methods of Strauss and Corbin with MaxQda 10 software.

The results showed a total of 84 open codes, 41 of which were related to strategies affecting the infrastructure of green sports venues with 9 categories and in selective coding, two theories were presented. Seven main strategies for development of green sports venues were identified: culture building strategies; specialized rules and regulations laws in design, construction and operation; management strategies; financial strategies; incentive and supportive strategies; punitive strategies and training strategies for professionals.

Therefore, It is suggested that in order to protect the environment and commitment to social responsibility, the use of appropriate strategies from the point of view of experts for the development of green sports venues should be given special attention.

Key Words: Green Sports Facilities, Infrastructure, Development Strategies and Grounded Theory

Effective Factors on Organizational Innovation in the Ministry of Sports and Youth

Farideh Izadi Shahnani

Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Javad Shahlaei Bagheri

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Habib Honari

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 17 Nov. 2018

Accepted: 16 Mar. 2019

The study is to evaluate the factors affecting organizational innovation in the Ministry of Sports and Youth in the current situation and desirable situation. The research is of applied-development one in the descriptive category of researches. The statistical community consists of 58 senior managers (managers of the Ministry of Sports and Youth, their deputies and provincial administrators of the Sports Youth Department) all of whom were selected as the whole sample. 50 people responded to the questionnaire and a sample of 50 people was considered. The research tool was Abbas Khamseh's questionnaire (1392) about the innovation evaluation, which in total had a reliability coefficient of 0/99% with Cronbach's alpha and its validity was confirmed by the judgment of 6 professors. The status of each of the factors was investigated by the use of dependent test. The result of the significant difference between the effective factors (organizational structure, organizational innovation management, organizational strategy and goals, education, organizational culture, employees, teamwork, rules, stakeholders, organizational capability and innovation system) on organizational innovation, based on the existing and desired status between senior managers of the Ministry of Sports and Youth shows a significant level of $P=0/0001$. Among the evaluated components, organizational culture and teamwork are in a lower position than other components.

Key Words: Innovation, Influence Factors, Organizational Innovation and Ministry of Sports and Youth

Testing the Model of Job Characteristics and Work-Leisure Conflicts with Physical Activity Attitudes in Staff of Ministry of Sport and Youth

Mohammad Mirza Karimi

Ph.D. Student in Sport Management, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Esmacili Shazandi

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Zahra Haji Anzehaei

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 18 Apr. 2020

Accepted: 20 Jul. 2020

The study is to test the model of job characteristics and work-leisure conflicts with physical activity leisure time attitudes in staff of Youth and Sport Ministry. The study was a descriptive study of structural equation modeling and is considered as an applied research in terms of purpose. The statistical population was consisted of the staff of Ministry of Sports and Youth (890 people). The minimum statistical sample was selected based on Cochran's formula of 268 people using simple random sampling method. In this study, the standard questionnaires of work-leisure conflicts with leisure time, job strain, segmentation culture and leisure behavioral attitude were used.

The results of structural equation modeling showed that work stress and fatigue-based conflict are of no significant effect on attitudes toward leisure with an emphasis on physical activity. However, the effect of segmentation culture on leisure attitude with significant emphasis on positive physical activity and time-based conflict on leisure attitude with emphasis on negative physical activity was significant. In order to improve the attitude towards leisure time, it is suggested that the managers of the Ministry of Sports and Youth to emphasize on physical activity among the employees and hold sports and entertainment programs during the week and in various sports as conferences and family events.

Key Words: Job Characteristics, Work-Leisure Conflicts, Leisure Time Attitudes, Physical Activity and Ministry of Sport and Youth

Framework of Management of Sport Club in Iran

Shahram Chaleshtari Mokari

Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abolfazl Farahani

Ph.D., Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran

Abbass Khodayari

Ph. D., Associate Professor, Department of Physical Education, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Ali Mohammad Safania

Ph.D., Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 4 Feb. 2020

Accepted: 13 Jul. 2020

This study is to design a model of a comprehensive system of club football in Iran. Accordingly, this research has been done through qualitative method and using data theory. Purposive sampling was performed with 25 sport management professors, experts and athletes and theoretical saturation. The data analysis of the interviews was coded in accordance with the research strategy in three stages. NVIVO software was used in coding.

The results showed that the proposed model and model of research in the framework of the football club system in the country, consisting of 14 core categories of destructive defects, attention to infrastructure, leadership, privatization, human resources development, legal and regulatory aspects, tax system, club ownership, understanding of the environment, education, ethics and culture, sponsorship, television broadcasting and stock exchange have been achieved through a combination of approximately 77 basic concepts.

Accordingly, a comprehensive system of club football in football as a core issue based on causal management, financial, environmental and legal conditions and through club ownership and management strategies, formulation and monitoring system, club business registration, management Media, marketing and recruiting of skilled and specialized human resources is achieved through the privatization of clubs and realizing financial consequences such as increased income and employment, sense of belonging to the club, consolidation of management plans, limiting political interference and raising professional standards.

Key Words: Club, Football, Privatization, Financial System and Television Broadcasting

Factors Influencing Talent Development in Iranian Volleyball (A Qualitative Approach)

Nasrin Haghshenas

Ph.D. Student in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

Mohammad Hami

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

Vahid Shojaee

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

Mohammad Sanaei

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran

Received: 26 Jul. 2020

Accepted: 3 Oct. 2020

The talent identification program is to identify and develop talented athletes to reach the highest level of sport in the world. The study is to identify the factors affecting the development of talent in Iranian volleyball. This research was qualitative and exploratory in nature, which is considered as an applied research. The population was all volleyball experts including the coaches of the national volleyball teams of Iran, senior managers and directors of the Talent Search Committee of the Ministry of Sports and Youth and the Volleyball Federation, and the members of the faculty of sports management. The sampling method was purposive and snowballing, which was followed by 17 in-depth interviews. The responses were analyzed using the MAXQDA software version 18. From the analysis of the interviews, 15 factors were identified that they were national stars and heroes, training principles and design, education, inter-organizational communication in government institutions, human resource activities, motivational factors, intellectual and psychological factors, anthropometric characteristics, academies, volleyball federation, Higher education, legal factors, family support, value and attitude factors, facilities and equipment. Among these dimensions, the Volleyball Federation factor, academies, anthropometric characteristics, education and training principles and design played the most important role in talent development.

In general, the results showed that various factors affect the development of talent management in volleyball in the country. So, it is suggested that research findings be at the forefront of talent search activities in volleyball-affiliated organizations, especially the country's volleyball federation and its affiliates. In addition, research results play a significant role in completing the theoretical foundations of sports management.

Key Words: Talent, Development, Volleyball Federation and Human Resources

An Entrepreneurial Capacity Model in Iran's Sports Industry with a Combination of Design Approaches

Nasrin Afshari Pour

Ph.D. Student in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Mina Hakak Zadeh

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Mohammad Ebrahim Razaghi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Received: 21 Jan. 2020

Accepted: 29 Apr. 2020

Entrepreneurship and the use of entrepreneurial capacities meet the economic needs by creating thousands of new businesses. The study is to develop an entrepreneurial capacity model in the Iranian sports industry with a combined design approach. The research method was a two-step exploratory combination of instrument making. The qualitative research method, qualitative case study, and potential participants included 14 professors. The sampling approach was targeted and the sampling method was key. The research tool was a semi-structured interview. In the quantitative part, the research method was descriptive-survey. The statistical population was included all managers of Kerman province (200 people). The instrument used in the quantitative section was the researcher-made scale based on the qualitative data foundation network. For the study of formal validity, the opinions of ten professors of sports management were used and for the content validity of the questionnaire questions, the carcass model was used ($cvr = 0/81$) and the content validity was confirmed. Convergent validity, hybrid reliability, and Cronbach's alpha were also confirmed. Descriptive statistics and structural equation modeling were used to analyze the suitability of the research model. The results showed that the T value of causal conditions were of meaningful effect on entrepreneurial capacity of 0/64, contextual conditions on strategies 0/47, intervening conditions on strategies 0/40, entrepreneurial capacity on strategies 0/56 and strategies on the effects of 0/71. Therefore, it is suggested that new businesses be set up by creating the necessary platform for training sports entrepreneurs and providing low-interest loans and long-term repayments.

KeyWords: Capacity, Entrepreneurship, Data Base and Combined Designs

Factors Affecting the Environmentally Sustainable Development of Sport Events in Iran: A Thematic Analysis

Yaghub Badri Azarin

Ph.D., Full Professor in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Shabnam Sedghi

Ph.D. Student in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Mohammad Rasoul Khodadadi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Reza Shajie

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran

Received: 26 Nov. 2018

Accepted: 20 Jan. 2019

The research is to identify the factors affecting the sustainable development of sport events in Iran using thematic analysis. So, a qualitative research among the research community that included key players in sport and the environment was formed through Purposeful sampling and a deep interview was conducted with 18 experts from the country's sports and environmental management. Based on the research method, a collection of initial codes and concepts was extracted. Then, through thematic analysis of these codes and concepts, the causal, subjective and interventive final themes and categories were formed. The findings were divided into three categories of causative factors including environmental authenticity and existing environmental status, the requirements and interaction of sport and the environment and the nature of the development of sports events. The underlying factors included the green infrastructure and the host environment, the requirements and system of the environmental system of sport, the governing body, the share of sport in the development of the country, the cultural and organizational attachment, the management plan and Finally, interventional factors include the nature of the event and the environment, environmental and financial factors, internal and external resources, monitoring, law enforcement and lobbying, and the structure of the country's sports industry. By examining the results and benefiting from identified factors, we can take more effective steps through strategic planning and implementation of appropriate strategies for sustainable environmental development of sport events and ultimately for sustainable development of the country's sports industry.

Key Words: Sustainable Development, Sports Event, Environment and Thematic Analysis

A Model of the Position of Women in Sports to Improve Development Indicators in Iran

Fatemeh Ajorlou

Ph.D. Student in Sport Sociology, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Bahram Ghadimi

Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Reza Mohammad Kazemi

Ph.D., Assistant Professor in Physical Education Planning and Management, University of Tehran, Tehran, Iran

Shiva Azad Fada

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 9 Dec. 2019

Accepted: 9 Feb. 2020

The study is to design a model of the position of women in sports to improve development indicators in Iran. The research method is qualitative and exploratory. Statistical population included university professors, experts and experts. Degrees and academic work related to the subject, having managerial positions and executive experience in the field of sports management and experts in the field of women sports were among the indicators to select the top list of experts. The sampling method was non-probability sampling with purposeful selection with maximum diversity or heterogeneity. The sample size in this study was 16 persons based on theoretical saturation index. The interviewing tool was open-ended and analyzed based on three open, axial and selective coding steps using Maxqda version 12 software.

Based on the data analysis, 89 primary concepts, 13 main categories and 3 core concepts were identified. Then three theoretical theories based on the paradigm model of the triaxial model for designing a model of the position of women's sport in improving the development indicators in Iran were presented.

Therefore, it can be deduced that designing a model of women's sport status does not succeed in improving development indicators in Iran, but is a purposeful process that is rooted in many features and modes.

key Words: Women's Exercise, Improvement of Indicators and Development

A Strategic Model for the Development of Iranian Championship Sports Bases

Ali Jamali Ghara Khanlou

Ph.D. Student in Sport Management, Urumiah University, Urumiah, Iran

Seyyed Mohammad Kashef

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Urumiah University, Urumiah, Iran

Fatemeh Abdavi

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Tabriz University, Tabriz, Iran

Received: 13 Jun. 2020

Accepted: 14 Sep. 2020

14

The study is to develop a strategic model for the development of Iranian championship sports bases. The statistical population of the research consisted of managers and experts of 31 Championship Sport Bases in the country, physical education professors and sport experts about 154 persons. 20 elite sport experts were chosen to qualitative samples purposefully and 134 persons to quantitative sample by counting method. The data collecting method was combined. The Delphi technique was used to identify the SWOT Championship Sport Bases at first. Then self-made questionnaires likert 5-point range was designed. Its face validity was confirmed by 5 professors of sports management. The validity of the content was evaluated by the method of relative content validity coefficient (CVR) and its construct validity was studied using confirmatory factor analysis. The reliability of the questionnaires was obtained through Cronbach's alpha test of 0/88. While using descriptive statistics, in inferential statistics section, SWOT analysis was used to determine the status of centers and one-sample T-test was used to analyze the data. The Friedman test method was used to rank the factors of the strategic plan and the Analytical Hierarchy Process was used to prioritize the strategies (with AHP MASTER and SPSS softwares).

Findings showed that according to the identification of environmental factors and strategic analysis of SWOT, the country's championship sports bases are located in the ST strategy position and it would be used a diversity and competitive strategy in its development. Therefore, formulating and implementing a strategic plan, implementing a comprehensive talent identification system, empowering the private sector and equipping and standardizing the bases are the most important strategies proposed in this study.

Key Words: Strategic Model, Championship Sport Bases and Analytical Hierarchy Process

A Qualitative Model for Self-Efficacy of Top Sports Managers

Davood Azizi

Department of Management, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran

Parvaneh Gelard

Ph.D., Associate professor, Public Management Department, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mehdi Salimi

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Received: 12 Jul. 2020

Accepted: 26 Jul. 2020

The study is to present a qualitative model for self-efficacy of top sports managers. This study was a qualitative one which was conducted using Grounded Theory with the approach of Charmaz. The statistical population was composed of experts aware of the field of research who were sampled purposefully and by snowball method. In this study, the data reached the stage of theoretical saturation after conducting 13 interviews. The data were analyzed at three stages: open, axial and selective coding using MAXQDA software. After discovering the open codes at the first stage, 14 axial codes were provided and entitled as organizational factors, organizational performance, thinking style, job solution, trust, persuasion, individual performance, professional development, emotional intelligence, learning, group performance, experiences, and collective and individual self-efficacy.

Based on the combination of the layers extracted from the theoretical coding stage (components of self-efficacy, effective factors (circumstances) and desired outcomes), the research theory and final model were created. According to the research results, studying and strengthening the components affecting self-efficacy can affect the self-efficacy of sports managers at the individual and collective level and ultimately lead to performance improvement at different levels in the organization.

Key Words: Self-Efficacy, Sports Managers, Sports Organizations and Grounded Theory

A Model of Factors Affecting the Behavioral Intentions of Premier League Football Fans Using Grounded Theory

Ahmad Esmaeili

Ph.D. Student in Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran

Nasrollah Mohammadi

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran

Farshad Emami

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran

Received: 13 Jun. 2020

Accepted: 31 Oct. 2020

This research is to develop a model of factors affecting the behavioral intentions of Premier League Football fans. So, this research has been done through qualitative method and using the Grounded Theory. Targeted sampling was performed with 20 sports management professors, marketing experts and athletes and to the extent of theoretical saturation. The analysis of the data from the interviews was coded in three stages in accordance with the research strategy. Content analysis, coding, and Delphi technique were used to analyze the data. The results showed that the proposed model and model of research on the factors affecting the behavioral intentions of Premier League Football fans consists of 38 pivotal categories, which is a combination of about 218 basic concepts. Using the Delphi technique, the indicators were screened and 34 indicators were obtained.

Accordingly, the behavioral intentions of fans in football as a central category were based on the 5 causal conditions of fan communication management, support conditions, club conditions, stadium conditions and security factors and through management strategies, fans' currency, periodic and continuous fan support, adaptation of watches and training with fan demands

Key Words: Behavioral Intention, Sports Fans, Premier League, Football and Security Factors

A productivity Model of Specialized Sports Programs for Women in Iranian Sports Channel with the Data Theory Approach of the Foundation

Azadeh Naseryan

Ph.D. Student in Sport Management, Sport Management Department, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Seyyed Hamid Sadjadi Hezaveh

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Ali Zarei

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Zinat Nikaeen

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 7 Jul. 2020

Accepted: 18 Oct. 2020

The study is to present the productivity model of specialized women's sports programs in the Iranian sports channel with the data theory approach of the foundation. The method of the study was qualitative and exploratory. The statistical population was a group of media professionals with academic teaching experience or activists in the field of sports and media, sports promotion specialists in the media and familiar with it, sports experts and officials, sports programmers, policy makers and sports consultants of the Seda. The sampling method was non-probabilistic sampling, with purposeful selection and with maximum variety or heterogeneity. The sample size in this study was 16 people. The interview measurement tool was open and was analyzed based on three stages of open, axial and selective coding.

Based on the data analysis, 114 basic concepts (open source), 25 core code and 5 selective code were identified. Finally, it can be said that the proposed model, which has been developed according to the opinion of experts and experts can have positive effects on the productivity of women's sports programs.

Key Words: Productivity, Specialized Sports Programs for Women, Sports Channel and Foundation Data Theory

Social Construction of the Reality of the Decision to Marry among the Youth of Tehran

Ahmad Ghiasvand

Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Ali Janadeleh

Ph.D., Assistant Professor, Department of Women's Studies, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Seyyed Mehdi Asghari

Master Degree in Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 11 Jan. 2021

Accepted: 2 Feb. 2021

The institution of the family is the cornerstone of a society and the decision to marry is one of the most crucial decisions that a person faces in life. The study is to investigate the social construction of the reality of the decision to marry and how girls and boys in Tehran decide to get married, what are the causal, contextual and structural conditions influencing the decision, what strategies are used, and what are the consequences of this decision. This research is a qualitative study with grounded theory method. The statistical population was married men and women living in Tehran in 1399 who were purposefully selected. Data collection was done through semi-structured interviews. The findings suggested that the romantic experience and decision to marry is not merely an individual matter but affected by the social reality. The "challenge of the politics of confrontation on the playground" has been chosen as a central phenomenon because in that arena, structures challenge individual's agency and influence their decisions, although actors are not considered as puppets. Girls face more restrictions on the playground than boys, however, compared to the past, they have more power of choice.

Key Words: Family, Social Construction of Reality, Decision to Marry, Challenge of the Politics of Confrontation on the Playground and Big Duality

NGOs, Social Capital and Tolerance (Case Study: Active NGOs in Shiraz)

Ali Arabi

Ph.D., Assistant professor, Department of Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Farank Dalvand

Master Degree Student in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran

Received: 14 Aug. 2019

Accepted: 5 Feb. 2020

9

Transition to organic communities is an inevitable necessity for contemporary societies. NGOs have been considered as facilitators of this transition in theoretical models of democracy. In this study, in connection with these theoretical models, from a problematic approach, the relationship between social capital and tolerance is investigated.

The statistical population included all non-governmental organizations registered in the General Directorate of Sports and Youth of Shiraz. The data required for this research have been collected using social survey method and questionnaire tools.

The results of data analysis clearly showed that the amount of social capital and tolerance in all dimensions are lower than the theoretical average. Also, the relationship between social capital and tolerance was not statistically confirmed. These findings remind the social policymakers and the scientific, cultural and political community of the need for qualitative research in connection with the exploratory explanation or description of such findings.

Key Words: Tolerance, Social Capital, Youth, NGO and Social Trust

Differences between the Three Generations of the Islamic Revolution Regarding Social, Economic and Political Values

Esfandiar Azadeh

Ph.D. Student in Sociology, Dehaghan branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran

Mehrdad Navabakhsh

Ph.D., Full Professor, Department of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mansour Haghighatian

Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran

Received: 29 Nov. 2020

Accepted: 16 Jan. 2021

The new society is constantly changing and rapid changes are a feature of this society. These changes highlight the need for policy change and updating. Since the social and cultural context is changing rapidly in the new era, it is necessary for cultural and social policies to have the necessary adaptability to these changes. Therefore, the study is to investigate the differences between the three generations of the Islamic Revolution regarding social, economic and political values. The study is an applied research in terms of purpose, and is descriptive-survey in terms of method. After setting the goals and questions of the research, a questionnaire consisting of 61 questions was prepared and distributed among the statistical population. In compiling the questionnaire questions, items were used that, while covering the theoretical foundations of the research, correspond to the general atmosphere of the subject under study. Content validity method was used to check the validity of the questionnaire. Cronbach's alpha coefficient was used to calculate the reliability and the reliability of the questionnaire was evaluated as very desirable. The statistical population of the study was all Tehran citizens belonging to three generations of the revolution in 1399. Sampling method in this study was simple random sampling. After ensuring the validity and reliability of the scales designed based on the calculations, the questionnaires were distributed in a sample of 450 people for each generation of 150 questionnaires. The collected data were analyzed at both descriptive and inferential levels. One-way analysis of variance was used to test the hypotheses. The software used was SPSS version 25.

The results showed that economic, social and political values and demands have a significant difference between the three generations. The third generation is different in economic values from the second and first generations. The third generation and the second generation are different from the first generation in social values. Cultural values differ significantly between the three generations.

Key Words: Generation, Generational Difference, Generation Gap, Political Values, Social Values and Values of the Islamic Revolution

Mohammad Mirza Karimi: Ph.D. Student in Sport Management, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Mohammad Reza Esmaili Shazandi:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Zahra Haji Anzehaei:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran 20

Effective Factors on Organizational Innovation in the Ministry of Sports and Youth

Farideh Izadi Shahnani: Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran / **Javad Shahlai Bagheri:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran / **Habib Honari:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran 21

Strategies for Infrastructure of Green Sports Facilities

Samaneh Kaboodani: Master Degree Student in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Shiva Azad Fada:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Hossein Zareian:** Ph.D., Assistant Professor, Department of Sport Management, Sport Sciences Research Institute of Iran, Tehran, Iran 22

A Succession Model at the Ministry of Sport and Youth from a Competency-Based Approach

Seyyed Ahmad Hashemi: Ph.D. Student in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Kourosh Ghahraman Tabrizi:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran / **Esmail Sharifian:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran 23

Comparison the Safety and Standard of Archery Facilities in the City of Tehran with International Standards

Mohammad Sadegh Kaboodani: Master Degree in Sport Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Ali Asghar Doroudian:** Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Shiva Azad Fada:** Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran 24

Designing Neuromarketing Model in Sport of Iran

Masoumeh Sadat Mannani: Ph.D. in Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran / **Seyyed Mohammad Hossein Razavi:** Ph.D., Full Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran / **Seyyed Emad Hosseini:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran 25

A Strategic Model for the Development of Iranian Championship Sports Bases

Ali Jamali Ghara Khanlou: Ph.D. Student in Sport Management, Urumiah University, Urumiah, Iran / **Seyyed Mohammad Kashef:** Ph.D., Full Professor in Sport Management, Urumiah University, Urumiah, Iran / **Fatemeh Abdavi:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Tabriz University, Tabriz, Iran **14**

A Model of the Position of Women in Sports to Improve Development Indicators in Iran

Fatemeh Ajorlou: Ph.D. Student in Sport Sociology, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Bahram Ghadimi:** Ph.D., Associate Professor, Sociology and Social Sciences Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Reza Mohammad Kazemi:** Ph.D., Assistant Professor in Physical Education Planning and Management, University of Tehran, Tehran, Iran / **Shiva Azad Fada:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

15

Factors Affecting the Environmentally Sustainable Development of Sport Events in Iran: A Thematic Analysis

Yaghub Badri Azarin: Ph.D., Full Professor in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran / **Shabnam Sedghi:** Ph.D. Student in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran / **Mohammad Rasoul Khodadadi:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran / **Reza Shajie:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran **16**

An Entrepreneurial Capacity Model in Iran's Sports Industry with a Combination of Design Approaches

Nasrin Afshari Pour: Ph.D. Student in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Mina Hakak Zadeh:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Mohammad Ebrahim Razaghi:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran **17**

Factors Influencing Talent Development in Iranian Volleyball (A Qualitative Approach)

Nasrin Haghshenas: Ph.D. Student in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran / **Mohammad Hami:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran / **Vahid Shojaee:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran / **Mohammad Sanaei:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran **18**

Framework of Management of Sport Club in Iran

Shahram Chaleshtari Mokari: Ph.D. Student in Sport Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Abolfazl Farahani:** Ph.D., Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran / **Abbass Khodayari:** Ph.D., Associate Professor, Department of Physical Education, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran / **Ali Mohammad Safania:** Ph.D., Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **19**

Testing the Model of Job Characteristics and Work-Leisure Conflicts with Physical Activity Attitudes in Staff of Ministry of Sport and Youth

CONTENTS

Differences between the Three Generations of the Islamic Revolution Regarding Social, Economic and Political Values

Esfandiar Azadeh: Ph.D. Student in Sociology, Dehaghan branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran / **Mehrdad Navabakhsh:** Ph.D., Full Professor, Department of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Mansour Haghghatian:** Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran **8**

NGOs, Social Capital and Tolerance (Case Study: Active NGOs in Shiraz)

Ali Arabi: Ph.D., Assistant professor, Department of Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran / **Farank Dalvand:** Master Degree Student in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran **9**

Social Construction of the Reality of the Decision to Marry among the Youth of Tehran

Ahmad Ghiasvand: Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran / **Ali Janadeleh:** Ph.D., Assistant Professor, Department of Women's Studies, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran / **Seyyed Mehdi Asghari:** Master Degree in Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran **10**

A productivity Model of Specialized Sports Programs for Women in Iranian Sports Channel with the Data Theory Approach of the Foundation

Azadeh Naseryan: Ph.D. Student in Sport Management, Sport Management Department, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran / **Seyyed Hamid Sadjadi Hezaveh:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Ali Zarei:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Zinat Nikaeen:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sports Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **11**

A Model of Factors Affecting the Behavioral Intentions of Premier League Football Fans Using Grounded Theory

Ahmad Esmacili: Ph.D. Student in Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran / **Nasrollah Mohammadi:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Payame Noor University, Iran / **Farshad Emami:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran **12**

A Qualitative Model for Self-Efficacy of Top Sports Managers

Davood Azizi: Department of Management, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran / **Parvaneh Gelard:** Ph.D., Associate professor, Public Management Department, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Mehdi Salimi:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran **13**

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.53** ● **Autumn 2021** ●

● **Concessionaire:** Ministry Of Sports and Youth ●

● **Director:** Mohammad Reza Fazli Zanjani ●

● **Editor-in-Chief:** Seyyed Nasrollah Sadjadi ●

● **Office Manager:** Zahra Kamalian ●

● **Typist:** Jafar Khodady ●

● **Publication:** Iranian Student Book Agency ●

**MINISTRY OF SPORTS AND YOUTH
STRATEGIC STUDIES AND RESEARCHES CENTER**

● **Add:** No.4. Sayeh St. Afriqa Blvd. Tehran, Iran ●

● **Tel:**+98(21)22662369 ●

● **Fax:** +98(21)22662260 ●

● **<http://faslname.msy.gov.ir>** ●

*In The Name Of Allah
The Beneficent and the
Merciful*