





## فصلنامه علمی

# مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

- 
- شماره: ۴۷ ● بهار ۱۳۹۹ ● 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 خدادادی
  - 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](mailto: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، رسول صادقی، علی روحانی، مهدی معینی، علی عربی، لقمان کشاورز، فرشاد امامی، سید محمد حسین رضوی، محمد رسول خدادادی، مهدی نادری نسب، علی فهیمی نژاد، محمدهادی توکلی، نصراله محمدی، کریم زهره وندیان، رسول فرجی، بهنام نقی پور گیوی، صمد گودرزی، رسول طریقی، وحید ساعتچیان، سیاوش خداپرست سرشکه، محمد پورکیانی، حسین زارعیان، طهماسب شیروانی، محمد تقی حسن زاده، عبدالمهدی نصیرزاده، هومن بهمن پور، مجید کیانی، امین راجی، احمد محمودی، مسعود فریدونی، فرید فتحی، شهلا کاظمی پور ثابت، سهیلا علیرضانژاد، مریم مختاری دینانی، فهیمه مومنی فر، فهیمه میرزایی، افسانه روحانی، فریده عقیلی و لیلا میرآقاسی.

### اهداف فصلنامه:

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

### شرایط چاپ مقالات:

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

## راهنمای تنظیم مقالات

### فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان

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

۴. ارجاعات به منابع فارسی و انگلیسی باید به شیوه درون متنی (APA) در داخل پرانتز و به شیوه زیر باشد:  
(نام خانوادگی مولف، سال انتشار منبع: شماره صفحه یا صفحات) - چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال، بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۵. معادل غیر فارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها، کوته‌نوشت‌ها 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 تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش جوانان تهرانی به مهاجرت خارج از کشور

علی افشاری، سید رضا معینی، حمید انصاری ۹

مطالعه کیفی در ذهنیت جوانان از آینده با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علی

محسن طاهری دمنه، علی ذاکری ۳۶

شناسایی مولفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت و تأثیر آموزش این مهارت‌ها بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بین جوانان

مریم حافظیان، ملیحه شیردل، دردانه اصغری ۵۳

بررسی وضعیت احساس امنیت و احساس ترس از جرم در زنان جوان (مطالعه موردی: زنان جوان شهر تنکابن استان مازندران)

علی اصغر عباسی اسفجیر، علیرضا جهانی بهنمیری ۷۹

مدل یابی رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش‌های مدیران وزارت ورزش و جوانان

روح الله اسدی، سنجر سلاجقه، حمداله منطری توکلی، نوید فاتحی راد ۱۵۵

بررسی تأثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی با تعدیل‌کنندگی سلامت اجتماعی

علی اکبر مجدی، سیداحمد میرمحمدتبار ۱۳۳

طراحی الگوی بهره‌وری فدراسیون والیبال ایران

علی پورعروجی، عباس خدایاری، علی زارعی، رسول نوروزی سید حسینی ۱۴۷

جایگاه ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران

ندا اسدی، فرشاد تجاری، زینت نیک‌آیین ۱۶۵

نقش مهارت‌های ارتباطی بر سبک‌های رهبری تحول‌گرا و ساختار گرا و اثربخشی سازمانی سازمان‌های ورزشی

طیبه زرگر، رسول نظری ۱۸۹

طراحی و تبیین الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)

امیر الفتی، بهرام یوسفی، شهاب بهرامی، حسین عیدی ۲۵۳

تحلیل اثر نقش شبکه‌های ارتباطی مجازی بر نگرش و مشارکت ورزشی شهروندان تهرانی

سعیده رضوی، نیما ماجدی، فریبا محمدیان ۲۲۳

ارائه مدل توسعه برند پوشاک ورزشی ایرانی

علی قبادی، ناهید شتاب بوشهری، امین خطیبی ۲۴۷

آینده‌پژوهی مشارکت‌دهی زنان در نقش‌های تصمیم‌گیری و مدیریت ورزش کشور

الهام جعفری، فریده شریفی فن، شهرام علم ۲۶۵

ارتباط هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام استان‌های منتخب

زهره مرزوقی، سید صلاح الدین نقشبندی، رضا نیک‌بخش ۲۸۵

ارائه مدل تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهریار خرازیان، فریده اشرف گنجویی، علی زارعی ۳۵۱

بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی

محمدرضا اسماعیل زاده قندهاری، عذرا آقاجانی ۳۳۳

# بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش جوانان تهرانی به مهاجرت خارج از کشور

علی افشاری<sup>۱</sup>

سید رضا معینی<sup>۲</sup>

حمید انصاری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۲/۳۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۳/۳۱

مهاجرت به عنوان یکی از پدیده‌های اجتماعی، ذهن بسیاری از صاحب نظران را به خود معطوف نموده است. مهاجرت جوانان، یکی از مسائل عمده‌ای است که بر آهنگ توسعه در ایران تأثیر منفی می‌گذارد. هدف این تحقیق، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش جوانان تهرانی به مهاجرت خارج از کشور و همچنین بررسی سایر عوامل تأثیر گذار بر این پدیده است. روش تحقیق، پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر تهران بود که نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده صورت پذیرفت و ۱۲۱۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر سرمایه اجتماعی (با ضریب اثر ۰/۱۸۸-) بیشترین تأثیر را بر روی میزان گرایش به مهاجرت جوانان دارد؛ به این معنا که هر چه قدر سرمایه اجتماعی کمتر باشد، گرایش به مهاجرت زیاد می‌شود. هر یک از متغیرهای میزان تحصیلات، سن و درآمد نیز به ترتیب با ضریب اثر ۰/۱۵۱، ۰/۱۸۶- و ۰/۱۰۰ به طور مستقیم در گرایش به مهاجرت جوانان تأثیر داشتند. متغیرهای جنسیت، وضعیت تاهل و وضع فعالیت نیز به ترتیب با ضریب اثر ۰/۱۱۵، ۰/۱۳۳ و ۰/۱۰۲ در گرایش به مهاجرت جوانان موثر بودند. نتایج تحلیل نشان داد کاهش سرمایه اجتماعی باعث افزایش گرایش جوانان به مهاجرت می‌گردد و می‌توان با افزایش سرمایه اجتماعی و افزایش اعتماد اجتماعی از طریق عملکرد مناسب و بر طرف کردن مسائل ساختاری- نظیر بیکاری، مفاسد مالی و اقتصادی و...- تمایل به مهاجرت خارج از کشور را کاهش داد.

**واژگان کلیدی:** مهاجرت، سرمایه اجتماعی، مهاجرت بین‌المللی، توسعه و جوانان

۱. دانشجوی دکتری، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
 ۲. استادیار، جمعیت‌شناسی، گروه جمعیت‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Rezamoini43@yahoo.com  
 ۳. دانشیار، جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## مقدمه

با بررسی مطالعات و پژوهش‌های انجام یافته در کشور پیرامون پدیده مهاجرت‌های داخلی و همچنین مهاجرت خارجی و پدیده فرار مغزها می‌توان دریافت که محققان و پژوهشگران عمدتاً به بررسی کلان پدیده مهاجرت بدون امعان نظر و تکیه بر جوانان پرداخته‌اند. بررسی ابعاد پدیده مهاجرت با تکیه بر جوانان که سرمایه‌های اساسی و بنیادین کشور در ابعاد نیروی انسانی خلاق و مفید به شمار می‌روند، موضوعی ضروری و شایان توجه است. پژوهش حاضر با تأکید بر جوانان به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مهاجرت جوانان می‌پردازد و در صدد است زاویه و بعد مهمی از پدیده مهاجرت را که اغلب مورد غفلت پژوهشگران قرار گرفته است، مورد بررسی و مطالعه قرار دهد.

امروزه نخبگان جوان را سرمایه‌های انسانی هر جامعه‌ای می‌دانند که پیشرفت اقتصادی جامعه را رقم می‌زنند. (بلند همیتان، ۱۳۹۴: ۱۲۸) ادوارد دانسن<sup>۱</sup> از کارشناسان اقتصادی آمریکا در تحقیقی پیرامون عوامل پیشرفت صنعتی کشورها، درباره اهمیت نیروی انسانی جوان و ماهر اظهار می‌دارد که از میان ۳۱ عامل موثر در پیشرفت صنعتی، نیروی انسانی جوان متخصص مهمترین عامل است. از نظر او، پیشرفت نیروی انسانی مهمترین عامل رشد اقتصادی می‌باشد. (غفوری، ۱۳۸۷: ۳)

متأسفانه بسیاری از نیروهای انسانی کارآمد و جوان ایران درست در زمان بلوغ و بهره‌وری اقدام به مهاجرت می‌نمایند که البته مهاجرت مزایایی از جمله پر کردن شکاف نیروی کار برای مناطق میزبان را دارد. (سلیمانی، ۱۳۹۷: ۳۴)

مهاجرت بین‌المللی، فرایندی پویا و برخاسته از شرایط در حال تغییر اجتماعی است که می‌تواند نه تنها مهاجران، بلکه کل جامعه را هم در مبدأ و هم در مقصد تحت تأثیر قرار دهد. (صادقی، ۱۳۹۷: ۱) یکی از پدیده‌های که در عصر جهانی شدن بر شدت و گستره آن افزوده شده، مهاجرت‌های بین‌المللی است. (علوم، ۱۳۹۸: ۱۴۹)

بدیهی است که توجه به آمار مهاجرت‌ها در شکل‌گیری سرمایه انسانی و برآورد میزان تأثیر این عامل مهم در رشد اقتصادی کشور شدیداً نیاز است تا با برآورد ضریب اهمیت آن برنامه‌های لازم در راستای تقویت و بهبود وضعیت اقتصادی کشور در پیش گرفته شود. (عبداله پور، ۱۳۹۵: ۱۸)

مهاجرت همیشه وجود داشته است، اما موج مهاجرت جدید که حدود ۲۰ سال گذشته را در بر می‌گیرد- یعنی از ۱۳۷۵ (۱۹۹۵) تاکنون- جمعیت بسیار متفاوتی را شامل می‌شود؛ جوانان با تحصیلات بالا که در داخل کشور جذب نمی‌گردند، افراد با مهارت بالا، طبقه کارگر و تا حد کمتری پناهندگان سیاسی و اقتصادی. (Hakimzadeh, 2006: 23)

از میان ۱۷۵ نفر دارندگان مدال المپیادهای کشور طی دو دهه اخیر، حدود ۹۲ درصد به خارج از کشور مهاجرت کرده‌اند. (حکیم زاده، ۱۳۹۲: ۸۲) طی ۲۰ سال اخیر، با خروج ۱۵۰ هزار نخبه مهندس و دکتر از ایران، پدیده فرار مغزها ۴۰۰ میلیارد دلار هزینه بر کشور تحمیل کرده است. (موسوی راد، ۱۳۹۴: ۳۹)

بانک جهانی، ایرانیان خارج شده از کشور با عنوان مهاجر را ۱/۲۹ میلیون نفر اعلام می کند که ۱/۷ درصد جمعیت کشور را شامل می شود- البته آمارهای داخلی رقم قابل ملاحظه ای در حدود ۴ تا ۵ میلیون را برآورد می کنند مقاصد اصلی ایرانیان، کشورهای پیشرفته و ثروتمند دنیا است. بانک جهانی ۸ کشور نخست مقصد ایرانیان را آمریکا، کانادا، کویت، آلمان، انگلیس، سوئد، امارات متحد عربی و بحرین می داند. (وئوئی، ۱۳۹۱: ۲۴) بر پایه آمار سال ۲۰۱۳، جمع کل مهاجران ایرانی در جهان ۱۶۰۴۷۵۰ نفر است. (علی زاده، ۱۳۹۴: ۱۲۵)

همچنین به استناد گزارش مدیر کل امور دانشجویان داخل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در بهمن ماه ۱۳۹۵، سالانه حدود ۴۰ تا ۴۵ هزار نفر از دانشجویان دانشگاه های دولتی با مراجعه به این اداره کل به دنبال تایید مدرک برای ترجمه و ادامه تحصیل در خارج از کشور هستند. (شهریاری پور، ۱۳۹۵: ۲۷)

۱۱ مباحث فوق تنها بیانگر بخشی از فرایند هولناکی است که با عناوین مختلفی چون فرار مغزها، مهاجرت نخبگان جوان، مهاجرت نیروهای متخصص و ... از آن یاد می شود. لذا به نظر می رسد مسئله مهاجرت جوانان و نقش سرمایه اجتماعی در آن، موضوع پر اهمیتی است که باید به آن پرداخته شود.

یکی از بسترهای اجتماعی مهاجرت بین المللی، سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به انسجام اجتماعی و فرهنگی داخلی جامعه، اعتماد، هنجارها و ارزش های موجود در تعاملات میان مردم و شبکه ها و نهادها گفته می شود. از این رو، اعتماد به نهادها عضویت افراد در شبکه های رسمی، مشارکت در شبکه های غیر رسمی نزدیک و ارتباطات با شبکه های دیگر، ابعاد مفهومی تعریف سرمایه اجتماعی هستند. سرمایه اجتماعی یک متغیر زمینه ای است که می تواند تمایل به مهاجرت را در سطح فردی تحت تاثیر قرار دهد. در کشورهای با ساختار دموکراتیک و با ثبات تر، مشارکت اقتصادی و اجتماعی بیشتر و اعتماد اجتماعی بالاتر است و مهاجرت شهروندان کمتر اتفاق می افتد. بنابراین منطقی است که سرمایه اجتماعی را به عنوان یک عامل محتمل در جریانات مهاجرتی بررسی نماییم. در حال حاضر، کشور ایران در مرحله پنجره جمعیتی و دارای ساختار جمعیتی جوان است. این دوره، فرصتی طلایی برای توسعه در کشور است. با وجود این، کشور با ابر چالش بیکاری به ویژه برای جوانان تحصیل کرده رو به رو است. به علاوه، بی اعتمادی، ناامیدی اجتماعی در میان جوانان و عدم برآورده شدن نیازهای افراد موجب تمایل شدید جوانان به مهاجرت به سایر کشورها شده است. مهاجرت نیروهای جوان در این مقطع زمانی به معنای از دست دادن این فرصت توسعه ای و نوعی تهدید برای آینده می باشد. بر اساس مطالعات انجام شده در ایران در دو دهه اخیر، میزان سرمایه اجتماعی ایرانیان در سطوح مختلف به ویژه در سطح کلان کاهش یافته است. در چنین شرایطی همکاری، مشارکت و اعتماد اجتماعی تنزل پیدا می کند. از این رو، یکی از بسترهای مهم تمایل مهاجرتی، کاهش ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد اجتماعی است. (صادقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۶) این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال است که علاوه بر متغیرهای جمعیتی و زمینه ای، سرمایه اجتماعی چه تاثیری بر مهاجرت جوانان به خارج از کشور دارد.

## چارچوب نظری پژوهش

سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>، یکی از مفاهیمی است که طی سال‌های اخیر در مباحث توسعه بسیار مطرح شده است. سرمایه اجتماعی را نوعی انباشت سرمایه معرفی کرده‌اند که همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی و در نتیجه نوعی عزت نفس و رضایتمندی را در افراد به وجود می‌آورد. سرمایه اجتماعی در اجزایی مانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد می‌داند. سرمایه اجتماعی در تعاریف به دو شکل متفاوت، شبکه اجتماعی<sup>۲</sup> توسط بوردیو<sup>۳</sup> (۱۹۸۶) و کلمن<sup>۴</sup> (۱۹۹۸) و اعتماد اجتماعی توسط پاتنام<sup>۵</sup> (۱۹۹۳) و فوکویاما<sup>۶</sup> (۱۹۹۵) مطرح شده است. (به نقل از بونیش و همکاران، ۲۰۱۳) بنابراین، در بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش به مهاجرت می‌توان به دو شکل اقدام کرد؛ یعنی سرمایه اجتماعی بر گرایش به مهاجرت، در دو بعد آن، یعنی اثر شبکه اجتماعی و اثر اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد- هر چند بعد اول آن یعنی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بیشتر متداول و مورد استناد در مباحث نظری و مطالعات پیشین بوده است.

۱۲

## اثر شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های مهاجرت، مجموعه‌ای از روابط بین فردی است که مهاجران، مهاجران سابق و غیر مهاجران را در مناطق مبدا و مقصد از طریق روابط خویشاوندی، دوستی و داشتن مبدا مشترک به هم متصل می‌کند. (مسی، ۱۳۹۰: ۵) مفهوم علیت تراکمی که توسط میردال<sup>۷</sup> (۱۹۵۷) مطرح شده است، بیان می‌کند که مهاجرت تغییراتی را در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی به وجود می‌آورد که زمینه مهاجرت‌های گسترده را موجب می‌شود. شبکه‌ها احتمال مهاجرت بین الملل را افزایش می‌دهند، زیرا هزینه‌ها و مخاطرات حرکت را کاهش و در مقابل، بازده مورد انتظار را افزایش می‌دهند. (مسی و همکاران، ۱۹۹۳: ۴۵۱)

## اثر اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی، یک متغیر زمینه‌ای است که می‌تواند گرایش به مهاجرت را تحت تأثیر قرار دهد. کشورهای دارای اعتماد اجتماعی در سطوح بالا کمتر فساد می‌کنند، میزان برابری اقتصادی بیشتری دارند و تلاش بیشتری برای کمک به کسانی که منابع کمتری دارند می‌کنند و در نتیجه مهاجرت کمتری به خارج از کشور دارند. (راتشتین و یوسلینز، ۲۰۰۵)

اعتماد اجتماعی و اشکال مختلف آن نظیر اعتماد عمومی و اعتماد نهادی، یکی از بسترهای مهم و تأثیر گذار در فرایند تصمیم‌گیری افراد به مهاجرت به خارج از کشور است. اعتماد اجتماعی که برای ایجاد زمینه ثبات و روابط صلح‌آمیز ضروری است، پایه و اساس همکاری مردم می‌باشد. (سپینن و بک، ۲۰۱۶) اعتماد عمومی

1. Social capital
2. Social network
3. Bourdieu
4. Coleman
5. Putnam
6. Fukuyama
7. Miradel

متشکل از دیدگاه‌های مثبت نسبت به گروه‌های خود و دیگر گروه‌هاست. افراد دارای اعتماد عمومی بر این باورند که بیشتر مردم، حتی کسانی را که از قبل نمی‌شناسند، قابل اعتماد هستند. (یوسینر، ۲۰۰۲)

اعتماد عمومی، همبستگی و بردباری را به وجود می‌آورد و نیز بسته به زمینه و تحت تاثیر تجارب شخصی و جمعی است که نشان دهنده آمادگی بالقوه شهروندان برای همکاری با یکدیگر می‌باشد. (راتشتین و استول، ۲۰۰۸)

نوع دیگری از اعتماد اجتماعی با عنوان اعتماد نهادی است که ارزیابی شهروندان از احساس امنیت و حمایت نهادهای دولتی، ارزیابی از دولت و مقامات رسمی، ارزیابی تبعیض علیه خود و برابری را تعیین می‌کند. می‌توان اعتماد نهادی را به اعتماد نسبت به نظام اجتماعی و نسبت به نهادهای دولتی و مقامات تعمیم داد. اعتماد منجر به عضویت داوطلبانه انجمن‌ها می‌شود. جوامعی که دارای افراد با سطح اعتماد عمومی و نهادهای بالا هستند، مشارکت سیاسی در بین آنها بالا خواهد بود. (بک و کریستنسن، ۲۰۱۶ به نقل از صادقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۸)

پاتنام (۲۰۰۰) این طور بیان می‌کند که افرادی دارای اعتماد اجتماعی از هر نوع آن معمولاً شهروندانی بهتر و دارای تعاون و همکاری بیشتر هستند و مشارکت بیشتری در زندگی اجتماعی نشان می‌دهند. اعتماد اجتماعی به موارد دیگری نیز نظیر مدیریت بهتر جامعه، رشد اقتصادی و به طور کلی همکاری‌های اجتماعی متصل است. (به نقل از هریروس و کريدو، ۲۰۰۸)

بدین ترتیب، رابطه سرمایه اجتماعی و مهاجرت بین الملل از دو رویکرد قابل بررسی است- هر کدام از این رویکردها از زاویه خاصی به تبیین مهاجرت، علل و پیامدهای آن پرداخته‌اند. در این میان، یکی از رویکردهای نظری جدید بین رشته‌ای، «نظریه سرمایه اجتماعی» است. این نظریه در قالب دو رویکرد شبکه اجتماعی و اعتماد اجتماعی به تبیین فرایند مهاجرت بین المللی می‌پردازد. در رویکرد شبکه اجتماعی، تمرکز بر تاثیر شبکه‌های اجتماعی (خانوادگی، دوستان و...) در مقصد بر ایجاد انگیزه و تمایل مهاجرتی افراد ساکن در مبدا است. در واقع طبق این رویکرد، هر چه شبکه اجتماعی افراد در خارج از کشور قوی‌تر باشد، تمایل به مهاجرت افزایش می‌یابد. در مقابل، رویکرد اعتماد اجتماعی بر جوامع مبدا مهاجرت متمرکز شده و بر نقش اعتماد اجتماعی در سطوح مختلف آن بر تمایلات و نيات مهاجرتی تاکید دارد. طبق این رویکرد، هر چه اعتماد اجتماعی در جامعه کاهش پیدا کند، تمایل به مهاجرت خارج از کشور افزایش پیدا می‌کند. مطالعه پیش رو در چارچوب رویکرد اعتماد اجتماعی، به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش جوانان تهرانی به مهاجرت به خارج از کشور می‌پردازد.

### فرضیه‌های پژوهش

- سرمایه اجتماعی بر گرایش جوانان به مهاجرت تاثیر می‌گذارد.
- وضعیت اقتصادی جوانان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت تاثیر می‌گذارد.
- وضعیت تحصیلی جوانان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت تاثیر می‌گذارد.
- وضعیت اشتغال جوانان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت تاثیر می‌گذارد.
- سن پاسخگویان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت تاثیر می‌گذارد.

- جنسیت پاسخگویان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت می‌گذارد.
- وضعیت تاهل پاسخگویان بر گرایش آن‌ها به مهاجرت تأثیر می‌گذارد.

## روش‌شناسی پژوهش

روش اصلی این تحقیق، پیمایش است. محقق در این روش، یک رویکرد قیاسی را دنبال می‌کند. او کارش را با مسئله نظری یا تحقیق کاربردی شروع می‌کند و با اندازه‌گیری تجربی و تحلیل داده‌ها، خاتمه می‌دهد. در این روش محقق با پاسخگویان زیادی سر و کار دارد که به سوالات مشابهی جواب می‌دهند. متغیرهای زیادی اندازه‌گیری می‌شود، فرضیه‌های متنوعی آزمون می‌شود و از میان آن‌ها، تفسیر خاصی در مورد ویژگی‌ها و رفتارها بیرون کشیده می‌شود. (Neuman, 1999: 101)

خصیصه اصلی که پیمایش را از دیگر روش‌های تحقیق متمایز می‌کند، تعمیم یافته‌ها و ادعاهایی است که محقق از نتایج تحقیق بر روی نمونه، در مورد جامعه آماری و جمعیت کل می‌کند. (بی، ۱۳۸۱: ۵۳ و دواس، ۱۳۷۶: ۶۱)

در این تحقیق در کنار پیمایش از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و تحلیل محتوایی سوالات باز پرسشنامه نیز استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق کلیه جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر تهران است که به روش نمونه‌گیری تصادفی ۱۲۱۷ نفر از کلیه مناطق تهران مورد پرسش قرار گرفتند. بدیهی است که برای رسیدن به واحد تحلیل (جوان ۱۸ تا ۳۵ ساله) بایستی به خانوارهای ساکن در تهران مراجعه می‌شد.

مطابق با سرشماری عمومی نفوس و مسکن مرکز آمار ایران، ۱۶۶۰۲۱۹ خانوار ساکن شهر تهران به تفکیک مناطق بیست و دوگانه می‌باشند. بنابراین، ابتدا مناطق بر اساس شاخص‌های توسعه‌یافتگی به چهار طبقه تقسیم شد و با در نظر گرفتن تعداد کل خانوار در هر طبقه با فرمول کوکران حجم نمونه برای طبقه مورد نظر مشخص و نمونه‌های مشخص شده بر حسب تعداد خانوار در هر منطقه بین آن‌ها توزیع گردید. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و متناسب با حجم (تعداد خانوارهای ساکن در هر طبقه، حجم هر یک از طبقات محسوب می‌شود) برای هر طبقه محاسبه گردید و بار دیگر داخل هر یک از طبقات به صورت جداگانه نسبت به حجم هر کدام از مناطق بیست و دوگانه نمونه‌ها توزیع شد. مجموع کل نمونه‌های محاسبه شده ۱۲۱۷ خانوار می‌باشد.

## تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم گرایش به مهاجرت

دروبا گرایش را نوعی آمادگی ذهنی برای انجام یک عمل و یا واکنش در برابر موضوعی خاص تعریف می‌کند. (دبلیو آلپورت، ۱۳۷۱: ۱۳۴)

به نظر روکیچ، گرایش عبارت است از: سازماندهی نسبتاً با دوام اعتقادات نسبت به یک موضوع یا یک وضعیت که فرد را جهت پاسخ دادن به آن موضوع یا وضعیت، به نحو احسن آماده می‌کند. (قاضی طباطبایی، ۱۳۸۲: ۹)

مهاجرت، حرکت دائمی افراد از مرزهای نمادی و سیاسی کشور، به سوی اقامتگاه‌ها و اجتماعات جدید

است. (Marshall, 1999: 320)

بر اساس نظریه اورت لی<sup>۱</sup>، مهاجرت عبارت است از: تغییر دائمی یا نیمه دائمی مسکن، بدون هیچ محدودیتی در مورد فاصله حرکت و ماهیت اختیاری یا اجباری مهاجرت - همچنین بدون هیچ گونه تمایزی بین مهاجرت داخلی یا خارجی. (زنجانی، ۱۳۸۰: ۵۴)

نمره این متغیر توسط چندین گویه (هر گویه از نمره ۰ تا ۵ ارزش گذاری شده است) اندازه گیری شده است که نشانگر گرایش به مهاجرت پاسخگویان می باشد. بدین ترتیب کمترین و بیشترین نمره ممکن یک پاسخگو به ترتیب یک (۱۰ = ۱ × ۱۰) یا (۵۰ = ۵ × ۱۰) می باشد.

### سرمایه اجتماعی

پاتنام<sup>۲</sup> (۱۹۹۷) سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از مفاهیم چون اعتماد، هنجارها و شبکه ها می داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه یک اجتماع می شود و در نهایت منافع متقابل آنها را تامین خواهد کرد. (کلانتری، ۱۳۸۳: ۶۱)

در این پژوهش، سرمایه اجتماعی در سه بعد اعتماد اجتماعی و حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی سنجیده می شود.

الف) حمایت اجتماعی: کاپلان<sup>۳</sup> (۱۹۷۹) حمایت اجتماعی را هرگونه محرکی می داند که به پیشرفت اهداف فرد حمایت شونده کمک می کند. او حمایت را در دو بعد حمایت اجتماعی ملموس (مشمول بر امکانات مادی به نحوی که برای فرد سودمند است) و حمایت اجتماعی روانی (به افراد کمک می کند تا در حالت های هیجانی و عاطفی را که باعث بهبود می شود، در خود ایجاد کند) بیان می کند. حمایت اجتماعی در این بررسی شامل دوستی ها، پیوندهای عاطفی، نزدیکی در فضا مانند همسایگی و مجاورت مکانی، روابط خویشاوندی، عضویت در نهادها و انجمن ها می باشد. به عبارتی، حمایت اجتماعی را در شبکه های خویشاوندی مطالعه می کنیم.

ب) اعتماد اجتماعی: اعتماد را می توان حسن ظن فرد نسبت به افراد جامعه تعریف کرد که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با سایر افراد جامعه می شود. در اینجا افراد جامعه گستره ای از کسانی که با فرد تعامل دارند یا بالقوه می توانند تعامل داشته باشند را در بر می گیرد. نوعی قید و بند اخلاقی می باشد که فرد را ملزم به رعایت معیارهای اجتماعی می کند. به عبارت دیگر، نوعی ارتباط متقابل بین افراد است. (شارع پور، ۱۳۸۰: ۱۰۱)

گیدنز<sup>۴</sup> دو نوع اعتماد را نام برد: اعتماد به افراد (در سطح خرد سرمایه اجتماعی) و اعتماد به نهادها (در سطح کلان سرمایه اجتماعی).

اعتماد با گویه هایی که با توجه به تعریف اعتماد اجتماعی از نظر فلاناگان، رس و همکارانش درست شده و همچنین گویه های برگرفته از مقیاس حیات اجتماعی شولسر، در سه شکل اعتماد بین شخصی، اعتماد عمومی و اعتماد بنیادی سنجیده می شود.

1. Evert.s.lee

2. Putnam

3. Kaplan

4. Gidens

ج) مشارکت اجتماعی: مشارکت اجتماعی عبارت است از: شرکت کم و بیش آشکار فرد در حیات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و قبول مسئولیت های مختلف اجتماعی، سیاسی و مدنی و نظایر آن. (محسنی تبریزی، ۱۳۸۶: ۸۱)

مشارکت دارای سطوح و انواع مختلفی است: ۱- مشارکت در تصمیم گیری و مدیریت مشتمل بر مشارکت در تعیین اهداف، مشارکت در تصمیم گیری، مشارکت در انتخاب راه از بین گزینه های ممکن و مشارکت در تغییر و تحولات سازمانی؛ ۲- مشارکت در تامین منابع انسانی با در اختیار گذاشتن نیروی انسانی به صورت داوطلبانه با هدف کاهش بخش از هزینه ها؛ ۳- مشارکت در تامین مالی منابع هزینه ها.

### اعتبار (روایی)<sup>۱</sup>

به منظور دست یابی به اینکه ابزار سنجش چه چیزی را می سنجد و تا چه اندازه از لحاظ سنجش موضوع موفق بوده و کارایی دارد و به عبارتی میزان انطباق بین تعریف مفهومی و تعریف عملیاتی آن چقدر است، باید اعتبار آن سنجیده شود. در پژوهش حاضر از روش ارزیابی اعتبار صوری<sup>۲</sup> تحقیق و اعتبار مبتنی بر تحلیل عاملی<sup>۳</sup> استفاده شده است.

اعتبار صوری یا ذهنی مبتنی بر ارزیابی های ذهنی محققان و متخصصانی است که با اجماع نظر بر روی کیفیت وسیله اندازه گیری صفات مورد بررسی، مشخص کننده این نکته است که تا چه حد وسیله اندازه گیری طراحی شده، آن چیزی را که محقق فکر می کند اندازه گیری می نماید. (قاضی طباطبایی، ۱۳۸۲: ۱۳)

بدین ترتیب، گویه های طیف های مربوطه پس از طراحی - براساس تحقیقات انجام شده و دیدگاه های نظری به خصوص چارچوب نظری رایج - در اختیار اساتید و کارشناسان دانشگاه قرار گرفت. اظهار نظر این افراد در راستای سنجش گویه های هر طیف، در نهایت به گزینش گویه های مناسب برای هر طیف منجر شد.

جهت ارزیابی اعتبار سازه ای<sup>۴</sup> طیف ضمن استناد به مبانی نظری تحقیق، از تحلیل عاملی<sup>۵</sup> استفاده شد. تحلیل عاملی، روشی مناسب در ساختن مقیاس برای رشته ای از متغیرهای فاصله ای می باشد. این روش برای تقلیل مجموعه ای بزرگ از متغیرها به مجموعه ای کوچک از متغیرهای اساسی که عامل خوانده می شوند، کاربرد دارد. (دواس، ۱۳۷۶: ۲۵۳-۲۵۴)

برای تعیین روایی سازه ابزار این تحقیق، از تحلیل عاملی به روش مؤلفه های اصلی با چرخش واریماکس استفاده شد که مقدار ضریب KMO<sup>۶</sup> (شاخص کفایت نمونه گیری)، ۰/۷۷۳ و آزمون بارتلت<sup>۷</sup> (شاخص کفایت ماتریس همبستگی)، ۶۸۱۱/۲۸۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰  $p$  نشان از وجود شواهد کافی برای انجام تحلیل عوامل دارد.

1. Validity
2. Face Study
3. Factor Analysis
4. Construct Validity
5. Factor Analysis
6. Kaiser- Mayer- Olkin
7. Bartlets Test of Sphercity

جدول ۱: آزمون بارتلت برای متغیر گرایش به مهاجرت

| نام آزمون    | مقدار    |
|--------------|----------|
| Kmo          | ۰/۷۵۰    |
| بارتلت       | ۷۰۳۰/۱۵۱ |
| سطح معناداری | ۰/۰۰۰    |

جدول ۲: ماتریس عامل های چرخش یافته متغیر گرایش به مهاجرت

| گویه                                                                           |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| مهاجران ایرانی در کشورهای دیگر با مشکلات زیادی مواجه نمی شوند.                 | ۰/۵۵ |
| برای رفتن به غرب از کشور تمام تلاش خود را می کنم.                              | ۰/۴۱ |
| در صورت داشتن دوست و آشنایی در غرب، حتماً به غرب می روم.                       | ۰/۴۹ |
| رفتن به غرب از کشور باعث موفقیت بیشتری می شود.                                 | ۰/۲۸ |
| علاقه زیادی برای مهاجرت به غرب دارم.                                           | ۰/۵۵ |
| در شرایط و امکانات برابر تمایل دارم در یک کشور غربی زندگی کنم.                 | ۰/۵۱ |
| حتی اگر شغلی با درآمد بالایی داشته باشم تمایل دارم به غرب مهاجرت نمایم         | ۰/۶۲ |
| در غرب، به پیشرفت های بیشتری (شغلی) دست خواهم یافت.                            | ۰/۷۱ |
| در غرب، به پیشرفت های بیشتری (تحصیلی) دست خواهم یافت.                          | ۰/۶۵ |
| حتی اگر خانواده ام با مهاجرت من به غرب مخالف باشند، من به غرب مهاجرت می نمایم. | ۰/۶۷ |

گویه های زیر بر اساس معیارهای حس صداقت، همکاری، در خور اعتماد بودن، صراحت بیان، خودخواهی درست شده اند. سرمایه اجتماعی در این تحقیق با تعداد ۱۰ گویه براساس طیف ۵ درجه ای لیکرت و از منابع و مطالعات انجام گرفته قبلی در این زمینه استخراج شده اند:

تا چه حد علاقمند به شرکت در انتخابات هستید (X1).

تا چه حد در حل مسائل مربوط به خانواده با والدین و سایر اعضای خانواده مشارکت می کنید (X2).

افراد خانواده و دوستان به من اعتماد لازم را دارند (X3).

این روزها به سختی می توان کسی را پیدا کرد که واقعاً بتوان به او اعتماد کرد (X4).

مردم در زندگی با یکدیگر صادقانه رفتار می کنند (X5).

مردم در روابط و معاملات به یکدیگر اعتماد دارند (X6).

اکثر اوقات احساس می کنم که دوستان من، با من صادق نیستند (X7).

چنانچه شما در زندگی به چیزی نیاز داشته باشید، مردم به شما کمک می کنند (X8).

اگر کسی در زندگی گرفتاری پیدا کرد، مردم او را حمایت می کنند (X9).

اگر ناگهان با یک وضعیت اضطراری مانند مرگ یکی از خویشان خود مواجه شوم، همسایگان می توانند به

من آرامش دهند (X10).

آزمون Kmo در این ماتریس بیش از ۰/۷۰ (۰/۷۳) می باشد. لذا نیازی به حذف هیچ گویه ای از این مجموعه نمی باشد. آزمون کرویت بارتلت با معناداری ۸۷۷/۲۹۲ در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان این معنی داری را نشان می دهد. لذا نتایج این جدول به محقق اطمینان می دهد که می توان تحلیل عامل را ادامه داد.

جدول ۳: نتایج آزمون های آماری در تحلیل عاملی برای سرمایه اجتماعی

|                 |         |
|-----------------|---------|
| آزمون کیزر مایر | ۰/۷۳    |
| آزمون بارتلت    | ۸۷۷/۲۹۲ |
| درجه آزادی      | ۵۵      |
| سطح معنی داری   | ۰/۰۰۰   |

۱۸

### یافته های پژوهش

#### وضعیت جمعیتی پاسخگویان

همان طور که مشاهده می گردد ۵۰/۶۹ درصد پاسخگویان مرد و ۴۹/۳۰ درصد زن بودند. اکثر پاسخگویان (۶۱/۶ درصد) هرگز ازدواج نکرده بودند و ۳۲ درصد پاسخگویان دارای همسر بودند. بیشتر پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی می باشند (۵۹/۹ درصد) و در بین پاسخویان افراد کمتر از تحصیلات دبیرستان و دیپلم نداشتیم.

بیشتر پاسخگویان (۴۹/۳ درصد) دانشجوی یا محصل بودند، ۲۰/۵ درصد شاغل و ۱۵/۶ درصد پاسخگویان بیکار جویای کار بودند.

۷/۴ درصد پاسخگویان زیر یک میلیون درآمد داشته اند و بیشتر پاسخگویان (۴۹/۳ درصد) به این سوال پاسخی نداده اند که این با توجه به فرهنگ و سیاست کشور ما اقدامی معقولانه به نظر می رسد.

جدول ۴: وضعیت جمعیتی پاسخگویان

| جنسیت               | فراوانی | درصد  | درصد معتبر |
|---------------------|---------|-------|------------|
| مرد                 | ۶۱۷     | ۵۰/۶۹ | ۵۰/۶۹      |
| زن                  | ۶۰۰     | ۴۹/۳۰ | ۴۹/۳۰      |
| جمع                 | ۱۲۱۷    | ۱۰۰   | ۱۰۰        |
| وضع زناشویی         |         |       |            |
| هرگز ازدواج نکرده   | ۷۵۰     | ۶۱/۶  | ۶۵/۱       |
| دارای همسر          | ۳۹۰     | ۳۲    | ۳۳/۸       |
| بی همسر بر اثر فوت  | ۳       | ۰/۲   | ۰/۲        |
| بی همسر بر اثر طلاق | ۹       | ۰/۷   | ۰/۷        |
| بدون پاسخ           | ۶۵      | ۵/۳   | -          |
| جمع                 | ۱۲۱۷    | ۱۰۰   | ۱۰۰        |

| تحصیلات پاسخگو            |       |       |      |
|---------------------------|-------|-------|------|
| بی سواد                   | ۰     | ۰     | ۰    |
| ابتدایی                   | ۰     | ۰     | ۰    |
| راهنمایی                  | ۱۷/۷  | ۱۷/۲  | ۲۱۰  |
| دبیرستان و دیپلم          | ۹/۲   | ۹     | ۱۱۰  |
| فوق دیپلم                 | ۶۱/۶  | ۵۹/۹  | ۷۳۰  |
| کارشناسی                  | ۹/۷   | ۹/۴   | ۱۱۵  |
| کارشناسی ارشد             | ۱/۲   | ۱/۲   | ۱۵   |
| دکتری                     | ۰/۴   | ۰/۴   | ۵    |
| تحصیلات حوزوی             | -     | ۲/۶   | ۳۲   |
| بدون پاسخ                 | ۱۰۰   | ۱۰۰   | ۱۲۱۷ |
| جمع                       | ۰     | ۰     | ۰    |
| سن                        |       |       |      |
| ۱۸ تا ۲۱ سالگی            | ۲۰/۵۴ | ۲۰/۵۴ | ۲۵۰  |
| ۲۲ تا ۲۵ سالگی            | ۲۵/۸۸ | ۲۵/۸۸ | ۳۱۵  |
| ۲۶ تا ۲۹ سالگی            | ۲۸/۲  | ۲۸/۲  | ۳۵۲  |
| ۳۰ تا ۳۵ سالگی            | ۲۴/۶۵ | ۲۴/۶۵ | ۳۰۰  |
| جمع                       | ۱۰۰   | ۱۰۰   | ۱۲۱۷ |
| وضعیت اشتغال              |       |       |      |
| شاغل                      | ۲۱/۵  | ۲۰/۵  | ۲۵۰  |
| بیکار جویای کار           | ۱۶/۳  | ۱۵/۶  | ۱۹۰  |
| خانه‌دار                  | ۲/۱   | ۲     | ۲۵   |
| دانشجو یا محصل            | ۵۱/۷  | ۴۹/۳  | ۶۰۰  |
| سرباز                     | ۳/۴   | ۳/۲   | ۴۰   |
| سایر                      | ۴/۷   | ۴/۵   | ۵۵   |
| بدون پاسخ                 | -     | ۴/۶   | ۵۷   |
| جمع                       | ۱۰۰   | ۱۰۰   | ۱۲۱۷ |
| درآمد                     |       |       |      |
| زیر ۱ میلیون تومان        | ۲۱/۲  | ۱۰/۷  | ۱۳۱  |
| ۱ تا ۲/۵ میلیون تومان     | ۳۵/۶  | ۱۸    | ۲۲۰  |
| بین ۲/۵ تا ۵ میلیون تومان | ۲۱    | ۱۰/۶  | ۱۳۰  |
| بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان  | ۷/۲   | ۳/۶   | ۴۵   |
| بالای ۱۰ میلیون تومان     | -     | ۴۹/۳  | ۶۰۰  |
| بی پاسخ                   | ۱۰۰   | ۱۰۰   | ۱۲۱۷ |
| جمع                       | ۱۴/۷  | ۷/۴   | ۹۱   |

## گرایش به مهاجرت

جدول ۵، نشان دهنده توزیع فراوانی گویه‌های مربوط به طیف گرایش به مهاجرت است که شامل ۱۰ گویه می‌باشد. نمرات هر گویه بین ۱ تا ۵ رده بندی شده که نمره ۱ نشان دهنده کمترین میزان گرایش به مهاجرت بین جوانان است و نمره ۵ بالاترین میزان گرایش به مهاجرت را از هر گویه نشان می‌دهد. جمع نمرات ۱۰ گویه، نمره میزان گرایش به مهاجرت جوانان را نشان می‌دهد که بالقوه می‌تواند بین نمره ۱۰ (حداقل نمره) و نمره ۵۰ (حداکثر نمره) باشد. در صورتی که هر فرد برای همه گویه‌ها عبارت «تاحدودی» (متوسط) را علامت بزند، میانگین کل نمره او از این گویه ۳۰ به دست خواهد آمد. همان طور که از آمارهای جدول پیداست در گویه پنجم (علاقه زیادی برای مهاجرت به غرب دارم) میانگین نمره به دست آمده ۴/۲۸ از ۵ است که نشان دهنده گرایش نسبتاً زیاد در ارتباط با این گویه می‌باشد. جمع نمرات به دست آمده از این ۱۰ گویه میزان گرایش به مهاجرت در حد بالا را نشان می‌دهد. میانگین به دست آمده از کل گویه‌ها برابر (۳۳/۱۲) می‌باشد که از میانگین مورد انتظار (۳۰) که نشان دهنده گرایش در حد متوسط است، بالاتر می‌باشد. هر چه این میانگین کل بیشتر از عدد ۳۰ باشد، بیانگر گرایش موافق پاسخگویان با گویه‌هاست.

جدول ۵: توزیع پاسخگویان برحسب میزان گرایش به مهاجرت

| میانگین<br>نمره | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد | آماره   | گویه‌های گرایش به مهاجرت                                                 |
|-----------------|---------|------|-------|------|-----------|---------|--------------------------------------------------------------------------|
| ۳/۳۶            | ۱۳۱     | ۱۵۵  | ۳۱۱   | ۳۵۱  | ۲۵۰       | فراوانی | مهاجران ایرانی در کشورهای دیگر با مشکلات زیادی مواجه نمی‌شوند.           |
|                 | ۱۰/۷    | ۱۲/۷ | ۲۵/۵  | ۲۸/۸ | ۲۰/۵      | درصد    |                                                                          |
| ۳/۳۷            | ۱۷۱     | ۱۴۲  | ۳۰۱   | ۲۳۵  | ۳۵۱       | فراوانی | برای رفتن به غرب از کشور تمام تلاش خود را می‌کنم.                        |
|                 | ۱۴      | ۱۱/۶ | ۲۴/۷  | ۱۹/۳ | ۲۸/۸      | درصد    |                                                                          |
| ۳/۴۱            | ۱۵۷     | ۱۵۲  | ۲۹۰   | ۲۴۱  | ۳۶۱       | فراوانی | در صورت داشتن دوست و آشنایی در غرب، حتماً به غرب می‌روم.                 |
|                 | ۱۲/۹    | ۱۲/۴ | ۲۳/۸  | ۱۹/۸ | ۲۹/۶      | درصد    |                                                                          |
| ۳/۴۸            | ۱۵۲     | ۱۲۱  | ۲۸۱   | ۲۵۱  | ۳۷۱       | فراوانی | رفتن به غرب از کشور باعث موفقیت بیشتری می‌شود.                           |
|                 | ۱۲/۴    | ۹/۹  | ۲۳    | ۲۰/۶ | ۳۰/۴      | درصد    |                                                                          |
| ۴/۲۸            | ۱۲۱     | ۱۳۱  | ۲۸۵   | ۲۶۱  | ۳۹۱       | فراوانی | علاقه زیادی برای مهاجرت به غرب دارم.                                     |
|                 | ۹/۹     | ۱۰/۷ | ۲۳/۴  | ۲۱/۴ | ۳۲/۱      | درصد    |                                                                          |
| ۳/۰۱            | ۲۲۳     | ۲۱۱  | ۳۱۵   | ۲۳۱  | ۲۱۹       | فراوانی | در شرایط و امکانات برابر تمایل دارم در یک کشور غربی زندگی کنم.           |
|                 | ۱۸/۳    | ۱۷/۳ | ۲۵/۸  | ۱۸/۹ | ۱۷/۹      | درصد    |                                                                          |
| ۲/۷۷            | ۲۵۱     | ۲۸۲  | ۳۱۲   | ۱۶۵  | ۱۷۴       | فراوانی | حتی اگر شغلی با درآمد بالایی داشته باشم، تمایل دارم به غرب مهاجرت نمایم. |
|                 | ۲۰/۶    | ۲۳/۱ | ۲۵/۶  | ۱۳/۵ | ۱۴/۲      | درصد    |                                                                          |

|      |      |      |      |      |      |         |                                                                                |
|------|------|------|------|------|------|---------|--------------------------------------------------------------------------------|
| ۳/۳۳ | ۱۵۲  | ۱۳۴  | ۳۱۱  | ۲۸۷  | ۲۷۱  | فراوانی | در غرب، به پیشرفت های بیشتری (شغلی) دست خواهم یافت.                            |
|      | ۱۲/۴ | ۱۱   | ۲۵/۵ | ۲۳/۵ | ۲۲/۲ | درصد    |                                                                                |
| ۳/۳۱ | ۱۵۶  | ۱۳۲  | ۳۱۵  | ۲۸۵  | ۲۶۹  | فراوانی | در غرب، به پیشرفت های بیشتری (تحصیلی) دست خواهم یافت.                          |
|      | ۱۲/۸ | ۱۰/۸ | ۲۵/۸ | ۲۳/۴ | ۲۲/۱ | درصد    |                                                                                |
| ۲/۸۰ | ۲۸۶  | ۲۷۱  | ۴۲۱  | ۱۱۲  | ۱۱۴  | فراوانی | حتی اگر خانواده ام با مهاجرت من به غرب مخالف باشند، من به غرب مهاجرت می نمایم. |
|      | ۲۳/۵ | ۲۲/۲ | ۳۴/۵ | ۹/۲  | ۹/۳  | درصد    |                                                                                |
| ۳/۳۱ |      |      |      |      |      |         | شاخص گرایش به مهاجرت                                                           |

### متغیر سرمایه اجتماعی

۲۱

جدول ۶ نشان دهنده توزیع فراوانی گویه های مربوط به طیف سرمایه اجتماعی شامل ۱۰ گویه می باشد. همان طور که از آمارهای جدول پیداست در گویه سوم (مردم در زندگی با یکدیگر صادقانه رفتار می کنند) میانگین نمره به دست آمده ۲/۵۴ از ۵ است که نشان دهنده گرایش کم در ارتباط با این گویه می باشد. در مورد همین گویه بیشترین درصد پاسخگویان معتقدند که افراد با همدیگر صادق نیستند؛ به طوری که ۳۱ درصد پاسخگویان معتقدند صداقت بین افراد کم و ۲۴/۳ درصد هم اظهار داشتند که صداقت بین مردم خیلی کم وجود دارد، این در حالی است که تنها ۸/۳ درصد بر این باور دارند که بین افراد جامعه خیلی زیاد صداقت وجود دارد. در برابر این گویه، گویه ای چون «اگر با یک وضعیت اضطراری مانند مرگ یکی از خویشان خود مواجه شوم، همسایگان به من آرامش می دهند» میانگین نمره به دست آمده ۳/۰۵ از ۵ است که نشان دهنده گرایش متوسط در ارتباط با این گویه می باشد. جمع نمرات به دست آمده از این ۱۰ گویه میزان سرمایه اجتماعی در حد پایینی را نشان می دهد. میانگین به دست آمده از کل گویه ها برابر (۲۶/۳۱) می باشد که در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۳۰) نشان دهنده گرایش در حد پایین است. هر چه این میانگین کل بیشتر از عدد ۳۰ باشد، بیانگر گرایش موافق پاسخگویان با گویه ها می باشد.

جدول ۶: توزیع فراوانی گویه های مربوط به طیف سرمایه اجتماعی

| گویه های سرمایه اجتماعی                                                    | آماره   | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم   | خیلی کم | میانگین نمره |
|----------------------------------------------------------------------------|---------|-----------|------|-------|------|---------|--------------|
| افراد خانواده و دوستان به من اعتماد لازم را دارند                          | فراوانی | ۷۳        | ۱۰۹  | ۱۵۸   | ۳۸۰  | ۴۷۸     | ۲/۱۸         |
|                                                                            | درصد    | ۶/۵       | ۹/۰  | ۱۳/۰  | ۳۱/۳ | ۳۹/۳    |              |
| این روزها به سختی می توان کسی را پیدا کرد که واقعاً بتوان به او اعتماد کرد | فراوانی | ۸۲        | ۱۷۰  | ۱۶۷   | ۳۸۰  | ۴۱۷     | ۲/۲۸         |
|                                                                            | درصد    | ۶/۸       | ۱۴/۰ | ۱۳/۸  | ۳۱/۳ | ۳۴/۳    |              |
| مردم در زندگی با یکدیگر صادقانه رفتار می کنند                              | فراوانی | ۱۰۱       | ۲۵۵  | ۱۸۸   | ۳۷۷  | ۲۹۵     | ۲/۵۸         |
|                                                                            | درصد    | ۸/۳       | ۲۱/۰ | ۱۵/۵  | ۳۱/۰ | ۲۴/۳    |              |

|      |      |      |      |      |      |         |                                                                                             |
|------|------|------|------|------|------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۲/۵۸ | ۲۸۹  | ۳۷۱  | ۱۹۰  | ۲۵۰  | ۱۰۰  | فراوانی | مردم در روابط و معاملات به یکدیگر اعتماد دارند                                              |
|      | ۲۳/۷ | ۳۰/۴ | ۱۵/۶ | ۲۰/۵ | ۸/۲  | درصد    |                                                                                             |
| ۲/۹۷ | ۱۸۸  | ۳۵۲  | ۱۵۸  | ۳۱۰  | ۱۹۴  | فراوانی | اکثر اوقات احساس می‌کنم که دوستان من، با من صادق نیستند                                     |
|      | ۱۵/۵ | ۲۹/۰ | ۱۳/۰ | ۲۵/۵ | ۱۶/۰ | درصد    |                                                                                             |
| ۲/۶۹ | ۲۸۵  | ۲۹۵  | ۱۸۶  | ۳۷۴  | ۵۸   | فراوانی | چنانچه شما در زندگی به چیزی نیاز داشته باشید، مردم به شما کمک می‌کنند                       |
|      | ۲۳/۵ | ۲۴/۳ | ۱۵/۳ | ۳۰/۸ | ۴/۸  | درصد    |                                                                                             |
| ۲/۷۰ | ۲۵۵  | ۲۰۶  | ۱۷۶  | ۳۵۰  | ۲۱۶  | فراوانی | اگر کسی در زندگی گرفتاری پیدا کرد، مردم او را حمایت می‌کنند                                 |
|      | ۲۱/۰ | ۱۷/۰ | ۱۴/۵ | ۲۸/۸ | ۱۷/۸ | درصد    |                                                                                             |
| ۳/۰۵ | ۲۷۹  | ۲۶۵  | ۱۷۶  | ۲۹۵  | ۱۶۷  | فراوانی | اگر با یک وضعیت اضطراری مانند مرگ یکی از خویشان خود مواجه شوم، همسایگان به من آرامش می‌دهند |
|      | ۲۳/۰ | ۲۱/۸ | ۱۴/۵ | ۲۴/۳ | ۱۳/۸ | درصد    |                                                                                             |
| ۳/۰۹ | ۲۵۹  | ۱۵۲  | ۲۷۱  | ۲۸۵  | ۲۴۳  | فراوانی | تا چه حد علاقمند به مشارکت در انتخابات (ریاست جمهوری، مجلس و شوراها و...) هستید.            |
|      | ۲۱/۳ | ۱۲/۵ | ۲۲/۳ | ۲۳/۵ | ۲۰/۰ | درصد    |                                                                                             |
| ۲/۱۹ | ۴۶۰  | ۳۷۷  | ۱۷۴  | ۱۰۷  | ۱۰۱  | فراوانی | تا چه حد در حل مسائل مربوط به خانواده، با والدین و سایر اعضای خانواده مشارکت دارید.         |
|      | ۳۷/۸ | ۳۱/۰ | ۱۴/۳ | ۸/۸  | ۸/۳  | درصد    |                                                                                             |
| ۲/۶۱ |      |      |      |      |      |         | شاخص سرمایه اجتماعی                                                                         |

### ضریب همبستگی بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها

جدول ۷ ضریب همبستگی بین متغیرهای مستقل تحقیق و گرایش به مهاجرت جوانان را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده از این جداول نشان دهنده رابطه بین متغیرهای مذکور با گرایش به مهاجرت جوانان می‌باشد. آمارهای جدول نشان می‌دهد که بین تمام متغیرهای مستقل وارد شده در آزمون و گرایش به مهاجرت جوانان ارتباط معنی داری وجود دارد. آزمون فرضیاتی که در سطح سنجش فاصله‌ای قرار دارند در این جدول بیان شده است.

جدول ۷: ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل فاصله‌ای و گرایش به مهاجرت

| SIG   | ضریب همبستگی | انحراف معیار | میانگین | فراوانی | ضریب همبستگی پیرسون |                   |
|-------|--------------|--------------|---------|---------|---------------------|-------------------|
| ۰/۰۰۱ | -۰/۱۷۸       | ۲/۵          | ۲۴/۲۱   | ۱۲۱۷    | سن                  | رابطه بین متغیرها |
| ۰/۰۰۰ | -۰/۴۴۱       | ۷/۴          | ۲۶/۳۱   | ۱۲۱۷    | سرمایه اجتماعی      |                   |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۳۴۳        | ۲/۹          | ۱۳/۹    | ۱۲۱۷    | میزان درآمد         |                   |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۴۳۳        | ۷/۲          | ۱۵/۲    | ۱۲۱۷    | میزان تحصیلات       |                   |

آمارهای جدول ۸ نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی و گرایش به مهاجرت جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی به دست آمده برای این متغیر برابر  $0/44-$  با سطح معنی داری  $P=0/000$ ، بیانگر رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر مذکور می‌باشد؛ به این معنا که با افزایش در میزان سرمایه اجتماعی بین افراد، احتمال گرایش به مهاجرت در بین جوانان کاهش می‌یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد معنی دار است.

جدول ۸: آماره‌های مربوط به متغیرهای مستقل مدل رگرسیونی (گرایش به مهاجرت)

| متغیرها        |        |            |        |        |       |       |
|----------------|--------|------------|--------|--------|-------|-------|
| نام متغیر      | B      | Std. Error | Beta   | t      | Sig t | VIF   |
| سرمایه اجتماعی | -۰/۲۸۱ | ۰/۰۸۵      | -۰/۱۸۳ | ۳/۲۲۶  | ۰/۰۰۱ | ۱/۸۰۴ |
| میزان تحصیلات  | ۰/۱۲۵  | ۰/۰۵۰      | ۰/۱۵۳  | ۲/۵۱۸  | ۰/۰۱۲ | ۲/۲۰۶ |
| جنس            | ۲/۷۰۵  | ۰/۹۵۷      | ۰/۱۱۷  | ۲/۷۷۴  | ۰/۰۰۶ | ۱/۰۶۲ |
| سن             | -۱/۳۹۴ | ۰/۴۱۲      | -۰/۱۸۸ | -۳/۳۸۷ | ۰/۰۰۱ | ۱/۸۴۱ |
| وضعیت تاهل     | ۳/۱۰۱  | ۱/۱۱۲      | ۰/۱۳۲  | ۲/۷۸۷  | ۰/۰۰۶ | ۱/۳۴۷ |
| وضع فعالیت     | ۱/۱۲۳  | ۰/۴۹۱      | ۰/۰۹۸  | ۲/۲۸۹  | ۰/۰۲۳ | ۱/۱۰۷ |
| وضعیت اقتصادی  | ۸/۰۵۱  | ۰/۰۰۰      | ۰/۱۰۱  | ۲/۰۱۰  | ۰/۰۴۵ | ۱/۵۰۳ |

### تحلیل چند متغیره

مدل رگرسیون گرایش به مهاجرت جوانان، با توجه به نتایج حاصل از این آنالیز، حکایت از این مطلب دارد که تحلیل رگرسیون تا ۷ گام پیش رفته است. در گام اول با وارد شدن متغیر سرمایه اجتماعی میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/632$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/399$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/395$  به دست آمده است. در گام دوم با وارد شدن سومین متغیر یعنی میزان تحصیلات، میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/655$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/428$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/423$  به دست آمده است. در گام سوم با وارد شدن متغیر جنسیت میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/685$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/469$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/460$  به دست آمده است. در گام چهارم با وارد شدن متغیر میزان سن میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/692$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/478$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/468$  به دست آمده است. در گام پنجم با وارد شدن متغیر وضعیت تاهل میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/701$  به دست آمده است.

در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/491$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/479$  به دست آمده است. در گام ششم با وارد شدن هشتمین متغیر وضع فعالیت میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/706$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/499$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/485$  به دست آمده است. در گام هفتم با وارد شدن متغیر میزان وضعیت اقتصادی میزان ضریب همبستگی چندگانه آن (R) با متغیر وابسته  $0/711$  به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با  $R^2 = 0/505$  و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با  $R^2_{Ad} = 0/490$  به دست آمده است.

بر اساس مقادیر Beta - زیرا این مقادیر استاندارد شده و امکان مقایسه و تعیین سهم نسبی هر یک از متغیرها را فراهم می‌سازد - معادله رگرسیون چند متغیره در تحقیق حاضر به این صورت می‌باشد:

گرایش به مهاجرت =  $0/18 -$  (سرمایه اجتماعی)  $+ 0/153$  (میزان تحصیلات)  $+ 0/117$  (جنسیت)  $+ 0/188$  - (سن)  $+ 0/132$  (وضعیت تاهل)  $+ 0/101$  (وضعیت اقتصادی)  $+ 0/098$  (وضع فعالیت)  $+ ei$

### تحلیل مسیر فرایند گرایش به مهاجرت

در تحلیل مسیر اثر کل هر متغیر از دو نوع اثر به وجود می‌آید: اثر مستقیم و اثر غیر مستقیم. در مرتبه اول متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب اثر ( $0/188$ ) بیشترین تأثیر مستقیم را بر روی میزان گرایش به مهاجرت جوانان دارد؛ به این معنا هر چه قدر سرمایه اجتماعی کمتر باشد، گرایش به مهاجرت نیز زیاد می‌شود.

هر یک از متغیرهای میزان تحصیلات، سن و درآمد به ترتیب با ضریب اثر  $0/151$ ،  $-0/186$ ،  $0/100$  به طور مستقیم در گرایش به مهاجرت جوانان تأثیر گذاشتند. متغیرهای جنسیت، وضعیت تاهل و وضع فعالیت نیز به ترتیب با ضریب اثر  $0/115$ ،  $0/133$ ،  $0/102$  به طور مستقیم در گرایش به مهاجرت جوانان موثر بودند. متغیر وضعیت اقتصادی از طریق سرمایه اجتماعی و آرمان‌گرایی توسعه‌ای به طور غیر مستقیم و با ضریب مسیر  $0/002$  در گرایش به مهاجرت جوانان موثر بوده است.

جهت تعیین اثرات غیر مستقیم یا مسیر غیر مستقیم، ضرایبی را که در امتداد آن مسیر قرار گرفته‌اند، در هم ضرب می‌کنیم. در زیر به محاسبه اثرات غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر گرایش به مهاجرت پرداخته شده است.

جدول ۹: اثر مستقیم و غیر مستقیم متغیرها

| اثرکل (ضریب اثر) | نوع اثر        |            | متغیرها        |
|------------------|----------------|------------|----------------|
|                  | اثر غیر مستقیم | اثر مستقیم |                |
| ۰/۲۵۴            | ۰/۰۶۶          | - ۰/۱۸۸    | سرمایه اجتماعی |
| ۰/۱۸۶            | -              | - ۰/۱۸۶    | سن             |
| ۰/۱۵۱            | -              | ۰/۱۵۱      | میزان تحصیلات  |
| ۰/۱۰۲            | ۰/۰۰۲          | ۰/۱۰۰      | درآمد          |
| ۰/۱۳۴            | ۰/۰۰۱          | ۰/۱۳۳      | وضعیت تاهل     |
| ۰/۱۰۲            | -              | ۰/۱۰۲      | وضع فعالیت     |
| ۰/۱۱۵            | -              | ۰/۱۱۵      | جنسیت          |

### بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون مؤید این مطلب است که بین دو متغیر سن و گرایش به مهاجرت رابطه معنادار، اما ضعیف و منفی وجود دارد ( $r = ۰/۱۷۸$ ) با توجه به سطح معناداری به دست آمده که برابر  $۰/۰۰۱$  می باشد، می توان استدلال کرد که رابطه بین دو متغیر، منفی و معکوس است. به عبارتی، مطابق با نتایج به دست آمده می توان چنین عنوان کرد که به هر میزانی که سن افراد بیشتر شود، تأثیری معکوس در گرایش به مهاجرت جوانان دارد. بر این اساس رابطه مذکور بین دو متغیر فوق در سطح حداقل ۹۵ درصد معنادار است.

بین سرمایه اجتماعی و گرایش به مهاجرت جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی به دست آمده برای این متغیر برابر  $۰/۴۴$  - با سطح معنی داری  $P = ۰/۰۰۰$ ، بیانگر رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر مذکور می باشد؛ به این معنا که با افزایش در میزان سرمایه اجتماعی بین افراد، احتمال گرایش به مهاجرت در بین جوانان کاهش می یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد معنی دار است.

بین وضعیت اقتصادی و گرایش به مهاجرت جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. بر این اساس افزایش و کاهش در وضعیت اقتصادی افراد تأثیری در گرایش به مهاجرت تأثیر دارد. ضریب همبستگی به دست آمده برای این متغیر برابر  $۰/۳۴$  با سطح معنی داری  $P = ۰/۰۰۰$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر مذکور می باشد؛ به این معنا که با افزایش در میزان درآمد افراد، احتمال گرایش به مهاجرت در بین جوانان افزایش می یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد معنی دار است.

بین میزان تحصیلات و گرایش به مهاجرت جوانان رابطه معنی داری وجود دارد. بر این اساس افزایش و کاهش در میزان تحصیلات افراد تأثیری در میزان گرایش آن ها به مهاجرت تأثیر دارد. ضریب همبستگی به دست آمده برای این متغیر برابر  $۰/۴۳$  با سطح معنی داری  $P = ۰/۰۰۰$ ، بیانگر رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر مذکور می باشد؛ به این معنا که با افزایش در میزان تحصیلات افراد، احتمال گرایش به مهاجرت در بین جوانان

افزایش می‌یابد. بر این اساس فرضیه مذکور در سطح حداقل ۹۵ درصد معنی‌دار است. بر اساس نتایج، میانگین نمره گرایش در بین زنان و مردان دارای تفاوت معناداری است؛ به طوری که میانگین نمره آرمان‌گرایی توسعه‌ای زنان ۸۰/۲۵ و میانگین نمره مردان ۹۷/۹۲ می‌باشد که مردان دارای نمره میانگین بیشتری نسبت به زنان هستند. این تفاوت مشاهده شده بر اساس آزمون T که برابر ۱۴/۷۹ و سطح معنی‌داری  $Sig=0.000$  معنی‌دار بوده و فرضیه تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، گرایش به مهاجرت بر حسب اینکه جنسیت افراد مرد باشد یا زن، متفاوت است.

در مورد کل افراد نمونه، میانگین نمره گرایش به مهاجرت در بین افراد غیر فعال بیشتر از میانگین نمره افراد فعال می‌باشد؛ به طوری که میانگین نمره آرمان‌گرایی توسعه‌ای افراد غیر فعال ۹۷/۸۲ و میانگین نمره افراد فعال ۷۶/۵۷ می‌باشد و افراد غیر فعال دارای نمره میانگین بیشتری نسبت به افراد فعال هستند. این تفاوت مشاهده شده بر اساس آزمون T برابر ۱۸/۲۷ و سطح معنی‌داری  $Sig=0.000$  معنی‌دار بوده که فرضیه تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، گرایش به مهاجرت بر حسب اینکه افراد فعال باشند یا غیر فعال، متفاوت است.

در مورد کل افراد نمونه، با توجه به مقدار  $F=7/13$  و سطح معناداری  $P>0.05$  می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سه گروه از نظر وضعیت تأهل و گرایش به مهاجرت وجود دارد- بر اساس آمار توصیفی، مجردها بیشتر از افراد متأهل و مطلقه گرایش به مهاجرت داشته‌اند.

نتایج تحلیل نشان می‌دهد کاهش سرمایه اجتماعی باعث افزایش گرایش جوانان به مهاجرت می‌گردد و می‌توان با افزایش سرمایه اجتماعی و افزایش اعتماد اجتماعی از طریق عملکرد مناسب و بر طرف کردن مشکلات ساختاری نظیر بیکاری، مفاسد مالی و اقتصادی و... تمایل به مهاجرت خارج از کشور را کاهش داد.

## پیشنهادهای

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- اقدام برای تسهیل‌گری کنش‌های اجتماعی و رفع تمامی موانع سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جهت هر نوع کنشگری اجتماعی زاینده و مثبت؛
- تقویت جامعه مدنی فعال و سازنده تا نیروهای اجتماعی به ویژه گروه‌های سنی نوجوان و جوان بتوانند در قالب جامعه مدنی به کنشگری بپردازند و زمینه‌های لازم برای تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی فراهم آید؛
- حمایت نهادهای مدنی و رفاهی از افراد و گروه‌های ناتوان جامعه تا از این طریق اعتماد متقابل در سطوح خرد و کلان جامعه ارتقا یابد؛
- تقویت پیوندها و تعاملات در سطوح خرد و کلان اعم از روابط فردی و نهادی. از آن رو که در حال حاضر شاهد نوعی گسست و یا تضعیف در این تعاملات هستیم که مانع بزرگی برای حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود؛
- جلوگیری از بروز هر گونه ناامیدی، دزدگی، از خود بیگانگی و بی تفاوتی اجتماعی که زمینه‌های تضعیف اعتماد اجتماعی را فراهم می‌کند؛

- توزیع درآمد داخلی با انتخاب سیاست‌های عقلایی؛
- رفع تبعیض و تعصب؛
- اطلاع نخبگان از اینکه نظام مدیریت خواهان ماندن آن‌هاست؛
- تسامح فرهنگی؛
- حمایت هرچه بیشتر از جوانان با استعداد به ویژه در اقشار کم درآمد؛
- تقویت حس میهن دوستی در جوانان و نوجوانان در طول تحصیل از طریق ارائه آموزه‌های مناسب غیرشعاری و جذاب؛
- سامان دادن شرایط داخلی و ایجاد فرصت‌های مساوی برای شهروندان؛
- رسیدگی به مسائل خاص استعدادهای درخشان و سرمایه گذاری در این زمینه؛
- کاهش مشکلات اداری و کاغذبازی در تمام سطوح به ویژه در مراکز پژوهشی و دادن امکانات پژوهش مشخص و مستقل به جوانان علاقه مند.

## منابع

- بیبی، ارل. (۱۳۸۱). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (نظری - عملی). رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت
- بلند همتیان، کیوان و محمدی، شیرکوه. (۱۳۹۴). «چرایی خوداری نخبگان از مهاجرت بازنمایی هویت استادی». راهبرد فرهنگ. شماره ۳۱، ۱۲۷-۱۵۳.
- حکیم زاده، رضوان؛ طلایی، ابراهیم و جوانک، ماندانا. (۱۳۹۲). «تأثیر عوامل آموزشی، اجتماعی و فرهنگی بر تمایل به مهاجرت از کشور در دانشجویان دانشگاه تهران». فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. شماره ۶۹، صص ۸۱-۱۰۲.
- دواس، دی ای. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. هوشنگ ناییبی. تهران: نشر نی
- زنجانی، حبیب اله. (۱۳۸۰). مهاجرت. تهران: سمت
- رستم علی زاده، ولی اله و حسینی، قربان. (۱۳۹۴). «مروری بر جریان‌های وجوه ارسالی مهاجران فراملی در جهان، با تأکید بر مهاجران ایرانی». فصلنامه جمعیت. سال بیست و دوم، شماره ۹۱ و ۹۲، ۱۱۳-۱۳۶.
- سرمد، زهره؛ بازگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۹۸). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه
- سلیمانی، حنظلّه و عرب یارمحمدی، جواد. (۱۳۹۷). گرمای مفرط و مهاجرت. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی
- شارع پور، محمود. (۱۳۸۰). «فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن». نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران. شماره ۳، ۱۰۱-۱۱۲.
- شهریاری پور، رضا؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ محمدی فر، محمد علی و کیانی، کوروش. (۱۳۹۵). «پیش بینی گرایش به مهاجرت دانشجویان نخبه از کشور بر اساس تأثیر میزان رضایت و نگرش آنان نسبت به تصویر و جو دانشگاه». فصلنامه علمی پژوهشی آموزش عالی ایران. سال هشتم، شماره سوم.
- صادقی، رسول و سید حسینی، سیده متین. (۱۳۹۷). «میزان تمایل جوانان به مهاجرت بین المللی و عوامل تعیین کننده آن در شهر تهران». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۸، شماره ۴۳، صفحه ۲۷-۵۲.
- صادقی، رسول؛ غفاری، غلامرضا و رضایی، مریم. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تمایل به مهاجرت از ایران». دوفصلنامه مطالعات جمعیتی. دوره ۴، شماره ۲، صص ۸۳-۱۰۸.
- طایفی، علی. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی فرار مغزها. کلن (آلمان): نشر فروغ
- عبدالله پور، شهین. (۱۳۹۵). «نقش مهاجرت در شکل‌گیری سرمایه انسانی و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران)». پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته علوم اقتصادی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- علوم، ابراهیم. (۱۳۹۸). «جهانی شدن، مهاجرت‌های بین المللی و زبان‌ها سیاست». مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دوره ۴۹، ش ۱، صص ۱۴۷-۱۶۵.
- غفوری، علی و حمید اکبری (۱۳۷۸). «مهاجرت نخبگان تأثیرات، علل و راهکارها». مجله طب تزکیه، شماره ۳۵ تهران
- قاضی طباطبایی، محمود (۱۳۸۳)، تکنیک‌های خاص تحقیق. تهران: انتشارات پیام نور
- گوردن، دیلو، آپسورت. (۱۳۷۱). روان‌شناسی اجتماعی از آغاز تا کنون. محمد تقی منش طوسی. مشهد: انتشارات آستان قدس

- محسنی تبریزی، علی رضا و عدل، ماندانا. (۱۳۸۶). «بررسی عوامل روان شناختی اجتماعی مؤثر بر تمایل اعضا هیئت علمی دانشگاه‌های شهر تهران به مهاجرت به خارج». فصلنامه انجمن جمعیت شناسی ایران. ش ۴.
- موسوی راد، سید حامد و قدسیان، حسین. (۱۳۹۴). «تحلیل مهاجرت نخبگان و تاثیر سیاست‌های بازدارنده با استفاده از پویایی‌های سیستم». پژوهش‌های مدیریت راهبردی. سال بیست و یکم، شماره ۵۹.
- وثوقی، منصور و حجتی، مجید. (۱۳۹۱). «مهاجرت بین الملل، مشارکت کنندگان در توسعه زادگاهی». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال چهارم، شماره دوم.
- Back, M. and H.S. Christensen. (2016). **“When Trust Matters – A Multilevel Analysis of the Effect of Generalized Trust on Political Participation in 25 European Democracies”**. Journal of Civil Society, Vo1.12, Pp.197-178.
- Bonisch P., L. Schneider and W. HyII. (2013). **“Social Capital and Migration Preferences: An Empirical Analysis for the Case of the Reunified Germany”**. GRINCOH Working Paper Series.NO.4.03.2.
- Crisp, J. (2003). **“A New Asylum Paradigm? Globalization, Migration and the Uncertain Future of the International Refugee Regime, New Issues in Refugee Research”**. Working Paper, No. 107. (Geneva: UNHCR).
- Hakimzadeh, sh. (2006). **“Avast Diaspora Abroad and Million of Refugees at Home”**.
- Herreros. F. and H. Criado. (2009). **“Social Trust. Social Capital and Perceptions of Immigration”**. Political Studies, 355-337:(2)57.
- Moghaddas, A a. (2003). **“The Immigrants Social Mobility and Income Attainment: The Case of Iranians in Australia”**. Shiraz University.
- Marshall, Gordon. (1999). **Oxford Concise Dictionary of Sociology**. New York: Oxford University Press
- Neuman, W. L. (1999). **Social Research Method**. London: Allyn and Bacon
- Massey, D., j. Arango. G. Hugo, A. kouaouci, A. Pellegrino and j. Edward Taylor. (1993). **“Theories af International Migration: A Review and Appraisal”**. Population and Development Review. 466-431:(3)19.
- Massey, D. (1990). **“Social Structure, household strategies, and the cumulative causation in migration”**. population Index 26-3 :(1)56.
- Rothstein.B., and e. Uslaner. (2005). **“All for One: Equality, Corruption. And Social Trust”**. World Politics, 72-41:(1)58.
- Sipinen.j. and M. Back. (2016). **“Generalised Trust and Perceptions of Immigration in Europe”**. Eyropean Consortium fro Political Research Conference. Pargue.
- Wind, J. D. & Holdaway, J. (2005). **“Internal and International Migration in Economic**

**Development?** Department of Economic and Social Affairs, United Nations Secretariat  
New York.

- Uslaner, E. (2002). **The moral Foundations of Trust**. Cambridge University Press

## مطالعه کیفی در ذهنیت جوانان از آینده با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علی

محسن طاهری دمنه<sup>۱</sup>

علی ذاکری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۶/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۷/۲۰

آینده قابل پیش بینی نیست، اما مطالعه ذهنیت افراد نسبت به آینده امکان پذیر است. ذهنیت فرد نسبت به آینده خودش و آینده جامعه، مبنای تصمیم گیری اوست و از این جهت بررسی نظام مند تصاویر ذهنی از آینده به خصوص در میان جوانان که مالکان اصلی آینده هستند، موضوع مهمی است. در این راستا، پژوهش حاضر به عنوان یک پژوهش بنیادی که در سنت پژوهش های کیفی انجام شده است، به بررسی تصاویر آینده جامعه ایرانی در ذهن جوانان تحصیل کرده کشور پرداخته است. داده های تحقیق با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختاریافته جمع آوری و با استفاده از روش های تحلیل مضمون و تحلیل لایه ای علی تحلیل شده اند. نتایج پژوهش نشان می دهد که تصاویر آینده در بین مشارکت کنندگان، از هفت مضمون اصلی ساخته شده اند که به ترتیب عبارت اند از: ۱. وزن زمان حال؛ ۲. حسرت ها، عجزها و نداشته ها؛ ۳. فهم آینده؛ ۴. سایه جامعه؛ ۵. در راهی که دیگران قدم گذاشته اند؛ ۶. آثار تاریخی به جای مانده از گذشته؛ ۷. حدس هایی درباره آینده. برای فهم عمیق تر ذهنیت مشارکت کنندگان با استفاده از روش تحلیل لایه ای علی، در هر لایه بنابر ماهیت همان لایه، مضامین اصلی و فرعی بازخوانی شدند و گزاره های اصلی آنها به دست آمد. نتایج پایانی نشان داد که ذهنیت جوانان از آینده، مقوله ای پیچیده و چند بعدی است و برای اثرگذاری بر روی آن نیاز به برنامه ریزی منسجم و کار فرهنگی عمیق است.

**واژگان کلیدی:** جوانان، آینده پژوهی، تصاویر آینده، پژوهش کیفی و تحلیل لایه ای علی

۱. دکترای آینده پژوهی، استادیار، گروه آینده پژوهی، دانشکده علوم و فناوری های نوین، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: M.taheri@ast.ui.ac.ir

۲. دکترای آینده پژوهی، استادیار، گروه آینده پژوهی، دانشکده علوم و فناوری های نوین، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## مقدمه

بخش زیادی از آنچه جوانان از آینده فهم می‌کنند، ریشه در تصاویر ذهنی آن‌ها از آینده دارد. در نتیجه، تصاویر آینده می‌توانند بر زندگی و سرنوشت آن‌ها تأثیر بگذارند. آینده واقعی، وقتی که سرانجام به حقیقت پیوندد، از عناصری که در انتظارات قبلی ما وجود داشته‌اند، تشکیل شده است. می‌توان آینده را به عنوان تجسم نتایج کنش‌ها و انتخاب‌های حال ما دید، اما باید اذعان داشت که رفتار کنونی ما که آینده را شکل می‌دهند، خود متأثر از تصاویر ساخته شده در ذهن ما از آینده‌اند. بنابراین، اهمیت تصاویر و ذهنیت افراد و اجتماعات نسبت به آینده، همسنگ اقدامات کنونی آن‌هاست.

باور به این عقیده که تصاویر آینده به شکل‌گیری اقدامات تاریخی افراد کمک کرده‌اند، یک وجه نظری در مطالعات آینده است. به تعبیر روشن‌تر، افراد یا تلاش می‌کنند خود را با آنچه گمان می‌کنند روی خواهد داد، سازگار کنند یا به گونه‌ای رفتار می‌نمایند که آینده دلخواه خود را بسازند. از این رو، هدف اصلی پژوهش حاضر تحلیل عمیق تصاویر آینده در ذهن جوانان با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علی است.

به زعم بل<sup>۱</sup>، مهمترین و بنیادی‌ترین پرسش‌های پژوهشی آینده پژوهان، مواردی این چنینی‌اند: تصویرهای آینده چه ماهیتی دارند؟ علل پیدایش آن‌ها چیست؟ و هر یک، چه پیامدهایی دارند؟ (بل، ۱۳۹۲، ص. ۱۷۳). پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ‌های موجه به سوالات بالا در مورد جامعه ایران است.

## مبانی نظری پژوهش

نیاز و تمایل به درک و شناخت آینده، یکی از ویژگی‌های متمایز انسان‌ها است. (Rubin, 2013) برنامه‌ریزی و تعیین هدف بدون داشتن چشم انداز از آینده امکان پذیر نیست. (Slaughter, 1991) بولدینگ<sup>۲</sup> (۱۹۵۶) معتقد است خلاصه وضعیت بشر حاصل تمامی تجربیات انسان از گذشته تا اکنون است، اما تصمیمات انسان به آینده مربوط می‌شود. بنابراین تصویری که انسان نسبت به آینده دارد، عاملی کلیدی برای تصمیم‌گیری‌های اوست. همان گونه که ژوونل<sup>۳</sup> (۱۹۶۷) بیان می‌کند، بخشی از آینده قابل کنترل است و انسان می‌تواند بر روی آن تأثیرگذار باشد و انسان آگاه و صاحب قدرت می‌تواند آن آینده را از طریق اقدام‌های خود بسازد. آینده توسط مقاصد<sup>۴</sup> و اقدامات افراد ساخته می‌شود. (Ono, 2005) از نظر دی‌تور<sup>۵</sup> (۲۰۱۴) نیز آینده از برهم کنش چهار مولفه رویدادها<sup>۶</sup>، روندها<sup>۷</sup>، تصاویر<sup>۸</sup> و اقدام‌ها<sup>۹</sup> پدید می‌آید. بنابراین افراد در طراحی و انتخاب مسیرهای پیش رو نه تنها به بررسی و ارزیابی اتفاقات و رویدادهای گذشته، بلکه به بررسی آن چیزی که احتمال دارد در آینده اتفاق بیفتد، می‌پردازند. این احتمالات همان تصاویر آینده هستند. (Ono, 2003) تصاویر آینده، حق انتخاب‌ها

1. Wendell Bell
2. Boulding
3. Bertrand de Jouvenel
4. intention
5. Jim Dator
6. Events
7. Trends
8. Images
9. Actions

و احتمالاتی را ارائه می دهند که می توانیم از بین آنها انتخاب کنیم یا در مورد آنها به بحث و تبادل نظر بپردازیم. (Slaughter, 1991) این تصاویر یک خودآگاهی جمعی فراهم می آورد که به انسان کمک می کند، رفتار، هویت و تصمیم های خود را شکل دهد (Taheri Demneh & Morgan, 2018). پولاک<sup>۱</sup> (۱۹۷۱) به عنوان یک ایده آل گرای تاریخی مدعی است که «ایده یا اندیشه» بخصوص اندیشه های معطوف به آینده، محرک های اصلی تاریخ هستند که نوع بشر را به قلمروی جدیدی هدایت می کنند. از این رو، تصاویر آینده جایگاه قابل توجهی در حوزه آینده پژوهی به خود اختصاص داده است. آینده پژوهان بر این باورند که تصاویر آینده به شکل گیری اقدامات تاریخی افراد کمک می کنند. افراد یا تلاش می کنند خود را با آنچه گمان می کنند روی خواهد داد، سازگار کنند یا به گونه ای رفتار می کنند که آینده دلخواه خود را بسازند. (Bell, 1997) بر اساس نظر دیتور، آینده پژوهی درصدد کمک به افراد است تا اقدام های کنونی خود را از حد کوشش های صرفا منفعلانه فراتر برده و بکوشند تا آینده را پیش بینی و سپس بر اساس پیش بینی ها طرح های عملی خود را به اجرا درآورند. بنابراین، تصاویر آینده در سطح فردی می تواند حس درک و کنترل آینده را برای افراد فراهم آورد و به عنوان بخش مهم و تاثیرگذار سیستم باور آنها عمل نماید. (Son, 2013) در سطح اجتماعی نیز ویژگی و کیفیت تصاویر حاکم بر ذهنیت انسان های یک جامعه نسبت به آینده آن جامعه، مهم ترین عامل پیشرفت و تحول آن جامعه است. (Boulding, 1956) زمانی که تصویری مثبت و آرمان گرایانه از آینده وجود داشته باشد، قدرت تغییر در جامعه ایجاد خواهد شد، چرا که افراد به این باور می رسند که آینده ای بهتر از گذشته و حال وجود دارد که آنها قادر هستند به آن دست یابند. (Bell, 1997) طبق نظر پولاک، رابطه نزدیکی بین تصاویر آینده و شکوفایی فرهنگی وجود دارد. زمانی که جامعه ای تصاویر منفی از آینده دارد، فرهنگ آن فرومی پاشد، اما تصاویر مثبت از آینده، نگرش های افراد جامعه را به سمت آینده جلب نموده و اقدامات آنها برای تاثیرگذاری بر آینده و به واقعیت تبدیل نمودن آن را هدایت می کند. (Son, 2013) بنابراین می توان ادعا کرد که فهم تغییرات اجتماعی مستلزم درک تصاویر آینده به عنوان نقشه های راه در دسترس و چگونگی انتخاب این تصاویر توسط افراد است. (Aligica, 2011) از آنجا که قشر جوان هر جامعه نیروی محرکه آن جامعه محسوب می شود و آینده آن جامعه به آنها بستگی دارد، بررسی و درک تصاویر آنها از آینده پیش رو می تواند به تحلیل جامعه و سیاستگذاری کلان در سطح جامعه کمک شایانی نماید، چرا که تصاویر آینده به عنوان ارزش های درونی انتظارات، معنایی قوی برای جوانان در آمادگی آنها برای رو به روشدن با فضای احتمالات آینده، درک آن ها از اهداف و در انتخاب ابزار برای دستیابی به این اهداف دارد. در واقعیت در حال تغییر امروز، برای جوانان گزینش ابزارهای مفید و منطقی که با آن به هدف خود نائل شوند، آسان نیست. این موضوع بر اهمیت درک تصاویر جوانان از آینده و استنباط آن تصاویر تاکید می کند تا بتوان آن ها را تحلیل و اگر لازم شد، اصلاح کرد. (Rubin, 2013) فهم تصاویر آینده مرتبط با جوانان نه تنها منجر به شناخت بهتر آینده های محتمل مربوط به آنها می شود، بلکه اطلاعات قابل توجهی در مورد انگیزه های فعلی، تصمیمات و انتخاب های آنها به دست می دهد. (Kaboli & Tapio, 2017) مطابق آنچه گفته شد هدف از این پژوهش، بررسی تصاویر آینده در ذهن جوانان ایرانی و درک این تصاویر است، چرا که شناخت این تصاویر به آینده پژوهان این امکان را می دهد که در صورت نیاز برای تغییر یا اصلاح آن ها به سمتی دیگر، رهنمودهای لازم را ارائه دهند.

## پیشینه پژوهش

رضایان قیه‌باشی و کاظمی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای به بررسی تصویرپردازی و کلان تصاویر آینده سیاست جهانی پرداختند و هشت کلان تصویر ارائه شده برای آینده جهان، آثار، پیامدها و نقدهای وارد شده بر آنها را بررسی نمودند. دنیای بدون مرز، دنیای سراسر دموکراسی، تضاد و جنگ تمدن‌ها، قرن چینی، رشد جامعه بین‌الملل، ترقی و پیشرفت بخش‌های جنوبی جهان، فاجعه زیست محیطی و در نهایت به سوی دموکراسی جهان وطنی، هشت کلان تصویر مطرح برای آینده جهان هستند که در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفتند.

طاهری دمنه و همکاران در مقاله‌ای به بررسی نقش تصاویر آینده در فرایند ساخت هویت اجتماعی پرداخته‌اند. در این مقاله خوانش جدیدی از مفهوم هویت با عنوان هویت مقصد معرفی شده است. هویت مقصد به عنوان هویتی که بر اساس تصاویر مشترک از آینده ایجاد می‌شود، معرفی شده و تاکید شده است که برای ساختن این هویت به مشارکت حداکثری آحاد جامعه نیاز است. (طاهری دمنه و همکاران، ۱۳۹۴)

طاهری دمنه در مقاله‌ای دیگر به بررسی بن‌مایه‌های سازنده تصاویر آینده پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ماهیت اکثر بن‌مایه‌های سازنده تصاویر آینده ناظر بر این فرضیات است که تصاویر آینده ارتباط عمیقی با تجربه زیست مشارکت‌کنندگان در گذشته و حال داشته و آن‌ها توانایی کمی برای رویکردی از یک آینده مطلوب و ایجاد گسست در وضعیت موجود و حرکت به سمت یک آینده مطلوب دارند. (طاهری دمنه، ۱۳۹۷)

در میان محققان خارجی، فردال پولاک را می‌توان اولین نفری دانست که در دوران معاصر درباره تصویرسازی آینده به انتشار دیدگاه‌های خود پرداخته است. او معتقد است تمدن امروزی بشر به جای حرکت کردن، از ترس منفعل شده و توانمندی خود را برای ترسیم آینده به واسطه نوعی بدبینی گسترده نسبت به آن از دست داده است. از نظر پولاک تمدن این عصر، عملاً هیچ چشم‌انداز چالش‌برانگیزی فراتر از ثروت و قدرت فناوری ندارد. پولاک معتقد است که تنها نقطه امید برای احیای این تمدن، گسترش افق‌های فکری جدیدتر در جامعه و تلاش برای شکل دادن به یک جامعه بهتر است. (پولاک، ۱۹۷۳)

اُنو در پژوهشی به بررسی تفاوت میان جوانان آمریکایی و تایوانی از منظر تصاویر آینده می‌پردازد. او با اذعان به اهمیت مسئله شناخت ذهنیت جوانان به عنوان آینده‌سازان جامعه و بررسی عوامل موثر بر ساخت این ذهنیت‌ها، این تصاویر را از جهات گوناگون بررسی می‌کند و رابطه بین تصاویر آینده و برداشت از زمان حال و نیز ارزش‌های نهفته در این تصاویر را مورد مذاقه قرار می‌دهد. (اُنو، ۲۰۰۳)

اُنو در مقاله‌ای دیگر که در نشریه «آینده پژوهی» به چاپ رسیده است، ضمن بررسی شاخصه‌های اجتماعی تاثیرگذار بر روی تصاویر آینده در بین جوانان ژاپنی، بر آن است که خانواده، بازار، مدرسه و جامعه هر کدام تاثیر ویژه‌ای بر آینده دارند. او در این مقاله، کمابیش از روش تحلیل لایه‌ای علی به منظور بررسی تصاویر آینده استفاده می‌کند. در سطح لیتانی این تحلیل، سه مورد مشخص وجود دارد: تلاش کم در راستای ساختن آینده، عدم شناخت خود و دانش کم درباره جامعه. (اُنو، ۲۰۰۵) در نهایت برخی نتایج مطالعه اُنو با نتایج مطالعه حاضر همخوانی داشتند.

ویونلر<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «فراتر از مناقشات اجتماعی و اقتصادی: تصاویر اسطوره‌ای از آینده شهرها» به بررسی جایگاه تصاویر آینده در مقولات مربوط به شهر، شهرسازی و معماری پرداخته است و توانایی بشر در توسعه تصاویر آینده شهرها را عمدتاً وابسته به سواد بصری<sup>۲</sup> آنها می‌داند. او با به کارگیری مفاهیم تصاویر، کهن الگوها، اسطوره‌ها و آینده‌های بدیل، چهار سناریوی محتمل را برای شهرها استخراج می‌کند.

دنيس مورگان<sup>۳</sup> به عنوان یکی از کسانی که تحقیقات زیادی در زمینه تصویرسازی آینده انجام داده است، در مقاله‌ای تأثیرگذار و خواندنی، با تأثیرپذیری از تحقیقات گلن پیج<sup>۴</sup> در مورد امکان پذیری تحقق جهان بدون جنگ یا به طور کلی جهان بدون خشونت، با بررسی تاریخ، باستان شناسی و شواهد انسان شناسی، بروز جنگ را یکی از الزامات تمدن‌ها دانسته و معتقد است در عصر مدرن با دستیابی بشر به سلاح‌های مرگبارتر و ویران کننده‌تر، همان الگو تشدید شده است. با وجود این، او به دنبال این سوال است که آیا تمدن‌های مدرن و به دنبال آن پست مدرن، می‌توانند تصاویر مربوط به آینده بدون جنگ را محقق سازند؟ او در پاسخ به این سوال، نقش تفکر پست مدرن را برجسته می‌کند و راه رسیدن به آینده بدون خشونت را در ترویج این فکر می‌داند که باید پارادایم یا انگاره ذهنی امپراتوری جهانی<sup>۵</sup>، به انگاره ذهنی انجمن زمین<sup>۶</sup> تبدیل شود. (مورگان، ۲۰۱۲)

هافمن (۲۰۱۲) به واکاوی تصاویر آینده کشور چین با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علی می‌پردازد. در این مطالعه با تکیه بر تصویرپردازی در فضای روابط بین الملل، بر روی دو تئوری «خطر چین» و «رشد صلح آمیز» تمرکز و نشان داده شده که هر دو تئوری در مسیر خود حامل مشکلاتی هستند. هافمن پیشنهاد می‌کند که برای بررسی دقیق‌تر آینده چین به استفاده از ابزارهای پیچیده‌تری نیاز است و بدین منظور روش تحلیل لایه‌ای علی را به کار می‌گیرد. او با استفاده از روش تحلیل لایه‌ای علی هر دو تئوری را تجزیه و تحلیل می‌کند و در هر چهار لایه این روش، عناصر اصلی را استخراج می‌نماید.

سون (۲۰۱۳) در مقاله‌ای به بررسی تصاویر آینده در کره جنوبی می‌پردازد. او دوره مورد مطالعه خود را به دو دوره پیشامدرن و مدرن تقسیم کرده و معتقد است که در دوره پیشامدرن تصاویر آینده عمدتاً متأثر از فرهنگ کنفوسیوسی و دوران طلایی چین باستان است. در حالی که در دوران مدرن، پنج تصویر شاخص از آینده برای کره جنوبی وجود دارد: ۱- تبدیل شدن به یک کشور پیشرفته و توسعه یافته؛ ۲- مباحث آخرالزمانی؛ ۳- یکپارچگی و انسجام ملی؛ ۴- جامعه پیشرفته اطلاعاتی؛ ۵- چشم انداز فمینیستی.

مورگان در مقاله اخیر خود که در نشریه فیوچرز به چاپ رسیده است، به دیالکتیک بین تصاویر آینده و ایده پیشرفت می‌پردازد. مورگان در این مقاله نظرات پولاک، مانهایم و پوپر را مورد مذاقه قرار می‌دهد و ضمن بیان تاریخچه و پیشینه این نظریات، نقاط ضعف آنها را بر می‌شمارد و در نهایت یک تصویر نو برای دوران جدید ارائه می‌دهد. این تصویر، «توسعه پایدار جهانی» نام گرفته است. از نظر مورگان، این تصویر با شرایط و

1. Cynthia Frewen Wuellner

۲. سواد بصری به معنای فهمیدن معنای تصویر، یکی از مهارت‌های مهم انسانی در فهم و ترجمه تصویر است. البته این درک عموماً از نوع آگاهانه است و گونه‌های مختلف بازنمایی تصویری و قواعد بصری برای درک عملکرد و معنی آنها، در حیطه دانش سواد بصری قرار می‌گیرد.

3. Dennis Ray Morgan

4. Glenn Paige

5. Global Empire

6. Earth Community

ویژگی‌های دنیای جدید همخوانی دارد. (مورگان، ۲۰۱۵)  
کابلی و تاپو (۲۰۱۷) به بررسی عناصر سازنده تصاویر آینده در ذهن گروهی از دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد در فنلاند پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که جوانان تمایل دارند آینده را در چارچوب وضعیت زمان حال تحلیل کنند.

### روش‌شناسی پژوهش

از منظر هدف، پژوهش حاضر یک پژوهش بنیادی است و از آنجایی که در حوزه علوم اجتماعی انجام می‌شود، باید روشی متناسب با این حوزه اتخاذ کرد. آنچه متناسب با طرح مسئله این تحقیق است، روش کیفی می‌باشد. موضوع پژوهش کیفی می‌تواند زندگی اشخاص، تجربه‌های زندگی، رفتارها، هیجان‌ها، احساس‌ها و نیز کارهای سازمانی، جنبش‌های اجتماعی، پدیده‌های اجتماعی و تعاملات میان ملت‌ها باشد. (استراوس و کرین<sup>۱</sup>، ۱۳۹۴)

روش اصلی تجزیه و تحلیل در تحقیق حاضر، روش تحلیل لایه‌ای علی<sup>۲</sup> است. تحلیل لایه‌ای علی یک روش و نظریه تحقیقاتی جدید است که به دنبال ترکیب و یکپارچه‌سازی دیدگاه‌های تجربی، تعبیری، انتقادی و یادگیری حین عمل است. کاربرد آن به عنوان یک روش به معنای پیش‌بینی<sup>۳</sup> آینده نیست، بلکه به معنای ایجاد فضاهای متحول‌ساز برای خلق آینده‌های بدیل<sup>۴</sup> است و احتمالاً در توسعه یک سیاست مؤثرتر، عمیق‌تر، جامع‌تر و بلندمدت‌تر مفید است. تحلیل لایه‌ای علی شامل چهار سطح است: لیتانی<sup>۵</sup>، علل اجتماعی، گفتمان/جهان‌بینی و اسطوره/استعاره.

سطح نخست یعنی لیتانی، دیدگاه بدون پرسش و معمول واقعیت است. سطح دوم، سطح علت‌های اجتماعی و دورنمای نظام‌مند است. داده‌ها و اطلاعات لیتانی در سطح دوم شرح داده می‌شوند و مورد پرسش قرار می‌گیرند. سطح سوم، گفتمان یا جهان‌بینی است. در این سطح فرض‌های عمیق‌تر، استدلال‌ات، جهان‌بینی و ایدئولوژی مشخص می‌شوند. در این سطح می‌توان به اکتشاف این امر پرداخت که چگونه ذینفعان مختلف، لیتانی و نظام را می‌سازند. سطح چهارم، سطح اسطوره و استعاره‌هاست که ابعاد احساسی ناخودآگاه را بیان می‌دارد. چالش فراروی تحلیل لایه‌ای علی، پژوهش و حرکت در این لایه‌های تحلیل و در نتیجه در برگرفتن شیوه‌های مختلف دانستن است. انجام این کار منجر به خلق آینده‌های بدیل معتبر می‌شود. روش تحلیل لایه‌ای علی با طرح پرسش از آینده آغاز می‌شود و با همین پرسش خاتمه می‌یابد. (عنایت‌الله، ۲۰۰۷)

1. Anselm L. Strauss and Juliet M. Corbin  
2. Casual Layered Analysis (CLA)  
3. Predicting  
4. Alternative futures  
5. Litany



نمودار ۱: چارچوب تحلیل لایه‌ای علی (عنایت‌الله، ۲۰۰۷)

گفتنی است که تحلیل لایه‌ای علی در اینجا یک چارچوب کلی برای نظم دادن به روند مطالعه و در نهایت عمق بخشیدن به فرایند تحلیل داده‌های خام است، اما مرحله نخست تحلیل داده‌های خام، با استفاده از روش تحلیل مضمون (تحلیل تم)<sup>۱</sup> صورت گرفت. استفاده از مطالعات کیفی به ویژه روش تحلیل تم، زمانی ضرورت پیدا می‌کند که اطلاعات اندکی در مورد پدیده مورد مطالعه وجود داشته باشد و یا در مطالعات و تحقیقات انجام شده پیرامون موضوع مورد نظر، فقدان یک چارچوب نظری که به صورتی جامع به تبیین موضوع بپردازد، مشهود باشد. علی‌رغم مطالعات و تحقیقات قابل قبول در حوزه تصاویر آینده، پژوهش‌های اندک و پراکنده‌ای در مورد عوامل شکل دهنده به تصاویر انجام شده است. لذا نبود یک چارچوب نظری جامع، محققان پژوهش حاضر را بر آن داشت تا یک چارچوب نظری متناسب با فرهنگ ایران را توسعه دهند. همچنین، ابزار جمع‌آوری داده در این پژوهش مصاحبه است. با توجه به نوین بودن تحقیقات درباره تصاویر آینده در ایران، تصمیم گرفته شد که در این تحقیق از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با تأکید بر رویکرد اکتشافی استفاده شود. مشارکت کنندگان در این پژوهش، دانشجویان تحصیلات تکمیلی بودند که با آنها مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام شد. در نهایت پس از هفده مصاحبه، جمع‌آوری داده‌ها به مرحله اشباع نظری رسید. مصاحبه شامل سوالاتی درباره ترس‌های آینده، دغدغه‌های فرزندآوری و آموزش به آنها، سبک زندگی، شغل و درآمد، آرزوها، توانایی تاثیرگذاری بر آینده، آرمان شهرگرایی و انتظار بهترین و بدترین اتفاق در آینده می‌شد.

### یافته‌های پژوهش

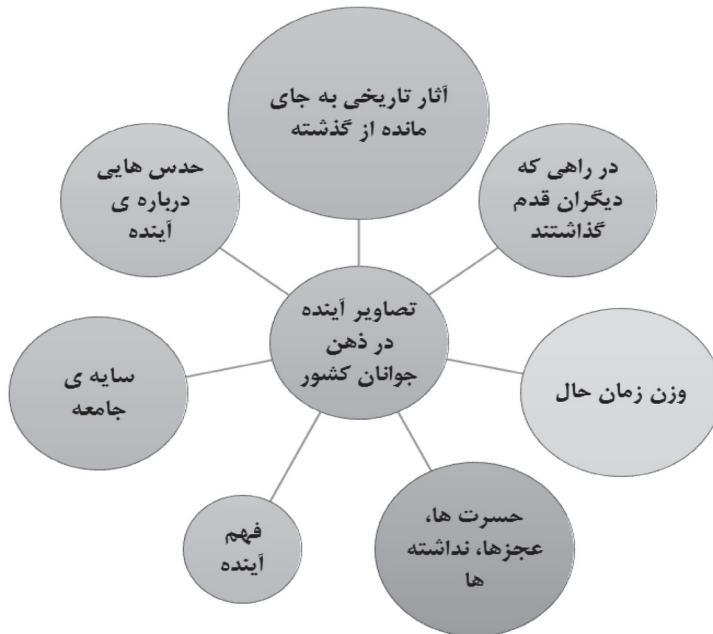
در جدول ۱ نتایج حاصل از انجام تحلیل تم آمده است. هر کدام از مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و کدهای اولیه از آن‌ها استخراج گردید. گاهی برای انتقال بهتر موضوع، کدهای اولیه به صورت استعاری بیان شده‌اند. در نهایت ۳۰ تم فرعی شناسایی شده در قالب ۷ تم اصلی باز آرای شدند.

جدول ۱: مضامین اصلی و فرعی حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها<sup>۱</sup>

| ردیف | دورنمایه (تم اصلی)                | طبقات (تم فرعی)                |
|------|-----------------------------------|--------------------------------|
| ۱    | آثار تاریخی به جای مانده از گذشته | گذشته راه آینده است            |
|      |                                   | همینی که هست                   |
|      |                                   | مثل مادرم برای فرزندم          |
|      |                                   | پاییند به خانواده              |
|      |                                   | اصولی پایدار با جزئیاتی متفاوت |
| ۲    | در راهی که دیگران قدم گذاشتند     | تحصیل و باز هم تحصیل           |
|      |                                   | کارخانه یا دانشگاه             |
|      |                                   | مهاجرت                         |
| ۳    | وزن زمان حال                      | عصر اسطوره‌های ورزشی           |
|      |                                   | نگرانی در مورد محیط زیست       |
|      |                                   | قدرت در سیاست                  |
|      |                                   | زنان روی نیمکت جلو             |
|      |                                   | اقتصاد راه خود را می‌رود       |
|      |                                   | اقتصاددانان همه چیز دان        |
|      |                                   | همه نگرانند                    |
| ۴    | حسرت‌ها، عجزها و نداشته‌ها        | آرامش، سلسله‌ای از روزهای خوش  |
|      |                                   | جامعه هپی                      |
|      |                                   | وطنم؛ پاره تنم                 |
|      |                                   | معمولی‌های قهرمان              |
|      |                                   | ترس‌ها = از دست دادن‌ها        |
|      |                                   | من مهم هستم، نه دیگران         |
|      |                                   | فصل آخر کمی تأمل               |
| ۵    | سایه جامعه                        | همه برابرند، جامعه برابرتر     |
|      |                                   | تشکیل خانواده                  |
| ۶    | حدس‌هایی درباره آینده             | احساس فناوری                   |
|      |                                   | مفهوم علم و دانشگاه            |
|      |                                   | لا اکراه فی اعتقادات           |
|      |                                   | خانواده نه خوابگاه             |
|      |                                   | آینده ساختنی است               |
| ۷    | فهم آینده                         | نزدیک نه، ولی خیلی دور         |

۱. این لفظ از آن جهت انتخاب شد که به دلیل کاربرد زیاد در رسانه‌ها، به گوش‌آشناست و تداعی‌کننده مفهومی است که مدنظر محقق می‌باشد.

نتایج نهایی حاصل از تحلیل مضمون در شکل ۱ آمده است.



شکل ۱: تم‌های اصلی سازنده تصاویر جوانان از آینده

اولین تم اصلی «آثار تاریخی به جای مانده از گذشته» نام گرفت. این تم از پنج تم فرعی ساخته شده است که عمده ترین آنها تم فرعی «گذشته راه آینده است» می باشد. همان طور که ملاحظه می شود تمامی تم های فرعی سازنده این تم، تصاویر آینده را به گونه ای به گذشته پیوند می دهند. به عبارت دیگر، این تم مشخص کننده نقش گذشته در ساخت تصاویر آینده است. دومین تم اصلی، «در راهی که دیگران قدم گذاشتند» نام گرفت. این تم از سه تم فرعی با نام های «تحصیل و باز هم تحصیل»، «کارخانه یا دانشگاه» و «مهاجرت» تشکیل شده است. وجه تشابه تم های فرعی در اینجا سهم همسالان است. در واقع، ادامه تحصیل، مهاجرت و کار در کارخانه یا دانشگاه، بیشتر از آن که یک نیاز درونی یا یک فشار بیرونی بر فرد باشند، جنبه تقلید و عقب نماندن از قافله را دارند. سومین تم اصلی، «وزن زمان حال» نام گرفت. هفت تم فرعی تشکیل دهنده این تم همگی به نوعی تصاویر آینده را به مسائل جاری در زمان حال ارجاع می دهند. چهارمین تم اصلی، «حسرت ها، عجزها و نداشته ها» نام گرفت. این تم اصلی از هفت تم فرعی ساخته شده است. ماهیت این تم بیشتر مربوط به شخصیت افراد است. به عبارت دیگر، تفسیر این تم و تم های فرعی سازنده آن بیشتر مربوط به حوزه روانشناسی است. حسرت رسیدن به روزهای خوش و آرام، حسرت و ناتوانی در رسیدن به یک جامعه شاد، ترس از دست دادن عزیزان در حالی که نمی توان برای آنها کاری کرد و موارد دیگر، از این دست هستند. در این تم، تصاویر آینده بیشتر از آن که جولانگاه رسیدن به چیزهای نو و بدیع باشد، محلی برای جبران نداشته ها و جلوگیری از وقوع حوادث بد هستند.

پنجمین تم اصلی، «سایه جامعه» نام گرفت. این تم اصلی از دو تم فرعی «همه برابرند، جامعه برابرتر» و «تشکیل خانواده» ساخته شده است. این تم نشان دهنده نقش جامعه در ساخت تصاویر آینده است. ششمین تم اصلی، «حدس‌هایی درباره آینده» نام گرفت. بر خلاف تم‌های اصلی که تاکنون بررسی شد، این تم به عنوان یکی از تم‌های سازنده تصاویر آینده، خود حامل مسائلی درباره آینده است. به عبارت دیگر، در اینجا گزاره‌هایی داریم که مربوط به درگیری فکری مصاحبه‌شوندگان با آن چیزهایی بودند که در آینده اتفاق می‌افتد و نه در گذشته و حال. با این وجود این، تم حاضر نیز در حد پیش‌بینی‌ها و پیش‌گویی‌ها باقی ماند و به سمت آنچه واقعا مطلوب تصویرسازی از آینده است، پیش نرفت. در واقع، این تم نشان دهنده درگیری ذهنی جوانان با سوال «چه خواهد شد؟» و «چگونه می‌شود؟» است و با سوال «بهتر است چه بشود؟» یا گزاره «می‌خواهم کاری کنم که این یا آن بشود» که وجه کنشگری افراد را می‌سازند، ارتباطی ندارد.

هفتمین و آخرین تم اصلی، «فهم آینده» نام گرفت. این تم تنها از یک تم فرعی یعنی «نزدیک نه، ولی خیلی دور» تشکیل شد. مهمترین مسئله‌ای که این تم در بر می‌گیرد، اشاره به این نکته است که آینده از منظر مصاحبه‌شوندگان آن چیزی بود که در فاصله زمانی بسیار دوری از آنها قرار داشت. شناخت آنها از این آینده به مدد داستان‌های علمی تخیلی و چنین چیزهایی شکل می‌گرفت و آنها در ساخت آن هیچ نقشی نداشتند و حتی نگرانی از بابت آن هم حس نمی‌کردند.

روش تحلیل تم در حداقل خود، داده‌ها را سازمان‌دهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند. بر این اساس با توجه به متن مصاحبه‌ها، تلاش شد تا اطلاعات بر اساس موضوع، در دسته‌های معنادار طبقه‌بندی و برچسب‌زنی شوند. اگر این کار به درستی انجام شود، تحلیل تم می‌تواند صدها جمله بیان شده در مصاحبه را به چند تم - که مسائل و نگرش‌های پاسخ‌دهندگان را خلاصه می‌کند - کاهش دهد. بدین ترتیب، با توجه به محتوای ظاهری، مباحث مطرح شده در دسته‌های مفهومی - که عملاً نشان دهنده یک مفهوم مستقل هستند - کدگذاری شدند. اما یکی از نوآوری‌های پژوهش حاضر، استفاده متوالی از دوروش تحلیل تم و تحلیل لایه‌ای علی است. این ساختار مرکب، به پژوهشگران کمک می‌کند تا در مرحله اول داده‌ها را منظم، ساختار بخشی شده و دسته‌بندی کنند و در مرحله بعد، بر روی این داده‌های منظم شده که اکنون حکم اطلاعات پر ارزشی را پیدا کرده‌اند، تحلیل‌های عمیق‌تری انجام دهند. خروجی‌های مرحله تحلیل لایه‌ای علی، قطعاً با ارزش‌تر از اطلاعات خواهند بود و به نوعی می‌توان آن‌ها را دانش و یا خرد و بینش<sup>۱</sup> دانست؛ دانشی که از تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و خود منجر به سطوحی از خرد و بینش می‌شود.

در ادامه، در هر لایه، به تحلیل داده‌های تحقیق پرداخته شده است.

## تحلیل در لایه اول (لیتانی)

گفته شد که لایه اول در تحلیل لایه‌ای علی مربوط به آن چیزهایی است که بدون پرسش جدی در باره موضوع مورد نظر، از دید همگان در دسترس است. در واقع، این لایه ناظر بر عینی‌ترین و آشکارترین سطح تحلیل

۱. برای فهم تفاوت بین داده، اطلاعات، دانش و خرد می‌توان به متون علمی منتشر شده در زمینه مدیریت دانش رجوع کرد. این مراحل چهارگانه در مدیریت دانش به نوعی منطبق بر مراحل چهارگانه «داده، معنا، معرفت و اسطوره» در روش CL/A هستند.

است. اما یک نکته جدی در طرح مسئله پژوهش حاضر آن است که این تحقیق بر روی تصاویر آینده انجام می‌گیرد. تصاویر آینده از باورها، آرزوها، عقاید و فرضیه‌هایی درباره آنچه آینده خواهد بود، تشکیل شده‌اند و در قالب امید، ترس و انتظارات بروز می‌کنند و بر تصمیم‌گیری، انتخاب، رفتار و کنش ما تأثیر می‌گذارند. بدین جهت در سطح لیتانی یک پرسش اساسی آن است که عینی‌ترین وجوه باورها، آرزوها و عقاید مربوط به آینده کدام‌اند؟ برای پاسخ به این سؤال، به بررسی تکرار شونده‌ترین تصاویر پرداخته شد.<sup>۱</sup> در سطح لیتانی تکرار شونده‌ترین تصاویر می‌آیند. پس از بررسی دوباره متن مصاحبه‌ها و مرور چندین باره آن‌ها موارد جدول زیر به عنوان پارامترهای سطح لیتانی استخراج گردیدند.

جدول ۲: تحلیل تصاویر در سطح لیتانی

| ردیف | مؤلفه                     | برخی ابعاد مؤلفه                                                                                    |
|------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | خودمحوری                  | حلقه کوچک خانواده <sup>۲</sup> ، آرمان خانه، آرزوهای شخصی، موفقیت‌های شخصی و ترس از دست دادن عزیزان |
| ۲    | مادی‌گرایی                | موفقیت اقتصادی و استقلال مالی                                                                       |
| ۳    | دنباله‌روی از جامعه       | تحصیل، مهاجرت، تشکیل خانواده، پذیرفتن نقش پدر و یا مادر و نگرانی‌های همه‌گیر <sup>۳</sup>           |
| ۴    | رودخانه جاری <sup>۴</sup> | فشار گذشته، برنامه‌های جاری و نیازهای ارضا نشده                                                     |

همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، در سطح لیتانی، چهار مؤلفه ظاهر شده‌اند. این مؤلفه‌ها نتیجه مطالعه چندباره تم‌های اصلی و فرعی استخراج شده در مرحله تحلیل تم هستند. گفتنی است در هر چهار لایه، گاهی برای فهم بیشتر یک مؤلفه آن را در قالب یک استعاره شناختی بیان کرده‌ایم. برای مثال، مؤلفه «رودخانه جاری» اذعان جوانان به ناتوانی در تغییر مسیر زندگیشان است که مسیری از پیش تعیین شده به وسیله فشار گذشته، برنامه‌های جاری و نیازهای ارضا نشده است.

### تحلیل در لایه دوم (علل اجتماعی)

در این لایه به این پرسش‌های اصلی پرداخته می‌شود که تصاویر رایجی که در سطح لیتانی ساخته شده‌اند، چه علل اجتماعی دارند؟ و چه کسی باعث ایجاد این تصاویر می‌شود؟ پس از بررسی داده‌های تحقیق و نیز با چاشنی مطالعات کتابخانه‌ای، پارامترهای این لایه در جدول ۳ خلاصه شده‌اند.

۱. با خالق روش CLA، پرفسور سهیل عنایت‌اله برای بسط لایه‌های این روش در تحقیق حاضر به صورت ایمیلی مکاتبه و از نظرات ایشان استفاده شد.

۲. منظور از حلقه کوچک، خانواده و دوستان هستند که بیشترین وابستگی ما به آن‌هاست و بسیاری از رفتارها و برنامه‌ریزی‌های ما با تأیید آنها انجام می‌شود.

۳. به نظر می‌رسد که اعتبار یک نگرانی به این است که برای دیگران هم نگرانی باشد، گویی بدبختی‌ها و مصائب واگیر دارند.

۴. رودخانه را هل ندهید، خودش جاری است! (فریتز پرلز (Fritz Perls))

جدول ۳: تحلیل تصاویر در سطح علل اجتماعی

| ردیف | مؤلفه                    | برخی ابعاد مؤلفه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | رانده شدگان <sup>۱</sup> | شانس کم برای تعامل با دیگران (ساختار)، انتظار نقش‌های کم (ساختار) و تصاویر مثبت شخصی و تصاویر منفی جمعی (عامل انسانی)                                                                                                                                                                                                                       |
| ۲    | شکاف طبقاتی              | آرامش پولی <sup>۲</sup> (عامل انسانی)، لذت مصرف (عامل انسانی)، ترویج روحیه مادی‌گرایی (ساختار)، اقتصاد دولتی (ساختار) و رانت دولتی (ساختار)                                                                                                                                                                                                 |
| ۳    | آش خاله <sup>۳</sup>     | هزینه تفاوت <sup>۴</sup> (ساختار)، خواست حلقه کوچک (ساختار)، ناشکیبایی‌ها <sup>۵</sup> (عامل انسانی)، جایگاه تاریخ در فرهنگ ایرانی (ساختار)، الگوهای گذشته در کنار فقدان الگوهای برای آینده (ساختار)، هویت موروثنی و هویت نقش‌ها در کنار فقدان هویت مقصد (ساختار)، فشار همسالان (ساختار)، فشار خانواده (ساختار) و عدم استقلال (عامل انسانی) |
| ۴    | جامعه کلنگی <sup>۶</sup> | عدم انباشت درازمدت تغییرات (ساختار)، ناتوانی در برنامه‌ریزی بلندمدت (عامل انسانی) و عدم آموزش آینده‌نگری در سطح خرد در جامعه (ساختار)                                                                                                                                                                                                       |

همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، در سطح علل اجتماعی نیز چهار مولفه شناسایی شدند. این مولفه‌ها به ترتیب بیان‌کننده علت‌های اجتماعی مربوط به هر کدام از مولفه‌های سطح لیتانی هستند. برای مثال، اگر در سطح لیتانی به مولفه «خودمحوری» برخورد می‌کنیم در سطح علل اجتماعی مولفه «رانده شدگان» سازنده آن خواهد بود. اما برای جواب به این سوال که در این سطح چه کسی باعث ایجاد این مولفه می‌شود، ابعاد شناسایی شده هر مولفه در دو طبقه، دسته‌بندی شدند. سطح عاملیت و سطح ساختار<sup>۷</sup> این نکته نشان می‌دهد که هر علت در سطح اجتماعی می‌تواند از ساختار و یا عاملی انسانی نشأت بگیرد. در ادامه هر کدام از چهار مولفه و ابعاد سازنده آنها شرح داده شده‌اند.

مولفه رانده شدگان، بیان‌کننده علل اجتماعی خودمحوری در بین جوانان است. خودمحوری می‌تواند منشا فردی داشته باشد. برای مثال، تصاویر مثبت فردی و تصاویر منفی از جامعه، فرد را به سمت تقویت تصاویر مثبت سوق می‌دهد؛ بدین معنی که فرد با کوشش در راه هدف‌های شخصی خود و دوری از کوشش در راه هدف‌های جمعی به خودمحوری می‌رسد. در اینجا این علت از عاملیت خود فرد منشأ می‌گیرد، اما خود محوری می‌تواند ناشی از ساختار نیز باشد. بدین ترتیب که ساختار یعنی همان جامعه در مفهوم کلی خود، که شامل دولت و نهادهای سازنده‌ی آن نیز می‌شود، خواسته یا ناخواسته از فرد برای ایفای نقش‌های اجتماعی انتظاری ندارند و شانس کمی را برای فرد در جهت تعامل با دیگران ایجاد می‌کنند. این مسئله را می‌توان در

۱. جوانان از طرف جامعه طرد می‌شوند و در عمل هیچ نقشی به آنها داده نمی‌شود.  
 ۲. کمابیش برای تمامی مصاحبه‌کنندگان چه آنهایی که از خانواده متمول و چه آنها که از خانواده‌های کم‌درآمد بودند، استقلال مالی یک هدف بود. آنکه متمول بود می‌خواست مانند خانواده‌اش موفق باشد و آنکه ندار بود، می‌خواست به خانواده‌اش کمک کند.  
 ۳. برگرفته از ضرب‌المثل «آش کشک خالته؛ بخوری پاته، نخوری پاته»  
 ۴. برای متفاوت بودن باید هزینه‌هایی پرداخت شود که اغلب ما حاضر به پرداخت آن نیستیم. پس همان کاری را می‌کنیم که دیگران کرده‌اند.  
 ۵. معمولاً برای رسیدن به نتیجه عجول هستیم، در حالی که قدم گذاردن در راه‌هایی که دیگران نرفته‌اند، صبر و حوصله می‌طلبد.  
 ۶. این استعاره برگرفته از کتاب «ایران، جامعه کوتاه مدت» اثر محمدعلی همایون کاتوزیان است.  
 ۷. این دسته‌بندی در سطح علل اجتماعی، یکی از نوآوری‌های تحقیق حاضر است.

مدرسه یا دانشگاه در نظر گرفت. تعداد کم انجمن‌های دانش‌آموزی و دانش‌جویی در مقابل تعداد بسیار زیاد کلاس‌های کنکور که موفقیت شخصی را ترویج می‌کنند، یکی از این موارد است. متأسفانه حتی بسیاری از تشکل‌های دانش‌آموزی و دانشجویی در مدرسه یا دانشگاه نیز عمده فعالیت‌شان برگزاری چنین کلاس‌هایی است. در سطح جامعه نیز تعداد کم سازمان‌های مردم‌نهاد و مشارکت پایین مردم در امور اجتماعی، نمونه‌هایی از این علت‌های نشأت گرفته از ساختار هستند که خودمحوری را باعث می‌شوند.

مؤلفه دوم در سطح علل اجتماعی، «شکاف طبقاتی» است که منجر به بروز مؤلفه «مادی‌گرایی» در سطح لیتانی می‌گردد. در این سطح نیز هم عاملیت و هم ساختار نقش دارند. آرامشی که در سایه پول ایجاد می‌شود و لذتی که از مصرف‌گرایی حاصل می‌گردد، ابعادی هستند که از عاملیت فردی بروز می‌کنند و ترویج فرهنگ مادی‌گرایی، اقتصاد دولتی و به تبع آن رانت دولتی، پارامترهای ساختاری هستند که به مادی‌گرایی در بین جوانان دامن می‌زنند.

مؤلفه بعدی «آش‌خاله» مؤلفه‌ای است استعاری که مجموع علل اجتماعی که منجر به بروز مؤلفه «دنباله روی از جامعه» در سطح لیتانی می‌شوند را در خود جای داده است. اولین بُعد مشخص از این مؤلفه، هزینه تفاوت است. این بعد ساختاری از آنجا ناشی می‌شود که دنباله روی نکردن از گروه در سطح خرد و جامعه در سطح کلان، باعث می‌شود که این ساختارها هزینه‌هایی را به شما تحمیل کنند که اکثریت مردم از زیر پذیرفتن این هزینه‌ها شانه خالی کرده و لذا دنباله روی را بر قدم گذاشتن در راه‌های جدید و ناشناخته ترجیح می‌دهند. همچنین خواست حلقه کوچک اطرافیان اعم از خانواده و دوستان نزدیک، یک عامل ساختاری دیگر است که منجر به بروز تقلید و دنباله روی می‌شود. فشار همسالان و خانواده نیز جوانان را وادار به دنباله روی می‌کند.

در یک جامعه ناسالم، سالم زیستن هزینه بر است. لذا ساختار و نهادهای آن شما را وادار به همرنگ شدن می‌کنند. دو عامل ساختاری دیگر نیز در سطح علل اجتماعی بر دنباله‌روی تأثیرگذارند. اولین مورد جایگاهی است که تاریخ در ذهن و زندگی جامعه ایرانی دارد که تاریخ را به عاملی مهم در مشخص کردن مسیر پیش رو تبدیل می‌کند و دوم فقدان الگوهای برای زیست در آینده. برای مثال، ما الگوهای زیادی از گذشتگان داریم که می‌توانیم به آنها تبدیل شویم. این الگوها معمولاً مردانی هستند در هیئت دانشمندان، عالمان دینی و وطن پرستان بزرگ که منشا خیر و برکت بوده‌اند، اما الگوها یا قهرمانانی که جایی در آینده زیست می‌کنند و جوانان بخواهند به آنها تبدیل شوند، در فرهنگ ما وجود ندارند. برای مثال، آیا در میان فیلم‌های ایرانی، فیلمی وجود دارد که قهرمان آن یک ایرانی باشد که در سال ۱۴۲۰ هجری - شمسی به دنبال نجات جهان از یک فاجعه باشد؟ جواب این سوال تا آنجا که محقق بررسی کرده، خیر است.

مؤلفه ساختاری دیگر، یک بحث جدی در هویت اجتماعی است. بحث اصلی در این است که هویت می‌تواند علاوه بر مؤلفه‌های تاریخی، مؤلفه‌های مربوط به تصاویر مشترک را نیز شامل شود. چه چیزی از یک آینده اتفاق نیفتاده ممکن است بین افراد یک جامعه مشترک باشد؟ اگر بتوانیم پاسخی منطقی برای این سوال بیابیم، به اعتبار «مشترک» بودن، می‌توان از آن به منزله مؤلفه‌ای هویت ساز در سطح جمعی نام برد. تصاویر آینده، آن وجوهی از آینده را بازنمایی می‌کنند که می‌توانند به صورت مشترک تعریف شوند. این تصاویر

می‌توانند با یکدیگر بر سر «تصاحب آینده» رقابت کنند و تا حد زیادی، بین باورمندان به خود (تصاویر مذکور) انسجام و چسبندگی ایجاد کنند. برای مثال، در سطح سازمانی، تصاویر آینده از سازمان که معمولاً از طرف مدیران تعیین می‌شوند و به کارکنان در کل سازمان القا می‌گردند، در صورت پذیرش می‌توانند به عنوان نیروی پیش‌ران سازمان عمل کنند. این تصاویر باعث می‌شوند تا همه کارکنان از قومیت‌ها، ملیت‌ها، مذاهب و نژادهای گوناگون به منظور رسیدن به یک هدف مشترک که تصویری از آن برای آنها ساخته شده است، حرکت کنند. این مسئله در سطح ملی، در تصاویر آرمان شهری و برنامه‌های چشم انداز متجلی می‌گردد.

رویای فردی، چیزی جز خیال نیست، اما آن هنگام که رویا جمعی می‌شود، دیگر به واقعیت بدل خواهد شد. اتوپیا یا آرمان شهر که در واقع نوعی واکنش به وضع موجود است، بر مبنای فلسفه «زمانی بهتر از زمان کنونی» استوار است که بر تصور آینده‌های دلخواه متمرکز است. بر این مبنا می‌توان تعریفی از هویت ارائه نمود که بر مبنای تصاویر مشترک جمعی از آینده شکل می‌گیرد. این پژوهش، این هویت را «هویت مقصد» می‌نامد؛ هویتی که وجه مشترک افراد واجد آن، یک تصویر مشترک از آینده است. بنابر نظر خبرگان، هویت مقصد به دو دلیل می‌تواند در فرایند مدیریت جامعه، ملت‌سازی و رهبری جامعه بهتر از گونه‌های دیگر هویت عمل کند: اول به دلیل سازگاری بیشتر با تغییرات سریع در جوامع امروزی و دوم به علت امکان مشارکت دادن جامعه بخصوص جوانان در ساخت آن. هویت مقصد بر خلاف هویت‌های موروثی و هویت حاصل از نقش‌ها، «آش خاله» نیست، بلکه «آشی» است که با مشارکت آگاهانه همه اقشار جامعه ساخته شده است.

در نهایت مولفه «آش خاله»، دو بعد مربوط به عامل انسانی را نیز شامل می‌شود: اولین بعد، «ناشکیبایی‌ها» نام گرفته است و مربوط به روحیات ماست که معمولاً به دنبال کارهای زودبازده هستیم و صبر و شکیبایی لازم برای به انجام رسانیدن کارهای متفاوت را نداریم؛ دومین مولفه، «عدم استقلال جوانان» است. در نگاه اول شاید این عدم استقلال به ساختار برگردد، اما نمی‌توان به صورت کامل عنصر اختیار را از عامل انسانی گرفت و تمامی فشار را متوجه ساختار کرد. به هر حال مستقل بودن برای بسیاری از جوانان طاق‌فرساست و لذا برای نزدیک ماندن در کنار حلقه کوچک خود، استقلال را فدا می‌کنند.

آخرین مولفه در سطح علل اجتماعی، «جامعه کلنگی» است که باعث بروز مولفه «رودخانه‌ی جاری» در سطح لیتانی می‌گردد. عدم آموزش آینده‌نگری در سطوح مختلف جامعه مانند مدارس، دانشگاه‌ها و در بین اعضای مجموعه‌های مختلف نهادها و نیز عدم انباشت درازمدت تغییرات، ابعاد ساختاری این مولفه هستند. ساختارهای جامعه کنونی قادر به نگه داشتن تغییرات در جامعه نیستند و لذا جامعه مدام در حال نگاه کردن به پشت سر و مرور مسیرهای رفته است. هیچ نگاه کلانی در سطح جامعه به آینده نیست و مدام در حال تفسیر گذشته و انکار یا قبول آن هستیم. بدین ترتیب، عامل انسانی قادر به رویاپردازی برای بلندمدت نیست، چون اولاً، ساختار او را برای این کار آموزش نداده است؛ ثانیاً، برنامه‌ریزی بلندمدت به دلیل عدم انباشت درازمدت تغییرات کاری بیهوده جلوه می‌کند.

## تحلیل در لایه سوم (گفتمان / جهان بینی / ایدئولوژی)

«دیدن دنیای پیرامون با چشم های دیگر بسیار دشوار است و حتی ناممکن، زیرا ما به معنای واقعی کلمه محصول فرهنگ هایمان هستیم.» (بارسلونا، ۱۳۹۰)

در این لایه به طرح این پرسش می پردازیم که کدام جهان بینی، کدام ایدئولوژی و کدام گفتمان غالب در جامعه کنونی جاری و ساری اند که باعث می شوند چنان مسائل اجتماعی سر برآورند و در جهت آن ها به آن چنان تصاویر غالبی در سطح لیتانی برسیم. نتایج تحلیل در لایه سوم در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴: تحلیل تصاویر در سطح گفتمان، جهان بینی و ایدئولوژی

| ردیف | مؤلفه                              | برخی ابعاد مؤلفه                                                                                                     |
|------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | شکاف دولت - ملت / فرد - جامعه      | حکومت همه چیزدان، ولایت تمام عیار حاکمان بر مردمان                                                                   |
| ۲    | عاقبت به خیران <sup>۱</sup>        | اسلام سرمایه داری، الگوهای توسعه ی مبتنی بر نظام سرمایه داری                                                         |
| ۳    | چشمان باز کاملاً بسته <sup>۲</sup> | ایدئولوژی به عنوان چسب اجتماعی، عُرف، حرکت گله ای، الگوهای در گذشته، سلبریتی ها <sup>۳</sup> ، پاسداشت و پرستش گذشته |
| ۴    | آینده بدون های چسبان <sup>۴</sup>  | عدم فرایندگرایی، جهان بینی خیامی <sup>۵</sup>                                                                        |

در ادامه به مولفه های استخراج شده در سطح سوم CLA پراخته شده است.

اولین مولفه «شکاف دولت - ملت / فرد - جامعه» نام گرفته است. این مولفه در سطح اجتماعی باعث رانده شدگی و در سطح لیتانی موجب بروز خودمحوری می شود. حکومت هایی که خود را تافته ای جدا بافته از مردم می پندارند و مردمی که جامعه را چیزی جدای از خود می دانند، دو شکاف عمده هستند که فردیت را گسترش می دهند، خواسته های فردی را بر خواسته های جمعی برتری می بخشند و نفع شخصی را در جایگاهی بالاتر از نفع جمعی قرار می دهند.

دومین مولفه یعنی «عاقبت به خیران» نماینده گفتمان ها و جهان بینی هایی است که منجر به شکاف طبقاتی در سطح علل اجتماعی و مادی گرایی در سطح لیتانی می شوند. مهمترین رکن این مولفه، گفتمان غالب نظام سرمایه داری در برنامه های توسعه کشور است که تمامی برنامه ریزی های اقتصادی در سطح کلان و خرد در چارچوب این گفتمان یا جهان بینی انجام می شود.

سومین مولفه یعنی «چشم های باز کاملاً بسته» منجر به دنباله روی فرد از جامعه و بروز حرکت های توده ای می شود. جهان بینی غالب در این سطح مروج حرکت توده ای، دنباله روی از دیگران و تقلید از سلبریتی ها

۱. این واژه از یک عبارت ضرب المثل گونه مورد استفاده در نواحی غرب اصفهان به عاریت گرفته شده است. عاقبت به خیر کسی است که به لحاظ مالی به سرسامان رسیده است.

۲. فردی را تصور کنید که در خوابی عمیق به سر می برد، اما بر روی پلک های خود یک چشم باز را نقاشی کرده است.

۳. سلبریتی به اشخاص مشهور و محبوب در هر جامعه ای گفته می شود که طرفداران بسیار زیادی دارند؛ از جمله: هنرمندان، بازیگران، خواننده ها، فوتبالیست ها و غیره.

۴. اعتقاد به یک آینده (آ) نهم آینده ای که دیگران برای ما تعیین کرده اند) و نه آینده ها.

۵. فرهنگ ما مملو از عناصر خیامی است؛ اولویت دادن به لحظه اکنون و لذت های زودگذر، پوچ گرایی و بستن چشمان به روی آینده.

است. در این گفتمان هیچ آینده بدیلی در ذهن جامعه شکل نمی‌گیرد و ایدئولوژی غالب در جامعه، عُرف، الگوهای گذشته و حرکت توده‌ای را به جامعه تحمیل می‌کند.

چهارمین مولفه در سطح جهان بینی و گفتمان «آینده بدون‌های چسبان» نام گرفته است که سازنده مولفه «جامعه کلنگی» در سطح علل اجتماعی و «رودخانه جاری» در سطح لیتانی است. این دیدگاه از دل جهان بینی تقدیرگرایانه بروز یافته که در آن، آینده همانی است که در گذشته برایمان معین شده است و از آن گریزی نیست. لذا فرو رفتن در روزمرگی، کنار نهادن خردگرایی و به خواب زدن خود، آن مسائلی هستند که از دل جهان بینی تقدیرگرایی یا جهان بینی خیامی بروز می‌کند.

### تحلیل در لایه چهارم (اسطوره / استعاره)

جدول ۵: تحلیل تصاویر در سطح اسطوره/استعاره

| ردیف | مؤلفه                 | برخی ابعاد مؤلفه                                                                                                             |
|------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | فقط خودم <sup>۱</sup> | استعاره این زندگی <sup>۲</sup> منه <sup>۳</sup> ، کهن الگوی شهریاری (چه فرمان یزدان چه فرمان شاه)                            |
| ۲    | ثروت اندوزی           | استعاره پایین شهر - بالای شهر، استعاره آفازاده‌های لاکچری                                                                    |
| ۳    | فرومون <sup>۴</sup>   | کهن الگوی نقاب <sup>۴</sup> (خواهی نشوی رسوا، همرنگ جماعت شو)، استعاره کلونی، پاسداشت جامعه در تقلید و نبود کهن الگوی قهرمان |
| ۴    | آینده همین امروز است  | استعاره گذشته چراغ راه آینده است، استعاره زندگی درک همین اکنون است، استعاره بی خیالی طی کن                                   |

آخرین لایه در تحلیل لایه‌ای علی، سطح استعاره‌ها و اسطوره‌هاست که به عنوان عمیق‌ترین و پیچیده‌ترین سطح، جایگاه بیان احساسات است. البته همه مسئله در این سطح با بیان اینکه این لایه جایگاه احساسات است، حل نخواهد شد. پیچیدگی این لایه از چند منظر قابل تأمل است. اول آنکه احساسات وقتی به صورت جمعی مدنظر قرار گیرند، پای محقق را به حوزه روانکاوی اجتماعی و بررسی ناخودآگاه جمعی باز می‌کند که حوزه‌ای پیچیده و بحث برانگیز است و دوم آنکه هر دو واژه «اسطوره» و «استعاره» خود پیچیده و چند بعدی هستند. بازه تعریف اسطوره از یک خیال واهی تا نوعی گفتار و بازه تعریف استعاره از یک آرایه ادبی تا توانایی شناختی منحصر به فرد ذهن انسان، گسترده‌اند. هیچ کدام از این تعاریف اشتباه نیستند، بلکه در سنت‌های پژوهشی مختلف کاربرد خود را دارند. برای مثال در بین اهل هنر، اسطوره بیش‌تر از آنکه جنبه‌هایی از واقعیت را داشته باشد، حامل معنا و مفهومی برابر با وهم، خیال، قدرت ماوراء الطبیعه و این قبیل چیزهاست که در پس پشت خود معنایی را می‌رساند یا نمی‌رساند. اما در اسطوره‌شناسی رولان بارت<sup>۴</sup>، اسطوره نوعی گفتار است و لذا هر چیزی می‌تواند اسطوره باشد به شرط آنکه گفتمانی را انتقال دهد. بنابراین موضوعات اسطوره‌ای را

۱. برگرفته از یک ماشین نوشته (نوشته‌های پشت ماشین‌ها)

۲. زندگی منه... بهم نگو چی خوبه چی بد / زندگی مال منه... خودم می‌دونم چی بهتر / هرچور می‌خواد... می‌خوام بگذره (برگرفته از ترانه زندگی منه از گروه رپ زبدازی)

۳. در کلونی مورچگان اتفاق جالبی در فرایند جستجوی غذا می‌افتد. بدین‌صورت که مسیرهای بهینه‌ای که به غذا می‌رسند، به دلیل اینکه مقدار بیشتری از فرومون (Pheromone) را در خود دارند بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. حرکت کلونی وار جوانان در جامعه نیز چنین حالتی دارد.

نمی‌توان بر مبنای جوهر آن‌ها از یکدیگر تمیز داد.<sup>۱</sup> در این پژوهش از تعریف رولان بارت از اسطوره استفاده شده است.

مفهوم اول در این لایه «فقط خودم» نام گذاری است که شامل استعاره «زندگیه منه» و کهن الگوی شهریاری می‌شود. استعاره «زندگیه منه» ناظر بر متعلق دانستن زندگی به فرد است که این مالکیت تمام عیار به او اجازه می‌دهد که هر جور که خواست زندگی را بگذرانند. در اینجا زندگی به یک وسیله مفهوم زمان توصیف می‌شود که وجوه گذراندن را شامل می‌شود و کنترل بر این گذراندن در دست شخص است. از سوی دیگر، نظام فکری سیاسی ایرانی با گرفتار شدن در قالب اندیشه اساطیری «شهریاری» و در نتیجه گرفتار شدن در چارچوب نظام حکومتی خاصی، در طول تاریخ به حرکت خود ادامه داده است. شخصیت‌های حکومتی در ایران با خصوصیات و ویژگی‌های مختلف و گاه شاید متضاد، برای مردم به یک نحو حامل عناصر خودکامگی بوده‌اند، زیرا کهن الگوی نظامی سیاسی و پادشاهی تعیین کننده‌ی آن بوده نه ویژگی‌های افراد و مهره‌های حکومتی هیچ گاه خارج از آن، قدرت حرکت را نخواستند داشت. به این ترتیب جایگاه تاریخی شهریاری با رعایت شرایط زمانی خاص هر دوره، تفاوتی با الگوی اسطوره‌ای خود نشان نمی‌دهد و شکوه نیک‌خواهی و حمایت خداگونه نخستین شهریار از مردم زمانه خویش به تدریج جای خود را به سلطه همه جانبه و اقتداری مستبدانه می‌دهد.

مولفه دوم «ثروت اندوزی» نام گرفت. در این مولفه نیز دو استعاره «پایین شهر و بالای شهر» و «آقازاده‌های لاکچری» مشهود هستند. بیان شکاف طبقاتی در استعاره بالا و پایین شهر و بیان جایگاه مرفهین در استعاره آقازاده نشان می‌دهند که چگونه در سطح چهارم، استعاره‌ها و اسطوره‌ها به ثروت اندوزی مشروعیت و مقبولیت می‌بخشند و آن را توجیه می‌کنند.

مولفه سوم، «فرمون» شامل کهن الگوی نقاب است که در آن انسان برای ایجاد هم‌رنگی، شخصیت واقعی خود را در زیر نقاب پنهان می‌کند. از سوی دیگر، در این لایه فقدان وجود کهن الگوی قهرمان هویدا است. قهرمانی که از جامعه و روندهای موجود در آن جدا شده، راه دیگری در پیش بگیرد و سرانجام با بازگشت به دامن جامعه، برای خود و جامعه‌اش منشأ خیر و برکت شود. در این لایه از استعاره «کلونی» نیز نام برده می‌شود. این استعاره، معرف زندگی توده‌ای و گله‌وار مردم در جامعه است که چه راه خیر و چه راه شر، در هر صورتی دنباله روی دیگران هستند و تقلیدشان آنها را بر باد خواهد داد.<sup>۲</sup> آخرین مولفه در لایه استعاره‌ها و اسطوره‌ها، «آینده همین امروز است» نام گذاری شده و شامل استعاره‌های «گذشته چراغ راه آینده است»، «زندگی درک همین امروز است» و «بی خیالی طی کردن» است که مسیر زمانی را بر مسیر مکانی نگاشت می‌کنند و با نام بردن از کلمه «راه» به جای اشاره به «راه‌ها»، نظام استعاری را می‌سازند که در لایه جهان بینی‌ها مولفه «آینده بدون‌های چسبان» را نتیجه می‌دهد.

۱. برای مطالعه بیشتر در مورد اسطوره‌شناسی رولان بارت رک: بارت، رولان (۱۳۷۷) و اسطوره در زمان حاضر، ترجمه یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸. اندیشه‌های بارت در باب اسطوره بسیار پرمحتوا و آموزنده هستند.

۲. خلق را تقلیدشان بر باد داد ای دودست لعنت بر این تقلید باد (مولانا)

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر در تلاش برای شناخت مولفه‌های شکل دهنده به تصاویر آینده در ذهن جوانان کشور بود. تلاشی که نشان داد اگر جواب مصاحبه شونده‌ها همچون تکه‌های پازل در کنار یکدیگر قرار گیرند، یک نتیجه جالب توجه به دست می‌آید. در حالی که نمونه آماری در تشریح جایگاه شغلی خود، بر مشاغل عصر صنعتی مانند کارخانه‌داری، فعالیت در یک کارخانه و یا دانشگاه اشاره داشتند، اما نگرانی‌های عمده آنها بخصوص در مورد زندگی کودکانشان بیشتر مربوط به فضای عصر پسا صنعتی و دوران فناوری اطلاعات است. تصاویر خوش بینانه آینده شخصی آنها هنوز بر اساس نمونه‌های زندگی خوب و موفق، نمونه مدرنیته و اساس جامعه صنعتی بنا شده‌اند. این تصویر از اساس ماده‌گرایانه است. برای مثال، در نزد آنها شادی به عنوان نتیجه رفاه اقتصادی و موفقیت در زندگی کاری تلقی می‌شود. در همان زمان، تصاویر گیج کننده از آینده‌ای که دوران جوانی فرزندان آنهاست، بر اساس ویژگی‌ها، پدیده‌ها و نمونه‌های فکری جامعه اطلاعاتی بنا نهاده شده است. تصاویر جوانان جامعه منعکس کننده نیازها و ایده‌آل‌های جامعه صنعتی و مدرن است. هرچند وقتی با پدیده‌های جامعه اطلاعاتی مانند شبکه‌های اجتماعی گسترده، مواجه می‌شوند، ممکن است بی‌اختیار ترس‌ها و دل‌نگرانی‌های موجود را تقویت کنند یا حتی ترس‌ها و هیجانات جدیدی بسازند.

بدین جهت در این جا نظریه‌ای با استعاره «جامعه یک بام و دو هوا» ارائه می‌شود. جامعه کنونی ما در واقع در دو هوا نفس می‌کشد. هوای دوران مدرن ناشی از انقلاب صنعتی و هوای دوران در حال فراگیر شدن فراصنعت. در حالی که پای جوانان در گل عصر صنعتی مانده است و به فراخور همین وابستگی، تصاویری که برای خود از آینده می‌سازند رنگ و بوی عصر صنعتی با مشخص‌هایی همچون کار در کارخانه‌ها و دانشگاه‌ها را دارد، با هیجان و ترس از وقوع عصر فراصنعت با مشخصه‌هایی مانند شبکه‌های اجتماعی گسترده و تلویزون شخصی و اثر آنها بر روی شخصیت نسل‌های آینده صحبت می‌کنند. بنابراین در حالی که تصاویری که برای خود می‌سازند بر اساس گذشته و حال خودشان است، آینده‌ای را متصورند که به نظر هیچ ارتباطی با آنها ندارد و در صورتی نگران آن خواهند شد که به وقتش سراغ آنها هم بیاید. برای مثال، وقتی به آن فکر خواهند کرد که کودکانشان در آن هوا نفس بکشند و پدران و مادران عصر صنعتی خود را با چالش‌های جدید مواجه سازند. این پژوهش این فضای دو بعدی با اصطلاح «جامعه یک بام و دو هوا» توصیف شد. ذیل نظریه جامعه یک بام و دو هوا، دو فرضیه پژوهشی جهت آزمون در مطالعات بعدی، ارائه می‌گردد:

فرضیه اول: تصاویر آینده از یک بازه زمانی، وقتی در ذهن عامه مردم شکل می‌گیرند که جامعه وارد آن دوران شده باشد.

فرضیه دوم: جوانان جامعه ایران تصویر درستی از عصر فراصنعتی ندارند.

در نهایت به منظور داشتن دید بهتر نسبت به نتایج این پژوهش، در ادامه تصاویر استخراج شده در این تحقیق، در چارچوب پست<sup>۱</sup> دسته بندی شده‌اند. در اینجا نیز در هر دسته، یک استعاره گویا به کار برده شده است.

1. PEST (Political, Economic, Social and Technological)

جدول ۶: دسته بندی تصاویر در قالب چارچوب پست

| دسته بندی چهارگانه PEST       | استعاره مشخص کننده |
|-------------------------------|--------------------|
| تصاویر آینده از منظر سیاسی    | انفعال و عدم دخالت |
| تصاویر آینده از منظر اقتصادی  | بدبود روندها       |
| تصاویر آینده از منظر اجتماعی  | ادامه روند کنونی   |
| تصاویر آینده از منظر فناورانه | رشد مستمر          |

### پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

تحقیقات کیفی به فرضیات پژوهشی و در نهایت به نظریه منجر می شوند. هدف تحقیق حاضر نیز شناسایی ایده های اولیه و عمیق برای توسعه الگوهای نظری برای تحقیقات تجربی آتی در زمینه تصاویر آینده بود. لذا باید بر اساس نتایج این تحقیق بتوان ایده هایی را شناسایی کرد که برای انجام تحقیقات کمی با نمونه های آماری بزرگ با رویکرد تست نظریه، مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه پیشنهاداتی به عنوان ایده های پژوهشی مطرح شده است:

- بررسی کلان روندهای تاریخی ایران به منظور بررسی تصاویر ممکن و محتمل پیش روی جامعه؛
  - بررسی تصاویر آینده در نسل های مختلف؛
  - بررسی تصاویر آینده در بین حاکمان جامعه؛
  - بررسی مقایسه ای تصاویر آینده در بین مردان و زنان؛
  - بررسی نقش سطح تحصیلات بر روی تصاویر آینده جوانان.
- در نهایت باید این نکته را در نظر گرفت که نتایج این پژوهش قابل تعمیم نیستند. در واقع باید فرضیات این پژوهش در تحقیقات بعدی با ماهیت کمی مورد آزمون قرار گیرند.

## منابع

- استراوس، انسلم و کرین، جولیت. (۱۳۹۴). مبانی پژوهش کیفی فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ابراهیم افشار. چاپ چهارم، تهران: نشر نی
- بارسلونا، آتونيو. (۱۳۹۰). استعاره و مجاز با رویکردی شناختی. فرزانه سجودی. تهران: انتشارات نقش جهان
- بل، وندل. (۱۳۹۲). مبانی آینده پژوهی. مصطفی تقوی و محسن محقق. جلد اول، تهران: انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، مرکز آینده پژوهی علوم و فناوری دفاعی
- رضاییان قیه‌باشی، احد و کاظمی، معصومه. (۱۳۹۳). «تصویرپردازی و کلان تصاویر آینده سیاست جهانی؛ تصویرپردازی روشی مناسب برای شناخت آینده در جهان پیچیده». فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی. دوره ۶، شماره ۳، صفحات ۱۷۳ تا ۲۰۰.
- دمنه؛ طاهری، محسن؛ پورعزت، علی اصغر و ذوالفقارزاده، محمد مهدی. (۱۳۹۴). «تأملی در مفهوم تصاویر آینده به مثابه ساخت هویت اجتماعی». مطالعات ملی. سال ۱۶. شماره ۴. صص ۷۶-۶۱.
- Aligica, P. D. (2011). **“A critical realist image of the future Wendell Bell’s contribution to the foundations of futures studies”**. *Futures*, 617–610, (6)43.
- Bell, W. (1997). **Foundations of Futures Studies: Human Science for a New Era**. vol. I: History, Purposes, and Knowledge, Transaction Publishers, New Brunswick
- Boulding, K. (1956). **The image: Knowledge in life and society**. University of Michigan Press, Ann Arbor
- Dator, J. (1998). **“Introduction: The Future Lies Behind! Thirty Years of Teaching Futures Studies”**. *American Behavioural Scientist*, 319-298, (3) 42.
- Demneh, M. T., & Morgan, D. R. (2018). **“Destination identity: Futures images as social identity”**. *Journal of Futures Studies*, 64–51, (3)22.
- Hoffman, Jeanne. (2014). **“Alternative images of china in 2035: A case study of tamkang university workshops”**. *journal of futures studies*, 1)19, pp 34 – 13.
- Inayatullah, Sohail. (2007). **The causal layered analysis (CLA) reader theory and case studies of an integrative and transformative methodology**. Tapei, Tamkang University Press, December 2004.
- Jouvenel, B. de. (1967). **The art of conjecture**. New York: Basic Books
- Kaboli, S. A. & Tapio, P. (2017). **“How late-modern nomads imagine tomorrow? A Causal Layered Analysis practice to explore the images of the future of young adults”**. *Futures*, 43-32, 96.
- Lakoff, George. (1993). **“The contemporary theory of metaphor, In Geeraerts”**

Dirk (Ed.). (2006) *Cognitive linguistics: basic readings (Cognitive linguistics research; 34)*. Mouton de Gruyter Berlin, New York, pp. 238-185.

- Morgan, Dennis. (2002). **“images of the future: a historical perspective”** futures, vol. 34, pp 893 – 883.
- Morgan, Dennis. (2003). **“Image of the future: a historical perspective”** Futures, 34, pp.893 – 883.
- Morgan, Dennis. (2012). **“Postmodern prospects for a non-killing world: Towards an image of anon killing future”** Futures, 44, PP.904–893.
- Morgan, Dennis. (2015). **“The dialectic of utopian images of the future within the idea of progress”** futures, vol. 66, pp 119 – 106.
- Ono, R. (2003). **“Learning from young people’s image of the future: A case study in Taiwan and the US”** Futures, 758–737 ,(7)35.
- Ono, R. (2005). **“Societal factors impacting on images of the future of youth in Japan”** Journal of Futures Studies, 74–61 ,(4)9.
- Polak, F. (1973). **The Images of the Future**. Jossey-Bass, Inc., San Francisco.
- Rubin, A. (2013). **“Hidden, inconsistent, and influential: Images of the future in changing times”** Futures, 44–38 ,45.
- Slaughter, R. A. (1991). **“Changing Images of 20Th Century**. Futures, (June), –499 515.
- Son, H. (2013). **“Images of the future in south Korea”** Futures, 11–1 ,52.
- Wuellner, Cynthia frewen. (2011). **“beyond economic and value wars: mythic images of the future cities”** futures, volume. 43, issue.7, pp.672-662.



# شناسایی مولفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت و تأثیر آموزش این مهارت‌ها بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بین جوانان<sup>۱</sup>

مریم حافظیان<sup>۲</sup>

ملیحه شیردل<sup>۳</sup>

دردانه اصغری<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۷/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۹/۲۳

پژوهش حاضر به شناسایی مولفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت و تأثیر آموزش مهارت‌های آن در بین جوانان استان خراسان شمالی می‌پردازد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه جوانان استان خراسان شمالی بود. برای نمونه‌گیری بخش اول، در مطالعه کیفی از نمونه‌گیری در دسترس و در بخش کمی از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. در بخش کیفی، تعداد ۲۹ نفر در فرآیند مصاحبه و در بخش کمی، با حجم جامعه نامحدود بر اساس فرمول استیونس (۲۰۰۲) که تعداد نمونه بر اساس تعداد سوالات و پارامترها بود، ۲۵۵ نفر به عنوان نمونه در پژوهش مشارکت یافتند. روش پژوهش در بخش دوم، طرح تحقیق نیمه آزمایشی بود؛ بدین صورت که تعداد ۴۰ نفر در گروه آزمایش و گواه انتخاب شدند و نمرات آنها استخراج شد. سپس آموزش مهارت‌های خشم و پرخاشگری بر اساس مولفه‌های شناسایی شده طی ۸ جلسه آموزشی، به آنها آموزش داده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش اول شامل مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته و در بخش دوم، «پرسشنامه خشم و پرخاشگری» ناصری (۱۳۹۷) بود. بعد از تأیید روایی، پایایی پرسشنامه محقق ساخته به میزان ۰/۹۰ و «پرسشنامه خشم و پرخاشگری» به مقدار ۰/۹۲ از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل

۱. این مقاله مستخرج از پژوهشی است که با حمایت اداره کل ورزش و جوانان استان خراسان شمالی انجام شده است.

E-mail: Ma.hafez@yahoo.com

۲. استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران (نویسنده مسئول)

۳. گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

۴. کارشناس ارشد، سنجش و اندازه‌گیری (روانشنجی)، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

داده‌ها، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم افزارهای اس پی اس ۲۴ و AMOS16 انجام گرفت. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و در عین حال مطابقت آن‌ها با مبانی نظری، نتایج پژوهش در بخش کیفی بیانگر آن بود که ۳۲ مولفه در دو بخش روش‌های کوتاه مدت و روش‌های بلند مدت در کنترل خشم و پرخاشگری موثر بودند که از بین آن‌ها مولفه اعتقادات و مذهب با بار عاملی ۰/۷۷ و مولفه ورزش کردن با بار عاملی ۰/۷۵، دارای بالاترین ضریب تاثیرگذاری و مولفه شمردن اعداد با بار عاملی ۰/۴۸ دارای کمترین ضریب تاثیرگذاری از دیدگاه پاسخگویان بودند. نتایج در بخش دوم پژوهش و اجرای جلسات آموزشی بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در جهت کنترل خشم و پرخاشگری نشان داد که اثیر آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری در گروه‌های آزمایش و کنترل در بین جوانان از نظر آماری در سطح  $(P < 0/001)$  معنادار است.

با توجه به یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بین جوانان استان خراسان شمالی مؤثر می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** خشم، پرخاشگری، جوانان و استان خراسان شمالی

## مقدمه

خشم و پرخاشگری، هیجان‌های جهان شمولی هستند که در همه فرهنگ‌ها دیده می‌شوند و یکی از شایع‌ترین مشکلات رفتاری هستند که موجب ناراحتی و پریشانی دیگران می‌گردند و بهداشت روانی جامعه را مختل می‌کنند. ارائه تعریف دقیق از پرخاشگری دشوار است، چرا که در زبان معمول این اصطلاح به طرق مختلف به کار رفته است. (نمازی محمود آبادی، ۱۳۷۷: ۸۹) هیجان‌ها، پدیده‌هایی ذهنی، زیستی، هدفمند، اجتماعی و فطری هستند که در افراد مختلف در شرایط یکسانی بروز می‌کنند و پاسخ‌های زیستی مشخصی را فرا خوانی می‌کنند. از جمله هیجان‌ها می‌توان به هیجان خشم اشاره کرد که یک هیجان ارضاکننده و در عین حال ویران‌کننده است، سامانه درونی ما را فعال می‌کند و ما را برای رویارویی با خطرهای بالقوه پیرامون آماده می‌سازد. (تایلر و نواکو، ۲۰۰۵) به طور کلی خشم از ناکامی ناشی می‌شود؛ زمانی که چیزی یا کسی مانع از رسیدن ارگانیزم به هدفش گردد، بروز پیدا می‌کند و به صورت فیزیکی، کلامی، خصومت، مخالفت، انتقاد، احساس رنجش، بارها درباره چیزی حرف زدن، مصالحه کردن، دوری و اجتناب از مسائل و افراد ابراز می‌شود. (نساجی زواره، ۱۳۸۵) خشم به عنوان یک هیجان گذرا تجربه می‌گردد و برانگیختگی خشم به صورت مکرر می‌تواند مشکل ساز و فعال‌کننده رفتار پرخاشگرانه باشد و به سازهایی روانشناختی و سلامت فردی آسیب برساند. (نواکو، ۱۹۹۸) اگرچه ساختار خشم، مشترکاتی با پرخاشگری و خصومت دارد، اما این اصطلاحات مترادف نیستند و ساختارهای خشم، خصومت و پرخاشگری همپوشانی دارند. خشم به هیجان، خصومت به نگرش و پرخاشگری به رفتار اطلاق می‌گردد. خشم به عنوان حالت هیجانی توصیف می‌شود که می‌تواند زیربنای پرخاشگری و خصومت باشد. خصومت، به نگرش پرخاشگرانه‌ای اطلاق می‌شود که فرد را به سوی رفتارهای پرخاشگرانه سوق می‌دهد، در حالی که پرخاشگری به رفتار قابل مشاهده و با قصد آسیب‌رسانی اطلاق می‌گردد. (دلوکویو الیری، ۲۰۰۹: ۴۷۴) چارلز اشپیلبرگر معتقد است خشم، حالت هیجانی با شدت‌های متغیر است که مانند سایر هیجانات، با تغییرات فیزیکی و زیستی همراه است. رخدادهای درونی و رخدادهای بیرونی، هر دو می‌توانند باعث خشم گردند. خشم نه تنها با پیامدهای منفی روانشناختی همراه است، بلکه آسیب‌پذیری فرد را نسبت به بیماری افزایش می‌دهد و منجر به تضعیف سیستم ایمن، افزایش درد و افزایش خطر مرگ ناشی از بیماری قلبی و عروقی می‌شود. آنچه که باعث توجه محققان شده است اثرات نامطلوب آن بر رفتار بین فردی و همچنین اثر ناخوشایند آن بر حالات درونی و روانی افراد است. عدم مهار رفتار پرخاشگرانه علاوه بر اینکه می‌تواند باعث ایجاد مشکلات بین فردی شود، می‌تواند درون‌ریزی شده و باعث انواع مشکلات جسمی و روانی، مثل زخم معده، سردردهای میگرنی و افسردگی گردد. (الیس، ۱۹۹۸) گروه تحقیق شوارتز<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰) طی یک تحقیق طولی در آمریکا با بررسی ۵۳۰۵ نوجوان بیان کردند که میزان قابل توجهی از رفتارهای خطرناک نظیر بزهکاری، مصرف الکل و رابطه جنسی آسیب‌پذیر در طول دوره نوجوانی آغاز می‌شود. اگرچه شمار زیادی از جوانان، دوره نوجوانی را با موفقیت و بدون مواجه شدن با مشکلات مهم طی می‌کنند، ولی بقیه آنها با وارد شدن به دهه دوم زندگی،

با افزایش خطر بزهکاری و رفتار مخاطره‌آمیز از جمله پرخاشگری برای سلامتی مواجه می‌شوند. پرخاشگری مربوط به یک سن و دوره خاصی نیست. همان‌طور که در تحقیقات مختلف مشخص شده است، پرخاشگری و خشونت از سنین خردسالی وجود دارد و در طول زمان تداوم می‌یابد و در نوجوانی و بزرگسالی ادامه پیدا می‌کند. (نلسن و ایزرائیل، ۱۳۷۶)

بیشترین بروز و ظهور پرخاشگری در سنین نوجوانی است. در یک زمینه یابی در دانش‌آموزان دبیرستانی آمریکا معلوم شد که ۲۸ درصد پسرها و ۷ درصد از دخترها در طول یک ماه مطالعه در نزاع فیزیکی درگیر بوده‌اند. تقریباً ۳۵ درصد از افراد مورد تحقیق گزارش کرده‌اند که حداقل در یکی از موارد نزاع فیزیکی، جراحات وارده نیازمند معالجه طبی بوده است. (کاپلان و سادوک، ۱۳۷۵) تحقیقات حکایت از وقوع میزان بالایی از جرم‌های خشونت‌آمیز بین جوانان و نوجوانان از جمله ضرب و جرح، دزدی، آتش‌سوزی، قتل و تجاوز دارد. این نوع جنایت‌ها به احتمال زیاد ماهیتی پرخاشگرانه و خشونت‌آمیز دارند. با توجه به اثرات ناخوشایند رفتار پرخاشگرانه، مدت مدیدی است که عصبانیت و خشونت به عنوان مشکل تلقی گردیده و نیاز به بررسی‌های بالینی و قانونی دارد. جوانانی که در مهار خشم خود دچار مشکل می‌شوند و اغلب رفتارهای خشن از خود بروز می‌دهند، هدف روش‌های درمانی متعددی قرار گرفته‌اند. محققان زیادی در پی یافتن تمهیدات و روش‌هایی برای مهار پرخاشگری و درمان آن بوده‌اند. (فیندلر و اکتول، ۱۹۸۶) توانایی مقابله با هیجان‌ها فرد را قادر می‌سازد تا هیجان‌ها را در خود و دیگران تشخیص دهد، نحوه تأثیر آنها بر رفتار را بداند و بتواند واکنش مناسبی به هیجان‌های مختلف نشان دهد. فیندلر و وسپتر (۲۰۰۵)، فیندلر و اکتول (۱۹۸۶) و کلنر و بری (۱۹۹۹) بر مؤثر بودن آموزش مدیریت پرخاشگری بر بسیاری از گروه‌ها از جمله بیماران روانی و مراکز اصلاح و تربیت و نوجوانان تأکید دارند. «برنامه مدیریت مهار پرخاشگری»، یک برنامه مداخله‌ای روانی- تربیتی سازمان یافته است که برای ایجاد توانش‌های مدیریت و مهار پرخاشگری و نیز کاهش آسیب‌پذیری افراد اجرا می‌شود. (زیلمن، ۱۹۹۱؛ نقل از تایلر و نوکو، ۲۰۰۵) پرخاشگری از مسائل مهم در دوران جوانی و نوجوانی است. همه روزه در مدارس نوجوانانی مشاهده می‌شوند که به علت زد و خورد، دعوا و رفتارهای پرخاشگرانه تنبیه انضباطی می‌گردند و با عکس‌العمل اولیای آن مدارس مواجه می‌شوند. نوجوانان پرخاشگر معمولاً قدرت مهار رفتار خود را ندارند و رسوم و اخلاق جامعه‌ای را که در آن زندگی می‌کنند زیر پا می‌گذارند. در اغلب موارد والدین و اولیای مدارس با آنها درگیری پیدا می‌کنند و حرکات آنها گاهی به حدی باعث آزار و اذیت اطرافیان می‌شود که به اخراج آنها از مدرسه می‌انجامد. برخی از مشکلات جدی اجتماعی، مانند کودک / همسر آزاری و اشکال مختلف کشمکش گروهی به روشنی ریشه در خشم و ناتوانی در مهار برانگیختگی خشم دارد. (نوکو، و همتاب ۱۹۹۸)

پرخاشگری، مفهوم بسیار پیچیده‌ای است که از یک سو تحت تأثیر عوامل موقعیتی و روانشناختی و از سوی دیگر، تحت تأثیر عوامل ژنتیکی می‌باشد. (استریت و همکاران، ۲۰۱۶) روانشناسان اجتماعی عمل پرخاشگری را رفتار آگاهانه‌ای می‌دانند که هدفش اعمال درد ورنج جسمانی یا روانی می‌باشد. (زی و همکاران، ۲۰۱۶) خشم به عنوان یک هیجان گذرا تجربه می‌شود، بخشی از ساختار شخصیتی انسانی است، نه یک مشکلی که به

طور قهری و غیر ارادی ایجاد شده باشد. با وجود این، بر انگیزختگی خشم به صورت مکرر می تواند مشکل ساز باشد. این برانگیزختگی می تواند فعال کننده رفتار پرخاشگرانه باشد و به سازگاری روانشناختی و سلامت فردی آسیب رساند. (نواکو و روبینز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹) همچنین خشم هیجانی است که به شمشیر دولبه معروف است؛ به این معنا که برون ریزی آن باعث تخریب افراد و اشیای اطراف می شود و درون ریزی و سرکوب آن صدمات جسمانی و روانی را برای فرد به بار می آورد. این مسئله نشان می دهد که بحث کنترل خشم از اهمیت خاصی برخوردار است. پرخاشگری معطوف به یک دوره خاص نیست. همان طور که در تحقیقات مختلف مشخص شده است، پرخاشگری و خشونت از سنین خردسالی وجود دارد و در طول زمان تداوم می یابد و در نوجوانی و بزرگسالی ادامه پیدا می کند. با توجه به اثرات ناخوشایند رفتار پرخاشگرانه، عصبانیت و خشونت به عنوان مشکل تلقی می گردد و نیاز به بررسی های بالینی و قانونی دارد. (ویتلی و همکاران، ۲۰۰۹) آنچه که باعث توجه محققان به رفتار پرخاشگرانه شده است، اثرات نامطلوب آن بر رفتار بین فردی و همچنین اثر ناخوشایند آن بر حالات درونی و روانی فرد است. عدم کنترل رفتار پرخاشگرانه علاوه بر اینکه می تواند باعث ایجاد مشکلات بین فردی و جرم، بزه و تجاوز به حقوق دیگران شود، می تواند درون ریزی شده و باعث انواع مشکلات جسمی و روانی مانند زخم معده، سردردهای میگرنی و افسردگی گردد. (الیس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸، به نقل از زنگنه، ملک پور و عابدی، ۱۳۹۰) برخی از مشکلات جدی اجتماعی مانند کودک/همسر آزاری و اشکال مختلف کشمکش بین گروهی به روشنی ریشه در خشم و ناتوانی در کنترل برانگیزختگی خشم دارد. (نواکو و روبینز، ۱۹۹۹، به نقل از زنگنه و همکاران، ۱۳۹۰)

رویکردها و نظریه های مختلف به شناخت و درمان خشم پرداخته اند. نظریه هایی که متخصصان بالینی به پشتوانه آنها به درمان اختلالات روانشناختی می پردازند، نوع و نتیجه درمان را مشخص می کنند. یک درمانگر روان تحلیلگر، خشم را به عنوان بخشی از غریزه پرخاشگری می داند که به وسیله فرآیندهای اتوماتیک ایجاد می شود. از این دیدگاه، ابراز خشم به تخلیه هیجانی و کاهش هیجان منجر می شود. درمانگران شناختی، خشم را به عنوان مجموعه ای از شناخت ها، رفتارها و الگوهای برانگیزختگی فیزیولوژی می دانند. از دیدگاه رفتاری، خشم از طریق یادگیری ایجاد می شود و می تواند از طریق یادگیری تغییر یابد. (کرتز<sup>۳</sup>، ۱۳۸۷) باس (۱۹۹۶) پرخاشگری را به پرخاشگری خصمانه و پرخاشگری وسیله ای و از لحاظ نحوه ابراز، آن را به چهار دسته کلامی، بدنی، فعال و غیر فعال تقسیم کرده و زیر مجموعه ای نیز برای آنها قائل شده است. بتازگی پرخاشگری به دو دسته پیش گستر و پرخاشگری واکنشی تقسیم بندی شده است که در واقع همان خصوصیات پرخاشگری ابزاری و خصمانه را دارد. (داج و همکاران، ۱۹۹۷) وقتی خشم خارج از کنترل و مخرب باشد، می تواند به بروز مشکلاتی در کار، روابط بین فردی و کیفیت کلی زندگی منجر شود. (انجمن روانشناسی آمریکا<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴) بررسی آمار و اطلاعات نشان می دهد که در چند دهه اخیر، خشم و پرخاشگری افزایش یافته است و شواهد تجربی زیادی آثار مخرب خشم را در روابط انسانی نشان داده اند. (ویتلی و همکاران، ۲۰۰۹) به همین

1. Novaco &amp; Robins

2. Eliass

3. Cortes

4. American Psychological Association

دلیل، این مسئله توجه متخصصان به ویژه روانشناسان را به خود جلب کرده است. در طی سال‌های گذشته، پژوهش‌هایی به منظور یافتن علل خشم و تأثیرات آن در روابط بین فردی و شیوه‌های کنترل آن صورت گرفته و عوامل مختلفی شناسایی شده است. (زنگنه و همکاران، ۱۳۹۰) پرخاشگری نوجوانان بزهکار تحت تأثیر عوامل مختلف فردی و اجتماعی از قبیل راهبردهای حل مسئله و مهارت‌های ارتباطی قرار دارد. (اوکونو، لول و براون، ۲۰۱۵). صدوقی و گلیمی (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که از میان ویژگی‌های شخصیتی، برون‌گرایی بجز با پرخاشگری جسمانی با انواع پرخاشگری رابطه منفی معنادار، توافقی‌پذیری و با وجدان بودن با انواع پرخاشگری رابطه منفی معنادار و انعطاف‌پذیری فقط با خصومت، رابطه منفی معنادار دارد و روان‌رنجورخویی با انواع پرخاشگری رابطه مثبت معنادار دارد. از میان سبک‌های حل مسئله، درماندگی و مهارگری با همه انواع پرخاشگری رابطه معنادار مثبت و سبک خلاقانه و اعتماد با انواع پرخاشگری رابطه منفی معنادار دارد و سبک گرایش فقط با خصومت و نمره کل رابطه منفی معنادار دارد و سبک اجتناب با هیچ یک از انواع پرخاشگری رابطه معنا دار ندارد. بل و زونلا<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شیوه‌های حل مسئله در کاهش رفتار پرخاشگرانه موفق بوده است. یکی دیگر از عوامل موثر بر پرخاشگری نوجوان بزهکار، بهبود مهارت‌های ارتباطی بین نوجوانان می‌باشد. (اشرفی و منجزی، ۱۳۹۴) بنابراین عوامل مختلفی می‌تواند در بروز خشونت و پرخاشگری در جوانان موثر باشد. در سال‌های اخیر، پژوهش چشمگیری درباره مولفه‌های خشونت و خشم در بین جوانان انجام نشده، این در حالی است که معمولاً خشونت و پرخاشگری در بین نوجوانان و جوانان بسیار شایع می‌باشد. اخیراً افزایش پرخاشگری در گروه‌های متفاوت اجتماعی، بخصوص نوجوانان و جوانان به چشم می‌خورد. (فیلدز، ۲۰۰۳، ص ۶۳) در بین مراحل رشد انسان از کودکی تا بزرگسالی، بیشترین میزان خشونت در سنین نوجوانی و جوانی به چشم می‌خورد. (وینر، ۲۰۰۴) بنابراین شناسایی عوامل و مولفه‌هایی که موجب خشونت در بین جوانان می‌شود، می‌تواند گام مهمی در پیشگیری از افزایش این رفتار آسیب‌زا در بین جامعه باشد. با توجه به نتایج متفاوت در تحقیقات مختلف و روش‌های درمانی گوناگون که هدف از آنها کنترل خشم، کاهش احساسات هیجانی و برانگیختگی فیزیولوژیکی ناشی از خشم، افزایش آگاهی افراد نسبت به خشم و آموزش شیوه‌ها و راهبردهای موثر به منظور کنترل آن است، (زنگنه و همکاران، ۱۳۹۰) بارون و ریچاردسون<sup>۲</sup> (۱۹۹۴) تعریف دقیقی از پرخاشگری ارائه کرده‌اند. به نظر آنها واژه پرخاشگری را زمانی به کار می‌بریم که رفتاری با هدف صدمه زدن یا آسیب رساندن به موجود زنده‌ای که سعی دارد از چنین آسیبی اجتناب کند، بروز نماید. معمولاً نوجوانان احساس خشم را تجربه می‌کنند و همه آنها می‌دانند که دلیل احساس ناراحتی آنها این است که هیچ چیز ظاهراً درست نمی‌باشد. این برای نوجوانان طبیعی است که نسبت به دوستان و اعضای خانواده خود احساس خشم کنند. نوجوان زمانی دچار ناامیدی می‌شود که درک نشود. در حقیقت، لازم است یک نوجوان اقدام به شناساندن هیجان‌های خود کند، اما همان‌طور که می‌دانیم، میزان تحمل و کنترل خشم او پایین است و از آسیبی که می‌تواند به خانواده و همسالان خود بزند، تصویر مبهمی دارد. خانواده‌ها اغلب تلاش می‌کنند تا یک نوجوان خشن را کنترل کنند. نوجوانان در شناخت قوت‌ها و ضعف‌های شخصی خود دچار

1. Bell & Zunlla

2. Baron & Richardson

مشکل هستند و احساس های نیرومند خشم را در خود نگه می دارند. آنها نمی دانند که خشم سودمند است یا مضر. اما بهتر است به آنها اجازه دهیم تا خشم خود را از طریق رفتار خود نشان دهند. خشم در حقیقت یک ویژگی معرف نوجوانی است و کارکردهای گوناگونی دارد و ممکن است به صورت های مختلفی نمایان گردد. برای مثال، خشم ممکن است پاسخی باشد که یک نوجوان به جهان اطراف خود می دهد. نوجوان خشمگین ممکن است بخواهد آنچه را که از تعارف های مکرر خانواده خود آموخته است، نشان دهد. ابرازات خشم ممکن است راهی برای شناساندن نیازهای برآورده نشده فرد باشد، اما وجه مشترک همه ابرازات خشم این است که آنها یک ابزار ارتباطی<sup>۱</sup> محسوب می شوند. نوجوانان با ابراز خشم خود می خواهند پیام خود را منتقل کنند. نکته جالب این است که هر چه ابراز خشم قویتر می گردد، پیام<sup>۲</sup> مربوط به آن کمتر درک می شود. (لی کارت، ۱۹۹۵، به نقل از رافضی، ۱۳۸۳)

۵۹. خشم، یکی از نیرومندترین هیجان هاست که خداوند متعال در وجود انسان به ودیعه گذارده است. پرخاشگری نیز از آثار حالت هیجانی خشم است که معمولاً همراه آن رخ می دهد. خداوند در قرآن حفظ سکون و آرامش در هنگام خشم را سنت و ویژه رسول خدا و مومنان می داند و خشم و تعصبات جاهلی را ره آورد افکار نادرست کافران قلمداد می کند. (خاکپور، قربان زاده و قادری، ۱۳۹۶) کینه توزی و پرخاشگری ناشی از خشم یکی از دلایل مهم ارجاع کودکان و نوجوانان برای مشاوره و روان درمانی است. (پلگرینی، ۲۰۰۳؛ ساخو دولسکی، کاسینوی و گارمن، ۲۰۰۴) تحقیقات میزان بالایی از جرم های خشونت آمیز را بین نوجوانان و جوانان از جمله ضرب و جرح، دزدی، آتش سوزی، قتل و تجاوز نشان می دهد. این نوع جنایت ها به احتمال زیاد ماهیتی پرخاشگرانه و خشونت آمیز دارند. متأسفانه آمار دقیقی از میزان خشونت در ایران در دسترس نداریم، اما طبق آماری که در سوم تیرماه سال ۱۳۹۳ در روزنامه فرهیختگان به چاپ رسیده است، در هر ساعت ۷۲ درگیری منجر به جرح در کشور و ۱۲ نزاع در تهران رخ می دهد. این آمار از سوی پزشکی قانونی کشور ارائه شده و مربوط به کسانی است که در درگیری های منجر به جرح به مراجع قانونی شکایت کرده اند و برای محکوم کردن طرف درگیری به پزشکی قانونی رفته اند. طبق اعلام پزشکی قانونی، در دو ماه نخست سال ۱۳۹۳، ۱۰۴ هزار و ۲۰۰ نفر به دلیل صدمات ناشی از نزاع به مراکز پزشکی قانونی مراجعه کرده اند. این رقم در مقایسه با مدت مشابه سال قبل که تعداد مراجعان نزاع ۱۰۳ هزار و ۷۶۷ نفر بود، ۰/۴ درصد بیشتر شده است. در این مدت استان های تهران با ۱۷ هزار و ۹۸۹، خراسان رضوی با هشت هزار و ۳۳۸ و اصفهان با هفت هزار و ۲۷۶ بیشترین و استان های خراسان جنوبی با ۵۴۶، ایلام با ۷۵۸ و سمنان با ۸۸۴ کمترین آمار مراجعان نزاع را داشته اند. خراسان شمالی در بین سایر استان ها، رتبه دوازدهم را در میزان جرم های خشونت دارد. براساس آمارهای موجود در سازمان پزشکی قانونی کشور به طور معمول آمار مراجعان نزاع در فصل تابستان بیش از سایر فصل های سال است؛ به طوری که در سه سال اخیر همواره تیر ماه بیشترین آمار نزاع را داشته است. آمار مراجعان نزاع در تیر ماه سال ۱۳۹۰، ۶۳ هزار و ۳۰۸ نفر، در سال ۱۳۹۱، ۶۳ هزار و ۵۴۸ و در سال ۱۳۹۲، ۶۵ هزار و ۱۶۸ نفر بوده است. این آمار حاکی از میزان زیاد خشونت در کشور ماست و به نظر می رسد نیاز

1. Communication tools

2. message

به بررسی علمی این معضل در جامعه است. در نتیجه، اگر آموزش‌های مهارت کنترل خشم به نوجوانان و افراد در این سنین رشد داده شود، آنها در آینده راحت‌تر می‌توانند خشم خود را کنترل کنند و این باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی و خانوادگی می‌شود- از جمله این آسیب‌ها می‌توان به زندانی شدن این افراد در اثر عدم کنترل خشم اشاره کرد.

این پژوهش در صدد است تا با توجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی جوانان در استان خراسان شمالی، با روش کیفی- کمی و روش تحقیق نیمه آزمایشی از طریق فرآیند مصاحبه و آموزش روش‌های درمانی، مولفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت را شناسایی کند و پس از شناسایی این عوامل، روش‌های موثر کنترل خشونت و پرخاشگری را به جوانان خراسان شمالی، آموزش و اثر بخشی آن را مورد ارزیابی قرار دهد. گفتنی است که تاکنون این روش آموزش به صورت کیفی و کمی و به صورت تحقیق نیمه آزمایشی به طور همزمان در کشور صورت نگرفته است.

پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که آموزش مهارت کنترل خشم در دانشجویان می‌تواند سازگاری آن‌ها را در ابعاد مختلف افزایش دهد. همچنین آموزش کنترل خشم بر نمره سازگاری کلی، سازگاری در خانه، سازگاری بهداشتی و سازگاری عاطفی تأثیر معناداری داشت. شیخ الاسلامی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که راهبردهای حل مسئله و مهارت‌های ارتباطی می‌تواند پرخاشگری نوجوانان بزهکار را پیش بینی کند. باوقار زعیمی و شبانی تدرجی (۱۳۹۵) در بررسی‌های انجام شده نشان دادند که بیشتر افراد پرخاشگر، والدین خشن و متخاصمی داشته‌اند؛ یعنی نه تنها کودک آنها از محبت لازم برخوردار نبوده، بلکه از الگوی پرخاشگری موجود در خانواده نیز تأثیر پذیرفته است. یافته‌های جعفری و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که آموزش کنترل خشم به کاهش هر سه مؤلفه رفتار، احساس و فکر پرخاشگرانه شرکت کنندگان منجر می‌شود. یافته‌های پژوهشی نیز حاکی از آن است که آموزش کنترل خشم می‌تواند باعث افزایش توانایی ورزشکاران نوجوان در کنترل و پیشگیری از خشم شود و از دلایل احتمالی بهبود توانایی آنها در استدلال‌های اخلاقی باشد. کالیفرنیا و گریفالیا (۲۰۱۶) در تحقیق خود نتایج یک برنامه روانکاوی کنترل خشم بر مبنای اصول متمرکز و محور گروهی ارائه دادند. این برنامه طی دوازده ماه (۴۵ ساعت) در دو مرحله آگاهی و درمان برای سه گروه ۳۰ نفره مورد استفاده قرار گرفت. صفات خشم شخصیتی بین شروع و پایان این آزمایش زوج زودرس تفاوت بسیار مهمی را نشان داد. ویتلی و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق شبه آزمایشی، یک دوره آموزش مدیریت پرخاشگری برای جوانان در مدارس بر مبنای درمان شناختی- رفتاری<sup>۱</sup> طراحی کردند. نتایج، یافته‌های مختلفی را به همراه برخی از بهبودها در رفتار منفعل کننده، تعلیقی‌ها و گوشه‌گیری‌ها طی دوره آموزش نشان داد. مک واف (۲۰۰۴) و برسلی (۲۰۰۵) «برنامه آموزش مدیریت خشم» را در پیش‌گیری از روی آوردن به خشونت خانوادگی یا کاهش خشونت خانوادگی اثربخش گزارش کردند.

پایلت (۲۰۰۲) نیز تأثیر «برنامه آموزش مدیریت خشم» بر کاهش خشونت خانوادگی را با به کارگیری گروه‌های آزمایش و گواه در یک برنامه هشت جلسه‌ای آموزش مدیریت خشم برای کاهش میزان خشم مؤثر ارزیابی نمود. اکتن و دیورینگ (۲۰۰۰) در پژوهشی، «برنامه مدیریت پرخاشگری» را طی ۱۳ جلسه به

صورت گروهی به ۲۹ والد آموزش دادند. آموزش مدیریت پرخاشگری متمرکز بر مدیریت خشم، مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های حل مسئله و افزایش حس همدردی بود. در این پژوهش تاثیرات گروه درمانی بر کاهش پرخاشگری فیزیکی والدین با استفاده از آموزش مدیریت خشم و مهارت‌های مدیریت رفتار مشهود بود. با توجه به مبانی نظری و پیشینه، این پژوهش در صدد پاسخ به سوالات زیر می‌باشد:

- مولفه‌های شناسایی شده برای کنترل پرخاشگری و خشونت کدام اند؟
- اولویت هر یک از مولفه‌های شناسایی شده در کنترل پرخاشگری و خشونت چیست؟
- آیا آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بین جوانان خراسان شمالی تاثیر گذار است؟

## روش شناسی پژوهش

### روش پژوهش در بخش اول

در این پژوهش در بخش اول با توجه به هدف و ماهیت تحقیق از روش تحقیق ترکیبی یا آمیخته<sup>۱</sup> از طریق تلفیق روش‌های کیفی و کمی استفاده شده است. استفاده از استراتژی تحقیق مبتنی بر کاربرد روش‌های کیفی و کمی در یک مطالعه بیانگر کاربرد روش تحقیق آمیخته است و مبتنی بر تقدم و توالی اطلاعات است. (کرسول و پلانوکلاک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱) در این مرحله، مبانی نظری و مطالعات و پیشینه مرتبط با موضوع بررسی، تحلیل و با رویکردی سیستمی تنظیم و تدوین شد. هدف اصلی بخش کیفی، بررسی و کاوش مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با مؤلفه‌های خشم و پرخاشگری و تدوین و ساخت پرسشنامه برای بخش کمی بود. در مرحله بعد برای شناسایی مؤلفه‌های موثر در کنترل خشم و پرخاشگری در وضعیت حاضر، از طریق مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی به صورت انفرادی با جوانان رده سنی ۱۸ تا ۲۹ سال که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده بودند، داده‌های کیفی لازم جمع‌آوری و با استفاده از فرایند کدگذاری مبتنی بر طرح نظام مند راهبرد نظریه داده بنیاد<sup>۳</sup> اشتراوس و کوربین<sup>۴</sup> (۱۳۸۵) و همچنین روش تحلیل محتوا به مثابه تکنیکی پژوهشی، مفاهیم، مقوله‌ها و عوامل اصلی و فرعی شناسایی و مورد تحلیل قرار گرفت. این مفاهیم، عوامل و مقوله‌ها مبنای تدوین ابزار (پرسشنامه) برای دستیابی به مولفه‌های شناسایی شده گردید. برای تعیین نمونه‌های این پژوهش و تعیین این گروه از جوانان، به شیوه تصادفی ساده از بین سه گروه ورزشکار، دانشجو و کارمند عده‌ای انتخاب شدند. از آنجا که هدف از مصاحبه، اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش‌های مصاحبه‌شوندگان بود، تعداد ۲۹ نمونه مورد مصاحبه قرار گرفتند. مدت زمان انجام هر مصاحبه، بین ۳۰ تا ۵۰ دقیقه بود. زمان برگزاری فرایند مصاحبه در فاصله زمانی خرداد تا شهریور ۱۳۹۷ بود. برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی پژوهش و به منظور اطمینان خاطر از دقیق بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند متخصصان، خبرگان و اساتید به خصوص استادان فعال در گروه روانشناسی، استفاده شد.

1. Mixed Method

2. Creswell & Plano clark

3. Grounded Theory

4. Strauss & Corbin

گروه دوم از جامعه آماری این پژوهش، جوانان استان خراسان شمالی در رده سنی ۱۸ تا ۲۹ سال بودند. از آنجا که روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری، تا حدود زیادی با برخی از جنبه‌های رگرسیون چند متغیری شباهت دارد، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری برای تعیین حجم نمونه در مدلیابی معادلات ساختاری استفاده نمود. از دیدگاه جیمز استیونس (۲۰۰۲) حتی در نظر گرفتن ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر پیش بین در تحلیل رگرسیون چند گانه با روش معمولی کمترین مجذورات استاندارد، یک قاعده سرانگشتی خوب به حساب می‌آید. پس به طور کلی، در روش شناسی مدل یابی معادلات ساختاری تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه گیری شده تعیین گردد. حجم نمونه این تحقیق بین ۱۵۰ تا ۴۵۰ بود و چون همواره تاکید بر این است که کف نمونه نباید از ۲۰۰ نفر کمتر باشد، تعداد ۲۵۵ نفر به عنوان نمونه و به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. در مرحله کمتی پژوهش، براساس معیارهای استخراج شده از مرحله کیفی، پرسش نامه محقق ساخته طراحی گردید و سوالات و مؤلفه‌های آن با استفاده از ادبیات پژوهش و نتایج حاصل از مطالعه کیفی تدوین شد. آزمون مقدماتی پرسشنامه بر روی ۳۰ نفر از نمونه آماری انجام شد. مشکلات مربوط به روشن بودن، قابلیت درک و قابل پذیرش بودن سوالات پرسشنامه پس از اجرای مقدماتی بازنگری شد و شرکت کنندگان بعدی نسخه اصلاح شده پرسشنامه را تکمیل کردند. برای تعیین روایی ابزار اندازه گیری از روایی محتوایی استفاده شد. این نوع روایی به قضاوت داوران بستگی دارد. نظر دهندگان در مورد پرسشنامه، استادان متخصص و افراد خبره و آگاه بودند. برای محاسبه پایایی پرسشنامه پژوهش، ابتدا یک نمونه پرسشنامه ۳۲ سوالی در اختیار ۳۰ نفر از خبرگان و متخصصان قرار گرفت. سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده و به کمک نرم افزار SPSS، میزان ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن ۰/۹۰ محاسبه شد و بیانگر پایایی لازم بود. در این پژوهش تعداد ۲۵۵ پرسشنامه بین نمونه آماری توزیع و در نهایت ۲۲۲ پرسشنامه جمع آوری گردید. تمام تحلیل‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۴ و AMOS16 انجام شد.

### روش پژوهش در بخش دوم

روش پژوهش حاضر در بخش دوم، طرح تحقیق نیمه آزمایشی بود که قصد داشت اثر آموزش مؤلفه‌های شناسایی شده در خشم و پرخاشگری و تأثیر آموزش این مؤلفه‌ها را در کنترل خشم جوانان مورد مطالعه قرار دهد. در این تحقیق قبل از شروع، به افراد نمونه (گروه آزمایش و گروه گواه) «پرسشنامه خشم و پرخاشگری» داده شد و نمرات آنها استخراج گردید. سپس مهارت‌های خشم و پرخاشگری بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده طی ۸ جلسه به گروه آزمایش آموزش داده شد. جلسات آموزشی طی دو ماه آبان و آذر و دی ۱۳۹۷ برگزار گردید. پس از اتمام آموزش دوباره پرسشنامه خشم و پرخاشگری برای هر دو گروه آزمایش و گواه به اجرا درآمد و نمرات استخراج شد. مقایسه نمرات قبل و بعد از آموزش، میزان اثر بخشی آموزش مؤلفه‌های خشم و پرخاشگری را مشخص می‌کرد. در این بخش از پژوهش، نمونه گیری به صورت هدفمند بود؛ بدین ترتیب که ابتدا «پرسشنامه خشم و پرخاشگری» بر روی ۶۰ نفر از کارکنان، ورزشکاران و دانشجویان جوان در استان خراسان شمالی به اجرا درآمد. سپس از میان آنها، ۴۰ نفر که بالاترین نمره را کسب کرده بودند به عنوان نمونه انتخاب شدند و به صورت تصادفی ۲۰ نفر به عنوان «گروه گواه» و ۲۰ نفر به عنوان «گروه آزمایش»

دسته‌بندی شدند. لازم به ذکر است که کسب نمره بالاتر نشانه خشم و پرخاشگری بیشتر و کسب نمره پایین تر نشانه پرخاشگری کمتر می‌باشد. این پرسشنامه توسط ناصری (۱۳۹۷) ساخته شد. این پرسشنامه دارای ۲۰ سوال می‌باشد و به صورت طیف لیکرت طراحی شده است. روایی ابزار، مورد تایید متخصصان در این حوزه (روانشناسان) قرار گرفت و به جهت تعیین پایایی ابتدا در یک نمونه ۳۰ نفره اجرا و از طریق آلفای کرونباخ پایایی آن ۰/۹۲ محاسبه گردید. آموزش مهارت‌های خشم و پرخاشگری نیز بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بخش کیفی پژوهش به صورت جلسات آموزشی که در جدول ۱ ارائه شده است، اجرا گردید.

### شیوه اجرا

جدول ۱: مراحل آموزش کنترل خشم و پرخاشگری بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بخش اول پژوهش

| جلسات | محتوای جلسات                                                                                                                                                                                                           |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اول   | طرح اهداف برگزاری گروه درمانی و تشریح انواع هیجانات مثبت و منفی و نحوه ابراز خشم خود                                                                                                                                   |
| دوم   | تکنیک تمرین و آزمایش با هدف آمادگی برای انجام یک رفتار جدید در موقعیت‌های واقعی زندگی                                                                                                                                  |
| سوم   | بیان استراتژی‌های مدیریت خشم (آنی و پیشگیرانه) با هدف مدیریت پرخاشگری                                                                                                                                                  |
| چهارم | بیان راه حل‌های مواجهه با موقعیت‌های خشم برانگیز (به درون ریختن، بروز دادن)؛ روش‌های خنثی کردن (مدیریت) خشم شامل روش‌های دراز مدت (ورزش‌های هوازی، آرمیدگی، و...) و روش‌های کوتاه مدت (خودآگاهی هیجانی، تنفس عمیق،...) |
| پنجم  | بیان شیوه‌های کنترل خشم با استفاده از تنفس عمیق، حواسپرتی (شمردن اعداد، به یاد آوردن شعر، به یاد آوردن یک لطیفه، فکر نکردن) و درخواست از اعضا جهت آزمایش این شیوه‌های کنترل خشم بر روی رفتار خود                       |
| ششم   | آموزش متوقف کردن افکار ناکارآمد و آموزش مدیریت خشم به شیوه ذهن آگاهی                                                                                                                                                   |
| هفتم  | روش‌های دراز مدت در مدیریت خشم (ورزش‌های هوازی، آرمیدگی، پیش بینی، تخلیه احساسات منفی گذشته و تکرار)                                                                                                                   |
| هشتم  | مروری بر روش‌های کنترل خشم و اجرای آن توسط اعضا در قالب نمایش: با این روش نمادین، اعضا رفتار خود را در زمان خشم بهتر ارائه دادند و راهی برای کنترل خشم در مقابل آن رفتار پیدا کردند.                                   |

### یافته‌های پژوهش

بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و در عین حال مطابقت آن‌ها با مبانی نظری، طبق نظر مشارکت کنندگان مقوله‌ها و عوامل اصلی (ابعاد) و فرعی (مؤلفه‌ها) تأثیرگذار در کنترل خشم و پرخاشگری را می‌توان در ۲ مقوله یا بعد اصلی و ۳۲ عامل فرعی طبقه‌بندی نمود. ابعاد اصلی مؤثر عبارت‌اند از: ۱- روش‌های کوتاه مدت در کنترل خشم (۱۷ مؤلفه)؛ ۲- روش‌های بلند مدت در کنترل خشم (۱۵ مؤلفه). این ابعاد و مؤلفه‌ها در جدول ۲ نمایش داده شده است.

● شناسایی مولفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت و تأثیر آموزش این مهارت‌ها بر اساس مولفه‌های شناسایی شده در بین جوانان

جدول ۲: نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و کدگذاری باز: ابعاد و مؤلفه‌ها

| روش‌های کوتاه مدت در کنترل خشم       | روش‌های بلند مدت در کنترل خشم        |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| ترک محل                              | ورزش کردن                            |
| فکر کردن به موضوع (تصمیم‌آنی نگرفتن) | فکر کردن به آینده (عواقب موضوع)      |
|                                      | ویژگی شخصیتی                         |
| توقف کردن در هنگام خشم               | کتاب خواندن                          |
| گوش دادن به موسیقی                   | افزایش مهارت همدلی                   |
| سرگرم کردن خود                       | آموزش کنترل خشم                      |
| فرستادن صلوات و ذکر گفتن             | رشد و تقویت رفتارهای اجتماعی فرزندان |
| نفس عمیق کشیدن                       | تقویت رفتارهای مغایر با پرخاشگری     |
| انحراف ذهن از موضوع                  | اعتقادات و مذهب                      |
| شمردن اعداد                          | توکل به خدا کردن                     |
| پیاده روی کردن                       | قرارگرفتن در طبیعت                   |
| امکان تخلیه هیجانی                   | تغییر باورها و ارزشها                |
| صبر کردن (حفظ خونسردی)               | آموزش رفتار جرات مندانه              |
| ایجاد محیط آرام                      | تغییر رفتار منفعلانه                 |
| بیان کردن و نوشتن موارد رفتاری       | تغییر رفتار پرخاشگرانه               |
| دوش گرفتن                            |                                      |
| نوشیدن آب                            |                                      |
| سازگاری با موضوع                     |                                      |

### بخش کیفی پژوهش

تحلیل یافته‌های بخش کیفی بیانگر آن است که ۱۷ مؤلفه در روش‌های کوتاه مدت و ۱۵ مؤلفه در روش‌های بلند مدت در کنترل خشم و پرخاشگری تأثیر دارند. جدول ۲ مؤلفه‌های به دست آمده در روش‌های کنترل خشم را بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش نمایش می‌دهد.

**سوال اول: مولفه‌های شناسایی شده برای کنترل پرخاشگری و خشونت کدام اند؟**

**سوال دوم: اولویت هریک از مولفه‌های شناسایی شده در کنترل پرخاشگری و خشونت چیست؟**

جهت پاسخگویی به این سؤالات پژوهش، بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و در عین حال مطابقت آن‌ها با مبانی نظری، طبق نظر مشارکت کنندگان مقوله‌ها و عوامل تأثیرگذار در کنترل خشم و پرخاشگری را می‌توان در ۳۲ مؤلفه قرار داد. برای تشخیص این مسئله که تعداد داده‌های مورد نظر (اندازه نمونه‌ها و رابطه بین متغیرها) برای تحلیل

عاملی مناسب هستند یا خیر، از شاخص آزمون تناسب کایزر - مایر<sup>۱</sup> و آزمون بارتلت<sup>۲</sup> استفاده گردید. آزمون تناسب کایزر- مایر، شاخصی از کفایت نمونه گیری است که کوچک بودن هبستگی جزئی بین متغیرها را بررسی می کند. این شاخص در دامنه صفر و یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص بین  $0/50 - 0/65$  تحلیل عاملی متوسط، بین  $0/65 - 0/75$  خوب، بین  $0/75 - 0/85$  و از  $0/85$  به بالا به میزان عالی خواهند بود.

جدول ۳: تحلیل عاملی اکتشافی مبانی نظری

| ابعاد<br>(عوامل اصلی) | عدد آزمون تناسب کایزر مایر و آزمون بارتلت             | مؤلفه ها (عوامل فرعی) |
|-----------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------|
| کنترل خشم و پرخاشگری  | KMo=0.769<br>Bartlett=1669.531<br>Df=496<br>Sig=0.000 | ۳۲                    |

همان گونه که در جدول ۳ ملاحظه می گردد، مقدار آماره آزمون تناسب کایزر- مایر برای متغیر کنترل خشم بیشتر از  $0/75$  بوده و مقدار sig نیز بیش از سطح معنی داری می باشد. این امر نشان دهنده آن است که تحلیل عاملی برای این داده ها بسیار مناسب می باشد. با توجه به نتایج تحلیل عامل اکتشافی، برای متغیر کنترل خشم و پرخاشگری مؤلفه اعتقادات و مذهب با بار عاملی  $0/774$  و مؤلفه ورزش کردن با بار عاملی  $0/752$  دارای بیشترین ضریب تاثیر گذاری و مؤلفه شمردن اعداد با بار عاملی  $0/480$  کمترین تاثیر را در کنترل خشم از دیدگاه پاسخگویان داشتند. بعد از تحلیل عاملی اکتشافی و تعیین اولویت هر یک از ابعاد و مؤلفه های موجود، با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، عوامل اصلی تاثیرگذار کنترل خشم و پرخاشگری در ۲ بعد روش های کوتاه مدت کنترل خشم و روش های بلندمدت کنترل خشم شناسایی و با استفاده از نرم افزار Amos16، تأیید شدند. در جداول ۵ و ۶، ضرایب رگرسیونی در کنترل خشم در دو روش کوتاه مدت و بلند مدت نشان داده شده است.

جدول ۵: برآورد ضرایب رگرسیونی

| نام مسیر       | برآورد مسیر       | نسبت بحرانی (CR) | P   |
|----------------|-------------------|------------------|-----|
| کنترل خشم <--- | روش های کوتاه مدت | $1/287$          |     |
| کنترل خشم <--- | روش های بلندمدت   | $0/650$          | *** |

جدول ۶: برآورد ضرایب رگرسیونی

| نام مسیر       | برآورد مسیر       | نسبت بحرانی (CR) | P   |
|----------------|-------------------|------------------|-----|
| کنترل خشم <--- | روش های کوتاه مدت | $0/864$          |     |
| کنترل خشم <--- | روش های بلندمدت   | $0/927$          | *** |

1. KMO( Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling Adequacy)

2. Bartlets Test of sphericity

● شناسایی مؤلفه‌های کنترل پرخاشگری و خشونت و تأثیر آموزش این مهارت‌ها بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده در بین جوانان

همان طور که ملاحظه می‌شود بارهای عاملی مربوط به هر عامل بالاتر از  $\frac{0}{3}$  بوده که نشان از این دارد که معرف خوبی برای عامل‌های مربوطه می‌باشند. شاخص‌های برازش مدل، همگی در سطح قابل قبولی گزارش شدند که مهم‌ترین آن  $RMSEA = 0/078$  و  $CMIN/DF = 2/532$  گزارش شد. در جدول ۷، نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و میزان بار عاملی هر یک از مؤلفه‌ها نشان داده شده است.

جدول ۷: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تعیین میزان بار عاملی هر یک از مؤلفه‌های شناسایی شده

| ابعاد          | مؤلفه‌ها                    | بار عاملی استاندارد | مؤلفه‌ها                                 | بار عاملی استاندارد |
|----------------|-----------------------------|---------------------|------------------------------------------|---------------------|
| کنترل پرخاشگری | ۱- ترک محل                  | ۰/۶۴۴               | ۱۷- رشد و تقویت رفتارهای اجتماعی فرزندان | ۰/۶۸۴               |
|                | ۲- ورزش کردن                | ۰/۷۵۲               | ۱۸- تقویت رفتارهای مغایر با پرخاشگری     | ۰/۷۱۰               |
|                | ۳- فکر کردن به موضوع        | ۰/۶۰۵               | ۱۹- امکان تخلیه هیجانی                   | ۰/۶۲۵               |
|                | ۴- توقف کردن در هنگام خشم   | ۰/۶۱۹               | ۲۰- اعتقادات و مذهب                      | ۰/۷۷۴               |
|                | ۵- فکر کردن به آینده        | ۰/۵۸۷               | ۲۱- صبر کردن (حفظ خونسردی)               | ۰/۷۰۰               |
|                | ۶- ویژگی شخصیتی             | ۰/۷۳۷               | ۲۲- ایجاد محیط آرام                      | ۰/۶۵۷               |
|                | ۷- گوش کردن به موسیقی       | ۰/۶۰۷               | ۲۳- بیان کردن و نوشتن موارد رفتاری       | ۰/۷۰۱               |
|                | ۸- سرگرم کردن خود           | ۰/۵۴۲               | ۲۴- دوش گرفتن                            | ۰/۶۳۵               |
|                | ۹- فرستادن صلوات و ذکر گفتن | ۰/۷۷۱               | ۲۵- توکل به خدا کردن                     | ۰/۶۳۵               |
|                | ۱۰- نفس عمیق کشیدن          | ۰/۶۷۶               | ۲۶- نوشیدن آب                            | ۰/۶۵۹               |
|                | ۱۱- انحراف ذهن از موضوع     | ۰/۶۵۳               | ۲۷- سازگاری با موضوع                     | ۰/۶۲۹               |
|                | ۱۲- شمردن اعداد             | ۰/۴۸۰               | ۲۸- قرار گرفتن در طبیعت                  | ۰/۶۰۸               |
|                | ۱۳- پیاده روی کردن          | ۰/۵۹۴               | ۲۹- تغییر باورها و ارزش‌ها               | ۰/۶۶۳               |
|                | ۱۴- کتاب خواندن             | ۰/۵۷۹               | ۳۰- آموزش رفتار جرأت مندانه              | ۰/۶۱۳               |
|                | ۱۵- افزایش مهارت همدلی      | ۰/۶۱۳               | ۳۱- تغییر رفتار منفعلانه                 | ۰/۶۱۹               |
|                | ۱۶- آموزش کنترل خشم         | ۰/۷۳۵               | ۳۲- تغییر رفتار پرخاشگرانه               | ۰/۵۷۷               |

سوال سوم: آیا آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده، در بین جوانان استان خراسان شمالی تأثیرگذار است؟

قبل از بررسی فرضیه پژوهش، برای اطمینان از این که گروه کنترل و آزمایش معادل می‌باشند- یعنی از نظر پارامترهای مورد مطالعه همسان هستند- با استفاده از آزمون لوین مورد تحلیل قرار گرفتند که نتایج آن نشان داد مقدار  $F$  برابر با  $0/500$  و در سطح  $p > 0/5$  است. بنابراین مفروضه یکسانی واریانس‌ها رد نمی‌شود و اطلاعات سطر اول برای نتیجه‌گیری در مورد میانگین مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

جدول ۸: نتایج آزمون t، اثر آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری

|                           | آزمون لوین    |              | آزمون t برای برابری میانگین‌ها |            |              |                | فاصله اطمینان |          |
|---------------------------|---------------|--------------|--------------------------------|------------|--------------|----------------|---------------|----------|
|                           | آماره آزمون F | معناداری سطح | آماره آزمون t                  | درجه آزادی | معناداری سطح | میانگین اختلاف | حد بالا       | حد پایین |
| آموزش مهارت‌های کنترل خشم | ۰/۵۰۰         | ۰/۴۸۴        | -۷/۳۲۴                         | ۳۹         | ۰/۰۰         | -۲۶/۴۵۴        | -۱۹/۱۴۸       | -۳۳/۷۶۰  |
| فرض برابری واریانس        |               |              |                                |            |              |                |               |          |
| فرض نابرابری واریانس      |               |              | -۷/۰۷۹                         | ۳۰/۸۷۰     | ۰/۰۰         | -۲۶/۴۵۴        | -۱۸/۸۳۲       | -۳۴/۰۷۷  |

در جدول ۸ سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض برابری واریانس ها (۰/۰۰) کمتر از ۵ درصد است. پس فرض صفر تأیید نمی گردد و ادعای عدم برابری دو گروه پذیرفته می شود. هرگاه حد بالا و پایین هر دو منفی باشد، تفاوت میانگین در دو گروه کمتر از صفر است و اگر میانگین گروه اول از گروه دوم کوچکتر باشد، نشان می دهد که تأثیر آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری در گروه‌های آزمایش و کنترل در بین جوانان از نظر آماری معنادار است. با توجه به یافته‌های به دست آمده، فرضیه سوم پژوهش تأیید می شود.

### بحث و نتیجه گیری

اداره هیجان‌ها ممکن نیست، مگر اینکه افراد از هیجان‌های بنیادین مثل خشم، ترس، اضطراب، شادمانی، تعجب، اندوه، انزجار و عشق آگاه و از دانش کافی درباره سطوح هیجان، مراحل، تظاهرات جسمانی، عاطفی، شناختی و رفتاری آنها، هیجان‌های مثبت و منفی و شدت و ضعف آنها برخوردار باشند. شناخت هیجان‌ها به افراد، قدرت تحلیل و کنترل می دهد و هر قدر این شناخت بیشتر باشد، به سوی مدیریت و کنترل عواطف و بهبود روابط بین فردی جلوتر خواهند رفت و در مجموع، گام بزرگی در موفقیت زندگی خود در ابعاد گوناگون برخواهند داشت. در این پژوهش، بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی و کدگذاری و تحلیل محتوای متن مصاحبه‌ها و در عین حال مطابقت آن‌ها با مبانی نظری و طبق نظر مشارکت کنندگان مقوله‌ها، عوامل اصلی تأثیرگذار در کنترل خشم و پرخاشگری را می توان در ۳۲ مؤلفه طبقه بندی نمود. هر یک از این مؤلفه‌ها بر اساس چارچوب مفهومی پژوهش و کدهای مفهومی به دست آمده در بخش کیفی ساخته شده‌اند. طبق یافته‌های پژوهش، عوامل اصلی تأثیرگذار کنترل خشم و پرخاشگری در ۲ بعد روش‌های کوتاه مدت کنترل خشم و روش‌های بلندمدت کنترل خشم دسته بندی می شوند. این ابعاد بر اساس تحلیل عاملی تأییدی با توجه به بارهای عاملی و آزمون برازش آن‌ها مورد تأیید قرار گرفتند.

بنابراین می‌توان گفت که این عوامل جزو عوامل کلی (ابعاد اصلی) مؤثر در کنترل خشم و پرخاشگری به شمار می‌روند. مؤلفه‌های ترک محل، فکر کردن به موضوع، توقف کردن در هنگام خشم، گوش کردن به موسیقی و امکان تخلیه هیجانی در بعد روش‌های کوتاه مدت و مؤلفه‌های ویژگی شخصیتی در بعد روش‌های بلندمدت بارعاملی کمتر از ۰/۳ دارند و از مدل حذف می‌شوند. نتایج به دست آمده با توجه به مطالعات مبانی نظری تحقیقات انجام شده در ایران و جهان و بخش کیفی پژوهش نشان می‌دهد که طبق نظر شرکت کنندگان در سوال اول پژوهش، مولفه‌های تأثیرگذار در کنترل خشم و پرخاشگری را می‌توان در ۳۲ مولفه طبقه بندی نمود. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی، نشان داد که این نتایج با یافته‌های زیر تطابق دارد.

هدف رویکردهای کنترل خشم، آشنا ساختن فرد پرخاشگر با الگوی خشم و رابطه آن با رویدادها و افکار سبب ساز و رفتار خشونت آمیز است. (هاولز، ۱۹۸۹: ۱۶۶) رویکردهای کنترل خشم عمدتاً مبتنی بر اصول درمان شناختی- رفتاری به ویژه آموزش مقاوم سازی در برابر فشار روانی (SIT) مایکنام (۱۹۷۵) که توسط نوواکوا (۱۹۷۵) برای کنترل خشم مورد استفاده قرار گرفته‌اند، می‌باشند. بک و فرناندز (۱۹۹۸) خلاصه‌ای از اصول رویکرد SIT در کنترل خشم تهیه کرده‌اند. بنابراین، بالا بردن توان فرد در کنترل خشم خود، به احتمال زیاد در کاهش پرخاشگری مؤثر خواهد بود و ارائه آموزش‌های زود هنگام می‌تواند باعث کاهش پرخاشگری شود. (هرمان و مک ویرتر، ۲۰۰۲؛ کلنر، بری و کالتی، ۲۰۰۲: ۸۵۳) قربانی (۱۳۸۰) بیان کرد مدیریت خشم با توجه به فوائد دنیوی و اخروی، ورزش و تقویت نیروهای جسمانی، کمک گرفتن از خودگویی‌های مثبت امکان پذیر می‌باشد. همچنین ویلیام وهاوایی (۲۰۰۵) دریافتند که استفاده از تنظیم غذا، ورزش و روابط صمیمانه با نزدیکان می‌توانند کمک‌های خوبی برای تئیدگی زدایی باشند. البته در انجام این اعمال، باید زنجیره افکار عصبانی کننده و باورهای غیر منطقی قطع شوند. سالخودسکی و همکاران (۲۰۰۴) در بررسی خود به این نتیجه رسیده‌اند که درمان‌های شناختی و رفتاری در درمان مشکلات خشم و خصومت در بین نوجوانان و جوانان تأثیر بسیاری دارد. یافته‌های پژوهش جعفری و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که روش آموزش کنترل خشم می‌تواند باعث افزایش توانایی ورزشکاران نوجوان در کنترل و پیشگیری از خشم شود و از دلایل احتمالی بهبود توانایی آنها در استدلال‌های اخلاقی باشد.

برای اولویت بندی مولفه‌های تأثیرگذار در کنترل خشم و پرخاشگری، به تعیین میزان بارعاملی استاندارد هر یک از ابعاد شناسایی شده نیاز بود. همان طور که نتایج نشان داد بارهای عاملی مربوط به هر عامل بالاتر از ۰/۳ بود که نشان از این دارد که معرف خوبی برای عامل‌های مربوطه می‌باشند. شاخص‌های برازش مدل همگی در سطح قابل قبولی گزارش شدند. در خصوص تبیین سوال دوم پژوهش در اولویت بندی مولفه‌های خشم و پرخاشگری می‌توان به نتایج پژوهش‌هایی همسو در این زمینه اشاره کرد.

پژوهش رست و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد شیوع پرخاشگری و برخی عوامل و مولفه‌های مرتبط با آن در دانش آموزان وجود دارد. آنها دریافتند که برای کنترل پرخاشگری دانش آموزان، کاهش استفاده از بازی‌های کامپیوتری و شناخت عوامل فرهنگی و قومی می‌تواند دخیل باشد. سالخودسکی و همکاران (۲۰۰۴)، در بررسی خود به این نتیجه رسیدند که درمان‌های شناختی و رفتاری در درمان مشکلات خشم و خصومت در

بین نوجوانان و جوانان تأثیر بسزایی دارند. کهلبرگ و همکاران (۱۹۸۴) نشان دادند پرخاشگری نیرومندترین پیش بینی کننده رفتار ضد اجتماعی در دوره نوجوانی و بزرگسالی است. هارینگتون و همکاران، (۱۹۹۱) و مک کورد (۱۹۹۱) در بررسی نتایج افسردگی دوران کودکی و نوجوانی نشان دادند که ۴۰ تا ۷۵ درصد از جوانانی که به دلیل اعمال بزهکارانه دستگیر شده بودند، مطابق با معیارهای روانپزشکی، پرخاشگر تشخیص داده شده بودند. چون پرخاشگری به وسیله مکانیسم‌های بازداري کنترل می‌شود و در ایجاد آن فاکتورهای بیرونی و درونی موثرند، محدود کننده‌های بیرونی، انتظار تنبیه، همدلی یا توجه به نتایج، رفتار پرخاشگری را کنترل می‌کند و به وسیله برانگیختگی زیاد، احتمال پایین تنبیه، عوامل زیست شیمیایی و محرک‌های بیرونی تحریک می‌شوند. (نواکو، ۱۹۸۸) اگر چه رفتار پرخاشگرانه منجر به کاهش تخیلات پرخاشگرانه، پشتوانه تحقیقی چندانی نیافته، اما تأیید پالایش رفتاری در بسیاری از تحقیقات تأیید شده است؛ یعنی یافتن فرصت ابراز پرخاشگری به هنگام ناکامی‌ها، رفتار پرخاشگرانه بعدی را کم می‌کند. اما پالایش رفتاری کل پرخاشگری را کنترل نمی‌کند، بلکه از پرخاشگری به قیمت پرخاشگری فعلی جلوگیری می‌کند. (کریمی، ۱۳۷۷)

با توجه به یافته‌های به دست آمده، سؤال سوم پژوهش تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که آموزش مهارت‌های کنترل خشم و پرخاشگری در بین جوانان استان خراسان شمالی مؤثر می‌باشد. در تبیین این فرضیه باید گفت که خشم ممکن است پاسخی باشد که یک نوجوان به جهان اطراف خود می‌دهد. نوجوان خشمگین ممکن است بخواهد آنچه را که از تعارض‌های مکرر خانواده خود آموخته است، نشان دهد. ابرازات خشم ممکن است راهی برای شناساندن نیازهای برآورده نشده فرد باشد، اما وجه مشترک همه ابرازات خشم این است که همگی یک ابزار ارتباطی محسوب می‌شوند. نوجوانان با ابراز خشم خود، می‌خواهند یک پیام را منتقل کنند. نکته جالب این است که هر چه ابراز خشم قویتر می‌گردد، پیام مربوط به آن کمتر درک می‌شود. (رافضی، ۱۳۸۳) در نتیجه، اگر آموزش‌های مهارت کنترل خشم به نوجوانان و افراد در این سنین رشد داده شود، آنها در آینده راحت‌تر می‌توانند خشم خود را کنترل کنند و این باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی و خانوادگی شود که از جمله آنها می‌توان به زندانی شدن این افراد در اثر عدم کنترل خشم اشاره کرد. پس آموزش کنترل خشم در نوجوانان و خانواده‌های آنها موجب جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی در آینده می‌شود. پژوهش حاضر با نتایج تحقیق نویدی (۱۳۸۴) مبنی بر تأثیر آموزش مدیریت خشم بر مهارت‌های سازگاری، مصائبی (۱۳۸۶) مبنی بر تأثیر آموزش مهارت‌های کنترل خشم بر سازگاری اجتماعی، فرج زاده و همکاران (۱۳۹۰) مبنی بر تأثیر آموزش گروهی کنترل خشم بر تغییر پرخاشگری و کفایت اجتماعی نوجوانان بی سرپرست، توماس (۲۰۰۱) مبنی بر تأثیر آموزش کنترل خشم بر کاهش مشکلات بین فردی، مهریزی و همکاران (۱۳۸۷) مبنی بر تأثیر آموزش مدیریت خشم بر مهارت‌های خودنظم دهی خشم و تعارض‌های والد-نوجوان دختران دوره راهنمایی، نعمتی (۱۳۸۷) مبنی بر اثربخشی آموزش مهارت‌های کنترل خشم در کاهش پرخاشگری زندانیان مرد و شکوهی یکتا و همکاران (۱۳۹۴) مبنی بر اثربخشی آموزش مدیریت خشم و حل مسئله بر سلامت روان سبک‌های تربیتی مربیان پیش دبستانی همسو است. پایلت (۲۰۰۲) تأثیر برنامه آموزش مدیریت خشم بر کاهش خشونت خانوادگی را با به کارگیری گروه‌های آزمایش و گواه در یک برنامه هشت جلسه‌ای آموزش

مدیریت خشم برای کاهش میزان خشم مؤثر گزارش نمود. صادقی (۱۳۸۰) با بررسی اثربخشی آموزش گروهی کنترل خشم بر کاهش پرخاشگری دانش آموزان پسر دبیرستانی نشان داد که آموزش گروهی کنترل خشم توانسته است رفتار پرخاشگرانه دانش آموزان را کاهش دهد. هارینگتون و همکاران، ۱۹۹۱: مک کورد، (۱۹۹۱) در بررسی نتایج افسردگی دوران کودکی و نوجوانی نشان دادند که ۴۰ تا ۷۵ درصد از جوانانی که به دلیل اعمال بزهکارانه دستگیر شده بودند، مطابق با معیارهای روانپزشکی، پرخاشگر تشخیص داده شده بودند. بنابراین باتوجه به نتایج پژوهش حاضر و پژوهش‌های همخوان، برنامه آموزشی مدیریت خشم مداخله‌ای مؤثر به شمار می‌آید. ساخوولسکی و همکاران (۲۰۰۴) اثر بخشی برنامه مداخله‌ای مهار پرخاشگری را بر روی ۱۱ دانش آموز مقطع ابتدایی طی ده جلسه بررسی نموده و این برنامه را بر کاهش رفتارهای وابسته به خشم مؤثر گزارش کرده‌اند. صادقی (۱۳۸۰) با بررسی اثربخشی آموزش گروهی کنترل خشم بر کاهش پرخاشگری دانش آموزان پسر دبیرستانی نشان داد که آموزش گروهی کنترل خشم توانسته است رفتار پرخاشگرانه دانش آموزان را کاهش دهد. مطالعه آهنگرزاده رضایی و همکاران (۱۳۹۰) نیز نشان داد آموزش مدیریت خشم بر سلامت روانی دانشجویان تأثیر مثبت دارد.

خشم، حالتی عاطفی است که از نظر شدت از تحریک ملایم تا عصبانیت شدید تغییر می‌کند. هدف مدیریت خشم، کاهش احساس عصبانیت و برانگیختگی فیزیولوژیکی است که خشم باعث آن می‌شود. (اسپیلبرگ و همکاران، ۲۰۰۲) پرخاشگری و تجاوز، یک مسئله اجتماعی و سلامت عمومی است که ممکن است به آسیب فیزیکی، مشکلات روانی و رفتاری منجر گردد. (ونگ، لی، یانگ، گائو و زانو، ۲۰۱۷) با توجه به عواقب منفی آن، بررسی عواملی که ممکن است در افزایش پرخاشگری و تجاوز نقشی داشته باشند، از نظر تئوری و عملی، دارای اهمیت است. خشم، به خوبی به عنوان یکی از پیش‌بینی‌کننده‌ترین متغیرهای پرخاشگری، مستند شده است. (اندرسون و بوش من، ۲۰۰۲، شوری، کرونیس، و ایدما، ۲۰۱۱؛ ویلوسکی و رابینسون، ۲۰۰۸، ۲۰۱) خشم همچنین به عنوان حالت و خصیصه در ادبیات موضوعی تعریف شده است. (دیفنباچر و همکاران، ۱۹۹۶؛ ویلوسکی و رابینسون، ۲۰۱۰) مهم‌تر اینکه، برخی محققان متوجه شده‌اند که حالت خشم، پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری از پرخاشگری و تجاوز نسبت به حالت خشم است. (دیفنباچر و همکاران، ۱۹۹۶)

هیجان‌ها، از بزرگ‌ترین نعمت‌های الهی‌اند که در انسان به ودیعه نهاده شده‌اند. زندگی بدون آن‌ها برای بشر مشکلات زیادی را ایجاد می‌کند. این هیجانات در شکل دادن به رفتارهای ما بسیار تاثیرگذار هستند و سلامت روانی و عقلانی انسان‌ها تا حد زیادی به سلامت هیجانی وابسته است. وضعیت هیجانی می‌تواند قضاوت‌های فرد در مورد رفتارهای خود و دیگران و نیز نحوه برخوردهای اجتماعی وی را تحت تأثیر قرار دهد. جلوه‌های هیجانی نقش‌های متفاوتی ایفا می‌کنند؛ از جمله این که به عنوان وسیله‌ای برای برقراری ارتباط با دیگران به کار می‌روند و فرد می‌تواند از طریق آن‌ها اطلاعاتی را در مورد احساسات، نیازها و امیال خود به دیگران منتقل نماید. شواهد بسیاری نشان می‌دهند افرادی که در زمینه احساسات و عواطف خود قوی و چیره دست هستند، یعنی احساسات خود را به خوبی مدیریت می‌کنند و احساسات دیگران را درک کرده‌اند و با آن‌ها به خوبی کنار

می آیند، در هر زمینه زندگی، خواه روابط خصوصی و خانوادگی و خواه در مراودت های سیاسی و اجتماعی از مزیت خوبی برخوردارند. بنابراین ایجاد و بازشناسی هیجان ها، شیوه های مهمی برای تنظیم مبادلات اجتماعی و تعادل جسمانی و روانی ما هستند. شناخت هیجان ها به ما قدرت تحلیل و کنترل می دهد و هر قدر این شناخت بیشتر باشد، به سوی مدیریت و کنترل عواطف و بهبود روابط بین فردی جلوتر رفته ایم و در مجموع گام بزرگی در موفقیت زندگی خود در ابعاد گوناگون برداشته ایم.

هیجانات منفی نظیر ترس، خشم و غم نیز همگی نشانه هستند و ارزش دارد که به آن توجه داشته باشیم. خشم ما می تواند حامل چنین پیام هایی باشد: مورد آزار قرار گرفته ایم، حق و حقوقمان نادیده گرفته می شود، نیازها و خواسته های مان در حد مطلوبی ارضا نمی شود یا به زبانی خیلی ساده، چیزی در زندگی مان درست نیست. (جهانگیری و شیردل، ۱۳۹۴) نتایج پژوهش نشان داد که آموزش مهارت های مدیریت خشم بر میزان سیستم های مغزی-رفتاری تأثیرگذار می باشد؛ به این معنی که آموزش مهارت مدیریت خشم باعث می شود که میزان سیستم های مغزی-رفتاری افزایش پیدا کند. همچنین موجب کاهش سیستم فعال سازی رفتاری و افزایش سیستم بازداری رفتاری در گروه آزمون شده است. می توان گفت در نتیجه آموزش مدیریت خشم، فرد یاد می گیرد که چگونه خشم خود را کنترل کند و به ارزیابی مثبت دیگران بپردازد. می توان گفت که آموزش مهارت های مدیریت خشم به فرد در مورد ناکامی آگاهی می دهد. در نتیجه، فرد یاد می گیرد که چگونه خشم خود را کنترل کند و تحت تأثیر ناکامی قرار نگیرد و در همه حال امید به آینده با دیدی مثبت داشته باشد. از آنجا که رایج ترین عکس العمل انسان نسبت به ناکامی، خشم می باشد، چنانچه بتواند از ناکامی خود، ارزیابی خوبی داشته باشد، می تواند خشم خود را کنترل کند. همچنین با آموزش کنترل خشم و پرخاشگری می توان سلامت روحی و روانی را به خانواده ها برگرداند. شیوه های رفتاری متفاوتی از قبیل آرامش آموزی و شیوه های شناختی از قبیل مبارزه با افکار منفی می توانند آدمی را یاری دهند تا با سازگاری بیشتری در برابر فشار بیرونی واکنش نشان دهند و منجر به پرخاشگری و رفتارهای منفی فرد نشوند. یادگیری مهارت های مدیریت خشم موجب ایجاد مهارت هایی می شود که به فرد کمک می کند نسبت به عواطف خود، آگاهی بیشتری به دست آورد و در موقعیت های گوناگون واکنش های بهتری از خود نشان دهد. آگاهی از خصوصیات خود موجب بصیرت شده که این امر نیز، خود تنظیمی و خویشتن داری را در فرد در پی دارد. هر دوی این مهارت ها به فرد کمک می کنند که عواطف خود از جمله خشم را منطقی تر کنترل کنند. اگر فرد بتواند از خلاقیت خود استفاده کند، پیدا کردن شیوه مقابله مناسب با خشم آسان تر خواهد بود. به جای این که هیجان فرد را کنترل کند، باید از هیجان به عنوان فرصتی برای رسیدن به تجارب خلاق و جدید استفاده کرد. هر قدر فرد بیشتر آرام باشد و از مهارت های مقابله با خشم استفاده کند، بیشتر می تواند موقعیت را کنترل نماید. به طور کلی می توان اذعان داشت که بیشتر تحقیقات انجام شده بر سودمندی درمان و مؤثر بودن مداخلات در زمینه کنترل خشم اذعان دارند و معتقدند که خشم، پدیده ای کنترل پذیر است و با افزایش آگاهی افراد نسبت به آن و آموزش شیوه ها و راهبردهای مؤثر می توان خشم را کنترل و تعدیل کرد. اگر فردی در رسیدن به هدف خود با شکست مواجه شود، ناکامی حاصل می شود و ناکامی حاصل شده در بیشتر مواقع منجر به

پرخاشگری می‌گردد. ناکامی هنگامی برجسته‌تر می‌شود که هدف ملموس و در دسترس باشد، ولی انتظارات بالا باشند و به شکلی غیر موجه، از دستیابی فرد به هدف ممانعت به عمل آورند. ناکامی در صورتی می‌تواند به پرخاشگری منجر شود که با قرار گرفتن فرد در معرض محرک‌های برانگیزنده خاص همراه شود. فرضیه ناکامی - پرخاشگری گویای آن است که ناکامی یکی از برانگیزاننده‌های پرخاشگری می‌باشد و چنانچه ما نتوانیم به آنچه می‌خواهیم و انتظار داریم برسیم، این امر موجب پرخاشگری می‌شود.

## پیشنهاده‌ها

- این پژوهش به عنوان یکی از تحقیقات موثر در زمینه نقش آموزش در کنترل خشم و پرخاشگری، مطالعات متعدد پیرامون شناخت مهارت‌های بیشتر را پیشنهاد می‌کند تا بر این اساس، آموزش‌های بیشتری مطابق با فرهنگ ایرانی ارائه شود.
- با توجه به نتایج پژوهش حاضر و سایر پژوهش‌های مشابه که کنترل خشم و پرخاشگری باعث بهبود سایر رفتارهای شناختی فرد می‌شود، آموزش این کنترل سبب می‌گردد که فرد بتواند تمام رفتارهای درگیر در یک عمل شناختی را تحت نظر بگیرد. این گونه آموزش‌ها، ابزارهای مفیدی برای تعمیم یادگیری به موقعیت‌های مکانی و زمانی دیگر هستند.
- حمایت از فرآیندهای آموزشی مانند این در هر یک از مراحل آموزش رسمی اهمیت زیادی دارد؛ چنان که ارتباط و همبستگی بین کنترل رفتار و آموزش آن می‌تواند تاییدی بر این نکته باشد. به عبارتی، هم کنترل و هم آموزش در رفتار فرد موثر می‌باشند. لذا پیشنهاد می‌شود والدین، اولیای تعلیم و تربیت و معلمان با ایجاد محیط فیزیکی و روان شناختی مناسب و توجه به متغیرهای درگیر در پرورش این سازه‌ها می‌توانند به جوانان کمک شایانی کنند و با فراهم کردن ابزار و وسایل لازم، نگرش‌های لازم برای کنترل خشم و پرخاشگری را در جوانان فراهم آورند.
- در نتیجه آموزش مدیریت خشم، فرد یاد می‌گیرد که چگونه خشم خود را کنترل کند و به ارزیابی مثبت دیگران بپردازد.
- یادگیری مهارت مدیریت خشم موجب ایجاد مهارت‌هایی می‌شود که به فرد کمک می‌کند نسبت به رفتار خود، آگاهی بیشتری به دست آورد و در موقعیت‌های گوناگون واکنش‌های بهتری از خود نشان دهد. آگاهی از خصوصیات خود موجب بصیرت می‌شود که این امر نیز، خودتنظیمی و خویشتن داری را در پی دارد و هر دوی این مهارت‌ها به فرد کمک می‌کنند که عواطف خود از جمله خشم را منطقی‌تر کنترل کند.
- اگر فرد بتواند از خلاقیت خود استفاده کند، پیدا کردن شیوه مقابله مناسب با خشم آسان‌تر خواهد بود. به جای این که هیجان فرد کنترل شود، می‌توان از هیجان به عنوان فرصتی برای رسیدن به تجارب خلاق و جدید استفاده کرد.
- هر قدر فرد آرام‌تر باشد و از مهارت‌های مقابله با خشم استفاده کند، بیشتر می‌تواند موقعیت را کنترل کند. لازم است که مهارت‌های مدیریت خشم به شکل عینی و کاربردی‌تر به افراد آموخته شود تا به شکل ملموس‌تری تأثیر مهارت‌های مدیریت خشم بر سیستم‌های مغزی - رفتاری احساس شود. این آموزش به فرد کمک

می‌کند که نحوه ارزیابی و قضاوتش را در مورد دیگران اصلاح کند و او را به تفکر منطقی نزدیک‌تر سازد. اگر چنین فرض شود، می‌توان اظهار داشت که این آموزش، نگرش فرد را به گونه‌ای مثبت تحت تأثیر قرار می‌دهد.

- تدوین برنامه‌های آموزشی و مداخله‌ای به منظور کاهش خشم و مدیریت آن، اقدام عملی دیگری است که برای تعدیل سطوح خشم جوانان به کار می‌رود.
- برای پژوهش پیرامون گروه سنی جوانان، پژوهشگران و مجریان مداخلات روان شناختی، باید از ویژگی‌های رشدی این گروه کاملاً آگاه باشند. لذا گذراندن واحد درسی روان شناسی رشد در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی یا به صورت کارگاهی در سازمان‌ها توصیه می‌شود.
- پیشنهاد می‌گردد روان شناسان، مشاوران و مربیان پرورشی این مداخلات و کارگاه‌های کنترل خشم را به طور مستمر و در سطح وسیع برای تمام گروه‌های سنی اجرا نمایند.
- امید است نتایج پژوهش حاضر چشم انداز جدیدی را جهت جلوگیری و یا تقلیل رفتارهای پرخاشگرانه در محیط‌های آموزشی در اختیار روانشناسان و مربیان قرار دهد.
- اصولاً ارزیابی اینکه دیگران زندگی فرد را چگونه ارزیابی می‌کنند، کیفیت تجربه هیجانی را تعیین می‌کنند. پس اگر فرد ارزیابی خود را تغییر دهد، می‌تواند هیجان خود را نیز دگرگون سازد. با بر پا کردن کارگاه‌های کنترل خشم می‌توان به افراد آموزش داد که ارزیابی دیگران را به صورت مثبت تلقی کنند تا تأثیر مثبت بر زندگی آنها بگذارد و منجر به خشم و پرخاشگری در آنها نشود.

## منابع

- اشتراس، آنسلم و جولیت، کوربین. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی نظریه مبنایی اصول و شیوه‌ها. بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی
- باوقار زعیمی، زهرا و شیبانی تدرجی، فاطمه. (۱۳۹۵). «بررسی علل پرخاشگری در کودکان». مطالعات راهبردی علوم انسانی و اسلامی. شماره ۲، ۱۷۸ - ۱۹۵.
- جهانگیری، علی و شیردل، ملیحه. (۱۳۹۴). مدیریت خشم. تهران: آذرین مهر
- جعفری، سیمین؛ امان اله نژاد کلخوران، مجتبی و طالبی، روح الله. (۱۳۹۳). «تأثیر آموزش کنترل خشم بر پرخاشگری دختران تکواندوکار نوجوان مبتدی». مجله مطالعات روانشناسی ورزشی. دوره ۳، شماره ۸، ۷۷-۸۸.
- رونالد، پاترافرون. (۱۳۷۸). غلبه بر خشم. مهدی مجردزاده کرمانی. تهران: انتشارات مؤسسه فرهنگی راه بین
- رافضی، زهره. (۱۳۸۳). «نقش آموزش کنترل خشم به نوجوانان دختر ۱۵ تا ۱۸ ساله در کاهش پرخاشگری». پایان نامه کارشناسی ارشد.
- زنگنه، ساره؛ ملک پور، مختار و عابدی، محمد رضا. (۱۳۹۰). «تأثیر آموزش مهارت‌های مدیریت خشم بر کنترل پرخاشگری مادران دانش آموزان ناشنوا دوره ابتدایی». فصلنامه یافته‌های نو در روانشناسی.
- حسینی، سید علی؛ کاوسی، علی؛ ثناگو، اکرم؛ جویباری، لیلا و محمدی، غلامرضا. (۱۳۹۶). «تأثیر آموزش مهارت‌های کنترل خشم بر سازگاری دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گلستان». مجله علمی پژوهان. سال شانزدهم، شماره ۱، پاییز ۱۳۹۶، ۱۰-۱۸.
- شیخ الاسلامی، علی؛ اسداللهی، الهام و محمدی، نسیم. (۱۳۹۶). «پیش بینی پرخاشگری نوجوانان بزهکار بر اساس راهبردهای حل مسئله و مهارت‌های ارتباطی». سلامت اجتماعی (مجله مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی موثر بر سلامت). دوره ۴، شماره ۳، ۲۱۹-۲۰۹.
- صادقی، احمد. (۱۳۸۰). «آموزش گروهی کنترل خشم به شیوه عقلانی، رفتاری، عاطفی به دانش آموزان پسر دبیرستان». پایان نامه کارشناسی ارشد، مشاوره و راهنمایی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
- قربانی، نیما. (۱۳۸۰). مهندسی رفتار ارتباطی. تهران: انتشارات سینه سرخ
- کریمی، یوسف. (۱۳۷۷). روان شناسی اجتماعی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات ارسباران
- کاپلان، ه.، سادوک، ب. (۱۳۷۵). خلاصه روانپزشکی، علوم رفتاری و روانپزشکی بالینی. نصرت الله پورافکاری. جلد سوم، تهران: انتشارات شهر آب
- نمازی محمودآبادی، داوود. (۱۳۷۷). «بررسی اثربخشی آموزش اصول و فنون تغییر رفتار به والدین در تعدیل پرخاشگری کودکان ۸-۱ ساله». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- نساجی زواره، اسماعیل. (۱۳۸۵). خانواده و پرخاشگری فرزندان. مجله پیوند. شماره ۳۲۸.
- نیلسون، ر. و ایزرائیل. (۱۳۷۶). اختلال‌های رفتاری کودکان. مجدمدتی منشی طوسی. مشهد: انتشارات آستان قدس

- Acton, R. G., & During, S. (2000). "Preliminary results of aggression management training for aggressive parent?" Journal of Interpersonal Violence, 417-410, 7.

- American Psychological Association. (2004). **Controlling Anger Before it controls you.**
- Bell, A.C., Zunlla, T.J. (2009). **“Problem-solving Therapy for Depression: A Metaanalysis Clinical”?** Psychology Review, 353-29:348.
- Breslin, J. H. (2005). **“Effectiveness of a rural anger management program in preventing domestic violence recidivism”?** Available on: <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3151308>
- Callifrona, M., Garyfallia, K. (2016). **“Psychoeducative Programme in Anger Management”?** J Psychol Psychother ,6:237. doi:0487.1000237-2161/10.4172.
- Creswell, J. W, Plano clark, V. (2011). **Designing and conducting mixed methods research.** (2 nded), thousand oaks, CA: sage
- Deffenbacher, J.L. (1997). **“Cognitive behavioral approaches to anger reduction”?** In: Dobson, K.S., and Craig, K.D. (Eds.), *Advances in Cognitive Behavioral Therapy (pp. -ITT)*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.
- Del Vecchio, T., & O’Leary, K. D. (2004). **“Effectiveness of treatment for specific anger problems: A metaanalytic review”?** Clinical Psychology Review, 24-15 ,24.
- Ellis, A., Harper, R. A. (1999). **A New Guide to Rational Living.** N. Hollywood, CA: Wilshire Books. George, M. ‘Rooting it out.’ Community Care. ET. Oct. One account of successful individual programme planning.
- Feindler, E. L., Ecton, R. B. (1986). **Adolescent Anger Control, Cognitive-Behavioral Techniques.** NewYork: Pergamon Press.
- Fields, S. Mc namara, A. (2003). **“The prevention of chilled and adolescent violence”?** Journal of aggression and violent behavior. Vol .8,p:91-61.
- Howells, K. (1989). **“Anger management methods in relation to the prevention of violent behaviour”?** In J. Archer & K. Browne (Eds.), *Human aggression: Naturalistic approaches* (pp. 181–153). London: Routledge
- Harrington, R.; Fudge, H.; Rutter, M.; Pickles, A.; & Hill, J. (1991). **“Adult outcome of childhood and adolescent depression: I. Links with antisocial disorder”?** Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, 439-434 ,30.
- Huesmann, L.R., & Miller, L.S. (1994). **“Long-term effects of the repeated exposure to media violence in childhood”?** In L.R. Huesmann (Ed.), *Aggressive behavior: Current perspectives* (pp. 186–153). New York: Plenum Press.
- Strauss, A., Joliet, C. (2006). **Principles of Qualitative Research Methodology: The Basis of Principles and Practices.** Translated by: Buick Mohammadi, Tehran:

Human Sciences Research Institute

- Kohlberg, L.; Ricks, D.; & Snarey, J. (1984). **“Childhood development as a predictor of adaptation in adulthood”**. Genetic Psychology Monographs, 172-91 ,110.
- Marcus-Newhall, A., Pedersen, W.C., Carlson, M., & Miller, N. (2000). **“Displaced aggression is alive and well: A meta-analytic review”**. Journal of Personality and Social Psychology, 689-670 ,78
- Meichenbaum, D.H. (1975). **Stress inoculation training**. New York: Pergamon Press
- Macvaugh, G. S. (2004). **“Outcomes of court intervention and diversionary programs for domestically violent offenders”**. Available on: <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3143323>.
- Miles, D.R., & Carey, G. (1997). **“Genetic and environmental architecture of aggression”**. Journal of Personality and Social Psychology, 217-207 ,72.
- Mynard, H., & Joseph, S. (2000). **“Development of a multidimensional peer-victimization scale”**. Aggressive Behavior, 178-169 ,26.
- Novaco, R. W. & Chemtob, C. M. (1998). **“Anger and trauma: Conceptualization, assessment, and treatment”**. In: Follette, V. H. Ruzek, V. I. & Abueg, F. R. Cognitive-Behavioral Therapies for Trauma New York: Guilind.
- Nilsson, R., Izrael, A. (1997). **Child behavioral disorders**. Translated by: Monshi Toosi, M.T., Mashhad: Astan Quds Publications.
- Novaco, R. W., & Robins, S. (1999). **“Systems conceptualization and Treatment of anger”**. Journal of Clinical Psychology. PP. 337-325.
- Oconnor, F., Lovell, D., Brown, L. (2015). **“Implementing Residential Treatment for Prison Inmates with Mental Illness”**. Arch Psychiatr Nurs; 8-232:(5)16.
- Pilet, G. A. (2002). **Efficacy of adult psychoeducation in an anger management portion of a domestic violence treatment program”**. Available on: <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3052663>
- Patraphron, R., Patraphron, P. (1995). **Overcome anger**. Translation by Mehdi Monribzadeh Kermani. (1999). Tehran: Rahbin Cultural Institute
- Pellegrini, A. D. (2003). **“Perceptions and functions of play and real fighting in early adolescence”**. Child Development, 33-74:1522.
- Sadock, B.J., Sadock, V. A., Kaplan, H. (1996). **Synopsis of Psychiatry, Behavioral Sciences and Clinical Psychiatry**. Translation by Nusrat Allah Pourafkari, Tehran: Shahreab & Ayandesazan Publication.
- Sukhodolsky, D.G., Kassinove, H., Gorman, B. S. (2004). **“Cognitive-behavioral**

**therapy for anger in children and adolescents: a meta-analysis?** Aggression and Violent Behavior, 69-247 :9.

- Street, N.W., McCormick, M.C., Austin, S.B., Slope, N., Habre, R., Molnar, B. E. (2016). **“Sleep Duration and Risk of Physical Aggression against Peers in Urban Youth?”** Sleep Health, 35-129:(2)2.
- Schwartz S, Phelps E, Lerner V, Huang S, Brown C, Lewin-Bizan S, Li., Lerner, R. (2010). **“Promotion as Prevention: Positive youth development as Protective against Tobacco, Alcohol, Illicit Drug, and Sex Initiation?”** APPLIED Developmental Science. 211-197:(4)14
- Spielberger C, Ritterband L, Syndeman S, Reheiser E, Unger K. (2002). **“Assessment of emotional states and personality traits. Measuring psychological vital signs?”** In: Butcher JN, editor. Clinical Personality Assessment: Practical Approaches. New York: Oxford University Press.
- Taylor, J.L., & Novaco, R.W. (2005). **Anger treatment for people with developmental Disabilities: A theory, evidence and manual based approach.** John Wiley & Sons, Ltd.
- Thomas, S. P. (2001). **“Teaching healthy anger management?”** Perspect Psychiatr Care; 48-41:(2)37.
- Wheatley, A., Murrihy, R., Kessel, J., Wuthrich, V., Remond, L., Tuqiri, R., Dadds, M., & Ridman, A. (2009). **“Aggression management training for youth in behavior schools?”** Youth Studies Australia. Vol, 28, Number 1.P: 38-28.
- Widom, C.S. (1989). **“Does violence beget violence? A critical examination of the literature?”** Psychological Bulletin, 28-3 ,106.
- weiner. J. M. (2004). **Text book of child and adolescent Psychiatry.** Third.edition. American Psychiatric publishing, p:8-837
- William, A. Howaii, B. (2005). **The Human Services Counseling Tool box, Four Approach Counseling and Psychotherapy.** pp. 274-271
- Xie X, Chen W, Lei L, Xing C, Zhang Y. (2016). **“The Relationship between Personality Types and Prosocial Behavior and Aggression in Chinese Adolescents?”** Pers Indiv Differ, 61-56:(1)95



## بررسی وضعیت احساس امنیت و احساس ترس از جرم در زنان جوان (مطالعه موردی: زنان جوان شهر تنکابن استان مازندران)

علی اصغر عباسی اسفجیر<sup>۱</sup>

علیرضا جهانی بهنمیری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۹/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۸

این تحقیق با هدف بررسی احساس ترس از جرم در زنان جوان و احساس ترس از جرم در فضاهای شهری در شهر تنکابن انجام شد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت، توصیفی-تحلیلی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل زنان جوان شهر تنکابن می باشد که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش گردآوری داده ها، اسنادی (جستجوی کتابخانه ای) و میدانی (پرسشنامه ای) و ابزار مورد استفاده در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط کارشناسان تایید شد و پایایی آن از طریق آزمون آلفا کرونباخ به دست آمد. ضریب آلفای به دست آمده برابر با ۰/۸۰۵ بود که نشان از پایایی مناسب پرسشنامه دارد. داده های به دست آمده از پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS و LISREL بر اساس آزمون های آماری همبستگی و رگرسیون و تحلیل مسیر مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن است که زنان جوان به هنگام تردد در شهر، احساس امنیت متوسط رو به بالا دارند. در بین زنان جوان تحصیل کرده و دارای درآمد بالا، زنان جوانی که در محله آنها ساختمان ها و زمین های متروکه کم تر بوده و زنان جوانی که از فعالیت های پلیس رضایت بیشتری داشته اند، میزان احساس ترس از جرم کم تر بوده است.

**واژگان کلیدی:** زنان جوان، احساس ترس، احساس احساس امنیت، فضای شهری و شهر تنکابن

## مقدمه

امنیت، مفهومی بسیار پیچیده است که به عنوان مفهوم و واقعیتی اجتماعی، لایه‌های زیادی را به دور هسته اصلی خود در بر می‌گیرد. در واقع، این چندلایگی بسیاری از متفکران را به این نتیجه رهنمون کرده است که یافتن تعریف قطعی و بدون چون و چرا برای امنیت بسیار دشوار می‌باشد و به همین دلیل به ارائه تعاریفی نسبی از آن مبادرت ورزیده‌اند. این تعاریف نسبی گویای این حقیقت هستند که واقعیت امنیت را تنها می‌توان در يك متن، در بستر يك جامعه تعریف کرد و ارائه تعاریف انتزاعی و ظاهراً علمی ممکن است چندان سودمند نباشد. با همه این اوضاع و مشکلاتی که بر سر تعریف امنیت وجود دارد، اما امنیت يك واقعیت لازم و ضروری برای هر اجتماع یا جامعه‌ای است. با مروری تاریخی بر جوامع درمی‌یابیم که امنیت همواره یکی از مسائل اساسی و حیاتی آنها بوده و هست. شاید بتوان گفت جوامع از ابتدای پیدایش، با دو گونه تهدید روبرو بوده‌اند: ۱- تهدید از بیرون و ۲- تهدید از درون. به عبارت دیگر، دشمنان خارجی و هرج و مرج طلبان همیشه تهدیدهای بالقوه یا بالفعلی بوده‌اند که آرامش و امنیت جامعه را با خطر رو به رو کرده‌اند، اما نکته جالب اینجاست که هم در تعریف امنیت و هم در نظریات و راهکارهای اجرایی امنیت، به طور سنتی عمدتاً جهت‌گیری‌های خارجی مورد تأکید بوده است. (بلندیان، ۱۳۷۹) يك دلیل این قضیه شاید آن است که نظریه‌ها و تعاریف امنیتی، محصول عقاید و آرای متفکران غربی است و این متفکران، احتمالاً به دلایلی مثل گفتمان‌های حاکم که معمولاً شرق‌شناسانه هستند، دشمنان امنیت خود را معمولاً در خارج از مرزهای کشور خویش می‌جسته‌اند. بنابراین با اطمینان به عدم وجود تهدید جدی از داخل کشور، نظریات خود را ناخودآگاه و یا خودآگاه معطوف و متوجه کشورهای خارجی کرده‌اند. اما مباحث فوق يك واقعیت را که ناشی از نسبی بودن تعریف پدیده امنیت است، نادیده می‌گیرد. بنابر اصل پیچیدگی و قطعی نبودن تعاریف امنیت، تعبیر و مصداق‌های بحث امنیت فوق‌العاده سیال و گوناگون است، اما با وجود این، مباحث فوق بر يك محور اساسی و اصلی دور می‌زند که در واقع همان دولت - ملت است. (همان، ۱۳۷۹) با توجه به مسئله عدم قطعیت، امروزه دیگر نمی‌توان امنیت را صرفاً در سطح رسمی و دولتی و براساس ملاحظات تنگ نظرانه و سخت افزاری تعریف کرد. بنابراین لازم است امنیت به سوی دربرگیری سایر ابعاد امنیت علاوه بر بعد رسمی و دولتی آن حرکت کند.

هدف از امنیت اجتماعی یا معنای امنیت اجتماعی بیشتر از آن که امری سیاسی و نظامی باشد، واقعیتی اجتماعی است که معمولاً ریشه در ویژگی‌های تاریخی يك جامعه یا برخی گروه‌های آن دارد. (افتخاری، ۱۳۸۱) این واقعیت حفظ ارزش‌های دیرین اجتماعی است که به گروه‌های مختلف جامعه به ارث رسیده است. در امنیت اجتماعی، منافع عمومی وارد صحنه می‌شوند که بین دو واقعیت فرد و دولت قرار دارند. این منافع جدیدالورود قائم به وجود گروه‌ها و دسته‌های اجتماعی است که هرکدام کلیت و واحدی خاص را تشکیل می‌دهند. گروه‌های مختلف قومی، نژادی، مذهبی، سنی، جنسی و ملی از جمله گروه‌هایی هستند که در این مقوله قرار می‌گیرند. این گروه‌ها، پژوهشگران و مسئولان مباحث امنیتی را وادار کرده‌اند که پوشه جدیدی را برای الگوی امنیت باز کنند و آن را از حالت دوقطبی فرد و دولت خارج نمایند. این حوزه جدید حول محور امنیت اجتماعی می‌چرخد. امنیت اجتماعی نیز خود محوری اساسی به نام هویت دارد؛ هویتی که بیشتر از آن که

فردی باشد، امری جمعی است. در فاصله میان فرد و دولت، گروه‌ها یا اجتماعاتی قرار دارند که خواهان امنیت اجتماعی و حفظ هستی و هویت خود هستند. (کاظمی پور، ۱۳۷۶) به قول «ویور»، تئوری امنیت اجتماعی بر هویت‌های جمعی و در مقیاس بزرگ مانند هویت‌های مذهبی و هویت‌های قومی متمرکز است که کارایی و وظایفی مستقل از دولت دارند. پس هویت، مفهوم محوری امنیت اجتماعی است و اصولاً امنیت اجتماعی زمانی مطرح می‌شود که جامعه یا گروه‌های خاصی نسبت به هویتش احساس خطر کند. بدین ترتیب با روشن شدن مفهوم امنیت اجتماعی، ممکن است در سطوح مختلف به آن پرداخته شود؛ سطوحی که از گروه‌های بسیار کوچک شروع و به کل جامعه ختم می‌شود. در خردترین سطح این طیف امنیت اجتماعی و در معنای ساده آن، به معنای فقدان تهدید نسبت به هویت یک گروه کوچک قومی، مذهبی و... و در کلان‌ترین سطح، به معنای مصونیت جامعه در مقابل انواع تهدیدهای هویتی ناشی از فرایندهای جهانی شدن، امریکایی شدن، غرب‌زدگی و... است.

تعاملات انسانی در حوزه زندگی اجتماعی در چهار حوزه اصلی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی صورت می‌گیرد که موجب تداوم پایدار زندگی خواهد شد. این تداوم در عرصه زندگی اجتماعی بدون مشارکت پایدار عوامل مختلف از جمله پارامترهای سیاسی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... میسر نخواهد بود. با توجه به این عوامل، وجود احساس امنیت در قالب مصادیق بیرونی و عینی<sup>۱</sup> در چارچوب رعایت نظم و کنترل اجتماعی از مشارکت پایدار شهروندان و نهادهای حکومتی و دولتی قابل مطالعه و ارزیابی می‌باشد. در مقابل مطالعه احساس امنیت یک بعد ذهنی<sup>۲</sup> و مفهومی درونی است که در بین گروه‌های اجتماعی در جامعه ما از اهمیت بسیاری برخوردار است.

در واقع، عوامل تهدید کننده فردی و احساسی که به این گروه اجتماعی در جهت به خطر افتادن احساس امنیت شان به دست می‌دهد، باعث می‌شود عدم وجود احساس درونی ناامنی شکل گیرد که این امر در ساختار کلان شهرهای جامعه ما باعث بروز پیامدهای آسیب شناختی اجتماعی و تقویت کاهش اعتماد و سرمایه اجتماعی در زندگی اجتماعی شهروندان نسبت به جامعه می‌شود.

در این زمینه می‌توان خاطر نشان کرد که احساس احساس امنیت می‌تواند با احساس امنیت یا همان نظم اجتماعی که در سطح هر جامعه‌ای باید باشد تناسب واقعی داشته یا نداشته نباشد؛ یعنی در شرایطی که احساس امنیت عینی در جامعه معنا و مفهومی نداشته باشد، فرد یا گروه اجتماعی می‌تواند هم احساس احساس امنیت بنماید یا اینکه آن قدر در سطح جامعه عوامل ایجاد کننده احساس امنیت بسیار پایدار باشد که فرد یا گروه اجتماعی احساس امنیت نکند. «بدون تردید، احساس احساس امنیت، مقدمه لازم برای حیات هر نظام سیاسی و اجتماعی است و دولت‌ها هزینه، زمان و امکانات وسیعی را برای تأمین آن صرف می‌کنند. مقوله احساس احساس امنیت به مثابه یک آرمان و واقعیت به عنوان یکی از حقوق اساسی مردم مطرح است و در نهایت ره آورد مجموعه‌ای از تعاملات و نیز تعاون و سازگاری بین اجزای مختلف نظام اجتماعی می‌باشد».

(احمدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷۰)

1. Objective

2. Subjective

وجود احساس امنیت یا احساس امنیت ناشی از ارزش‌های جدید و نظام ارزشی حاکم بر جوامع که سلول‌های بنیادی و منظومه هویتی جامعه را در بر می‌گیرد، هسته اساسی احساس امنیت را شامل می‌شود. تحول در ارزش‌ها، زمینه ساز بحران‌های مختلف از جمله فقدان احساس امنیت برای گروه‌های اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی و بحران هویت خواهد شد که این امر با پیامد خطر هستی و کیان جامعه رابطه مستقیم دارد. بنابراین، «احساس امنیت در خود حامل معانی اطمینان، عدم خوف، در امان بودن و نهراسیدن است؛ یعنی احساس احساس امنیت (حالات و موقعیت‌های ذهنی) تا ایمنی و اطمینان خارجی (موقعیت‌های عینی و برونی) در این واژه نهفته است». (موذن جامی، ۱۳۷۸: ۱۹)

احساس احساس امنیت به عنوان زمینه و بستر قضاوت شهروندان و گروه‌های اجتماعی از زوایای مختلف قابل مطالعه است. در واقع احساس احساس امنیت را می‌توان در سطح فردی در حوزه روانشناسی و در سطح جمعی در حوزه جامعه‌شناسی مورد تعمق قرار دارد. «از دیدگاه جامعه‌شناسی، احساس احساس امنیت در واقع یک تولید اجتماعی است؛ یعنی همه نهادهای اجتماعی در شکل‌گیری آن نقش دارند. با این دید طبیعتاً همه ارکان جامعه از جمله حاکمیت، پلیس و... در تولید و ارتقای سطح آن نقش کلیدی و لاینفک دارند». (رضایی، ۱۳۸۵: ۵) همگام با رشد شهرنشینی، شهرها به عنوان کانون‌های اصلی اجتماعی و اقتصادی دنیا از طریق فن آوری پیشرفته اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر و شتابنده‌تر از پیش با هم مرتبط گشته‌اند. با توجه به اینکه مسائل و شرایط پیش روی جوامع، کیفیت فضاهای شهرها، کیفیت زندگی شهروندان در اوضاع اقتصادی و اجتماعی دیگر جوامع ایفای نقش قابل ملاحظه‌ای داشته است، فضای شهری، عرصه اجتماعی، فرهنگی و کالبدی است که وابسته به الگوی فعالیت گروه‌های اجتماعی و محصول نیروهای فرهنگی و اجتماعی است، اما این نیروها در شرایطی که پویای مدنی جامعه، فضایی مدنی را تدارک دیده باشند، به تولید فضای شهری منجر می‌شوند.

مفهوم فضای شهری را می‌توانیم بر فضاهایی که دسترسی بدون محدودیت دارند، تعمیم دهیم و تمام عرصه‌های عمومی، بخش‌های بافت شهری که عموم مردم به آن دسترسی فیزیکی دارند را «فضای شهری» بنامیم. بنابراین مفهوم، خیابان‌ها، پارک‌ها و میدان‌های شهرک یا شهر به ساختمان‌هایی که محصورشان می‌کنند و محدوده‌شان را مشخص می‌کنند، گسترش می‌یابد؛ جایی که بیشترین مقدار تماس و تعامل انسان‌ها روی می‌دهد. (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۲۱۶) یک فضای شهری مناسب تا حد زیادی تامین‌کننده احساس امنیت و فضاهای شهری نامناسب از بین برنده آن و زمینه ساز انواع آسیب‌ها و معضلات است. (بیات، ۱۳۸۷: ۱)

بر این اساس، لزوم توجه به ارتباط بین آسیب‌پذیری افراد در فضاهای شهری و طراحی محیط زندگی بیش از پیش آشکار می‌شود. (برنستون و همکاران، ۱۹۹۵: ۲۴) مردم در فضاهای شهری با انواع تهدیدها مانند جرم، تروریسم، آلودگی هوا و آب، زلزله و سیل و تداخل حرکت وسایل نقلیه و پیاده‌ها روبه‌رو هستند. از این‌رو، زوکین در کتاب «فرهنگ شهرها» می‌گوید: «فضاهای شهری به اندازه کافی برای مردم امن نیستند تا آن‌ها در خلق فرهنگ عمومی مشارکت داشته باشند». (زوکین، ۱۹۹۵: ۳۸) از آنجایی که فضاهای شهری بیشترین ارتباط را با مردم و محیط زندگی دارند می‌توانند نقش بسزایی در هویت بخشی و دادن احساس آرامش به شهروندان داشته باشند.

ترس از جرم و جنایت، از مسائل مهمی است که دسترسی به مکان‌های عمومی را کاهش می‌دهد و تعامل با این مکان‌ها را محدود می‌کند. ترس از جرم، وابسته به وضعیت فضای شهری است؛ به این معنی که ساختار شهری، کیفیت محلات و خیابان‌ها، از بین رفتن و نبودن اخلاق مدنی و فقدان سازوکارهای بازدارنده جرم، زمینه ترس از جرم را بیشتر می‌کند. ترس از جرم یعنی یک فرد در فضای عمومی، ترس از بزه‌دیدگی و جرم یا مورد تعرض رفتارهای غیر مدنی و خشونت واقع شدن دارد. احساس احساس امنیت و نگرانی از وقوع جرم، جزئی از مسائل اجتماعی است. (بانیستر و فیف، ۲۰۰۱) مازلو در سلسله مراتب نیازها، احساس احساس امنیت را پس از ارضای نیازهای اولیه قرار می‌دهد. (کاهه، ۲۰۰۵) در این میان، یکی از اقشار آسیب‌پذیر در برابر ناامنی اجتماعی، زنان جامعه هستند.

ترس از جرم در میان زنان به یک نگرانی عام در سطح جوامع دنیا تبدیل شده و سبب گردیده تا صاحب‌نظران و محققان در حوزه‌های مختلف، به ریشه‌یابی و تحلیل مسئله و ابعاد مختلف آن بپردازند. تحقیقات نشان می‌دهد، علی‌رغم اینکه زنان به میزان کمتری قربانی جرائم مختلف می‌گردند، اما ترس بیشتری را به لحاظ ذهنی تجربه می‌کنند و در حیات اجتماعی خود احساس ناامنی بیشتری را نسبت به مردان دارند. (عشایری، ۱۳۹۵)

معمولاً زنان از مزاحمت‌های خیابانی، زیاد در هراس هستند. مزاحمت‌های خیابانی، عرصه عمومی را برای زنان به محیطی ناامن تبدیل می‌کند. (باومن، ۱۹۹۳: ۵۱۹) ترس، آشکارترین واکنش غریزی و اجتماعی نسبت به جرم در شرایط ناامن است. ترس می‌تواند شامل اجتناب از اجتماع یا دوری از عوامل تهدیدکننده باشد. (احمدی و عربی، ۱۳۹۲: ۳۷) ترس از جرم همان احساس ناامنی است که فرد در پاسخ به نشانه‌های بی‌نظمی و عدم کنترل در جامعه، آن را تجربه می‌کند (هینکل، ۲۰۰۹: ۷۴) و مسئله جنسیت بر روی ترس از جرم بیشترین اثرگذاری را دارد. (فرورو، ۱۹۹۵، رید و کونارد، ۲۰۰۴)

امروزه با وجود آن که زنان ایرانی در خیابان‌ها حضور دارند، هنوز فاصله زیادی تا حضور راحت و بدون احساس ناامنی، برای آنها وجود دارد. بعضی از فضاهای عمومی به خصوص در مناطق خاصی از شهر، به شدت تحت سلطه مردان قرار دارد. زنان در فضاهای شهری با خطراتی از جمله: دزدی و کیف‌قاپی، گم شدن، متلک پرانی و انواع مختلف آزارهای جنسی (دیداری، کلامی و رفتاری) مواجه می‌شوند. عکس‌العمل مورد پذیرش عموم در مواردی که زنی مورد آزار جنسی، کلامی، فیزیکی قرار می‌گیرد، مداراست که خود باعث تقویت احساس ناامنی و آسیب‌پذیری در فضاهای عمومی می‌شود.

توجه به این نکته ضروری است که ترس از جرم، تأثیرات و محدودیت‌هایی را در رفتارهای اجتماعی بانوان در فضاهای شهری به دنبال دارد که از آن جمله می‌توان به خارج نشدن بانوان از منزل پس از تاریک شدن هوا، کاهش فرصت‌های رشد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و افزایش وابستگی زنان به مردان و ایجاد دید کلیشه‌ای به زنان به عنوان موجودات ضعیف و ناتوان اشاره کرد. (Lubuva & Mtani, 2004: 21)

### اهمیت و ضرورت پژوهش

محیط‌های شهری بنا به شرایط اجتماعی موجود، یعنی شکل‌گیری فضاها، کارکرد فضاها، وجود امکانات رفاهی، تراکم، آلودگی‌های زیست محیطی و غیره می‌توانند بر میزان احساس امنیت موثر باشند. رفتار انسان

در فضا و مکان‌های متفاوت با شکل و هندسه خاص و نیز با عملکرد نهفته در آن، متفاوت بوده و در بسیاری از موارد فضا، محرک انسان در بروز رفتاری خاص است. ایجاد فضاهای آرام و به دور از نابسامانی اجتماعی و نیز افزایش کیفیت محیطی از طریق توجه به نیازهای اساسی زندگی شهری به عنوان مطلوبیت فضای شهری به حساب می‌آید. در بسیاری از موارد، نوع طراحی فضای کالبدی، نقشی که مکان خاص به خود می‌گیرد و ابعاد اجتماعی یک محدوده منجر می‌گردد که فضاها امن یا ناامن گردند. به عبارت دیگر، فضاهای شهری با ویژگی‌هایشان به نحوی محرک بروز جرم می‌باشند. (لطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۱) با توجه به نقصان مطالعات و تحقیقات در زمینه جرم و احساس ترس زنان از جرم در فضای شهری، لزوم تحلیل فضاهای شهری از طریق شناسایی پتانسیل جرم‌خیزی مناطق بیش از پیش ضرورت یافته است. همچنین، علی‌رغم گستردگی مطالعات انجام شده در ایران پیرامون مبحث پیشگیری از وقوع جرم، متأسفانه تحقیقات در زمینه مباحث زنان و احساس ترس در فضای شهری کمتر مورد توجه قرار گرفته و محدود به برخی مطالعات پایه است.

لزوم توجه جدی به ارتقای احساس احساس امنیت اجتماعی از طریق بهبود عوامل اجتماعی نظیر سرمایه فرهنگی در بین شهروندان کشرهای مختلف با تکیه بر پژوهش‌های کاربردی و مطالعات نظری از اهمیت بسزایی در جامعه، در سطح استان و کشور برخوردار است.

باید گفت که شتاب در ایجاد احساس امنیت ملی، اجتماعی، سیاسی و فردی-روانی در کشور طی سالیان اخیر و گام‌هایی که از طرف مراجع سیاست‌گذاری و اجرایی کشور برای هرچه هموارتر نمودن مسیر این حرکت به عنوان پیش‌نیازهای توسعه برداشته شد، تعدادی از واحدهای حساس امنیتی، قضایی، انتظامی و نظامی را به سمت و سوی استفاده از روش‌های نوین ارتقای احساس امنیت اجتماعی و پیشگیری از آسیب‌ها و جرائم اجتماعی سوق داد و تعدادی دیگر نیز را آماده اقدام در این زمینه نمود. از مهم‌ترین اقدامات می‌توان به برگزاری دوره‌های آموزشی احساس امنیت اجتماعی، اجرای طرح‌های تحقیقاتی متناسب با آن، مبارزه علنی با افراد اخلاص‌گر از طریق اجرای فراگیر طرح‌های احساس امنیت اجتماعی و همایش‌های احساس امنیت و ... اشاره نمود. بی‌تردید، دارا بودن عوامل نظامی و انتظامی پیشرفته در داخل کشور بدون سرمایه فرهنگی، محیط‌های اجتماعی و سیاسی را در رسیدن به احساس امنیت اجتماعی مطلوب یاری نخواهد کرد، چرا که کسب احساس امنیت اجتماعی در گرو افزایش سرمایه فرهنگی توأم با فعالیت‌های وسیع فرهنگ‌سازی در قبال زندگی اجتماعی و جهت دادن به آن‌ها در راستای اعتلای روز افزون احساس احساس امنیت اجتماعی به صورت مستمر در تحقیقات پیشنهاد شده که در واقع مورد تأیید نظریه پردازان اجتماعی و سیاسی نیز قرار گرفته است. لذا لزوم توجه جدی به ارتقا و تقویت احساس امنیت از اهمیت بسزایی برخوردار است.

پس احساس امنیت اجتماعی از مقولات جامع و فراگیری است که در سطوح مختلف یک جامعه مطرح بوده است و ارتباط تنگاتنگی با سرمایه فرهنگی دارد. احساس امنیت اجتماعی مطلوب در جامعه‌ای امکان‌پذیر است که شهروندان آن در تمامی سطوح دارای سرمایه فرهنگی غنی باشند. برای نیل به این هدف باید مدیران و کارکنان واحدهای انتظامی و نظامی بر اساس اجرای پژوهش‌های علمی در زمینه‌های مختلف ارتقای احساس امنیت به ویژه ارتقای سرمایه فرهنگی در بین شهروندان به عنوان وظیفه اصلی خود توجه حاصی مبذول نمایند،

چراکه از عوامل مهم بهبود احساس امنیت و ارتقای احساس امنیت و افزایش سرمایه فرهنگی می توان به سرمایه گذاری در پژوهش های بنیادی، پایه ای و کاربردی اشاره کرد. در این صورت است که جوامع برای نیل به احساس امنیت اجتماعی به عنوان پیش نیاز توسعه اقتصادی و اجتماعی می توانند همگام با تغییرات نوین گردند و در واقع مدیران به عنوان طراحان، هدایتگران و اداره کنندگان اصلی واحدهای حساس امنیتی، قضایی، سیاسی و انتظامی با اتخاذ راهکارهایی اثر بخش مبتنی بر نتایج تحقیقات منسجم در ارتقای سرمایه فرهنگی و احساس امنیت هرچه بیشتر و بهتر تلاش نمایند و به تبع آن، جوامع خود را کارآمد، مفید و مثمر ثمر به حال جامعه بسازند.

احساس احساس امنیت افراد با بسیاری از عناصر اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، و فرهنگی جامعه ارتباط دارد. احساس احساس امنیت شامل برخی فرایندهای روانی و اجتماعی است که اکثر اعضای جامعه بر اساس نیازها، علایق، خواسته ها و توانمندی های شخصیتی و روانی خود در ایجاد و از بین بردن آن نقش اساسی دارند. به نظر می رسد ترس از جرم، یک نگرانی شدید برای بعضی گروه های اجتماعی جمعیتی نسبت به دیگر گروه ها باشد. تفاوت های جنسیتی توضیحاتی را ارائه می دهد مبنی بر اینکه چرا افراد از قربانی شدن بوسیله جرم، در صورتی که به نظر می رسد با آن هم روبرو نمی شوند، می ترسند. بیشتر تحقیقاتی که در ایران و سایر نقاط جهان صورت گرفته است نشان می دهند که عوامل فیزیکی و طراحی شهری تا چه اندازه باعث ترس از جرم در میان زنان می شوند و به نظر می رسد که در این میان، عوامل اجتماعی مرتبط با ترس از جرم زنان نادیده گرفته شده و یا کمتر به آن پرداخته شده است.

این پژوهش بر آن است که دلایل ترس بیشتر زنان از جرم را- علی رغم اینکه از نظر آماری کمتر از مردان قربانی جرم می شوند- شناسایی کند و سهم عوامل اجتماعی را در کنار عوامل محیطی و فضایی شهری نشان دهد. آنچه که در این تحقیق بسیار اهمیت دارد و می تواند آن را در مقایسه با تحقیقات پیشین در این زمینه، برجسته تر سازد، آن است که ترس از جرم در میان زنان، مدعای شهر امن در تعارض با ادعای شهر امن از طرف نهادهای تأمین آن است.

### پیشینه پژوهش

#### تحقیقات داخلی

موحد و همت (۱۳۹۲) تحقیقی را با عنوان «مطالعه عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با احساس احساس امنیت اجتماعی زنان» با هدف بررسی ارتباط عوامل فرهنگی اجتماعی با احساس احساس امنیت زنان شهر شیراز انجام داده اند. این پژوهش با رویکرد کمی و روش پیمایشی انجام شده و اطلاعات آن با استفاده از پرسشنامه جمع آوری شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه زنان شهر شیراز می باشد و حجم نمونه ۶۰۰ نفر برآورد شده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که بین متغیرهای حجاب، عزت نفس، وسایل ارتباط جمعی نوین، دینداری اعتقادی، پیامدی و مناسکی، سرمایه فرهنگی آموزشی، فرهنگی گردشگری و فرهنگی اجتماعی با متغیر احساس احساس امنیت اجتماعی زنان ارتباط معناداری وجود دارد. نتایج رگرسیون چند متغیره نیز نشان داد که هفت متغیر نگرش به حجاب، دینداری پیامدی، دینداری مناسکی، سرمایه فرهنگی

گردشگری، عزت نفس، دینداری اعتقادی و وسایل ارتباط جمعی نوین توانسته‌اند در مجموع ۱۷ درصد از تغییرات متغیر احساس امنیت اجتماعی زنان شهر شیراز را تبیین نمایند.

نوروزی و فولادی سپهر (۱۳۸۸) تحقیقی را با عنوان «بررسی احساس امنیت اجتماعی زنان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن» انجام دادند. این پژوهش از نوع تبیینی است. در این تحقیق، با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و نمونه‌گیری تصادفی ساده با ۳۸۴ نفر از زنان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران مصاحبه شده است. نتایج آماری آزمون‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای احساس امنیت محل سکونت، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و احساس نظم اجتماعی تأثیر مثبت و مستقیم و متغیر پایداری مذهبی تأثیر منفی و معکوسی بر احساس امنیت اجتماعی زنان دارند. تحلیل رگرسیون چندمتغیره نیز نشان می‌دهد که به ترتیب متغیرهای احساس امنیت محل سکونت، پایگاه اقتصادی و اجتماعی، احساس نظم اجتماعی و پایداری مذهبی در تبیین میزان احساس امنیت اجتماعی زنان سهم عمده‌ای داشتند و مقدار تبیین به دست آمده نیز ۳۶ درصد می‌باشد.

کامران و عبادتی (۱۳۸۸) تحقیقی را با عنوان «بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر احساس آرامش و امنیت اجتماعی زنان دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی دانشگاه‌های شهر تهران» انجام دادند. در این تحقیق با رویکردی توصیفی تحلیلی، به بررسی ۸۰ نفر از دانشجویان دختر کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی دانشگاه‌های آزاد و دولتی شهر تهران پرداخته شد که از طریق نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده بودند. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان داد که متغیرهای طبقه اجتماعی، حمایت خانواده، پایداری به آداب و رسوم قومی، سن و اعتماد به عملکرد قانون، پنج متغیر عمده‌ای هستند که بر احساس آرامش و امنیت اجتماعی دانشجویان دختر کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی مؤثرند.

صادقی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی پیش بینی پتانسیل جرم خیزی مناطق ۱۴ گانه شهر اصفهان را از طریق تحلیل کیفیات محیط شهری بررسی کردند. در این راستا، مدل تحلیلی ۵ سطحی متشکل از سه مولفه اصلی کیفیت فضای شهری و ۱۱ معیار و ۳۶ زیر معیار ارائه گردید. در ادامه معیارها و زیر معیارهای مدل ارائه شده با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه‌ای فازی، مورد سنجش و اولویت بندی قرار گرفت و اهمیت نسبی هریک از این عوامل بر روی کیفیات محیطی مؤثر بر پتانسیل جرم خیزی مشخص گردید.

نبوی و چپیشه (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی برخی عوامل اجتماعی مؤثر بر احساس ترس و پیامدهای آن بر روی شهروندان ۱۸ سال به بالای اهواز پرداختند. بر این اساس ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج به دست آمده نشان داد که متغیرهای سن، تحصیلات، اعتماد اجتماعی، محرومیت نسبی و... بر احساس ترس افراد تاثیرگذار هستند.

لفطی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی و تحلیل حضور زنان در فضاهای عمومی در کلان شهر شیراز پرداخته‌اند. این پژوهش از نظر روش شناسی از نوع توصیفی-تحلیلی و روش نمونه‌گیری تصادفی می‌باشد. بر اساس فرمول کوکران، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میزان احساس امنیت در فضاهای عمومی مناطق کم‌درآمد با میانگین ۱۲/۷۴ بیش از

میانگین میزان احساس امنیت کاربران فضاهای عمومی در مناطق متوسط نشین (۱۱/۵۶) و مرفه نشین (۴۲/۱۲) است.

موسی کاظمی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر بهبود احساس امنیت محلات شهری با استفاده از روش تحلیل عاملی» به بررسی سازوکارهای بهبود امنیت محلات شهری در محدوده محله جنت آباد شمالی در منطقه ۵ شهر تهران پرداختند. بر مبنای یافته‌های پژوهش، متغیرها در هر سه بعد «کارکردی»، «اجتماعی» و «کالبدی» با میزان امنیت ساکنان در محله «جنت آباد شمالی» رابطه داشته‌اند. از این متغیرها، هویت محله بیشترین تأثیر را در افزایش احساس امنیت داشته است.

زیاری و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل احساس امنیت فضاهای عمومی شهری با روش اسنادی-میدانی»، به بررسی موضوع احساس امنیت در پارک‌های شهری مناطق چهارگانه شهر قم (محدوده پژوهش) پرداخته‌اند و نتایج به دست آمده، نشان داد که در مجموع متوسط میزان احساس امنیت کل پارک‌های چهار منطقه شهر قم، ۳/۲۶ از ۵ است.

تازیکی (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر افزایش احساس امنیت زنان ۱۸-۵۰ ساله در پارک‌های شهرستان بجنورد پرداخت. همچنین نتایج آماری آزمون‌ها و تحلیل رگرسیون چند متغیره نیز نشان داد که متغیر خصوصیات محیطی، تصور فرد از خود، اعتماد اجتماعی، تجارب قبلی، آگاهی‌های اجتماعی، محل سکونت، احساس کنترل، نظم اجتماعی، پایداری اجتماعی، پایگاه اجتماعی و اقتصادی، ضمن داشتن رابطه معنادار به ترتیب بیشترین تأثیر را بر افزایش احساس امنیت زنان دارند.

بزی و رضایی (۱۳۹۱) با مطالعه‌ای در زمینه ساختارهای شهری مطلوب زنان با تأکید بر احساس امنیت در شهر زابل، به دنبال بررسی و تحلیل وضعیت شهر زابل از لحاظ ساختارهای فیزیکی-کالبدی و مناسب‌سازی فضاهای شهری با توجه به نیازهای احساس امنیتی زنان بودند. نتایج به دست آمده از پرسشنامه و مدل PUA حاکی از سطح پایین احساس امنیت شهر زابل برای زنان بود؛ به طوری که نبود پارک و فضای سبز ویژه بانوان در سطح شهر مهمترین اولویت جامعه نمونه را در زمینه کاهش احساس امنیت تشکیل می‌دهد.

سراج زاده و گیلانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بی‌سازمانی اجتماعی و احساس ترس: مطالعه مقایسه‌ای مناطق ۳ و ۱۲ شهر تهران»، دلالت‌های نظریه بوم‌شناسی در خصوص احساس ترس را بررسی نمودند. این تحقیق با روش پیمایش و نمونه‌ای شامل ۳۰۰ نفر از ساکنان مناطق ۳ و ۱۲ تهران صورت گرفت و نتایج حاکی از آن بود که بی‌نظمی اجتماعی ( $r=0/33$ ) دارای قوی‌ترین رابطه با احساس ترس است و بعد از آن متغیر نگرانی اجتماعی ( $r=0/23$ ) قرار دارد.

احمدی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای با عنوان «احساس ترس در مناطق جرم خیز شیراز» به بررسی عوامل فردی و محله‌ای مرتبط با آن پرداختند. نتایج این تحقیق که با روش پیمایش و نمونه‌ای شامل ۳۰۰ نفر از ساکنان دو محله جرم خیز شهر شیراز (محله احمدی نو و ده پیاله) صورت گرفت، مشخص نمود که از میان متغیرهای فردی جنسیت رابطه معناداری با جرم داشت که بر خلاف تحقیقات دیگر مردان احساس ترس بیشتری از زنان را گزارش کرده بودند- که تنها در خصوص احساس ترس از جرم از جرایم علیه افراد این رابطه

معنادار بوده است- و سایر متغیرهای فردی - سن، تحصیلات، قومیت، درآمد و مالکیت منزل مسکونی- رابطه معناداری با احساس ترس نداشتند.

علیخواه و نجیبی (۱۳۸۵) با بررسی وضعیت احساس ترس از جرم زنان از جرم فضاهای شهری در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران نشان دادند حدود ۴۸ درصد زنان در حد زیاد، ۳۳ درصد در حد متوسط و ۱۹ درصد در حد کم در فضاهای شهری نسبت به تهدید جرائم دچار احساس ترس از جرم و واکنش دارند. به بیان دیگر، حدود نیمی از زنان به هنگام تردد در شهر احساس امنیت ندارند.

## تحقیقات خارجی

فوستر<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی با ارائه یک مدل رگرسیون خطی، تأثیرات احساس ترس در راه رفتن و پیاده روی افراد را در استرالیا بررسی و تحلیل کردند. یافته‌ها نشان داد که با افزایش مداخلات و تصمیم‌گیری‌هایی می‌توان احساس ترس را کاهش و میزان پیاده روی را افزایش داد.

اشنایدر و کینجن<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) روند توسعه پیشگیری از جرم از طریق طراحی محیطی را در دو کشور ایالات متحده و بریتانیا به طور جداگانه مورد تجزیه و تحلیل و سپس مقایسه کرده‌اند و تجارب این دو کشور را برای کشورهای دیگر که مایل هستند در این راه قدم بردارند ارائه کرده‌اند.

پائول<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای روند پیشگیری از جرم از طریق طراحی محیطی در امارات متحده را مورد بررسی قرار دادند. آنها همچنین چالش‌های پیش روی این طرح را در این مناطق برجسته کرده‌اند و معتقدند که با دانش میان فرهنگی می‌توان پیشگیری از جرم را در این مناطق توسعه داد.

دیزن<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در مطالعه خود با عنوان «تجزیه و تحلیل انتقادی از احساس ترس در محیط دانشگاهی» به بررسی ادراک احساس ترس در نمونه ۱۶۰ نفری از دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه تگزاس در آرلینگتون پرداخته است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که دانشجویان دختر احساس امنیت کمتری نسبت به هم‌تایان پسر خود داشتند و بیشتر از پسران خود را در معرض خطر تجاوز جنسی هنگام شب در محوطه دانشگاه می‌دانستند.

اسکاربرو<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین ویژگی‌های فردی، بافت محله‌ای و احساس ترس در شهر کانزاس» با نمونه‌ای شامل ۴۰۰۰ نفر از ۴۵ منطقه، به بررسی احساس ترس شهروندان بر اساس محل‌های که در آن زندگی می‌نمایند، پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که ترکیب متغیرهای فردی، آگاهی شهروندان و ساختار محله‌ای چشم انداز بسیار کامل‌تری از درک و فهم احساس ترس از جرم فراهم می‌نمایند.

1. Foster et al.
2. Schneider & Kitchen
3. Paul et al.
4. Disney
5. Scarborou et al.

## چارچوب نظری پژوهش

نظریات مرتبط با تاثیر فضا و محیط فیزیکی بر احساس امنیت را می توان از مباحثی درخور توجه در این مسئله دانست. به عبارت دیگر، «این که فضاها، بر رفتار فرد تاثیر می گذارند و می توانند برای تنظیم رفتار او به کار گرفته شوند، امری پذیرفتنی است. در این رویکرد که گاه «بوم شناختی» خوانده می شود، تلاش بر این است که بین احساس فردی و متغیرهای زمینه ای مانند شهرنشینی، زندگی اجتماعی و آشفته گی مدنی ارتباط برقرار شود. برخی از مطالعات انجام شده در این رویکرد تلاش کرده اند نشان دهند که بین محل سکونت و احساس ناامنی رابطه وجود دارد؛ از جمله می توان به این ایده اشاره کرد که علائم حاکی از انحطاط فیزیکی محله و ضعف کنترل های اجتماعی می توانند برداشت عمومی از خطر جرم و ناامنی را تحت تاثیر قرار دهد.» (حسینی، ۱۳۸۶: ۲۴)

همان گونه که فضاهای شهری می توانند با برنامه ریزی و طرح ریزی صحیح محل بروز و نمود فضائل انسانی باشند، «از جهت دیگر می توانند از طریق رها شدگی و برنامه ریزی های نادرست و ساده انگارانه به مکان بروز انواع جرائم دفاع شهری تبدیل گردند. در واقع، فضاهای بدون دفاع شهری که نسبت به سایر فضاها، قابلیت بیشتری برای وقوع جرائم و تخلفات و اعمال نابهنجار دارند» (طاهرخانی، ۱۳۸۱: ۸۸)، موجبات کاهش احساس امنیت در افراد و به ویژه احساس امنیت اجتماعی زنان را فراهم می آورند. وود<sup>۱</sup> اولین کسی بود که به ارتباط میان جرم و محیط فیزیکی اشاره می کند. او این بحث را مطرح می کند که چگونه ویژگی های ساختاری مربوط به گسترش منازل عمومی مانع تماس و ارتباط میان ساکنان آن که زیربنای کنترل اجتماعی غیررسمی است، می شوند.

جدول ۱: رویکردهای نظری مورد استفاده و متغیرهای استخراج شده از آن

| ردیف | رویکردهای نظری                                                                                                                                   | متغیرهای مستقل و وابسته                                                 |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | رهیافت هویت محور: اشاره به دیدگاه پساپوزیتیویستی - تاکید بر جامعه - گروه های اجتماعی متفاوت - هویت و معنا - احساس امنیت دورن زا و محصول اجتماعی. | خروج از خانه. نگرش به پوشش. مقاومت اجتماعی. ویژگی های محیطی احساس امنیت |
| ۲    | رهیافت فمینیسمی: برابری زن و مرد و رفع تبعیض زنان در تمام عرصه های زندگی اجتماعی                                                                 | شغل. درآمد. منطقه محل زندگی. ویژگی های پنداشتی احساس امنیت              |
| ۳    | نظریه فضای دفاع قابل شهری: تاثیر فضا بر رفتار فرد - تاثیر دوگانه فضا بر رشد یا بروز جرم در رفتار افراد                                           | برنامه ریزی و طراحی شهری ویژگی های پیوند محله ای                        |

بدین ترتیب، فرضیه های تحقیق بر اساس مبانی نظری و چارچوب نظری و پیشینه های تجربی به قرار زیر گمانه سازی شد.

## فرضیه اصلی

بین میزان احساس ترس از جرم از جرائم در فضاهای عمومی شهری با ویژگی ها و تجربه زیستی زنان جوان

شهر تنکابن رابطه معناداری وجود دارد.

### فرضیه‌های فرعی

- بین میزان احساس ترس از جرم / جرائم در فضاهای عمومی شهری با ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت زنان جوان شهر تنکابن رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان احساس ترس از جرم / جرائم در فضاهای عمومی شهری با ویژگی‌های پیوند محله‌ای احساس امنیت زنان جوان شهر تنکابن رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان احساس ترس از جرم / جرائم در فضاهای عمومی شهری با ویژگی‌های محیطی احساس امنیت زنان جوان شهر تنکابن رابطه معناداری وجود دارد.

### قلمرو تحقیق

قلمرو موضوعی: تحقیق حاضر از نظر موضوعی در چارچوب مباحث علوم اجتماعی قرار دارد که در آن به بررسی زنان جوان و احساس ترس در فضای شهری (مطالعه موردی: شهر تنکابن) پرداخته شده است. قلمرو مکانی: این پژوهش در بین زنان جوان شهر تنکابن انجام شد. قلمرو زمانی: قلمرو این تحقیق در بازه زمانی سال ۱۳۹۸ صورت گرفت.

### روش‌شناسی پژوهش

#### تعاریف واژگان و اصطلاحات

#### احساس ترس

احساس ترس از جرم، یک هیجان پیچیده است. ما بنا به دلایل مختلف و به طرق گوناگونی احساس احساس ترس از جرم می‌کنیم. احساس ترس از جرم چیزی فراتر از یک پاسخ خودکار به خطر است. وقتی که ما از چیزی می‌ترسیم، این امر اغلب نتیجه تعاملات پیچیده بین ما، محیط اجتماعی و فیزیکی ما و پیشینه فرهنگی ماست. احساس ترس از جرم در برگیرنده جسم، تحرک، حافظه، تجربه، سن، جنسیت، پنداشت ما از خود و عقاید و استدلالات ما می‌باشد. (علیخواه و مجیبی ربیعی، ۱۳۹۵: ۱۱۲)

احساس ترس بر مبنای تحقیق یوسف (۱۹۹۴) عبارت است از: نگرانی فرد از بزه دیدگی. (سراج زاده و گیلانی، ۱۳۸۹: ۲۳۲)

کریستن (۲۰۰۳) در مورد تعریف احساس ترس اظهار داشت که در آن احتمال بزه دیده شدن با اضطراب‌های مبهم یا ناراحتی شهروندی آمیخته می‌شود. (کریستن، ۲۰۰۳: ۲)

احساس ترس این است که فرد در دل خود احساس ترسی دارد که مبادا جرمی نسبت به وی صورت گیرد. حال منشأ این احساس ترس از جرم می‌تواند جسمی باشد یا مالی. بنابراین افراد ممکن است به همان میزان که نسبت به جرائم جسمانی به خود احساس ترس از جرم داشته باشند، از جرائم مالی نیز احساس ترس از جرم داشته باشند. لذا دیدگاهی را که معتقد است احساس ترس مرتبط با صدمات فیزیکی بالقوه است، خیلی

نمی توان قابل قبول دانست. (سیدزاده ثانی، ۱۳۸۷: ۳۴۱)

### جرم

هر فعل یا ترک فعلی که در قانون برای آن مجازات تعیین شده باشد، جرم محسوب می شود. از یک دید کلی جرم شامل رفتاری است مخالف نظم اجتماعی که مرتکب آن را در معرض مجازات یا اقدامات تأمینی تربیتی، مراقبتی و درمانی قرار می دهد. (مومنی، ۱۳۹۰: ۴۷)

### ویژگی ها و تجربه زیستی زنان جوان

این ویژگی شامل ویژگی های پنداشتی احساس امنیت، پیوند محله ای و محیطی زنان جوان می باشد.

### ویژگی های جمعیت شناختی زنان جوان

در این ویژگی به متغیرهایی از قبیل، سن، درآمد، تحصیلات، وضعیت تاهل و شغل پرداخته می شود.

### ویژگی های پنداشتی احساس امنیت زنان جوان

در این ویژگی به متغیرهای از قبیل پنداشت نسبت به وضعیت اقتصادی جامعه، پلیس، جدیت نهادهای مسئول و روند جرم در سال های اخیر پرداخته می شود.

### ویژگی های پیوند محله ای زنان جوان

در این ویژگی به متغیرهای از قبیل میزان احساس تعلق خاطر به اجتماع و میزان روابط اجتماعی پرداخته می شود.

### ویژگی های محیطی زنان جوان

در این ویژگی به متغیرهای از قبیل محل زندگی و طراحی شهری پرداخته می شود.

### حجم نمونه و شیوه نمونه گیری

نمونه آماری، عضوی از جامعه آماری است که خصوصیات و ویژگی غالب اعضای جامعه آماری را داراست و در واقع معرف جامعه و یا مجموعه آزمودنی ها می باشد و نتایج حاصله از مطالعه آن، قابل تعمیم به کل جامعه است. (صفری شالی، ۱۳۸۸: ۱۳۷) از کل زنان جوان بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه گیری به کار گرفته شده، روش خوشه ای چند مرحله ای است.

### روش گردآوری داده ها

در جمع آوری داده های پژوهش از دوروش اسنادی (کتاب، مقالات، مجلات و سایت های اینترنتی) و میدانی (پرسشنامه) استفاده شد.

### تعیین روایی پرسشنامه

از نظر کاپلان و ساکوزو روایی را می توان به صورت توافق بین نمره آزمون و کیفیتی که قرار است اندازه گیری شود، تعریف کرد. (سیف، ۱۳۸۷: ۴۱۴) در این تحقیق، بررسی روایی محتوای پرسشنامه با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و بررسی دقیق ادبیات و مدل های نظری و همچنین کسب نظر کارشناسان انجام شده است.

### پایایی و روایی متغیرهای پژوهش (ارزیابی مدل بیرونی)

در این مطالعه مدل اندازه‌گیری و مدل مفهومی پژوهش، با استفاده از ۴ متغیر پنهان برآورد گردیده است. کفایت مدل اندازه‌گیری از دو جنبه پایایی معیارها و سازه‌ها و روایی واگرا سنجیده شد. برای سنجش پایایی از ضرایب پایایی ترکیبی<sup>۱</sup> (C.R) و آلفای کرونباخ<sup>۲</sup> استفاده شده است که با توجه به مناسب بودن این ضرایب، پایایی متغیرهای مورد بررسی تأیید گردیده است.

جدول ۱: پایایی پرسش‌های پژوهش

| مولفه‌ها                      | آلفای کرونباخ | پایایی ترکیبی (C.R) |
|-------------------------------|---------------|---------------------|
| ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت | ۰/۸۲۹         | ۰/۷۱۲               |
| ویژگی‌های پیوند محله‌ای       | ۰/۸۳۶         | ۰/۷۹۳               |
| ویژگی‌های محیطی احساس امنیت   | ۰/۸۳۰         | ۰/۸۱۱               |
| احساس ترس                     | ۰/۸۱۵         | ۰/۶۹۲               |

۹۲

### یافته‌های پژوهش

#### توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت

آمار توصیفی گویه‌های مربوط به ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت

| گویه                                   | خیلی زیاد |         | زیاد |         | متوسط |         | کم   |         | خیلی کم |         | میانگین | انحراف معیار |
|----------------------------------------|-----------|---------|------|---------|-------|---------|------|---------|---------|---------|---------|--------------|
|                                        | درصد      | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد  | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد    | فراوانی |         |              |
| پاسخگویی و سرعت عمل پلیس               | ۸         | ۲/۱     | ۵۳   | ۱۳/۸    | ۳۶    | ۹/۴     | ۲۱۲  | ۵۵/۱    | ۷۶      | ۱۹/۷    | ۳/۷۶    | ۰/۹۸         |
| نحوه برخورد پلیس با مردم               | ۴۸        | ۱۲/۵    | ۸۳   | ۲۱/۶    | ۷۸    | ۲۰/۳    | ۱۵۵  | ۴۰/۳    | ۲۱      | ۵/۵     | ۳/۰۴    | ۱/۱۵         |
| قاطعیت پلیس در برخورد با اراذل و اوباش | ۴۳        | ۱۱/۲    | ۸۰   | ۲۰/۸    | ۱۵۱   | ۳۹/۲    | ۱۰۰  | ۲۶      | ۱۱      | ۲/۹     | ۲/۸۸    | ۱            |

1. Composite Reliability

2. Cronbachs Alpha

|      |      |      |    |      |     |      |     |      |     |      |    |                                                                                             |
|------|------|------|----|------|-----|------|-----|------|-----|------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۰/۹۳ | ۲/۵۶ | ۱/۳  | ۵  | ۱۵/۳ | ۵۹  | ۳۴   | ۱۳۱ | ۳۷/۷ | ۱۴۵ | ۱۱/۷ | ۴۵ | برخورد با عوامل توزیع و مصرف مواد مخدر                                                      |
| ۱/۲۱ | ۲/۶۸ | ۴/۴  | ۱۷ | ۲۸/۱ | ۱۰۸ | ۲۰   | ۷۷  | ۲۶/۲ | ۱۰۱ | ۲۱/۳ | ۸۲ | حضور گشت های پلیس در خیابان ها                                                              |
| ۱/۱۸ | ۲/۸۸ | ۴/۲  | ۱۶ | ۳۶/۹ | ۱۴۲ | ۱۷/۱ | ۶۶  | ۲۶/۵ | ۱۰۲ | ۱۵/۳ | ۵۹ | برخورد پلیس با اموری همچون تکدی گری، جیب بری و کیف قاپی و مزاحمت های خیابانی برای زنان جوان |
| ۱/۱۱ | ۳/۲۴ | ۵/۲  | ۲۰ | ۵۱/۷ | ۱۹۹ | ۱۵/۶ | ۶۰  | ۱۷/۴ | ۶۷  | ۱۰/۱ | ۳۹ | سرقت اموال و اشیا از منزل                                                                   |
| ۱/۳  | ۲/۸۸ | ۱۵/۱ | ۵۸ | ۲۱/۸ | ۸۴  | ۱۲/۷ | ۴۹  | ۳۷/۷ | ۱۴۵ | ۱۲/۷ | ۴۹ | کیف قاپی و جیب بری                                                                          |
| ۱/۲۱ | ۲/۹۵ | ۱۳/۲ | ۵۱ | ۲۴/۲ | ۹۳  | ۱۵/۶ | ۶۰  | ۳۹/۲ | ۱۵۱ | ۷/۸  | ۳۰ | کتک خوردن توسط افراد ناشناس                                                                 |
| ۱/۲۲ | ۲/۸  | ۶/۶  | ۲۶ | ۲۸/۶ | ۱۱۰ | ۲۱   | ۸۱  | ۲۵/۵ | ۹۸  | ۱۸/۲ | ۷۰ | مورد تعدی و تجاوز قرار گرفتن                                                                |
| ۱/۱۱ | ۳/۰۳ | ۶/۸  | ۲۶ | ۳۴   | ۱۳۱ | ۲۴/۷ | ۹۵  | ۲۵/۲ | ۹۷  | ۹/۴  | ۳۶ | سرقت قطعات وسیله نقلیه شخصی (ماشین و موتور و ...)                                           |

بر اساس یافته های پژوهش مشخص شد که در بین گویه های مربوط به ویژگی های پنداشتی احساس امنیت، پاسخ گویی و سرعت عمل پلیس با میانگین (۳/۷۶ درصد) بیشترین و حضور گشت های پلیس در خیابان ها با میانگین (۲/۶۸ درصد) کمترین امتیاز را از دیدگاه زنان جوان شهر تنکابن کسب کرده اند.

توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه های ویژگی های پیوند محله ای احساس امنیت  
آمار توصیفی گویه های مربوط به ویژگی های پیوند محله ای احساس امنیت در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های ویژگی‌های پیوند محله‌ای احساس امنیت

| گویه                                                                             | خیلی زیاد |      | زیاد    |      | متوسط   |      | کم      |      | خیلی کم |      | میانگین | انحراف معیار |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|--------------|
|                                                                                  | فراوانی   | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد |         |              |
| من خودم را عضوی از این محله می‌دانم                                              | ۴۵        | ۱۱/۷ | ۶۸      | ۱۷/۷ | ۱۲۷     | ۳۳   | ۱۳۰     | ۳۳/۸ | ۱۵      | ۳/۹  | ۳       | ۱/۰۶         |
| من محله ام را همچون خانواده خود می‌پندارم                                        | ۵۵        | ۱۴/۳ | ۱۸۰     | ۴۶/۸ | ۷۴      | ۱۹/۲ | ۶۶      | ۱۷/۱ | ۱۰      | ۲/۶  | ۲/۴۷    | ۱/۰۱         |
| من در فعالیت‌های مشترک محله مانند برگزاری جشن‌ها یا هیئت‌های عزاداری شرکت می‌کنم | ۳۶        | ۹/۴  | ۳۹      | ۱۰/۱ | ۵۷      | ۱۴/۸ | ۲۰۸     | ۵۴   | ۴۵      | ۱۱/۷ | ۳/۴۸    | ۱/۱۱         |
| من سعی می‌کنم محله ام را تمیز نگه دارم                                           | ۴۸        | ۱۲/۵ | ۸۸      | ۲۲/۹ | ۸۴      | ۲۱/۸ | ۱۴۰     | ۳۶/۴ | ۲۵      | ۶/۵  | ۳/۰۱    | ۱/۱۶         |
| من نسبت به آنچه در محله ام می‌گذرد، حساسیت نشان می‌دهم                           | ۴۷        | ۱۲/۲ | ۷۳      | ۱۹   | ۱۱۴     | ۲۹/۶ | ۱۳۰     | ۳۳/۸ | ۲۱      | ۵/۵  | ۳/۰۱    | ۱/۱۱         |
| همدیگر را می‌شناسیم                                                              | ۲۵        | ۶/۵  | ۶۶      | ۱۷/۱ | ۳۱      | ۸/۱  | ۲۴۸     | ۶۴/۴ | ۱۵      | ۳/۹  | ۳/۴۲    | ۱/۰۲         |
| با هم در مورد مسائل محله گفتگو می‌کنیم                                           | ۳۶        | ۹/۴  | ۶۸      | ۱۷/۷ | ۶۶      | ۱۷/۱ | ۱۹۵     | ۵۰/۶ | ۲۰      | ۵/۲  | ۳/۲۴    | ۱/۰۹         |
| به یکدیگر اعتماد داریم                                                           | ۳۴        | ۸/۸  | ۷۴      | ۱۹/۲ | ۹۵      | ۲۴/۷ | ۱۴۸     | ۳۸/۴ | ۳۴      | ۸/۸  | ۳/۱۹    | ۱/۱۱         |
| هر يك از ما، مراقب اموال و فرزندان دیگران نیز هستیم                              | ۳۶        | ۹/۴  | ۳۹      | ۱۰/۱ | ۵۷      | ۱۴/۸ | ۲۰۸     | ۵۴   | ۴۵      | ۱۱/۷ | ۳/۴۸    | ۱/۱۱         |

بر اساس یافته‌های پژوهش ملاحظه می‌گردد که در بین گویه‌های مربوط به ویژگی‌های پیوند محله‌ای احساس امنیت، شرکت در فعالیت‌های مشترک محله مانند برگزاری جشن‌ها یا هیئت‌های عزاداری و مراقبت از اموال و فرزندان دیگران با میانگین (۳/۴۷ درصد) بیشترین و پنداشتن محله مثل خانواده با میانگین ۲/۴۷ درصد کمترین امتیاز را از دیدگاه زنان جوان شهر تنکابن کسب کرده‌اند.

توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های ویژگی‌های محیطی احساس امنیت  
آمار توصیفی گویه‌های مربوط به ویژگی‌های محیطی احساس امنیت در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های ویژگی‌های محیطی احساس امنیت

| انحراف معیار | میانگین | خیلی زیاد |         | زیاد |         | متوسط |         | کم   |         | خیلی کم |         | گویه                                                                                          |
|--------------|---------|-----------|---------|------|---------|-------|---------|------|---------|---------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |         | درصد      | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد  | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد    | فراوانی |                                                                                               |
| ۱/۱۶         | ۳/۰۱    | ۶/۵       | ۲۵      | ۳۶/۴ | ۱۴۰     | ۲۱/۸  | ۸۴      | ۲۲/۹ | ۸۸      | ۱۲/۵    | ۴۸      | در این شهر افراد با قومیت‌های مختلف زندگی می‌کنند                                             |
| ۱/۱۱         | ۳/۰۱    | ۵/۵       | ۲۱      | ۳۳/۸ | ۱۳۰     | ۲۹/۶  | ۱۱۴     | ۱۹   | ۷۳      | ۱۲/۲    | ۴۷      | در این شهر عامل بیشتر بی‌نظمی‌ها ساکنان غیر بومی هستند                                        |
| ۱/۰۲         | ۳/۴۲    | ۳/۹       | ۱۵      | ۶۴/۴ | ۲۴۸     | ۸/۱   | ۳۱      | ۱۷/۱ | ۶۶      | ۶/۵     | ۲۵      | در این شهر جرائم بیشتر توسط ساکنان غیر بومی اتفاق می‌افتد                                     |
| ۱/۰۹         | ۳/۲۴    | ۵/۲       | ۲۰      | ۵۰/۶ | ۱۹۵     | ۱۷/۱  | ۶۶      | ۱۷/۷ | ۶۸      | ۹/۴     | ۳۶      | در این شهر هر سال مهاجران زیادی می‌آیند و می‌روند                                             |
| ۱/۱۱         | ۳/۱۹    | ۸/۸       | ۳۴      | ۳۸/۴ | ۱۴۸     | ۲۴/۷  | ۹۵      | ۱۹/۲ | ۷۴      | ۸/۸     | ۳۴      | در این شهر این قدر آدم‌های جدید می‌آیند و می‌روند که آدم نمی‌تواند درست همسایه‌هایش را بشناسد |
| ۱/۰۹         | ۳/۲۴    | ۵/۲       | ۲۰      | ۵۰/۶ | ۱۹۵     | ۱۷/۱  | ۶۶      | ۱۷/۷ | ۶۸      | ۹/۴     | ۳۶      | در این شهر دور خانه‌ها با دیوار محصور گشته است                                                |

بر اساس یافته‌های پژوهش ملاحظه می‌گردد که در بین گویه‌های مربوط به ویژگی‌های محیطی احساس امنیت، اتفاق افتادن جرائم بیشتر توسط ساکنان غیر بومی با میانگین ۳/۴۲ درصد بیشترین و زندگی کردن افراد با قومیت‌های مختلف و بی‌نظمی‌های ساکنان غیر بومی با میانگین ۳/۰۱ درصد کمترین امتیاز را از دیدگاه زنان جوان شهر تنکابن کسب کرده‌اند.

### توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های میزان احساس ترس

آمار توصیفی گویه‌های مربوط به میزان احساس ترس از جرم در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵: توصیف وضعیت پاسخ دهندگان به گویه‌های میزان احساس ترس

| انحراف معیار | میانگین | خیلی کم |         | کم   |         | متوسط |         | زیاد |         | خیلی زیاد |         | گویه                                                             |
|--------------|---------|---------|---------|------|---------|-------|---------|------|---------|-----------|---------|------------------------------------------------------------------|
|              |         | درصد    | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد  | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد      | فراوانی |                                                                  |
| ۱/۱۱         | ۳/۰۱    | ۵/۵     | ۲۱      | ۳۳/۸ | ۱۳۰     | ۲۹/۶  | ۱۱۴     | ۱۹   | ۷۳      | ۱۲/۲      | ۴۷      | من با شنیدن یا خواندن اخبار جرم و جنایات احساس ترس می‌کنم        |
| ۱/۰۲         | ۳/۴۲    | ۳/۹     | ۱۵      | ۶۴/۴ | ۲۴۸     | ۸/۱   | ۳۱      | ۱۷/۱ | ۶۶      | ۶/۵       | ۲۵      | من هنگامی که زیاد در صف تاکسی منتظر بمانم، احساس ترس می‌کنم      |
| ۱/۰۹         | ۳/۲۴    | ۵/۲     | ۲۰      | ۵۰/۶ | ۱۹۵     | ۱۷/۱  | ۶۶      | ۱۷/۷ | ۶۸      | ۹/۴       | ۳۶      | من در هنگام تردد در معابر عمومی از مردان مزاحم، احساس ترس می‌کنم |
| ۱/۱۱         | ۳/۱۹    | ۸/۸     | ۳۴      | ۳۸/۴ | ۱۴۸     | ۲۴/۷  | ۹۵      | ۱۹/۲ | ۷۴      | ۸/۸       | ۳۴      | من از تاریک بودن معابر و کوچه‌های تنگ و باریک، احساس ترس می‌کنم  |
| ۱/۱۱         | ۳/۴۸    | ۱۱/۷    | ۴۵      | ۵۴   | ۲۰۸     | ۱۴/۸  | ۵۷      | ۱۰/۱ | ۳۹      | ۹/۴       | ۳۶      | من از خانه‌های متروکه در سطح شهر احساس ترس می‌کنم                |

بر اساس یافته‌های پژوهش مشاهده می‌گردد که در بین گویه‌های مربوط به میزان احساس ترس، احساس ترسیدن از خانه‌های متروکه در سطح شهر با میانگین ۳/۴۸ درصد بیشترین و احساس ترسیدن از شنیدن یا خواندن اخبار جرم و جنایات با میانگین ۳/۰۱ درصد کمترین امتیاز را از دیدگاه زنان جوان شهر تنکابن کسب کرده‌اند.

### آزمون کلموگروف-اسمیرنوف

نتیجه این آزمون در جدول ۶ آورده شده است. در این آزمون فرضیه‌های صفر و یک به صورت زیر می‌باشد:

$H_0$  داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند

$H_1$  داده‌ها دارای توزیع نرمال نمی‌باشند

جدول ۶: نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده‌ها

| ابعاد                         | آماره کلموگروف اسمیرنوف | سطح معناداری | نتیجه |
|-------------------------------|-------------------------|--------------|-------|
| ویژگی های پنداشتی احساس امنیت | ۱/۲۴۳                   | ۰/۰۹۱        | نرمال |
| ویژگی های پیوند محله ای       | ۱/۲۹۹                   | ۰/۰۸۹        | نرمال |
| ویژگی های محیطی احساس امنیت   | ۱/۱۳۱                   | ۰/۱۵۵        | نرمال |
| میزان احساس ترس               | ۱/۳۵۰                   | ۰/۱۷         | نرمال |

۹۷

بر اساس سطوح معناداری به دست آمده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف مشاهده می شود که سطح معناداری برای تمامی مؤلفه ها، بیشتر از خطای نوع اول (۰/۰۵) و برای میزان احساس ترس از جرم کمتر از خطای نوع اول (۰/۰۵) به دست آمده است و در نتیجه فرضیه نرمال بودن تمامی مشاهدات را در سطح خطای نوع اول ۰/۰۵ نمی پذیریم. در نتیجه از آزمون ناپارامتریک برای اثبات فرضیه ها استفاده می کنیم.

#### تحلیل چند متغیره

در این بخش، تحلیل چند متغیره بر مبنای مدل معادلات ساختاری ارائه و مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی و ارزیابی مدل ساختاری: جهت و معناداری اثرات متغیرهای پنهان مستقل بر متغیر پنهان وابسته

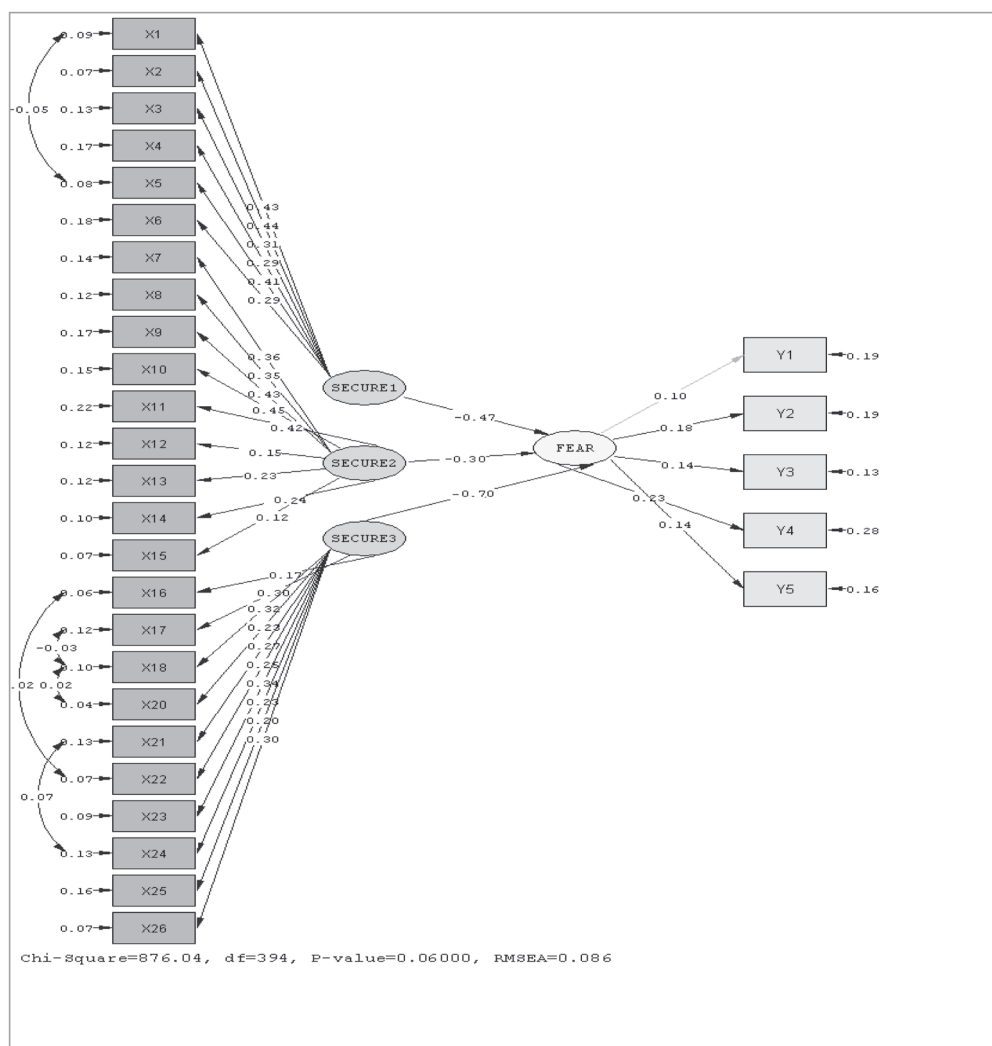
برای بررسی و ارزیابی مدل ساختاری، از مقدار ریشه میانگین مجذور برآورد خطای تقریب که استیگر (۱۹۹۰) به عنوان خطای اندازه متفاوت برای هر درجه آزادی ارائه کرده است- در واقع، همان آزمون انحراف هر درجه آزادی است- استفاده می کنیم. برای مدل هایی که: برازندگی خوبی داشته باشند، کمتر از ۰/۰۵ می باشد.

مقادیر بالاتر از آن تا ۰/۰۸ نشان دهنده خطاهای معقولی برای تقریب در جامعه است.

مدل های که RMSEA آنها از ۰/۱۰ بیشتر باشد، برازش ضعیفی دارد.

هیو و بتلر (۱۹۹۹) به عنوان نقطه برش برازندگی خوب مدل، مقدار کوچک تر یا مساوی ۰/۰۶ را پیشنهاد کرده اند. (هومن، ۱۳۸۴: ۲۴۵) در نهایت اینکه در این مقاله شاخص مقدار ریشه میانگین مجذور برآورد خطای تقریب با توجه به دلایل و ادله فوق مبنای ارزیابی میزان برازش بوده و براین اساس مدل ها و معرف های متغیرها ارزیابی شده است.

با استفاده از این مزیت الگوسازی ساختاری در پایان سعی شده است تا ارتباط علی متغیرهای مکنون با یکدیگر و روابط هر یک از آنها با معرف های مربوط شان (متغیرهای آشکار) بررسی شود. قالب زیر برای تفسیر خروجی معادلات ساختاری متغیرها قابل استفاده و تحلیل است. بر اساس استدلال های مطرح شده در ابتدای الگوی های معادلات ساختاری مبنای تصمیم گیری در باره صحت و سقم فرضیه های مطرح در این شیوه تحلیل داده از طریق شاخص صورت گرفته و استنتاج شده است.



نمودار ۱: ارزیابی مدل پژوهش: ارتباط بین متغیرهای آشکار و مکنون، ضرایب مسیر و بارهای عاملی

توضیح مفهومی اعداد نوشته شده بر روی خطوط متغیرهای مکنون مستقل و وابسته در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیون میان متغیرها یا همان ضرایب مسیر می باشد که حامل معنای سهم نسبی هر متغیر مستقل بر وابسته را نشان می دهند. اعداد نوشته شده بر روی خطوط متغیرهای آشکار مستقل و وابسته در واقع بارهای عاملی هستند که واجد این معنا هستند که قدرت اندازه گیری هر متغیر آشکار چه مقدار می باشد. جهت اطمینان از برقراری پیش فرض های تحلیل آماری بر اساس نتایج  $t$  و  $P$  ضرایب مسیر، کلیه روابط فوق معنادار می باشد؛ به گونه ای که مقدار  $t$  کلیه مسیرها از ۱/۹۶ بزرگ تر بوده و مقدار  $P$  نیز کوچک تر از ۰/۰۵ می باشد.

بر اساس توضیحات فوق نتایج زیر را می توان استنباط کرد:

همان طور که نمودار فوق نشان می دهد ضریب استاندارد مسیر میان متغیرهای مستقل و وابسته، میزان تاثیر بعد اول ویژگی های پنداشتی احساس امنیت و ویژگی های پیوند محله ای و ویژگی های محیطی احساس امنیت بر احساس احساس ترس از جرم به ترتیب ۰/۴۷، ۰/۳۰ و ۰/۷۰ می باشد و با توجه به این مقدار و شدت رابطه ها واجد این معنا هستند که هرچه نمرات ویژگی های پنداشتی احساس امنیت و ویژگی های پیوند محله ای و ویژگی های محیطی احساس امنیت بیشتر، آنگاه نمره احساس ترس کمتر شده است. لذا با این تفسیر می توان انتظار داشت که اگر ویژگی های پنداشتی احساس امنیت و ویژگی های پیوند محله ای و ویژگی های محیطی احساس امنیت ارتقا یابد، از میزان احساس ترس به طور قابل ملاحظه ای کاسته خواهد شد و در این راستا شاخص های برازش مدل نشان می دهد که مدل از برازش نسبتاً خوبی برخوردار است.

جدول ۷: شاخص های برازش مدل معادلات ساختاری

| RMSEA | CFI  | TLI  | GFI  | AGFI |
|-------|------|------|------|------|
| ۰/۰۸۶ | ۰/۹۵ | ۰/۹۱ | ۰/۹۴ | ۰/۹۲ |

جدول ۷ شاخص های برازش مدل معادلات ساختاری را نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) بالاتر از ۰/۹۰ است و شاخص ریشه میانگین مجذورات خطاهای برآورد در مجموع نشان می دهد مدل با داده ها انطباق قابل قبولی دارد و قابل پذیرش است.

### بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان داد که در جامعه ایرانی نیز دختران و زنان جوان بیشتر از زنان سالمند دچار احساس ترس بوده اند و به علاوه نسبت به تعرض جنسی احساس ترس از جرم بیشتری داشته اند. یافته های این پژوهش حاکی از آن است که تحصیلات، درآمد و وضع اشتغال با میزان احساس ترس رابطه معنی داری داشته اند؛ یعنی در بین زنان جوان دارای درآمد، شاغل و صاحب تحصیلات بالاتر میزان احساس ترس نیز کم تر بوده است. در واقع، جرائم و مخاطرات شهری در محلات نیز رو به گسترش نهاده است و تأثیری بر میزان احساس ترس نهاده که پیوند محله ای نمی تواند سبب کاهش آن شود. نکته جالب آن که چنین گسترشی حداقل در ذهنیت زنان جوان تأیید شده است؛ یعنی بین ارزیابی زنان جوان از میزان جرائم در جامعه و میزان احساس ترس از جرم آنان رابطه معنی داری وجود داشته است. به عبارتی، زنان جوانی که میزان گسترش جرائم در جامعه را در حد بالایی دانسته اند، احساس ترس بیشتری نیز داشته اند. در بین زنان جوانی که قبلاً قربانی جرائمی شده و آسیب دیده اند، میزان احساس ترس بسیار بالاتر از زنان جوانی بوده است که فاقد تجربه آسیب

دیدگی و مواجهه با مجرمان بوده‌اند. همچنین میزان احساس ترس در بین زنان جوان ساکن در محلات فاقد امکانات و ظواهر شهری نظیر نور کافی، باریکی کوچه‌ها و خیابان‌ها، وجود بناهای متروکه و فرسوده خالی از سکنه به مراتب بیشتر از زنان جوانی بوده است که از امکانات شهری و محلات مطلوب تری برخوردار بوده‌اند.

### پیشنهاده‌ها

نتایج فرضیه اول پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های پنداشتی احساس امنیت زنان جوان شهر تنکابن با میزان احساس ترس از جرم در فضاهای عمومی شهری رابطه وجود دارد. از آنجا که روند جرم در سال‌های اخیر در سطح شهر تنکابن رو به فزونی نهاده، پیشنهاد می‌شود نهادهای مسئول از جمله سازمان‌های انتظامی با جدیت به این امر توجه داشته باشند و نهایت توانایی و عملکرد خود را در این راه برای احساس امنیت شهر به خصوص برای زنان جوان به کار گیرند.

نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های پیوند محله‌ای زنان جوان شهر تنکابن با میزان احساس ترس از جرم در فضاهای عمومی شهری رابطه وجود دارد. لذا پیشنهاد می‌شود دلبستگی عاطفی به عنوان عنصر اساسی همبستگی اجتماعی و عامل اصلی کنترل منطقه‌ای مورد توجه قرار گیرد، چرا که احساس تعلق خاطر به اجتماع باعث می‌شود تا افراد احساس کنند که تحت کنترل اجتماع شان قرار دارند و اجتماع به فکر آنان است. در واقع، احساس برخورداری از پشتیبان باعث می‌شود که محله شان را امن‌تر از آن چیزی فرض می‌کنند که در واقعیت هست.

نتایج فرضیه سوم پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های محیطی احساس امنیت زنان جوان شهر تنکابن با میزان احساس ترس از جرم در فضاهای عمومی شهری رابطه وجود دارد. لذا پیشنهاد می‌گردد که در طراحی فضاها، به امکان دیدن و دیده شدن بیشتر در آن‌ها و امکان کمتر برای فرار که پتانسیل ضعیف تری را برای فعالیت مجرمانه فراهم می‌آورند، توجه گردد. به عنوان مثال، وجود نرده‌ها و پرچین‌ها می‌تواند به عنوان موانع فیزیکی تلقی شود و نشانه‌های دیده بان محله‌ای حاکی از نظارت مردم بر همدیگر و مواظبت از یکدیگر باشد.

### پیشنهاده‌ات مبتنی بر تجارب تحقیق

- در بحث سرقت یا کیف قاپی بیشتر با سارقان گفتگو می‌شود تا قربانیان. به نظر می‌رسد که تلویزیون می‌تواند برخورد فعالانه تری با موضوع داشته باشد. این رسانه همان گونه که تیزرهای تبلیغی مربوط به رانندگی را پخش می‌نماید می‌تواند نکات ایمنی و حفاظتی مربوط به زنان جوان را در زندگی شهری و فضاهای عمومی نشان دهد.
- نکته دیگر معابر عمومی شهر است. در بسیاری از خیابان‌ها شاهدیم که یا پیاده رویی وجود ندارد یا با عرض یک متر معبری در نظر گرفته شده است. عبور زنان جوان از این دست خیابان‌ها اضطراب زا و ایجاد کننده احساس ترس از جرم است، چرا که با معضل کیف قاپی یا دست درازی مواجه می‌شوند. لازم است تا در شهرسازی چنین مشکلاتی ملاحظه شود- در واقع شهرسازی باید نگاهی جامع به همه اقشار و

گروه‌های اجتماعی داشته باشد.

- بیشتر زنان جوان اخبار مربوط به حوادث، جرم و جنایت را از تلویزیون می‌گیرند. لذا سیاست گذاری‌های آموزشی، فرهنگی و اطلاع رسانی درباره جرائم شهری و تدابیر مربوط به محافظت زنان جوان در برابر این جرائم باید با تکیه بر این رسانه جمعی ارائه شود.
- مسئله مهم دیگر، وضعیت یا ویژگی‌های محیطی فیزیکی محلات است. هم اکنون پروژه‌های نیمه کاره شهری و ساختمان‌های متروکه و فرسوده یکی از معضلات شهر تنکابن است. با مرور اخبار حوادث در می‌یابیم که جرائم بسیاری نظیر کودک آزاری و تجاوز جنسی در همین ساختمان‌ها یا مکان‌ها انجام می‌شود. لذا احساس ترس از جرم زنان جوان از این موارد طبیعی است. لازم است تا از این بعد، حل این معضلات در دستور کار شهرداری‌ها قرار گیرد.
- زنان جوان به دلیل جنسیت خود در معابر عمومی متلک می‌شنوند. وقتی منتظر تاکسی هستند، سایر رانندگان مزاحم آنان می‌شوند یا به هنگام رانندگی حرکات ناشایستی از مردان می‌بینند و غیره. حل چنین معضلاتی نیازمند فعالیتی سیستماتیک و سازمانی است. هم اکنون همه سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها دارای واحد امور بانوان هستند. هر سازمانی می‌تواند نکات ایمنی مربوط به این امور را چاپ و به اطلاع زنان جوان سازمان متبوع خود برساند- همان گونه که درباره زلزله چنین بروشورهایی چاپ شده است.

## منابع

- احمدی، حبیب؛ سروش، مریم و افراسیابی، حسین. (۱۳۸۸). «ترس در مناطق جرم خیز شهر شیراز». جامعه شناسی کاربردی. دوره ۲۰، شماره ۲، صص ۶۵-۸۰.
- احمدی، حبیب و همکاران. (۱۳۸۶). «بررسی رابطه بین مشارکت مردمی و احساس احساس امنیت اجتماعی». فصلنامه توسعه انسانی دانشگاه چمران اهواز. شماره چهارم.
- افشانی، سیدعلیرضا. (۱۳۸۷). آموزش کاربردی SPSS در علوم اجتماعی و رفتاری. چاپ اول، یزد: انتشارات دانشگاه یزد
- افتخاری، اصغر. (۱۳۸۱). «ساختار و تأویل احساس امنیت». فصلنامه مطالعات راهبردی. سال پنجم، شماره ۱.
- افتخاری، علی اصغر (۱۳۸۱). مجموعه مقالات همایش رسانه‌ای ثبات سیاسی تهران. پژوهشکده راهبردی مطالعات سیاس.
- بزی، خدارحم و رضایی، بیت اله. (۱۳۹۱). «بررسی ساختارهای شهری مطلوب زنان با تأکید بر امنیت در شهر زابل». مجله آمایش جغرافیایی فضا. سال دوم، شماره پنجم.
- بیات، بهرام. (۱۳۸۷). «تبیین جامعه شناختی احساس امنیت در بین شهروندان تهرانی (با تأکید بر نقش پرداخت رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی)». سالنامه علوم اجتماعی. شماره ۱۶، ص ۱.
- بلندیان، غلامحسین. (۱۳۷۹). «احساس امنیت زیربنای توسعه متوازن». نشریه احساس امنیت.
- پور موسوی، سید موسی. (۱۳۹۰). «تأثیر بلند مرتبه سازی بر میزان جرائم شهری (مطالعه موردی: مناطق ۲۲ گانه شهر تهران)». فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی. شماره ۷۷.
- تازیکی، طلعت. (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر افزایش احساس امنیت زنان در پارک‌های شهر (مطالعه موردی: زنان ۵۰ - ۱۸ سال شهرستان بجنورد)». فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، دوره ۱، شماره اول.
- حاتمی نژاد، حسین؛ منصوری، بابر و فعلی، محمد. (۱۳۹۳). «تبیین نقش فضاهای شهری در پیشگیری از وقوع جرم و ایجاد احساس امنیت». مجله سپهر. دوره بیست و دوم، شماره هشتاد و هفتم.
- حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت
- دواس، دی. ای. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. هوشنگ نابیی. تهران: نشر نی
- رفیعیان، مجتبی و خدایی، زهرا. (۱۳۸۸). «بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری». نشریه راهبرد. دوره ۱۸، شماره ۵۳.
- زیاری، کرامت اله؛ مهدیان، علی و مهدیان بهنمیری، معصومه. (۱۳۹۲). «تحلیلی بر احساس امنیت فضاهای عمومی شهری». مجله آمایش جغرافیایی فضا. دوره ۳، شماره ۷، صص ۲۵-۵۱.
- زیاری، کرامت اله؛ مهدیان، علی و بهنمیری، معصومه. (۱۳۹۲). «تحلیلی بر احساس امنیت فضاهای عمومی شهر (مطالعه موردی: پارک‌های مناطق چهارگانه شهرداری قم)». مجله آمایش جغرافیایی فضا. سال سوم، شماره هفتم، صص ۲۵-۵۰.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۵). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. جلد اول، تهران: انتشارات سمت
- سراج زاده، سیدحسین و گیلانی، اشرف. (۱۳۸۸). «بی‌سازمانی اجتماعی و ترس (مطالعه مقایسه‌ای مناطق ۳ و ۱۲ شهر تهران)». رفاه اجتماعی. دوره ۹، شماره ۳۴، صص ۲۴-۲۲۳.

- سرمد، زهره؛ بازگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۷۶). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه
- سیدزاده ثانی، سیدمهدی. (۱۳۸۷). «ترس از بزه دیدگی مکرر». مجموعه مقالات نخستین همایش پیشگیری از جرم: پیشگیری از تکرار جرم و بزه دیدگی، دفتر تحقیقات کاربردی پلیس پیشگیری ناجا.
- سیف، علی اکبر. (۱۳۸۷). روش تهیه پژوهش نامه در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر دوران
- شاهپوندی، احمد؛ ریسی انانی، رضا و سلطانی، مرضیه. (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مؤثر بر ارتکاب نوع جرم زنان در شهر اصفهان». فصلنامه نظم و امنیت اجتماعی. شماره اول، سال سوم.
- صادقی؛ فسایی، سهیلا و میرحسینی، زهرا. (۱۳۸۸). «تحلیل جامعه شناختی ترس در میان زنان شهر تهران». نامه علوم اجتماعی. دوره ۱۷، شماره ۳۶.
- صادقی، حسین؛ شقاقی، وحید و اصغرپور، حسین. (۱۳۸۳). «تحلیل عوامل اقتصادی اثرگذار بر جرم در ایران». مجله تحقیقات اقتصادی. شماره ۶۸.
- صادقی، نگین؛ ذبیحی، حسین و لاریمیان، تایماز. (۱۳۹۴). «پیش بینی پتانسیل جرم خیزی نقاط از طریق تحلیل کیفیات محیط شهری (نمونه موردی مناطق ۱۴ گانه شهر اصفهان)». مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای. شماره ۲۴، صص ۸۶-۶۵.
- صفری شالی، رضا. (۱۳۸۸). راهنمایی تدوین طرح تحقیق (پروپوزال نویسی). قم: انتشارات جامعه و فرهنگ
- عبداللهی، افشین و یوسفی، مهدی. (۱۳۹۱). «ترس و واکنش در برابر آن». مجله کارآگاه. دوره دوم، سال پنجم، شماره ۲۰.
- علیخواه، فردین و نجیبی، ربیعی. (۱۳۸۵). «زنان و ترس در فضاهای شهری». رفاه اجتماعی. سال ششم، شماره ۲۲، صص ۱۳۱-۱۰۹.
- طاهرخانی، حبیب اله. (۱۳۸۱). «طراحی شهری: فضاهای قابل دفاع شهری». مدیریت شهری. شماره ۹.
- فرجیها، محمد. (۱۳۸۵). «بازتاب رسانه ای جرم». رفاه اجتماعی. سال ششم، شماره ۲۲.
- قالیباف، محمد باقر؛ انصاری زاده، سلمان و پرهیز، فریاد. (۱۳۸۹). «بررسی و تحلیل نقش کانون های جرم خیز در وقوع جرائم شهری». فصلنامه شهرداریها. سال یازدهم، شماره ۱۰۰.
- کامران، فریدون؛ عبادتی و نظرلو، سمیه. (۱۳۸۹). «بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر احساس آرامش و احساس امنیت اجتماعی زنان دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی دانشگاه های شهر تهران». فصلنامه پژوهش اجتماعی. ۶ (۳).
- کاظمی، سیدمهدی؛ رفیعیان، موسی؛ قسمی شاه، مجتبی و گلدی، علی. (۱۳۹۳). «عوامل موثر بر بهبود احساس امنیت محلات شهری (مطالعه موردی: محله جنت آباد شمالی شهر تهران)». فصلنامه فضای جغرافیایی. شماره ۴۵، سال چهاردهم، صص ۱۴۷-۱۲۹.
- کلانتری، محسن؛ قزلباش، سمیه و یغمایی، بامشاد. (۱۳۸۹). «بررسی جغرافیایی کانون های جرم خیز شهر زنجان». پژوهش های جغرافیای انسانی. شماره ۷۴.
- کی نیا، مهدی. (۱۳۶۹). مبانی جرم شناسی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- لطفی، صدیقه؛ بردی آنامرادنژاد، رحیم و ساسانی پور، محمد. (۱۳۹۳). «بررسی احساس امنیت در فضاهای عمومی (مطالعه موردی: کلانشهر شیراز)». پژوهش و برنامه ریزی شهری. دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۵۶-۳۹.

- ماندال، رابرت. (۱۳۷۹). **چهره متغیر احساس امنیت ملی**. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- مدنی پور، علی. (۱۳۷۹). **طراحی فضای شهری**. فرهاد مرتضایی. تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری
- مساواتی آذر، مجید. (۱۳۷۴). **آسیب شناسی اجتماعی ایران (جامعه شناسی انحرافات)**. تبریز: انتشارات نوبل
- معتمدی، مهدی. (۱۳۸۰). **حمایت از زنان در برابر خشونت سیاست جنایی انگلستان**. تهران: برگ زیتون
- مفاخری، صباح الدین. (۱۳۹۳). **«ترس زنان در فضاهای شهری؛ شناخت عوامل، تأثیرات و راهکارها»**. کنفرانس ملی شهرسازی، مدیریت شهری و توسعه پایدار، تهران.
- موسی کاظمی، سیدمهدی؛ رفیعیان، مجتبی و قسمی شاه گلدی، علی. (۱۳۹۳). **«عوامل موثر بر بهبود امنیت محلات شهری؛ مورد مطالعه: محله جنت آباد شمالی شهر تهران»**. فضای جغرافیایی. دوره ۱۴، شماره ۴۵، صص ۱۴۷-۱۲۹.
- موحد، مجید و همت، صغری. (۱۳۹۲). **«مطالعه عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با احساس احساس امنیت اجتماعی زنان»**. فصل نامه زن و جامعه. سال ۴ (شماره ۲): صص ۸۳-۵۵.
- موذن جامی، محمدهادی. (۱۳۷۸). **«مقدمه‌ای بر احساس امنیت و مولفه‌های آن»**. فصلنامه دانش انتظامی.
- نبوی، عبدالحسین و حبیب‌شاه، فرات. (۱۳۹۴). **«بررسی برخی عوامل اجتماعی موثر بر ترس و پیامدهای آن (مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال و بالاتر اهواز)»**. مطالعات علوم اجتماعی ایران. دوره ۱۲، شماره ۴۴، صص ۱۲۸-۱۱۲.
- نجفی ابرندآبادی، علی حسین. (۱۳۸۸). **کیفرشناسی نو جرم شناسی نو (درآمدی بر سیاست جنایی مدیریتی خطرمدار)**. تازه‌های علوم جنایی. تهران: میزان
- نوروزی، فیض اله و فولادی سپهر، سارا. (۱۳۸۸). **«بررسی احساس احساس امنیت اجتماعی زنان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»**. فصلنامه راهبرد. سال هجدهم، شماره ۵۳.
- وارسته فر، افسانه؛ هاشمی داران، حسن و رفیعی، نرگس. (۱۳۹۰). **«بررسی دلایل ارتکاب جرم در زنان و دختران مراجعه کننده به مراکز اورژانس اجتماعی شهرستان شهرکرد (۱۵ تا ۴۵ ساله - سال ۱۳۸۸)»**. پژوهش اجتماعی. دوره ۴، شماره ۱۰، صص ۶۲-۳۵.
- Foster, S. Knuiman, M. Villanueva, K. Wood, L. Christian, H. Giles-Corti, B. (2014). **“Does walkable neighbourhood design influence the association between objective crime and walking?”** International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 11:100.
- Paul, E; Rachel, A; Leanne, M; Ben, C. (2014). **“Crime Prevention Through Environmental Design in the United Arab Emirates: A Suitable Case for Reorientation?”** Built Environment, Volume 39, Number 1, March) 2014(, pp. 113-92.
- Schneider, R, H. Kitchen, T. (2014). **“Putting Crime Prevention Through Environmental Design into Practice via Planning Systems: A Comparison of Experience in the US and UK, Built Environment?”** Volume 39, Number 1, pp. 30-9.
- Stanko, E. (2003). **“The Case of Fearful Woman: Gender, Personal Safety and fear of Crime”** Woman and Criminal Justice, 4.



## مدل یابی رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش‌های مدیران وزارت ورزش و جوانان

روح الله اسدی<sup>۱</sup>

سنجر سلاجقه<sup>۲</sup>

حمداله منظری توکلی<sup>۳</sup>

نوید فاتحی راد<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۲/۲۰

رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیردولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را واداشته تا عوامل موثر بر رفتارهای اخلاقی را بیشتر مورد توجه قرار دهند. به نظر می‌رسد یکی از عوامل تعیین کننده در رفتارهای اخلاقی کارکنان، نقش‌های مدیریتی است که مدیران ایفا می‌کنند. بنابراین تحقیق حاضر تحقیق با هدف مدل‌یابی معادلات ساختاری رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش‌های مدیران وزارت ورزش و جوانان انجام شده است. تحقیق موجود از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای و از نظر روش، یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران میانی و پایه وزارت ورزش و جوانان در کشور در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۱۰۲۰ نفر بود و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به تعداد ۲۸۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه و نمونه‌ها هر استان انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسشنامه محقق ساخته ۱۷۹

سوالی نقش‌های مدیران با روایی ۰/۹۴ و پایایی ۰/۹۸ و پرسشنامه محقق ساخته ۷۷ سوالی رفتارهای اخلاقی با روایی ۰/۹۴ و پایایی ۰/۹۳ بوده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آماره‌های توصیفی و آماره‌های استنباطی و مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم افزارهای SPSS23 و AMOS23 استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد نقش‌های مدیران شامل نقش متقابل شخصی، اطلاعاتی، تصمیم‌گیری، تولیدی، اجرایی، ابداعی، ترکیبی، طراح، ناظر و نقش معلم می‌باشد و مولفه‌های رفتاری اخلاقی در سطح شخصی، سطح اجتماعی، سطح قانونی و سطح سودمندگرایی هستند. بین نقش‌های مدیران و رفتارهای اخلاقی مدیران در وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین نقش متقابل شخصی، اطلاعاتی، تصمیم‌گیری، تولیدی، اجرایی، ابداعی، ترکیبی، طراح، ناظر و معلم مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری مشهود است. طبق نتایج تحقیق، مدل تدوین شده از ارزش قابل قبولی برخوردار است و بخوبی رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش‌های مدیران را تبیین می‌کند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که مدیریت و نقش‌هایی که افراد به عنوان مدیر در یک سازمان ایفا می‌کنند، تاثیر تعیین‌کننده‌ای در بروز یا عدم بروز رفتارهای اخلاقی کارکنان دارد.

**واژگان کلیدی:** رفتارهای اخلاقی، نقش متقابل شخصی، نقش اطلاعاتی، نقش تصمیم‌گیری، نقش تولیدی، نقش اجرایی، نقش ابداعی و نقش ترکیبی

## مقدمه

سازمان‌ها به عنوان شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه می‌باشند. دغدغه‌های اخلاقی در زندگی شغلی اغلب در مقام تصمیم‌گیری بروز می‌کند و فرد خود را اخلاقاً با تکلیف می‌یابد و از خود می‌پرسد تکلیف اخلاقی من چیست. به عبارت دیگر، مسئله در اخلاق حرفه‌ای با تکلیفی اخلاقی است. موضوع مسائل اخلاقی، اشیا و افراد نیستند، بلکه اقدام‌ها و رفتارهای ارتباطی، یعنی رفتار ارتباطی افراد است. (چی کو<sup>۱</sup> و همکارانش، ۲۰۱۸) در پس هر اقدام و تصمیم مدیریتی و هر فعالیت سازمانی، انبوهی از مسائل اخلاقی را می‌توان رصد کرد، زیرا با حقوق افراد گوناگون چون مشتریان، مالکان، مدیران و کلیه ذینفعان ارتباط دارد. (صادقی و سبحانی نیا، ۱۳۹۰: ۱۳) در تجزیه و تحلیل رفتار سازمان‌ها، پرداختن به اخلاق یکی از الزامات است. نماد بیرونی سازمان‌ها را رفتارهای اخلاقی آنها تشکیل می‌دهد که خود حاصل جمع ارزش‌های گوناگون اخلاقی است که در آن سازمان‌ها، ظهور و بروز یافته است. (راولد<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸) اخلاق به عنوان تنظیم‌کننده روابط میان انسان‌ها، همواره از اهمیت بسیار برخوردار بوده است. در مدیریت نیز این ساز و کار اهمیت زیادی دارد، چرا که به عنوان یک نظام درونی، بدون آنکه نیاز به اهرم‌های بیرونی داشته باشد، قادر است تا عملکردهای اخلاقی را در کارکنان تضمین نماید و یک نظام اخلاقی به وجود آورد. (قراملکی، ۱۳۹۶: ۱۱۲) نقش اخلاق در عملکردها و رفتارها، در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها و در برخوردها و ارتباطات، مهم و تعیین‌کننده است و از این رو، بحث اخلاقیات در مدیریت، امروزه به یکی از مباحث عمده رشته مدیریت مبدل شده است. (الوانی، ۱۳۹۶: ۱)

اخلاقیات در سازمان‌ها به عنوان سیستمی از ارزش‌ها، باید‌ها و نبایدها تعریف می‌شود که بر اساس آن نیک و بد‌های سازمان مشخص و عمل بد از خوب متمایز می‌شود. به طور کلی انسان‌ها در بعد فردی و شخصیتی دارای ویژگی‌های خاص اخلاقی هستند که پندار، گفتار و رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد. (مور<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶) ممکن است همین افراد وقتی در یک جایگاه و پست سازمانی قرار می‌گیرند، عواملی موجب شود که پندار، گفتار و رفتار متفاوتی از بُعد فردی از آن‌ها سر بزند که این ویژگی‌های انسانی بر روی میزان کارایی و اثر بخشی سازمان تأثیر بگذارد. از طرفی، اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان گردد. (خانی، ۱۳۹۰: ۱۶) بستر مسائل اخلاقی ریشه در خارج از سازمان دارد و زمینه‌های تربیتی، خانوادگی، فرهنگ اجتماعی، میراث تاریخی، نهادهای دینی و غیره در آن نقش دارند. بدین جهت است که سنخ این مسائل در جوامع و کشورها متفاوت است. (کانر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶) اخلاق را مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان تعریف کرده‌اند که به صورت اعمال و رفتاری که از خلیات درونی انسان ناشی می‌شود، بروز ظاهری پیدا می‌کند و بدین سبب گفته می‌شود که اخلاق را از راه آثارش می‌توان تعریف کرد. استمرار یک نوع رفتار خاص، دلیل بر آن است که این رفتار یک ریشه درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته است که

1. Chye Ko

2. Rowold

3. Moore

4. conner

آن ریشه را «خلق و اخلاق» می‌نامند. (ینر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲) دامنه اخلاق را در حد رفتارهای فردی تلقی می‌کنند، اما رفتارهای فردی وقتی که در سطح جامعه یا نهادهای اجتماعی تسری و شیوع پیدا می‌کند، به نوعی به اخلاق جمعی تبدیل می‌شود که ریشه‌اش را در فرهنگ جامعه می‌دواند و خود نوعی وجه غالب می‌یابد که جامعه را با آن می‌توان شناخت. (قرا ملکسی، ۱۳۹۶: ۱۷۸) در بین عوامل مؤثر در تولید، کارکردن از جایگاه ممتازی برخوردار است، زیرا با انجام کار و استفاده از نیروی انسانی، سایر عوامل و منابع مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. حتی فناوری‌های پیشرفته که امروزه تا حد زیادی جانشین نیروی انسانی شده، محصول کار و ابتکار انسان است. (رضاییان، ۱۳۹۸) کار برای امرار معاش و تلاش در راه تولید برای تأمین نیاز خود و دیگر افراد جامعه از دیدگاه اسلام وظیفه‌ای است که موجب محبوبیت شخص در پیشگاه الهی و تأمین کننده سعادت دنیا و آخرت هر مسلمان می‌گردد. کار و تلاش، سیره عملی رسول گرامی اسلام و امامان معصوم بوده است و همه انبیا و صالحان چنین راه و رسمی داشته‌اند. فرهنگ کار به مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته شده یک گروه گفته می‌شود که در انجام فعالیت‌های هدفمند آن گروه به کار گرفته می‌شود. به عبارت دیگر، اینکه در وجود مدیران یک سازمان چه ارزش‌ها و نگرش‌هایی درونی شده و مورد پذیرش جمعی قرار گرفته است، فرهنگ کاری آن سازمان را معرفی می‌کند. (جعفری و حبیبی، ۱۳۸۱: ۱۲) در شرایط کنونی رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیردولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را واداشته که در جستجوی مبنای نظری در این زمینه باشند تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. (جی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۹) لذا یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌هاست تا آن‌ها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند. (صادقی و سبجانی‌نیا، ۱۳۹۰: ۱۴) اولین گام در دستیابی به این اهداف، درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رفتار اخلاقی مدیران در سازمان است تا در گام‌های بعدی بر روی این عوامل مطالعه لازم صورت پذیرد. یکی از متغیرهای مهم، نقش‌های مدیران می‌باشد. (جاه و سینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹) مدیران در سازمان‌ها، نقش‌های متفاوتی را ایفا می‌کنند که بر حسب شرایط زمانی، مکانی و نوع کار، این نقش‌ها متفاوت و متغیر است و شناسایی این نقش‌ها در بروز رفتارهای اخلاقی مدیران تأثیر بسزایی دارد. بیان نقش‌ها و مأموریت‌ها در کل سازمان شامل تعیین کلی نوع عملیاتی است که سازمان مسئول اجرای آن است. این عملیات در زمینه‌هایی چون: خدمات سازمان، ارباب رجوع، روش‌های سازمانی و فلسفه و عملیات اجرا می‌شود. (معدنچیان<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۸)

مدیریت از ارکان هر سازمان و جامعه‌ای است و مدیر نقش و جایگاه مهمی در بهسازی و توسعه دارد. دانش و مهارت مدیر است که منجر می‌شود تا سازمان از اثر بخشی، کارایی و اعتبار بالایی برخوردار گردد و سازمان موفق به کمک عملکرد رهبر پویا و موثر از سازمان ناموفق متمایز می‌شود. در همه زمینه‌ها برای جستجوی

1. Yener  
2. Jay  
3. Jha & Singh  
4. Madanchian

اشخاصی که توانایی لازم را برای مدیریت موثر داشته باشند، کوشش به عمل می‌آید. (هرسی و بلانچارد، ۱۳۹۴: ۱۶۷)

در یک جامعه، سازمان‌های متعددی به منظور تحقق اهداف خاصی به وجود می‌آیند. مهمترین منبع این سازمان‌ها را مدیران آن سازمان‌ها تشکیل می‌دهند که نقش و عملکرد آنها در تحقق اهداف سازمان اهمیت بسزایی دارد. (خورشیدی، ۱۳۹۸: ۴۲) در جهان کنونی، گسترش علم و فن آوری، تمام فعالیت‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است و از مشخصات بارز این عصر، جایگزین شدن دانایی، پژوهش و سرمایه انسانی با عوامل دیگر تولید است. در نتیجه، سازمان‌ها به انعطاف پذیری بیشتری برای پاسخگویی به فشارها و تهدیدات درون و برون خود نیاز دارند و مدیران مجبور به بازنگری و بازاندیشی در سبک‌ها، مهارت‌ها، روش‌ها و نقش‌های مدیریت خویش هستند. به همین دلیل امروزه، مدل مدیریت سنتی که در آن، مدیر کنترل می‌کرد و کارکنان تحت نظر او بودند، کارآمد نیست. بنابراین، برای ایجاد یک محیط کار توانمند، نقش مدیر باید از چارچوب فرماندهی و کنترل خارج شود و به تشکیل محیطی مبتنی بر حمایت و حس مسئولیت منتهی گردد که در آن، کارکنان فرصت داشته باشند به نحو احسن با یکدیگر همکاری کنند. (گمینان، ۱۳۹۵: ۱۱۲)

به نظر دیویس، چالشی که در جوامع مختلف، وضعیت مدیران را نگران کننده می‌نماید، آن است که بسیاری از مدیران نمی‌دانند که نمی‌دانند. آنها توانایی تلاش و یافتن راه کارهای مختلف را دارند، ولی توانایی آنها زمانی مفید خواهد بود که آنها از ندانسته‌های خود آگاهی داشته باشند. (جاه و سینگ، ۲۰۱۹) در وضعیت فعلی، آنها نمی‌توانند عملکرد موجود را بهبود بخشند. عملکرد مدیر، مفهوم و شیوه جدید برای افراد و سازمان‌ها نمی‌باشد، بلکه این مفهوم به این دلیل که سازمان‌ها در تلاش هستند راهی برای بهبود پیدا کنند، اهمیت یافته و توانسته است هم‌چنان که موضوع تکامل می‌یابد، با استفاده از مدارک تجربه‌ای اثربخش، چارچوب یکپارچه‌ای را شکل دهد. فشارهای ناشی از کاربرد و فرایند تغییر به ایجاد نوع جدید راهبردها، مداخله‌ها و پیشران‌ها ختم شده است. ساختار پایه‌ای عملکرد مدیر از اصول اساسی نظریه‌های یادگیری و انگیزشی گرفته شده است. (کاندولا، ۱۳۹۷: ۱۲۵)

طبق تحقیقات صورت گرفته، رفتارهای اخلاقی در سازمان تحت تأثیر نقش مدیران قرار می‌گیرد؛ به طوری که جاه و سینگ<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که نقش‌های رهبری بر رفتارهای اخلاقی در محیط‌های صنعتی موثر است. به عبارت دیگر، مدیر به عنوان رهبر با نقش متقابل شخصی، اطلاعاتی، تولیدی، اجرایی، ترکیبی و معلم می‌تواند رفتارهای اخلاقی را در محیط‌های صنعتی تقویت کند. یافته‌های معدنچیان<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) تأثیر نقش‌های رهبری و ابعاد آن بر رفتارهای اخلاقی را تایید کرده است. راولد<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند مدیران و رهبرانی با گرایش‌ات تحولگرایی ارزشی و اخلاقی از طریق مشخصه‌های گوناگونی نظیر ارائه چشم اندازهایی امید بخش برای آینده افراد و سازمان، کمک به شناسایی فرصت‌های قابل استفاده در محیط اطراف، توجه به نیازها، مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان و مرتبط ساختن

1. Jha & Singh

2. Madanchian

3. Rowold

این نیازها با ارزش‌ها، اهداف و معانی والاتر، زمینه شکل‌گیری بقا و اثربخشی ارزش‌های سازمانی را در درون سازمان‌ها فراهم می‌آورند. نتایج تحقیق سلیمانی (۱۳۹۷) نشان داده است که (۱) بین رفتار اخلاقی مدیران و رفتار شهروندی سازمانی معلمان و کارکنان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ (۲) بین هر یک از ابعاد رفتار اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ (۳) نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که متغیرهای اخلاق سودمندی و اخلاق قانونی پیش‌بینی‌کننده‌های معناداری برای رفتار شهروندی سازمانی به شمار می‌روند. محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که رهبری خدمتگزار بر درک جو اخلاقی اثر مثبت و معناداری دارد. همچنین دو متغیر اعتماد و عدالت سازمانی، اثر مثبت و معناداری در نقش تعدیل‌کننده رابطه رهبری خدمتگزار و جو اخلاقی دارند. مدیران سازمان‌های ورزشی می‌توانند با به کارگیری سبک رهبری خدمتگزار و انجام رفتارهای این سبک و توجه و تمرکز بر عدالت سازمانی و توسعه اعتماد کارکنان، از ایجاد و توسعه جو اخلاقی جهت کاهش رسوایی‌ها، رفتارها و معضلات غیر اخلاقی در زمینه ورزش حمایت کنند. نتایج تحقیق شاکری نیا (۱۳۹۶) نشان داد بین جو اخلاقی، حمایت سازمانی و رفتار مدنی سازمانی پرستاران بیمارستان‌های شهر رشت رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌های ینر و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) نشان می‌دهد ارزش‌های اخلاقی رابطه مثبت و قابل توجهی با تعامل کار دارد. رفتارهای اخلاقی با فداکاری و روابط قوی‌تر در تعامل هستند. براساس تحقیق جی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹) نقش‌های مدیران به عنوان معلم، ناظر، تصمیم‌گیرنده، ابداع‌کننده و مجری بر ایجاد جو اخلاقی و توسعه رفتارهای اخلاقی تاثیر معنی‌داری داشته است. متاوانی<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۸) به این نتیجه رسیدند که نقش تصمیم‌گیری، اجرایی، ابداعی، اطلاعاتی، ناظر و معلم مدیران در رفتارهای اخلاقی کارکنان نقش تاثیرگذاری داشته‌اند. نتایج حاصل از تحقیق تری<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۴) نشان می‌دهد مدیر به عنوان رهبر در یک سازمان، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه رفتارهای اخلاقی در سازمان دارد.

لذا سوال اساسی این پژوهش این است:

آیا مدل رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش‌های مدیران در وزارت ورزش و جوانان از برازش مناسبی برخوردار است؟

نتایج این تحقیق از آن جهت ضرورت دارد که اسازمان‌ها می‌توانند با شناخت و آگاهی از نقش‌های مدیران، ضمن طراحی مدل مناسب رفتارهای اخلاقی مدیران مولفه‌ها و شاخص‌های آن را تبیین و سنجش نمایند و به مدیران در ایجاد رفتارهای مثبت سازمانی کمک نموده، آنها را برای جستجوی فرصت‌های رشد و توسعه و پذیرش مسئولیت‌های بزرگ در سازمان برانگیزانند.

## مدل مفهومی پژوهش

با توجه به نظریه‌های موجود نقش‌های مدیران به شرح زیر می‌باشند:

1. Yener
2. Jay
3. Motwani
4. Terry

### نقش متقابل شخصی

نقش متقابل شخصی به ارتباطات یکطرفه و دوطرفه مدیر با کارکنان اشاره دارد. مدیر در این نقش گاهی ممکن است برای سازمان نقش رئیس را به عهده داشته باشد- مانند دعوت مهمانان به ناهار و شرکت در مراسم افتتاحیه- یا به عنوان رهبر برای استخدام، آموزش و انگیزش کارکنان فعالیت نماید. بالاخره وی نقش رابط شامل برقراری ارتباط با اشخاص خارج از سازمان را عهده دار می باشد. (واعظی، ۱۳۹۱: ۵۸)

### نقش اطلاعاتی

در نقش اطلاعاتی، مدیران به جمع آوری اطلاعات، پردازش و تبادل آنها می پردازند. در نقش گیرنده اطلاعات، مدیر در پی کسب اطلاعاتی است که عملکرد واحد او را افزایش دهد. در نقش توزیع کننده اطلاعات، مدیر اطلاعات با ارزش را در داخل واحد خود به دیگران منتقل می کند- در واقع مدیر به عنوان فیلتر عمل می کند. در نقش سخنگو، مدیر اطلاعات با ارزش را به افراد دیگر در خارج از واحد خود- مانند سرپرست مربوطه و نیز افراد دیگر در خارج سازمان- منتقل می کند. (مینتزبرگ، ۲۰۰۵: ۱۶۴)

### نقش تصمیم گیری

نقش تصمیم گیری به وظایفی که مدیر جهت اتخاذ یک تصمیم اثر بخش و کارآمد دارد، اشاره می کند. صاحب نظران نقش مدیر را به عنوان تصمیم گیرنده به این صورت شرح می دهند. مدیر در نقش کارآفرین/نوآور سازمان و تغییرات آن را طراحی می کند. کار زیردستان را مجدداً طراحی و در محیط کار، ساعت کار قابل تغییر برقرار و یا برای انجام کار از تکنولوژی جدیدی استفاده می کند. در نقش مقابله کننده با نارسایی ها، مدیر با مشکلات ناشی از توقف عملیات مقابله می کند. کنترل تقسیم نیروی انسانی، پول، مواد و زمان از طریق برنامه زمان بندی شده، برنامه ریزی برای تلاش کاری زیردستان و تفویض اختیار در مورد کلیه تصمیمات مهم از طریق مدیر صورت می گیرد. تهیه بودجه هم از مسائل عمده در ایفای نقش توزیع کننده منابع مدیر است. در نهایت در نقش یک مذاکره کننده، مدیر در فعالیتهای مربوط به مذاکرات مشارکت می کند. (مینتزبرگ، ۲۰۱۰: ۳۷)

### نقش تولیدی

نقش تولیدی بر خرده نظام «اقتصادی/فنی» تکیه دارد. در نقش تولید، مدیر وظیفه دارد رقابت پذیری سازمان را تقویت کند، برای تحقق اهداف سازمان برنامه ریزی کوتاه مدت و بلند مدت داشته باشد، بهره وری و درآمد زایی سازمان را توفیق کند و بتواند از امکانات سازمان برای کسب درآمد بیشتر استفاده کند. (رشید فرخی، ۱۳۸۷: ۶)

### نقش اجرایی

نقش اجرایی بر خرده نظام اداری/ساختاری تاکید دارد. در این نقش، مدیر وظیفه دارد برای تسریع امور ساختار سازمان را با هدف افزایش بهره وری و کاهش بروکراسی اداری اصلاح کند، بر اجرای درست بخشنامه ها و تصمیمات سازمانی نظارت کند و در اجرای وظایف مدیریتی فعال باشد. (رشید فرخی، ۱۳۸۷: ۷)

### نقش ابداعی

نقش ابداعی بر خرده سیستم اطلاعاتی/تصمیم‌گیری تکیه دارد. در این نقش مدیر وظیفه دارد سیستم‌های اطلاعاتی سازمان را تقویت کند، سیستم تصمیم‌گیری سازمان را در راستای چابک‌سازی اصلاح نماید و زمینه نوآوری و ایجاد تغییر را در سازمان فراهم کند. (رشید فرخی، ۱۳۸۷: ۸)

### نقش ترکیبی

نقش ترکیبی بر خرده نظام «انسانی/اجتماعی» تاکید دارد. در این نقش مدیر وظیفه دارد در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی همه جوانب از جمله مباحث مالی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و غیره سازمان را مد نظر قرار دهد، از منابع اطلاعاتی مختلف استفاده کند، به منافع همه ذینفعان سازمان توجه کند و با سایر دستگاه‌ها و سازمان‌های موازی و مرتبط هماهنگی و همکاری گسترده داشته باشد. (رشید فرخی، ۱۳۸۷: ۸)

### نقش طراح

مدیر در نقش طراح، وظیفه طراحی مسائل مالی، فرهنگی، مدیریتی و منابع انسانی سازمان را دارد و باید بتواند طرحی علمی و عملی برای مدیریت سازمان، برنامه‌ریزی و فرایند تصمیم‌گیری داشته باشد و بتواند براساس فلسفه وجودی سازمان، مقاصد و اهداف کلان، آرمان‌ها و ارزش‌های بنیادی سازمان را طراحی کند. (سنگه، ۱۳۹۳: ۲۱)

### نقش ناظر

مدیر در نقش ناظر، بر رفتارهای شغلی و سازمانی کارکنان، نحوه انجام امور و خدمات رسانی نظارت دارد؛ برنامه‌ها و رفتارهای رقا را کنترل می‌کند، بی‌نظمی‌ها و اشتباهات را به صورت مرتب مورد توجه قرار دهد و در صدد اصلاح امور سازمان و اجرای عدالت سازمانی براساس نتایج ارزیابی سازمان بر می‌آید. (سنگه، ۱۳۹۳: ۱۳)

### نقش معلم

مدیر در نقش معلم، یک الگو از نظر تعهد سازمانی، کارایی، اخلاق، رفتار، نظم و انضباط، وظیفه‌شناسی و غیره برای کارکنان محسوب می‌شود که برای انتقال درست تجربیات خود به کارکنان و اصلاح اشتباهات آنها تلاش می‌کند، رفتار صادقانه با کارکنان دارد و تعارضات سازمانی را مدیریت و جهت رفع آنها تلاش می‌نماید. (سنگه، ۱۳۹۳: ۲۵)

### رفتار اخلاقی در سازمان

علم اخلاق، عبارت است از آگاهی و اطلاع از عادات، آداب و سجایای بشری. مقصود از این مفاهیم، مجموعه اعمال، اندیشه‌ها و عقایدی است که افراد در زمینه اعمال خود دارند. (زاهدی، ۱۳۹۸) اگرچه جوامع به علت داشتن ارزش‌ها، سنت‌ها، ایدئولوژی‌ها و گرایش‌های مختلف، در اخلاقی دانستن رفتارها متفاوت هستند، اما استانداردهای عالی اخلاقی، اشخاص را ملزم و متعهد به رعایت ارزش‌هایی چون احترام به حقوق انسانی و شأن و منزلت او می‌کنند. چنانچه افراد از نظر استانداردهای اخلاقی در سطحی پایین باشند، محدودیت‌های قانونی نیز کمتر می‌توانند رفتار اخلاقی را در آنها توسعه بخشند. (قاسمی، ۱۳۹۸: ۸۸)

شهید مطهری، اخلاق را مبنایی برای «چگونه زیستن» می‌داند و بر این باور است که اخلاق پاسخی بر چگونگی زندگی نیک برای انسان و چگونگی عمل است. البته استاد «چگونه باید زیست» را در کنار «برای اینکه با ارزش و مقدس و متعالی زیست کرده باشیم» قرار می‌دهد. در مفهومی دیگر، اخلاق عبارت است از: یک سلسله خصلت‌ها، سجایا و ملکات اکتسابی که بشر آنها را به عنوان اصل اخلاقی می‌پذیرد. به عبارتی، اخلاق قالبی روحی برای انسان است که روح انسان در آن قالب و در آن کادر و طبق آن طرح و نقشه ساخته می‌شود. در واقع، اخلاق چگونگی روح انسان است. (مطهری، ۱۳۹۵: ۲۲)

هس مر (۲۰۰۰) ابعاد رفتارهای اخلاقی را در چهار سطح کلی به سطوح شخصی، اجتماعی، قانونی و سودمند گرایی طبقه بندی کرده است.

### سطح شخصی

منظور از رفتارهای اخلاقی در سطح شخصی این است که فرد در سطح فردی به اخلاقیات پایبند باشد و کرامت انسانی را ارج نهد، مسئولیت پذیر باشد، وفای به عهد داشته باشد و فردی راستگو و دقیق باشد. (مقیمی، ۱۳۹۶: ۱۷۵)

### سطح اجتماعی

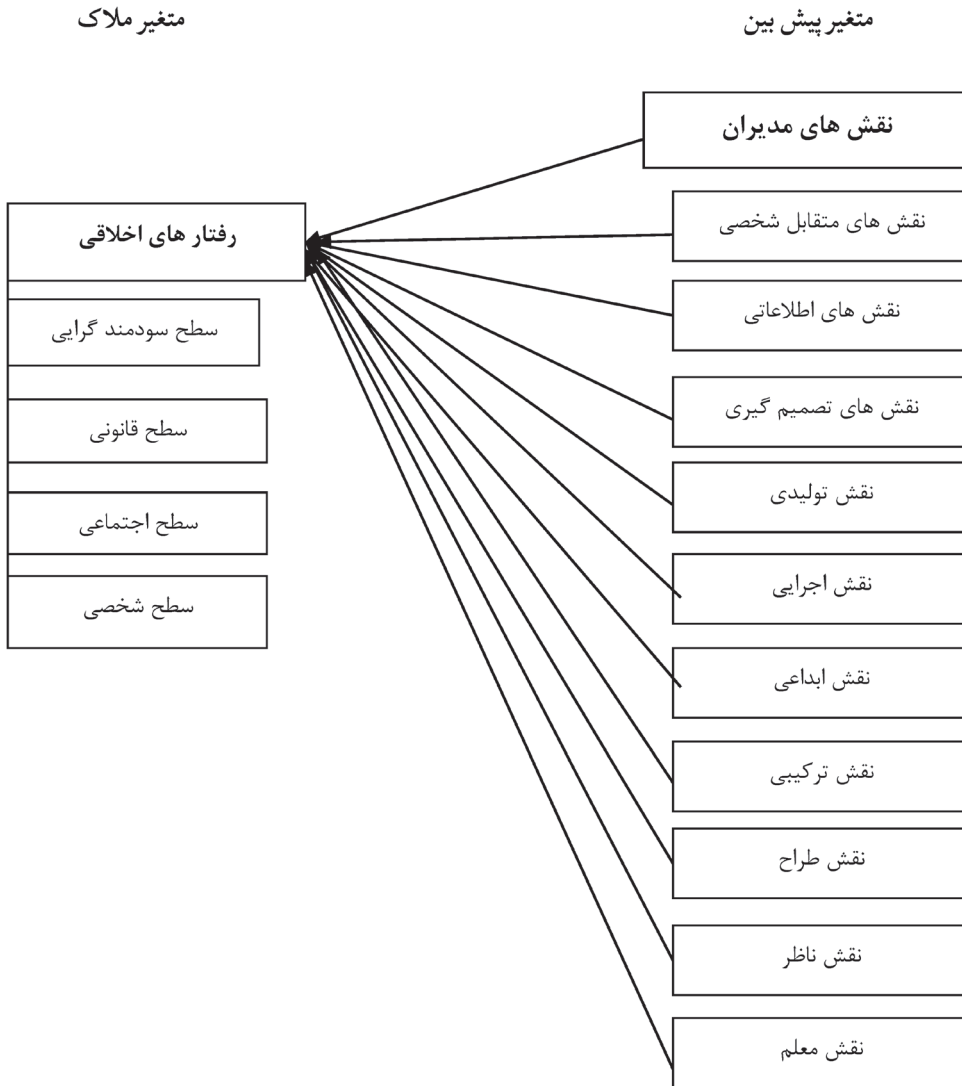
منظور از رفتارهای اخلاقی در سطح اجتماعی این است که فرد در سطح اجتماعی به اخلاقیات پایبند باشد و از همکاران خود سو استفاده نکند، به کارگروهی و مشارکت در امور اهمیت دهد و برای حریم خصوصی و حقوق شهروندی دیگران ارزش قائل شود. (مقیمی، ۱۳۹۶: ۱۷۵)

### سطح قانونی

منظور از رفتارهای اخلاقی در سطح قانونی این است که فرد به قوانین پایبند باشد، رعایت قوانین را جزو اصول اولیه خود قلمداد کند و به بخشنامه‌ها و آئین نامه‌ها عمل کند. (مقیمی، ۱۳۹۶: ۱۷۶)

### سطح سودمند گرایی

منظور از رفتارهای اخلاقی در سطح سودمندگرایی این است که فرد در فایده گرایی به اخلاقیات پایبند باشد، منافع خود را بر منافع دیگران ترجیح ندهد و به حقوق شرعی و قانونی خود پایبند باشد. (مقیمی، ۱۳۹۶: ۱۷۶)



### روش شناسی پژوهش

تحقیق موجود از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای و از نظر روش، يك تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و همچنین از نوع زمینه یابی است. جامعه آماری این پژوهش از دو گروه تشکیل شده است: گروه اول، خبرگان و گروه دوم، مدیران مدیران میانی و پایه وزارت ورزش و جوانان در کشور می باشند که تعداد آنها ۱۰۲۰ نفر می باشد. برای گروه اول (خبرگان) تعداد ۳۰ نفر با استفاده از روش نمونه گیری گزینشی غیر تصادفی انتخاب شدند و ملاک انتخاب آنها بدین شرح بود: ۱- در دسترس بودن؛ ۲- دارای مدرک دکتری در رشته مدیریت یا

فوق لیسانس با پنج سال سابقه تدریس دانشگاهی؛ ۳- سابقه همکاری با وزارت ورزش و جوانان. برای گروه دوم در فرآیند پیاده سازی مدل، مدیران میانی و پایه وزارت ورزش و جوانان در همه استان ها در سال ۱۳۹۸ به تعداد ۱۰۲۰ نفر در نظر گرفته شدند و پرسشنامه های مربوطه بین آنها توزیع و جمع آوری شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۸۰ نفر بود و از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با تعداد مدیران میانی و پایه هر استان استفاده گردید. جهت گردآوری داده های تحقیق به صورت میدانی، محقق با هماهنگی تلفنی یا حضوری با مدیران هر استان ۳۴۸ پرسشنامه را به صورت پستی برای آنها ارسال و ۲۸۰ پرسشنامه تکمیل شده را جمع آوری نمود. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده گردید و تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS23 و نرم افزار Amos23 انجام شد. برای جمع آوری داده از دو پرسشنامه به شرح زیر استفاده گردید:

۱۱۵ به منظور سنجش نقش های مدیران، از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۱۷۹ گویه با طیف لیکرت ۵ گزینه ای از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم با نمره گذاری از ۱ تا ۵ بود. جهت ساخت این پرسشنامه ابتدا با ۳۰ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارکنان وزارت ورزش و جوانان مصاحبه و پس از کدگذاری دستی، مولفه ها و گویه های مد نظر استخراج شد. بر این اساس پرسشنامه مذکور، نقش های مدیران را در ۱۰ بعد شامل نقش های متقابل شخصی، نقش اطلاعاتی، نقش تصمیم گیری، نقش تولیدی، نقش اجرایی، نقش ابداعی، نقش ترکیبی، نقش طراح، نقش ناظر و نقش معلم می سنجد.

برای سنجش رفتارهای اخلاقی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۷۷ گویه با طیف لیکرت ۵ گزینه ای از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم با نمره گذاری از ۱ تا ۵ بود. جهت ساخت این پرسشنامه ابتدا با ۳۰ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارکنان وزارت ورزش و جوانان مصاحبه صورت گرفت و سپس پس از کدگذاری دستی، مولفه ها و گویه های مد نظر استخراج شد. بر این اساس پرسشنامه مذکور رفتارهای اخلاقی را در ۴ بعد شامل سطح شخصی، سطح اجتماعی، سطح قانونی و سطح سودمند گرایی می سنجد.

#### پایایی و روایی پرسشنامه های تحقیق

ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه های نقش های مدیران و رفتارهای اخلاقی به ترتیب ۰/۹۸ و ۰/۹۳ به دست آمد.

روایی محتوایی و صوری پرسشنامه نقش های مدیران بر اساس نظر ۵ تن از متخصصان این حوزه ۰/۹۴ و پرسشنامه رفتارهای اخلاقی ۰/۹۴ به دست آمد.

روایی سازه ای پرسشنامه ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد که نتایج نشان داد پرسشنامه های طراحی شده بخوبی عوامل ذکر شده را تبیین می کنند و همه سوالات بر روی عامل های خود بار عاملی بالاتر از ۰/۴۰ داشته اند.

همچنین روایی سازه ای پرسشنامه ها هم با روش تحلیل عاملی مورد آزمون قرار گرفت و روایی هر دو پرسشنامه تایید شد.

## تحلیل عاملی تأییدی

روایی سازه‌ای پرسشنامه نقش‌های مدیران با روش تحلیل عاملی تأییدی (CFI) با استفاده از نرم افزار AMOS23 مورد آزمون قرار گرفت و با توجه به آماره‌های به دست آمده در جدول ۱ نتایج الگوی تحلیل عاملی تأییدی، برازشی منطقی و قابل قبول به دست آمد. توجه به شاخص‌های  $GFI=0/99$ ،  $Df/X2=0/38$ ،  $RMSEA=0/01$  و  $CFI=0/99$ ،  $NFI=0/99$ ،  $TLI=0/99$ ،  $IFI=0/99$  گیری متغیر مکنون نقش‌های مدیران در ابعاد مختلف از برازندگی و روایی سازه‌ای خوبی برخوردار است.

جدول ۱: بارهای عاملی پرسشنامه عوامل درون سازمانی

| معنی داری | بارهای عاملی | شاخص‌های اندازه گیری<br>(متغیرهای مشاهده شده) | عامل‌های نهفته<br>(متغیرهای مکنون) |
|-----------|--------------|-----------------------------------------------|------------------------------------|
| 0/001     | 0/49         | نقش متقابل شخصی                               | نقش‌های مدیران                     |
| 0/001     | 0/65         | نقش اطلاعاتی                                  |                                    |
| 0/001     | 0/87         | نقش‌های تصمیم‌گیری                            |                                    |
| 0/001     | 0/88         | نقش تولیدی                                    |                                    |
| 0/001     | 0/86         | نقش اجرایی                                    |                                    |
| 0/001     | 0/76         | نقش ابداعی                                    |                                    |
| 0/001     | 0/87         | نقش ترکیبی                                    |                                    |
| 0/001     | 0/98         | نقش طراح                                      |                                    |
| 0/001     | 0/44         | نقش ناظر                                      |                                    |
| 0/001     | 0/34         | نقش معلم                                      |                                    |

همچنین روایی سازه‌ای پرسشنامه رفتارهای اخلاقی با روش تحلیل عاملی تأییدی (CFI) مورد آزمون قرار گرفت و با توجه به آماره‌های به دست آمده در جدول ۲ نتایج الگوی تحلیل عاملی تأییدی، برازشی منطقی و قابل قبول به دست آمد. توجه به شاخص‌های  $GFI=0/98$ ،  $Df/X2=0/42$ ،  $RMSEA=0/01$  و  $CFI=0/98$ ،  $NFI=0/98$ ،  $TLI=0/98$ ،  $IFI=0/98$  اخلاقی در ابعاد مختلف از برازندگی و روایی سازه‌ای خوبی برخوردار است.

جدول ۲: بارهای عاملی پرسشنامه عوامل برون سازمانی

| معنی داری | بارهای عاملی | شاخص های اندازه گیری<br>(متغیرهای مشاهده شده) | عامل های نهفته<br>(متغیرهای مکنون) |
|-----------|--------------|-----------------------------------------------|------------------------------------|
| ۰/۰۰۱     | ۰/۹۴         | سطح شخصی                                      | رفتارهای اخلاقی                    |
| ۰/۰۰۱     | ۰/۷۴         | سطح اجتماعی                                   |                                    |
| ۰/۰۰۱     | ۰/۷۲         | سطح قانونی                                    |                                    |
| ۰/۰۰۱     | ۰/۷۴         | سطح سودمندگرایی                               |                                    |

## یافته های پژوهش

## مشخصات دموگرافیک پاسخگویان

طبق جدول ۳، سن ۱ نفر (۰/۳ درصد) کمتر از ۳۰ سال، ۱۴۷ نفر (۵۱/۲ درصد) بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۱۲ نفر (۳۹/۱ درصد) بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۱ نفر (۷/۳ درصد) بیشتر از ۵۰ سال بوده است. ۹۳ نفر (۳۲/۴ درصد) زن و ۱۸۸ نفر (۶۵/۵ درصد) مرد بوده اند. سطح تحصیلات ۹۱ نفر (۳۱/۷ درصد) لیسانس، ۱۷۸ نفر (۶۲/۱ درصد) فوق لیسانس و ۱۴ نفر (۴/۸ درصد) دکتری بوده است. سابقه خدمت ۱۵ نفر (۵/۲ درصد) زیر ۵ سال، ۳۷ نفر (۱۲/۹ درصد) بین ۵ تا ۱۰ سال، ۱۰۵ نفر (۳۵/۹ درصد) بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۷۹ نفر (۲۷/۵ درصد) بین ۱۶ تا ۲۰ سال، و ۵۰ نفر (۱۷/۴ درصد) بیشتر از ۲۰ سال بوده است.

جدول ۳: توزیع فراوانی مشخصات دموگرافیک پاسخگویان

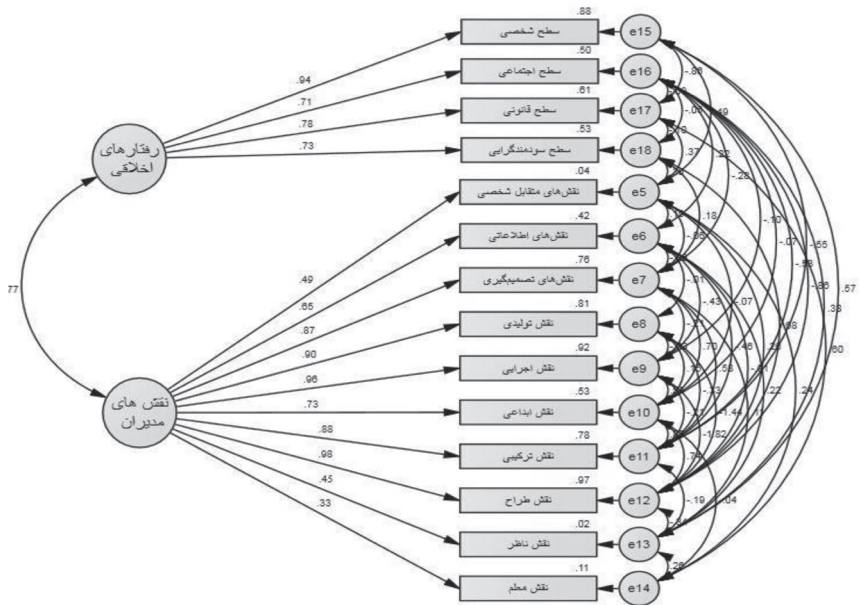
| متغیر         | گزینه ها         | فراوانی | درصد فراوانی |
|---------------|------------------|---------|--------------|
| سن            | کمتر از ۳۰ سال   | ۱       | ۰/۳          |
|               | بین ۳۱ تا ۴۰ سال | ۱۴۷     | ۵۱/۲         |
|               | بین ۴۱ تا ۵۰ سال | ۱۱۲     | ۳۹/۱         |
|               | بیشتر از ۵۰ سال  | ۲۱      | ۷/۳          |
| جنسیت         | زن               | ۹۳      | ۳۲/۴         |
|               | مرد              | ۱۸۸     | ۶۵/۵         |
| میزان تحصیلات | لیسانس           | ۹۱      | ۳۱/۷         |
|               | فوق لیسانس       | ۱۷۸     | ۶۲/۱         |
|               | دکتری            | ۱۴      | ۴/۸          |
| سابقه خدمت    | زیر ۵ سال        | ۱۵      | ۵/۲          |
|               | ۵ تا ۱۰ سال      | ۳۷      | ۱۲/۹         |
|               | ۱۱ تا ۱۵ سال     | ۱۰۵     | ۳۵/۹         |
|               | ۱۶ تا ۲۰ سال     | ۷۹      | ۲۷/۵         |
|               | بیشتر از ۲۰ سال  | ۵۰      | ۱۷/۴         |

## آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

جدول ۴: شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی و مؤلفه‌های آنها

| متغیرها، مؤلفه‌ها | میانگین            | انحراف<br>استاندارد | کجی   | کشیدگی |
|-------------------|--------------------|---------------------|-------|--------|
| نقش‌های مدیران    | نقش متقابل شخصی    | ۳/۸۲                | ۰/۵۱  | -۰/۵۹  |
|                   | نقش اطلاعاتی       | ۴/۰۸                | ۰/۳۳  | -۰/۲۱  |
|                   | نقش‌های تصمیم‌گیری | ۳/۸۷                | ۰/۶۸  | -۱/۰۲  |
|                   | نقش تولیدی         | ۳/۷۶                | ۰/۶۷  | -۰/۷۳  |
|                   | نقش اجرایی         | ۳/۹۰                | ۰/۶۰  | -۰/۵۴  |
|                   | نقش ابداعی         | ۳/۶۶                | ۰/۹۰  | -۰/۹۰  |
|                   | نقش ترکیبی         | ۳/۶۵                | ۰/۸۴  | -۱/۳۹  |
|                   | نقش طراح           | ۳/۷۸                | ۰/۶۶۱ | -۱/۰۷  |
|                   | نقش ناظر           | ۴/۲۹                | ۰/۷۵  | -۱/۰۸  |
|                   | نقش معلم           | ۴/۳۵                | ۰/۳۸  | -۰/۸۹  |
|                   | نقش‌های مدیران     | ۳/۹۲                | ۰/۴۷  | ۰/۹۳   |
| رفتارهای اخلاقی   | سطح شخصی           | ۴/۲۴                | ۰/۳۳  | -۰/۱۸  |
|                   | سطح اجتماعی        | ۴/۴۲                | ۰/۳۵  | -۰/۶۱  |
|                   | سطح قانونی         | ۳/۹۵                | ۰/۴۳  | -۰/۷۶  |
|                   | سطح سودمندگرایی    | ۴/۰۸                | ۰/۴۳  | -۰/۱۱  |
|                   | رفتارهای اخلاقی    | ۴/۱۷                | ۰/۳۲  | ۰/۳۳   |

## ارزیابی الگوی پیشنهادی با استفاده از مدل معادلات ساختاری



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

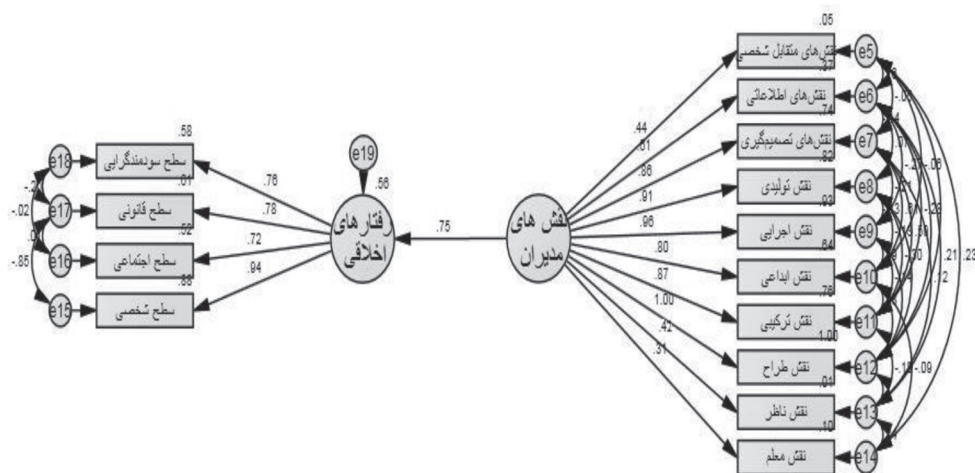
همان طور که در شکل فوق مشاهده می‌کنیم، همبستگی بین دو متغیر بیشتر از  $0/9$  نمی‌باشد. بنابراین نیاز به ادغام یا حذف آن‌ها نیست. همچنین، تمامی بارهای عاملی بزرگتر از  $0/5$  می‌باشد که نشان می‌دهد تمامی مولفه‌ها و گویه‌ها از روایی عاملی مناسبی برخوردار می‌باشند. با وجود این که بار عاملی هیچکدام از گویه‌ها کمتر از  $0/5$  نمی‌باشند، اما ابارشی و حسینی (۱۳۹۷) بیان کردند که چنانچه بار عاملی بین  $0/3$  تا  $0/5$  باشد، برای ادامه آنالیز کفایت می‌کند. با توجه به نتایج جدول ۴، تمامی داده‌ها شرط نرمال بودن را دارا می‌باشند. بنابراین توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

جدول ۵: شاخص‌های نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق

| شاخص‌های<br>برازندگی الگو | CMIN  | DF | CMIN/DF | NPR | P      | GFI    | AGFI   | IFI    | TLI    | CFI    | NFI    | RMSEA  |
|---------------------------|-------|----|---------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| الگوی برازش<br>شده        | ۶۱/۷۹ | ۲۹ | ۲/۱۲    | ۷۶  | ۰/۰۰۱  | ۰/۹۷   | ۰/۹۰   | ۰/۹۹   | ۰/۹۷   | ۰/۹۹   | ۰/۹۸   | ۰/۰۶   |
| مقادیر مطلوب              | DF    | —  | < ۲     | —   | > ۰/۰۵ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | < ۰/۰۸ |

با توجه به نتایج جدول ۵، اکثر شاخص‌ها در ناحیه پذیرش قرار دارند. بنابراین مدل اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار است.

پس از بررسی و تایید مدل اندازه‌گیری، مدل ترسیم می‌شود و روابط بین متغیرهای پنهان- که در واقع همان سؤالات تحقیق می‌باشند- مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این مورد ابتدا از شاخص‌های برازش اطمینان حاصل می‌کنیم و سپس به سراغ بررسی روابط مفروض بین متغیرهای پنهان می‌رویم.



شکل ۲: مدل ساختاری تحقیق

در شکل فوق روابط متغیر مستقل و وابسته نشان داده شده است. اعداد ذکر شده بر روی رابطه بین متغیرها، ضریب رگرسیونی می‌باشد که بیانگر جهت مثبت رابطه متغیر مستقل بر وابسته می‌باشد. در ادامه به بررسی شاخص‌های برازش مدل ساختاری پرداخته خواهد شد.

جدول ۶: شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری متغیرهای تحقیق

| شاخص‌های<br>برازندگی الگو | CMIN  | DF | CMIN/DF | NPR | P      | GFI    | AGFI   | IFI    | TLI    | CFI    | NFI    | RMSEA  |
|---------------------------|-------|----|---------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| الگوی برازش<br>شده        | ۳۹/۰۸ | ۱۹ | ۲/۰۶    | ۸۶  | ۰/۰۶   | ۰/۹۸   | ۰/۹۰   | ۰/۹۹   | ۰/۹۷   | ۰/۹۹   | ۰/۹۹   | ۰/۰۶   |
| مقادیر مطلوب              | =DF   | -  | < ۲     | -   | > ۰/۰۵ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | > ۰/۹۰ | < ۰/۰۸ |

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۶ در مورد تحلیل برازش مدل با عنایت به شاخص های برازندگی، می توان گفت که مدل تحلیل عام برای پاسخ گویی به سؤال مورد نظر دارای برازش مناسبی می باشد. به عبارت دیگر، با توجه به مناسب بودن شاخص های برازندگی می توان از این مدل جهت ارائه مدل مطلوب رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش های مدیران در وزارت ورزش و جوانان و بررسی رابطه نقش های مدیران بر رفتارهای اخلاقی آنان استفاده کرد.

جدول ۷: ضرایب مسیر رابطه ی نقش های مدیران با رفتارهای اخلاقی

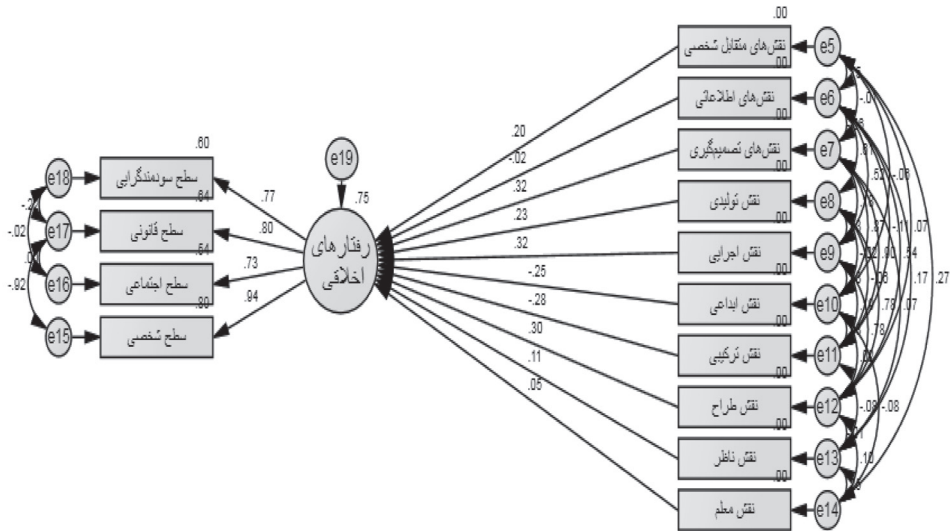
| مسیر                             | ضرایب مسیر            |                        |         | سطح معناداری |
|----------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|--------------|
|                                  | پارامتر استاندارد شده | پارامتر استاندارد نشده | مقدار # |              |
| نقش های مدیران ← رفتارهای اخلاقی | 75/0                  | 11/2                   | 57/3    | 001/0        |

نتایج به دست آمده از آزمون مدل فوق نشان می دهد (جدول ۷) که رابطه مستقیم متغیر نقش های مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان ( $\beta = 0/75$ ,  $t = 3/57$ ,  $P < 0/01$ ) مثبت و معنادار است. بنابراین با توجه به نتایج با ۹۹ درصد اطمینان، فرض صفر رد و فرض خلاف پذیرفته می شود؛ یعنی مدل رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش های مدیران در وزارت ورزش و جوانان مطلوب است.

### بررسی میزان رابطه بین نقش های مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان

با توجه به اطلاعات جدول ۷ و شکل ۲، رابطه بین نقش های مدیران و رفتارهای اخلاقی مبتنی بر نقش های مدیران در وزارت ورزش و جوانان، با ضریب استاندارد  $0/75$  و  $t = 3/57$  و سطح معناداری  $0/01$  تأثیری مثبت و معنادار است. بنابراین با توجه به نتایج با ۹۹ درصد اطمینان، فرض خلاف پذیرفته می شود؛ یعنی بین نقش های مدیران و رفتارهای اخلاقی مدیران در وزارت ورزش و جوانان رابطه معناداری وجود دارد.

در این قسمت، جهت بررسی رابطه بین ده مؤلفه متغیر نقش های مدیران (نقش متقابل شخصی، نقش اطلاعاتی، نقش تصمیم گیری، نقش تولیدی، نقش اجرایی، نقش ابداعی، نقش ترکیبی، نقش طراح، نقش ناظر و نقش معلم) با متغیر رفتارهای اخلاقی، مدلی ارائه شده است.



شکل ۳: مدل ساختاری جهت پاسخ‌گویی به سؤالات فرعی تحقیق

در شکل فوق روابط متغیرهای مستقل و وابسته نشان داده شده است. اعداد ذکر شده بر روی رابطه بین متغیرها، ضریب رگرسیونی می‌باشد که بیانگر جهت رابطه متغیر مستقل و وابسته می‌باشد. همچنین در ادامه به بررسی شاخص‌های برازش مدل ساختاری پرداخته خواهد شد.

جدول ۸: شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری جهت پاسخ‌گویی به سؤالات فرعی تحقیق

| شاخص‌های<br>برازندگی الگو | CMIN  | DF | CMIN/DF | NPR | P    | GFI  | AGFI | IFI  | TLI  | CFI  | NFI  | RMSEA |
|---------------------------|-------|----|---------|-----|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| الگوی برازش شده           | ۲۰/۶۸ | ۱۷ | ۱/۲۲    | ۸۸  | ۰/۲۶ | ۰/۹۹ | ۰/۹۴ | ۰/۹۹ | ۰/۹۹ | ۰/۹۹ | ۰/۹۷ | ۰/۰۳  |
| مقادیر مطلوب              | DF    | ۱  | ۲       | ۱   | ۰/۰۵ | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۸  |

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۸، در مورد تحلیل برازش مدل با عنایت به شاخص‌های برازندگی، می‌توان گفت که این مدل ساختاری برای پاسخ‌گویی به سؤالات مورد نظر دارای برازش مناسبی می‌باشد. به عبارت دیگر، با توجه به مناسب بودن شاخص‌های برازندگی می‌توان از این مدل جهت بررسی رابطه بین ده مؤلفه متغیر نقش‌های مدیران (نقش متقابل شخصی، نقش اطلاعاتی، نقش تصمیم‌گیری، نقش تولیدی، نقش اجرایی،

نقش ابداعی، نقش ترکیبی، نقش طراح، نقش ناظر و نقش معلم) با متغیر رفتارهای اخلاقی وزارت ورزش و جوانان استفاده کرد.

جدول ۹: ضرایب مسیر رابطه مؤلفه‌های نقش‌های مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی

| مسیرها                             | ضرایب مسیر            |                        |         | سطح معناداری |
|------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|--------------|
|                                    | پارامتر استاندارد شده | پارامتر استاندارد نشده | مقدار # |              |
| نقش متقابل شخصی رفتارهای اخلاقی    | ۰/۲۰                  | ۰/۱۳                   | ۵/۹۷    | ۰/۰۰۱        |
| نقش اطلاعاتی رفتارهای اخلاقی       | -۰/۰۲                 | -۰/۰۲                  | -۰/۴۸   | ۰/۶۳۰        |
| نقش‌های تصمیم‌گیری رفتارهای اخلاقی | ۰/۳۲                  | ۰/۱۵                   | ۳/۷۳    | ۰/۰۰۱        |
| نقش تولیدی رفتارهای اخلاقی         | ۰/۲۳                  | ۰/۱۱                   | ۳/۳۲    | ۰/۰۰۱        |
| نقش تولیدی رفتارهای اخلاقی         | ۰/۳۳                  | ۰/۱۹                   | ۴/۶۴    | ۰/۰۰۱        |
| نقش اجرایی رفتارهای اخلاقی         | -۰/۲۵                 | -۰/۰۹                  | -۲/۶۳   | ۰/۰۰۹        |
| نقش ابداعی رفتارهای اخلاقی         | -۰/۲۸                 | -۰/۱۱                  | -۲/۴۰   | ۰/۰۱۶        |
| نقش ترکیبی رفتارهای اخلاقی         | ۰/۳۱                  | ۰/۱۴                   | ۳/۷۸    | ۰/۰۰۱        |
| نقش ناظر رفتارهای اخلاقی           | ۰/۱۱                  | ۰/۰۹                   | ۲/۶۱    | ۰/۰۰۹        |
| نقش معلم رفتارهای اخلاقی           | ۰/۰۵                  | ۰/۰۳                   | ۱/۱۳    | ۰/۲۶۰        |

نتایج به دست آمده از آزمون مدل فوق نشان می‌دهد (جدول ۹) که رابطه مؤلفه نقش متقابل شخصی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0/20, t = 5/97, P < 0/01$ ) مثبت و معنادار است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه مؤلفه نقش اطلاعاتی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = -0/02, t = -0/48, P > 0/01$ ) منفی و معنادار نیست. بعلاوه، یافته‌ها نشان می‌دهد که رابطه مؤلفه نقش تصمیم‌گیری مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0/32, t = 3/73, P < 0/01$ ) مثبت و معنادار است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه مؤلفه نقش تولیدی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0/23, t = 3/32, P < 0/01$ ) مثبت و معنادار است. بعلاوه، یافته‌ها گویای آن است که رابطه مؤلفه نقش اجرایی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0/22, t = 4/64, P < 0/01$ ) مثبت و معنادار است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه مؤلفه نقش ابداعی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = -0/28, t = -2/40, P < 0/01$ ) منفی و معنادار است. بعلاوه، یافته‌ها گویای

آن است که رابطه مؤلفه نقش ترکیبی مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = -0.28, t = -2.40, P < 0.01$ ) منفی و معنادار است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه مؤلفه نقش طراح مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0.31, t = 3.78, P < 0.01$ ) مثبت و معنادار است. بعلاوه، یافته‌ها گویای آن است که رابطه مؤلفه نقش ناظر مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0.11, t = 2.61, P < 0.01$ ) مثبت و معنادار است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رابطه مؤلفه نقش معلم مدیران با متغیر رفتارهای اخلاقی ( $\beta = 0.13, t = 1.13, P > 0.01$ ) معنادار نیست. ( $\beta = 0.03$ )

### بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج حاصل از تحقیق بین نقش‌های مدیران و رفتارهای اخلاقی مدیران در وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی وقتی مدیران نقش‌های خود را با قوت بیشتری ایفا می‌کنند، رفتارهای اخلاقی آنها هم بیشتر می‌شود که محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶) نیز در پژوهش خود به همین نتیجه رسیدند که نقش رهبری خدمتگزار در ایجاد جو اخلاقی در سازمان‌های ورزشی معنی دار است. قلاوند (۱۳۹۳) هم نشان داده است که مدیریت، نقش مهم و تأثیرگذاری بر رفتار سازمانی نیروی انسانی دارد. نتایج تحقیق متاوانی و همکاران (۲۰۰۸) نیز گویای آن است که نقش‌های مدیران با رفتارهای اخلاقی کارکنان رابطه معنی داری دارد. جاه و سینگ (۲۰۱۹) به این نتیجه رسیده‌اند که نقش‌های رهبری بر رفتارهای اخلاقی در محیط‌های صنعتی موثر است. نتایج تحقیق معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸) نیز نشان داده است نقش‌های رهبری و ابعاد آن بر رفتارهای اخلاقی تأثیر معنی دار و مثبت داشته است. تری و همکاران (۲۰۰۴) به این نتیجه رسیده‌اند که مدیر به عنوان رهبر در یک سازمان، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه رفتارهای اخلاقی در سازمان دارد. یافته‌های پژوهش جی و همکاران (۲۰۰۹) نشان داده است که نقش‌های مدیران به عنوان معلم، ناظر، تصمیم‌گیرنده، ابداع‌کننده و مجری بر ایجاد جو اخلاقی و توسعه رفتارهای اخلاقی تأثیر معنی داری داشته است. نتایج تحقیق کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) هم حکایت از آن دارد که نقش‌های رهبری مدیران بر نگرش‌های رفتاری و همچنین رفتارهای اخلاقی مدیران تأثیر معنی داری دارد. بر این اساس می‌توان گفت وقتی که مدیر روابط غیر رسمی با کارکنان داشته باشد، از مشکلات شخصی کارکنان آگاه باشد، شخصاً تلاش کند اطلاعات لازم را از منابع مختلف به دست بیاورد، از پایگاه‌های اطلاعاتی آگاهی داشته باشد، تصمیم‌گیری را براساس منابع اطلاعاتی متنوع انجام دهد، در زمان اخذ تصمیم به اجرای شدن آن توجه ویژه داشته باشد، برای افزایش رقابت‌پذیری سازمان برنامه راهبردی تدوین بکند، یک برنامه بلند مدت برای تحقق اهداف سازمان تدوین کرده باشد، در آن صورت نیروی انسانی سازمان بنا به مصالح سازمان از علایق و نگرش‌های شخصی خود چشم‌پوشی می‌کنند، طوری رفتار می‌کنند که کرامت انسانی کسی را خدشه دار نکنند، از همکاران خود سو استفاده نمی‌کنند، جلب رضایت مشتریان برایشان اهمیت زیادی پیدا می‌کند، با همکاران خود عادلانه رفتار می‌کنند، آیین نامه‌ها و بخش نامه‌ها را نادیده نمی‌گیرند، برای همه ارباب رجوع به یک میزان خدمات ارائه می‌دهند و در هنگام تعارض و درگیری بین همکاران، جانب حق را رعایت می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران روابط غیر رسمی و رودررو با کارکنان خود داشته باشند، حداقل ماهی یک بار با کارکنان خود نشست صمیمی برگزار

کنند و از مشکلات شخصی کارکنان آگاه باشند.

نتایج نشان می‌دهد بین نقش متقابل شخصی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش متقابل شخصی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می‌شود که این نتایج با یافته‌های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که نقش‌های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش متقابل شخصی است می‌تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسوست. بنابراین اگر مدیر روابط غیر رسمی و رودرو با کارکنان داشته باشد، در موقع لزوم از کارکنان درخواست کمک کند، به احساسات کارکنان آسیب نزند، در هر شرایطی با کارکنان رفتاری مودبانه داشته باشد، کارکنان را به همکاری با یکدیگر تشویق کند و به اهمیت همکاری و روابط متقابل بین مدیران و کارکنان واقف باشد، در آن صورت کارکنان سازمان و همچنین مدیران بنا به مصالح سازمان از علایق و نگرش‌های شخصی خودچشم‌پوشی می‌کنند، در برابر عملکرد سازمان خود را مسئول می‌دانند، از وسایل و امکانات سازمان برای امور شخصی استفاده نمی‌کنند، جهت‌دستیابی به اهداف سازمانی با جدیت تلاش می‌کنند، با همکاران خود صادق می‌شوند و برای حفظ آبروی کارکنان دیگر تلاش می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیر به امور کارکنان به صورت فرد به فرد رسیدگی کند و با آنان رفتاری صادقانه داشته باشد. مدیر، کارکنان را در جریان مشکلات سازمان قرار دهد، در صورت لزوم از کارکنان درخواست کمک کند، به احساسات کارکنان آسیب نزند و با آنان رفتاری مودبانه داشته باشد. مدیر، کارکنان را به همکاری با یکدیگر تشویق کند و به اهمیت همکاری و روابط متقابل بین مدیران و کارکنان واقف باشد.

طبق نتایج به دست آمده بین نقش اطلاعاتی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش اطلاعاتی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می‌شود که این نتایج با یافته‌های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) مطابقت دارد. بر این اساس وقتی که مدیر شخصاً تلاش کند اطلاعات لازم را از منابع مختلف به دست بیاورد، از پایگاه‌های اطلاعاتی آگاهی داشته باشد، هنگام تصمیم‌گیری بیشتر از هر چیز بر تجزیه و تحلیل اطلاعات تمرکز کند، اطلاعات را برای کاربرد علمی و عملی سازماندهی کند، اطلاعات را برای حل مسئله به کار بگیرد و توانایی استفاده مفید و سازنده از اطلاعات موجود را داشته باشد، در آن صورت اگر در سازمان اشتباهی صورت بگیرد مدیران سازمان بیشتر از هرکسی خودشان را مسئول و مقصر می‌دانند. در هنگام انجام وظایف، خودشان را در قبال نتایج آن مسئول قلمداد می‌کنند و استفاده از وسایل سازمان را برای امور شخصی یک رفتار غیر اخلاقی می‌دانند. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیر شخصاً تلاش کند اطلاعات لازم را از منابع مختلف به دست بیاورد، از پایگاه‌های اطلاعاتی آگاهی داشته باشد و هنگام تصمیم‌گیری بیشتر از هر چیز بر تجزیه و تحلیل اطلاعات تمرکز کند.

مدیر برای به دست آوردن اطلاعات از دیگران کمک بخواهد، تلاش کند با استفاده از تحلیل اطلاعات موجود، آینده سازمان را پیش بینی کند، دریافت کننده اطلاعات از منابع مختلف باشد و صحت و اعتبار اطلاعاتی که دریافت می کند را مورد بررسی قرار دهد. مدیر باید اطلاعات را برای کاربرد علمی و عملی سازماندهی کند، آنها را برای حل مسئله به کار بگیرد و توانایی استفاده مفید و سازنده از اطلاعات موجود را داشته باشد.

بر اساس نتایج به دست آمده بین نقش تصمیم گیری مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش های تصمیم گیری بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش تصمیم گیری است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسویی دارد. بنابراین وقتی که مدیران تصمیم گیری را براساس منابع اطلاعاتی متنوع انجام دهند، در زمان اخذ تصمیم به اجرایی شدن آن توجه ویژه داشته باشند، در زمان تصمیم گیری با افراد مختلف مشورت کنند و جدید ترین تغییرات در سازمان و ساختار آن در تصمیم گیری ها مورد توجه قرار بگیرند، در آن صورت نیروی انسانی سازمان همیشه به موقع سرکار حاضر می شوند، محیط سازمان را همیشه پاک و تمیز نگه می دارند، کارشان را به موقع تمام می کنند و برای ارتقای رفتاری اخلاقی خودشان تلاش می کنند و رفتارهای متناسب با وظایف شغلی خود انجام می دهند. بنابراین توصیه می شود مدیران بدون مشارکت اعضای سازمان تصمیمی را اتخاذ نکنند، قبل از ابلاغ تصمیم های شخصی آن را با اعضای اصلی سازمان در میان بگذارند و کارکنان را به مشارکت در تصمیم گیری تشویق کنند. مدیران باید برای کارکنانی که در تصمیم گیری ها مشارکت کنند، پاداش ویژه ای در نظر بگیرند، از نظرات انتقادی کارکنان در تصمیم گیری استقبال کنند و از تفکر سیستمی در تصمیم گیری ها بهره مند شوند.

نتایج نشان می دهد بین نقش تولیدی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش تولیدی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش تولیدی است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسویی دارد. بر این اساس وقتی که مدیران برای افزایش رقابت پذیری سازمان، برنامه راهبردی و برای تحقق اهداف سازمان، یک برنامه بلند مدت تدوین کرده باشند، افزایش بهره وری هدف اساسی سازمان قرار بگیرد و روش های درآمذزایی سازمان به صورت مداوم مورد مطالعه و بازبینی باشند؛ در آن صورت رفتار کارکنان با همکاران، مدیران، نیروهای خدماتی و ارباب رجوع توأم با ادب و احترام می شود، با سازمان پیوند عاطفی برقرار می کنند، با تمایل شخصی در سازمان حاضر می شوند و وظایف خود را با شور

و شوق بالا انجام می دهند.

بر اساس نتایج به دست آمده بین نقش اجرایی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش اجرایی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش اجرایی است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، مطابقت دارد. بنابراین اگر مدیران سازمان برای تسریع امور ساختار سازمان را اصلاح کنند، تا حد ممکن موازی کاری ها را در سازمان کاهش دهند، پست ها و بخش های افقی را در سازمان حذف کنند، برای اجرای درست بخشنامه ها به اندازه کافی وقت صرف کنند، تصمیماتی که می گیرند را بدون وقفه اجرا کنند و برای تسریع در انجام امور تا حد ممکن تفویض اختیار کنند، در آن صورت پیروی از قوانین سازمانی برای کارکنان و مدیران یک ارزش محسوب می شود، کارکنان در برابر تخلفات در سازمان واکنش نشان می دهند، از قوانین موجود در سازمان تبعیت می کنند و در انجام امور سازمانی کمتر دچار آشفتگی و سردرگمی می شوند. پیشنهاد می شود تصمیمات سازمانی با قاطعیت گرفته و اجرا شوند، تصمیم گیری ها با رویکرد ایجاد موقعیت جدید برای سازمان و منافع آن اتخاذ گردند و جدید ترین تغییرات در سازمان و ساختار آن در تصمیم گیری ها مورد توجه قرار بگیرند. مدیران باید تصمیمات را بدون وقفه اجرا کنند، فعالیت بخش های مختلف سازمان را برای رسیدن به اهداف با هم همسو کنند، منشا اشتباهات را بررسی و پیگیری نمایند و بر نحوه اجرای بخشنامه ها توسط مدیران و کارکنان پایین دستی نظارت کنند.

نتایج دیگر تحقیق نشان می دهد بین نقش ابداعی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش ابداعی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش ابداعی است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسویی دارد. بر این اساس اگر تقویت سیستم های اطلاعاتی سازمان جزو برنامه های مدیریت سازمان قرار بگیرد، مدیران برای تقویت خرده سیستم های اطلاعاتی برنامه ریزی کنند، سیستم تصمیم گیری سازمان اصلاح شود، برای تصمیم گیری بهتر از نظریه های جدید مدیریت استفاده گردد و از ایده های خلاقانه و نو در جهت بهبود کیفیت خدمات و کسب رضایت ارباب رجوع استقبال شود، در آن صورت کارکنان مشکلات همکاران را درک می کنند و در صورت نیاز به رفع آنها کمک می کنند، در اجرای وظایف به یکدیگر یاری می رسانند تا به صورتی بهره ور عمل کنند، بدون دلیل کار ارباب رجوع را به تاخیر نمی اندازند و برای تحقق اهداف سازمانی تلاش می کنند. بنابراین توصیه می شود به کارکنان فرصت نوآوری

و ابتکار داده شود، بخش‌های مختلف سازمان در جهت یک استراتژی مشخص هدایت شوند، هماهنگی لازم در جهت اجرای کارها صورت پذیرد و روش‌های ارائه و تولید خدمات و محصولات به صورت مداوم مورد بازنگری و اصلاح قرار بگیرد.

طبق نتایج به دست آمده بین نقش ترکیبی مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش ترکیبی بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می‌شود که این نتایج با یافته‌های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که نقش‌های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش ترکیبی است می‌تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسوست. بنابراین اگر مدیران در برنامه ریزی برای اصلاح امور همه جوانب مالی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و غیره را مد نظر قرار دهند، هنگام تصمیم‌گیری از منابع اطلاعاتی مختلف استفاده کنند، توانایی ترکیب و یکپارچه سازی بخش‌های مختلف سازمان را داشته باشند و بتوانند بین بخش‌های مختلف سازمان هماهنگی ایجاد کنند، در آن صورت کارکنان و مدیران سازمان در حفظ و نگهداری اموال سازمان، همچون اموال شخصی تلاش می‌کنند، از وسایل و امکانات سازمان برای امور شخصی استفاده نمی‌نمایند و در صورت لزوم از اشتباه و خطای همکاران چشم‌پوشی می‌کنند.

نتایج دیگر تحقیق حاکی از آن است که بین نقش طراح مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش طراح بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می‌شود که این نتایج با یافته‌های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که نقش‌های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش طراح است می‌تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، مطابقت دارد. بنابراین وقتی که مدیران برای اصلاح مسائل مالی، فرهنگی، مدیریتی و منابع انسانی سازمان طرح جامع و عملی داشته باشند، طرحی علمی برای مدیریت سازمان تدوین کرده باشند، برای طراحی یک برنامه مناسب برای مدیریت سازمان از منابع و دیدگاه‌های علمی مختلف استفاده کرده باشند و اهداف کلان، آرمان‌ها و ارزش‌های بنیادی سازمان را طراحی کنند؛ کرده باشند، در آن صورت کارکنان و مدیران مسئولیت‌پذیر می‌شوند و کارهای سازمان را کامل و مرتب و در زمان مقرر انجام می‌دهند و در برابر عملکرد سازمان و درخواست مسئولان و ارباب رجوع خود را مسئول می‌دانند. مدیران نیز توانایی بالایی برای تصمیم‌گیری سریع، اعتماد به نفس، صراحت و صداقت، بردباری، جدیت و پایداری بیشتر در برابر تهدیدات و مشکلات سازمانی خواهند داشت.

طبق نتایج تحقیق بین نقش ناظر مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش ناظر بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی

هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش ناظر است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسویی دارد. بر این اساس اگر مدیران به میزان پابندی کارکنان به رسالت های سازمانی توجه کنند، تصویر مطلوبی از آینده سازمان برای کارکنان ترسیم کنند، نقطه نظرات خود را درباره امور مختلف به صورت واضح و عینی بیان کنند و شاخص های یک کارمند مطلوب و مورد انتظار را به کارکنان اعلام نمایند، در آن صورت روابط بین کارکنان با مدیران و سرپرستان قوی تر می شود، مدیران، کارکنان را بهتر درک می کنند و به نیازها و خواسته های آنها بیشتر توجه می نمایند.

۱۲۹ همچنین براساس نتایج حاصل از این تحقیق بین نقش معلم مدیران با رفتارهای اخلاقی مدیران وزارت ورزش و جوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی، هر چقدر توانایی مدیران در ایفای نقش معلم بالاتر باشد، رفتارهای اخلاقی هم در سازمان بیشتر ترویج می شود که این نتایج با یافته های محمودیان و ایزدی (۱۳۹۶)، قلاوند (۱۳۹۳)، متاوانی و همکاران (۲۰۰۸)، جاه و سینگ (۲۰۱۹)، معدنچیان و همکاران (۲۰۱۸)، تری و همکاران (۲۰۰۴)، جی و همکاران (۲۰۰۹) و کانتر و ویسبرگ (۲۰۰۲) که همگی در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که نقش های مدیریتی که یکی از ابعاد آن نقش معلم است می تواند در رفتارهای اخلاقی نیروی انسانی موثر باشد، همسوست. بنابراین وقتی که مدیر یک الگوی نظم و انضباط برای کارکنان باشد، همچون یک معلم دلسوز برای کارکنان عمل کند، از نظر اخلاقی، رفتار و منش الگوی کارکنان باشد، برای انتقال درست تجربیات خود به کارکنان تلاش کند، اشتباهات کارکنان را به صورت منطقی به آنان گوشزد نماید، رفتارهای مثبت کارکنان را تشویق کند، متناسب با خطاها و انحراف های کارکنان آنها را تنبیه کند و با توجه به توانایی های کارکنان به آنها مسئولیت بدهد و هر شخصی را به عنوان فردی دارای نیازها، علائق، شخصیت و توانایی مختلف در نظر بگیرد، در آن صورت حس اعتماد و قدرت خود را به اعضای سازمان نشان می دهد. پیشنهاد می شود که مدیر به عنوان یک الگوی اخلاقی، رفتاری و منشی و در قالب یک معلم دلسوز برای کارکنان در جهت انتقال درست تجربیات خود به آنان بکوشد و اشتباهات آنان را به صورت منطقی و صحیح گوشزد نماید.

## منابع

- ابارشی، ا. و حسینی، س.ی. (۱۳۹۷). مدل سازی معادلات ساختاری. تهران: جامعه شناسان
- الوانی، م. (۱۳۹۶). «اخلاق و مدیریت». فصلنامه مطالعات مدیریت. شماره. ۴۲.
- ایزدی، ب. و محمودیان، ع. (۱۳۹۶). «نقش رهبری خدمتگزار در ایجاد جو اخلاقی در سازمان‌های ورزشی با میانجی‌گری اعتماد و عدالت سازمانی». مطالعات رفتار سازمانی در مدیریت ورزش. شماره ۱۶، صص ۷۵-۸۹.
- پالمر، م. (۱۳۹۵). مسائل اخلاقی. علیرضا آل بویه. قم: انتشارات سمت
- خانی، غ.ا. (۱۳۹۰). «طراحی مدل نظام آموزش مدیران اجرایی». پایان نامه دکتری، رشته مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- خورشیدی، ع. (۱۳۹۸). مدیریت و رهبری آموزشی. تهران: یسطرون
- رابینز، ا. (۱۳۹۶). تئوری سازمان ساختار، طراحی و کاربرد. سید مهدی الوانی و حسن دانائی فرد. تهران: صفار اشراقی
- رشید فرخی، ف. (۱۳۸۷). «نقش‌های مدیران سازمان». مجله میثاق.
- رضاییان، ع. (۱۳۹۸). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. تهران: سمت
- زاهدی، ش. (۱۳۹۸). مدیریت فراملیتی و جهانی نگرشی تطبیقی. تهران: سمت
- سلیمانی، ن. (۱۳۹۷). «بررسی رابطه بین رفتار اخلاقی مدیران با رفتار شهروند سازمانی معلمان و کارکنان در مدارس شهرستان گرمسار». اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی. دوره ۷، شماره ۱: ۱۱-۲۷.
- شاکری نیا، ا. (۱۳۹۶). «رابطه جو اخلاقی و حمایت سازمانی بر رفتار مدنی سازمانی در پرستاران بیمارستان‌های دولتی رشت». فصلنامه بیمارستان. دوره ۱۱، شماره ۱: ۲۸-۱۹.
- عباس زاده، ح. (۱۳۸۵). «اخلاقیات در سازمان با تاکید بر دیدگاه اسلامی». فصلنامه بانک صادرات ایران. شماره ۳۹: ۷۷-۷۸.
- قاسمی، ب. (۱۳۹۸). مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات سپاهان
- قراملکی، ا. (۱۳۹۶). درآمدی بر اخلاق حرفه ای. تهران: سرآمد
- قلاوند، م.ح. (۱۳۹۳). «اهمیت نقش مدیریت و تأثیر آن بر رفتار سازمانی». نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه، تهران، مرکز توسعه آموزش‌های نوین ایران. متانا.
- کاندولا، سیرینی و اس آر. (۱۳۹۷). «بررسی ضرورت عملکرد مدیر و مبانی نظری آن». دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، دوره ۷، شماره ۲۹: ۱۲۴-۱۶۰.
- گمینیان، و. (۱۳۹۵). «توانمندسازی در آموزش و پرورش». فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش. شماره ۳۶-۳۵، صص ۱۲۰-۱۱۱.
- مطهری، م. (۱۳۹۵). آشنایی با علوم اسلامی. ج ۳۸، چاپ سی و نهم، تهران: صدرا
- مقیمی، م. (۱۳۹۶). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی. دوره ۱، تهران: ترمه

- هس مر، ال تی. (۱۳۹۶). اخلاق در مدیریت. محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران: پژوهش‌های فرهنگی
- یقین لو، م؛ جواهردشتی، ف. و خلیلی عراقی، م. (۱۳۸۹). «اصول اخلاق حرفه‌ای از تدوین تا عمل». نشریه تدبیر. شماره ۱۳۵: ۲۱-۲۷.

- Bass, B. M. and Avolio. B. J. (2000). **“From transactional to transformational leadership: learning to share the vision”**. Organizational Dynamics, 31-19 : (3)18.
- Chye Koh, Hian, Boo, Elfered, H. Y. (2018). **“Organizational ethics and employee satisfaction and commitment”**. Management Decision, London, 15-3 : (3)56.
- Herrbach, Olivier, Mignonac, Karim. (2007). **“Is Ethical P-O Fit Really Related to Individual Outcomes? A Study of Management- Level Employees”**. Business and Society, Chicago, 320-46,304.
- Jay P. M. Jorge, F. j & William B. L. (2009). **“Critical Role of Leadership on Ethical Climate and Salesperson Behaviors”**. Journal of Business Ethics, Volume 86, Issue 2, pp 141-125.
- Jha, J. k. & Singh, M. (2019). **“Exploring the mechanisms of influence of ethical leadership on employment relations”**. IIMB Management Review.
- Kantor, J. & Weisberg, J. (2002). **“Ethical attitudes and ethical behavior: are managers role models?”**. International Journal of Manpower, 703-687 : (8)23.
- Madanchian, M. Hussein, N. Noordin, F. & Taherdoost, H. (2018). **“The impact of ethical leadership on leadership effectiveness among SMEs in Malaysia”**. Procedia Manufacturing, Volume 974-968 ,22.
- Mintzberg, Henry. (2005). **“The manager's job: folklore and fact”**. Harvard Business Review.
- Mintzberg, Henry. (2010). **The nature of managerial work**. New York, Harper & Row.
- Moore, Celia. (2016). **“Moral disengagement in Processes of Organizational Corruption”**. Journal of Business Ethics, 139-129 : (1)80.
- Motwani, J. Kumar, A, & Mohamed. (2008). **“Ethical behavior of indian purchasing managers”**. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, Volume 34, Issue 168-161 ,2.
- Rowold, J. (2018). **“Relationships among transformational, transactional, and moral based Leadership: Results from two emprirical studies”**. Kravis Leadership Institute, Leadership Review, 17-8,4.

- Terry, T. John R. S. & John W. D. (2004). **“Strategic leadership of ethical behavior in business”** Academy of Management. Vol. 18, No. 2 (May, 2004), pp. 68-56.
- Yener, M.Y., Miray Ergun, S. (2012). **“The Effect of Ethical Climate on Work Engagement”** Procedia-Social and Behavioral Sciences. 733–724 ,58.



## بررسی تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی با تعدیل‌کنندگی سلامت اجتماعی

علی اکبر مجدی<sup>۱</sup>  
سیداحمد میرمحمدتبار<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۴/۳۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۶/۴

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی با تعدیل‌کنندگی سلامت اجتماعی می‌باشد. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی و بهره‌گیری از پرسش‌نامه محقق‌ساخته صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد (۲۳۰۰۰ نفر) تشکیل می‌دادند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۴۰۳ نفر برآورد شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میانگین مشارکت ورزشی در پاسخگویان ۱۶۸ دقیقه در هفته می‌باشد. همچنین، میانگین نشاط اجتماعی ۶۵/۶ است که این میانگین در حد متوسط قرار دارد. بین میانگین مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی بر حسب جنسیت تفاوت معناداری وجود دارد، ولی نشاط اجتماعی بر حسب جنسیت دارای تفاوت معنادار نمی‌باشد. بیشترین تاثیر بر نشاط اجتماعی به ترتیب مربوط به متغیرهای سلامت اجتماعی (ضریب بتا=۰/۱۵) و مشارکت ورزشی (ضریب بتا=۰/۱۳) می‌باشد، در حالی که متغیر مشارکت ورزشی بر سلامت اجتماعی تاثیر معناداری نداشت.

**واژگان کلیدی:** نشاط اجتماعی، مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی

۱. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Majdi@um.ac.ir

۲. دکترای جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

## مقدمه

شادی و نشاط، یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری و نیازهای روانی انسان به شمار می‌رود و به دلیل تأثیرات عمده بر سالم‌سازی و بهسازی جامعه، مدت مدیدی است ذهن آدمیان را به خود مشغول کرده است؛ به طوری که امروزه بسیاری از ملل به نوعی درصدد ایجاد یک جامعه سالم و بانشاط هستند، زیرا به نظر می‌رسد احساس شادی از یک سو انسان‌ها را برای زندگی بهتر و بازدهی بیشتر آماده می‌کند و از سوی دیگر، به دلیل ویژگی مسری بودن آن، بستگی‌های فرد را با محیط گسترش می‌بخشد. مادامی که شهروندان احساس شادی کنند، در خدمت به شهر و افراد جامعه اهتمام بیشتری می‌ورزند. از این منظر، نقش شادی و نشاط در زندگی افراد به حدی زیاد است که متفکران اجتماعی بر این نکته تأکید می‌ورزند «ثروتمندترین کشور، کشوری است که بیشترین افراد شاداب را زیر بال خود داشته باشد» (فرجی و خادمیان، ۱۳۹۲: ۸۹).

آرگایل<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در تعریف خود از نشاط بیان می‌کند که این مفهوم شامل سه جزء است: ۱) حالت خوشحالی یا سرور (هیجانان مثبت)؛ ۲) راضی بودن از زندگی؛ ۳) فقدان افسردگی و اضطراب (عواطف منفی) (به نقل از هزارجریبی و صفری شالی، ۱۳۸۹: ۳۹). به اعتقاد وینهون<sup>۲</sup>، شادکامی ارزیابی کلی و ذهنی فرد از زندگی خود است که نشان می‌دهد زندگی مطلوب را در چه می‌بیند، این زندگی چگونه انتظارانش را برطرف می‌کند، و غیره. در واقع، «ارزیابی فرد از مطلوبیت کیفیت کل زندگی» همان شادکامی است (وینهون، ۱۹۹۸: ۲۳۳). نشاط از منظر اجتماعی، عضوی از خانواده و چهارچوب مفهومی کیفیات زندگی، رضامندی اجتماعی، امنیت اجتماعی، سلامت اجتماعی، رفتارهای جمعی و فراغت است. این مفاهیم به نوعی متناظر با نشاط و شادمانی هستند. همچنین، نشاط اجتماعی به عنوان یکی از مهمترین و مؤثرترین شاخص‌های اجتماعی در گسترش احساس رضایت عمومی از زندگی، بسط تعاملات اجتماعی سازنده، رشد اعتماد عمومی و مشارکت همه جانبه اجتماعی به شمار می‌رود. (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۰) در واقع باید بیان کرد که اگر جامعه‌ای می‌خواهد پیشرفت کند و به آرمان‌های انسانی خود برسد، لازمه آن داشتن شهروندانی با نشاط و شاداب است و زمانی می‌توان به کمال نشاط اجتماعی رسید که تمامی آحاد مردم با نشاط و شاداب باشند. با جامعه شاداب و با نشاط می‌توان به اهداف مهم در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی دست یافت و تصمیم‌گیران جامعه همواره می‌توانند از آن به عنوان یک فرصت بهینه استفاده نمایند. در همین راستا و به واسطه اهمیت موضوع و تاثیر این مسئله در موفقیت برنامه‌های کلان توسعه پایدار، بند ب ماده ۹۷ برنامه چهارم توسعه به صراحت دولت را مکلف کرده است تا به منظور پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی نسبت به تهیه طرح جامعی برای بسط و گسترش روحیه نشاط، شادابی، امیدواری، اعتماد اجتماعی و تعمیق ارزش‌های دینی و هنجارهای اجتماعی اقدام نماید. (گلابی و اخشی، ۱۳۹۴: ۱۴۰)

بررسی نشاط اجتماعی زمانی مهم و ضروری تلقی می‌شود که بدانیم وضعیت کلی نشاط در جامعه ایران مناسب نیست و این ادعا مبتنی بر آمارهای جهانی شادی و نشاط است. یکی از مهم‌ترین این گزارش‌ها،

گزارش نشاط سازمان ملل متحد<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) است که داده‌هایش طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ از ۱۵۶ کشور جهان با شاخص‌های اقتصاد، کارآفرینی و فرصت‌ها، درک از فساد، بخشنده‌گی، سلامت، اطمینان و امنیت و آزادی‌های فردی جمع‌آوری شد. براساس نتایج این گزارش، نمره نشاط در ایران با ۴/۷ در رتبه ۱۰۶ قرار دارد. از این رو، جامعه ایران بین کشورهای با چهار رده نشاط (رده بالا، بالاتر از میانگین، پایین‌تر از میانگین و رده پایین) در دسته کشورهای «پایین‌تر از میانگین» قرار می‌گیرد. نکته نگران‌کننده‌تر در این گزارش این است که در بررسی روند نشاط طی ۱۵ سال گذشته (از سال ۲۰۰۳ تا سال ۲۰۱۸)، نمره نشاط در ایران کاهش پیدا کرده است. (هلیول<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸) بنابراین با توجه به روند نزولی نشاط در ایران طی سال‌های اخیر، سیاست‌گذاران درصدد تلاش برای ارتقای نشاط اجتماعی از طریق تاکید بر عوامل موثر بر آن هستند که مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی از عوامل مهم در این زمینه می‌باشند.

داناورد<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که ورزش و مشارکت ورزشی یک ابزار سیاستی برای بهبود کیفیت زندگی است. اسکالی<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۰) مدعی‌اند که مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، یک نوع فعالیت جسمانی است که می‌تواند به کاهش هزینه‌های درمانی برای بیماری‌هایی مثل چاقی، فشار خون، دیابت، ناراحتی‌های قلبی و عروقی کمک کند. گزارش سازمان بهداشت جهانی<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که مشارکت در فعالیت‌های ورزشی با افزایش فوائد روحی و روانی منجر به کاهش استرس و افسردگی می‌شود. همچنین نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که مشارکت ورزشی منجر به کاهش هزینه‌های درمانی (داناورد و راسکیوت<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱) و کاهش نرخ جرم در جامعه (نیکولاس<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷) می‌شود.

درباره چگونگی تاثیرگذاری مشارکت ورزشی بر نشاط باید گفت که شرکت در فعالیت‌های ورزشی منجر به سلامتی اجتماعی، روانی و جسمانی می‌شود. ورزش به بهبود وضعیت جسمانی و شکل بدن، رقابت اجتماعی، منبع کنترل، موفقیت شغلی و تحصیلی، دستیابی به اهداف ورزشی و قدرت رهبری گروه می‌انجامد. (تالیافرو<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۰) از نظر کورت باتلر و هاگرو<sup>۹</sup> (۲۰۱۱) افزایش مهارت‌های مختلف در جریان مشارکت ورزشی باعث افزایش رفتارهای اجتماعی و سلامت افراد می‌شود. از نظر آنها مشارکت ورزشی می‌تواند به عنوان یک عامل محافظتی عمل کند و افراد را در برابر مشکلات و بیماری‌ها مصون بدارد. هوانگ و هامفریز<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۰) مدعی‌اند که مشارکت ورزشی باعث سلامتی می‌شود و سلامتی هم عامل مهمی در داشتن زندگی با نشاط است. همچنین مشارکت ورزشی فرصت‌هایی برای جامعه‌پذیری فراهم و به توسعه مهارت‌های ارتباطی و همکاری جویانه کمک می‌کند که همگی اینها منجر به یک زندگی شاد می‌شود. بنابراین می‌توان

1. UN World Happiness Report

2. Helliwell

3. Downward

4. Scully

5. WHO World Health Day

6. Raschute

7. Nicholls

8. Taliaferro

9. Kort-Butler & Hagewen

10. Huang and Humphreys

گفت که مشارکت ورزشی با تاثیرگذاری بر سلامت افراد، هم نشاط کوتاه مدت و هم بلندمدت تولید می نماید. با توجه به اهمیت موضوع نشاط در جامعه و تاثیرگذاری متغیرهای مهمی مثل مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی، در این تحقیق به بررسی تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی با تعدیل‌کنندگی سلامت اجتماعی در دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد پرداخته می شود.

### پیشینه پژوهش

تحقیقات مختلفی حکایت از تاثیرگذاری مشارکت ورزشی و سلامت بر نشاط اجتماعی دارد. در ادامه به برخی از این تحقیقات اشاره می شود.

خدادادی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با هدف بررسی روابط بین مشارکت ورزشی، نشاط و شادابی با پیشرفت تحصیلی دانش آموزان پسر دوره متوسطه اول شهرستان بناب انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد همبستگی معناداری بین مشارکت ورزشی با شادی و نشاط وجود دارد. همچنین مشارکت ورزشی با ضریب ۵۲ درصد توانایی پیش بینی شادی و نشاط دانش آموزان را دارد. همچنین گلابی و اخشی (۱۳۹۴) در تحقیقی به بررسی رابطه بین مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل پرداخته اند. نتایج تحقیق نشان می داد که میزان نشاط اجتماعی با مشارکت اجتماعی دارای همبستگی مستقیم معنی دار بود، ولی مشارکت و نشاط اجتماعی براساس جنس و وضعیت تأهل دانشجویان معنی دار نبودند. آرگیل و مارتین (۱۹۹۱) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که تمرین و ورزش، یکی از عوامل شادی و نشاط است. نتایج تحقیق سیکسن میهالی و وانگ<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) هم نشان می دهد که نوجوانان آمریکایی و ایتالیایی که بیشتر مشغول ورزش و بازی هستند، میزان نشاط بالاتری هم دارند. فاکس<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) به این نتیجه رسید که تمرین های بدنی از طریق بهبود عزت نفس به درمان افسردگی و استرس کمک می کند و با این درمان، فرد احساس نشاط بیشتری خواهد داشت. فارست و مک هال<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) با تحلیل ثانویه بر روی داده های «فرهنگ، فراغت و ورزش»<sup>۴</sup> در بریتانیا نشان دادند افرادی که مشارکت ورزشی بیشتری دارند، میانگین نشاط اجتماعی بالاتری را گزارش کرده اند. نتایج تحقیقات دیگر مثل دولان<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، هوانگ و هامفریز (۲۰۱۰)، دانوارد و راسکیوت (۲۰۱۱)، دانوارد و داوسون (۲۰۱۵) و دانوارد و همکاران (۲۰۱۸) هم حکایت از تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی دارد. همچنین، تحقیقاتی مثل خوش کنش و کشاورز (۱۳۸۷)، قلاوندی و همکاران (۱۳۹۰)، بخارایی و همکاران (۱۳۹۴)، منصوری مرادیان و همکاران (۱۳۹۷)، لچنر<sup>۶</sup> (۲۰۰۹)، هامفریز و همکاران (۲۰۱۴) و سارما<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۵) نشان می دهد که سلامت بر نشاط اجتماعی افراد تاثیرگذار است.

1. Csikszentmihalyi and Wong

2. Fox

3. Forrest and McHale

4. Culture, Leisure and Sport

5. Dolan

6. Lechner

7. Sarma

به طور کلی، نتایج پژوهش‌ها نشان داده که متغیر مشارکت ورزشی، تاثیر مثبت و قابل توجهی بر نشاط اجتماعی در جوامع آماری مورد بررسی دارد و این نکته در ضریب تبیین متغیرهای نشاط قابل مشاهده است. در این بین، متغیر سلامت اجتماعی هم نقش تعدیل‌کنندگی دارد؛ به طوری که از مشارکت ورزشی تاثیر می‌پذیرد و بر نشاط اجتماعی تاثیر می‌گذارد.

### چارچوب نظری پژوهش

در این تحقیق از نظریات دورکیم<sup>۱</sup> پیرامون چگونگی تاثیر مشارکت بر نشاط اجتماعی و وینهون (۱۹۹۵) درباره تاثیر سلامت بر نشاط استفاده شده است.

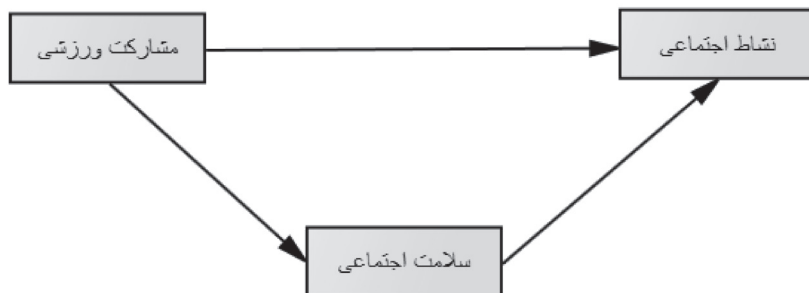
دورکیم (۱۹۹۰) در کتاب «تقسیم اجتماعی کار» بیان می‌کند که انجام فعالیت‌های دسته‌جمعی مثل مناسک دینی باعث ایجاد همبستگی و انسجام اجتماعی می‌شود. نکته مهم برای دورکیم این است که افراد گرد هم می‌آیند، احساسات مشترکی را تجربه می‌کنند و به شکل یک کنش جمعی آن را بیان می‌دارند. بنابراین کنش جمعی مهم است و مهم نیست که به چه منظوری انجام می‌شود. پس دورکیم کارکرد فعالیت‌های جمعی مثل مناسک مذهبی را در قالب کنش جمعی و در نتیجه همبستگی و انسجام اجتماعی تبیین می‌کند. بدین ترتیب، شاید بتوان صور دیگر پدیده‌های اجتماعی را که به کنش جمعی منجر می‌شوند، عامل انسجام اجتماعی تلقی کرد. (خورشیدی، ۱۳۹۳: ۶) مشارکت در فعالیت‌های ورزشی را هم می‌توان یکی از موارد مهم از این نوع دانست. این فعالیت‌ها معمولاً به صورت گروهی برگزار می‌شوند. تعدادی از افراد گرد هم می‌آیند و با تمسک به یک موضوع خاص، به تبادل احساسات و عواطف نسبت به هم می‌پردازند. این فعالیت‌ها برای خود قاعده‌مندی‌ها و روش‌های خاص دارند. از این نظر، بین مشارکت ورزشی و مناسک دینی نوعی همانندی وجود دارد؛ بدین معنی که در هر دو پدیده، عنصر قاعده‌مندی و روشمندی وجود دارد و برگزاری آن فاقد نظم و مقررات نیست، اما مشارکت فعالیت‌های ورزشی برخلاف مناسک دینی که از تقدس برخوردارند و کمتر تغییرپذیرند، آسان‌تر با شرایط، مقتضیات و نیازهای زندگی افراد سازگار می‌شوند. از سوی دیگر، فعالیت‌های ورزشی، ضمن اینکه به کنش جمعی می‌انجامد، شادابی، کاهش تنش‌های عاطفی، رفع تیرگی روابط بین افراد و کاهش کشمکش‌های اجتماعی را به همراه دارد. ر واقع، دورکیم معتقد است که از طریق روابط متقابل، صمیمیت و احساس مشترک، تعهد و نشاط ایجاد می‌شود. (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸)

درباره تاثیر سلامتی بر نشاط هم می‌توان به نظریه وینهون (۱۹۹۵) اشاره کرد. او نشاط را در سطح کلان به کیفیت جامعه و عواملی مانند سلامتی، عدالت و آزادی وابسته می‌داند و از این رو، معتقد است سیاست اجتماعی می‌تواند ارتقادهنده این شرایط باشد. در سطح میانی، نشاط وابسته به کیفیت‌های نهادی مانند استقلال در کار یا مراقبت‌های نهادی است. اصلاح سازمانی می‌تواند برخی نهادها را بهبود بخشد و در سطح خرد، نشاط وابسته به توانایی‌های شخصی مانند کارآمدی، استقلال و مهارت‌های اجتماعی است. تحصیلات و درمان نیز می‌تواند ارتقادهنده مهارت‌های مذکور باشد.

به طور کلی می‌توان گفت که مشارکت ورزشی می‌تواند هم به طور مستقیم بر نشاط اجتماعی تاثیر بگذارد و

1. Durkheim

هم از طریق تاثیر بر متغیر سلامت این تاثیرگذاری را داشته باشد. بنابراین می‌توان با توجه به نظریات دورکیم و وینهوون و پیشینه تحقیق مدل زیر را ارائه کرد:



شکل ۱: مدل تحقیق

با توجه به مرور پیشینه و مدل تحقیق، می‌توان فرضیاتی به شرح زیر مطرح کرد:

- مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی تاثیر دارد.
- سلامت اجتماعی بر نشاط اجتماعی اثرگذار است.
- مشارکت ورزشی بر سلامت اجتماعی تاثیر دارد.

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کمی و به روش پیمایش انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات، از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۷ می‌باشند که بر اساس اطلاعات معاونت آموزشی دانشگاه حدود ۲۳۰۰۰ نفر بودند. حجم نمونه با فرمول کوکران با لحاظ پارامتر ۵۰ درصد، سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد، ۳۷۷ نفر برآورد شد که برای اطمینان از نتایج و تخصیص بهتر به طبقات نمونه‌گیری (دانشکده‌ها)، ۴۰۳ پرسش‌نامه تکمیل شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به تنوع رشته‌ها و دانشکده‌ها، شیوه نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی متناسب با حجم استفاده شده است. داده‌های تحقیق با نرم‌افزار Spss و Amos تحلیل شدند.

### تعریف عملیاتی مفاهیم پژوهش

#### نشاط اجتماعی

همان‌طور که گفته شد از نظر وینهوون (۱۹۹۵) شادکامی، ارزیابی کلی و ذهنی فرد از زندگی خود است که نشان می‌دهد زندگی مطلوب را در چه می‌بیند، این زندگی چگونه انتظاراتش را برطرف می‌کند و غیره. در واقع، «ارزیابی فرد از مطلوبیت کیفیت کل زندگی» همان شادکامی است. برای عملیاتی کردن این مفهوم، از

پرسشنامه ۲۹ سوالی آکسفورد استفاده شد. برخی از این سوالات عبارت اند از: «من بی نهایت شاد هستم»، «من از زندگی راضی هستم»، «احساس می کنم زندگی سرشار از پاداش است»، «از آنچه هستم شادمانم»، «احساس می کنم روی تمام رویدادهای زندگی کنترل دارم» و «من به زندگی عشق می ورزم». این سوالات در طیف لیکرت ۵ گزینه ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق قرار دارند.

### سلامت اجتماعی

سلامت اجتماعی، عبارت است از: ارزیابی و شناخت فرد از چگونگی عملکردش در اجتماع و کیفیت روابطش با افراد دیگر، نزدیکان و گروه های اجتماعی که وی عضوی از آنهاست. (بخارایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۲) در این تحقیق برای سنجش این متغیر، از ۲۰ سوال مثل «جامعه مکانی مفید و پربار برای افراد است»، «پیشرفت اجتماعی مفهومی ندارد»، «جامعه دائماً در حال تغییر است» و «دنیا امروزه مکانی بهتری برای زندگی هر فرد است» استفاده شد. این سوالات در طیف لیکرت ۵ گزینه ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق قرار دارند.

### مشارکت ورزشی

منظور از این متغیر، هر نوع فعالیت بدنی و ورزش کردن به صورت گروهی و انفرادی می باشد. این مفهوم با ۸ سوال در این تحقیق سنجیده شد؛ بدین صورت که از افراد پرسیده شد هر کدام از این ورزش ها (فوتبال، تنیس، فوتسال، تنیس روی میز، بدمینتون، والیبال، شنا و بدنسازی) را چند دقیقه در هفته انجام می دهید. این سوالات به صورت فاصله ای سنجیده شدند؛ بدین صورت که میزان دقیقه های انواع ورزش در هفته را یادداشت می کردند.

### اعتبار و قابلیت اعتماد ابزار پژوهش

در پژوهش حاضر جهت تأمین اعتبار طیف های به کار رفته در سنجش متغیرها، از اعتبار محتوایی و هم چنین اعتبار صوری استفاده شده است؛ بدین صورت که هر متغیر با استفاده از تعاریف نظری موجود و سازه های نظری به صورت یک سازه عملیاتی مفهوم بندی شده است. (اعتبار محتوایی) همچنین پرسشنامه پس از طراحی، توسط دو نفر از اساتید جامعه شناسی مورد تأیید قرار گرفته است. (اعتبار صوری) همچنین برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه، از آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تمام متغیرها، به غیر از مشارکت ورزشی، میزان آلفا بیش از ۰/۷ به دست آمد. (مطابق جدول ۱) دلیل این کار به ماهیت متغیر مشارکت ورزشی برمی گردد. سوالات متغیر مشارکت ورزشی از نوع گویه نیستند، بلکه سوالات واقعی هستند که میزان ورزش کردن پاسخگویان را می سنجند و نیازی به بررسی آن با آلفای کرونباخ نیست.

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

| متغیر         | تعداد سوال | آلفای کرونباخ |
|---------------|------------|---------------|
| نشاط اجتماعی  | ۲۹         | ۰/۸۹۹         |
| سلامت اجتماعی | ۲۰         | ۰/۷۱۵         |

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۵۶ درصد از پاسخ‌گویان زن و ۴۴ درصد آنها مرد هستند. همچنین، ۶۷/۶ درصد آنها در مقطع کارشناسی، ۲۴/۹ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۷/۵ درصد در مقطع دکتری تخصصی یا حرفه‌ای مشغول به تحصیلی می‌باشند. ۷۸/۵ درصد افراد حاضر در تحقیق متاهل و ۲۱/۵ درصد مجرد هستند. میانگین سنی پاسخ‌گویان هم حدود ۲۳/۴ سال می‌باشد.

جدول ۲، میانگین متغیر مشارکت ورزشی در هفته را بر حسب دقیقه نشان می‌دهد. میانگین متغیر مشارکت ورزشی حدود ۱۶۸ دقیقه می‌باشد؛ یعنی به طور متوسط افراد حاضر در تحقیق حدود ۱۶۸ دقیقه در هفته ورزش می‌کنند. بیشترین میانگین به ورزش بدنسازی و شنا به ترتیب با ۹۹/۲ و ۷۱/۸ دقیقه اختصاص دارد. کمترین میانگین هم به بدمینتون با ۸/۶ دقیقه و سپس تنیس با ۱۷/۸ دقیقه مربوط است.

جدول ۲: میانگین متغیر مشارکت ورزشی در هفته (بر حسب دقیقه)

| متغیر<br>آماره   | بدنسازي | شنا  | واليبال | بدمينتون | تنيس روي ميز | فوتسال | تنيس | فوتبال | مشاركت ورزشي |
|------------------|---------|------|---------|----------|--------------|--------|------|--------|--------------|
| میانگین          | ۹۹/۲    | ۷۱/۸ | ۱۸/۷    | ۸/۶      | ۲۱/۵         | ۳۰/۶   | ۱۷/۸ | ۴۰/۹   | ۱۶۸/۴        |
| انحراف استاندارد | ۱۷۹/۱   | ۹۲/۲ | ۵۷/۷    | ۳۴/۷     | ۷۱/۷         | ۱۶۲/۲  | ۴۸/۶ | ۸۶/۲   | ۲۶۸/۲        |
| تعداد            | ۴۰۳     | ۴۰۳  | ۴۰۳     | ۴۰۳      | ۴۰۳          | ۴۰۳    | ۴۰۳  | ۴۰۳    | ۴۰۳          |

جدول ۳، میانگین متغیرهای نشاط اجتماعی و سلامت اجتماعی را نشان می‌دهد. مطابق نتایج این جدول، میانگین نشاط اجتماعی ۶۵/۶ می‌باشد که با توجه به نمره حداقل و حداکثر، این میانگین در حد متوسطی قرار دارد. میانگین متغیر سلامت اجتماعی ۵۴/۶ است که با توجه به حد بالا و پایین توزیع، این متغیر دارای میانگین متوسط رو به بالا می‌باشد.

جدول ۳: میانگین متغیرهای نشاط اجتماعی و سلامت اجتماعی

| آماره<br>متغیر | میانگین | انحراف<br>استاندارد | حداقل | حداکثر | تعداد |
|----------------|---------|---------------------|-------|--------|-------|
| نشاط اجتماعي   | ۵۶/۶    | ۱۳/۸                | ۲۷    | ۱۲۱    | ۴۰۳   |
| سلامت اجتماعي  | ۵۴/۶    | ۷/۹                 | ۱۹    | ۸۲     | ۴۰۳   |

جدول ۴، میانگین متغیرهای تحقیق بر حسب جنسیت را نشان می‌دهد. مطابق نتایج این جدول، میانگین مشارکت ورزشی مردان (۲۴۷/۸) بیشتر از این میانگین در زنان (۱۲۰/۱) می‌باشد و این تفاوت به لحاظ آماری

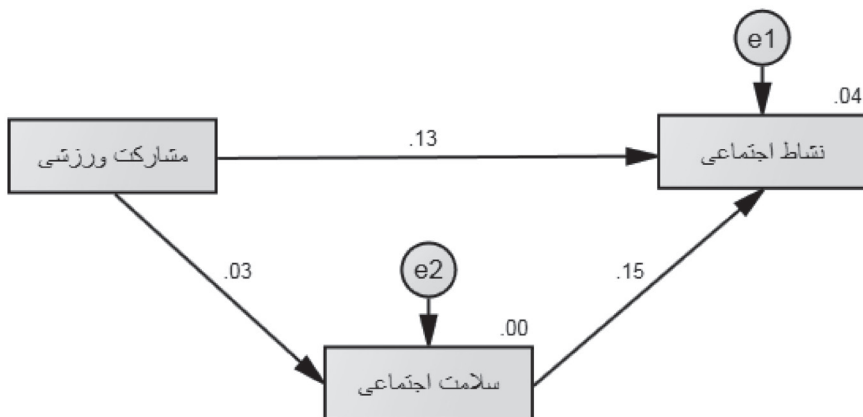
در سطح ۰/۰۲۲ معنادار می باشد. میانگین سلامت اجتماعی مردان (۵۳/۲) متفاوت از میانگین سلامت اجتماعی زنان (۵۵/۶) است و این تفاوت به لحاظ آماری معنادار است. به عبارت دیگر، می توان گفت که سلامت اجتماعی دانشجویان زن دانشگاه فردوسی از سلامت اجتماعی دانشجویان مرد این دانشگاه بیشتر است. بین میانگین نشاط اجتماعی پاسخگویان بر حسب جنسیت تفاوت معناداری مشاهده نشد.

جدول ۴: میانگین متغیرهای تحقیق بر حسب جنسیت

| آماره متغیر   | جنسیت | میانگین | نمره تی | سطح معناداری |
|---------------|-------|---------|---------|--------------|
| مشارکت ورزشی  | مرد   | ۲۴۷/۸   | ۲/۳۱    | ۰/۰۲۲        |
|               | زن    | ۱۲۰/۱   |         |              |
| سلامت اجتماعی | مرد   | ۵۳/۲    | ۲/۷۸    | ۰/۰۰۶        |
|               | زن    | ۵۵/۶    |         |              |
| نشاط اجتماعی  | مرد   | ۶۶/۹    | ۱/۴۲    | ۰/۱۵۶        |
|               | زن    | ۶۴/۷    |         |              |

### مدل معادلات ساختاری نشاط اجتماعی

در شکل ۲، مدل معادله ساختاری نشاط اجتماعی ترسیم شده است. این مدل با استفاده از نرم افزار آموس رسم گردید. مدل های معادلات ساختاری بیشتر برای دو هدف تحلیل عامل تاییدی و بررسی تاثیر متغیرهای مستقل بر وابسته مورد استفاده قرار می گیرند. در مدل نشاط اجتماعی این تحقیق، تاثیر متغیرهای مستقل بر وابسته با ضرایب استاندارد شده مورد بررسی قرار گرفت.



شکل ۲: مدل معادلات ساختاری نشاط اجتماعی

تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش و تفسیر آن‌ها و مقدارشان در مدل مفروض در ادامه آمده است. کای اسکوئر نسبی حدود  $3/5$ ، نیکویی برازش<sup>۱</sup> حدود  $0/85$ ، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد<sup>۲</sup> حدود  $0/079$  و شاخص برازش هنجار شده<sup>۳</sup> حدود  $0/82$  برآورد شده‌اند. به طور کلی می‌توان گفت که عمده شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، مدلی است که می‌تواند داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد.

نتایج جدول ۵ حکایت از این دارد که متغیرهای مستقل مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی تاثیری مستقیم و معنادار بر نشاط اجتماعی دارند. مطابق نتایج این جدول، بیشترین تاثیر بر نشاط اجتماعی به ترتیب مربوط به متغیرهای سلامت اجتماعی (ضریب بتا= $0/15$ ) و مشارکت ورزشی (ضریب بتا= $0/13$ ) می‌باشند. تاثیر مثبت و معنادار حکایت از تایید فرضیات ۱ و ۲ دارد. مطابق نتایج تحقیق، مشارکت ورزشی نمی‌تواند از طریق تاثیر معنادار بر سلامت اجتماعی بر نشاط اجتماعی تاثیر بگذارد. این عدم تاثیر معنادار حکایت از رد فرضیه ۳ تحقیق دارد.

جدول ۵: ضرایب تاثیر استاندارد مدل معادلات ساختاری

| متغیر وابسته  | متغیرهای مستقل | ضریب بتا | نمره f  | سطح معناداری |
|---------------|----------------|----------|---------|--------------|
| نشاط اجتماعی  | مشارکت ورزشی   | $0/13$   | $2/70$  | $0/007$      |
|               | سلامت اجتماعی  | $0/15$   | $2/99$  | $0/003$      |
| سلامت اجتماعی | مشارکت ورزشی   | $0/03$   | $0/585$ | $0/559$      |

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

انسان موجودی هدفمند و جویای نشاط و سعادت است و نشاط به عنوان یکی از نیازهای روانی او به دلیل تأثیرات عمده‌ای که بر شکل‌گیری شخصیت و مجموع زندگی‌اش دارد، همواره اهمیت داشته است. نشاط هر جامعه‌ای موتور محرکه آن است؛ به طوری که توسعه یافتگی و توسعه نیافتگی هر جامعه با میزان نشاط اجتماعی اندازه‌گیری می‌شود. بنابراین، نشاط اجتماعی سرآغاز توسعه هر جامعه محسوب می‌شود و بی‌توجهی به این موضوع زمینه تخریب جامعه را فراهم می‌آورد. در سال‌های اخیر موضوع نشاط اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت این شاخص به این دلیل است که برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در اعمال هرگونه برنامه توسعه‌ای توجه لازم را می‌طلبد. با توجه موضوع نشاط اجتماعی، تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر مشارکت ورزشی و سلامت اجتماعی بر نشاط اجتماعی در دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد انجام شد. برای دستیابی به این هدف، پیشینه تجربی و نظری حوزه نشاط اجتماعی مرور و فرضیاتی مطرح شدند.

فرضیه اول حکایت از تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی دانشجویان دارد. نتیجه این تحقیق هم نشان

1. GFI  
2. RMSEA  
3. NFI

می دهد که مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی دانشجویان تاثیر مثبت و معنادار دارد؛ بدین صورت که هرچه دانشجویان در فعالیت های ورزشی بیشتر مشارکت نمایند، نشاط اجتماعی بالاتری خواهند داشت. درباره تاثیر مشارکت بر نشاط اجتماعی نظریات مختلفی از جمله نظریه دورکیم وجود دارد. دورکیم درباره کارکرد برگزاری فعالیت های گروهی و دسته جمعی مثل مناسک دینی توضیح می دهد و یکی از مهم ترین کارکرد این فعالیت ها را ایجاد همبستگی و متعاقب آن، نشاط و شادی در جامعه می داند. از نظر دورکیم، مشارکت در فعالیت های گروهی این چنینی معمولاً تفاوت های رایج طبقات اجتماعی را که باعث تقسیم بندی اعضای جامعه و ایجاد خط کشی های سخت می شوند، تضعیف و به طریق اولی حذف می کند. بنابراین می توان گفت که برگزاری فعالیت های دسته جمعی همانند مناسک مذهبی، از جمله عوامل ایجاد همبستگی، انسجام و وفاق اجتماعی هستند. بعلاوه، در فعالیت های دسته جمعی تنوع بیشتری به چشم می خورد. با این وصف، فعالیت های مرسوم گروهی در خدمت حفظ منافع جمعی هستند، چرا که همبستگی اجتماعی را تضمین می کنند و سلامت روحی و روانی اجتماع را به همراه نشاط اجتماعی به ارمغان می آورند. نتایج تحقیق هم در راستای این نظریه، نشان می دهد که هرچه افراد در ۸ نوع فعالیت ورزشی (فوتبال، تنیس، فوتسال، تنیس روی میز، بدمینتون، والیبال، شنا و بدنسازی) که بیشتر به صورت جمعی انجام می شد، بیشتر شرکت نمایند، نشاط اجتماعی بیشتری خواهند داشت. این یافته تایید کننده نتایج تحقیقات پیشین مثل گلایی و اخشی (۱۳۹۴)، خدادای و همکاران (۱۳۹۷)، آرگیل و مارتین (۱۹۹۱)، فاکس (۱۹۹۹)، دولان و همکاران (۲۰۰۹)، هوانگ و هامفریز (۲۰۱۰)، دانوارد و راسکیوت (۲۰۱۱)، دانوارد و داوسون (۲۰۱۵) و دانوارد و همکاران (۲۰۱۸) درباره تاثیر مشارکت ورزشی بر نشاط اجتماعی است.

فرضیه دیگر تحقیق حکایت از تاثیر سلامت اجتماعی بر نشاط اجتماعی دارد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که با افزایش سلامت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد، نشاط اجتماعی آنها هم افزایش می یابد. درباره چگونگی تاثیر سلامت بر نشاط اجتماعی نظرات مختلفی وجود دارد. به طور مثال، هوانگ و هامفریز (۲۰۱۰) مدعی اند که مشارکت ورزشی باعث سلامتی می شود و سلامتی هم عامل مهمی در داشتن زندگی با نشاط است. وینهون (۱۹۹۵) نشاط را در سطح کلان به کیفیت جامعه و عواملی مانند سلامتی، عدالت و آزادی وابسته می داند. نتایج این تحقیق هم نشان می دهد دانشجویانی که میزان سلامت اجتماعی بیشتری دارند، نمره نشاط اجتماعی شان هم بیشتر است. این نتایج در راستای تایید نتایج تحقیقات پیشین مثل قلاوندی و همکاران (۱۳۹۰)، بخارایی و همکاران (۱۳۹۴)، منصوری مرادیان و همکاران (۱۳۹۷)، لچنر (۲۰۰۹)، هامفریز و همکاران (۲۰۱۴) و سارما و همکاران (۲۰۱۵) در زمینه تاثیر سلامت بر نشاط اجتماعی قرار دارد. فرضیه سوم تحقیق حکایت از تاثیر مشارکت ورزشی بر سلامت اجتماعی داشت. نتایج تحقیق نشان می دهد که مشارکت ورزشی تاثیر معناداری بر سلامت اجتماعی ندارد. بیشتر تحقیقات پیشین مثل خوش کنش و کشاورز (۱۳۸۷)، اسکالی و همکاران (۲۰۰۰) و دانوارد و راسکیوت (۲۰۱۱) هم حکایت از تاثیر مشارکت بر سلامتی جسمانی یا روانی افراد جامعه و یا به طور کلی سلامت در مفهوم عام داشتند و دقیقاً به سلامت اجتماعی که یکی از انواع سلامت در مفهوم عام است، اشاره ای نکردند.

با توجه به تاثیرگذاری مشارکت ورزشی بر نشاط دانشجویان، می‌توان پیشنهاداتی را به شرح زیر برای افزایش مشارکت ورزشی ارائه نمود:

- وضع مقررات تسهیل‌کننده مشارکت ورزشی در بخش‌ها و قسمت‌های مختلف دانشگاه؛
- انتقال پیام‌ها از طریق رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری دانشگاه برای ترغیب افراد به مشارکت ورزشی؛
- استفاده از ایده‌های نوآورانه و جذاب برای گسترش مشارکت ورزشی؛
- طراحی فضای دانشگاه با رویکرد گسترش مشارکت ورزشی؛
- احداث اماکن ورزشی، پارک‌ها و فضاهای باز و تجهیز آنها به وسایل ورزشی و تفریحی به خصوص برای بانوان در دانشگاه.

## منابع

- بخارایی، احمد؛ شربتیان، محمد حسن و طوافی، پویا. (۱۳۹۴). «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه نشاط با سلامت اجتماعی (جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهرستان ملایر)». علوم اجتماعی. دوره ۷، شماره ۲۵: ۱-۳۹.
- خورشیدی، رضا. (۱۳۹۳). «نظریه نشاط اجتماعی: درآمدی بر راه‌های ارتقای نشاط اجتماعی». رشد آموزش علوم اجتماعی. دوره ۱۶، شماره ۳: ۴-۸.
- خوش‌کنش، ابوالقاسم و کشاورز افشار، حسین. (۱۳۸۷). «رابطه شادکامی و سلامت روانی دانشجویان». اندیشه و رفتار در روانشناسی بالینی، دوره ۲، شماره ۷: ۴۱-۵۲.
- ربانی، رسول؛ کریمی زاده اردکانی، سمیه؛ نظری، جواد و رضایی امینلویی، حسین. (۱۳۸۸). «تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی (مطالعه موردی اقوام آذری، کرد و لر)». مطالعات جامعه‌شناسی. شماره ۴: ۹۵-۱۱۶.
- شریف‌زاده، حکیمه السادات؛ میرمحمدتبار، سید احمد و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۶). «بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران؛ فراتحلیلی از تحقیقات موجود». دوره ۱۰، شماره ۴۰: ۱۵۹-۱۸۰.
- فرجی، طوبی و خادمیان، طلیعه. (۱۳۹۲). «بررسی نقش رضایت از زندگی بر میزان نشاط اجتماعی». مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. ۴(۱۰): ۸۷-۱۰۲.
- قلاوندی، حسن؛ یارمحمدزاده، پیمان؛ بختیار نصرآبادی، حسنعلی؛ سلطانزاده، وحید و پاشازاده، یوسف. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه نشاط، سلامت روان و رضایت از خانواده در شرکت شیرگاز آذران اصفهان». فرآیند مدیریت توسعه. دوره ۲۴، شماره ۷۷: ۱۰۹-۱۲۸.
- گلابی، فاطمه و اخشی، نازیلا. (۱۳۹۴). «مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی». جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و ششم، شماره ۳: ۱۶۰-۱۳۹.
- منصوری مرادیان، سمیه؛ شمس، مجید و ملک حسینی، عباس. (۱۳۹۷). «تبیین شاخص‌های سرمایه اجتماعی در راستای ارتقای نشاط اجتماعی و سلامت روان شهروندان (مطالعه موردی: شهر همدان)». نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. دوره ۱۱، شماره ۱: ۲۸۴-۲۹۹.
- هزار جریبی، جعفر و صفری شالی، رضا. (۱۳۸۹). «بررسی مفهوم شادکامی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی در استان مرکزی)». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۳، ۷۲-۳۰.
- Argyle, M. and Martin, M. (1991). "The psychological causes of happiness". In Fritz Strack,
- Csikszentmihalyi, M. and Wong, M. (1991). "The situational and personal correlates of happiness: Across-national comparison". In Fritz Strack, Michael Argyle, N. S., editor, *Subjective Well-Being: An Interdisciplinary Perspective*, chapter 10, pages 193-212. Oxford, Pergamon Press.
- Dolan, P., Peasgood, T., and White, M. (2008). "Do we really know what makes us happy a review of the economic literature on the factors associated with subjective well-being". *Journal of Economic Psychology*, 29(1):94-122.
- Downward P, Dawson P. (2015). "Is it Pleasure or Health from Leisure that We Benefit from Most? An Analysis of Well-Being Alternatives and Implications for Policy". *Social Indicators*.

- Downward P, Pawlowski T, Rasciute S. (2014). **“Does Associational Behavior Raise Social Capital? A Cross-Country Analysis of Trust”**. Eastern Economic Journal. 40(2):150-65.
- Downward P, Rasciute, S. (2011). **Does sport make you happy? An analysis of the well-being**.
- Downward, P.M., Halmann, K. and Rasciute, S. (2018). **“Exploring the interrelationship between sport, health and social outcomes in the UK: Implications for health policy”**. European Journal of Public Health, 28(1): 99-104.
- Forrest, D. and McHale, I. (2009). **“Public policy, sport and happiness: an empirical study”**. Working paper, Salford University.
- Fox, K. (1999). **“The influence of physical activity on mental well-being”**. Public Health Nutrition, 2:411-418.
- Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J. (2018). **World Happiness Report**. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Huang H, Humphreys B. R. (2012). **“Sports participation and happiness: Evidence from US micro data”**. Journal of Economic Psychology. 33(4):776-93.
- Humphreys BR, McLeod L, Ruseski J.E. (2014). **“Physical activity and health outcomes: Evidence from Canada”**. Health Economics. 23(1):33-54.
- Kort-Butler, L. A., & Hagewen, K. J. (2011). **“School-based extracurricular activity involvement and adolescent self-esteem: A growth-curve analysis”**. Journal of Youth and Adolescence, 40(5), 568-581. doi:10.1007/s10964-010-9551-4.
- Lechner M. (2009). **“Long-run labour market and health effects of individual sports activities”**. Journal of Health Economics. 28:839-54.
- Michael Argyle, N. S. ( ). **Subjective Well-Being: An Interdisciplinary Perspective**. chapter 5, pages 77-100. Oxford, Pergamon Press.
- Nicholls, G. (2007). **Sport and crime reduction: The role of sports in tackling youth crime**. London: Routledge.
- Sarma S, Devlin, RA., Gilliland, J., Campbell, MK., Zaric, G. S. (2015). **The Effect of Leisure-Time Physical Activity on Obesity, Diabetes, High BP and Heart Disease Among Canadians: Evidence from 2000/2001 to 2005/2006**. Health Economics. 24(12):1531-47.
- Taliaferro, L. A., Rienzo, B. A., & Donovan, K. A. (2010). **“Relationships Between Youth Sport Participation and Selected Health Risk Behaviors From 1999 to 2007”**. Journal of School Health, 80(8), 399-410. doi: 10.1111/j.17461561.2010.00520.
- Veenhoveen, R. (1995). **“The utility of happiness”**. Social Indicator Research, 20: 333-354.
- Veenhoveen, R. (1998). **“Two- state Trait Discussions on Happiness”**. Social indicator Reserch, 43:211-225.
- WHO. (2012). **Global recommendation on physical activity for health: World Health Organisation**.



## طراحی الگوی بهره‌وری فدراسیون والیبال ایران

علی پورعروجی<sup>۱</sup>

عباس خدایاری<sup>۲</sup>

علی زارعی<sup>۳</sup>

رسول نوروزی سید حسینی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۲/۴

هدف از انجام این تحقیق، طراحی الگوی بهره‌وری فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران بود. جامعه آماری را گروه متخصصان، کارشناسان، مدرسان و مدیران حوزه پژوهش تشکیل می‌دادند. ( $N=200$ ) نمونه آماری برابر جامعه آماری و به روش کل شمار بود. ( $n=200$ ) برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ای محقق ساخته استفاده گردید. برای ساخت پرسشنامه، ابتدا از طریق مصاحبه از روش هدفمند و روش نمونه‌گیری گلوله برفی بهره‌گیری شد. در نهایت پرسشنامه‌ای با ۷۱ سوال ۵ گزینه‌ای بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت با ۹ عامل تدوین شد. ضریب پایایی متغیرهای تحقیق با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای عوامل آموزشی ۰/۸۶، عوامل محیطی ۰/۹۴، عوامل مدیریتی ۰/۹۵، عوامل اقتصادی ۰/۸۲، منابع انسانی ۰/۸۷، عوامل عملکردی ۰/۸۹، عوامل فرهنگ سازمانی ۰/۹۱، عوامل روانی ۰/۹۰ و عوامل ساختار سازمانی ۰/۹۳ به دست آمد. جهت بررسی اولیه روایی و پایایی سوالات پرسشنامه، از ماتریس آنتی‌ایمیج (Anti-Image) در تحلیل سوالات پرسشنامه و برای تقلیل سوالات از تحلیل عامل اکتشافی استفاده گردید. به منظور اطمینان از کافی بودن نمونه، معیار کیسر-می‌رواکلین (KMO) به کار گرفته شد. برای بررسی برازش

۱. دکترای مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۲. دانشیار، مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

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

۴. استادیار، مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

الگوی بهره‌وری از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد. براساس الگوی برازش داده شده، همه متغیرهای عوامل مدیریتی، محیطی، انسانی، فرهنگ سازمانی، آموزشی، اقتصادی، عملکردی، ساختار سازمانی و روانی به ترتیب بیشترین تا کمترین تاثیر را بر بهره‌وری نشان دادند.

**واژگان کلیدی:** الگو، بهره‌وری، فدراسیون والیبال و ایران

## مقدمه

بشر از بدو خلقت تاکنون همواره در پی این بوده است که چگونه می تواند از منابع در دسترس حداکثر استفاده را بکند. از هزاران سال پیش که نخستین تمدن ها در بین النهرین شکل گرفت تا قرن ۱۸ میلادی که ریاضیات به کمک بشر شتافت و امروزه که ربات های هوشمند جای انسان را گرفته اند، همواره تلاش و هدف انسان، حداکثر کردن بهره وری از منابع موجود بوده است. بنابراین، بهره وری عمری به قدمت طول تاریخ بشر دارد. سابقه بهره وری در آسیا به بعد از جنگ جهانی دوم برمی گردد. (راستگو، ۱۳۹۳)

ایران از زمان تأسیس «سازمان بهره وری آسیایی» تا قبل از وقوع انقلاب در بهمن ۱۳۵۷، عضو آن سازمان بوده است. عضویت ایران در سال ۱۹۷۹ حالت تعلیق یافت، اما از سال ۱۳۶۳ با تصویب مجلس شورای اسلامی دوباره به عضویت آن سازمان درآمد. سپس در سال ۱۳۶۴، «سازمان بهره وری ملی ایران» وابسته به وزارت صنایع سنگین تأسیس شد. (طاهری، ۱۳۸۳)

سینک<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) بیان می کند با اینکه بهره وری بیشترین مباحث محافل مدیریتی عصر حاضر را به خود اختصاص داده است، اما متأسفانه کمتر از هر موضوع دیگری به معنی واقعی آن پی برده شده است. همچنین، برنولاک<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) مدیر مرکز بهره وری کانادا اعتقاد دارد بیشتر مدیران معنی واقعی بهره وری را نمی دانند و اطلاع ندارند که تا چه میزان این موضوع برای سازمان آنها حیاتی و پر اهمیت است، چطور می توانند آن را بهبود ببخشند و چگونه آن را مورد سنجش و تجزیه و تحلیل قرار دهند. تاواری و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) معتقدند که بهره وری تابعی از عوامل بسیار مختلف است که این عوامل تحت تاثیر رسالت، فعالیت، عملیات و عواملی از این قبیل از سازمانی به سازمان دیگر تفاوت دارند. ویس<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) از زاویه دیگری به این موضوع نگریسته و اعلام کرده که بهره وری صرفاً تابع ویژگی های فردی نیست، بلکه به آموزش (سازمانی) و محیط نیز وابسته است.

بهره وری از اساسی ترین دغدغه های افراد، سازمان ها و حتی کشورها بوده و هست؛ به طوری که بسیاری از کشورها عمده برنامه های توسعه خود را بر مبنای افزایش بهره وری منابع انسانی خود قرار داده اند. در نتیجه، طی پانزده سال اخیر افزایش بهره وری در سطح جهان، ۴۵ برابر شده است. (علیرضایی و افشاریان، ۱۳۸۵: ۷۳-۸۹) هرسی و گلداسمیت<sup>۵</sup> (۱۹۸۰) معتقدند یکی از مسائل مهم در فراگرد مدیریت این است که بسیاری از مدیران در نشان دادن ضعف های کارکنان مؤثر هستند، ولی در کمک به علت یابی ضعف ها به همان میزان بهره ور نیستند. به عبارت دیگر، بسیاری از مدیران در شناسایی مسئله قوی هستند، ولی در تشخیص علت یا تحلیل آن ضعیف اند.

بهره وری همواره معلول يك دسته متغیرهای مداخله گر است که روشنایی آن را کدر می کنند. عواملی چون: پایین بودن سطح کیفی انجام امور، ناکارآمد بودن ساختار، ضعف نظام های مدیریتی، فقدان شایسته سالاری

1. Sink

2. Bernolak

3. Tavari

4. Weiss

5. Hersey &amp; Goldsmith

در مدیریت، فقدان بسترهای فرهنگی مناسب برای اجرای طرح‌های مرتبط با بهره‌وری، نارضایتی شغلی کارکنان، فقدان ثبات شغلی مدیران و کارکنان، فقدان اعتماد میان مدیران و کارکنان، نداشتن چشم‌انداز و دوربرد در مدیریت، روشن نبودن مأموریت‌های سازمان، کمبود اخلاقیات کاری در کارکنان، کمرنگ شدن نظام مشارکت کارکنان در درون سازمان، کیفی نبودن نظام مدیریت و دلایل دیگر، بهره‌وری را به صورت متغیری پیچیده درآورده است. (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۵-۱۳۰)

در تایید این موضوع تمامی تحقیقات انجام شده به نوعی به پردازش مسئله بهره‌وری و مسائل مرتبط با آن پرداخته و هرکدام از یک بعد به مسئله بهره‌وری نگاه کرده‌اند. ونانیان و همکاران (۱۳۹۵) به خلأ شغلی، سلامت سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی، انتخاب صحیح کارکنان، آموزش کارکنان، هدف‌گذاری، مدیریت مبتنی بر هدف، نظام پرداخت، شیوه‌های رهبری و ساختار سازمانی اشاره کرده‌اند. شجاعی و همکاران (۱۳۹۵) از مدیریت، انگیزاننده سازمانی، توانمندساز و امکانات و غفاری و همکاران (۱۳۹۴) از ضایع شغلی و حقوق و مزایا و کیانی و رادفر (۱۳۹۴) از عوامل مدیریتی، اجتماعی- روانی، فردی، فرهنگی، محیطی، اقتصادی، ویژگی‌های شخصیتی، آموزش و ارباب رجوع یاد کرده‌اند. محمدی و همکاران (۱۳۹۳) ابعاد مدیریت دانش و کل مدیریت دانش، فراهانی و همکاران (۱۳۹۳) تمامی معیارهای مدیریت کیفیت جامع، انجاری<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) امنیت شغلی، استقلال در محیط کار، پاداش، افزایش حقوق و دستمزد، هالمورس و بلانک<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) نوآوری‌های مربوط به معلم و فناوری اطلاعات را مورد بررسی قرار داده‌اند. دورا آتافیا<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) به محیط کار، افزایش امکانات و تجهیزات مدرسه، ایجاد محیط صمیمی و مطلوب در محیط کار و ارتباطات مطلوب درون سازمانی، ایورسون و زتزیک<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) توجه به روحیات و رفاه کارکنان، آریا و پلیرز<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) سبک‌های تعیین هدف و فرنک و نیوش<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) استعداد را از جمله عوامل موثر بر بهره‌وری می‌دانند. بدین ترتیب، هر یک از اندیشمندان حوزه تربیت بدنی و ورزش به بعضی از ابعاد فرآیند بهره‌وری کارکنان اشاره کرده‌اند، ولی تاکنون یک الگوی فراگیر از ابعاد و شاخص‌های بهره‌وری کارکنان و ارتباط بین آنها ارائه نشده است.

دستیابی به الگوی مناسب بهره‌وری منابع انسانی با توجه به ماهیت سازمان‌های ورزشی، مستلزم شناسایی و اولویت‌بندی عوامل از لحاظ اهمیت طبق معیارها و روش‌های علمی معتبر می‌باشد. شناخت و سطح‌بندی عوامل موثر بر بهره‌وری کارکنان طبق روش‌های دقیق و علمی در فدراسیون‌های ورزشی از جمله فدراسیون والیبال نیز یکی از دغدغه‌های مهم مدیران است؛ چرا که اگر کارکنان فدراسیون والیبال بهره‌ور باشند، می‌توانند سایر منابع را به نحو مطلوب به کار گیرند و انواع بهره‌وری را محقق سازند و گرنه رکود و عقب‌ماندگی، ارمغان منابع انسانی منفعل و بی‌انگیزه خواهد بود. تمامی تحقیقات انجام شده که به نوعی به پردازش مسئله بهره‌وری و مسائل مرتبط با آن پرداخته‌اند، هرکدام از یک بعد به مسئله بهره‌وری نگاه کرده‌اند و در فدراسیون والیبال،

1. Njar
2. Haelermans & Blank
3. Dorah Ataphia
4. Iverson & Zatzick
5. Arraya & Pellissier
6. Franck & Nüesch

هیچ پشتوانه علمی برای آن موجود نمی باشد. لذا تحقیق حاضر در جهت تکمیل این تحقیقات برآمده و ضمن بررسی عوامل موثر و تاثیرگذار در بهره‌وری فدراسیون والیبال، به دنبال پاسخ به این سوال است:

الگوی بهره‌وری فدراسیون جمهوری اسلامی ایران دارای چه ابعادی است؟

## روش شناسی پژوهش

این تحقیق با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت موجود در زمینه الگوی بهره‌وری در فدراسیون والیبال انجام شد. از این رو، در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. تحقیق حاضر با رویکرد طرح اکتشافی توسعه ابزار انجام گرفت که بر این اساس، ابتدا جنبه کیفی تحقیق انجام شده و سپس تحقیق کمی صورت گرفته و در نهایت تفسیر نتایج کیفی و کمی به صورت ترکیبی به دست آمده است. جامعه آماری شامل دو بخش می‌باشد: در بخش کیفی، جامعه آماری را اعضای هیئت علمی دانشگاه آشنا با ادبیات بهره‌وری و مدیران حوزه والیبال تشکیل می‌دادند. در بخش کمی، جامعه آماری شامل گروه متخصصان (۱۰ نفر) و کارشناسان (۱۵۰ نفر)، مدرسان (۲۵ نفر) و گروه مدیران (۱۵ نفر) حوزه پژوهش بود ( $N=200$ ). به دلیل محدود بودن جامعه آماری، نمونه آماری به صورت کل شمار در نظر گرفته شد. ( $n=200$ ) جهت نمونه‌گیری در بخش کیفی برای انجام مصاحبه‌های عمیق از روش نمونه‌گیری هدفمند<sup>۱</sup> و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی<sup>۲</sup> استفاده شد. نمونه آماری در بخش اول (کیفی) با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی به تعداد ۸ نفر از میان اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، آشنا با ادبیات بهره‌وری و دارای مدرک دکترا که حوزه مطالعاتی آن‌ها حداقل به مدت ۱۰ سال پیرامون مدیریت منابع انسانی بوده است، انتخاب شد. نمونه آماری در بخش دوم (کمی) را گروه متخصصان و کارشناسان، مدیران و مدرسان حیطه پژوهش تشکیل می‌داد. در مجموع، براساس مؤلفه‌های برخاسته از الگوی تحقیق، نمونه‌های تحقیق انتخاب شد. روش‌های متعددی برای انجام این کار وجود دارد، اما بهترین روش، میزان ۱۰ نمونه به ازای هر پارامتر موجود در الگوی تحقیق است. (نانولی<sup>۳</sup>، ۱۹۷۸)

## ابزار اندازه‌گیری داده‌ها

برای ساخت پرسشنامه، ابتدا از طریق مصاحبه از روش هدفمند و روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. در این تکنیک، یک گروه اولیه (در انتخاب نمونه آماری جهت مصاحبه‌های عمیق سعی شد تا هم از افراد دارای تحصیلات آکادمیک (اعضای هیئت علمی) و هم از افراد دارای تجربیات مدیریتی در سازمان‌های ورزشی (وزارت ورزش و جوانان و فدراسیون والیبال) جهت مصاحبه انتخاب شوند و سپس گروه‌های بعدی جهت مصاحبه توسط همین گروه معرفی شد و تا زمانی تداوم یافت که پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسید. در نتیجه، با توجه به دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه آشنا با ادبیات بهره‌وری و مطالعه کتب و مقالات علمی و اینترنتی توسط محقق و الگوی برخاسته از تحقیق، ۹ شاخص بهره‌وری در فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران شناسایی شد. در نهایت پرسشنامه‌ای با ۷۱ سوال ۵ گزینه‌ای بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت

1. Purposive

2. Snow ball

3. Nunnally

و دارای گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم با امتیازهای به ترتیب ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ تدوین شد. شاخص‌های بهره‌وری در فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران شامل ۹ عامل می‌باشد. سوالات ۱۹۰ پرسشنامه از ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شده مورد تحلیل قرار گرفت. در این مرحله سوالات پرسشنامه از ۷۱ سوال به ۵۱ سوال تقلیل یافت. ضریب پایایی متغیرهای تحقیق با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای عوامل آموزشی ۰/۸۶، عوامل محیطی ۰/۹۴، عوامل مدیریتی ۰/۹۵، عوامل اقتصادی ۰/۸۲، منابع انسانی ۰/۸۷، عوامل عملکردی ۰/۸۹، عوامل فرهنگ سازمانی ۰/۹۱، عوامل روانی ۰/۹۰ و عوامل ساختار سازمانی ۰/۹۳ به دست آمد.

### روش آماری

تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده نیز در دو بخش انجام گردید: در بخش اول، داده‌های مربوط به ویژگی‌ها طبقه‌بندی و توصیف شد. همچنین معیارهای مرکزی (میانگین) و پراکندگی (انحراف معیار) محاسبه شد. در بخش دوم، جهت بررسی اولیه روایی محتوایی پرسشنامه از نظرات اساتید محترم راهنما، مشاور و تعدادی از استادان مدیریت ورزشی و برای آزمون پایایی سوالات پرسشنامه از ماتریس آنتی ایمپچ<sup>۱</sup> و برای تقلیل سوالات از تحلیل عامل اکتشافی بهره‌گیری شد. به منظور اطمینان از کافی بودن نمونه از معیار کیسر-می‌یر و اکلین (KMO) استفاده گردید. همچنین، برای بررسی برازش الگو بهره‌وری نرم افزارهای SPSS و PLS به کار گرفته شد.

### یافته‌های پژوهش

جهت بررسی اولیه روایی و پایایی سوالات پرسشنامه با استفاده از ماتریس آنتی ایمپچ، سوالات پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت. در این مرحله سوالات پرسشنامه از ۷۱ سوال به ۵۱ سوال تقلیل یافت. نتیجه تحلیلی کاهش سوالات تک تک حیطه‌ها به تفکیک نام عامل در جدول ۲ نمایش داده شده است. در جدول ۲، نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی ۹ عامل، عوامل آموزشی (۷ سوال)، عوامل محیطی (۴ سوال)، عوامل مدیریتی (۱۲ سوال)، عوامل اقتصادی (۶ سوال)، منابع انسانی (۵ سوال)، عوامل عملکردی (۴ سوال)، عوامل فرهنگ سازمانی (۵ سوال)، عوامل روانی (۴ سوال) و عوامل ساختار سازمانی (۴ سوال) نمایش داده شده است. مقدار واریانس تجمعی بالاتر از ۵۰ درصد و KMO و آلفای کرونباخ بالاتر از ۷۰ درصد می‌باشد که نشان دهنده شاخص‌های کفایت مناسب تحلیل عاملی اکتشافی مناسب برای ۹ عامل گزارش داده شده بود.

جدول ۱: تعداد سوالات اولیه و تعداد سوالات باقی مانده به تفکیک نوع عامل

| نام عامل             | تعداد سوالات اولیه | تعداد سوالات باقی مانده |
|----------------------|--------------------|-------------------------|
| عوامل آموزشی         | ۱۱                 | ۷                       |
| عوامل محیطی          | ۵                  | ۴                       |
| عوامل مدیریتی        | ۱۶                 | ۱۲                      |
| عوامل اقتصادی        | ۱۱                 | ۶                       |
| منابع انسانی         | ۶                  | ۵                       |
| عوامل عملکردی        | ۶                  | ۴                       |
| عوامل فرهنگ سازمانی  | ۶                  | ۵                       |
| عوامل روانی          | ۵                  | ۴                       |
| عوامل ساختار سازمانی | ۵                  | ۴                       |
| کل                   | ۷۱                 | ۵۱                      |

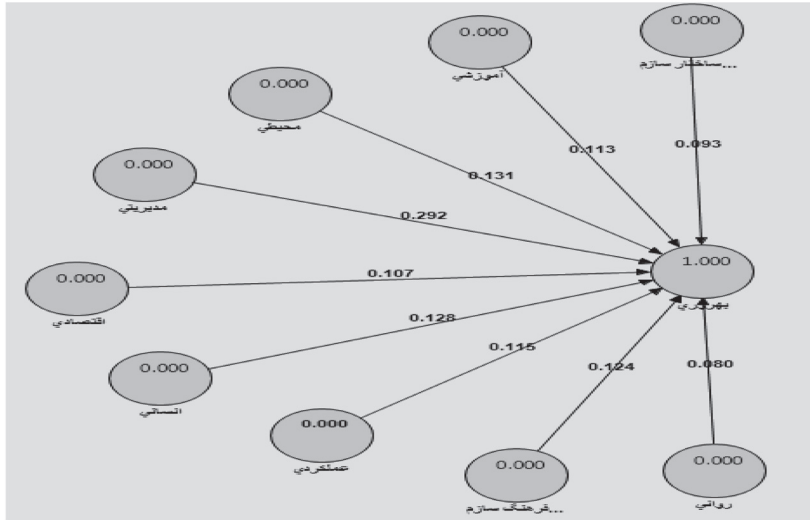
جدول ۲: مقادیر بارهای عاملی به همراه واریانس تجمعی، KMO و آلفای کرونباخ عوامل موثر بر بهره‌وری

| بار عاملی | سوالات عوامل آموزشی                                                                |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------|
| ۰/۹۰      | تعداد اعزام مربیان به کارگاه‌های دانش افزایی معتبر بین المللی                      |
| ۰/۸۶۲     | تعداد میزبانی دوره‌های آموزشی بین المللی جهت افزایش سطح دانش و تخصص مربیان کشور    |
| ۰/۸۷۳     | تعداد میزبانی دوره‌های آموزشی داخلی جهت افزایش سطح دانش و تخصص مربیان کشور         |
| ۰/۶۰۹     | تناسب دوره‌های آموزشی با نیازهای مربیان                                            |
| ۰/۶۲۹     | تعداد سطح ارتقا دوره‌های مربیگری                                                   |
| ۰/۷۰۴     | برگزاری سمینارهای تخصصی والیبال حرفه ای جهت مربیان                                 |
| ۰/۵۶۲     | افزایش اطلاع کارکنان از وظایف و مسئولیت خود در فدراسیون                            |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                            |
| ۵۵/۶۳     | واریانس تجمعی                                                                      |
| ۸۳/۳۰     | KMO                                                                                |
| ۰/۸۶      | آلفای کرونباخ                                                                      |
| بار عاملی | سوالات عوامل محیطی سوالات                                                          |
| ۰/۹۱۱     | میزان استفاده فدراسیون از تجهیزات مورد نیاز تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات            |
| ۰/۹۵۰     | به کارگیری سالن هایی با امکانات استاندارد فدراسیون جهانی والیبال                   |
| ۰/۹۳۴     | برخورداری فدراسیون از سیستم تعمیرات و نگهداری تجهیزات                              |
| ۰/۹۰۲     | میزان برخورداری فدراسیون والیبال از امکانات و تسهیلات رفاهی برای مربیان و بازیکنان |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                            |
| ۸۵/۴۷     | واریانس تجمعی                                                                      |
| ۸۶/۱۰     | KMO                                                                                |

|           |                                                               |
|-----------|---------------------------------------------------------------|
| ۰/۹۴      | آلفای کرونباخ                                                 |
| بار عاملی | سوالات عوامل مدیریتی                                          |
| ۰/۷۴۶     | میزان تفویض اختیار به کمیته‌ها توسط رئیس فدراسیون             |
| ۰/۸۱۸     | تعداد جلسات رئیس فدراسیون با کمیته‌های تخصصی مربوطه           |
| ۰/۶۷۷     | میزان رسیدن به اهداف بلند مدت فدراسیون                        |
| ۰/۸۵۸     | وجود بانک اطلاعاتی منسجم در فدراسیون والیبال                  |
| ۰/۶۷۸     | تناسب سیاست‌های فدراسیون با فدراسیون جهانی والیبال            |
| ۰/۷۵۵     | سرمايه‌گذاري انساني در برنامه ریزی فدراسیون                   |
| ۰/۸۶۶     | میزان دست‌یابی به اهداف استراتژیک فدراسیون                    |
| ۰/۸۸۲     | میزان پرورش بازیکنان حرفه‌ای                                  |
| ۰/۸۷۲     | افزایش سطح کارایی کارکنان فدراسیون                            |
| ۰/۹۰۳     | افزایش مشارکت روسا هیئت‌ها و کمیته‌ها در تعیین اهداف فدراسیون |
| ۰/۷۸۲     | مشارکت رئیس کمیته‌ها در تصمیم‌گیری‌های فدراسیون               |
| ۰/۸۰۸     | میزان ارتباطات سازمانی بین هیئت‌ها و فدراسیون                 |
| مقدار     | شاخص‌های روایی و پایایی                                       |
| ۶۵/۱۶     | واریانس جمعی                                                  |
| ۸۷/۵۰     | KMO                                                           |
| ۰/۹۵      | آلفای کرونباخ                                                 |
| بار عاملی | سوالات عوامل اقتصاد                                           |
| ۰/۵۸۷     | کاهش هزینه‌های اضافه و غیر ضروری در فدراسیون                  |
| ۰/۷۳۸     | میزان هزینه اردوهای تیم‌های ملی در رده‌های مختلف              |
| ۰/۸۹۸     | میزان استفاده از حامیان مالی                                  |
| ۰/۶۱۶     | کسب مقام قهرمانی تیم‌های ملی در رده سنی مختلف                 |
| ۰/۸۲۰     | تعداد برگزاری مسابقات داخلی                                   |
| ۰/۷۳۲     | بهبود رده‌های جهانی و آسیایی تیم‌های ملی در رده سنی مختلف     |
| مقدار     | شاخص‌های روایی و پایایی                                       |
| ۵۴/۷۲     | واریانس جمعی                                                  |
| ۸۰/۳۰     | KMO                                                           |
| ۰/۸۲      | آلفای کرونباخ                                                 |
| بار عاملی | سوالات عوامل انسانی                                           |
| ۰/۸۲      | میزان تناسب بین رشته تحصیلی و شغلی مربیان فدراسیون            |
| ۰/۷۸۱     | شناسایی افراد با استعداد در رده‌های سنی پایه                  |
| ۰/۸۱۳     | به‌کارگیری مربیان و سرمربیان با تجربه در لیگ برتر             |
| ۰/۸۷۹     | دسترس‌سازی کارکنان فدراسیون به منابع و اطلاعات علمی مورد نیاز |
| ۰/۸۱۵     | میزان بهره‌گیری از نیروی متخصص و دانشگاهی کشور در والیبال     |
| مقدار     | شاخص‌های روایی و پایایی                                       |
| ۶۷/۶۱     | واریانس جمعی                                                  |
| ۸۶/۶۰     | KMO                                                           |

|           |                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ۰/۸۷      | آلفای کرونباخ                                                                         |
| بار عاملی | سوالات عوامل عملکردی                                                                  |
| ۰/۸۶۳     | دارا بودن سیستم رفع نقص در فدراسیون                                                   |
| ۰/۹۱۴     | دارا بودن مکانیزم بازخورد در فدراسیون                                                 |
| ۰/۹۲۹     | دارا بودن سیستم ارزشیابی علمی در فدراسیون                                             |
| ۰/۷۷۱     | استفاده از شاخص ها و معیارهای استاندارد در ارزیابی عملکرد فدراسیون                    |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                               |
| ۷۵/۹۷     | واریانس تجمعی                                                                         |
| ۸۰/۸۰     | KMO                                                                                   |
| ۰/۸۹      | آلفای کرونباخ                                                                         |
| بار عاملی | سوالات عوامل فرهنگ سازمانی                                                            |
| ۰/۹۰۶     | میزان نقدپذیری مدیریت فدراسیون                                                        |
| ۰/۸۲      | میزان تبعیت از قوانین و مقررات توسط بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون       |
| ۰/۸۸۹     | میزان تعهد سازمانی و مسئولیت پذیری در نزد بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون |
| ۰/۸۸۹     | میزان استفاده از هوش فرهنگی در بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون            |
| ۰/۸۲۲     | میزان وجدان کاری بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون                          |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                               |
| ۷۵/۰۱     | واریانس تجمعی                                                                         |
| ۸۶/۶۰     | KMO                                                                                   |
| ۰/۹۱      | آلفای کرونباخ                                                                         |
| بار عاملی | سوالات عوامل روانی                                                                    |
| ۰/۹۲۷     | وجود عدالت سازمانی در فدراسیون                                                        |
| ۰/۹۳۰     | میزان برقراری روابط صادقانه و دوستانه بین بازیکنان، مربیان، داوران و عوامل فدراسیون   |
| ۰/۸۸۲     | ایجاد محیط بدون تنش و امن در مسابقات                                                  |
| ۰/۷۹۹     | میزان خلاقیت فردی بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون                         |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                               |
| ۷۸/۵۶     | واریانس تجمعی                                                                         |
| ۸۱/۶۰     | KMO                                                                                   |
| ۰/۹۰      | آلفای کرونباخ                                                                         |
| بار عاملی | سوالات عوامل ساختاری                                                                  |
| ۰/۹۳۰     | میزان رسیدگی به پیشنهادات و انتقادات از سوی فدراسیون                                  |
| ۰/۹۳۶     | وجود سلسله مراتب سازمانی منسجم و مشخص در فدراسیون                                     |
| ۰/۸۵۵     | میزان اجرایی شدن قوانین، مقررات و دستورالعمل ها توسط هیئت های والیبال استان ها        |
| ۰/۹۳۰     | وجود شاخص های استاندارد احراز پست های سازمانی در فدراسیون                             |
| مقدار     | شاخص های روانی و پایایی                                                               |
| ۸۳/۴۰     | واریانس تجمعی                                                                         |
| ۸۲/۴۰     | KMO                                                                                   |
| ۰/۹۳      | آلفای کرونباخ                                                                         |

جهت برازش الگوی مفهومی تحقیق، با استفاده از نرم افزار PLS عوامل موثر بر بهره‌وری فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران برازش گردید.



نمودار ۱: مدل برازش شده با استفاده از نرم افزار PLS

براساس الگوی برازش داده شده، همه متغیرهای عوامل آموزشی، عوامل محیطی، عوامل مدیریتی، عوامل اقتصادی، منابع انسانی، عوامل عملکردی، عوامل فرهنگ سازمانی، عوامل روانی و عوامل ساختار سازمانی تاثیر مثبت بر بهره‌وری داشت. (نمودار ۱)

جدول ۳: ضرایب بتا، خطای استاندارد و سطح معناداری متغیرهای تاثیر گذار بر بهره‌وری

| سطح معناداری | آماره آزمون | خطای استاندارد | مقدار ضریب $\beta$ |                      |
|--------------|-------------|----------------|--------------------|----------------------|
| $0.001 < 0$  | ۱۱/۳۲       | ۰/۰۰۹۹         | ۰/۱۱               | عوامل آموزشی         |
| $0.001 < 0$  | ۹/۶۳        | ۰/۰۱۱۲         | ۰/۱۱               | عوامل اقتصادی        |
| $0.001 < 0$  | ۱۷/۱۷       | ۰/۰۰۷۴         | ۰/۱۳               | عوامل انسانی         |
| $0.001 < 0$  | ۷/۱۹        | ۰/۰۰۹۷         | ۰/۰۸               | عوامل روانی          |
| $0.001 < 0$  | ۱۴/۶۳       | ۰/۰۰۶۳         | ۰/۰۹               | عوامل ساختار سازمانی |
| $0.001 < 0$  | ۱۵/۱۹       | ۰/۰۰۷۵         | ۰/۱۱               | عوامل عملکردی        |
| $0.001 < 0$  | ۱۵/۵۳       | ۰/۰۰۸۰         | ۰/۱۲               | عوامل فرهنگ سازمانی  |
| $0.001 < 0$  | ۱۶/۲۴       | ۰/۰۰۸۰         | ۰/۱۳               | عوامل محیطی          |
| $0.001 < 0$  | ۱۶/۹۸       | ۰/۰۱۷۲         | ۰/۲۹               | عوامل مدیریتی        |

براساس نتایج جدول ۳ می‌توان گفت که عوامل مدیریتی، عوامل محیطی، عوامل انسانی، عوامل فرهنگ سازمانی، عوامل آموزشی، اقتصادی، عملکردی، عوامل ساختار سازمانی و عوامل روانی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر بهره‌وری نشان داده‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

سال‌هاست که بهره‌وری به یکی از مهمترین و رایج‌ترین مفاهیمی تبدیل شده که ذهن و فکر انسان را به خود مشغول ساخته است. رسالت اصلی علم مدیریت، دستیابی به بهره‌وری بیشتر است که این امر همواره مورد توجه مدیران برای اداره و مهندسی مجدد سازمان‌ها بوده است. با توجه به این که بهره‌وری تابعی از عوامل بسیار زیاد است و این عوامل با توجه به ماهیت، رسالت، فعالیت، عملیات و فاکتورهایی از این قبیل، از سازمانی به سازمان دیگر تفاوت دارد و نیز میزان تاثیر و اهمیت این عوامل بر بهره‌وری سازمان‌های مختلف یکسان نیست، بنابراین سازمان‌ها نمی‌توانند که در تمام زمینه‌ها و جنبه‌های تاثیرگذار وارد شوند. ضرورتاً برای رسیدن به بالاترین میزان بهره‌وری، ابتدا لازم است طبق معیارها و ضوابط علمی این عوامل از لحاظ اهمیت برای سازمان شناسایی و اولویت بندی شوند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که نه عامل به ترتیب زیر بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیرگذار می‌باشند: عوامل مدیریتی، عوامل محیطی، عوامل انسانی، عوامل فرهنگ سازمانی، عوامل آموزشی، اقتصادی، عملکردی، عوامل ساختار سازمانی و عوامل روانی. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات شجاعی و دیگران (۱۳۹۵)، محمدی و دیگران (۱۳۹۳)، کومار و همکاران (۲۰۱۷) و بیسونگ (۲۰۱۴) همخوان می‌باشد؛ یعنی هر قدر میزان تفویض اختیار به کمیته‌ها توسط رئیس فدراسیون، تعداد جلسات رئیس فدراسیون با کمیته‌های تخصصی مربوطه، میزان رسیدن به اهداف بلند مدت فدراسیون، وجود بانک اطلاعاتی منسجم در فدراسیون والیبال، تناسب سیاست‌های فدراسیون با فدراسیون جهانی والیبال، سرمایه‌گذاری انسانی در برنامه‌ریزی فدراسیون، میزان دستیابی به اهداف استراتژیک فدراسیون، میزان پرورش بازیکنان حرفه‌ای افزایش یابد، بهره‌وری فدراسیون والیبال نیز افزایش می‌یابد. در تایید این موضوع چو و لویس (۲۰۱۲) بیان می‌کنند مدیران ژرف اندیش به خوبی می‌دانند که سازمان به معنای جمعی از کارکنان با روحیات، علائق، افکار، دانش و شرایط فیزیکی متفاوت است که بدون آنها سازمان هرگز وجود خارجی پیدا نمی‌کند. اهمیت مسئله فوق باعث شده است که به بهره‌وری منابع انسانی و تعیین جایگاه و سهم آن در تولید کالا و خدمات بیش از پیش توجه شود. یکی از راهبردهای بهره‌وری نیز توجه به نقش نیروی انسانی است. نقش و اهمیت مدیریت چه در جامعه و چه در سازمان‌ها بر کسی پوشیده نیست. نیروی ماهر مدیریتی به عنوان نبض تپنده سازمان و عامل شکست و یا پیروزی برنامه‌های یک سازمان تلقی می‌گردد. بنابراین در اجرای موفق یک برنامه، بهبود بهره‌وری منابع انسانی در بخش سلامت و نقش مدیریت و سبک آن را در اداره امور نباید نادیده گرفت.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل محیطی نیز بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات راستگو (۱۳۹۳)، آقایی (۱۳۹۲)، انجار (۲۰۱۵) و اسید و همکاران (۲۰۱۴) همخوان می‌باشد. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که با افزایش میزان استفاده فدراسیون از تجهیزات مورد نیاز فناوری اطلاعات

و ارتباطات، به کارگیری سالن‌هایی با امکانات استاندارد فدراسیون جهانی والیبال، برخورداری فدراسیون از سیستم تعمیرات و نگهداری تجهیزات و میزان برخورداری فدراسیون والیبال از امکانات و تسهیلات رفاهی برای مربیان و بازیکنان، بهره‌وری فدراسیون والیبال نیز افزایش می‌یابد. جانعلی نژاد (۱۳۸۰) بیان می‌کند که مدیران سازمان‌های امروزی به ویژه مدیران سازمان‌های ورزشی با محیطی مواجه‌اند که کاملاً با گذشته متفاوت است و تغییر، شاخص اصلی چنین محیطی می‌باشد. در این محیط، شرایط به طور مداوم و پیوسته دچار تغییر و تحول می‌شود و مدیران هر روز با چالش‌های جدید مروب‌به‌رو می‌گردند و برای بقای سازمان‌های خود ملزم به افزایش دادن قدرت انعطاف‌پذیری جهت افزایش بهره‌وری خود هستند. ویس (۲۰۰۶) از زاویه دیگری به این موضوع نگرسته و اعلام کرده که بهره‌وری صرفاً تابع ویژگی‌های فردی نیست، بلکه به آموزش (سازمانی) و محیط نیز وابسته است. پیشرفت در یک محیط متغیر، یکی از حیاتی‌ترین مهارت‌های جدید برای انسان‌های امروزی است. ادواردسون و دورست (۲۰۱۳) بر این باورند که افراد باید نحوه بهره‌برداری از محیط در حال تغییر را بیاموزند. سازگار بودن با محیط، شرط بقا در آینده و لازمه افزایش بهره‌وری در هر سازمانی است. در این شرایط است که مقوله‌ای بنام «مدیریت تغییر» پیش می‌آید. مدیریت تغییر به معنای مهارت‌هایی است که برای پیشرفت در محیط متغیر مورد نیاز می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که شرایط محیطی مناسب، از جمله عواملی است که می‌تواند بهره‌وری فدراسیون والیبال را افزایش دهد.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل انسانی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات راستگو (۱۳۹۳)، غفاری و دیگران (۱۳۹۳)، پنیگینا و همکاران (۲۰۱۷) و انجار (۲۰۱۵) همخوان می‌باشد. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که با افزایش میزان تناسب بین رشته تحصیلی و شغلی مربیان فدراسیون، شناسایی افراد با استعداد در رده‌های سنی پایه، به کارگیری مربیان و سرمربیان با تجربه در لیگ برتر، دسترسی کارکنان فدراسیون به منابع و اطلاعات علمی مورد نیاز و میزان بهره‌گیری از نیروی متخصص و دانشگاهی کشور در والیبال می‌توان بهره‌وری فدراسیون والیبال را افزایش داد. عنصر اساسی در هرگونه تلاش برای بهبود بهره‌وری، نیروی انسانی است. در تاریخچه بهره‌وری، ابتدا توجه کمی به بهره‌وری نیروی انسانی می‌شد و بیشتر پیشرفت‌ها در زمینه‌ای از بهره‌وری بود که آن را «بهره‌وری سرمایه» می‌خواندند. (سیدجوادین و عطاردی، ۱۳۸۴) امروزه سازمان‌ها برای حفظ خویش در دنیای متغیر کنونی در تلاش طاق‌ت‌فرسایی به سر می‌برند. این تلاش در بردارنده رشد و هماهنگی با تغییرات بازار، بهسازی کیفیت محصولات و حفظ تعادل و توازن است. بی‌تردید، تحقق پیشرفت سازمان به استعداد و انرژی و عملکرد کارکنان بستگی دارد و بر منابع و نیروی انسانی به عنوان یک مزیت رقابتی منحصر به فرد و سرمایه عمده سازمانی مطرح و تاکید می‌شود. (لاجیلی، ۲۰۰۶)

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل فرهنگ سازمانی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات عاشوری (۱۳۹۱) همخوان می‌باشد. با افزایش میزان نقدپذیری مدیریت فدراسیون، میزان تبعیت از قوانین و مقررات توسط بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون، میزان تعهد سازمانی و مسئولیت‌پذیری در نزد بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون، میزان استفاده از هوش فرهنگی در بازیکنان،

مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون، میزان وجدان کاری بازیکنان، مربیان، داوران و کارکنان فدراسیون، بهره‌وری فدراسیون والیبال افزایش می‌یابد. فرهنگ در یک سازمان، به مثابه شخصیت در یک انسان است. مفروضاتی بنیانی، اعتقادات، باورها، هنجارها و ارزش‌ها به عنوان «مبانی فرهنگی یک سازمان»، شالوده وجودی آن را تشکیل می‌دهد و نقطه تمیز خوب و بد را مشخص می‌نماید. فرهنگ هر سازمانی به عنوان عامل اساسی در شکل بخشیدن بدان، تأثیر بسزایی بر ساختار و طرح سازمان، محیط داخلی و خارجی سازمان، فناوری و نیروی انسانی و از همه مهمتر بهره‌وری و راهبردهای سازمان دارد. فرهنگ، بایدها و نبایدها را مشخص می‌کند و قالب رفتاری سازمان را شکل می‌دهد. با وجود یک فرهنگ قوی و منسجم، افراد ضمن کسب آگاهی بیشتر پیرامون اهداف و راهبردهای سازمان، نسبت به ارزش‌ها و هنجارها، احساس مسئولیت و تعهد و از کار احساس رضایت می‌کنند که این در کنار مدیریت قوی موجب بهبود روحیه و انگیزش عملکرد سازمانی بهره‌وری کارکنان می‌گردد. شوقی و نظری (۱۳۹۱) در نتایج تحقیقات خود بیان می‌کنند که فرهنگ سازمانی به ایجاد زمینه‌ای برای همکاری و انجام کارهای تیمی، فراهم آوردن امکان ابراز عقیده برای انجام بهتر کار و تلاش برای ایجاد نگرش توجه به بهره‌وری کارکنان در سازمان اشاره دارد. می‌توان چنین گفت که فرهنگ سازمان، نقش مهمی در ارتقا و یا کاهش بهره‌وری سازمان ایفا می‌نماید. فرهنگ سازمان می‌تواند تشویق‌کننده تنبلی و تن‌پروری و یا پرکاری و تلاش، کیفیت و دقت در انجام کارها باشد. فرهنگ سازمان می‌تواند مانع بهره‌وری و یا تسهیل‌کننده آن در مجموعه سازمان باشد.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل آموزشی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تأثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات غفاری و دیگران (۱۳۹۴)، راستگو (۱۳۹۳) و اسید و همکاران (۲۰۱۴) همخوان می‌باشد. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که با افزایش تعداد اعزام مربیان به کارگاه‌های دانش‌افزایی معتبر بین‌المللی، تعداد میزبانی دوره‌های آموزشی بین‌المللی جهت افزایش سطح دانش و تخصص مربیان کشور، تعداد میزبانی دوره‌های آموزشی داخلی جهت افزایش سطح دانش و تخصص مربیان کشور و تناسب دوره‌های آموزشی با نیازهای مربیان، بهره‌وری فدراسیون افزایش می‌یابد. برخلاف تحقیق حاضر، ابیلی و جاهد (۲۰۰۹) عوامل مرتبط با آموزش و فرصت‌های تحصیلی را از عوامل سازمانی مؤثر بر بهره‌وری مدیران میانی شناسایی نمودند. برخی از پژوهشگران نیز در تحقیقات خود بیان می‌کنند که عوامل آموزشی (آموزش و بازی، حضور در سمینارها و کنفرانس‌ها، کارگاه‌های آموزشی، فرصت‌های مطالعاتی، تشویق به پیوستن در رقابت برای کسب اطلاعات و دانش جهانی و بالا بردن مهارت‌های مربوط به فناوری‌های نوین) از عوامل بسیار مهم بر بهره‌وری است و نبود برنامه‌های آموزشی از موانع عمده بهره‌وری محسوب می‌شود. (جین، ۲۰۰۰) بدیهی است که افراد هر چقدر از دانش و آموزش بهتری در زمینه کار خود برخوردار باشند، فرآیند یادگیری آنها بهتر است و به ارائه اندیشه‌ها و نظریات مفید تری برای بهبود کار می‌پردازند. امروزه آموزش و بهسازی منابع انسانی به عنوان یکی از راهبردهای اصلی سازمان‌ها برای سازگاری مثبت با شرایط تغییر قلمداد می‌شود. حیات سازمان‌ها تا حدود زیادی به دانش و مهارت‌های مختلف کارکنان بستگی دارد. هر چه این زمینه‌ها به موقع و بهتر باشد، قابلیت سازگاری سازمان با محیط متغیر نیز بیشتر می‌شود.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل اقتصادی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات راستگو (۱۳۹۳)، انجار (۲۰۱۵) و هالکا و بوسینیکس (۲۰۱۰) همخوان می‌باشد. لذا مدیران فدراسیون والیبال با کاهش هزینه‌های اضافه و غیر ضروری در فدراسیون، میزان هزینه اردوهای تیم‌های ملی در رده‌های مختلف، میزان استفاده از حامیان مالی، کسب مقام قهرمانی تیم‌های ملی در رده سنی مختلف، تعداد برگزاری مسابقات داخلی و بهبود رده‌های جهانی و آسیایی تیم‌های ملی در رده سنی مختلف می‌توانند بهره‌وری فدراسیون والیبال را افزایش دهند.

نوسانات و تغییرات اقتصادی کشور مانند سطح عمومی پرداخت حقوق و دستمزد در کشور و شرایط عمومی اقتصاد جامعه مثل بیکاری و تورم می‌توانند در سطح بهره‌وری تاثیر داشته باشند. عوامل اجتماعی نظیر وجود روابط اجتماعی مبتنی بر همکاری و مودت، انضباط اجتماعی، سطح آموزش عمومی جامعه، ترکیب جمعیت، نرخ رشد جمعیت، سطح سواد و بهداشت و نرخ بیکاری نیز در بهره‌وری سازمان‌ها موثر می‌باشند.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل عملکردی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات عاشوری (۱۳۹۱)، هریس و ساس (۲۰۱۴) و هالمورس و بلانک (۲۰۱۲) همخوان می‌باشد. نتایج نشان داد که با دارا بودن سیستم رفع نقص در فدراسیون، مکانیزم بازخورد در فدراسیون، سیستم ارزشیابی علمی در فدراسیون و استفاده از شاخص‌ها و معیارهای استاندارد در ارزیابی عملکرد، بهره‌وری فدراسیون والیبال افزایش می‌یابد. در عین حال، امروزه بسیاری از نظام‌های منابع انسانی و مدیریت معمول، مناسب به نظر نمی‌رسند و الگوهای قدیمی ناکارآمد تلقی می‌شوند. طی دهه اخیر، بسیاری از سازمان‌ها دریافته‌اند که در عمل فاقد نظام ارزشیابی عملکردی که بتوان از طریق آن اولویت‌ها و اهداف خود را به کارکنان انتقال داد و بهسازی آنها را پی گرفت، هستند. (استردویک، ۲۰۰۵) ارزشیابی عملکرد، انگیزش را در کارمندان زیاد می‌کند و ظرفیت‌های آموزشی و فعالیت‌های تحقیقی کارمندان را افزایش می‌دهد. ارزشیابی عملکرد، مرحله‌ای در جهت جبرگرایی نتایج کاری کارمندان است. نتایج ارزشیابی‌نگاهی بر چگونگی افزایش موقعیت‌های کاری خوب، پیدا کردن سیستم‌های مدیریتی صلاحیت‌دار و توسعه پرسنل موفق دارد. ارزشیابی عملکرد، یک مهارت مدیریتی است که برای تصمیم‌گیری استفاده می‌شود (ترفیعات، انتقال و حقوق) و برای توسعه کارمندان است. نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل ساختار سازمانی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات ونانیان و دیگران (۱۳۹۵) و ایورسون و زتریک (۲۰۱۱) همخوان می‌باشد. ساختار سازمانی نه تنها بر روی بهره‌وری اثر مستقیم و عمده‌ای دارد و بدینوسیله بر امکانات ارضای نیازها از طریق استفاده از خدمات تاثیر می‌گذارد، بلکه موجب گردش اطلاعات در داخل سازمان می‌گردد و مدیران را در تخصیص منابع و دارایی‌های سازمان یاری می‌دهد. سازمانی که در پی توسعه یک فرآیند بهره‌وری است، علاوه بر آگاه‌سازی، باید بلافاصله در جهت ایجاد مسئولیت‌های مشخص و جوابگویی‌های روشن در قبال بهبود بهره‌وری، در میان مدیران و کارکنان خود اقدام نماید.

ساختار نامناسب و توزیع نادرست کمی و کیفی نیروی انسانی در بخش‌های مختلف می‌تواند اثر منفی بر

بهره‌وری منابع انسانی و در نهایت بهره‌وری کل داشته باشد. لذا مدیران فدراسیون والیبال می‌توانند با توجه به میزان رسیدگی به پیشنهادات و انتقادات از سوی فدراسیون، وجود سلسله مراتب سازمانی منسجم و مشخص در فدراسیون، میزان اجرایی شدن قوانین، مقررات و دستورالعمل‌ها توسط هیئت‌های والیبال استان‌ها و وجود شاخص‌های استاندارد احراز پست‌های سازمانی در فدراسیون، بهره‌وری این فدراسیون را افزایش دهند.

نتایج این پژوهش نشان داد که عوامل روانی بر بهره‌وری فدراسیون والیبال تاثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیقات راستگو (۱۳۹۳) همخوان می‌باشد. انسان نه تنها برای برطرف کردن نیازهای مادی به دیگران رو می‌آورد، بلکه برای ارضای تمام نیازهای روانی و سطح بالاتر نیز به گروه و ارتباط اجتماعی وابسته است. افرادی که بنا به دلایلی قادر به ایجاد روابط خوبی با دیگران نیستند، اغلب دچار افسردگی، اضطراب، احساس بی‌هوگی و انزوای اجتماعی هستند. در واقع، نحوه کیفیت برقراری ارتباط تاثیر بسزایی در حل مشکلات، موانع و تعارضات دارد. برای مثال تحقیقات نشان می‌دهد که حدود ۶۰ درصد اختلافات محیط کاری و خانوادگی ناشی از خوب گوش نکردن است و ناکامی ناشی از عدم ایجاد ارتباط موثر باعث عدم تفاهم، بی‌علاقگی به کار و زندگی، کاهش قدرت تولید، ناکامی، خصومت، عدم اعتماد به نفس و فقدان شور و نشاط می‌شود. مشکلات ارتباطی در محیط کار باعث از دست دادن شغل، بی‌انگیزگی، ناامیدی، غیبت، کم‌کاری، عدم مکاری لازم جهت انجام وظایف، بی‌دقتی، بی‌ثباتی خلق و کاهش بهره‌وری می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده به طور کلی می‌توان گفت که برای بهبود بهره‌وری فدراسیون والیبال باید برنامه‌های اجرایی و طرح‌های لازم تدوین شوند. از طرفی، نقش فدراسیون والیبال به عنوان یکی از سیاست‌گذاران در این رشته ورزشی در کشور بر کسی پوشیده نیست و مهمترین اقدام برای اصلاح و تقویت هر سازمانی از جمله فدراسیون والیبال، گرایش به تحول ساختارهای اقتصادی - اجتماعی در جهان و حرکت از یک جامعه تولیدی به سوی یک جامعه شناختی یا به عبارتی، یک جامعه اطلاعاتی است.

## منابع

- آقایی، نجف. (۱۳۹۲). «بررسی مقایسه‌ای تأثیر عوامل دموگرافی، اقتصادی و اجتماعی بر بهره‌وری نیروی انسانی در آموزش و پرورش شهر تهران». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. دوره ۷، شماره ۱۴، ص ۱۱۳-۱۳۰.
- جانعلی‌نژاد، محمد. (۱۳۸۰). «بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان دانشگاه تربیت مدرس». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- راستگو، سمانه. (۱۳۹۳). «طراحی مدل مفهومی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی در فدراسیون‌های ورزشی ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- سیدجواد، سید رضا و عطاردی، محمدرضا. (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری کارکنان دانش‌مدار در صنعت خودرویی ایران». همایش ملی بهره‌وری و توسعه، تبریز.
- شجاعی، سعید؛ جمالی، غلامرضا و منطقی، نیکزاد. (۱۳۹۵). «شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی. دوره ۸، شماره ۲، ص ۱۶۱-۱۸۱.
- شوقی، بهزاد و نظری، ستار. (۱۳۹۱). ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی (مفاهیم، تعاریف و نظریه‌ها). تهران: انتشارات رازنهان
- طالقانی، غلامرضا؛ تنعمی، محمد مهدی؛ فرهنگی، علی اکبر و زرین‌نگار، محمد جعفر. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری (مطالعه موردی: بانک سامان)». دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، دوره ۲، شماره ۳، ص ۱۱۵-۱۳۰.
- طاهری، شهنام. (۱۳۸۳). بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان. تهران: نشرهستان
- عاشوری، فیروزه. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی در شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- علیرضایی، محمدرضا و افشاریان، محسن. (۱۳۸۵). «محاسبه رشد بهره‌وری کل عوامل و بررسی تغییرات کارایی و تکنولوژی به کمک مدل‌های تعمیم یافته تحلیل پوششی داده‌ها؛ با یک مطالعه موردی در میدان‌های نفتی». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی. دوره ۳، شماره ۶، ص ۷۳-۸۹.
- غفاری، محمد؛ میر سعیدی، سید مسعود؛ سلیمان‌پور، جواد و تقی‌پور، حسینعلی. (۱۳۹۴). «ارائه الگوی پیش‌بینی عوامل فردی و آموزشی (سازمانی) مؤثر بر بهره‌وری». فصلنامه روانشناسی تربیتی، دوره ۳۲، شماره ۱۰، ص ۱۵۶-۱۸۴.
- فراهانی، ابوالفضل؛ کاشف، میر محمد؛ غلام‌زاده؛ یامچی، ایوب و خدادادی، محمدرسول. (۱۳۹۳). «ارتباط مدیریت کیفیت جامع با بهره‌وری در ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان شرقی». مدیریت ورزشی (حرکت). دوره ۶، شماره ۱، ص ۱-۱۷.
- کیانی، ندا و رادفر، رضا. (۱۳۹۴). «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بهره‌وری سازمان با استفاده از مدل دیماتل». مدیریت بهره‌وری. دوره ۹، شماره ۳۵، ص ۱۱۱-۱۳۰.

● محمدی، زرگر؛ هنری، حبیب و کشکر، سارا. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه زیرسیستم های مدیریت دانش در سازمان یادگیرنده و بهره وری منابع انسانی در فدراسیون های ورزشی منتخب». مدیریت ورزشی (حرکت). ۱(۱)۶، ۵۷-۷۴.

● ونائیان، کبری؛ محمدی، مهدی؛ عظیمی و خبازان، فرنوش. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه عوامل سازمانی با بهره وری کتابداران کتابخانه های عمومی استان همدان». فصلنامه دانش شناسی، دوره ۹، شماره ۳۵، ص ۱۲۳-۱۳۵.

- Abili, K. H., Jahed, H. (2009). **“Determining related organizational factors to productivity of middle managers”**. Journal of Psychology & Training Sciences, 1(39), 158- 178.
- Arraya, M., Pellissier, R. (2013). **“Productivity measurement in a sports organization”**. Southern African Business Review, 17(1), 98- 127.
- Bernolak, A. (1996). **“Effective use of water (EUW) and not water-use efficiency (WUE) is the target of crop yield improvement under drought stress”**. Field Crops Research, 112(2– 3), 119-123.
- Besong, J. B. (2014). **“Principals’ administrative effectiveness and staff productivity in selected secondary school in south west region, Cameroon”**. International Journal of Academic Research in Management (IJARM), 3(2), 155- 166.
- Cho, Y. J., Lewis, G. B. (2012). **“Turnover intention and turnover behavior: implications for retaining federal employees”**. Review of Public Personnel Administration, 32(1), 4- 23.
- Dorah Ataphia, B. (2011). **“The impact of environment on productivity in secondary schools”**. African Journal of Education and Technology, 1(1), 116-122.
- Edvardsson, I. R., Durst, S. (2013). **“Does knowledge management deliver the goods in SMEs?”**. Business and Management Research, 2(2), 52.
- Essid H., Ouellette P., Vigeant S., (2014). **“Productivity, efficiency, and technical change of Tunisian schools: A bootstrapped Malmquist approach with quasi-fixed inputs”**. Omega, 42(1), 88-97.
- Haelermans, C., Blank, J. (2012). **“Is a schools’ performance related to technical change? A study on the relationship between innovations and secondary school productivity”**. Computers & Education, 59(3), 884- 892.
- Halkos, G., Bousinakis, D. (2010). **“The effect of stress and satisfaction on productivity”**. International Journal of Productivity and Performance Management, 59 (5), 415 - 431.

- Hersey, P., Goldsmith, M. (1980). **“A situational approach to performance planning”**. Training and Development Journal, 34(11), 38.
- Iverson, R.D., Zatzick, C.D. (2011). **“The effects of downsizing on labor productivity: The value of showing consideration for employees› morale and welfare in high-performance work systems”**. Human Resource Management, 50 (1), 29- 44.
- Jain, P. (2000). **“Perceptions on empowerment and productivity in academic and public libraries in Botswana”**. Library Management, 19 (1), 49- 58. .
- Kumar, S., Duhan, M., Haleen, A. (2017). **“Evaluation of factors important to enhance productivity”**. Cagat Engineering, 3, 1- 13.
- Lajili, K., Zeghal, D. (2006). **“Market performance impacts of human capital disclosures”**. Journal of Accounting and Public Policy, 25,171-194.
- Njar, K. (2015). **“Factors perceived to influence employees’ performance; a case of the kenyan state law office”**. Journal of Business & Economic Policy, 2(3), 214- 220.
- Pinigina, G., Kondrina, I., Smagina, S., Tatsienko, V., Meshkov, A. (2017). **“The impact of human factor on labor productivity at the mining enterprises”**. In E3S Web of Conferences, 15(4), EDP Sciences.
- Sink, D. (2000). **“The role of measurement in achieving world class quality and productivity management”**. Industrial Engineering, 23(6), 156- 169.
- Tangen, S. (2004). **“Performance measurement, from philosophy to practice”**. International Journal of Productivity and Performance Management, 53(8), 726-737.
- Tavari, M., Sokhakeian, M., Mirnejad, S. A. (2008). **“Identification & prioritize the factors affecting the productivity of human resources with MADM Technique”**. Journal of Industry Management, 1(5), 156- 162.
- Weiss, W, H. (2006). **“Oraganizing for quality, productivity and job satisfaction”**. Supervision, 63(2), 13-15.



## جایگاه ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران

ندا اسدی<sup>۱</sup>

فرشاد تجاری<sup>۲</sup>

زینت نیک‌آیین<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۲۷

قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران در جهت هموارسازی توسعه کشور در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تدوین می‌شوند. این قوانین بیانگر و منعکس‌کننده دغدغه‌های قانون‌گذار در امر توسعه کلان ایران می‌باشد؛ به این معنا که موضوعاتی که در این قوانین طرح شده‌اند، هم فراگیر و هم از درجه بالایی از اهمیت برخوردار هستند. هدف از این پژوهش، بررسی جایگاه ورزش در شش قانون برنامه پنج‌ساله کشور است. این پژوهش از نوع توصیفی و بر پایه مطالعه اسناد قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران بود که بر اساس روش تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفتند. بررسی شش قانون برنامه توسعه کشور در حوزه ورزش نشان می‌دهد که روند میزان توجه به مقوله ورزش در قانون دوم افزایش زیادی داشته، سپس در قانون سوم کاهش یافته و تا برنامه پنج‌ساله ششم روندی تاحدودی یکنواخت را در پیش گرفته است. توجه نسبتاً کافی به مخاطبان نوجوان و جوان در برنامه‌های توسعه انجام گرفته، اما این میزان توجه به افراد کمتر برخوردار از امکانات و تسهیلات ورزشی مشاهده نمی‌شود. همچنین اگرچه در بیشتر موارد تفکیک جنسیتی صورت نگرفته، اما در برخی مواد و تبصره‌ها بر ایجاد امکانات ورزشی خاص برای دختران و زنان در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه تأکید گردیده است. بعلاوه،

۱. دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استاد تمام، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Farshad.tojari@gmail.com

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

میزان توجه قانون‌گذار در امر ورزش همگانی سیر یکنواخت داشته، در حالی که به مقوله ورزش قهرمانی و حرفه‌ای توجه بسیار کمتری معطوف شده است. به طور کلی با توجه به میزان توجه قانون‌گذاران به مقوله ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله کشور، رویکرد نظام‌مندی جهت تدوین و توسعه قوانین در این زمینه مشاهده نمی‌شود.

**واژگان کلیدی:** قانون، ورزش، توسعه، برنامه‌های پنج‌ساله و ایران

## مقدمه

جایگاه ورزش در توسعه ایران بر کسی پوشیده نیست. صرف نظر از موفقیت‌های ورزشی که سبب ایجاد حس غرور ملی می‌شود، ورزش می‌تواند به عنوان روشی کارآمد برای ایجاد ساختاری صلح‌آمیز در جامعه باشد؛ به طوری که به یاری ورزش می‌توان محیطی را درست کرد که در آن مردم با هم متحد شوند و برای رسیدن به هدفی واحد تلاش کنند. (فدایی ده چشمه و همکاران، ۱۳۹۵) ورزش حتی در دیپلماسی یک کشور نیز می‌تواند نقش داشته باشد، هر چند ایران تاکنون به سبب نداشتن راهبرد واحد در زمینه دیپلماسی ورزش و دید «حیات خلوت» به ورزش، بسیاری از فرصت‌ها را برای توسعه روابط بین الملل خود از این طریق از دست داده است. (شریعتی فیض آبادی و گودرزی، ۱۳۹۴) پژوهش‌های جدید نیز ابعاد تازه‌ای از اهمیت ورزش را نمایان ساخته است. برای مثال، در پژوهشی میدانی که بر روی تعدادی دانشجو در یکی از دانشگاه‌های اسپانیا در بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ انجام شده است، نشان داد که آن دسته از دانشجویانی که در برنامه‌های ورزشی مشارکت داشته‌اند نسبت به دسته دیگر که مشارکت نداشته‌اند، نمرات تحصیلی بالاتری کسب کردند. (منوز بلون و همکاران، ۲۰۱۷) کاربرد ورزش در شاخه‌های جدید نیز توسعه یافته است؛ به طوری که هم‌اکنون بحث ورزش الکترونیکی<sup>۱</sup> و اختصاص مدال به آن در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۲ مطرح است. (هالمن و ژیل، ۲۰۱۸) ورزش در حوزه اقتصادی نیز درصد بالایی از گردش مالی کشورها را به خود اختصاص می‌دهد. حدود ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی<sup>۲</sup> ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا با بیش از نیم میلیارد نفر جمعیت به ورزش تعلق دارد که این درصد برابر با حدود ۲۹ میلیارد یورو می‌باشد. (ملک‌زاده سقزچی و توسلی نائینی، ۲۰۱۶) از طرف دیگر، نتایج عملی میزان توجه قانون‌گذاران به یک موضوع فراگیر و اجتماعی مانند ورزش را می‌توان در لایه‌های قوانین مصوب جستجو کرد. با پیشرفت جامعه و تغییر نیازهای فردی و اجتماعی، به شکل منطقی و متناسب با تغییر شرایط و اوضاع و احوال، قوانین نیز باید به روز شوند. بنابراین مراجع، قانون‌گذاران و حقوق‌دانان در وضع قوانین مدنی باید به تحولات اساسی در روابط افراد توجه کنند تا جامعه و افراد دچار مشکلات حقوقی و هنجاری نشوند. (قاضی طباطبایی و فتحی، ۱۳۹۴) خط مشی یا سیاست‌های کلان که مبنای تدوین قوانین در جامعه هستند، محصول به کارگیری نفوذ سیاسی هستند و تعیین می‌کنند که دولت چه فعالیت‌هایی را در چه حوزه‌هایی باید انجام دهد.

برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، به مجموعه برنامه‌های میان‌مدتی گفته می‌شود که به صورت پنج ساله و توسط دولت وقت تنظیم می‌گردد و به تصویب مجلس شورای اسلامی می‌رسد. پس از انقلاب اسلامی به دلایل مختلفی که مهم‌ترین آن‌ها وقوع هشت سال جنگ بین ایران و عراق بوده است، امکان تدوین برنامه‌های توسعه کشور وجود نداشت؛ به طوری که نخستین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور پس از پایان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران [در سال ۱۳۶۸] برای سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۳ تدوین گردید. (قوتی سفیدسنگی و همکاران، ۱۳۹۶)

بی تردید افراد جامعه، قانون برنامه را شاخصی برای ارزیابی میزان تعهد و پایبندی نهادهای قانون‌گذاری و

1. eSport

2. Gross Domestic Product (GDP)

اجرایی در راستای سیاست‌های نظام تلقی می‌کنند و میزان تحقق برنامه‌ها را ابزاری برای سنجش کارایی و اثربخشی این نهادها می‌انگارند. (زعفرانچی، ۱۳۸۵) در بند سوم از اصل سوم قانون اساسی به‌عنوان مهم‌ترین سند بالادستی برای تدوین قوانین کشور، به‌طور مشخص اشاره شده است که دولت جمهوری اسلامی ایران موظف است تا انجام آموزش و پرورش و تربیت بدنی رایگان برای همه در تمام سطوح را تسهیل نماید. در ایران بررسی دیدگاه دولت مردان، وجود سازمان‌های متنوع ورزشی و به‌ویژه سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که توسعه متوازن و به‌ویژه ورزش همگانی و تربیتی با محوریت تحقق اهداف حوزه فرهنگی و اجتماعی اولویت بالاتری دارد. (رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶)

شعبانی و همکاران (۱۳۹۴) رویکردهای توسعه ورزش ملی را به چهار دسته تقسیم نمودند: ۱) ورزش مبتنی بر جامعه؛ ۲) ورزش مبتنی بر نخبگان؛ ۳) توسعه ورزش به مثابه صنعت؛ ۴) توسعه ورزش به مثابه ابزار تربیت عامه. هدف از دسته نخست، رواج ورزش در میان جامعه به منظور افزایش نشاط و سلامت جسم و روان است. توسعه ورزش قهرمانی، هدف از دسته دوم می‌باشد. به دلیل توسعه رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون، اقبال زیادی به سمت ورزش شد که در نتیجه آن صنعت ورزش شکل گرفت. سهم ورزش در برخی کشورها به دو تا سه درصد تولید ناخالص ملی آن‌ها رسید. (سیدباقری و شریفیان، ۱۳۹۶) در آخرین دسته، جایگاه تربیتی ورزش مورد توجه قرار گرفته است. بر این اساس با بررسی قوانین و سیاست‌گذاری‌های ورزش در کشور می‌توان به رویکرد دولت مردان به ورزش پی برد. در این پژوهش که از نوع توصیفی و تحلیلی بوده، نتیجه‌گیری شده است که ورزش‌های چهارگانه شامل پرورشی، قهرمانی، حرفه‌ای و همگانی در جایگاه مناسب و مطلوبی در قانون پنج ساله پنجم قرار نگرفته و توجه بیشتر به ورزش پرورشی و قهرمانی بوده است. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۴)

در پژوهشی دیگر، منافی و دیگران (۱۳۹۶) رشد و توسعه ورزش دانشگاهی کشور در برنامه‌های کلان اول تا پنجم توسعه را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که تغییرات ساختاری و رشد برنامه‌های توسعه ورزش دانشگاهی با وجود این که در برنامه دوم و سوم توسعه مورد تاکید قرار گرفته، تنها در برنامه چهارم محقق شده است. از طرف دیگر، نوع و سطح رویدادها و برنامه‌ها در برنامه‌های توسعه، با رشد کمی نسبتاً مطلوب و با ثبات و کیفیت پایین و تغییرات پیش‌بینی نشده زیادی همراه بوده است. سرانجام چنین جمع‌بندی شده است که به‌طور کلی، شاخص‌های توسعه ورزش دانشگاهی کشور تناسب مطلوبی با چشم‌انداز ۱۴۰۴ و برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور ندارد. بر این اساس، پیشنهاد بازنگری اساسی و طراحی نوین برنامه‌ها، ساختار و تشکیلات ورزش دانشگاهی کشور متناسب با واقعیت‌های جامعه دانشگاهی ارائه شده است. (منافی و دیگران، ۱۳۹۶)

رمضانی نژاد و هژبری (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران»، ابعاد نظری توسعه ورزش قهرمانی و کاربرد آن در ورزش ایران را با تاکید بر برنامه‌های اول تا پنجم توسعه و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ مورد بررسی قرار دادند. از نظر آنان، مدارک و گزارش‌های مستند و حتی پژوهش‌هایی درباره وضعیت توسعه ورزش ایران وجود نداشته و تنها مدرک مستند برای انجام این بررسی، سیاست‌های

توسعه ورزش که در اسناد نام برده بازتاب داده شده، دیده می شود. در این پژوهش نتیجه گیری شده است که به طور کلی، در برنامه اول کم ترین توجه به ورزش شده که این موضوع می تواند به شرایط زمان اجرای این برنامه (سال های سازندگی) مربوط باشد؛ زیرا برنامه اول توسعه، پس از دو دگرگونی و بحران بزرگ در کشور (انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی) به اجرا درآمد و بعد از جنگ، نیاز کشور به رشد ابعاد اصلی توسعه بیشتر از ابعاد فرعی و جانبی آن بود. برنامه دوم نیز تحت تاثیر سال های سازندگی تنظیم شد و در آن به تربیت بدنی و ورزش اندکی بیشتر توجه گردید. البته این توجه بسیار کلی و بیشتر متمرکز بر ایجاد زیرساخت ها و فضاهای ورزشی و منطبق بر اقتضای سال های اجرای آن بود. از برنامه سوم توسعه به بعد، در قانون برنامه ها در دو یا چند ماده به توسعه ورزش و تربیت بدنی به طور خاص توجه شد و در چند ماده نیز در کنار سایر مقوله های فرهنگی مورد تاکید قرار گرفت. (رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶) برنامه سوم بیشتر بر توسعه ورزش همگانی متمرکز بود. در برنامه چهارم توسعه، ورزش قهرمانی نیز مورد توجه قرار گرفته و تاکید زیادی بر احداث و ایجاد فضاها و اماکن ورزشی شده است. برنامه پنجم توسعه، تنها برنامه ای است که توسعه متوازن ورزش و توسعه هر سه سطح ورزش را مورد توجه قرار داده است. البته با وجود جایگاه مناسب ورزش در برنامه های جدید توسعه، مشخص نیست که سازمان های مسئول ورزش کشور مانند سازمان تربیت بدنی سابق و وزارت ورزش و جوانان فعلی تا چه اندازه توانسته اند از ظرفیت مواد و تبصره های قانونی این برنامه ها برای توسعه ورزش کشور استفاده کنند. (رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶)

با بررسی برخی پژوهش های انجام گرفته پیرامون موضوعاتی نزدیک به موضوع مقاله حاضر ملاحظه می شود که این بررسی از جامعیت بیشتری نسبت به دیگر پژوهش های مشابه که برخی به یک قانون (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۴) و برخی به یک موضوع خاص در ورزش (منافی و دیگران، ۱۳۹۶؛ رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶) پرداخته اند، برخوردار است. در پژوهش حاضر ضمن این که قانون برنامه توسعه ششم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیز به محدوده بررسی اضافه شده، جایگاه ورزش کشور در قوانین پنج ساله مورد مطالعه قرار گرفته است. در پژوهش حاضر ضمن ارائه میزان توجه قوانین به دسته بندی های مختلف ورزش، به اهم موارد طرح شده در حوزه ورزش در قوانین نیز پرداخته شده است. این امر که بر اساس مطالعه دقیق همه قوانین برنامه های پنج ساله کشور انجام گرفته، نگاه کلی از میزان توجه قانون گذاران و سیاست گذاران به مقوله ورزش و روند توسعه آن در شش قانون برنامه پنج ساله را به مخاطب ارائه می دهد که می تواند بن مایه تدوین قوانین بعدی در حوزه ورزش قرار گیرد.

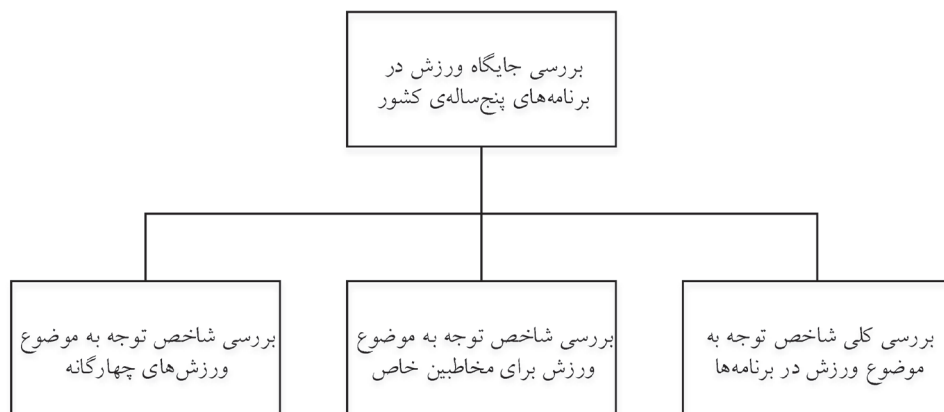
نگاه و دغدغه قانون گذار را می توان در لابلای قوانین وضع شده جستجو کرد و نشان داد که میزان توجه برنامه ریزان کلان ایران به مقوله ورزش چگونه است. این پژوهش تنها به بررسی خود قوانین برنامه های پنج ساله ایران می پردازد. بنابراین بررسی عملکرد و اجرای این قوانین از محدوده کار این پژوهش خارج است. در ادامه چارچوب مفهومی پژوهش بیان شده است. پس از بیان روش تحقیق، در ابتدا مروری کلی بر شش قانون برنامه پنج ساله در حوزه ورزش شده است. سپس در بخش یافته های پژوهش، شاخص توجه در سه زیربخش بررسی کلی جایگاه ورزش در قوانین برنامه های پنج ساله، میزان توجه قوانین برنامه های پنج ساله به امر ورزش برای

مخاطبان خاص و میزان توجه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله به ورزش‌های چهارگانه بیان شده است. در بخش انتهایی نیز بحث و نتیجه‌گیری بر اساس یافته‌های پژوهش ارائه گردیده است.

از آن‌جا که مقوله ورزش تنها برای مدال‌آوری و کسب دستاوردها نبوده و باید در جهت رفاه جامعه گام بردارد، بررسی آن لزوماً می‌تواند ابعاد مختلفی داشته باشد. توسعه ورزش از نظر برخی در چهار رکن مشارکت عمومی، فضای عمومی برای ورزش، تناسب بدنی و دسترسی به منابع انسانی درگیر در این حوزه تعریف شده است، (جنیدی و همکاران، ۲۰۱۸) در حالی که سوی برخی دیگر از سه جنبه اقتصادی، اجتماعی و برنامه‌های مشارکت عمومی به آن نگریسته شده (والترز و همکاران، ۲۰۱۸) و در موردی دیگر سیاست کلی در حوزه توسعه ورزش، پیگیری نیازها و علاقه‌مندی‌های هر فرد خوانده شده است؛ به طوری که هر شهروند از فرصت برابر برای تمرین ورزشی بر اساس مهارت‌ها و ظرفیت‌های خود بهره‌مند باشد. (ژاگودیچ، ۲۰۱۰) از طرف دیگر، در پژوهشی پیرامون تحلیل ورزش تربیت بدنی در قانون پنج‌ساله پنجم ایران، ورزش به چهار بخش ورزش پرورشی (آموزشی)، ورزش همگانی، ورزش حرفه‌ای و ورزش قهرمانی به‌عنوان ورزش‌های چهارگانه تقسیم شده است. تاکید بر هر کدام از این رویکردها و دسته‌بندی‌ها، می‌تواند به روند توسعه متفاوتی در ورزش منتج شود. از آن‌جا که این تفاوت دیدگاه‌ها در حوزه ورزش بسیار است و هنوز نگاه یکسانی به امر ورزش و توسعه آن برای بررسی جایگاه ورزش شکل نگرفته است، ناگزیر باید از یک رویکرد ابتکاری و علمی در این زمینه بهره‌مند شد. برای بررسی جایگاه ورزش در قوانین پنج‌ساله کشور، یک شاخص محوری ابتکاری به نام «شاخص توجه قانون‌گذار به مقوله ورزش» توسط نگارندگان مقاله حاضر توسعه داده شده است. این شاخص، سنجه اندازه‌گیری پژوهشگران برای بررسی میزان پرداختن قانون‌گذاران به موضوع ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران است. این میزان توجه به امر ورزش در این برنامه‌ها، ما را به شناسایی جایگاه ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله هدایت خواهد کرد.

بدیهی است که سنجه میزان پرداختن قانون‌گذاران و دولت مردان به امر ورزش می‌تواند نشان‌دهنده دغدغه آن‌ها در این حوزه باشد و جایگاه آن را در بین سایر مقوله‌های مهم و کلیدی برنامه‌ریزی در سطح کلان کشور را نشان دهد. البته پاسخ به این پرسش که آیا این جایگاه و روند توسعه آن در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران در جایی که باید باشد قرار دارد یا خیر خود نیازمند پژوهش میدانی دیگر است، زیرا ایجاد، توسعه و بومی‌سازی یک مبنای مقایسه‌ای به جهت گوناگونی رویکردهای پرداختن به امر ورزش و دغدغه‌های آن‌ها در کشورهای مختلف متفاوت است و از محدوده کار مطالعه حاضر خارج می‌باشد. این گوناگونی با مطالعه ادبیات موضوع به دست خواهد آمد. برای مثال، کسب موفقیت‌ها در رویدادهای ورزشی یکی از عوامل ایجاد پرستیژ کشور محسوب می‌شود (هامفریز و همکاران، ۲۰۱۱) که با مطالعه قوانین پنج‌ساله به نظر می‌رسد این امر خیلی دغدغه دولت مردان ایرانی نبوده است. با این‌که ارزش اقتصادی رویدادهای ورزشی، جایگاه سوم در رویدادهای صنعتی را به خود اختصاص داده است، (بریتانیا برای رویدادها، ۲۰۱۰) ولی در بخش اقتصادی یا ورزشی برنامه‌های پنج‌ساله و به‌ویژه برنامه ششم موردی که نشان دهد برنامه‌ریزی کلانی در این حوزه انجام شده باشد مشاهده نگردید. اگرچه مشارکت در امور ورزشی، ارتباط مستقیمی با سلامت روحی و اجتماعی و افزایش

خودباوری معلولان دارد، (یازپچیوقلو، ۲۰۱۲؛ رابرتسون و امرسون، ۲۰۱۰) ولی علی‌رغم حضور تعداد زیادی معلول و جانباز در کشور- پس از سپری شدن ۵ برنامه پنج‌ساله- در برنامه ششم به این امر توجه شده است که نشان‌دهنده نبود یک روند توسعه‌ای برای آن می‌باشد. از طرف دیگر، جهت نمونه در سیزدهمین برنامه پنج‌ساله چین (۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰) هدف‌گذاری کمی مانند رسیدن به سهم یک درصدی از تولید ناخالص داخلی در صنعت ورزش ایران و یا رسیدن به سرانه ۱/۸ مترمربعی برای فضای ورزشی تدوین شده است (یو و نیکول، ۲۰۱۹) که در سطح برنامه‌ریزی ورزشی در قوانین پنج‌ساله ایران چنین هدف‌گذاری کمی مشاهده نشده است. رویکرد ابتکاری در بررسی جایگاه ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران در شکل ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱: چگونگی بررسی جایگاه ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله با توجه به شاخص توجه

همان‌طور که در شکل مشاهده می‌شود شاخص توجه به سه زیربخش ۱) توجه کلی قانون‌گذار به امر ورزش؛ ۲) توجه قانون‌گذار به مخاطبان خاص در امر ورزش؛ ۳) توجه قانون‌گذار به ورزش‌های چهارگانه تقسیم شده است. شاخص به‌کاررفته جهت بررسی کلی و شکلی قوانین از بابت میزان توجه آن‌ها به مقوله ورزش (بخش نخست) این‌گونه تعریف خواهد شد: تعداد موادی (تبصره‌هایی - برای برنامه نخست و دوم) که در آن‌ها به موضوع ورزش «پرداخته شده» نسبت به کل تعداد مواد (تبصره‌هایی - برای برنامه نخست و دوم) که در قانون آمده و با درصد نشان داده می‌شود. منظور از «پرداختن» انحصاری نبوده است؛ به این معنا که مقوله «ورزش» ممکن است در یک ماده یا تبصره در کنار سایر مقوله‌ها مانند فرهنگی و هنری آمده باشد. همچنین ممکن است به موضوع ورزش به‌طور کلی پرداخته شده یا به موارد خاصی از آن مانند ورزش حرفه‌ای یا قهرمانی، اشاره شده باشد. در جایی که واژه ورزش به‌طور اعم یا اخص به‌کار رفته باشد، مبنای اندازه‌گیری شاخص توجه در بخش نخست بوده و در جایی که واژه ورزش در کنار یک مخاطب خاص و یا یکی از ورزش‌های چهارگانه به‌کار رفته باشد، مبنای اندازه‌گیری شاخص توجه تعداد این تبصره‌ها و مواد به کل تبصره و موادی که به موضوع ورزش در هر برنامه پرداخته، برای بخش دوم و سوم بوده است.

روش کار برای بررسی قوانین که توسط نگارندگان مقاله حاضر توسعه داده شده، جستجوی موضوع «ورزش» در برنامه‌ها بوده است. همچنین موضوع «تربیت بدنی» چنانچه در کنار واژه «ورزش» به کار نرفته باشد، مورد بررسی قرار گرفته است. در این بررسی، تبصره‌ها یا موادی که به نهاد یا واحد ورزشی در کنار سایر نهادهای دیگر اشاره شده بدون این که به موضوع ورزش ارتباطی داشته باشند به عنوان مواد یا تبصره‌هایی که به موضوع ورزش ارتباط دارند، لحاظ نگردیده است. برای مثال، در ماده ۲۵ برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به دستگاه‌های اجرایی که عهده‌دار وظایف اجتماعی، فرهنگی و خدماتی هستند - مانند واحدهای بهداشتی و درمانی، فرهنگی و ورزشی - اجازه داده شده تا نسبت به خرید خدمات از بخش خصوصی و تعاونی اقدام نمایند که اگرچه در این ماده به واحدهای ورزشی اشاره شده، ولی ارتباطی با موضوع ورزش ندارد یا مواردی که به احداث یا اختصاص و نگهداری فضای کافی و مناسب برای مسجد یا نمازخانه توسط دستگاه‌های اجرایی و مراکز مختلف از جمله مجموعه‌های ورزشی اشاره شده، به عنوان موادی غیر مرتبط با موضوع ورزش در نظر گرفته شده‌اند.

### روش شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش، کیفی و از نوع توصیفی است. روش گردآوری اطلاعات، مطالعه شش سند قوانین برنامه‌های پنج‌ساله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور می‌باشد. از آن جا که داده‌ها متنی بوده، از روش تحلیل محتوای کیفی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. رویکرد تحلیل محتوای کیفی به محققان اجازه می‌دهد اصالت و حقیقت داده‌ها را به گونه ذهنی، ولی با روش علمی تفسیر کنند. عینیت نتایج به وسیله وجود یک فرآیند کدبندی نظام‌مند تضمین می‌شود. (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰) این روش در برابر تحلیل محتوای کمی قرار می‌گیرد و بیشتر از شمارش کلمات و اصطلاحات آشکار متن، با الگوها و مضامین نهان متون سر و کار دارد. به طور کلی، تحلیل محتوای کیفی با واکاوی مفاهیم، اصطلاحات و ارتباطات بین این مفاهیم سعی در استنباط و آشکار کردن الگوهای نهان در مصاحبه‌ها، مشاهدات و اسناد مکتوب دارد. (مومنی راد و دیگران، ۱۳۹۲) در مقابل، تحلیل محتوای کمی قیاسی است؛ به این معنا که می‌کوشد فرضیه‌ها یا پرسش‌های تولیدشده از نظریه‌ها یا پژوهش‌های پیشین را بیازماید. تحلیل محتوای کیفی استقرایی و مبتنی بر بررسی و استنتاج موضوع‌ها از داده‌های خام است که گاه به طرح نظریه می‌انجامد. در این پژوهش تلاش شده است تا با به کارگیری رویکرد تحلیل محتوای کیفی، جایگاه ورزش را از لابلای اسناد قوانین برنامه‌های پنج‌ساله کشور تبیین نماییم. مرجع دسترسی به همه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله، تارنمای رسمی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی بوده است.<sup>۱</sup>

### بررسی کلی قوانین برنامه‌های پنج‌ساله در حوزه ورزش

برنامه اول (۱۳۶۹ تا ۱۳۷۳)

قانون برنامه پنج‌ساله اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارای یک ماده واحد، ۵۲ تبصره و یک

1. <http://rc.majlis.ir/fa>

پیوست می‌باشد. در نخستین برنامه توسعه، کم‌ترین توجه به امر ورزش در کشور شده است؛ به طوری که از بین ۵۲ تبصره قانون، تنها بند الف از تبصره ۱۰ به امر ورزش پرداخته که در این زمینه وزارت مسکن و شهرسازی (سازمان زمین شهری) موظف شده است که اراضی با کاربری‌های آموزشی، فرهنگی و خدماتی را جهت احداث و توسعه مراکز مختلف، از جمله مراکز ورزشی به طور رایگان به دستگاه‌های ذیربط واگذار نماید. هر چند در پیوست یکم قانون و در بخش خط مشی‌ها، ردیف ۱۴ از بند ۳ به همگانی کردن ورزش به عنوان یکی از راه‌های گسترش کمی و ارتقای کیفی فرهنگ عمومی تعلیم و تربیت و علوم و فنون در جامعه نیز اشاره شده است.

### برنامه دوم (۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸)

قانون برنامه پنج ساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارای یک ماده واحد، ۱۰۱ تبصره و بخش‌های اهداف کیفی، خط مشی‌های اساسی و سیاست‌های کلی می‌باشد. از نظر شکلی می‌توان گفت که در برنامه توسعه دوم، بیشترین توجه به امر ورزش شده است و تقریباً ۱۰ درصد از تبصره‌های قانون، به نوعی در حوزه ورزش کاربرد داشته‌اند. به عنوان نمونه، تبصره ۱۰ از برنامه توسعه نخست و بند الف از تبصره ۸۴ نیز به همان موضوع واگذاری اراضی از طرف وزارت مسکن و شهرسازی به مراکز مختلف و از جمله مراکز ورزشی پرداخته است. تنها تفاوت آن با برنامه نخست آن است که در برنامه دوم واگذاری رایگان نیست و بر اساس قیمت پایه‌ای در اختیار دستگاه‌های ذیربط قرار خواهد گرفت. اما در تبصره ۶۸ به وزارت خانه یاد شده به صراحت تکلیف گردیده است که اراضی با کاربری ورزشی را در سراسر کشور به قیمت عادلانه روز تملک و به طور رایگان به سازمان تربیت بدنی واگذار نماید. در تبصره ۱۱ قانون به برخی اقدامات در راستای توسعه روستاهای محروم و ایجاد تعادل‌های منطقه‌ای در روستاها اشاره شده که بند ۴ آن به احداث فضاهای چندمنظوره فرهنگی، آموزشی، تربیتی، هنری و ورزشی در مراکز جمعیتی نقاط محروم کشور اختصاص یافته است. در تبصره ۴۷ همه مؤسسات، کارخانجات و شرکت‌های دولتی و تحت پوشش دولت موظف شدند تا همه ساله دست کم به میزان دو درصد از سود خالص خود را صرف انجام برخی برنامه‌ها از جمله امور ورزشی نمایند. همچنین در بند ب تبصره ۶۷ همه کارخانجات موظف شدند تا برابر یک در هزار از درآمد سالانه خود را جهت توسعه فضاهای ورزشی سازمان تربیت بدنی به حساب خزانه واریز نمایند. بعلاوه، طبق بند الف تبصره اخیر، سهمی از درآمد هر نخ سیگار وارداتی و تولید داخل صرف توسعه فضاهای ورزشی شده است. در تبصره ۵۸ به امر توسعه مراکز آموزشی دولتی و غیردولتی پرداخته شده تا بتواند سطح علمی برنامه‌های فرهنگی، هنری و ورزشی را بهبود بخشد. تبصره ۶۰ که نسل جوان کشور را مخاطب قرار داده، در سه حوزه به مسئله ورزش پرداخته است: (۱) ایجاد تسهیلات مانند بخشودگی مالیاتی برای بخش‌های خصوصی و تعاونی که در حوزه تامین و توسعه انجمن‌ها و کانون‌های مختلف از جمله ورزشی فعالیت دارند؛ (۲) ایجاد تسهیلات برای گشت‌های مختلف از جمله ورزشی؛ (۳) الگوسازی در زمینه‌های مختلف از جمله ورزشی برای نوجوانان و جوانان. در تبصره ۶۵ برای نخستین بار موضوع تفکیک جنسیتی مطرح شده و دولت جهت حفظ شئون زنان در جامعه اسلامی موظف به ایجاد و امکانات ورزشی خاص دانش‌آموزان دختر و زنان شده است. در تبصره بعدی، ملاک محاسبه

نرخ تعرفه هزینه‌های انرژی (آب، برق، سوخت) و ارتباطی (تلفن) تاسیسات ورزشی بر مبنای مراکز آموزشی و تحقیقاتی قرار گرفته است. در بخش دوم از برنامه که شامل خط مشی‌های اساسی است در چند مورد به واگذاری برخی امور از جمله امور ورزشی جهت تقویت مشارکت عمومی و در راستای همگانی کردن ورزش اشاره است. در بخش خط‌مشی‌ها و هدف‌های کلان برنامه دوم نیز زیر عنوان تربیت بدنی به هدایت جوانان در عرصه‌های مختلف پرداخته شده است.

### برنامه سوم (۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳)

قانون برنامه پنج‌ساله سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دیگر مانند دو برنامه پیشین تنها یک ماده ندارد و دارای ۱۹۹ ماده و ۵۷ تبصره است. بند ب ماده ۱۴۱ برنامه به مانند تبصره مشابه خود در برنامه دوم به وزارت مسکن و شهرسازی اجازه داده تا زمین‌های با کاربری آموزشی، فرهنگی، ورزشی و مذهبی را در طول برنامه سوم توسعه به قیمت منطقه‌ای واگذار نماید. همچنین طبق ماده ۱۳۵ به همه وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی که دارای مراکز مختلف از جمله ورزشی هستند و تغییر کاربری می‌یابند اجازه داده شده که آن‌ها را به فروش برسانند و درآمد آن را به خزانه‌داری کل واریز نمایند. در مقابل، معادل آن را می‌توانند جهت جایگزینی، تکمیل و نوسازی مراکز مشابه هزینه کنند. طبق بند ج ماده ۱۴۴، وزارت آموزش و پرورش مجاز شد تا سقف ده درصد از اعتبارات عمرانی هر سال خود را صرف خرید زمین برای احداث فضاهای آموزشی، پرورشی و ورزشی مناسب نماید. در بند ب ماده ۱۵۵، سازمان برنامه و بودجه موظف شده است تا لوائح بودجه سنواتی را به گونه‌ای توزیع کند که نابرابری‌های موجود در زمینه برخورداری مناطق مختلف کشور از فضاهای ورزشی، فرهنگی و هنری کاهش یابد و به تعادل برسد. طبق ماده ۱۵۶ رسیدگی به مشکلات ورزشی و مشارکت در بهره‌برداری از مراکز ورزشی و برخی امور دیگر نیز به وظایف شوراهای اسلامی شهر و روستا اضافه گردید. برای نخستین بار طبق بند الف ماده ۱۵۸، مرکز امور مشارکت زنان موظف شد تا نیازهای آموزشی و فرهنگی و ورزشی خاص زنان را شناسایی و طرح‌های مناسب را برحسب مورد از طریق دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط تهیه و برای تصویب به مراجع مربوطه پیشنهاد کند. بعلاوه، طبق بند د آن ماده موظف گردید از تشکیل سازمان‌های غیردولتی برای بهره‌گیری از خدمات مختلف اجتماعی زنان در زمینه‌های مالی، حقوقی، مشاوره‌ای، آموزشی و ورزشی پشتیبانی نماید. در ماده ۱۶۹ از ورزش همگانی که در این ماده از آن به عنوان «ورزش عمومی» نام برده شده و ورزش قهرمانی پشتیبانی شده است. در بنده ماده ۱۷۵، رده‌های مقاومت بسیج و کانون‌های فرهنگی ورزشی بسیج در راستای ایجاد بستر مناسب جهت مشارکت نوجوانان و جوانان در امور اجتماعی، فرهنگی و دفاعی، در ساختمان‌های جدیدی که ساخته می‌شوند از پرداخت حق انشعاب آب، برق، گاز و یک خط تلفن مورد نیاز معاف شدند.

### برنامه چهارم (۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸)

قانون برنامه پنج‌ساله چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور دارای ۱۶۱ ماده و ۳۴ تبصره است. در نخستین ماده از برنامه چهارم، ماده ۵۲ که به موضوع ورزش در آن اشاره شده به دسترسی به فرصت‌های برابر آموزشی به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته و بهبود بهره‌وری سرمایه‌های انسانی به‌ویژه برای دختران و

فراهم کردن امکانات مناسب برای رفع محرومیت آموزشی و نیز ایجاد و گسترش اماکن و فضاهای آموزشی، پرورشی و ورزشی به تناسب جنسیت پرداخته است. در ماده ۱۰۴ از برنامه چهارم توسعه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، راه‌های بهبود کیفیت کالا و خدمات به‌ویژه رقابت‌پذیری، ایجاد منابع جدید و توزیع عادلانه در حوزه فرهنگی و ورزشی در سطح ملی و بین‌المللی ارائه گردیده است. در ماده ۱۰۹، یکی از راه‌های شناسایی هویت تاریخی ایران، شناسایی و معرفی مفاخر و آفرینش‌ها در حوزه‌های مختلف از جمله ورزشی بیان شده است. در پی آن در ماده ۱۱۳ و در راستای توسعه مفاهیم و نمادهای اسلامی و ایرانی با رویکرد توسعه پایدار، راهکارهای متفاوتی ارائه شده که یکی از آن‌ها در بند ب ماده نام‌برده احداث موزه‌های مختلف از جمله موزه ورزشی بوده است. ماده ۱۱۷ به‌عنوان مهم‌ترین ماده از برنامه چهارم و دیگر برنامه‌ها که بیشترین توجه را به امر ورزش نموده برای نخستین بار به ورزش پرورشی در کنار ورزش همگانی اشاره کرده است. ردیف یک از بند الف ماده ۱۱۷ ضمن تأکید بر ایجاد یک سند راهبردی با عنوان «نظام جامع توسعه تربیت بدنی و ورزش»، شاخص هدف سرانه فضاهای ورزشی را تا پایان برنامه چهارم یک مترمربع تعیین کرده است. در ردیف‌های دو و سه بند الف همان ماده، نهادهای عمومی غیردولتی و برخی وزارت‌خانه‌ها موظف شدند که پشتیبانی‌های لازم را از ورزش همگانی، مدارس و دانشجویی و توسعه فضاهای سرپوشیده ورزشی با الویت دختران انجام دهند. همچنین در بند پ همان ماده برخی دستگاه‌های ذیربط مجاز شدند تا در طول برنامه چهارم یک درصد از اعتبارات خود را برای انجام امور تربیت بدنی و ورزش در چارچوب سیاست‌گذاری با هماهنگی سازمان تربیت بدنی اختصاص دهند. در بند ج نیز وزارت جهاد کشاورزی موظف شد تا اراضی غیرکشاورزی را با رعایت برخی شرایط به منظور احداث و توسعه فضاهای ورزشی تامین و به‌طور رایگان به سازمان تربیت بدنی واگذار نماید. در بند د هم وزارت مسکن و شهرسازی و شهرداری‌ها موظف شدند برخی پشتیبانی‌ها شامل خرید و واگذاری زمین به سازمان تربیت بدنی و در نظر گرفتن فضای ورزشی برای شهرک‌ها و موظف نمودن مجریان این پروژه‌ها به احداث آن را انجام دهند. در بند ز ماده ۱۱۷ به توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای از راه اصلاح ساختار تربیت بدنی و ورزش کشور و اعمال پشتیبانی و حمایت لازم در زمینه‌های اداری، مالی و منابع انسانی توجه شده است. ماده ۱۳۵، نقش دولت را در برخی امور از جمله امور تصدی‌های اجتماعی، فرهنگی و خدماتی بیان کرده است. در بند ب همین ماده امور تصدی‌های اجتماعی، فرهنگی و خدماتی این‌گونه تعریف شده است: «آن دسته از وظایفی که منافع اجتماعی حاصل از آن‌ها نسبت به منافع فردی برتری دارد و موجب بهبود وضعیت زندگی افراد می‌گردد» و سپس مصادیق آن برشمرده شده که تربیت بدنی و ورزش را نیز شامل می‌شود. در بند ز ماده ۱۴۵ در راستای کاهش حجم تصدی‌ها و افزایش مشارکت مردم، برخی دستگاه‌های ذیربط از اداره برخی اماکن مانند فضاهای ورزشی ممنوع شده‌اند و دولت موظف گردیده تا این تاسیسات را که در اختیار دستگاه‌های اجرایی است تا پایان سال سوم از برنامه چهارم، به بخش غیردولتی واگذار نماید. در بند ح همین ماده، دستگاه‌های دولتی موظف شدند که برخی خدمات از جمله امور ورزشی را به کارکنان خود ارائه دهند.

### برنامه پنجم (۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴)

قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور دارای ۲۳۵ ماده و ۱۹۲ تبصره است. در ماده ۹ برنامه به دولت اجازه داده شده تا به منظور افزایش سرانه بهره‌مندی اقشار مختلف مردم از فضاهای فرهنگی، هنری و ورزشی و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه فعالیت فرهنگی و هنری برخی اقدامات را انجام دهد؛ از جمله طبق بند الف ماده ۹، پرداخت کمک بلاعوض برای پروژه‌های نیمه‌کاره که تکمیل و بهره‌برداری از آن‌ها برای استفاده عمومی ضروری است. ماده ۱۳ به توسعه ورزش همگانی و قهرمانی پرداخته است. طبق بند ب این ماده، برخی راهکارهای توسعه عبارت‌اند از: پرداخت یارانه سود و کارمزد و یا کمک‌های بلاعوض به متقاضیان بخش خصوصی و تعاونی برای احداث، توسعه و تکمیل واحدهای ورزشی. برخلاف ماده ۱۱۷ برنامه چهارم که به ورزش حرفه‌ای توجه شده است، در تبصره ذیل این بند از ماده ۱۳ برنامه پنجم آمده است که پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه‌ای ممنوع است. به مانند بند ج از ماده ۱۱۷ برنامه چهارم، در ماده ۱۴ برنامه پنجم وزارت جهاد کشاورزی موظف شد تا اراضی غیرکشاورزی را به منظور احداث و توسعه اماکن ورزشی تامین و به طور رایگان به سازمان تربیت بدنی واگذار نماید. این واگذاری برای بخش غیردولتی و تعاونی به قیمت ارزش معاملاتی اعلام‌شده توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی خواهد بود. در ماده ۱۹ دولت موظف شده است تا برنامه تحول بنیادین در نظام آموزش و پرورش کشور را با لحاظ نمودن برخی اولویت‌ها تدوین نماید. ردیف ۱۲ و ۱۳ این اولویت‌ها، بهره‌برداری از اماکن ورزشی سازمان تربیت بدنی در ساعت‌های بلااستفاده جهت ارتقای سلامت جسمی دانش‌آموزان و افزایش سرانه فضاهای ورزشی دانش‌آموزان است. ماده ۲۹ برنامه پنجم به ساماندهی برخی امور دانشجویی توسط دولت از جمله امور ورزشی دانشجویان در سال نخست برنامه اشاره کرده است. ماده ۱۹۴ به امور روستایی پرداخته که در بند ع آن مکان‌های ورزشی برای جامعه روستایی پیش‌بینی گردیده است.

### برنامه ششم (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰)

قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور دارای ۱۲۴ ماده و ۱۲۸ تبصره است. در بند چ ماده ۷ این برنامه، وجوه هزینه‌هایی که توسط اشخاص حقیقی یا حقوقی به منظور احداث، تکمیل و تجهیز فضاها، اماکن و توسعه ورزش همگانی و یا به عنوان کمک به «وزارت ورزش و جوانان» - که در این برنامه جایگزین سازمان تربیت بدنی گردید - پرداخت می‌شود به عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی تلقی شده است. طبق ماده ۶۳، دولت موظف شده است تا به منظور افزایش ایمنی و مقاوم‌سازی مدارس و فضاهای پرورشی و ورزشی وزارت آموزش و پرورش مبلغی را در طول اجرای قانون برنامه با اولویت پروژه‌های نیمه‌تمام آموزشی، پرورشی و تربیت بدنی آموزش و پرورش اختصاص دهد. این هزینه‌ها با تایید سازمان توسعه، نوسازی و تجهیز مدارس کشور به عنوان هزینه قابل قبول مالیاتی محسوب خواهد شد. موضوع اخیر (پذیرش این گونه هزینه‌ها به عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی) در ماده ۶۵ قانون برای خیرین و واقفینی که برای احداث، توسعه و تکمیل و تجهیز فضاهای آموزشی و کمک آموزشی، پژوهشی، ورزشی و خدمات رفاهی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و پژوهشی هزینه نمایند نیز تکرار شده است. طبق بند الف ماده ۷۳، مالیات‌های مضاعفی

بر انواع سیگار و محصولات دخانی اعمال شده است که طبق تبصره این ماده، درآمد حاصل از آن صرف کاهش مصرف دخانیات، پیشگیری و درمان بیماری‌های ناشی از آن، بازتوانی و درمان عوارض حاصله از مصرف آن و توسعه ورزش خواهد شد. طبق بند پ ماده ۹۲، دولت مکلف شده است تا پایان سال اول اجرای برنامه با مشارکت سازمان صدا و سیما و وزارت ورزش و جوانان، تمهیدات قانونی لازم را در زمینه نحوه تقسیم درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی پیش‌بینی نماید. در ماده ۹۴ دولت موظف شده است تا سهمی از مالیات بر ارزش افزوده را برای توسعه ورزش مدارس، ورزش همگانی، فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی، ورزش روستایی و عشایری، ورزش زنان و زیرساخت‌های ورزش به‌ویژه در حوزه معلولان و جانبازان اختصاص دهد. به مانند تبصره ماده ۱۳ برنامه پنجم، در تبصره شماره ۲ ماده ۹۴ برنامه ششم نیز پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه‌ای ممنوع شده، ضمن این‌که عبارت «... و در حکم تصرف غیرقانونی در وجوه و اموال دولتی است» به انتهای تبصره اضافه شده است. واگذاری رایگان اراضی غیرکشاورزی به سازمان تربیت بدنی که در برنامه‌های چهارم و پنجم آمده بود، در برنامه ششم حذف شده و تنها در ماده ۹۶ به واگذاری این اراضی به بخش غیردولتی و تعاونی به قیمت ارزش معاملاتی اعلام شده توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی اشاره گردیده است.

### یافته‌های پژوهش

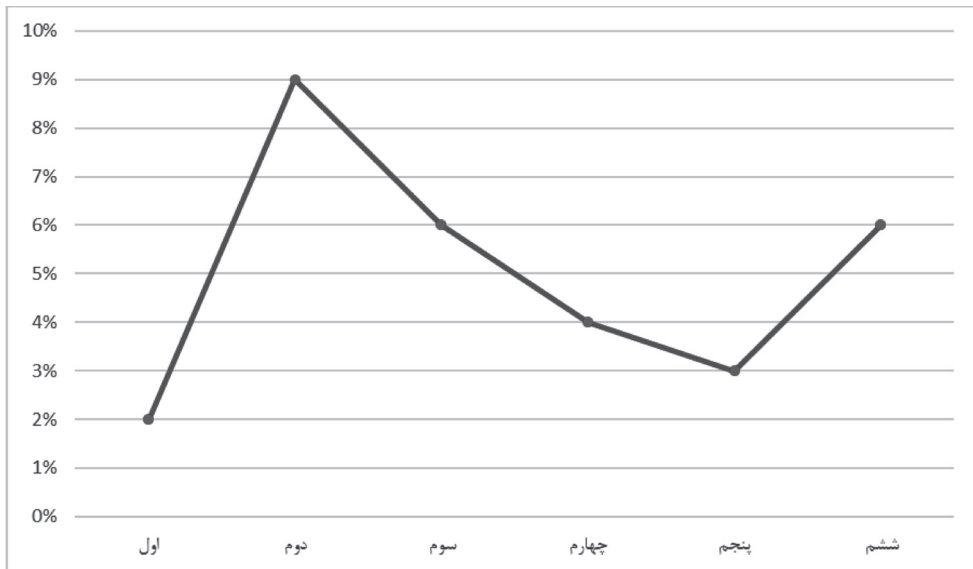
#### بررسی جایگاه کلی ورزش در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله

برای بررسی روند توسعه شکلی قوانین برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور از برنامه نخست تا برنامه ششم، می‌توان از شاخص توجه که برابر است با تعداد مواردی که به امر ورزش پرداخته شده به کل موارد طرح‌شده در قانون، استفاده نمود. موارد طرح‌شده در قوانین پنج‌ساله اول و دوم با عنوان «تبصره» از آن‌ها یاد شده است؛ به این معنا که دو قانون نخست تنها دارای یک ماده واحده بوده که شامل چندین تبصره می‌باشد. در قوانین پنج‌ساله سوم تا ششم، تبصره‌ها جای خود را به ماده‌ها داده و کل قانون شامل چندین مواد است. بدیهی است که این شاخص، یک نگرش کلی به توسعه قوانین پنج‌ساله نسبت به موضوع ورزش ارائه می‌دهد و بررسی دقیق‌تر نیازمند بررسی توصیفی خواهد بود. برای مثال، ماده ۱۱۷ برنامه پنج‌ساله چهارم شامل چندین بند و ردیف می‌باشد و به موضوع‌های مختلفی در حوزه ورزش پرداخته است، در حالی که مثلاً تبصره ۶۵ از قانون پنج‌ساله دوم تنها به یک مورد از ورزش اشاره شده است که در این محاسبه شاخص توجه، هر دو این موارد از وزن یکسانی برخوردار هستند. همچنین، دو برنامه پنج‌ساله نخست کشور دارای پیوست‌هایی است (مانند اهداف کلی و خط‌مشی‌ها) که از تبصره‌ها جدا می‌باشند و ممکن است در آنها به موضوع ورزش نیز پرداخته شده باشد- مانند ردیف ۱۴ از سومین هدف کلی در بخش ب (خط‌مشی‌ها) پیوست یکم برنامه پنج‌ساله نخست- که در محاسبه این شاخص، موارد اشاره شده در پیوست‌ها لحاظ نشدند. در جدول ۱، تعداد کل مواد (یا تبصره‌ها) قوانین پنج‌ساله و تعدادی از آن‌ها که به امر ورزش پرداخته‌اند نشان داده شده است. در ستون آخر جدول شاخص توجه به درصد آمده است.

جدول ۱: شاخص توجه در شش برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور

| برنامه پنج ساله                                           | از سال | تا سال | تعداد مواد (یا تبصره‌ها) | تعداد مواد (یا تبصره‌هایی) که به ورزش اشاره شده است | شاخص توجه |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------|-----------------------------------------------------|-----------|
| اول                                                       | ۱۳۶۹   | ۱۳۷۳   | (۵۲)                     | (۱)                                                 | (۰.۲٪)    |
| دوم                                                       | ۱۳۷۴   | ۱۳۷۸   | (۱۰۱)                    | (۹)                                                 | (۰.۹٪)    |
| سوم                                                       | ۱۳۷۹   | ۱۳۸۳   | ۱۹۹                      | ۱۱                                                  | ۰.۶٪      |
| چهارم                                                     | ۱۳۸۴   | ۱۳۸۸   | ۱۶۱                      | ۷                                                   | ۰.۴٪      |
| پنجم                                                      | ۱۳۹۰   | ۱۳۹۴   | ۲۳۵                      | ۷                                                   | ۰.۳٪      |
| ششم                                                       | ۱۳۹۶   | ۱۴۰۰   | ۱۲۴                      | ۸                                                   | ۰.۶٪      |
| میانگین شاخص توجه به امر ورزش در شش قانون برنامه پنج‌ساله |        |        |                          |                                                     | ۰.۵٪      |

همان‌طور که از جدول مشاهده می‌شود کمترین توجه به امر ورزش در برنامه پنج‌ساله نخست و بیشترین توجه در برنامه پنج‌ساله دوم رخ داده است. میانگین شاخص توجه به موضوع ورزش در شش برنامه پنج‌ساله نیز ۵ درصد محاسبه شد؛ به این معنا که به طور میانگین حدود پنج درصد از تبصره‌ها و مواد مندرج در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله ایران به موضوع ورزش پرداخته یا با آن در ارتباط است. نمودار روند توسعه قوانین پنج‌ساله کشور بر اساس شاخص توجه نیز در شکل ۲ مشاهده می‌شود.



شکل ۲: نمودار روند توسعه قوانین پنج‌ساله کشور در حوزه ورزش بر اساس شاخص توجه

### میزان توجه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله به امر ورزش برای مخاطبان خاص

در بیشتر موارد امور ورزشی در کنار سایر امور مانند فرهنگی و هنری در همه برنامه‌ها بیان شده است؛ به این معنا که بخش‌هایی از قوانین برای این‌گونه امور به‌طور مشترک قابل اعمال است. با این حال برخی امور ورزشی برای مخاطبان خاصی بیان شده‌اند که در جدول ۲ گسترده‌تری در پرداختن به این امور برای این مخاطبان در شش برنامه توسعه نشان داده شده است. جهت اندازه‌گیری درصد شاخص توجه به هر یک از مخاطبان خاص در هر برنامه، تعداد تبصره یا موادی که به مخاطب خاص ارجاع داده شده به تعداد تبصره یا موادی که در آن برنامه به موضوع ورزش پرداخته شده (ستون یکی مانده به آخر در جدول ۱)، بخش شده و در صد ضرب گردیده است. میانگین شاخص توجه به مخاطبان خاص هر شش برنامه در ستون آخر جدول ۲ نشان داده شده است.

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود کم‌ترین توجه به مخاطبان خاص در حوزه ورزش در نخستین برنامه توسعه شده است. در برنامه ششم به معلولان و جانبازان نیز پرداخته شده است که در هیچ‌یک از برنامه‌های پیشین به آن‌ها توجه نشده بود. دانش‌آموزان و دانشجویان که به‌نوعی شامل مخاطبان نوجوان و جوان نیز می‌گردد بیشترین توجه قانون‌گذاران را از برنامه دوم تا پنجم به خود اختصاص داده‌اند. توجه موردی به حوزه ورزش برخی مخاطبان مانند روستاییان، کارمندان و معلولان و جانبازان که از جامعه آماری بسیار بالایی برخوردارند در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه می‌تواند نشان از نبود یک خط‌مشی کلی در حوزه ورزش داشته باشد که دارای هیچ‌الگویی نبوده و تنها بر حسب ضرورت‌های هر دوره به آن‌ها به‌شکل موردی و موقتی پرداخته شده است. میانگین شاخص توجه شش برنامه برای جوانان به این دلیل به نسبت سایر ارقام بسیار زیاد شده است (۱۹ درصد) که در برنامه نخست تنها مخاطبی که مورد توجه قرار گرفته، «جوانان» بوده است؛ یعنی یک مورد و از آن جایی که تنها یک تبصره از برنامه نخست به امر ورزش پرداخته، بنابراین شاخص توجه برنامه نخست برای مخاطب جوانان ۱۰۰ درصد شده است که میانگین آن برای شش برنامه به عدد ۱۹ درصد رسیده است.

جدول ۲: مخاطبان خاص امور ورزش در شش برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور

| میانگین شاخص توجه | شماره تبصره یا مواد مرتبط در برنامه‌ها که به مخاطب خاص اشاره شده است |     |     |         |      |     | مخاطب خاص          |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------|-----|-----|---------|------|-----|--------------------|
|                   | اول                                                                  | دوم | سوم | چهارم   | پنجم | ششم |                    |
| ۲٪                |                                                                      | ۶۰  |     |         |      |     | نوجوانان           |
| ۱۹٪               | (پیوست یکم)                                                          | ۶۰  |     |         |      |     | جوانان             |
| ۱۰٪               |                                                                      | ۶۰  | ۱۴۴ | ۱۱۷     | ۱۹   | ۹۴  | دانش‌آموزان        |
| ۶٪                |                                                                      |     | ۱۴۴ | ۱۱۷     | ۲۰   |     | دانشجویان          |
| ۷٪                |                                                                      | ۶۵  |     | ۱۱۷، ۵۲ |      |     | دختران             |
| ۷٪                | ۶۵ و پیوست                                                           |     | ۱۵۸ |         |      | ۹۴  | زنان               |
| ۲٪                |                                                                      |     |     | ۱۴۵     |      |     | کارکنان            |
| ۴٪                |                                                                      |     |     |         | ۱۹۴  | ۹۴  | روستایی / عشایری   |
| ۲٪                |                                                                      |     |     |         |      | ۹۴  | معلولان و جانبازان |
| ۶٪                |                                                                      | ۴۷  | ۱۷۵ |         | ۹    |     | بسیج               |

### میزان توجه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله به ورزش‌های چهارگانه

در جدول ۳، تبصره‌ها و موادی از برنامه‌های توسعه اول تا ششم که به ورزش‌های چهارگانه شامل همگانی، پرورشی (یا آموزشی)، حرفه‌ای و قهرمانی (شعبانی، رضایی صوفی و حسینی، ۱۳۹۴) پرداخته‌اند، نمایش داده شده‌اند. تقریباً در همه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه به ورزش همگانی توجه شده است، اگرچه در برنامه نخست و دوم این توجه در متن قانون که شامل تبصره‌ها بوده نیامده و در پیوست‌های برنامه شامل اهداف کلان و خط‌مشی‌ها منعکس شده است. چهاردهمین خط‌مشی از سومین هدف کلی برنامه پنج‌ساله نخست به موضوع همگانی کردن ورزش و گسترش فعالیت‌های تربیت‌بدنی به‌ویژه بین جوانان به منظور پرورش جسم و روح و پربار کردن اوقات فراغت عموم مردم اختصاص یافته که عیناً در ردیف ۱۱ خط‌مشی‌های اساسی برنامه پنج‌ساله دوم تکرار شده است. علاوه بر آن در ردیف ۱۳ نیز به سلامت جسم و نشاط روح و حفظ شادابی و طراوت جوانی از طریق توسعه ورزش همگانی توجه شده است. در ماده ۱۶۹ برنامه پنج‌ساله سوم از ورزش همگانی با عنوان «ورزش عمومی» نام برده است. در این ماده کمک‌های مالی افراد حقیقی و حقوقی که صرف احداث و تکمیل فضاها، اماکن و باشگاه‌های ورزشی و ارائه خدمات ورزشی می‌شود به‌عنوان هزینه قابل قبول تلقی می‌گردد که به احتمال زیاد و با توجه به مواد مشابه دیگر منظور قانون «هزینه قابل قبول مالیاتی» بوده است. ماده ۱۱۷ قانون برنامه پنج‌ساله چهارم که جامع‌ترین ماده در حوزه ورزش بین مواد و تبصره‌های همه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله است، به منظور اصلاح ساختار تربیت‌بدنی، ترویج فرهنگ ورزش، توسعه کمی و

۱. ردیف ۱۴ از سومین هدف کلی که در بخش ب (خط‌مشی‌ها) پیوست یکم آمده است.

کیفی، دسترسی به ورزش پرورشی و همگانی و توسعه نظام استعدادیابی، تقویت حضور بخش غیردولتی، توسعه امور پژوهشی و تربیت نیروی انسانی کیفی هفت بند را پیشنهاد داده است. در ماده ۱۳ برنامه پنج ساله پنجم، دولت مکلف شده است که به منظور توسعه ورزش همگانی و قهرمانی و توسعه زیرساخت های ورزشی برخی اقدامات را انجام دهد. در ماده ۹۴ برنامه پنج ساله ششم نیز دولت مکلف است تا بخشی از مالیات بر ارزش افزوده را برای توسعه ورزش و برخی امور مرتبط دیگر هزینه نماید.

جدول ۳: میزان پرداختن قوانین برنامه پنج ساله به ورزش های چهارگانه

| دسته بندی ورزش | شماره تبصره یا مواد مرتبط در برنامه ها که به دسته های چهارگانه ورزشی اشاره شده است |                        |      |       |      |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------|-------|------|
|                | اول                                                                                | دوم                    | سوم  | چهارم | پنجم |
| همگانی         | (پیوست یکم) <sup>۱</sup>                                                           | (پیوست ۲) <sup>۲</sup> | ۳۱۶۹ | ۱۱۷   | ۱۳   |
| پرورشی         |                                                                                    |                        |      | ۱۱۷   |      |
| حرفه ای        |                                                                                    |                        |      | ۱۱۷   | ۴۱۳  |
| قهرمانی        |                                                                                    |                        | ۱۶۹  | ۱۱۷   | ۱۳   |

تنها ماده ای که در بین قوانین برنامه های پنج ساله به طور مشخص به ورزش پرورشی اشاره کرده، ماده ۱۱۷ قانون برنامه پنج ساله چهارم است که همان طور که بیان شد این ماده از جامعیت بسیار بالایی در حوزه ورزش برخوردار است. ردیف دوم از بند ز ماده ۱۱۷ قانون برنامه پنج ساله چهارم برای نخستین بار به موضوع ورزش حرفه ای اختصاص یافته است. در این بند اشاره شده که همه فعالیت های اجرایی و تامین منابع ورزش حرفه ای باید توسط بخش های غیردولتی شامل بخش های خصوصی و تعاونی و باشگاه ها انجام گیرد و پشتیبانی های دولتی تنها به امور قانونی، اداری و تسهیلاتی و کمک های اعتباری موردی محدود شود. تبصره ماده ۱۳ برنامه پنج ساله پنجم بیان می دارد که پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه ای ممنوع است که همین موضوع در تبصره شماره ۲ ماده ۹۴ برنامه ششم نیز تکرار شده است. بدیهی است که برخلاف سایر مواد و تبصره ها که جنبه حمایتی از ورزش داشته، این تبصره ها در جهت ایجاد محدودیت برای ورزش حرفه ای طراحی شده اند. نخستین اشاره قوانین برنامه های پنج ساله به موضوع قهرمانی، در ماده ۱۶۹ برنامه پنج ساله سوم می باشد که در کنار ورزش همگانی همان تسهیلاتی که در بند ورزش همگانی آمده را فراهم نموده است. بند ز ماده ۱۱۷ قانون برنامه پنج ساله چهارم به توسعه ورزش قهرمانی و حرفه ای از طریق اصلاح ساختار تربیت بدنی و ورزش کشور پرداخته است که ردیف یک آن به ورزش قهرمانی اختصاص داشته که در آن سهم بخش غیردولتی و باشگاه های خصوصی در توسعه ورزش قهرمانی دست کم به پنجاه درصد

۱. ردیف ۱۴ از سومین هدف کلی که در بخش ب (خط مشی ها) پیوست یکم آمده است.

۲. ردیف ۱۱ و ۱۳ از بخش دوم پیوست (خط مشی های اساسی).

۳. به جای ورزش همگانی از واژه ورزش عمومی استفاده شده است.

۴. در تبصره ماده ۱۳ پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه ای را ممنوع کرده است.

۵. در تبصره شماره ۲ ماده ۹۴ پرداخت هرگونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل به ورزش حرفه ای را ممنوع کرده است.

افزایش یافته است. در جدول ۴ شاخص توجه برای هر یک از دسته‌بندی‌های ورزش در هر یک از دوره‌ها نشان داده شده است.

جدول ۴: شاخص توجه (درصد) به ورزش‌های چهارگانه

| میانگین شاخص توجه | دوره‌های برنامه‌های پنج‌ساله |     |     |       |      |     | دسته‌بندی ورزش |
|-------------------|------------------------------|-----|-----|-------|------|-----|----------------|
|                   | اول                          | دوم | سوم | چهارم | پنجم | ششم |                |
| همگانی            | ۱۰۰                          | ۱۱  | ۹   | ۱۴    | ۱۴   | ۱۳  | ۲۷             |
| پرورشی            | ۰                            | ۰   | ۰   | ۱۴    | ۰    | ۰   | ۲              |
| حرفه‌ای           | ۰                            | ۰   | ۰   | ۱۴    | ۱۴   | ۱۳  | ۷              |
| قهرمانی           | ۰                            | ۰   | ۹   | ۱۴    | ۱۴   | ۰   | ۶              |
| میانگین شاخص توجه | ۲۵                           | ۳   | ۵   | ۱۴    | ۱۱   | ۶   | ۱۱             |

در ستون آخر، میانگین شاخص توجه برای هر یک از دسته‌های ورزشی برای هر شش برنامه پنج‌ساله محاسبه و ارائه شده است. همچنین در سطر آخر میانگین شاخص توجه به چهار دسته ورزشی در هر یک از دوره‌های برنامه پنج‌ساله نشان داده شده است. در آخرین سلول از سطر و ستون آخر نیز میانگین کل شاخص توجه به ورزش‌های چهارگانه در همه برنامه‌های پنج‌ساله که عدد ۱۱ درصد بوده، نشان داده شده است؛ به این معنا که به‌طور میانگین حدود ۱۱ درصد از تبصره‌ها و مواد مرتبط با ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله به چهار دسته نام‌برده از ورزش پرداخته است.

### بحث و نتیجه‌گیری

میزان دغدغه قانون‌گذاران به مقوله ورزش را با جستجو در لابلای قوانین بالادستی مانند برنامه‌های پنج‌ساله می‌توان تا حدودی اندازه‌گیری نمود. این امر به توسعه آتی ورزش که وضع قوانین مربوطه در آن جایگاه مهمی دارد می‌تواند کمک نماید. در این پژوهش توصیفی، روند توسعه قوانین برنامه‌های پنج‌ساله کشور در حوزه ورزش مورد بررسی قرار گرفت و از آن‌جا که اسناد مورد مطالعه به‌شکل متنی بود، از رویکرد تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. با توجه به ادبیات موضوع و کمبود پژوهش‌های مشابه جهت انجام این بررسی، یک شاخص ابتکاری به نام «شاخص توجه» توسعه داده شد و بر اساس آن در سه دسته تعریف شده، میزان توجه قانون‌گذاران در تدوین برنامه‌های پنج‌ساله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مورد کنکاش قرار گرفت. در زمینه دسته نخست و با توجه به اندازه شاخص کلی توجه قانون‌گذاران به امر ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله، دغدغه دولت پیرامون مقوله ورزش افت‌وخیزهای زیادی را شاهد بوده است که بیشترین آن در دو برنامه نخست پنج‌ساله مشهود است. در برنامه نخست پنج‌ساله کم‌ترین میزان توجه را شاهد هستیم که به‌نوعی در برنامه دوم توسعه کمبود این

توجه جبران شده است؛ به طوری که تاحدودی می توان گفت از هر ده تبصره در قانون برنامه پنج ساله دوم، یک تبصره برای ورزش نیز کاربرد داشته است. از برنامه پنج ساله سوم به بعد این افت وخیزها تا حدودی کاهش یافته است. واگذاری زمین برای کاربری های ورزشی از طرف نهادهای ذیربط (وزارت جهاد کشاورزی و مسکن و شهرسازی)، خواه به طور رایگان یا به قیمت پایه به نهادهای دولتی و غیردولتی متولی امور ورزشی به عنوان یکی از راهکارهای توسعه ورزش تقریباً در همه برنامه ها وجود داشته است. از دیگر راهکارهای خوب دیده شده در قوانین پنج ساله جهت توسعه امر ورزش می توان به مواردی مانند بخشودگی مالیاتی برای افرادی که در این حوزه فعالیت می کنند، تخصیص بخشی از درآمد دخانیات کشور به امر توسعه ورزش و کاهش تصدی گری دولت در امر مدیریت و اداره اماکن و فضاهای ورزشی اشاره کرد.

در دسته دوم که شامل میزان توجه به امور ورزشی مخاطبان خاص بوده است می توان گفت که از سیاست واحدی پیروی نشده است و در پرداختن به مخاطبان مختلف پراکندگی مشاهده می شود. برنامه های پنج ساله دوم، سوم، چهارم و ششم هر کدام شامل دست کم یک مورد پیرامون ایجاد زیرساخت ها و فراهم نمودن تسهیلات برای ورزش دختران و زنان بوده اند که می تواند نشان دهنده نگرانی از عدم توزیع برابر امکانات و فرصت های ورزشی برای زنان و مردان در کشور داشته باشد. اما در همین زمینه در قوانین برنامه پنج ساله توجه کمتری به افراد کمتر برخوردار مانند معلولان و جانبازان و هم چنین روستاییان و افرادی که در مناطق محروم زندگی می کنند شده است. برای مثال، علی رغم این که بخش عمده ای از جانبازان و معلولین کشور (حدود بیست درصد) اولویت نخست خود را جهت پر کردن اوقات فراغت به انجام فعالیت های ورزشی اختصاص داده اند (کیانی و دیگران، ۱۳۹۱) اما به نظر می رسد که در وضع قوانین در حوزه ورزش برای این طیف از مخاطبان که تعداد آن ها بیش از یک میلیون نفر است<sup>۱</sup> توجه کافی نشده است. چنانچه گروه نوجوانان و جوانان را با گروه دانش آموزان و دانشجویان یکی کنیم می توان گفت که میزان پرداختن قوانین برنامه های پنج ساله به این طیف از مخاطبان تاحدودی متناسب بوده است. بین این یافته ها با نتایج پژوهش مشابه که بر ورزش دانشجویان در برنامه دوم و سوم تاکید کرده (منافی و دیگران، ۱۳۹۶) تا حدودی همگرایی مشاهده می شود. به طور کلی تفکیک جنسیتی در قانون اساسی انجام نگرفته و بیشتر به امور اجتماعی، که ورزش نیز می تواند شامل آن باشد، به مفهوم عام آن پرداخته شده است. بر اساس یافته های پژوهش در بخش مخاطبان خاص، به ورزش دختران و زنان در برنامه های دوم، سوم، چهارم و ششم اشاره شده است. البته در شکل منطقی نباید در دسترسی مردان و زنان به امکانات ورزشی تفاوتی قائل شد، ولی از تدوین چنین تبصره ها و موادی از قانون برنامه پنج ساله می توان چنین برداشت نمود که دسترسی برابری بین زنان و مردان در این خصوص وجود نداشته یا به عبارت دیگر، در اجرای قانون تبعیض وجود داشته است که در نتیجه آن به جای آن که ضمانت اجرایی قوانین تقویت شود قانون گذار قانون های حمایتی از این دست وضع نموده است.

در آخرین دسته بندی، همان طور که انتظار می رفت بیشترین توجه به حوزه ورزش همگانی بوده تا بتواند تا جایی که امکان دارد همسو با قوانین بالادستی - از جمله اصل سوم قانون اساسی - باشد. از طرف دیگر، پژوهش ها پیوستگی ورزش همگانی با اعتماد اجتماعی جوانان را نشان می دهد. (سبحانی و هاشمی، ۱۳۹۶)

اگرچه تنها در یک مورد به صراحت به ورزش پرورشی اشاره شده است، اما در جای جای مواد و تبصره‌هایی که به موضوع ورزش پرداختند می‌توان ردی از ورزش پرورشی را که به شکل مصداق‌های آن آمده مشاهده کرد که این امر همسوبا یافته‌های پژوهش مشابه برای برنامه پنج‌ساله دوم بوده است. (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۴) به نظر می‌رسد که به ورزش قهرمانی در قوانین برنامه‌های پنج‌ساله توجه کافی نشده است؛ به طوری که در آخرین برنامه نیز هیچ‌گونه اشاره‌ای به موضوع ورزش قهرمانی نشده است. این بی‌توجهی این شائبه را ایجاد می‌کند که قانون‌گذار به دلیل مساعد بودن وضعیت این دسته از ورزش نیازی به لحاظ کردن آن در برنامه پنج‌ساله ششم ندیده است، در حالی که در این زمینه تردید جدی وجود دارد. این وضع برای ورزش حرفه‌ای می‌توان گفت بدتر شده است و نه تنها پشتیبانی‌های قانونی آن کم و در نهایت حذف شده‌اند، بلکه دو قانون اخیر، در ممنوعیت حمایت‌های دولتی و قانونی در این زمینه صراحت داشته است. بر خلاف پژوهش مشابه مبنی بر این که تنها در برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه متوازن هر سه سطح از ورزش انجام گرفته (رمضانی نژاد و هژبری، ۱۳۹۶) مشاهده می‌شود که در برنامه چهارم نیز همین رویکرد متوازن به ورزش‌های چهارگانه وجود داشته است.

با بررسی میزان توجه به امر ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور شواهدی به دست نیامد که از سیاست و خط‌مشی واحدی در وضع قوانین بالادستی در این حوزه استفاده شده باشد. نتیجه آن‌چه که مشاهده شد این بود که توجه دولت مردان به امر ورزش به نظر جدی نبوده و بیشتر جنبه سلیقه‌ای داشته است. برای مثال، توجه به امور ورزشی کارکنان تنها در برنامه چهارم دیده شده است. اگر این مقوله برای قانون‌گذاران از درجه اهمیت بالایی برخوردار بوده دلیل این که چرا در برنامه‌های پیشین یا پس از آن به این دسته از افراد جامعه پرداخته نشده مشخص نمی‌باشد یا این که چه اطمینانی وجود دارد که رسیدگی کامل به امور ورزشی این دسته از مخاطبان در همان دوره مربوطه انجام شده و در برنامه‌های بعدی دیگر نیازی به آن‌ها دیده نشده است. پرسش بنیادی‌تر این است که فهرست مخاطبان خاص چگونه و بر چه مبنایی نهایی شده است. برای مثال، چرا در چند دوره به امر ورزش بسیجیان پرداخته شده، ولی به دیگر اقشار جامعه مانند کارگران یا افراد سالمند توجهی نشده است؟ به نظر نمی‌رسد که در روند پرداختن به مخاطبان خاص سازوکار نظام‌مندی وجود داشته باشد. همچنین مشخص نیست که چرا در برنامه چهارم از ورزش حرفه‌ای حمایت شده، ولی در برنامه‌های پنجم و ششم پشتیبانی از ورزش حرفه‌ای منع شده است. با طرح این پرسش‌ها شاید بتوان به نتیجه‌ای درخور رسید که روند وضع قوانین و البته سیاست‌گذاری در حوزه‌های مختلف از جمله ورزشی ممکن است پیش از هر چیز خود نیاز به یک قانون تنظیمی داشته باشد تا در هر دوره شاهد افت‌وخیزها در چگونگی پرداختن به امر ورزش در قوانین بالادستی مانند برنامه‌های پنج‌ساله نباشیم.

### پیشنهاده‌ها

آن‌چه در این پژوهش ارائه گردید، میزان توجه قانون‌گذاران به امر ورزش در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران بوده است که سمت و سوی دغدغه قانون‌گذاران در این مقوله بسیار مهم اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را نشان می‌دهد. خروجی این پژوهش، دسته‌بندی و شفاف‌سازی برنامه‌ریزی کشور در حوزه ورزش بوده، حال آن‌که عملکرد دولت در اجرای قوانین پنج‌ساله در این حوزه می‌تواند موضوع

پژوهش‌های آتی قرار گیرد که در آن صورت میزان کارآمدی مجریان قوانین با مقایسه برنامه و عملکرد واقعی در حوزه ورزش کشور مشخص خواهد شد.

پیشنهاد پژوهشی دیگر می‌تواند در حوزه بسط قوانین و مقررات پایین دستی با توجه به قوانین پنج ساله کشور تعریف شود. برای مثال، اگر در برنامه ششم دولت موظف شده است که ورزش مدارس را توسعه دهد، این مهم چگونه عملیاتی شده یا می‌شود و انعکاس آن در مصوبات هیئت وزیران یا در بخش نامه‌های وزارت آموزش و پرورش به چه شکلی می‌باشد یا اگر قرار است که سهمی از مالیات بر ارزش افزوده برای توسعه ورزش اختصاص یابد، این سهم به چه میزان و بر چه اساس تعیین می‌شود و سهم هر یک از مخاطبان خاص در این بودجه چگونه و بر اساس چه معیارهایی مشخص می‌گردد.

در این مقاله رویکرد قانون‌گذاران در امر ورزش ایران که در قوانین برنامه‌های پنج ساله بازتاب داده شده، شفاف گردیده است که نتایج آن می‌تواند راه را برای مطالعات تطبیقی در این حوزه و مقایسه آن با کشورهای در حال توسعه منطقه و یا صنعتی و پیشرو هموار نماید.

## منابع

- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا. (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی». پژوهش. سال ۳، شماره ۲، پاییز و زمستان، ص ۱۵ تا ۴۴.
- رمضان‌نژاد، رحیم و هژبری، کاظم. (۱۳۹۶). «مبانی توسعه ورزش و کاربرد آن در ورزش ایران». فصلنامه مجلس و راهبرد. سال ۲۴، شماره ۹۱، ص ۲۳۳ تا ۲۶۴.
- زعفرانچی، لیلیاسادات. (۱۳۸۵). «زنان و خانواده در چهار برنامه توسعه». فصل‌نامه کتاب زنان. ۳۳، ۱۰۵ تا ۱۰۷.
- سبحانی، بهمن و هاشمی، سیدضیاء. (۱۳۹۶). «کارکردهای اجتماعی ورزش همگانی با تاکید بر اعتماد اجتماعی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۴۲، خرداد و تیر، ص ۱۸۵ تا ۲۰۲.
- سیدباقری، سیدمهدی و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت‌بندی موانع حمایت مالی شرکت‌های خصوصی از ورزش قهرمانی». دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۷ (پیاپی)، شماره ۱۳ (۲۹ پیاپی)، بهار و تابستان، ص ۵۷ تا ۶۸.
- شریعتی فیض‌آبادی، مهدی و گودرزی، محمود. (۱۳۹۴). «جایگاه دیپلماسی ورزش در روابط بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران؛ رویکرد کیفی مبتنی بر تحلیل محتوی». دوفصلنامه علمی پژوهشی دانش سیاسی. سال یازدهم، شماره ۱ دوم، پاییز و زمستان، پیاپی ۲۲، ص ۹۵ تا ۱۲۷.
- شعبانی، عباس؛ رضایی‌صوفی، مرتضی و حسینی، سیدسعید. (۱۳۹۴). «تحلیل ورزش و تربیت بدنی در قانون پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. تابستان، شماره ۸، ص ۶۰ تا ۶۶.
- فدایی ده‌چشمه، معصومه؛ عیدی، حسین و عباسی، همایون. (۱۳۹۵). «ارائه غرور ملی با تاکید بر جایگاه ورزش». مدیریت ورزشی. دوره ۸ شماره ۲، ص ۲۳۵ تا ۲۴۹.
- قاضی طباطبایی، محمود و فتحی، ربابه. (۱۳۹۴). «درنگ فرهنگی در پذیرش نظام حقوقی مدنی در زیست جهان اقشار مختلف زنان». بررسی مسائل اجتماعی ایران. ۱۸، ۳۰۵ تا ۳۲۶.
- قوتی سفیدسنگی، علی؛ فراشیانی، حسین و حسن‌زاده چوکانلو، حسین. (۱۳۹۶). «بازتاب توسعه اجتماعی در قوانین برنامه‌های پنج‌گانه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۴-۱۳۶۸». فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق). دوره ۱۲، شماره ۱، ص ۱۵۱ تا ۱۸۴.
- کیانی، مجید؛ شیروانی، طهماسب؛ قنبری، هادی و کیانی، سیاوش. (۱۳۹۱). «تعیین جایگاه فعالیت ورزشی در نحوه گذراندن اوقات فراغت جانبازان و معلولین». طب جانباز. زمستان، شماره ۱۸، ص ۲۶ تا ۳۴.
- منافی، فریدون؛ رمضان‌نژاد، رحیم؛ گوهررستمی، حمیدرضا و دستوم، صلاح. (۱۳۹۶). «تحلیل روند توسعه ورزش دانشگاهی ایران در برنامه‌های کلان اول تا پنجم توسعه». مدیریت و توسعه ورزش. بهار و تابستان، شماره ۱۰، ص ۶۷ تا ۸۶.
- مومنی‌راد، اکبر؛ علی‌آبادی، خدیجه؛ فردانش، هاشم و مزینی، ناصر. (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج». اندازه‌گیری تربیتی. سال ۴، شماره ۱۴، ص ۱۸۷ تا ۲۲۲.

- Britain for Events (2010). **A report on the size and value of Britain's events industry, its characteristics, trends, opportunities and key issues.** London.
- Hallmann, K. and Giel, T. (2018). **"Sports – Competitive sports or recreational activity?"**. Sport Management Review, 21, 14–20.
- Humphreys, B. R., Johnson, B. K., & Whitehead, J. C. (2011). **Estimating the value of medal success at the 2010 Winter Olympic Games (No. 2011–20).** Retrieved from. <https://sites.ualberta.ca/~econwps/2011/wp2011-20.pdf>.
- Jagodic, T. (2010). **"National Models of Good Governance in Sport – Slovenia"**. The International Sports Law Journal, 3-4, 118-122.
- Junaidi, S.; Adityatama, M.N.A.; Sugiarto; Soegiyanto, K.S.; Setijono, H.; Rahayu, T. (2018). **"Sport Development Index as a Parameter of Sport Achievement Developmental Program, Advances in Social Science"**. Education and Humanities Research, Vol 247, 419-422.
- Malekzade Saghezchi, S. and Tavassoli Naini, M. (2016). **"A Legal Approach to the Interaction between Sports and Human Rights"**. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol 7 No 3, 196-205.
- Muñoz-Bullón, F.; Sanchez-Bueno, M.J.; & Vos-Saz, A. (2017). **"The influence of sports participation on academic performance among students in higher education"**. Sport Management Review, 20, 365-378.
- Robertson, J., & Emerson, E. (2010). **"Participation in sports by people with intellectual disabilities in England: A brief report"**. Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities, 23, 616–662.
- Walters, Simon. Spencer, Kirsten. Farnham, Adrian. Williams, Vera. & Lucas, Patricia. (2018). **"Humanistic Sports Coaching and The Marist Organization: A Multi-Case Study in The Philippines"**. Journal of Sport Development, 6 (11), 1-11.
- Yazicioglu, K., Yavuz, F., Goktepe, A. S., & Tan, A. K. (2012). **"Influence of adapted sports on quality of life and life satisfaction in sport participants and non-sport participants with physical disabilities"**. Disability and Health Journal, 5(4), 249–253.
- Yu, H. and Nicol, S. (2019). [Translated] **The 13th Five-Year Plan for Sports Development.** Retrieved from the Australia China Business Council (ACBC) website in February 23, 2019, [http://acbc.com.au/admin/images/uploads/Copy1Translation\\_Industry\\_Project\\_Project\\_5\\_13th\\_Five\\_Year\\_Plan.pdf](http://acbc.com.au/admin/images/uploads/Copy1Translation_Industry_Project_Project_5_13th_Five_Year_Plan.pdf).



## نقش مهارت‌های ارتباطی بر سبک‌های رهبری تحول‌گرا و ساختار گرا و اثربخشی سازمانی سازمان‌های ورزشی

طیبه زرگر<sup>۱</sup>  
رسول نظری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۳/۳

شناخت و آگاهی از مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری مدیران و اثربخشی سازمانی مدیران ورزشی و تبیین روابط بین آنها، هدف عمده این تحقیق بود. تحقیق حاضر از نوع همبستگی می‌باشد که به روش پیمایشی انجام گردید. تعداد ۲۴۵ نفر از بین حدود ۷۰۰ مدیر ورزشی فدراسیون‌های ورزشی به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش شامل پرسشنامه‌های مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری، فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی بود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی شامل تحلیل مسیر استفاده شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، ارتباط معنی‌داری بین مهارت‌های ارتباطی و سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی مدیران ورزشی وجود دارد. نتایج حاصله نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل معادلات ساختاری است. ( $AGFI=0/90$ ,  $RMSEA=0/054$ ,  $GFI=0/91$ ). نتایج اجرای مدل‌های تحلیل مسیر مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی نشان دهنده تایید مدل‌های مفهومی تحقیق است. لذا توصیه می‌شود مهارت‌های ارتباطی به عنوان یکی از فاکتورهای اثر گذار در انتخاب مدیران برای سازمان‌های ورزشی مد نظر متولیان قرار گیرد.

**واژگان کلیدی:** مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری، اثربخشی سازمانی و سازمان‌های ورزشی

۱. استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)  
Email: zargar\_ta@yahoo.com

۲. استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

## مقدمه

یکی از فرض‌های اساسی رفتار سازمانی، شناخت ویژگی‌های فردی و ارتباطی افراد در جهت دسترسی به اثربخشی، کارایی و در نهایت بهره‌وری و تحقق اهداف سازمانی است. (رضائیان، ۱۳۸۳) این موضوع ارتباط تنگاتنگی با جنبه‌های مختلف فردی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارد. (شیخ‌علیزاده و تجاری، ۱۳۹۲) از آنجا که بروز یک رفتار معین، به شرایط تعریف شده‌ای وابسته است، لذا مدیران موفق در دستیابی به اهداف سازمانی در اندیشه پیش‌بینی، هدایت، کنترل و تغییر رفتار کارکنان هستند و این روند با توجه به تفاوت‌های فردی و توسعه ارتباطات انسانی در دنیای امروز و تفاوت‌های فرهنگی در جوامع مختلف، نیازمند تحقیقات گسترده‌ای است. (نظری، قاسمی و سهرابی، ۱۳۹۴)

در جهان معاصر که سازمان‌ها در حال تغییر و تحول هستند، مدیران سازمان‌ها باید اندیشه و افکار نو داشته باشند. مدیران قرن بیست و یکم باید با هوشیاری و گوش به زنگی، حساس بودن، سخت‌کوشی و علاقه و یادگیری مستمر موفق شوند. (نظری، دادخواه و یکتایار، ۱۳۹۲) باید توجه داشت که مدیریت در محیط‌های رقابتی از مزیت‌های نسبی و اساسی سازمان‌هاست. در دنیای کنونی که در هر سازمان بزرگی نام یک مدیر به چشم می‌خورد، مدیران باید برای رسیدن به موفقیت و اهداف راهبردی سازمان‌هایشان اثربخش و کارا عمل کنند. (گابریل و آلیانا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵) در این راستا سازمان‌های ورزشی نیز که به امر توسعه ورزش می‌پردازند از این امر مستثنی نیستند و الزاماً نیاز به مدیران و رهبران کارآمد دارند. (یعقوبی و فرقانی، ۱۳۹۴) به بیان دیگر، برای ساخت و نگهداشت پایدار سازمانی مؤثر، به مدیرانی با کفایت دارای ویژگی‌های ویژه‌ای از قبیل مهارت‌های فنی، انسانی، ادراکی، اجتماعی، مهارت خلاقانه، مهارت مخالفت‌پذیری و مهارت معنوی نیاز است. بر اساس نتایج پژوهش‌ها، در بین مدیران ورزشی تنها ۴/۶ درصد از ارتباط مؤثر برای حوزه‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفته است. (گیو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹) این نشان از آن دارد که حوزه‌های ارتباطات بین فردی نیاز به توجه بیشتری دارد. نظری و همکاران (۲۰۱۱) به این نتیجه دست یافتند که مهارت‌های بنیادی بر ارتباطات بین فردی مدیران و نیز اثربخشی سازمانی آنان تاثیر معنی‌داری دارد. ضمن اینکه در بخش تفاوت‌های شخصیتی در ارتباطات اشاره بر این دارد که ارتباطات مردان و زنان با هم متفاوت می‌باشد. باید توجه داشت مدیرانی که از مهارت‌های گفتاری، شنودی و بازخوردی بهتری برخوردار باشند، موفق به ایجاد ارتباط اثربخش خواهند شد. (گراهام<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸)

بحث رهبری، موضوعی است که همواره با زندگی اجتماعی انسان مطرح بوده است. انجام موفقیت‌آمیز هر کار گروهی مستلزم مدیریت صحیح و کارآمد است. بنابراین افراد به منظور دستیابی به اهداف گروهی به مدیر یا رهبر توانمند و اثرگذار نیاز دارند. (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲) رهبری در سازمان‌ها برای شکل دادن به دیدگاه کارکنان، پاسخ به تغییر و پذیرش نوآوری اهمیت زیادی دارد؛ به حدی که مطالعات نشان داده است که سازمان‌ها در صورتی می‌توانند موفق باشند که مدیران و کارکنان انطباق‌پذیر باشند و با یکدیگر در جهت بهبود سیستم‌ها و فرایندهای کاری تلاش نمایند. (اورگین<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۵) الگوی مدیریتی، نوعی الگوی رفتاری

1. Gabriel & Alina

2. Gue

3. Graham

4. Omoregin

به نسبت پایدار است که از ویژگی‌های یک رهبر به حساب می‌آید. محققان معتقدند رویکردهای جدید رهبری قادر است اثرات مطلوبی را بر نگرش و رفتارهای پیروان داشته باشد و تعهد و رضایت کارکنان را افزایش دهند. اتخاذ الگوی رهبری جهت بقا و توسعه سازمان در بلند مدت به صورت تجلی مدیریت اثربخش بسیار مهم است. (ناظم و حدادپور، ۱۳۹۲) از آنجا که الگوی مدیریتی نشان دهنده طرز تفکر، جهان‌بینی و شخصیت مدیران است، عاملی که الگوی مدیریتی را تحت تأثیر قرار دهد، بستگی به شیوه نگرش رهبر نسبت به نقش خود و کارکنان سازمان دارد. (نظری، قاسمی و سهرابی، ۱۳۹۴) از این رو، استفاده صحیح از الگوهای مناسب رهبری می‌تواند به افزایش تعهد و وفاداری پیروان منجر شود. (حلاجی، زرتشتیان و تندنویس، ۱۳۹۰)

نظریه رهبری تحول‌گرا و ساختار گرا، یکی از چارچوب‌های نظری است که از سوی باس<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) مطرح شد. بررسی نتایج بیشتر تحقیقات نشان می‌دهد که رهبری تحول‌گرا، در مقایسه با سایر سبک‌های مدیریتی ساختارگرا و بی تفاوت تأثیر مثبتی بر انگیزش کاری، عملکرد، موفقیت سازمانی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی، کارایی، اثربخشی و به طور کلی بهره‌سازمانی دارد. (شیخعلی زاده و تجاری، ۱۳۹۲) محققان اشاره بر این دارند که رهبری تحول‌گرا موجب افزایش قابلیت‌های کارکنان، بهبود خلاقیت، نظم و انضباط و مسئولیت‌پذیری می‌شود. بنابراین، رهبری تحول‌گرا باید با توجه به توجه فردی، رفتار ایده‌آل، تحریک فردی، انگیزه الهام بخش و ویژگی‌های ایده‌آل در سازمان به عنوان یک راهنما مورد استفاده قرار بگیرد و راهنمایی برای سازمان‌های ورزشی باشد. (اورگین و همکاران، ۲۰۱۵) سبک رهبری نشان دهنده طرز تفکر، جهان‌بینی و شخصیت رهبران است. چنانچه سبک رهبری به طور نامناسبی انتخاب شود، از یک سو منجر به کاهش کارایی افراد می‌شود و از سوی دیگر، به عنوان عامل به وجود آورنده تنیدگی روانی یا فشار روانی در آنها محسوب می‌شود. (سولیان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴) عاملی که سبک رهبری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شیوه نگرش رهبر نسبت به نقش خود و کارکنان است. بیشتر رهبران، دارای سبکی هستند که با ویژگی‌های خودشان انطباق دارد. فقط معدودی از رهبران می‌توانند سبک خود را با شرایط و افراد گوناگون منطبق سازند. باس<sup>۱</sup> (۱۹۹۶) اشاره بر این دارد که رهبران می‌توانند با استفاده از ویژگی‌های رفتاری رهبری تحول‌گرا، پیروان خود را به سوی عملکرد بیش از انتظار رهنمون کنند. بر اساس نتایج پژوهش‌های چانگ، توماس، لام و یو<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) مدیران ورزشی با اتخاذ سبک‌های رهبری مختلف می‌توانند دستیابی به اهداف، احساس خوشبینی، افزایش ابتکار، رضایت شغلی کارکنان و در نهایت فرایندهای داخلی و خارجی سازمانی را جهت کسب اهداف سازمانی تسهیل نمایند و در نتیجه اثربخشی سازمانی را افزایش دهند. ضمن اینکه بر اساس نتایج تحقیق‌های کنت و چلادوری<sup>۴</sup> (۲۰۰۵)، نظری و همکاران (۲۰۱۰) و دایگولا و سیراکلار<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) رابطه معنی‌داری بین سبک رهبری تحول‌گرا و تعهد سازمانی، رضایت از عملکرد، اثربخشی و در نهایت بهره‌وری وجود دارد.

یکی از موضوعاتی که بتازگی مورد توجه قرار گرفته است، مقوله اثربخشی سازمانی می‌باشد. (چو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷)

1. Bass
2. Sulivan
3. CheungY Thomas, Lam & Yue
4. Kent and Chelladurai
5. Duygulu & Ciraklar
6. Cho

لی ویز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) بر این نکته اشاره دارند که تمرکز بیشتر سازمان‌ها در جهت افزایش توانایی‌های کارکنان و مدیران برای عملکرد بهتر در یک محیط پویا می‌باشد. میانهای و جان<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در تعریف اثربخشی بیان می‌کنند که اندیشمندان علم مدیریت، اثربخشی را میزان دستیابی به اهداف می‌دانند. ضمن اینکه اثربخشی سازمانی یک مقوله پیچیده و مناقشه‌آمیز است و به آسانی قابل درک نمی‌باشد. به همین دلیل، رویکردهای مختلفی برای سنجش اثربخشی سازمانی ارائه شده است و هر کدام بر جنبه‌ای از اثربخشی تمرکز دارند. (هسو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲) از این رو، باید توجه داشت که وجود ارتباطات مؤثر بین مدیر و کارکنان در کلیه سطوح سازمان برای اثربخشی و کارایی سازمان ضروری است. اگرچه سبک رهبری در واقع نشان‌دهنده نحوه ارتباط مدیر با کارکنان می‌باشد و لزوم برخورداری از مهارت‌های ارتباطی برای موفقیت در مدیریت سازمان‌ها کاملاً روشن است. در واقع، شناسایی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و سبک رهبری مدیران و نقش مهارت‌های ارتباطی و سبک‌های مدیریتی بر اثربخشی سازمانی می‌تواند مسیر سازمان را جهت دسترسی به اهداف از پیش تعیین شده تسهیل نماید.

شاید این پژوهش گام تازه‌ای برای ادامه پژوهش‌های بعدی باشد و در آینده، توجه علمی بیشتری در زمینه مطالعه مهارت‌های ارتباطی بر انتخاب الگوی مدیریتی صحیح مدیران ورزشی جلب نماید. فقدان پژوهش‌های کافی در زمینه تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر نوع مدیریت مدیران ورزشی، از یک سو و بررسی ضعیف این مهارت‌ها به صورت ترکیبی، از سوی دیگر محقق را بر آن داشت تا پژوهش گسترده‌ای در این حوزه انجام دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند به مدیران ورزشی در دستیابی به اهداف سازمانی خود، یاری رساند. با توجه به این ملاحظات، پژوهش حاضر جهت بررسی تأثیر مهارت‌های ارتباطی بر سبک‌های رهبری مدیران ورزشی و اثر آن بر اثربخشی سازمانی مدیران ورزشی انجام گرفت. بدین ترتیب، سوال اصلی این پژوهش آن است: آیا در بین مدیران ورزشی مهارت‌های ارتباطی بر انتخاب سبک رهبری و در نهایت اثربخشی سازمانی نقشی دارد و می‌توان بر اساس مولفه‌های هر یک از این متغیرها، مدلی ارائه نمود؟

### روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی، از نظر چگونگی گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نظر ماهیت از انواع تحقیقات همبستگی است، زیرا هدف این پژوهش کشف اثر متغیرهاست که به صورت پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش را معاونان و مدیران ستادی وزارت ورزش و جوانان، مدیران کل استان‌ها و معاونان آنها، مدیران کمیته ملی المپیک و مدیران فدراسیون‌های ورزشی ایران تشکیل می‌دادند. حجم جامعه آماری این پژوهش بر اساس اطلاعات دریافت شده از کارگزینی سازمان‌های نامبرده، ۶۶۹ نفر برآورد گردید. نمونه آماری تحقیق، به صورت تصادفی طبقه‌ای، از بین جامعه آماری انتخاب شد. برای تعیین حجم نمونه، از روش کوکران<sup>۴</sup> (با اشتباه مجاز ۰/۰۵) استفاده شد. حجم نمونه برابر با ۲۴۵ نفر به

1. Lewis and et al.
2. MianYHai& Jun
3. Hsu
4. Cochran

دست آمد. از پرسشنامه‌های «مهارت‌های ارتباطی» بارثون جی (۱۹۹۰) با ابعاد مهارت‌های کلامی، شنودی و بازخوردی، «سبک‌های رهبری» باس و آولیو (۱۹۹۵) با مولفه‌های سبک رهبری ساختارگرا و سبک رهبری تحول‌گرا و «اثربخشی سازمانی» هسو (۲۰۰۲) با مولفه‌های تصمیم‌گیری، ارتباطات، سازماندهی و رضایت شغلی به عنوان ابزار اندازه‌گیری پژوهش استفاده شد. پایایی پرسشنامه «مهارت‌های ارتباطی» توسط نظری و همکاران (۲۰۱۱) حدود ۰/۸۱، «پرسشنامه سبک‌های رهبری» توسط نظری و همکاران (۲۰۱۰) نزدیک ۰/۸۵ و پرسشنامه «اثربخشی سازمانی» توسط شیخعلی زاده (۱۳۹۰) حدود ۰/۹۱ گزارش گردیده- ضمن اینکه روایی پرسشنامه‌ها نیز توسط محققان یاد شده مورد تصدیق قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد و از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی شامل تحلیل مسیر استفاده گردید. برای تحلیل داده‌ها از بسته نرم‌افزاری آماری علوم اجتماعی<sup>۱</sup> نسخه ۱۶ و لیزرل<sup>۲</sup> نسخه ۸/۵۴ با سطح اطمینان ۹۵ درصد بهره‌گیری شد.

### یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که حدود ۲۳/۷ از مدیران ورزشی ایران را خانم‌ها و حدود ۷۶/۳ درصد را آقایان تشکیل می‌دهند. ضمن اینکه ۸۴/۹ درصد مدیران دارای مدرک لیسانس، ۱۴/۳ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و تنها ۰/۸ درصد از مدیران که در راس امور هستند دارای مدرک دکتری می‌باشند. در مورد رشته تحصیلی مدیران ورزشی، ۵۱/۴ درصد در رشته تربیت بدنی و ۴۸/۶ درصد در سایر رشته‌ها تحصیل نموده بودند. ابتدا برای آزمون نرمال بودن نمونه‌ها، از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و برای همگنی واریانس از آزمون لوین استفاده شد. (۰/۰۵ < p) بر اساس نتایج به دست آمده، نمونه آماری تحقیق از توزیع نرمال تبعیت می‌کردند و متغیرهای تحقیق از تجانس واریانس برخوردار بودند.

جدول ۱: آزمون تفاوت میانگین حیطه‌های مهارت‌های ارتباطی

| متغیر         | درجه آزادی | آماره آزمون t | سطح معناداری |
|---------------|------------|---------------|--------------|
| مهارت ارتباطی | ۱۶         | ۹/۹۳۸         | ۰/۰۳۵        |

از نتایج چنین استنباط می‌گردد که تفاوت معنی‌داری بین میانگین‌های وضعیت موجود و وضعیت مطلوب حیطه‌های کلامی، شنودی و بازخوردی مهارت‌های ارتباطی مدیران ورزشی وجود دارد. (۰/۰۵ > p)

1. SPSS

2. Lisrel

● نقش مهارت‌های ارتباطی بر سبک‌های رهبری تحول‌گرا و ساختارگرا و اثربخشی سازمانی سازمان‌های ورزشی

جدول ۲: نتایج آماری مربوط به ارتباط بین سن، سابقه کار و سابقه مدیریت و مهارت‌های ارتباطی

| عوامل             | آماره         | سن    | سابقه کار | سابقه مدیریت |
|-------------------|---------------|-------|-----------|--------------|
| مهارت‌های ارتباطی | ضریب پیرسون   | ۰/۲۸۰ | ۰/۰۳۵     | ۰/۰۴۹        |
|                   | عدد معنی داری | ۰/۵۰۵ | ۰/۰۰۱     | ۰/۰۰۱        |
|                   | تعداد         | ۲۴۵   | ۲۴۵       | ۲۴۵          |

نتایج حاکی از این است که ارتباط معنی داری بین سابقه کار، مدیریت و مهارت‌های ارتباطی مشاهده شد. ( $p > ۰/۰۵$ )

جدول ۳: آزمون تفاوت میانگین سبک‌های رهبری

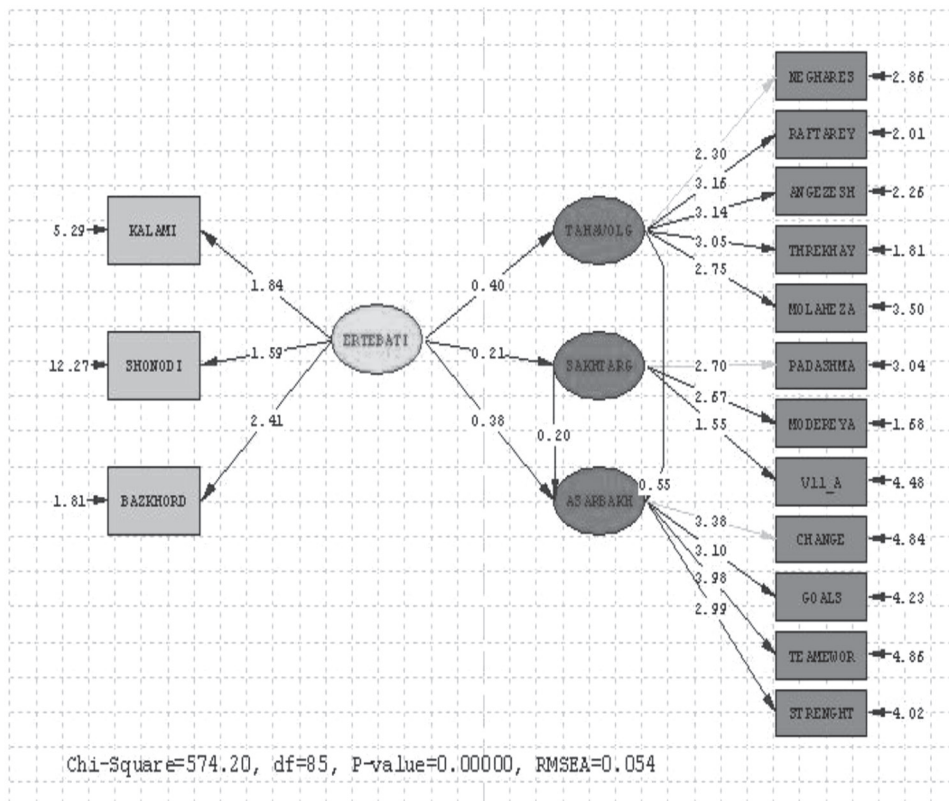
| آماره         | سبک تحول‌گرا     |                  |                |               |              |             | سبک ساختارگرا |              |
|---------------|------------------|------------------|----------------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|
|               | نگرش‌های ایده آل | رفتارهای ایده آل | انگیزشی الهامی | تحریکی عقلانی | ملاحظات فردی | پاداش مشروط | مدیریت فعال   | مدیریت منفعل |
| آماره آزمون t | ۱۸۳/۶۳           | ۱۶/۲۰            | ۱۶۳/۲۲         | ۱۲۵/۶۱        | ۱۷۸/۸۹       | ۱۳۴/۸۴      | ۱۹۷/۷۶        | ۲۱۶/۰۸       |
| درجه آزادی    | ۱۴               | ۱۵               | ۱۵             | ۱۵            | ۱۶           | ۱۵          | ۱۶            | ۱۴           |
| عدد معنی داری | ۰/۰۰۱            |                  |                |               |              |             |               |              |

از نتایج چنین استنباط می‌گردد که تفاوت معنی داری بین میانگین‌های وضعیت موجود و وضعیت مطلوب در تمامی حیطه‌های سبک‌های رهبری تحول‌گرا و ساختارگرا در بین مدیران ورزشی وجود دارد. ( $p > ۰/۰۵$ )

جدول ۴: آزمون تفاوت میانگین اثربخشی سازمانی

| اثربخشی سازمانی | آماره         | سازماندهی | تصمیم‌گیری | ارتباطات افراد | رضایت شغلی |
|-----------------|---------------|-----------|------------|----------------|------------|
|                 | آماره آزمون t | ۱۴۱/۸     | ۱۲۵/۶      | ۱۱۶/۲          | ۱۳۸/۷      |
|                 | درجه آزادی    | ۲۰        | ۱۸         | ۱۲             | ۲۳         |
| عدد معنی داری   | ۰/۰۰۱         |           |            |                |            |

از نتایج چنین استنباط می‌گردد که تفاوت معنی داری بین میانگین‌های وضعیت موجود و وضعیت مطلوب در حیطه‌های اثربخشی سازمانی سازمان‌های ورزشی مورد بررسی وجود دارد. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که مدیران از وضعیت مطلوبی در اثربخشی سازمانی برخوردار نیستند. ( $p > ۰/۰۵$ )



شکل ۱: اثر مهارت‌های ارتباطی بر سبک رهبری و نقش سبک رهبری بر اثربخشی مدیران ورزشی ایران

مدل اول اندازه‌گیری مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی در حالت تخمین استاندارد را نشان می‌دهد. نتایج تخمین قسمت زیرین شکل ۱ حاکی از مناسب بودن مدل است. با توجه به خروجی لیزرل، مقدار  $\chi^2$  دو ۵۷۴/۲۰ می‌باشد که مقدار نسبتاً بالایی است. پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی پژوهش با داده‌های مشاهده شده تحقیق است. همچنین خروجی لیزرل،  $RMSEA = 0/054$  را برای مدل نشان می‌دهد. هر چه این شاخص کمتر باشد، مدل از برازش مناسب‌تری برخوردار است. به عبارت دیگر، مدل از برازش و تناسب خوبی برخوردار است و از تایید شدن تحلیل مسیر مهارت‌های ارتباطی، سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی حکایت دارد.

جدول ۵: شاخص‌های نیکویی برازش مدل مفهومی پژوهش

| وضعیت شاخص                                              | عدد شاخص |                        |
|---------------------------------------------------------|----------|------------------------|
| وضعیت مناسب از جهت اختلاف بین داده‌ها و مدل است.        | ۵۷۴/۲۰   | شاخص کای دو            |
| مناسب زیرا نباید کمتر از صفر باشد.                      | ۸۵       | df                     |
| شاخص سنجش مدل عدد حاکی از مناسب بودن مدل است.           | ۰/۰۰۱    | P-Value                |
| نباید از ۰/۰۸ بالاتر باشد. عدد حاکی از برازش مدل دارد.  | ۰/۰۵۴    | RMSEA                  |
| بالاتر بودن این عدد از ۰/۰۹ حاکی از مناسب بودن مدل است. | ۰/۹۱     | (GFI <sup>(۲)</sup> )  |
| بالاتر بودن این عدد از ۰/۰۹ حاکی از مناسب بودن مدل است. | ۰/۹۰     | (AGFI <sup>(۲)</sup> ) |
| بالاتر بودن این عدد از ۰/۰۹ حاکی از مناسب بودن مدل است. | ۰/۹۰     | (NFI <sup>(۲)</sup> )  |

با توجه به خروجی لیزرل، مقدار خي دو برابر با ۵۷۴/۲۰ می‌باشد که مقدار نسبتاً بالایی است. پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی پژوهش با داده‌های مشاهده شده پژوهش است. همچنین خروجی لیزرل،  $RMSEA = ۰/۰۵۴$  را برای مدل نشان می‌دهد. هر چه این شاخص کمتر باشد، مدل از برازش مناسب تری برخوردار است. به عبارت دیگر، مدل از برازش و تناسب خوبی برخوردار است و از تأیید شدن تحلیل مسیر تعیین اثر مهارت‌های ارتباطی بر سبک رهبری و نقش سبک رهبری بر اثر بخشی مدیران ورزشی ایران حکایت دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

براساس تحلیل‌های به عمل آمده، مدیران وزارت ورزش و جوانان و ادارات کل استان‌ها در مهارت‌های کلامی و بازخوردی نسبت به مدیران کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی وضعیت بهتری دارند، ولی در مهارت شنودی وضعیت کاملاً برعکس است و مدیران فدراسیون‌ها وضعیت بهتری دارند. به نظر می‌رسد دلیل آن را بتوان در نوع تعاملات متفاوتی که مدیران سازمانی و اداره کل با افراد مختلف از طیف‌های ورزشی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دارند، جستجو نمود. همچنین، نوع مدیریت شفافیتی که در بین مدیران فدراسیون‌ها بیشتر از مدیران سازمانی یا ادارات کل ورزش و جوانان استانها دیده می‌شود در این امر تأثیر گذار بوده است. به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت پیچیده فرآیند ارتباط و ضرورت توسعه مهارت‌های ارتباطی بین فردی، مدیران بنابر نیاز حرفه‌ای خود باید سعی در بهبود مهارت‌های ارتباطی داشته باشند. براساس نتایج به دست آمده، مدیران مرد در حیطه‌های مهارت‌های ارتباطی نسبت به مدیران زن وضعیت مطلوب تری دارند. شاید بتوان نتایج فوق را این گونه تحلیل نمود که علیرغم تصور رایج در جامعه، مدیران زن از قدرت ارتباطی بهتری برخوردار می‌باشند. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج سولیوان<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) - که بیان می‌دارد خانم‌ها در بیشتر مواقع تمایل

۱. ریشه میانگین مربعات خطای تقریب

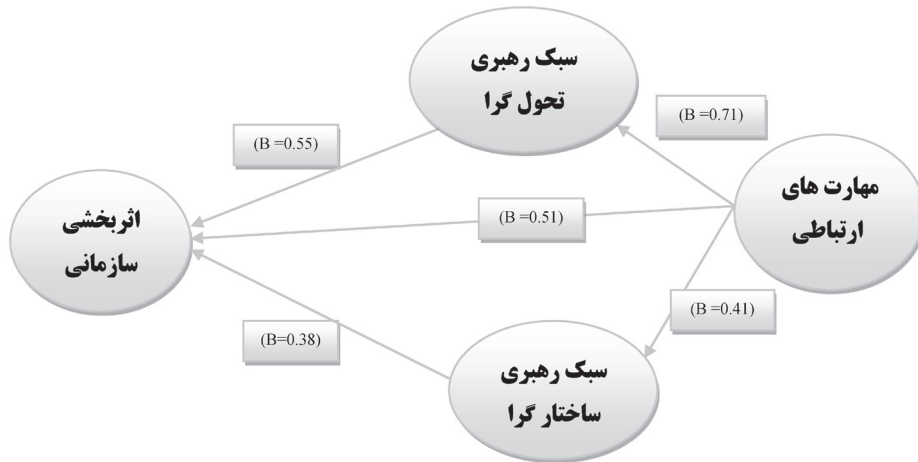
به خود فاش سازی دارند و اغلب در کارها عکس العمل های رساتر و واکنشی از خود بروز می دهند- عروف زاد (۱۳۸۷)- بین جنسیت و مقیاس ارتباط گریزی از مؤلفه های مهارت ارتباطی تفاوت معنی داری وجود دارد- و نظری و همکاران (۲۰۱۱)- بین مردان و زنان ورزشکار در مولفه های کلامی و شنیداری اختلاف معنی داری مشاهده می شود- همخوانی وجود دارد.

از آنجا که ارتباط معنی داری بین سابقه کار، سابقه مدیریت و مهارت های ارتباطی در همه حیطه های کلامی، شنودی و بازخوردی مشاهده شد، می توان گفت با توجه به نظر گراهام (۱۹۹۸) که مسائل شغلی و احساسات و عقاید افراد از جمله عوامل اثرگذار در ارتباط آنهاست، پس هر چقدر فرد از سابقه کار و سابقه مدیریت بیشتری برخوردار باشد، جایگاه خود را در این محیط بهتر پیدا می کند و مهارت های لازم را جهت برقراری ارتباطات بهینه در محیط سازمانی کسب می نماید. بی تردید، دارا بودن توانایی ها و مهارت های ارتباطی و ارتباطات بین فردی در بین مدیران از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. بدین ترتیب، یافته های این بخش از تحقیق مبنی بر نامناسب بودن سطح مهارت های ارتباطی مدیران ورزشی با یافته های گراهام (۱۹۹۸)، نظری (۲۰۱۱، ۲۰۱۲) و عروف زاد (۱۳۸۷) همخوانی دارد.

نتایج بررسی سبک های رهبری در سازمان های ورزشی نشان داد که سبک غالب مدیران در سازمان های ورزشی مورد مطالعه سبک رهبری تحول گراست. به عبارت دیگر، مدیران سازمان های ورزشی ایران بیشتر از سبک رهبری تحول گرا نسبت به رهبری ساختارگرا بهره می برند. این یافته با نتایج بررسی شیخعلی زاده (۱۳۹۰) همخوانی دارد. باید توجه داشت که الگو قرار دادن این سبک رهبری از سوی مدیران می تواند منجر به افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی، عملکرد، کارایی، اثربخشی و بهره وری گردد. (نظری و همکاران، ۲۰۱۰) با توجه به اینکه بین نمرات وضعیت مطلوب و وضعیت موجود سبک های رهبری در بین مدیران ورزشی تفاوت معنی داری وجود داشت، می توان گفت که سازمان های ورزشی ایران از نظر سبک رهبری در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. با توجه به یافته های تحقیق حاضر، سبک رهبری تحول گرا و ساختارگرا تاثیر معنی داری بر اثربخشی سازمانی دارد. به عقیده بس (۲۰۰۳) رهبران تحول آفرین از توجه به نیازهای موجود و پیش پا افتاده پا را فراتر می نهند و همواره سعی می کنند تا با نفوذ به عمق باور افراد، ساختار سلسله مراتب نیازهای پیروان را به گونه ای دستخوش دگرگونی قرار دهند. (بس، ۱۹۹۶) رهبران تحول گرای ورزشی با کارکنان خود ارتباط برقرار می کنند، به تفاوت های فردی آنها توجه می نمایند و آنها را در جهت به کارگیری استعداد های بالقوه خود و افزایش حس مسئولیت پذیری نسبت به مسئولیت های خود در سازمان یاری می کنند. این مدیران ضمن اینکه استقلال و چالش های کاری را تقویت می کنند، با رواج دادن تفکر و اندیشیدن در روند فرایندهای کاری انگیزش های الهام بخشی را در سازمان تسری می بخشند و با این روش در نهایت اثربخشی سازمانی را برای سازمان های متبوع خود به ارمغان می آورند. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج هسو (۲۰۰۲)، شیخعلی زاده (۱۳۹۰) و نظری (۲۰۱۰) همخوانی دارد. رهبران تحول گرا، به واسطه سطح قابل قبولی از مهارت های ارتباطی که به صورت بالقوه در آنها نهفته و یا کسب نموده اند، تاثیر مثبتی بر روی اثربخشی سازمانی دارند.

با توجه به اینکه رهبران نیاز به توسعه مهارت هایی از جمله گسترش دامنه مهارت های ارتباطی دارند تا آنها را

قادر به بهبود عملکرد سازمانی و تغییر جنبه‌های فرهنگی سازمان سازد و بنابر نتایج پژوهش پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان‌های ورزشی با توسعه یادگیری‌های سازمانی، افزایش انسجام سازمانی، افزایش فرهنگ کار تیمی، تشویق خلاقیت و نوآوری و تزریق فرهنگ تفکر استراتژیک در سازمان‌های ورزشی، سطح عملکرد و اثربخشی سازمانی را ارتقا بخشند. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج آگبونا و هریس (۲۰۰۰)، شیخعلی زاده (۱۳۹۰) و نظری (۲۰۱۱) همخوانی دارد.



شکل ۲: مدل پیشنهادی اثر مهارت‌های ارتباطی بر انواع سبک‌های رهبری و نقش آنها بر اثربخشی سازمانی

از مدل پیشنهادی (شکل ۲) چنین استنباط می‌گردد که به ترتیب مهارت بازخوردی، کلامی و شنودی سهم بیشتری در ارتباطات را به خود اختصاص داده‌اند، در حالی که مدل مفهومی مهارت‌های ارتباطی باثون جی مهارت‌های ارتباطی را بر اساس اولویت اثر گذاری کلامی، شنودی و بازخوردی معرفی نموده است. (نظری و همکاران، ۲۰۱۱) در بخش سبک رهبری تحول‌گرا، به ترتیب در نظر گرفتن ملاحظات فردی، نگرش‌های ایده‌آل، انگیزش‌های الهامی، رفتار ایده‌آل و در نهایت تحریک‌های عقلانی بیشترین نقش را بر عهده دارند. در مدل سبک رهبری ساختارگرا، به ترتیب مدیریت بر مبنای استثنای منفی، پاداش مشروط و در نهایت مدیریت بر مبنای استثنای مثبت بیشترین نقش را بر دوش دارند. مدل پیشنهادی برای سبک‌های رهبری دقیقاً مطابق با مدل مفهومی باس می‌باشد- ضمن اینکه همین مدل در تحقیق نظری و همکاران (۲۰۱۰) نیز مورد تایید قرار گرفته است. در کل، فاکتورهای اثرگذار در اثربخشی سازمانی به ترتیب عبارت‌اند از: سازماندهی، رضایت شغلی، تصمیم‌گیری و ارتباط با افراد. مدل پیشنهادی برای اثر بخشی نیز دقیقاً مطابق با مدل مفهومی هسو (۲۰۰۲) می‌باشد- ضمن اینکه همین مدل در تحقیق نظری و همکاران (۲۰۱۲) نیز مورد تایید قرار گرفته است. در مجموع، می‌توان گفت که مدیران ورزشی باید در تقویت مهارت‌های ارتباطی خود بکوشند، سبک رهبری

تحول گرا را به عنوان سبک رهبری اثرگذار در سازمان های ورزشی خود برگزینند و سعی در مطلوب نمودن سبک های رهبری خود داشته باشند، چرا که با تقویت انسجام و ایجاد ثبات در سازمان های ورزشی، مأموریت پیچیده این سازمان ها با اثربخشی بهتری انجام خواهد شد.

از آنجا که مهارت های ارتباطی می تواند منجر به تقویت کارایی و افزایش کارایی در کنار اثربخشی، بهبود بهره وری را برای سازمان های ورزشی به ارمغان خواهد آورد، استفاده از مدیران دارای مهارت های ارتباطی بالا پیشنهاد می گردد. ضروری است که در انتخاب مدیران سازمان های ورزشی، سبک مدیریتی آنها به عنوان یک عامل اثرگذار در فرایند انتخاب و انتصاب آنها در دستور کار مدیران عالی رتبه وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی اول ورزش کشور قرار گیرد. همچنین، مدیرانی به کار گرفته شوند که دارای سطح بالایی از مهارت های ارتباطی باشند.

## منابع

- حلاجی، م؛ زردشتیان، ش و تندنویس، ف. (۱۳۹۰). «ارتباط الگوهای مدیریتی تحول‌گرا و عمل‌گرای مرییان با تعهد بازیکنان لیگ برتر هندبال ایران». پژوهش در علوم ورزشی. ۱۱: ص ۴۴-۲۷.
- رضائیان، علی. (۱۳۸۳). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ هشتم، تهران: انتشارات سمت
- شیخ‌علی‌زاده، م و تجاری، ف. (۱۳۹۲). «تأثیر رهبری تحول‌گرا و فرهنگ سازمانی بر اثربخشی سازمانی در سازمان‌های ورزشی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۷: ص ۵۸-۴۳.
- مرادی، م؛ جعفری، ا؛ امید، ع و علی‌دوست قهفرخی، ا. (۱۳۹۲). «مدل یابی تأثیر رهبری تحول‌گرا و عدالت سازمانی بر رفتارهای شهروندی کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران». مدیریت ورزشی. ۴: ص ۱۲۴-۱۰۷.
- ناظم، ف و حدادپور، س. (۱۳۹۲). «ارائه الگوی ساختاری عدالت سازمانی بر اساس سبک‌های رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرا در دانشگاه آزاد اسلامی». فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. سال چهارم، شماره ۱. ص ۶۶-۵۱
- نظری، ر؛ دادخواه، ا و یکتایار، م. (۱۳۹۲). «نقش مهارت‌های ارتباطی در انتخاب الگوی مدیریتی مدیران رسانه‌های ورزشی استان اصفهان». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۲: ص ۱۲-۷.
- نظری، ر؛ قاسمی، ح و سهرابی، ز. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی، الگوهای مدیریتی فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران در سازمان‌های ورزشی: مدل معادلات ساختاری». پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. شماره: ۲۱. ص: ۹۳-۱۰۲.
- یعقوبی، ع و فرقانی اوزرودی، م ب. (۱۳۹۴). «رابطه بین الگوی مدیریتی و شرایط احراز مسئولیت در مدیران تربیت بدنی آموزش و پرورش شهر تهران». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۸. ص ۱۶۶-۱۵۱

۱۵۱

- Bass, B. m. & Avolio, B. J. (1996). **Improving organizational effectiveness through transformational leadership**. sage publications.
- Cheung, S. O., Thomas N.S., Lam K.C., & Yue W.M. (2001). "A Satisfying leadership behaviour model for design consultants". International Journal of Project management, 19, 421-429.
- Cho, S.M. (2007). "Assessing organizational effectiveness in human service organization. An empirical review of conceptualization and determinants". Journal of social service research 33-33.
- Duygulu, E., & Ciraklar, N. (2008). "Team effectiveness and leadership roles". MPRA Paper, No. 7345, posted 18. Online at <http://mara.ub.uni-muenchen.de/72450>.
- Gabriel, gheovghe. Alina, Ionela. (2015). "Research on the management of sport.

**social and behaviour sciences**". Number 140. p: 670.

- Graham, Jennifer Lyn. (1998). **"An Analysis of sport Managers interpersonal communication skills in selected Ontario amateur sport organization"**. University of Windsor. Windsor. Ontario. Canada. September.
- Guo. Kristina L. )2009(. **"Effective Communication in Health Care: Strategies to"**. The Business Review, Cambridge. Vol. 12 Num. 2.
- Hsu. chin-His. (2002). **"A structural equation modelling analysis of transformational leadership, organizational culture and organizational effectiveness in Taiwan's sport/fitness organization"**. Dissertation for doctoral of sport management. United states sport academy. www. Proquest.com.
- Kent A, Chelladurai p. (2001). **"Perceived Transformational Leadership, organizational commitment and citizenship behavior: A case study in intercollegiate athletics"**. Journal of sport management. 15 (2): 135-159.
- Lewis, H., Lock, K.A., & Sexton, T.R. (2009). **"Organizational capability, efficiency, and effectiveness in Major League Baseball: 1901-2002"**. European Journal of Operation Resarech, 197.2, 731-740.
- Mian, Z, Hai, L, & Jun, W. (2008). **"Examining the relationship between organizational culture and performance: The perspectives of consistency and balance"**. Front Business Resarech. China. 2. 2, 256-276.
- Nazari. R, Ehsani. M, Ghasemei. H, Ganjouei. A. (2010). **"Communication Skill difference among Men and Women in sports"**. Pan- Asian Journal of Sports and Physical Education Vol.3 No.1 Mar.2011. P51.
- Nazari. R, Ehsani. M, Ganjouei. A, Ghasemei. H. (2011). **"The Effects of Communication Skills and Interpersonal Communication on Organizational Effectiveness of Iranian Sport Managers and Presenting a Model"**. Middle-East Journal of Scientific Research 10 (6): 702-710, 2011© IDOSI Publications, 2011.
- Nazari. R, Ehsani. M, Ganjouei. A, Ghasemei. H. (2012). **"Structural equation modeling of relationship and interpersonal communication on organizational effectiveness between sport managers"**. African Journal of Business Management Vol.6 (27), pp. 8136-8145, 11 July, 20. Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM>. ©2012 Academic Journals.
- Omoregie, P. O., Tetteh-Opai, A. T. & Obajimi, G. A. (2015). **"Impact of transformation**

**leadership style on managerial effectiveness in sports institutions in Ghana**". Journal of Occupational and Organisational psychology, 14 (1).

- Sullivan, Philip. (2004). **"Communication Differences between Male and Female Team Sport Athletes"**. Communication Reports; summer 2004; 17, 2; Academic Research Library. page. 1231.
- Yukl, Gary. (2008). **"How leaders influence organizational effectiveness"**. The Leadership Quarterly, 19. pp 708–722.



## طراحی و تبیین الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)

امیرالفتی<sup>۱</sup>  
بهرام یوسفی<sup>۲</sup>  
شهاب بهرامی<sup>۳</sup>  
حسین عیدی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۹/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۱۳

پژوهش حاضر با هدف طراحی و تبیین الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی انجام گرفت. روش پژوهش، آمیخته (کمی و کیفی) و جامعه آماری شامل دو جامعه آماری از اساتید و خبرگان حوزه ورزش و کلیه مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. در بخش کیفی از ۲۵ نفر از اساتید و خبرگان حوزه ورزش به صورت هدفمند نظرخواهی شد. در بخش کمی نیز ۲۱۱ نفر از مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان به روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بود که با استفاده از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی تایید گردید و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۹۶ محاسبه شد. در بخش کیفی، ۸ عامل اداری، مالی، عملکردی، اخلاقی، اجتماعی، قانونی، دموکراتیک و رسانه‌ای به عنوان عوامل پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی شناسایی شدند. در بخش کمی نیز نتایج نشان داد که پاسخگویی عملکردی در مقایسه با سایر متغیرهای بررسی شده، بیشترین میزان اثرگذاری را بر نظام پاسخگویی سازمانی داشت (۰/۴۹) و پس از آن، به ترتیب عامل پاسخگویی قانونی با (۰/۴۲)، پاسخگویی

۱. دکترای مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

اداری با (۰/۳۶)، پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای با (۰/۳۵)، پاسخگویی مالی با (۰/۲۷)، پاسخگویی اخلاقی با (۰/۲۰) و پاسخگویی اجتماعی با (۰/۱۱) در رتبه‌های بعدی متغیرهای اثرگذار بر پاسخگویی سازمانی قرار داشتند. همچنین، پاسخگویی دموکراتیکی دارای اثر (۰/۲۶۸) بود که اثر آن تایید نشد. پیشنهاد می‌شود که مدیران وزارت ورزش و جوانان به عنوان سیاست‌گذاران حوزه ورزش و جوانان کشور، جهت افزایش اثربخشی این سازمان از الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر استفاده نمایند.

**واژگان کلیدی:** پاسخگویی، نظام پاسخگویی سازمانی، سازمان ورزشی و وزارت ورزش و جوانان

## مقدمه

امروزه از پاسخگویی به عنوان «پایه‌هایی اخلاقی یک سازمان» نام برده می‌شود و افراد باید نسبت به خط‌مشی‌ها و اقداماتشان پاسخگو باشند. رابطه بین دولت و شهروندان، سیستم پاسخگویی را شکل می‌دهد. چراکه سازمان‌های دولتی به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و باید در برابر آن‌ها پاسخگو باشند. (کریستی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷) پاسخگویی یک مفهوم وسیعی است که می‌تواند در توصیف بسیاری از پدیده‌ها از آن استفاده نمود. مفهوم مسئولیت پاسخگویی بر اساس فرهنگ لغات عبارت است از: الزام به توضیح در قبال اعمال مشخص به منظور ارائه دلایل منطقی برای آن‌چه انجام داده است. (طالب نیا، ۱۳۹۳) از نظر براون و مور<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) پاسخگویی عبارت است از: میزان پایبندی به وعده‌هایی که سازمان جهت انجام برخی فعالیت‌ها و خدمات داده است. (زاموفن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵) از نظر جانسن و کاپتین<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) نیز سیستم پاسخگویی حاوی مجموعه فعالیت‌ها و ابزارهای خاصی است که برای ارتقای یکپارچگی سازمانی استفاده می‌شود. (جانسن و کاپتین، ۲۰۱۶) اصطلاح پاسخگویی معمولاً به رابطه خوب میان مسئولان و مراجعه‌کنندگان باز می‌گردد. (عزیز<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۵) پاسخگویی سازمانی، از نشانه‌های اداره مدرن و دموکراسی - محور است. اگر آنهایی که قدرت دارند، در رابطه با اعمال، اشتباهات و تصمیم‌گیری‌های خود به مردم پاسخگو نباشند، دموکراسی و مردم‌سالاری در حد حرف و شعار باقی می‌ماند. بنابراین، پاسخگویی سازمانی به عنوان یک نهاد، مکمل مدیریت دولتی در یک سازمان دموکراتیک و مردم‌سالار است. (سواوندی و توماسون<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴) پاسخگویی همیشه به انجام امور عمومی، مدیریت بودجه عمومی، تضمین تحقق حقوق افراد، جلوگیری از سوء استفاده و فساد و همچنین اطاعت از حاکمیت قانون مربوط می‌شود. (عزیز و همکاران، ۲۰۱۵ و لورنکو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۵)

سازمان‌های مختلف با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه هستند؛ از یک سو، در مقابل مردمان و سازمان‌های مختلف احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین‌المللی آنان را وادار به اعمال روش‌ها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل ممکن است مغایر خواست و انتظارات شهروندان باشد. (یانگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲) بنابراین در دنیای امروز، سازمان‌ها در شرایطی هستند که باید به تقاضاهای روزافزون تمام ذینفعان از جمله شهروندان، رسانه‌ها و ... پاسخگو باشند. (اسچیلمانس<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵) نظام پاسخگویی در سازمان‌ها موجب کاهش رفتارهای غیر قانونی خواهد شد. در واقع، مسئولیت پاسخگویی دولت را موظف می‌کند در حیطه وظایف قانونی خود در مورد فعالیت‌هایی که انجام می‌دهد به مردم و نمایندگان قانونی آن‌ها توضیح بدهد و در مورد میزان منابع مالی بودجه عمومی دولت و نحوه مصرف

1. Christie

2. Brown &amp; Moore

3. Zumofen

4. Janssens &amp; Kaptein

5. Aziz

6. Sawandi &amp; Thomson

7. Lourenço

8. Yong

9. Schillemans

آن اسناد و مدارک معتبر ارائه کند. به عبارت دیگر، گزارشگری نقش عمده‌ای در ادای وظیفه پاسخگویی در یک جامعه دموکراتیک ایفا می‌کند. (طالب نیا، ۱۳۹۳) برای اجرای سیستم پاسخگویی نیاز به شناخت اجزای آن است. برای شناسایی اجزای چارچوب مذکور، نخست ادبیات مرتبط بررسی می‌شود. نویسندگان مختلف تقسیم‌بندی‌های متفاوتی برای نظام پاسخگویی ارائه نموده‌اند. کاپل<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) پنج بعد برای پاسخگویی نام برد: شفافیت عملکرد سازمان، شایستگی، پایبندی به اصول سازمانی، پیروی از قوانین و پاسخ‌دهی. (شیری، ۱۳۹۶) باونز<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) نیز استدلال کرد که حداقل پنج نوع مختلف پاسخگویی وجود دارد: پاسخگویی‌های سیاسی، قانونی، اداری، حرفه‌ای و اجتماعی. تمامی تقسیم‌بندی‌های ارائه شده به نوعی با هم همپوشانی داشته‌اند. ترکیب ابعاد پاسخگویی نشان می‌دهد که سیستم پاسخگویی بیش از یک تنوری است و می‌تواند به صورت کاربردی در سازمان‌ها مورد استفاده قرار گیرد. (قره<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱) از طرفی وجود سیستم پاسخگویی که برای تمامی سازمان‌ها یکسان باشد، وجود ندارد و سازمان‌ها با توجه به نوع فعالیت‌ها و ذینفعان خود باید سیستم پاسخگویی مناسب را در سازمان برپا نمایند. (کریستی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷)

پژوهش‌های متعددی در زمینه پاسخگویی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است. محبوبی (۱۳۹۱) ابعاد ساختاری، اخلاقی، فرهنگی، مالی، قانونی، اطلاع‌رسانی و عملکردی را به عنوان متغیرهای اثرگذار بر پاسخگویی شناسایی کرد. آقایی کلشتری (۱۳۹۳) در تحقیق خود، ابعاد سیاسی، اخلاقی، عملکردی، ساختاری، مالی و پاسخگویی قانونی را معرفی کرد و ابعاد فرهنگی و اطلاع‌رسانی پاسخگویی نقش معنی‌داری در پیش‌بینی وفاداری مشتریان نداشت. نتایج تحقیق اسماعیلی‌کیا و ملانظری (۱۳۹۵) نشان داد که دانش و رشته غیر مرتبط اداره‌کنندگان دانشگاه‌ها، عامل اصلی ایجاد تضاد، مقاومت کارکنان به دلیل فقدان مهارت، مهم‌ترین خنثی‌کننده و رتبه نخست تاخیرکننده‌ها، نبود مدیران خبره برای نظارت بر فرآیند تحول بوده است. نتایج تحقیق معدنی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که پاسخگویی عمومی بر بهبود خط مشی ارتقای سلامت اداری و شفافیت سازمانی در بخش دولتی، تاثیر مثبت و معناداری دارد. بارتون<sup>۵</sup> (۲۰۰۶) در تحقیق خود عامل دموکراتیک را عاملی اثرگذار بر پاسخگویی سازمانی معرفی کرد. تحقیق بولیوار<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد که شفافیت مالی بخش مهمی از پاسخگویی سازمانی است. نتایج تحقیق کوانسان<sup>۷</sup> (۲۰۱۷) حاکی از آن بود که بودجه بندی عملکرد نه تنها اطلاعات مفیدی را برای سازمان فراهم می‌کند، بلکه به سیستم پاسخگویی نیز کمک می‌نماید.

با وجود اینکه پژوهش‌های مختلفی در زمینه پاسخگویی در حوزه کسب و کار، علوم اجتماعی، نظریه سازمانی، علوم سیاسی و پژوهش‌های مرتبط با فرهنگ و رسانه‌ها انجام شده است، اما کمبود این تحقیقات در سازمان‌های ورزشی به چشم می‌خورد. همچنین، برای تنظیم اولویت‌های سازمانی در پاسخگویی باید

1. Koppell
2. Bovens
3. Ghore
4. Christie
5. Barton
6. Bolívar
7. Cuganesan

تعیین نمود که کدام یک از سیستم های پاسخگویی در سازمان باید در اولویت قرار گیرد. از آنجایی که وزارت ورزش و جوانان رسالت عظیمی بر عهده دارد و بیش از هر نهاد دیگری در تحول ساختارها و نهادهای ورزش و بخش جوانان کشور اثرگذار است، انتظار می رود اقدامات آن ها در جهت توسعه و پیشرفت کشور باشد. اهمیت ارزیابی عملکرد وزارت ورزش و جوانان برای ایفای رسالتی که بر عهده دارند باعث شده که توجه به نظام پاسخگویی آن ها بسیار حائز اهمیت باشد. با توجه به اهمیت پاسخگویی در وزارت ورزش و جوانان، پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخی برای این سؤال است: تحول در نظام پاسخگویی وزارت ورزش و جوانان تحت تأثیر چه عواملی است؟ بنابراین، هدف این پژوهش تدوین الگویی است که شناسایی عوامل تحول در نظام پاسخگویی وزارت ورزش و جوانان را امکان پذیر نماید.

۲۰۷

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع ترکیبی<sup>۱</sup> (کمی و کیفی) و پیمایشی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری (SEM) بود. جامعه آماری پژوهش شامل دو جامعه آماری از اساتید و خبرگان حوزه ورزش و کلیه مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. جهت شناسایی متغیرهای تحقیق در بخش کیفی، ابتدا با مطالعات اسنادی، کتابخانه ای، مقالات و سپس با استفاده از نظرات اساتید مدیریت ورزشی و مدیران و صاحب نظران در این حیطه اقدام گردید. با توجه به اینکه هدف اصلی تحقیق، تعیین متغیرها و نیز روابط بین آن ها و ارائه الگوی مفهومی برای نظام پاسخگویی بود، از ۲۵ نفر از اساتید و خبرگان در این زمینه استفاده: ۹ نفر از اساتید هیات علمی مدیریت ورزشی، ۶ نفر از مدیران وزارت ورزش و جوانان و ۱۰ نفر از مدیران ادارات ورزش و جوانان غرب کشور. ۸ متغیر به عنوان متغیرهای تاثیرگذار بر شکل گیری نظام پاسخگویی در سازمان های ورزشی شناسایی گردید: عوامل اداری، مالی، عملکردی، اخلاقی، اجتماعی، قانونی، دموکراتیک و فناوری و رسانه ای و در نهایت پرسشنامه ۴۰ سوالی طراحی گردید. در بخش کمی، جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمام مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان کشور در سال ۱۳۹۷ بود. تعداد کارکنان رسمی شاغل در این وزارتخانه بر اساس گزارش معاونت نیروی انسانی وزارت ورزش و جوانان حدود ۹۰۰ نفر کارمند رسمی و قراردادی می باشند. تعداد ۲۵۰ پرسشنامه بین آنها توزیع گردید و در نهایت ۲۱۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. روایی این ابزار با استفاده از نظر اساتید مدیریت ورزشی تایید شد و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردید.

جدول ۱: آلفای کرونباخ نهایی متغیرهای پژوهش

| پایایی کل | پایایی گویه | متغیر                      |
|-----------|-------------|----------------------------|
| ۰/۹۶      | ۰/۷۸        | پاسخگویی اداری             |
|           | ۰/۸۱        | پاسخگویی مالی              |
|           | ۰/۹۰        | پاسخگویی عملکردی           |
|           | ۰/۸۰        | پاسخگویی اخلاقی            |
|           | ۰/۸۳        | پاسخگویی اجتماعی           |
|           | ۰/۶۷        | پاسخگویی قانونی            |
|           | ۰/۸۶        | پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای |
|           | ۰/۸۹        | پاسخگویی دموکراتیکی        |

همان گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌گردد، ضریب آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه تحقیق، ۹۶ درصد به دست آمد. از آنجاکه ضریب به دست آمده از ۰/۹ بیشتر است، می‌توان تفسیر نمود که پایایی ابزار اندازه‌گیری بالاست. همچنین، به دلیل محقق ساخته بودن ابزار پژوهش (به دلیل شناسایی عوامل به روش کیفی)، برای شناسایی ساختار داخلی ابزار و عوامل مربوط به آن از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

جدول ۲: نتایج آزمون بارتلت و کیزر-میر-اولکین

| مقدار  | پیش فرض                          |                    |
|--------|----------------------------------|--------------------|
| ۰/۸۸۶  | مقدار کیزر میر (کفایت حجم نمونه) |                    |
| ۶۳۰۴/۵ | مقدار مجذور کای                  | آزمون کرویت بارتلت |
| ۴۲۵    | درجه آزادی                       |                    |
| ۰/۰۰۱  | سطح معناداری                     |                    |

نتایج آزمون کیزر-میر-اولکین<sup>۱</sup> حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی می‌باشد. برای کفایت حجم نمونه، آزمون کرویت بارتلت نشان داد که حجم نمونه برای انجام تحلیل عاملی مناسب است. جدول ۲ آزمون تحلیل عاملی اکتشافی را با استفاده از شاخص آماری کیزر میر و آزمون بارتلت نشان می‌دهد.

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

جدول ۳: آزمون تحلیل عاملی اکتشافی، کیزر میر و بارتلت برای هریک از متغیرهای پژوهش

| سوالات                                                                                                            | بارعاملی | واریانس |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|
| پاسخگویی اداری                                                                                                    |          |         |
| در وزارت ورزش و جوانان میزان مراجعه برای دریافت خدمات مناسب است.                                                  | ۰/۱۹     | ۱/۰۷    |
| مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان به وعده‌های خود عمل می‌کنند.                                                 | ۰/۵۱     | ۰/۸۰    |
| رفتار پرسنل وزارت ورزش و جوانان با مراجعه کنندگان محترمانه است.                                                   | ۰/۵۸     | ۰/۶۸    |
| از پارتی بازی و رشوه خواری در وزارت ورزش و جوانان جلوگیری می‌شود.                                                 | ۰/۵۴     | ۰/۶۲    |
| تعهد به ارزش‌های انسانی و اسلامی در رفتار پرسنل وزارت ورزش مناسب است.                                             | ۰/۶۰     | ۰/۵۳    |
| مدیران وزارتخانه خود را مکلف به پاسخگویی به مشتریان و مقامات می‌دانند.                                            | ۰/۶۲     | ۰/۷۴    |
| پاسخگویی مالی                                                                                                     |          |         |
| بودجه قسمت‌های مختلف وزارت ورزش و جوانان به صورت شفاف گزارش می‌گردد.                                              | ۰/۵۸     | ۰/۸۶    |
| هزینه‌های تخصیص یافته در وزارت ورزش و جوانان عادلانه است.                                                         | ۰/۵۶     | ۰/۸۱    |
| هزینه‌های وزارت ورزش و جوانان به صورت شفاف گزارش می‌گردد.                                                         | ۰/۵۰     | ۰/۶۸    |
| اطلاعات مالکیت در شرکت‌های تابعه مشمول مالیات به صورت کافی در دسترس می‌باشند.                                     | ۰/۵۶     | ۰/۶۱    |
| وضعیت معافیت مالیاتی وزارت ورزش و جوانان برای باشگاه‌های ورزشی شفاف است.                                          | ۰/۶۸     | ۰/۵۳    |
| میزان بودجه سالانه وزارت ورزش و جوانان به مردم ارائه می‌گردد.                                                     | ۰/۷۳     | ۰/۷۴    |
| پاسخگویی عملکردی                                                                                                  |          |         |
| در وزارت ورزش و جوانان اطلاعات مربوط به میزان تحقق سیاست‌های وزارت ورزش و جوانان به مراجعین و پرسنل ارائه می‌شود. | ۰/۵۹     | ۰/۹۰    |
| وزارت ورزش از ادارات زیردست و فدراسیون‌ها به صورت مداوم گزارش عملکرد گرفته می‌شود.                                | ۰/۷۱     | ۱/۲۵    |
| میزان ارائه خدمات به نسبت تعداد کارکنان در وزارت ورزش کافی و مناسب است.                                           | ۰/۷۲     | ۱/۲۰    |
| عملکرد پرسنل توسط مدیران به وضوح بیان می‌شود.                                                                     | ۰/۷۹     | ۱/۳۸    |
| وزارت ورزش به صورت منظم و سالیانه گزارش عملکرد را به مردم و جامعه ارائه می‌کند.                                   | ۰/۷۶     | ۱/۹۰    |
| پاسخگویی اخلاقی                                                                                                   |          |         |
| در وزارت ورزش و جوانان ارزش‌های اخلاقی مربوط به شغل رعایت می‌شود.                                                 | ۰/۶۸     | ۰/۹۵    |
| در وزارت ورزش و جوانان به وعده‌های داده شده عمل می‌شود.                                                           | ۰/۷۵     | ۱/۰۵    |
| به منظور رعایت اخلاقی مراجعین به وزارت ورزش و جوانان، رسیدگی منظم و صحیح به شکایات مراجعین صورت می‌گیرد.          | ۰/۷۴     | ۱/۰۷    |
| کارکنان این وزارتخانه اخلاق حرفه‌ای را به خوبی رعایت می‌کنند.                                                     | ۰/۳۵     | ۰/۸۰    |
| پاسخگویی اجتماعی                                                                                                  |          |         |
| در وزارت ورزش در موارد خاصی از شما نظر خواهی و درخواست مشارکت می‌شود.                                             | ۰/۴۷     | ۰/۹۹    |
| بین برنامه‌های اجرایی وزارت ورزش و انتظارات سیاسی جامعه همخوانی و هماهنگی وجود دارد.                              | ۰/۷۴     | ۰/۷۳    |

|         |          |                                                                                 |
|---------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| ۰/۵۶    | ۰/۷۹     | پاسخگویی وزارت ورزش و جوانان به جامعه مناسب است.                                |
| ۰/۶۵    | ۰/۷۸     | وزارت ورزش و جوانان به مسائل اجتماعی مانند محیط زیست و... اهمیت می‌دهد.         |
| واریانس | بارعاملی | پاسخگویی قانونی                                                                 |
| ۰/۶۶    | ۰/۷۵     | خلاء قانونی در زمینه مشکلات فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی وجود ندارد.          |
| ۰/۹۸    | ۰/۸۴     | اجرای قوانین و مقررات مالی در وزارت ورزش و جوانان از وضعیت مناسبی برخوردار است. |
| ۱/۰۶    | ۰/۷۸     | کنترل و نظارت مراجع قانونی مانند مجلس و دولت بر وزارت ورزش و جوانان مناسب است.  |
| ۱/۲۵    | ۰/۹۶     | اجرای قوانین و مقررات در وزارت ورزش و جوانان مناسب است.                         |
| واریانس | بارعاملی | پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای                                                      |
| ۰/۶۸    | ۰/۵۲     | در مورد سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی وزارت ورزش به رسانه‌ها اطلاع رسانی می‌شود. |
| ۰/۶۴    | ۰/۵۱     | به اطلاعات ارائه شده از سوی وزارت ورزش و جوانان به رسانه‌ها اعتماد وجود دارد.   |
| ۰/۵۳    | ۰/۵۹     | تعامل مناسبی میان وزارت ورزش و جوانان با نشریات و رسانه‌ها وجود دارد.           |
| ۰/۷۵    | ۰/۷۱     | رسانه‌ها می‌توانند هر نوع اخباری را از وزارت ورزش و جوانان دریافت کنند.         |
| ۰/۹۱    | ۰/۷۶     | وزارت ورزش و جوانان دارای سایت رسمی به روز شده می‌باشد.                         |
| ۱/۲۵    | ۰/۵۶     | این وزارتخانه در شبکه‌های اجتماعی برای انعکاس اخبار حضور فعال دارد.             |
| واریانس | بارعاملی | پاسخگویی دموکراتیکی                                                             |
| ۱/۱۹    | ۰/۸۰     | در وزارت ورزش و جوانان به راحتی می‌توان از مدیران بالاتر انتقاد کرد.            |
| ۱/۳۹    | ۰/۸۵     | در صورت انتقاد زبردست ناراحت نمی‌شوم.                                           |
| ۱/۲۱    | ۰/۷۵     | ساختار وزارت ورزش و جوانان به صورت دموکراتیک و ساده است.                        |
| ۰/۹۲    | ۰/۵۹     | وزارت ورزش و جوانان موفق به کاهش بوروکراسی و تبعیض اداری شده است.               |

همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌گردد، یافته‌های تحلیل عامل اکتشافی برای این پژوهش نشان داد که میزان سهم پذیری بار عاملی و واریانس هر یک از گویه‌های نظام پاسخگویی سازمانی - بجز دو گویه - در تمامی سوالات دارای بار عاملی بالای ۰/۵ بود که نشان از تایید پرسشنامه مورد استفاده را دارد. برای انجام این پژوهش از آمار توصیفی (میانگین، جداول، همبستگی، تحلیل عاملی، آلفای کرونباخ و...) به کمک نرم افزار Spss نسخه ۲۰ و به منظور آزمون الگوی پیشنهادی تحقیق از آزمون تحلیل مسیر به وسیله نرم افزار ایموس نسخه ۲۴ استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

توزیع فراوانی مشخصات فردی نمونه‌های پژوهش نشان می‌دهد که از ۲۱۱ نفر نمونه آماری، ۴۵ درصد را زنان و ۵۵ درصد را مردان تشکیل می‌دادند که از این بین ۱۸ درصد مجرد و ۸۲ درصد متاهل بودند. از بین پاسخگویان ۱۴ نفر دارای مدرک کاردانی، ۸۸ نفر کارشناسی، ۹۲ نفر ارشد و ۱۷ نفر دارای مدرک دکتری

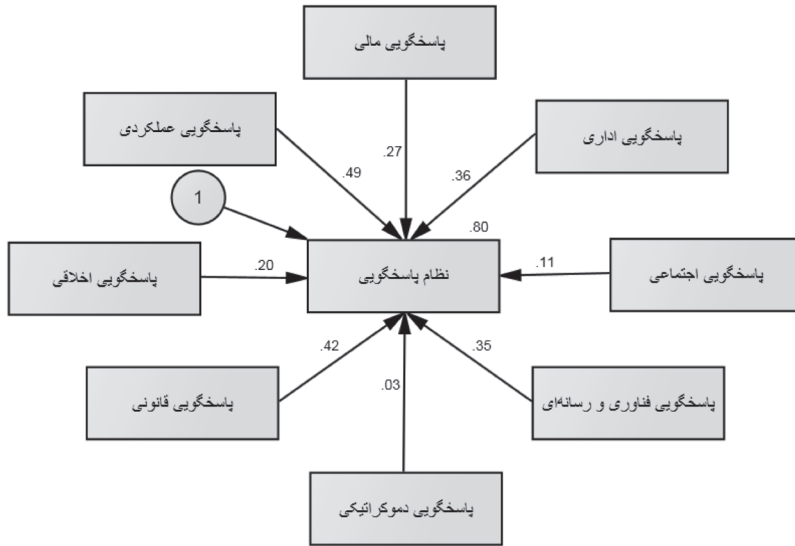
بودند. از آزمون کلموگروف اسمیرنوف جهت تعیین توزیع نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شد. نتایج نشان داد که سطح معناداری متغیرهای اصلی تحقیق بالاتر از سطح معناداری ۰/۰۵ می‌باشند. بنابراین داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار پارامتریک استفاده می‌شود. جدول ۴ میانگین و انحراف معیار بین متغیرهای اصلی پژوهش را در بین نمونه‌های آماری پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۴: میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرهای اصلی پژوهش

| ردیف | متغیر               | میانگین | انحراف معیار | آزمون همبستگی پیرسون |              |
|------|---------------------|---------|--------------|----------------------|--------------|
|      |                     |         |              | پاسخگویی سازمانی     | سطح معناداری |
| ۱    | پاسخگویی اداری      | ۴/۰۸    | ۰/۶۳         | ۰/۶۵**               | ۰/۰۰۱        |
| ۲    | پاسخگویی مالی       | ۴/۰۹    | ۰/۶۱         | ۰/۷۷**               | ۰/۰۰۱        |
| ۳    | پاسخگویی عملکردی    | ۳/۱۲    | ۰/۹۲۱        | ۰/۸۲**               | ۰/۰۰۱        |
| ۴    | پاسخگویی اخلاقی     | ۲/۶۱    | ۰/۶۳         | ۰/۶۹**               | ۰/۰۰۱        |
| ۵    | پاسخگویی اجتماعی    | ۴/۰۱    | ۰/۷۰         | ۰/۷۵**               | ۰/۰۰۱        |
| ۶    | پاسخگویی قانونی     | ۳/۷۵    | ۰/۷۱         | ۰/۷۵**               | ۰/۰۰۱        |
| ۷    | پاسخگویی رسانه‌ای   | ۳/۶۴    | ۰/۸۰         | ۰/۲۵**               | ۰/۰۰۱        |
| ۸    | پاسخگویی دموکراتیکی | ۳/۷۲    | ۰/۸۴         | ۰/۱۳                 | ۰/۳۲۱        |

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، پاسخگویی اداری و مالی بیشترین میانگین را در میان متغیرهای پژوهش داشته است (۴/۰۹) و پاسخگویی اخلاقی نیز پایین‌ترین میانگین (۲/۶۱) را از منظر نمونه‌های آماری پژوهش کسب کردند. به منظور ارتباط سنجی میان متغیرهای تحقیق نیز از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. همان گونه که مشاهده می‌گردد، ارتباط مثبت و معنادار بالایی بین پاسخگویی سازمانی با متغیرهای تحقیق وجود دارد و تنها با پاسخگویی دموکراتیکی رابطه معناداری نداشت. (کلیه داده‌ها در سطح معناداری ۰/۰۰۱ می‌باشند)

● طراحی و تبیین الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: وزارت ورزش و جوانان)



شکل ۱: خروجی نرم افزار ایموس برای آزمون ضرایب استاندارد شده متغیرهای الگوی پیشنهادی پژوهش

در آزمون الگوی پیشنهادی پژوهش، از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. سطح معناداری این آزمون با ضریب استاندارد تی مشخص می‌گردد. اگر ضریب استاندارد تی بیشتر از ۱/۹۶ باشد، با اطمینان ۹۵ درصد معنادار خواهد بود. همان‌گونه که در شکل ۱ و جدول ۵ نشان داده شده است، بجز پاسخگویی دموکراتیکی، تمامی مسیرهای مدل پیشنهادی پژوهش مورد تایید قرار گرفتند. در این بین نیز بیشترین میزان اثر مربوط به پاسخگویی عملکردی با ۰/۴۹ می‌باشد.

جدول ۵: نتایج تحلیل مسیر مدل پژوهش

| مسیر                                           | میزان اثر | خطای استاندارد | آماره تی | سطح معناداری |
|------------------------------------------------|-----------|----------------|----------|--------------|
| پاسخگویی اداری <---> نظام پاسخگویی             | ۰/۳۶۳     | ۰/۰۹۲          | ۱۱/۸۷    | ۰/۰۰۱        |
| پاسخگویی اجتماعی <---> نظام پاسخگویی           | ۰/۱۱۲     | ۰/۱۲۶          | ۳/۶۶     | ۰/۰۰۱        |
| پاسخگویی قانونی <---> نظام پاسخگویی            | ۰/۴۲۳     | ۰/۱۲۵          | ۱۳/۸۲    | ۰/۰۰۱        |
| پاسخگویی عملکردی <---> نظام پاسخگویی           | ۰/۴۹۱     | ۰/۰۷۶          | ۱۶/۰۵    | ۰/۰۰۳        |
| پاسخگویی اخلاقی <---> نظام پاسخگویی            | ۰/۲۰۴     | ۰/۱۱۳          | ۶/۶۷     | ۰/۰۰۱        |
| پاسخگویی مالی <---> نظام پاسخگویی              | ۰/۲۶۹     | ۰/۰۹۹          | ۸/۷۹     | ۰/۰۰۱        |
| پاسخگویی دموکراتیکی <---> نظام پاسخگویی        | ۰/۰۳۴     | ۰/۱۰۴          | ۱/۱۱     | ۰/۲۶۸        |
| پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای <---> نظام پاسخگویی | ۰/۳۵۲     | ۰/۰۷۳          | ۱۱/۵۲    | ۰/۰۰۱        |

با توجه به جدول ۵، آزمون الگوی نظام پاسخگویی سازمانی نشان می‌دهد که مقدار قدر مطلق آماره تی مسیر پاسخگویی اداری بر نظام پاسخگویی سازمانی برابر ۱۱/۸۷ و بزرگتر از مقدار ۱/۹۶ است؛ یعنی در سطح اطمینان ۰/۹۵ پاسخگویی اجتماعی تاثیر معناداری بر نظام پاسخگویی سازمانی دارد و مقدار تاثیر برابر با ۰/۳۶ می‌باشد- در واقع، به ازای یک واحد افزایش در پاسخگویی اداری، ۰/۳۶ بر بهبود نظام پاسخگویی سازمانی افزوده خواهد شد. سایر مسیرها هم بدین صورت اثر معنادار خود را نشان دادند- بجز اثر پاسخگویی دموکراتیکی که با توجه به مقدار آماره تی که برابر با ۱/۱۱ می‌باشد، دارای سطح معناداری ۰/۲۶۸ می‌باشد که میزان اثر پایین ۰/۰۳ آن تایید نگردید. نتایج تمامی اثرات متغیرهای الگوی پیشنهادی در جدول ۵ قابل مشاهده است.

همچنین آزمون نیکویی برازش الگوی پژوهش نشان داد، شاخص کای دو به درجه آزادی آن کوچکتر از ۳ بود که برازش مدل را تایید کرد. همچنین شاخص‌های برازش GFI، NFI، CFI، IFI و بزرگتر از ۰/۹، RMSEA و RMR نیز کوچکتر از ۰/۱ می‌باشند که اعتبار الگوی پژوهش را تایید نمودند.

در این تحقیق ملاحظه شد که از ۸ متغیر شناسایی شده در مصاحبه کیفی، ۷ متغیر به صورت مستقیم بر نظام پاسخگویی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار بودند- تنها بعد پاسخگویی دموکراتیکی اثر معناداری نداشت. در نهایت، جهت اولویت بندی متغیرهای شناسایی شده در الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۶: میانگین رتبه‌های الگوی نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی بر اساس نتایج آزمون فریدمن

| رتبه | متغیر             | میانگین رتبه | آماره خی دو | درجه آزادی | سطح معنی داری |
|------|-------------------|--------------|-------------|------------|---------------|
| ۱    | پاسخگویی مالی     | ۷/۱۷         | ۱۰۸۲/۷۶     | ۷          | ۰/۰۰۱         |
| ۲    | پاسخگویی اداری    | ۷/۰۵         |             |            |               |
| ۳    | پاسخگویی رسانه ای | ۶/۲۱         |             |            |               |
| ۴    | پاسخگویی اجتماعی  | ۳/۸۷         |             |            |               |
| ۵    | پاسخگویی عملکردی  | ۳/۶۹         |             |            |               |
| ۶    | پاسخگویی قانونی   | ۳/۳۷         |             |            |               |
| ۷    | پاسخگویی اخلاقی   | ۱/۳۶         |             |            |               |

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، به ترتیب داده‌های هر متغیر، مقدار آماره خی دو، درجه آزادی و سطح معنی داری محاسبه و ارائه گردیده است. با توجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، فرض متفاوت بودن رتبه‌ها و اولویت‌ها تایید می‌گردد. با توجه به میانگین‌های به دست آمده

برای هفت عامل مذکور، اولویت‌بندی آنها به ترتیب عبارت است از: پاسخگویی مالی، اداری، رسانه‌ای، اجتماعی، عملکردی، قانونی و اخلاقی.

## بحث و نتیجه‌گیری

پاسخگویی مبنای هر جامعه مدعی دموکراتیک است. به عبارت دیگر، مهمترین وجه تمایز نظام‌های مردم‌سالار از غیر آن، وجه پاسخگو بودن آن و قبول مسئولیت در قبال مردم دانسته‌اند. پاسخگویی، ابزاری جهت نظارت بر قدرت و پیشگیری از سوء استفاده از اختیارات عمومی است و از جنبه نظارتی در همه نظام‌های سیاسی امروز نقش محوری دارد. (زاموفن، ۲۰۱۵) اما سازمان‌ها همواره با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه‌اند: از یک سو، در مقابل مردمان و سازمان‌های مختلف احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین‌المللی آنان را وادار به اعمال روش‌ها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل ممکن است مغایر خواست و انتظارات شهروندان باشد. (یانگ، ۲۰۱۱) بنابراین در دنیای امروز سازمان‌ها در شرایطی هستند که باید به تقاضاهای روزافزون تمام ذینفعان از جمله شهروندان، رسانه‌ها و... پاسخگو باشند. (اسچیلمانس، ۲۰۱۵) وجود یک سیستم پاسخگویی دقیق، صحیح و کارآمد در سیستم اداری و پاسخگو بودن کارکنان و مدیران در تمامی سطوح از جمله عواملی است که می‌تواند از تضییع حقوق ارباب رجوع جلوگیری نماید. اما سیستم پاسخگویی که برای تمامی سازمان‌ها یکسان باشد، وجود ندارد و سازمان‌ها با توجه به نوع فعالیت‌ها و ذینفعان خود باید سیستم پاسخگویی مناسب را در سازمان برپا نمایند. (کریستی، ۲۰۱۷) به همین دلیل پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل اثرگذار بر نظام پاسخگویی در وزارت ورزش و جوانان انجام گرفت.

روش پژوهش، آمیخته و جامعه آماری آن شامل یک گروه از اساتید و خبرگان حوزه ورزش و نیز کلیه مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. در بخش کیفی از ۲۵ نفر از اساتید و خبرگان حوزه ورزش به صورت هدفمند نظرخواهی شد که هشت متغیر به عنوان متغیرهای تاثیرگذار بر شکل‌گیری نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی شناسایی گردید: عوامل اداری، مالی، عملکردی، اخلاقی، اجتماعی، قانونی، دموکراتیک و فناوری و رسانه‌ای که در نهایت پرسشنامه ۴۰ سوالی برای آن طراحی گردید که در آزمون تحلیل عاملی اکتشافی ۳۸ سوال آن تایید گردید. در بخش کمی نیز ۲۱۱ نفر از مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان به روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. روایی این ابزار با استفاده از نظر اساتید مدیریت ورزشی تایید شد و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه تحقیق، ۹۶ درصد به دست آمد که نشان از پایایی بالای ابزار اندازه‌گیری دارد. از آزمون کلموگروف اسمیرنوف جهت تعیین توزیع نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شد که نتایج نشان از نرمال بودن داده‌ها داشت و به منظور ارتباط‌سنجی میان متغیرهای تحقیق نیز از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد که ارتباط مثبت و معنادار بالایی بین پاسخگویی سازمانی با متغیرهای تحقیق را گزارش کرد و تنها با پاسخگویی دموکراتیکی رابطه معناداری نداشت. در آزمون الگوی پیشنهادی پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده گردید. نتایج نشان داد که از هشت متغیر شناسایی شده در مصاحبه کیفی، هفت متغیر به صورت مستقیم بر نظام پاسخگویی سازمانی

در وزارت ورزش و جوانان اثرگذار بودند و تنها بعد پاسخگویی دموکراتیکی اثر معناداری نداشت.

نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن نشان داد که پاسخگویی مالی نسبت به سایر متغیرهای بررسی شده، بیشترین میانگین را در نظام پاسخگویی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان دارد که نشان از پاسخگویی بالا در مورد بخش مالی وزارت ورزش نسبت به سایر عامل‌ها دارد. پاسخگویی مالی یعنی تا چه حد سازمان‌های ورزشی منابع مالی را به اثربخش‌ترین شیوه به مصرف می‌رسانند. این متغیر در یافته‌های محبوبی (۱۳۹۱)، آقایی کلشتری (۱۳۹۳)، اسماعیلی کیا و ملانظری (۱۳۹۵) و کوانسان (۲۰۱۷) نیز مورد تایید قرار گرفت. پاسخگویی مالی نیز از متداولترین انواع پاسخگویی است. مصرف صحیح و بهینه منابع مالی و گزارش هزینه کردن درآمدها و انتشار سالیانه صورت حساب‌های مالی به عنوان یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های اعطاکندگانی مالی و به عنوان یکی از ابزار مهم پاسخگویی شناخته می‌شود. (اسکات، ۲۰۰۲) معمولاً در تمام سازمان‌ها، نحوه هزینه کردن بودجه‌های اختصاصی از موارد مهمی است که در دستور کار بازرسین عالی قرار می‌گیرد. سازمان‌های ورزشی نیز از این امر مستثنی نیستند و باید مدیران و روسا مشخص کنند که اخذ پول و هزینه آن بر اساس چه فرایند و قانونی است و این همان پاسخگویی مالی در دستگاه‌های دولتی است که گزینه‌ای با اهمیت در عملکرد آنها محسوب خواهد شد. به عبارت دیگر، شفافیت و درستکاری در امورات مالی علاوه بر حذف فساد می‌تواند قدرت پاسخگویی را افزایش دهد.

پاسخگویی اداری نیز با میانگین ۷/۰۵ در رتبه دوم متغیرهای اثرگذار بر پاسخگویی سازمانی قرار دارد. پاسخگویی نظام اداری عمدتاً به پاسخگویی در برابر دولت و مردم بر می‌گردد. از نشانه‌های کارآیی و مطلوبیت در هر نظام اداری دارا بودن نظام پاسخگویی به منظور بهبود روابط با جامعه است. نوع و ماهیت پاسخگویی در سیستم‌ها می‌تواند متفاوت باشد. در سازمان‌ها به لحاظ نوع برنامه‌ها، وظایف و مأموریت‌ها، مسئولیت‌پذیری در قبال برنامه‌ریزی‌ها و عملکردها و پاسخگویی نیز متفاوت است. پاسخگویی اداری مستلزم تعاملی کردن رابطه میان سازمان و مخاطبان آن است و رسیدن به آن در خلال ارتباط دو سویه و منطقی و نیز شناخت حقوق و مطالبات طرفین امکان‌پذیر است. استقرار پاسخگویی در وهله اول نیازمند وجود یک محیط مناسب است. از این رو، ضرورت دیگری که در کنار ضرورت پاسخگویی مسئولان وجود دارد، وجود یک چارچوب منطقی و شاخص‌های تعریف شده برای پرسشگری است. پاسخگویی در کشور نهادینه نمی‌شود مگر اینکه در ابتدا فرهنگ پرسشگری در جامعه فراگیر شده و به یک فرایند تثبیت شده، تبدیل گردد. لذا با تثبیت فرهنگ پرسشگری و تعیین شاخص‌های آن پاسخگویی به مراجعین اداری به عنوان چارچوب پرسشگری و محور کلی نظام پاسخگویی، تبیین می‌گردد. به همین منظور طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع به عنوان بخشی از این اقدامات از سوی «شورای عالی اداری» تصویب و به دستگاه‌ها ابلاغ شده است. اجرای طرح تکریم و پاسخگویی به مراجعان اداری در سازمان‌های ورزشی، تفاوت‌های عمده‌ای در خدمت‌رسانی به وجود آورده و سبب ارتقای سطح خدمات و رضایت ارباب رجوع شده است.

پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای نیز با میانگین ۶/۲۱ در رتبه سوم قرار دارد. این یافته با نتیجه تحقیق آقایی کلشتری (۱۳۹۳) همخوانی ندارد که می‌توان به اهمیت بالای پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای در سازمان‌های

ورزشی نسبت به بانک که جامعه مورد تحقیق در پژوهش آقایی کلشتری (۱۳۹۳) بود، نسبت داد. پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای یعنی اینکه سازمان‌های ورزشی تا چه حد در اطلاع‌رسانی صحیح و مسائل استراتژیک بخش ورزش و سلامت جامعه تلاش می‌کنند. در دنیای امروز که به واسطه اطلاع‌رسانی ساده به یک دهکده جهانی تشبیه شده است، مقوله اطلاع‌رسانی در سازمان‌های ورزشی امری سهل و ممکن خواهد بود که با وجود علم و تکنولوژی امروزی بعید به نظر خواهد رسید که پاسخگویی رسانه‌ای در سازمان‌های ورزشی با چالشی مهم روبه‌رو باشد. سازمان‌های ورزشی به عنوان یک بخش دولتی موظف به اطلاع‌رسانی صحیح به مراجع ذیصلاح هستند. با توجه به نتایج مطالعات، تکریم ارباب رجوع با اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌ها به شهروندان پیرامون خدمات ارائه شده سازمان، تقویت و به روز رسانی مداوم سایت وزارت و سازمان‌های ورزشی و درج فعالیت‌های سازمان، تعامل با رسانه‌های ورزشی و ... می‌تواند از عوامل پاسخگویی فناوری و رسانه‌ای باشد.

در ادامه، پاسخگویی اجتماعی با میانگین ۳/۸۷ در رده چهارم متغیرهای اثرگذار بر پاسخگویی سازمانی قرار دارد. پاسخگویی اجتماعی سازمانی را می‌توان ظرفیت بالفعل سازمان در جهت برآورده سازی عملی و واقعی توقعات و انتظارات اجتماعی از سازمان تعریف نمود. (احمدی، ۱۳۹۱) به گفته آکرمن، پاسخگویی اجتماعی یعنی اثربخشی و بازدهی یک سازمان در نشان دادن پیگیری برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی‌اش. در این رویکرد به شکاف میان آنچه جامعه ذیربط، انتظار انجام آن را از سازمان داشت و عملکرد واقعی سازمان در این مورد پرداخته می‌شود. در دیدگاه پاسخگویی اجتماعی سازمانی، سازمان‌ها به مثابه شرکایی در کنار نهادهای جامعه‌اند و تلاش دارند تا به حل مشکل‌های جامعه بپردازند و در نهایت سطح رفاه و کیفیت زندگی اجتماعی مردم را با رعایت برآورده شدن نیازهای تمامی طرف‌های ذینفع بالا ببرند. (یعقوبی، ۱۳۸۹) حساسیت سازمان‌های ورزشی نسبت به مسائل مختلف عمومی جامعه محلی و توجه به تبعات منفی تصمیمات و اقدامات سازمانی در جامعه مذکور مقوله قابل ارزشی است که تنها می‌تواند از طریق سازوکار پاسخگویی اجتماعی سازمانی، جنبه عملی و کاربردی به خود بگیرد. سازمان‌های ورزشی بنا به سهم و نقش زیادی که در فرهنگ سازی و القای هنجارها دارند می‌توانند طلایه‌دار تحقق و ترویج این مفهوم در بین شبکه‌ای از بازیگران همراه در اداره امور باشند تا عموم جامعه با الهام و الگو برداری از سازمان‌های ورزشی در این زمینه به پذیرش و استقرار مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی در بخش متبوع مبادرت ورزند. بنابر نتایج این پژوهش، سازمان‌های ورزشی باید به اهتمام در آگاه سازی شهروندان محلی جهت بهره‌مندی بهتر از خدمات سازمان بپردازند و ضمن همکاری و حمایت از تشکل‌های مردم نهاد، به تدوین و آموزش منشور اخلاقیات اهتمام ورزند تا پاسخگویی اجتماعی در سازمان را بهبود بخشند.

پاسخگویی عملکردی نیز با میانگین ۳/۶۹ در رده پنجم آزمون رتبه‌بندی فریدمن دارد. این یافته با نتایج تحقیق محبوبی (۱۳۹۱)، اسماعیلی‌کیا و ملانظری (۱۳۹۵) و کوانسان (۲۰۱۷) همخوانی دارد. مفهوم عملکرد همراه با مفاهیم کیفیت، اثربخشی و کارایی در سازمان‌های ورزشی می‌آید. نظارت و حسن عملکرد خوب را می‌توان به عنوان یک عامل مهم برای پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی به شمار آورد. از طرفی داشتن

یک ساختار مناسب تنها زمانی قابل امکان خواهد بود که سازمان دارای عملکرد مناسبی در راستای رسالت خود باشد. عملکرد بالای سازمان‌های ورزشی باید براساس شایستگی‌های حرفه‌ای در بکارگیری دانش روز، دسترسی به منابع و تکنولوژی، کارآیی در استفاده از منابع، رضایتمندی جامعه و نتایج عملکرد ورزشکاران و سلامتی جامعه باشد. برای بهبود پاسخگویی بهتر است عملکرد سازمان‌های ورزشی موجود را با سازمان‌های ورزشی موفق هم‌تراز از نظر بهره‌وری مقایسه و الگو برداری نمود. برای بهبود پاسخگویی سازمان‌های ورزشی نمی‌توان اثر بخشی و مطلوبیت عملکرد ورزشکاران و مشارکت عموم مردم در فعالیت‌های ورزشی، محور قرار دادن جامعه هدف، جهت‌یابی کارکنان، و بهبود وظایف را از نظر دور داشت. مقوله‌های یاد شده اگر در سازمان‌های ورزشی مورد توجه قرار گیرد و برای آنها برنامه‌ریزی جامعی در نظر گرفته شود، آن سازمان در بعد عملکردی پاسخگویی قابل قبولی خواهد داشت.

۲۱۷

پس از پاسخگویی عملکردی، پاسخگویی قانونی با میانگین ۳/۳۷ در رتبه ششم تاثیرگذار بر نظام پاسخگویی سازمانی قرار دارد. این متغیر در نتایج تحقیق محبوبی (۱۳۹۱) و آقای کی کشتری (۱۳۹۳) مورد تاکید قرار گرفته است و آنها وجود آن را به منظور پاسخگویی در سازمان‌ها لازم بر شمرده‌اند. پاسخگویی قانونی به عنوان یک رویکرد حساس به این معنی است که تا چه حد متصدیان امور از قوانین و مقررات تبعیت می‌کنند یا در برابر مراجع قضایی پاسخگو هستند. (محبوبی، ۱۳۹۱) پاسخگویی قانونی، آشکارترین نوع پاسخگویی است، زیرا رسیدگی قانونی امورات سازمان‌های ورزشی براساس استانداردها و موازین قانونی صورت می‌گیرد. در سازمان‌های ورزشی وجود قوانین و مقررات متنوع باعث شده که معمولاً فرایندها و عملیات اجرایی بدون وجود چارچوب خاصی انجام شود. در سازمان‌های ورزشی ایران نیز این نوع پاسخگویی که به عنوان آشکارترین نوع از آن یاد می‌شود توسط درون سازمان و بازرسان برون سازمانی انجام می‌شود. اعرابی، نظام اداری مبتنی بر جامعه مدنی و حقوق اساسی را برای پاسخگویی لازم شمرده است و پاسخگویی سنتی مبتنی بر عملکرد را به عنوان یکی از مولفه‌های پیش برنده پاسخگویی قانونی می‌داند. (اعرابی، ۱۳۸۰) مکانیسم‌های پاسخگویی قانونی شامل این موارد است: قانون اساسی، مصوبات قوه مقننه، حکم‌ها، قوانین، دستورالعمل‌ها و دیگر ابزارهای قانونی که تبیین می‌کنند مقامات دولتی چه کارهایی را می‌توانند انجام دهند و چه کارهایی را نمی‌توانند و دیگر این که شهروندان چگونه می‌توانند بر علیه مقاماتی که اقداماتشان رضایت‌بخش نیست، اقدام کنند. (محبوبی، ۱۳۹۱) لذا سازمان‌های ورزشی جهت بهبود پاسخگویی بهتر است قوانین و تشریفات زائد اداری را کاهش دهند، چراکه با تدوین قوانین ساده، شفاف، گویا و کوتاه، پاسخگویی نیز شفاف‌تر و ساده‌تر صورت خواهد گرفت. همچنین اگر اجرای قوانین الزام قانونی داشته باشد و از طرف روسا و مدیران پیگیری شود، لازمه احترام به قانون همه گیر شده و پاسخگویی نیز در چارچوب همان قوانین شفاف‌تر خواهد بود.

رتبه آخر متغیرهای تاثیرگذار بر پاسخگویی سازمانی مربوط به پاسخگویی اخلاقی می‌باشد. محبوبی (۱۳۹۱) و آقای کی کشتری (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود، پاسخگویی اخلاقی را از عوامل پاسخگویی سازمانی شناسایی کردند. پاسخگویی اخلاقی بر این باور استوار است که تبعیت و پیروی از ارزش‌های اخلاقی و معنوی به صورت درونی شکل می‌گیرد و باید آن را آموزش و پرورش داد. (محبوبی، ۱۳۹۱) پاسخگویی

اخلاقی در سازمان‌های ورزشی به این نکته اشاره دارد که سازمان در ارائه خدمات تا چه حد، اصول اخلاقی را رعایت می‌کند. وجود مردم مسلمان با فرهنگ و آداب مختلف در کشور جمهوری اسلامی و تأکید بر رعایت اصول اخلاقی در سازمان‌های ورزشی از طرف مدیران ارشد مقوله‌ای نیست که به راحتی از آن گذشت. لذا برای ارتقا و تشویق معنویت در محیط کار می‌توان از فعالیت‌های غیرجسمانی مانند برنامه‌های فرهنگی، برنامه‌های کمک به کارکنان، برنامه‌هایی که کار و خانواده را ادغام می‌کنند و برنامه‌های گوناگونی که باعث ایجاد فرهنگ‌های فراگیر می‌شوند، بهره برد. همچنین تبیین واضح رسالت و چشم انداز سازمان برای کارکنان و مشارکت آنها، التزام عملی به ارزش‌های معنوی، دفاع به حق از حقوق کارکنان، رعایت اخلاقیات در تعامل با ذینفعان، توجه به نظرسنجی از کارکنان درباره ارزش‌های سازمان و تلاش برای توجه به سلامت، روحیه و شرایط زندگی کارکنان می‌تواند منجر به پذیرش بیشتر اهداف و ارزش‌های سازمانی و مقبولیت مدیران توسط کارکنان گردد.

از بین تمامی متغیرهای شناسایی شده در این پژوهش، تنها پاسخگویی دموکراتیکی تأثیر معناداری بر نظام پاسخگویی در سازمان‌های ورزشی نداشت که دارای سطح معناداری ۰/۲۶۸ بود و اثر آن تأیید نشد. این یافته با نتایج تحقیق بارتون (۲۰۰۶) که پاسخگویی دموکراتیکی را از متغیرهای اصلی پاسخگویی سازمانی شناسایی کرده بود، همخوانی ندارد. شاید مسائل فرهنگی و قومی و نفوذ سهامداران و قدرتمندان توانسته است بعضی از برنامه‌های مدون سازمان‌های ورزشی را از سیر طبیعی خود خارج نماید.

پاسخگویی دموکراتیک یعنی سازمان‌های ورزشی تا چه حد در ارتباطاتشان با شهروندان و سایر نهادها به طور شفاف و باز عمل می‌کنند. پاسخگویی دموکراتیک محدود کننده سوء استفاده سازمان از قدرت سیاسی است. به همین دلیل اگر سازمان‌های ورزشی نتوانند در زمان خاصی موفق عمل کنند، توسط مقامات سیاسی یا اجرایی مورد مواخذه قرار می‌گیرند. به بیان دیگر، چون در بعضی مواقع اخذ بعضی امتیازات برای سازمان‌های ورزشی از طریق سیستم‌های دولتی و به وسیله سیاستمداران انجام می‌شود، لذا مقامات اجرایی سازمان‌های ورزشی تا حدودی تأثیر پذیر از تصمیمات این افراد قرار می‌گیرند. در بحث دموکراتیک بودن سازمان‌های ورزشی، اگر بورکراسی جای خود را به پاسخگویی شفاف و سریع بدهد شاخه سیاسی کاری و بحث روابط به جای ضوابط رشد بیشتری خواهد داشت.

در جمع‌بندی پایانی، با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که از ۸ متغیرشناسایی شده در این پژوهش - بجز پاسخگویی دموکراتیک - تمامی متغیرها در الگوی پیشنهادی پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند و نقش و اهمیت هر یک از عوامل به خوبی روشن شد. همچنین، میانگین پاسخگویی سازمانی با توجه به میانگین پاسخ‌دهندگان، در حد متوسط برآورد گردید. عدم توجه به پاسخگویی، کیفیت سایر خدمات سازمان‌های ورزشی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از طرفی پاسخگویی مقوله‌ای است که لازم است در سازمان‌های ورزشی مورد توجه جدی قرار گیرد. بر این اساس، تعیین ضوابط و مقررات و تدوین معیارهای پاسخگویی برای مدیران و کارکنان، ایجاد و نهادینه کردن فرهنگ پاسخگویی چه در داخل سازمان و چه در مقابل مشتریان و مراجعان در تمام سطوح سازمان، تأسیس دفتر یا واحد پاسخگویی با رویکرد نوین علمی، طراحی و اجرای دوره‌های

علمی پاسخگویی در ابعاد مختلف برای تمام کارکنان، بسترسازی مناسب برای استفاده از دانش های ضمنی کارکنان و مدیران در راستای افزایش توان پاسخگویی، و همچنین ارزیابی سازمان های ورزشی به صورت دوره ای منظم به منظور سنجش میزان پاسخگویی توصیه می شود. لازم به ذکر است که علاوه بر شناخت اهمیت هریک از عوامل بهبود نظام پاسخگویی، مدیران باید توانایی انجام و به کارگیری هریک از این عوامل را داشته باشند.

از محدودیت های پژوهش حاضر می توان به شناسایی عوامل موثر بر پاسخگویی در بخش کیفی اشاره کرد که تنها از دیدگاه اساتید و خبرگان در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته و از دیدگاه مراجعه کنندگان و ذینفعان استفاده ای نشده است. در بخش کمی نیز جامعه آماری تحقیق محدود به مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان می باشد. همچنین در این پژوهش فقط اثر تعدادی از عوامل موثر بر نظام پاسخگویی در نظر گرفته شده است، در حالی که می توان عوامل دیگر را نیز مورد بررسی قرار داد. همچنین به دلیل نبود تحقیقات ورزشی در حیطه پاسخگویی سازمانی، محققان با محدودیت در بخش مبانی نظری مواجه بودند.

در زمینه جنبه نوآوری پژوهش حاضر، می توان به طراحی الگوی پاسخگویی در سازمان های ورزشی اشاره نمود و با توجه به بررسی مستندات موجود برای پاسخگویی در سازمان های ورزشی کشور مطالعه ای که توانسته باشد به صورت مستند به ثبت برسد تا مورد استفاده برنامه ریزان، سیاست گزاران و پژوهشگران قرار گیرد، یافت نشد و اگر هم مطالب کمی وجود دارد تنها به صورت تئوری می باشد. البته در حوزه های مدیریت دولتی پاسخگویی در برخی سازمان ها از جمله شهرداری و بیمارستان مطالعه گردیده، اما در این پژوهش ها تعداد ابعاد کمتری مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن به ارائه الگویی در حد یک اداره تبیین شده است. در این تحقیق نسبت به سایر مطالعات گذشته، ابعاد بیشتری به صورت کمی و کیفی مورد بررسی قرار گرفته، ادر حالی که بیشتر مطالعات گذشته به توصیف ابعاد پرداخته اند. این پژوهش بر آن بوده است تا با کمک تجارب سایر اندیشمندان و الگوهای موجود خارجی در حوزه های دیگر، الگویی بومی برای پاسخگویی بهتر در سازمان های ورزشی کشور ارائه دهد.

با توجه به یافته ها و محدودیت های پژوهش حاضر، می توان به محققان پیشنهاد های زیر را برای پژوهش های آینده عرضه کرد:

- به کارگیری الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در سایر جوامع و سازمان های دیگر؛
- مطالعه تفاوت پاسخگویی در سازمان های ورزشی با سایر سازمان های دولتی؛
- تدوین چک لیست های معتبر برای پاسخگویی سازمان های ورزشی کشور؛
- توانمندسازی سازمان های ورزشی بر اساس الگوهای پاسخگویی؛
- مطالعه پاسخگویی در باشگاه های دولتی در مقایسه با باشگاه های خصوصی؛
- شناسایی سایر متغیرهای اثرگذار بر پاسخگویی سازمانی؛
- شناسایی موانع اجرای پاسخگویی در سازمان های ورزشی.

## منابع

- احمدی، کیومرث. (۱۳۹۱). «طراحی مدلی جهت ارزیابی پاسخگویی اجتماعی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین.
- اسماعیلی کیا، غریبه و ملانظری، مهناز. (۱۳۹۵). «بررسی ضرورت تحول در نظام پاسخگویی مالی و عملیاتی دانشگاه‌های دولتی ایران و شناسایی ابعاد آن از دیدگاه خبرگان و دانشگاهیان». پژوهش‌های تجربی حسابداری. سال ۵، شماره ۱۹، صص ۵۲-۷۹.
- اعرابی، سیدمحمد. (۱۳۸۰). «مطالعه نظام پاسخگویی دولت در ایران: نگرشی تطبیقی». فصلنامه دانش مدیریت. دوره ۵۵، شماره ۵۵، صص ۱۱۹-۱۵۵.
- آقای کلشتری، محمود. (۱۳۹۳). «نقش انواع پاسخگویی در وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: بانک رفاه استان گلستان)». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمی.
- شیر، اردشیر و نصراله‌ی وسطی، سیمین. (۱۳۹۶). «تاثیر رهبری تعالی بخش بر پاسخگویی اخلاقی: تبیین نقش معنویت در محیط کار». فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). سال بیست و ششم، شماره ۸۴، صص ۳۳-۵۱.
- طالب‌نیا، قدرت‌الله و کرمی، محمود. (۱۳۹۳). «تاثیر نظام حسابداری تعهدی بر میزان تحقق مسئولیت پاسخگویی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران از طریق اجرای نظام بودجه ریزی عملیاتی». دومین همایش ملی رویکردی بر حسابداری. مدیریت و اقتصاد. صص ۱-۱۳.
- محبوبی، محمد. (۱۳۹۱). «طراحی الگوی بهبود پاسخگویی در بیمارستان‌های آموزشی ایران». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات تهران.
- معدنی، جواد؛ زرنندی، سعید و یداله‌ی، محمدرضا. (۱۳۹۷). «تحلیل تاثیر پاسخگویی عمومی بر خط مشی ارتقای سلامت اداری و شفافیت سازمانی در بخش دولتی». فصلنامه خط مشی‌گذاری عمومی در مدیریت. سال نهم، شماره ۳۰، صص ۲۱-۴۱.
- یعقوبی، نورمحمد. (۱۳۸۹). مدیریت دولتی: سیر اندیشه‌های نوین. انتشارات سمت

- Aziz, M. A. A., Ab Rahman, H., Alam, M. M., & Said, J. (2015). "Enhancement of the accountability of public sectors through integrity system, internal control system and leadership practices: A review study". *Procedia Economics and Finance*, 28, 163-169.
- Barton, A. D. (2006). "Public sector accountability and commercial-in-confidence outsourcing contracts". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(2), 256-271.
- Bolívar, M. P. R., Galera, A. N., & Muñoz, L. A. (2015). "Governance, transparency and accountability: An international comparison". *Journal of Policy Modeling*, 37(1), 136-174.

- Christie, N. V. (2018). **“A Comprehensive Accountability Framework for Public Administrators”**. Public Integrity, 20(1), 80-92.
- Cuganesan, S. (2017). **“The design of performance budgeting processes and managerial accountability relationships”**. Public Management Review, 19(7), 954-971.
- Ghore, R. K. (2011). **“Network legitimacy and accountability in a developmental perspective: A case study”**. Public Integrity, 13(2), 163-180.
- Janssens, M. R., & Kaptein, M. (2016). **“The ethical responsibility of companies towards animals: A study of the expressed commitment of the Fortune Global 200”**. Journal of Corporate Citizenship, (63), 42-72.
- Lourenço, R. P. (2015). **“An analysis of open government portals: A perspective of transparency for accountability”**. Government Information Quarterly, 32(3), 323-332.
- Sawandi, N., & Thomson, I. (2014). **“Broadening corporate accountability: An ‘idealised’ downward accountability model”**. Procedia-Social and Behavioural Sciences, 164, 429-436.
- Schillemans, T. (2015). **“Managing public accountability: How public managers manage public accountability”**. International journal of public administration, 38(6), 433-441.
- Scott, C. (2002). **“Private regulation of the public sector: a neglected facet of contemporary governance”**. Journal of Law and Society, 29(1), 56-76.
- Tutar, H., Altınöz, M., & Çakıroğlu, D. (2011). **“Perception of managers as to the ethical responsibility and competition strategy: A survey”**. Procedia-Social and Behavioural Sciences, 24, 1427-1435.
- Yang, K. (2012). **“Further understanding accountability in public organizations: Actionable knowledge and the structure–agency duality”**. Administration & Society, 44(3), 255-284.
- Zumofen, R. (2015). **“Redefining accountability in a strategic perspective to enhance performance”**. International Research Society for Public Management (IRSPM) conference.





## تحلیل اثر نقش شبکه‌های ارتباطی مجازی بر نگرش و مشارکت ورزشی شهروندان تهرانی

سعیده رضوی<sup>۱</sup>

نیما ماجدی<sup>۲</sup>

فریا محمدیان<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۵/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۷/۱۷

هدف از این پژوهش، تحلیل اثر نقش شبکه‌های ارتباطی مجازی بر نگرش و مشارکت ورزشی شهروندان است. روش تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی و جامعه آماری شامل کلیه شهروندان تهرانی شرکت کننده در رویدادهای ورزش همگانی سال ۱۳۹۶ بود. نمونه آماری براساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد گردید که به روش تصادفی انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش شامل سه پرسشنامه محقق ساخته نقش‌های رسانه، نگرش ورزشی و مشارکت ورزشی بود. روایی و پایایی ابزارها براساس نظر متخصصان (۱۵ نفر)، آلفای کرونباخ (۰/۸۹) و شاخص‌های برازش مدل مطلوب ارزیابی شد. از نرم افزار مدلسازی smart pls برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها استفاده شد.

یافته‌ها نشان داد که نقش‌های رسانه دارای اثر مستقیم، مثبت و معناداری بر مشارکت ورزشی (۰/۳۳) و نگرش ورزشی (۰/۸۳) هستند. نگرش ورزشی نیز اثر مستقیم، مثبت و معناداری بر مشارکت ورزشی دارد. (۰/۶۰) در ارتباط غیر مستقیم مشخص شد که به صورت معناداری ۶۲ درصد از کل اثر متغیر نقش رسانه بر روی مشارکت ورزشی از طریق متغیر میانجی نگرش به ورزش پیش‌بینی می‌شود.

۱. دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Nimamajedi@gmail.com

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

براساس یافته‌های به دست آمده، می‌توان گفت که اثر غیر مستقیم رسانه (با میانجی نگرش) بسیار بیشتر از اثر مستقیم آن بر مشارکت ورزشی می‌باشد و رسانه‌ها بدون قابلیت تغییر نگرش در محتوای خود نمی‌توانند اثرگذاری قابل توجهی داشته باشند. از این رو، لازم است سازمان‌های متولی ورزش همگانی در تهران متناسب با تنوع طیف مختلفی از دیدگاه‌ها، نیازها و علایق ورزشی شهروندان به تولید و مدیریت محتوای رسانه‌ای و تبلیغی خود بپردازند.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های مجازی، رسانه‌های ورزشی، ورزش همگانی، نگرش ورزشی و شهروندان تهرانی

## مقدمه

با وجود شواهد گسترده درباره منافع شناخته شده فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی<sup>۱</sup>، هنوز هم گزارش‌های مختلفی از سراسر دنیا نشان‌دهنده درصد بالایی افراد غیرفعال هستند. (مالینا و لایت<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸) بنابراین برای تغییر این رفتارها به بررسی‌های بیشتری نیاز داریم، زیرا فعالیت بدنی، بخش اساسی سلامت عمومی در جامعه است. مرور تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که علیرغم مطالعات فراوان در زمینه نقش رسانه بر توسعه ورزش به صورت تخصصی، کارکردهای رسانه در ورزش شهروندی و ورزش همگانی شهروندان مورد توجه واقع نشده‌اند. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، بخش عمده ارتباطات نسل جوان را بر عهده دارند. در مورد شبکه‌های ارتباطی مجازی<sup>۳</sup> مانند اینستاگرام، لاین و تلگرام تحقیقاتی انجام نشده است. با توجه به نقش انکارناپذیر رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی و جهت‌دهی باورها، نگرش<sup>۴</sup> و افکار جامعه و همچنین ساخت بستری مناسب در عرصه ورزش شهروندان و با توجه به این امر که به دلیل تأثیر عوامل متعدد در رسانه‌های جمعی که هر یک به نوعی در مشارکت ورزشی مؤثرند و نیز رابطه مستقیم فرهنگ و شرایط اجتماعی با ورزش و مشارکت در آن، شاید عموماً تحقیقات خارجی نتوانند نقش رسانه‌های نوین اجتماعی و مجازی را در توسعه ورزش در کشور ما آشکار سازند و تحقیقات انجام شده داخلی نیز نقش انواع رسانه‌های جمعی در توسعه اشکال مختلف رسانه‌های جدید را مورد بررسی قرار نداده‌اند. از این رو، تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این سؤالات است: رسانه‌های جمعی اعم از رسانه‌های اجتماعی و مجازی در میزان مشارکت ورزشی شهروندان تهرانی چه نقشی دارند؟

هر یک از نقش‌های رسانه‌های جمعی و اجتماعی جدید به چه میزان در مشارکت مردم به ورزش تأثیر دارند؟ آیا در تأثیر نقش رسانه‌ها بر مشارکت ورزشی در بین زنان و مردان اختلافی وجود دارد؟ متغیر نگرش چگونه اثر رسانه بر مشارکت ورزشی را تعدیل و هدایت می‌کند؟ مدل ارتباطی بین نقش‌های رسانه‌ها با مشارکت ورزشی به چه صورت است؟ هدف از تحقیق حاضر، بررسی نقش رسانه‌های جمعی در میزان مشارکت شهروندان تهرانی در ورزش همگانی می‌باشد. اهداف دیگر شامل توصیف نقش‌های رسانه‌ها در توسعه مشارکت ورزشی، توصیف مؤلفه نگرش مثبت به ورزش و مؤلفه مشارکت ورزشی، تحلیل نقش‌های رسانه‌ها در مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی (به تفکیک زنان و مردان)، تحلیل نقش رسانه در نهادینه کردن نگرش مثبت به ورزش، اولویت‌بندی نقش انواع رسانه‌ها در توسعه مشارکت ورزشی شهروندان و طراحی مدل ارتباطی بین نقش‌های رسانه‌ها با مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی به تفکیک زنان و مردان است.

سلامت عمومی اجتماعی تحت تأثیر زندگی در دنیای صنعتی امروز با چالش‌های زیادی رو به روست؛ به طوری که این نوع زندگی ابتکار عمل سریع را از انسان گرفته و او را دچار فقر حرکتی کرده و این فقر حرکتی مشکلات عدیده جسمی، روانی و اجتماعی را برای وی پدید آورده است. به همین دلیل سازمان‌ها و نهادهای

1. Sport Participation
2. Malina and Lite
3. Virtual communication networks
4. Attitude

خدمات اجتماعی در برنامه‌های خود در راستای ارتقای سلامت و نشاط اجتماعی به مسئله فعالیت بدنی و تفریحی اهمیت خاصی قائل می‌شوند. (صفاری، ۱۳۹۱)

فعالیت بدنی منظم و هدفمند با عنوان «مشارکت ورزشی»، مهم‌ترین ابزار جهت دستیابی به سلامت و نشاط اجتماعی پایدار و همه‌گیر محسوب می‌شود. مهم‌ترین بخش مشارکت در ورزش، حوزه ورزش همگانی و شهروندی است. منظور از ورزش همگانی، تأمین سلامتی و بهبود زندگی همه انسان‌ها به وسیله ورزش با کم هزینه‌ترین برنامه‌هاست. سیاست به معنی خلق فرصت‌ها و محیط مطلوب از طریق همکاری تمام سازمان‌های درگیر (دولتی و غیردولتی) برای اینکه هر فردی بدون توجه به جنسیت، سن، توانایی، موقعیت اجتماعی-اقتصادی و نژاد بتواند در فعالیت‌های جسمانی و ورزشی شرکت نماید. (گزارش برنامه ششم توسعه بخش ورزش و جوانان، ۱۳۹۵) سرمایه‌گذاری در ورزش همگانی موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت و درمان و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود. (مرادی، ۱۳۹۰)

در همین راستا باید گفت که به واسطه پیشرفت‌های عظیم در فناوری ارتباطات، زندگی امروز را می‌توان شامل دو قسمت دانست؛ فضای فیزیکی (شهروندان) و فضای مجازی (کاربران). بیشتر افراد ساعات زیادی را به صورت همزمان در این دو فضا سپری می‌کنند. ارتباط پیچیده و قوی بین رفتار و عملکرد افراد در این دو فضا وجود دارد. ویژگی برجسته فضاهای مجازی، رسانه‌ای و آنلاین، سرعت و حجم سرسام‌آور انتشار اطلاعات نوشتاری، صوتی و تصویری است؛ به طوری که افراد مختلف روزانه در معرض جریان عظیمی از اطلاعات قرار دارند. وجود چنین اتمسفر جدیدی سبب شده است که عمده تعاملات مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به این فضا کشیده شود. رسانه‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی مختلف هنری، ورزشی، تجاری و سایر دایما در حال نزدیک شدن به مشتریان و مخاطبان خود از طریق شبکه‌های اجتماعی هستند. تقریباً هر فردی در حرفه خود می‌داند که رمز موفقیت در جهان رقابتی امروز حضور موثر، آنلاین و گسترده در فضای مجازی و رسانه‌ای است.

از این رو، رفتار انسان‌ها به شدت تحت تأثیر برآیند زندگی آن‌ها در این دو فضای فیزیکی و مجازی می‌باشد. به عنوان مثال، افرادی که هم در ورزشگاه‌ها کنار هم فعالیت هواداری دارند و هم در صفحات رسانه‌ای و مجازی به مباحث حاشیه‌ای آن می‌پردازند، اثرات قوی‌تر و بیشتری بر همدیگر خواهند داشت. با وجود مزایای فراوان رشد شبکه‌های ارتباطی مجازی، چالش‌های اساسی نیز پیش روی زندگی انسان‌ها گذاشته است که بحث تحرک، فعالیت بدنی، تندرستی و نشاط جسمانی یکی از معضلات جهانی در این زمینه محسوب می‌شود. وجود قابلیت‌های بالای تفریحی و فراغت در فضای مجازی سبب شده است تا توان رقابتی ورزش با سایر تفریحات مجازی به چالش کشیده شود. از این رو، تحلیل ارتباط بین رسانه و ورزش دو محور معکوس و متضاد دارد: رسانه از یک سو به افزایش گرایش به ورزش در برخی افراد کمک می‌کند و از سوی دیگر، در برخی دیگر از افراد فرایند معکوس اتفاق می‌افتد. در این پژوهش رویکرد اول مورد بحث می‌باشد و هدف، بررسی نقش رسانه در ترویج گرایش به ورزش است.

مشارکت ورزشی یک ماهیت چندگانه فردی-اجتماعی دارد. از این رو مشارکت ورزشی متأثر از عوامل

مختلفی است و جهت تحلیل این عوامل مطالعات فراوانی انجام شده است. اما برخی عوامل به دلیل پویایی زیاد همواره دارای سؤالات و ابهامات زیادی برای محققان و مدیران هستند؛ برای مثال الف) رسانه، تقریباً پویاترین عنصر محیطی ب) نگرش، تقریباً پویا ترین عنصر فردی. بین خود عناصر پویا و کلیدی اثرگذار بر مشارکت ورزشی ارتباط تنگاتنگ و پیچیده‌ای برقرار است. برای مثال نگرش افراد تحت تأثیر جریان‌های رسانه‌ای است و ارتباطات میان فردی همواره سبب تغییر رفتار آن‌ها می‌شود (هنری و همکاران، ۱۳۹۱).

اساساً رسانه‌ها در دنیای امروز، اصلی‌ترین ابزار هدایت و آموزش جامعه محسوب می‌شوند و مقوله‌ها و مسائل زندگی هر چه بیشتر در فضای رسانه‌ای جای بگیرند، به احتمال زیاد از طرف مردم نیز بیشتر مورد توجه قرار گرفته می‌شوند. (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳) رسانه‌ها دارای کارکردهای عدیده‌ای در حاکمیت، جامعه و صنعت هستند؛ از جمله کارکردهای تربیتی، فرهنگی، تجاری، اطلاعاتی و ارتباطی (خالدیان و همکاران، ۱۳۹۲) از منظری دیگر، سبک زندگی وابسته به انتخاب، انتخاب نیز وابسته به اطلاعات و اطلاعات محصول ارتباطات است. از این رو، ترویج سبک زندگی فعال و مبتنی بر تندرستی بدون استفاده مناسب از رسانه ممکن نیست- چنان که حتی افراد سالمند و کهنسال نیز در فضای رسانه‌ای و مجازی دارای مشارکت گسترده هستند. احتمالاً می‌توان استدلال کرد که دلیل ناموفق بودن عمده برنامه‌های توسعه ورزش همگانی در ایران و بسیاری از کشورها، عدم توجه مناسب به فضای رسانه‌ای و مجازی و استفاده بهینه از ابزارهای ارتباطی موجود در این فضاهاست.

احمدی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود ابعاد مشارکت ورزشی را طی فعالیت‌های گروهی، انفرادی و آزاد تحلیل نموده است.

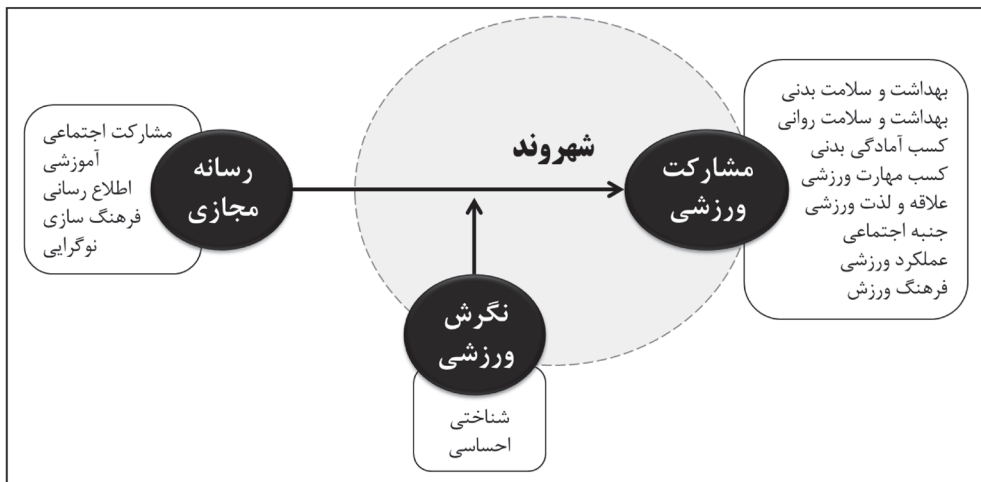
مطالعات زیادی در زمینه عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در فعالیت بدنی انجام شده است، اما عوامل مؤثر بر فعالیت بدنی هنوز کاملاً شناسایی نشده‌اند. از میان عواملی که تا کنون شناخته شده‌اند، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات، حمایت خانواده و دوستان، محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی و...) از مهم‌ترین عوامل اثرگذار هستند. (توموسی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴)

قره و همکاران (۱۳۹۵) در بررسی کارکردهای رسانه ملی جهت توسعه ورزش‌های تفریحی، کارکردهای نه‌گانه‌ای را شناسایی کردند: آموزش، اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، انسجام اجتماعی، نهاده‌سازی، برجسته‌سازی، بازاریابی اجتماعی، نوگرایی و نظارت محیطی. عمده‌ترین نقشی که رسانه‌های گروهی بر عهده دارند عبارت‌اند از: فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی. (دادگران، ۱۳۸۷)

به طور تفسیری تر می‌توان گفت رسانه‌های جمعی به مثابه بزرگراه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار بر افکار عمومی، نقش مهمی در فرآیند تحقق کارکردهای ورزش از جمله الگوسازی از قهرمانان ورزشی، ایجاد نشاط اجتماعی و هیجانان عمومی و پربار شدن اوقات فراغت، تقویت همبستگی یا تعلق اجتماعی، بسترسازی برای گسترش گردشگری ورزشی و فرهنگی، گسترش پیوندهای اجتماعی و ارتباطات بین فرهنگی، تقویت اقتصاد ورزشی، تقویت اخلاق عمومی، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزشی در جامعه و اعتلای ورزش کشورها از طریق اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی، عمومی‌سازی ورزش، آموزش،

فراهم نمودن زمینه نقد و گفت و گو، شفاف‌سازی نهادهای متولی ورزش، جلب مشارکت اجتماعی و ... ایفا می‌نمایند. (خالدیان و همکاران، ۱۳۹۲)

مبنای نظری روابط ترسیم شده در مدل از تحقیقات داخلی و خارجی نزدیک به موضوع پژوهش اقتباس شده است. به طور کلی تحقیقاتی مانند صادقیان و همکاران (۱۳۹۲)، صیادی و همکاران (۱۳۹۵)، برا و همکاران (۲۰۱۶) و سانتوس و همکاران (۲۰۱۶) رابطه مشارکت رسانه‌ای با مشارکت ورزشی را قابل توجه ذکر کرده‌اند. تحقیقاتی مانند کارگر و احمدی (۱۳۹۲)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، خطیب زاده (۱۳۹۵) و بنار و همکاران (۱۳۹۷) نگرش را عاملی تعدیل کننده و اثر سایر عوامل بر مشارکت ورزشی از جمله رسانه و ارتباطات گزارش کرده‌اند. در مدل مفهومی زیر تأثیر نقش‌های کارکردی رسانه‌های نوین اجتماعی و مجازی بر مشارکت ورزشی مردم مورد بررسی قرار خواهد گرفت. ضمن اینکه نگرش مثبت به ورزش بر اساس ادبیات پیشینه در مدل مفهومی آورده شده است- نقش‌های رسانه متغیر مستقل، نگرش متغیر میانجی و مشارکت ورزشی متغیر وابسته است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مدل بالا فرضیه‌های تحقیق عبارت اند از:

- نقش آموزشی رسانه‌ها در مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی (به تفکیک زنان و مردان) تأثیر دارد.
- نقش اطلاع رسانی رسانه‌ها در مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی (به تفکیک زنان و مردان) تأثیر دارد.
- نقش نوگرایی رسانه‌ها در مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی (به تفکیک زنان و مردان) تأثیر

دارد.

- نقش فرهنگ سازی رسانه ها در مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی (به تفکیک زنان و مردان) تأثیر دارد.
- نقش های رسانه در نهادینه کردن نگرش مثبت به ورزش تأثیر دارد.
- بین اولویت بندی نقش رسانه ها در توسعه مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی اختلاف معنی داری وجود دارد.
- طراحی مدل ارتباطی بین نقش های رسانه ها با مشارکت شهروندان استان تهران در ورزش همگانی به تفکیک زنان و مردان.

۲۲۹

### پیشینه پژوهش

عمده تحقیقات داخلی موید این موضوع هستند که رسانه های جمعی نقش قابل توجهی در افزایش میزان گرایش جامعه به ورزش های همگانی داشته و دارند. صیادی و همکاران (۱۳۹۵) در بررسی نقش چهارگانه رسانه ها در ترویج ورزش دانشجویی نشان داد بین نقش چهارگانه رسانه ها با ترویج ورزش دانشجویی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین بین دیدگاه مردان و زنان تفاوت معناداری وجود ندارد و بیشترین نقش رسانه ها در بخش فرهنگ سازی می باشد. خطیب زاده (۱۳۹۵) در تبیین الگوی مشارکت ورزشی منظم نشان داد که رسانه ها بیشترین میزان اثر را در تغییر نگرش و ایجاد انگیزش برای فعالیت ورزشی دارند. حمیدپور و شتاب بوشهری (۱۳۹۴) نقش رسانه های جمعی در توسعه ورزش قهرمانی بانوان نشان دادند که از دیدگاه هر سه گروه، فرهنگ سازی بالاترین میانگین و آموزش پایین ترین میانگین را در توسعه ورزش همگانی داشت و تفاوت معناداری بین دیدگاه سه گروه در مورد کارکردهای رسانه های جمعی در توسعه ورزش همگانی وجود نداشت. قاسمی و همکاران (۱۳۹۳) طی تحقیقی با عنوان «مقایسه عملکرد رسانه های سنتی و نوین در توسعه ورزش بانوان» دریافتند بین رسانه های نوین و سنتی در ارتقای جایگاه ورزش بانوان، تفاوت معنی داری وجود دارد و رسانه های سنتی شامل رادیو و تلویزیون ماهواره، مطبوعات در زمینه توسعه ورزش بانوان موفق تر از رسانه های نوین (تلفن همراه و اینترنت) عمل کرده اند. صادقیان و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «اولویت بندی نقش رسانه های جمعی در گرایش مردم شهر همدان به ورزش همگانی» بیان کردند که مهم ترین نقش رسانه ها، آگاه سازی مردم از فوائد ورزش همگانی و کمترین نقش رسانه ها، تبلیغ و اطلاع رسانی در مورد ورزش همگانی و همایش های آن است. مهدیزاده و همکارانش (۱۳۸۸) به این نتایج دست یافتند که بین نقش های چهارگانه رسانه های گروهی با توسعه ورزش دانش آموزی ارتباط معنا داری وجود دارد و اولویت بندی نقش های چهارگانه رسانه های گروهی در توسعه ورزش مدارس عبارت اند از: اطلاع رسانی، آموزشی، فرهنگ سازی و مشارکت اجتماعی. قیامی راد (۱۳۸۷) در تحقیق خود گزارش کرد که عملکرد رسانه های گروهی کشور در بخش ورزش همگانی به اندازه بخش قهرمانی با اهداف تربیت بدنی همسو نیست.

در مطالعات خارجی، فاردولی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی پیرامون نقش شبکه های اجتماعی در

زندگی زنان نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی در بیشتر جنبه‌ها نقش منفی بر زندگی زنان دارند به جز در بخش‌های مرتبط با تغذیه و فعالیت بدنی. برا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی تاثیر شبکه‌های اجتماعی را در فعالیت جسمانی بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز، فرصت‌هایی را نصیب جامعه کرده‌اند تا بتواند فرهنگ‌های مثبت را به آرامی به جامعه القا کند و فعالیت بدنی نیز می‌تواند از این قابلیت شبکه‌های اجتماعی بهره‌مند شود. سانتوس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی نقش تعاملات اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی را در افزایش شرکت کنندگان در برنامه‌های جسمانی پارک‌ها بررسی کردند. نتایج نشان داد که حضور در گروه‌های ورزشی و تماس‌های مجازی با افراد ورزشکار، یکی از انگیزه‌های حضور افراد در برنامه‌های ورزشی پارک‌ها بوده است. ابویه<sup>۳</sup> (۲۰۱۶)، تحقیقی در زمینه تأثیر کمپین‌های رسانه‌ای در بهبود فعالیت بدنی در بزرگسالان انجام داد و دریافت که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی، اما تأثیر کمی در دستیابی شرکت کنندگان به سطح رضایت بخش از فعالیت بدنی داشته است. همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌حرکی در افراد مؤثر بوده‌اند. شبستری (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل (پوشش رسانه‌ای گسترده، شهرت) جذب حامیان مالی ورزشی» بیان کرد که پوشش رسانه‌ای گسترده و کسب شهرت در ورزش استان آذربایجان غربی، نقش کلیدی دارند. ظهرابی و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش رسانه‌های مختلف به عنوان ابزاری مؤثر اقتصادی جهش در عرصه ورزش» نشان دادند رسانه‌های چاپی نقش بیشتری در توسعه ورزش زنان و رسانه‌های جدید بصری (اینترنت، تلویزیون، و غیره) بزرگترین نقش را در توسعه بازاریابی و توسعه ورزش دانشگاهی داشته‌اند. بر اساس نتایج به دست آمده، میزبانی رقابت‌های بین‌المللی و جذب خارجی سرمایه‌گذاری رسانه‌های تصویری، بیشترین تأثیر را در شایسته‌سالاری و تخصص، جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خصوصی سازی داشت. مارک و توماس<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که پخش ورزشی، اثر بالقوه‌ای در حضور فعالانه مهاجران و غیرمهاجران ترک در فعالیت‌های تفریحی و ورزش‌های رقابتی دارند. همچنین یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها نقش بسیار مهم و اساسی در فرآیند یکپارچه سازی مهاجران و غیرمهاجران در فعالیت‌های ورزشی دارند. تانگ و راجر<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) نشان دادند که مردان و زنان تقریباً به طور مشابهی، از انواع رسانه‌های مختلف برای تماشای بازی‌ها و فعالیت‌های ورزشی استفاده می‌کنند. رادوک و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۰) در کتابی با عنوان «رسانه‌های دیجیتال ورزشی» به اهمیت وجود رسانه‌های ورزشی به منظور تقویت فناوری، قدرت، فرهنگ و شبکه اجتماعی تأکید کرده‌اند و با مثال‌هایی از المپیک ۲۰۰۸ پکن، بیان می‌کنند که وجود رسانه‌ها عاملی است که دیر یا زود سبب پیشرفت تکنولوژی ورزش و همچنین خلق بازارهای جدید برای این عرصه خواهد

1. Berra et al.

2. Santos et al.

3. Abioye

4. Zohrabi et al.

5. Mark &amp; Thomas

6. Tang &amp; Roger

7. Ruddock et al.

بود. کبان<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) در تحقیق خود به تعادل بین پوشش رسانه‌ای زنان و مردان دست یافت و علت آن را نیز رویداد مهمی مثل المپیک یا تنیس و میبلدون و پررود زمانی مشخص در رشته‌های مناسب جنسیت برشمرد. علاوه بر تحقیقات کمی در مورد پوشش رسانه‌ای، مطالعاتی در مورد تفاوت کیفی در نوع به تصویر کشیدن ورزشکاران زن و مرد در رسانه‌ها نیز انجام شده است.

### روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه موضوع پژوهش تحلیل اثر شبکه‌های ارتباطی مجازی بر نگرش و مشارکت ورزشی شهروندان است، این تحقیق از نظر نوع توصیفی-همبستگی، از نظر استراتژی فرایندی، از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها میدانی و به صورت مطالعه موردی (ورزش همگانی) است.

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شهروندان شهر تهران شرکت‌کننده در رویدادهای ورزش همگانی شهرداری تهران بود. نمونه آماری براساس جدول مورگان (برای جامعه بیش از ۱۰ هزار نفر) به تعداد ۳۸۴ نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی از میان افراد شرکت‌کننده در رویدادهای ورزش همگانی شهرداری تهران در سال ۱۳۹۶ (پایه روی همگانی، جشنواره نمایش برترین‌های هنرهای ورزشی، جشنواره ورزش در خانه، مسابقات ورزشی سرای محلات و ایستگاه‌های تندرستی) بود. تعداد ۴۰۰ پرسشنامه توزیع گردید و از بین پرسشنامه‌های دریافتی که شامل ۳۹۶ پرسشنامه بود، ۳۸۴ پرسشنامه برای تحلیل انتخاب گردید. ابزارهای پژوهش شامل سه روش مطالعه کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه بود. مصاحبه اکتشافی به صورت مصاحبه نیمه هدایت شده با ۹ نفر از صاحب‌نظران و کارشناسان، و مرئیان حوزه ورزش همگانی شهر تهران انجام شد. از مصاحبه جهت شناسایی متغیرها و تکمیل پرسشنامه حاصل از مطالعه کتابخانه‌ای استفاده شد. از مجموع متغیرهای شناسایی شده پس از بررسی و غربال‌گری تعداد مناسب که از لحاظ تعداد، بیشترین تکرار و تاکید را در مصاحبه‌ها، مقالات، اسناد و گزارش‌ها داشتند، پرسشنامه محقق ساخته تدوین شد. این پرسشنامه دارای مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (از بسیار کم = ۱ تا بسیار زیاد = ۵)، بود.

جهت ارزیابی روایی محتوایی و صوری از کارشناسان ورزش همگانی (۷ نفر) و اساتید مدیریت ورزشی (۸ نفر) نظرخواهی شد. بعد از تایید روایی محتوایی، ابتدا ابزار در یک مطالعه راهنما بین ۳۰ نفر از جامعه آماری توزیع شد که ضریب آلفای کرونباخ آن،  $\alpha = 0/86$  محاسبه شد. پس از رفع اشکالات مربوط به سؤالات دارای آلفای پایین، پرسشنامه در مرحله اصلی توزیع و جمع‌آوری گردید. ضریب آلفای کرونباخ این مرحله (نهایی) نیز  $0/89$  محاسبه شد. جهت بررسی توزیع طبیعی داده‌ها، از آزمون کالموگراف اسمیرنف استفاده شد. بر اساس آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، سطح معناداری تمام مؤلفه‌ها بیشتر از  $\alpha = 0/05$  بود. لذا توزیع تمام داده‌ها نرمال قلمداد شد. برای بررسی ارتباط فرضیه‌های آماری مربوط به آنها، از روش مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS استفاده شد. جهت بررسی روایی سازه، از روش تحلیل عاملی تاییدی و جهت تحلیل فرضیات اصلی پژوهش، از روش تحلیل مسیر در نرم افزار Smart PLS استفاده گردید.

## یافته‌های پژوهش

براساس جدول ۱، بیشتر اعضای نمونه آماری در دسته‌های دارای بیشترین فراوانی مربوط به درآمد ۲ تا ۵ میلیون، شغل آزاد، تحصیلات لیسانس، وضعیت مجرد و ۲ تا ۵ بار خرید محصولات، قرار گرفتند. در مقیاس‌های زمانی، میانگین سن ۳۱/۷۱، میانگین سابقه فعالیت ورزشی ۸/۹۴ سال، ۷/۵۳ روز در ماه و ۵/۱۲ ساعت در هفته است.

جدول ۱: توصیف مشخصات نمونه آماری پژوهش (پاسخ‌دهندگان)

| مشخصه                                          | زیربخش       |                   |                   |                  |       | مجموع   |
|------------------------------------------------|--------------|-------------------|-------------------|------------------|-------|---------|
| درآمد کلی خانواده                              | زیر ۱ میلیون | بین ۱ تا ۲ میلیون | بین ۲ تا ۵ میلیون | ۵ میلیون به بالا |       | ۳۸۴ نفر |
|                                                | ۵۵           | ۱۱۷               | ۱۲۲               | ۹۰               |       |         |
| وضعیت شغلی                                     | رسمی         | آزاد              | بیکار             |                  |       |         |
|                                                | ۱۰۴          | ۲۰۲               | ۶۸                |                  |       |         |
| تحصیلات                                        | دیپلم        | فوق دیپلم         | لیسانس            | فوق لیسانس       | دکتری |         |
|                                                | ۴۱           | ۶۳                | ۱۶۰               | ۱۰۲              | ۱۸    |         |
| تأهل                                           | مجرد         | متأهل             |                   |                  |       |         |
|                                                | ۲۲۸          | ۱۵۶               |                   |                  |       |         |
| جنسیت                                          | زن           | مرد               |                   |                  |       |         |
|                                                | ۱۶۳          | ۲۲۱               |                   |                  |       |         |
| سن (سال)                                       | میانگین      | کمترین            | بیشترین           |                  |       |         |
|                                                | ۳۱/۷۱        | ۱۹                | ۸۱                |                  |       |         |
| سابقه فعالیت ورزشی به طور متوسط                |              | میانگین           | کمترین            | بیشترین          |       |         |
|                                                | چندسال       | ۸/۹۴              | ۱                 | ۶۲               |       |         |
|                                                | روز در ماه   | ۷/۵۳              | ۱                 | ۳۰               |       |         |
|                                                | ساعت در هفته | ۵/۱۲              | ۱                 | ۱۵               |       |         |
| استفاده از انواع رسانه‌های مجازی در زمینه ورزش | تلگرام       | اینستاگرام        | وبسایت‌ها         | اپکلیشن‌ها       | سایر  |         |
|                                                | ۱۴۸          | ۹۲                | ۷۰                | ۴۰               | ۱۴    |         |

## مدل سازی معادلات ساختاری

در این پژوهش متغیر نقش های رسانه های مجازی به عنوان متغیر مستقل، متغیر نگرش ورزشی به عنوان متغیر میانجی و متغیر مشارکت ورزشی به عنوان متغیر وابسته تعریف شدند. ابتدا جهت سنجش برازش مدل اندازه گیری، از شاخص روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردید. روایی همگرا میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان داده و روایی واگرا نیز میزان رابطه یک سازه با شاخص هایش در مقایسه با رابطه آن سازه با سایر سازه ها است. سنجش پایایی درونی شامل سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی است. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص های یک سازه با آن سازه، محاسبه و مقدار مناسب آن برابر و یا بیشتر از  $0/4$  می باشد. (هیولند<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹) در واقع، بار عاملی بیانگر این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص های آن از واریانس خطای اندازه گیری آن سازه بیشتر بوده است. تمامی بارهای عاملی سنجه هایی که در سازه مربوط به خود بالاتر از  $0/4$  بودند و تنها سه سوال ۱، ۴ و ۱۴ که دارای بارهای عاملی کمتر از  $0/4$  بودند، از مدل پژوهش حذف شدند. لذا در ادامه تجزیه و تحلیل پژوهش بر اساس سؤال های تأیید شده مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. فرونل<sup>۲</sup> و لاکر<sup>۳</sup> (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد کرده اند. معیاری که برای مطلوب بودن AVE نمایش داده می شود و مساوی و بالاتر از  $0/5$  می باشد. نتایج، نمایانگر مناسب بودن معیار روایی همگرا (AVE) می باشد. جهت بررسی روایی واگرایی مدل اندازه گیری، از دو ماتریس روایی همبستگی متغیر پنهان (لاتنت<sup>۴</sup>) و معیار فرونل و لاکر استفاده می شود. فرونل و لاکر (۱۹۸۱) بیان می کنند که روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه های دیگر در مدل باشد. در PLS بررسی این امر به وسیله ماتریسی حاصل می شود که خانه های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. براساس نتایج به دست آمده از همبستگی ها و جذر AVE، روایی واگرایی مدل در سطح سازه از نظر معیار فرونل و لاکر مورد تأیید قرار گرفت. همچنین ماتریس لاتنت نشان داد که همبستگی هر سازه با خودش بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه ها است و در نتیجه روایی واگرایی مدل مورد تأیید قرار می گیرد. برای پایایی ترکیبی میزان مساوی و بالای  $0/7$  مناسب ذکر شده است. (نانلی<sup>۵</sup>، ۱۹۷۸) تمامی متغیرهای پنهان دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای  $0/7$  بودند که نشان دهنده این است که مدل دارای پایایی (چه از نظر آلفای کرونباخ و چه از لحاظ پایایی ترکیبی) مناسب است.

پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون مورد بررسی قرار می گیرد. اولین و ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری T-values است. در صورتی که مقدار این اعداد از  $1/96$  بیشتر شود، نشان از صحت رابطه

1. Hulland
2. Fronll
3. Larcker
4. Latent variable correlation
5. Nunnally

بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. در مدل پژوهش همه مسیرهای روابط بین عامل‌ها و زیر عامل‌ها و تمامی روابط بین خود عامل‌ها، بزرگتر از ۱/۹۶ و معنی دار است؛ این معناداری حاکی از پیش بینی صحیح روابط مدل پژوهشی است. R2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. میزان R2 صفر تا یک متغیر است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری در سه سطح ضعیف (۰/۱۹)، متوسط (۰/۳۳) و قوی (۰/۶۷) است. براساس خروجی نرم افزار میزان R2 تقریباً تمامی متغیرهای پژوهش بسیار بالاتر از ۰/۳۳ و در محدوده ۰/۶۷ یا بزرگتر از آن هستند. این بدین معنی است که مدل ساختاری پژوهش دارای برازش قوی است. کوهن<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) فرمول معیار اندازه تأثیر را به صورت زیر بیان نموده و اضافه کرده که مقادیر ۰/۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است.

$$f^2 = (R^2_{included} - R^2_{excluded}) / (1 - R^2_{included})$$

$$\frac{R^2 y(X \text{ included}) - R^2 y(X \text{ excluded})}{1 - R^2 y(x \text{ included})} = (x \rightarrow y) F^2$$

$$F2(\text{مشارکت در ورزش همگانی} \rightarrow \text{نگرش به فعالیت ورزشی}) = \frac{0/799 - 0/689}{1 - 0/799} = \frac{0/11}{0/201} = 0/547$$

بر این اساس، نقش رسانه بر روی نگرش به فعالیت ورزشی دارای اندازه اثر بسیار بزرگ، اما بر روی مشارکت در ورزش همگانی دارای اندازه اثر متوسط است. همچنین عامل نگرش به فعالیت ورزشی بر روی مشارکت در ورزش همگانی دارای اندازه اثر بزرگ است.

معیار مقدار Q2 که توسط استون و گیزر<sup>۲</sup> (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش بینی مدل را مشخص می‌سازد. در صورتی که در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی در قبال شاخص‌های آن سازه دارد. در صورتی که مقدار Q2 در مورد یک سازه درون‌زا صفر یا کمتر از صفر باشد، نشان از آن دارد که روابط بین سازه‌های دیگر مدل و آن سازه درون‌زا به خوبی تبیین نشده است و در نتیجه مدل نیاز به اصلاح دارد. براساس خروجی نرم افزار در این شاخص مشخص شد که مدل دارای قدرت پیش بینی بسیار قوی است، چرا که قدرت پیش بینی اکثر سازه‌ها بزرگتر از ۰/۳۵ مشاهده شد.

تننهاوس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۵) معیاری کلی با عنوان GOF (Goodness Of Fit) را برای ارزیابی برازش کل مدل ارائه داده‌اند که به صورت فرمول زیر است. مقادیر به دست آمده توسط این فرمول با توجه به مطالعات وتزل<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۹) می‌تواند با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ در سه سطح ضعیف، متوسط و قوی

1. Cohen
2. Stone & Geysers
3. Tenenhaus
4. Wetzels

تقسیم بندی شوند.

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

$$\text{برازش کلی قوی} = \sqrt{0/593 \times 0/697} = 642\text{GOF}$$

**communalities** نشانه میانگین اشتراکی هر سازه می باشد و نشان می دهد که چه مقدار از تغییرپذیری شاخص ها (سؤالات) توسط سازه مرتبط با خود تبیین می شود. R2 نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه های درون زای مدل می باشد که برای بررسی برازش بخش ساختاری مدل به کار گرفته می شود و نشان از میزان/ قوت سازه های درون زای دیگر سازه ها دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). بدین ترتیب GOF برای مدل پژوهش به صورت زیر محاسبه گردید. (نکته: ۱) تنها باید مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول در محاسبه **communalities** دخیل نمود. (نکته: ۲) برای محاسبه R2 باید مقادیر R2 مربوط به تمامی متغیرهای پنهان درون زای مدل اعم از مرتبه اول و مرتبه دوم را مد نظر قرار داد. با توجه به آن که معیار نامبرده برابر ۰/۶۴۲ می باشد، لذا بنابر پژوهش های وتزلز و همکاران (۲۰۰۹) برازش کلی مدل در حد «بسیار قوی» مورد تأیید قرار می گیرد.

### آزمون روابط پژوهش

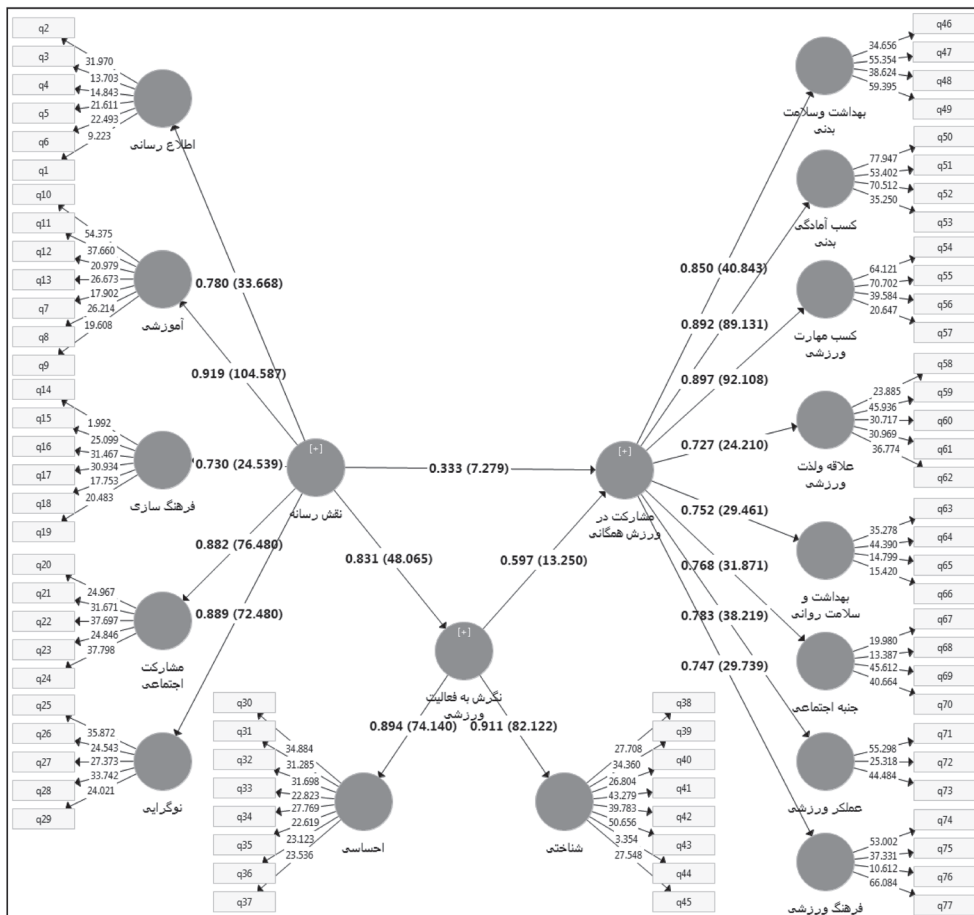
در بخش اصلی تحلیل یافته های پژوهش، مدل کلی شامل همه متغیرها و روابط بین آن ها گزارش شده است. براساس جداول ۲ و شکل ۲ نتایج زیر گزارش شد:

#### تحلیل عاملی تاییدی (مدل های اندازه گیری)

مؤلفه های آموزش (۰/۹۱۹)، نوگرایی، (۰/۸۸۹)، مشارکت اجتماعی (۰/۸۸۲)، اطلاع رسانی، (۰/۷۸۰) و فرهنگ سازی (۰/۷۳۰) به ترتیب میزان ضریب اثر به طور معنی داری تبیین کننده نقش رسانه های اجتماعی هستند. مؤلفه های شناختی (۰/۹۱۱) و احساسی با ضریب (۰/۸۹۴) به ترتیب میزان ضریب اثر به طور معنی داری تبیین کننده نگرش به فعالیت ورزشی هستند. مؤلفه های کسب مهارت ورزشی (۰/۸۹۷)، کسب آمادگی بدنی (۰/۸۹۲)، بهداشت و سلامت بدنی (۰/۸۵۰)، عملکرد ورزشی (۰/۷۸۳)، جنبه اجتماعی (۰/۷۶۸)، بهداشت و سلامت روانی (۰/۷۵۲)، فرهنگ ورزشی (۰/۷۴۷) و علاقه و لذت ورزشی با ضریب (۰/۷۲۷) به ترتیب میزان ضریب اثر به طور معنی داری تبیین کننده مشارکت ورزشی هستند.

#### تحلیل مسیر

در بخش روابط مستقیم مشخص شد که نقش رسانه های اجتماعی اثر مثبت و معناداری بر نگرش به فعالیت ورزشی (۰/۸۳) و مشارکت در ورزش همگانی (۰/۳۳) دارند. همچنین نگرش به فعالیت ورزشی اثر مثبت و معنی داری بر مشارکت در ورزش همگانی (۰/۵۸) دارد. در بخش روابط غیر مستقیم، آزمون سوبل تست نشان داد که نقش های رسانه اجتماعی با نقش میانجی نگرش به فعالیت ورزشی اثر معنی داری بر مشارکت ورزشی (۰/۶۲) دارد.



شکل ۲: آزمون مدل روابط چندگانه بین متغیرهای پژوهش (ضریب اثر و آماره معناداری T value)

جدول ۳: نتایج فرضیه فرعی و اصلی مدل

| تحلیل       | فرضیه های پژوهش       |     |                       | ضریب  | T Statistics (O/STDEV) | P Values | آزمون فرضیه |
|-------------|-----------------------|-----|-----------------------|-------|------------------------|----------|-------------|
|             | متغیر                 | <-- | ابعاد                 |       |                        |          |             |
| تحلیل عاملی | نقش های رسانه         | <-- | اطلاع رسانی           | ۰/۷۸۰ | ۳۳/۶۶۸                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | آموزش                 | ۰/۹۱۹ | ۱۰۴/۵۸۷                | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | فرهنگ سازی            | ۰/۷۳۰ | ۲۴/۵۳۹                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | مشارکت اجتماعی        | ۰/۸۸۲ | ۷۶/۴۸۰                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | نوگرایی               | ۰/۸۸۹ | ۷۲/۴۸۰                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             | نگرش به فعالیت ورزشی  | <-- | احساسی                | ۰/۸۹۴ | ۷۴/۱۴۰                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | شناختی                | ۰/۹۱۱ | ۸۲/۱۲۲                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             | مشارکت در ورزش همگانی | <-- | بهداشت و سلامت بدنی   | ۰/۸۵۰ | ۴۰/۸۴۳                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | کسب آمادگی بدنی       | ۰/۸۹۲ | ۸۹/۱۳۱                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | کسب مهارت ورزشی       | ۰/۸۹۷ | ۹۲/۱۰۸                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | علاقه و لذت ورزشی     | ۰/۷۲۷ | ۲۴/۲۱۰                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | بهداشت و سلامت روانی  | ۰/۷۵۲ | ۲۹/۴۶۱                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | جنبه اجتماعی          | ۰/۷۶۸ | ۳۱/۸۷۱                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | عملکرد ورزشی          | ۰/۷۸۳ | ۳۸/۲۱۹                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             |                       | <-- | فرهنگ ورزش            | ۰/۷۴۷ | ۲۹/۷۳۹                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
| تحلیل مسیر  | متغیر                 | <-- | متغیر                 | ضریب  | T                      | P        | تأیید       |
|             | رسانه                 | <-- | نگرش به فعالیت ورزشی  | ۰/۳۳۳ | ۷/۲۷۹                  | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             | رسانه                 | <-- | مشارکت در ورزش همگانی | ۰/۸۳۱ | ۴۸/۰۶۵                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |
|             | نگرش به فعالیت ورزشی  | <-- | مشارکت در ورزش همگانی | ۰/۵۷۹ | ۱۳/۲۵۰                 | ۰/۰۰۱    | تأیید       |

| فرضیات میانجی                                                                    | Sobel test | VAF   | آزمون فرضیه |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|-------------|
| نقش های رسانه <-- نگرش به فعالیت ورزشی <-- مشارکت در ورزش همگانی شهروندان تهرانی | ۲/۵۳۷      | ۰/۶۱۸ | تأیید       |

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش، تحلیل اثر انواع نقش‌های رسانه‌های نوین بر توسعه ابعاد مشارکت ورزشی از طریق نقش میانجی مؤلفه‌های نگرش ورزشی بود. در پژوهش حاضر جهت تبیین هر چه بهتر ارتباط رسانه - نگرش - مشارکت در ورزش شهروندی نسبت به تحقیقات قبلی به ساخت پرسشنامه بر اساس تحولات جدید حوزه ورزش و رسانه اقدام شد و ابعاد جامع‌تر و نوین‌تری برای رسانه‌ها و مشارکت ورزشی شناسایی و استفاده گردید. برای رسانه نقش‌های آموزش، نوگرایی، مشارکت اجتماعی، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی، برای نگرش ابعاد احساسی و شناختی و برای مشارکت ورزشی ابعاد بهداشت و سلامت بدنی، کسب آمادگی بدنی، کسب مهارت ورزشی، علاقه و لذت ورزشی، بهداشت و سلامت روانی، جنبه اجتماعی، عملکرد ورزشی و فرهنگ ورزش تعیین گردید. نقش‌های تعیین شده برای رسانه‌های مجازی در این پژوهش با تحقیقات قبلی قره و همکاران (۱۳۹۵)، عیدی و همکاران (۱۳۹۳)، هنری و همکاران (۱۳۹۱) و ظهراپی و همکاران (۲۰۱۴) همخوان بود. ابعاد تعیین شده برای نگرش به مشارکت ورزشی با تحقیقات مظفری و همکاران (۱۳۸۹)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴) و احمدی و ملک‌شاهی (۱۳۹۳) همخوانی داشت. ابعاد تعیین شده برای مشارکت ورزشی با تحقیقات قبلی مانند احمدی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی داشت. ابعاد تعیین شده برای نقش‌های رسانه‌های مجازی و مشارکت ورزشی در عین اینکه با تحقیقات قبلی همخوانی داشت، دارای نوآوری قابل ملاحظه‌ای هم بود. در واقع، با توجه به پویایی مشارکت ورزش و رسانه و تغییرات روزافزون آن نیاز به تحلیل مستمر آن وجود داشت. در این پژوهش سعی شد ابعاد تعریف شده، بیشترین نزدیکی را به مصداق‌های واقعی داشته باشند.

در بخش تحلیل عاملی نتایج نشان داد که ابعاد آموزش، نوگرایی، مشارکت اجتماعی، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی به ترتیب اولویت دارای نقش معنی‌داری در تبیین سازه کارکرد رسانه‌های مجازی هستند - هر پنج نقش دارای ضریب نقش بالایی بودند. در تبیین میزان و اولویت نقش این ابعاد می‌توان از دو منظر به بحث و بررسی پرداخت: نخست آنکه به دلیل کاهش اعتماد به رسانه‌های ملی و افزایش سرسام‌آور گرایش به شبکه‌های اجتماعی جدید، این رسانه‌های نوین در هر پنج حوزه کارکردی نقش بسیار مؤثری در جامعه امروز ایفا می‌کنند. از منظر دیگر می‌توان گفت چالش‌های اجتماعی فراوان سبب شده است تا مردم بیشتر رویکرد اطلاعاتی و تفریحی به رسانه داشته باشند و کمتر افرادی وجود داشته باشند که براساس سبک زندگی شان مصرف رسانه‌ای داشته باشند. در میان الگوهای رفتاری در جامعه، مباحث فعالیت بدنی و مشارکت ورزشی دارای جنبه‌های منحصربه‌فردی در ابعاد فردی و جمعی هستند. (صفری، ۱۳۹۱) داشتن فعالیت ورزشی منظم و مفید نیاز به دانش کاربردی دارد که بهترین راه دسترسی مستمر به آن، رسانه است (نقش آموزشی). فعالیت‌های ورزشی دائم در حال پویایی و نوآوری هستند و این تغییرات در فضای رسانه‌ای به مشتریان می‌رسد (نقش نوگرایی). مشارکت ورزشی لزوماً محدود به حضور فیزیکی با سایر ورزشکاران و افراد مشارکت‌کننده نیست، بلکه در فضای رسانه ارتباطات مستمری بین فعالان ورزش در جریان است (نقش مشارکت اجتماعی). اخبار مربوط به فعالیت‌های ورزشی به ویژه در سطح محلی و شهری به ویژه رویدادهایی

مانند پیاده روی خانوادگی، ورزش صبحگاهی و جشنواره ورزشی محلات و تبلیغات مربوط به باشگاه‌های ورزشی از جذابیت‌های عمومی برخوردار است و مردم پیگیر چنین اخباری هستند (نقش اطلاع رسانی). علاوه بر این می‌توان گفت رسانه‌ها، مولد اصلی فرهنگ هستند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳) و ورزش نیز به عنوان یک مقوله فرهنگی می‌تواند توسط رسانه‌ها فرهنگسازی شود (نقش فرهنگسازی). در تبیین بیشتر این یافته‌ها می‌توان به تحقیقات پیشین مراجعه کرد. احسانی و همکاران (۱۳۹۰) و قره و همکاران (۱۳۹۵) نیز در تحقیق خود نقش آموزش را در اولویت شناسایی کرده بودند، اما در تحقیقات مرادی و همکاران (۱۳۹۰) و هنری و همکاران (۱۳۹۱) نقش اطلاع رسانی و در مطالعه عیدی و همکاران (۱۳۹۳) نقش فرهنگسازی در اولویت اول قرار داشت. این تفاوت احتمالا به دلیل تفاوت متغیر وابسته و جامعه مطالعاتی می‌باشد. اتقیا (۱۳۸۶) و غفرانی (۱۳۸۸) به عدم آموزش مناسب در حوزه ورزش همگانی اشاره می‌کنند و بر دادن آموزش و آگاهی لازم از طریق رسانه را مقدم بر سایر فعالیت‌ها تأکید می‌کنند. واکر<sup>۱</sup> و اسپیردر<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) شناسایی رویکردهای نوین در فرهنگ اوقات فراغت و گرایش‌های تفریحی مردم را وظیفه مهم مدیریت مشارکت ورزشی در جوامع کنونی می‌دانند که با اولویت دوم نقش نوگرایی رسانه همخوان است. به صورت کلی می‌توان گفت اولویت نقش‌های رسانه بسته به حوزه‌های مختلف ورزش دارای تفاوت‌های محسوسی نیست و در عین حال همه ابعاد از اهمیت بالایی برخوردار هستند.

تحلیل عاملی سازه نگرش به فعالیت ورزشی نشان داد که ابعاد شناختی و احساسی به ترتیب اولویت نقش معنی‌داری در تبیین سازه نگرش ورزشی دارند. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت از آنجا که در مبانی علمی، نگرش در وسط حلقه سه گانه دانش - نگرش - رفتار قرار دارد و بیانگر دیدگاه فرد نسبت به یک مقوله می‌باشد (رابینز، ۲۰۰۲) بنابراین در مشارکت ورزشی نیز نگرش افراد نسبت به فعالیت ورزشی، محیط ورزش و دستاوردهای احتمالی آن در جذب آن به مشارکت نقش تعیین‌کننده دارد. دسته‌بندی‌های مختلفی از ابعاد نگرش ورزشی وجود دارد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۴)، اما دورویکرد کلی شناختی و نگرشی می‌توان برای آن در نظر گرفت. مظفری و همکاران (۱۳۸۹) در توصیف نگرش و گرایش مردم به فعالیت‌های حرکتی و ورزشی در ایران نشان دادند که نگرش کلی به ابعاد شناختی است. احمدی و ملک شاهی (۱۳۹۳) در توصیف و مقایسه نگرش دانشجویان به فعالیت بدنی نشان دادند که دانشجویان در کل نگرش مثبتی به فعالیت بدنی دارند و عمدتاً سازه نگرشی آنها، گرایش به جنبه‌های نیازمندی و هدفمندی دارد. از این رو، در فعالیت‌های ورزشی جنبه‌های شناختی نگرش برجسته‌تر از جنبه‌های احساسی آن هستند - هر چند هر دو در کل میانگین بالایی در این پژوهش داشتند.

تحلیل عاملی سازه مشارکت ورزشی نشان داد که ابعاد مهارت ورزشی، کسب آمادگی بدنی، بهداشت و سلامت بدنی، عملکرد ورزشی، جنبه اجتماعی، بهداشت و سلامت روانی، فرهنگ ورزشی و علاقه و لذت ورزشی با ضریب به ترتیب اولویت نقش معنی‌داری را در تبیین سازه مشارکت در ورزش شهروندی دارند. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت با توجه به افزایش انتشار پرسرعت و پر حجم اطلاعات نوشتاری، صوتی

1. Volkers

2. Scherder

و تصویری در مورد آن در فضای رسانه‌ای، از یک طرف و تغییرات زیاد در خدمات مربوط به باشگاه‌ها و مؤسسات ورزشی از طرف دیگر، اکنون فعالیت ورزشی دیگر از دید عموم یک مقوله تخصصی محسوب می‌شود و احتمالاً مانند اولویت مشاهده شده فوق جنبه‌های تخصصی نسبت به جنبه‌های عمومی بیشتر برجسته شود. در تبیین بیشتر یافته‌ها می‌توان به تحقیقات پیشین مراجعه کرد. عزیزی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی نگرش دانشجویان ساکن خوابگاه به ورزش همگانی نشان داد عوامل تشویق و ترغیب دانشجویان به ترتیب اولویت شامل تناسب اندام، کسب نشاط و لذت و حفظ تندرستی بود.

در بخش تحلیل مسیر نقش‌های رسانه به عنوان متغیر مستقل، نگرش ورزشی به عنوان متغیر میانجی و مشارکت ورزشی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. در بخش روابط مستقیم مشخص شد که رسانه‌های اجتماعی اثر مثبت و معناداری بر نگرش به فعالیت ورزشی و مشارکت در ورزش همگانی دارند. همچنین، نگرش به فعالیت ورزشی اثر مثبت و معنی‌داری بر مشارکت در ورزش همگانی دارد. در بخش روابط غیر مستقیم، آزمون سوبل تست نشان داد که نقش‌های رسانه اجتماعی با نقش میانجی نگرش به فعالیت ورزشی اثر معنی‌داری بر مشارکت ورزشی دارد. بنابراین اثر مستقیم رسانه بر مشارکت ورزشی از اثر غیر مستقیم آن (میانجی نگرش) بیشتر است. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت از آنجا که وسایل ارتباط جمعی به عنوان مؤثرترین نهاد اجتماعی برای اعمال تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سبک زندگی افراد جامعه بررسی می‌شود- بدین معنا که وسایل ارتباط جمعی در تشویق افراد به ورزش موفق بوده‌اند- باید با تمرکز و برنامه‌ریزی بیشتر میزان اثرگذاری بر مخاطب را افزایش دهند. آقاجانی (۱۳۹۰) در بررسی نقش وسایل ارتباط جمعی در اشاعه فرهنگ ورزش همگانی گزارش کرد که اثر مستقیم و معنادار وسایل ارتباط جمعی بر اشاعه فرهنگ ورزش همگانی است. یافته‌های پژوهش نظری و قاسمی (۱۳۹۲) در بررسی نقش رسانه‌های گروهی به عنوان فرصتی برای توسعه پایدار ورزش نشان داد که بین دیدگاه آزمودنی‌ها در مورد تأثیر رسانه‌ها در توسعه ورزش در هر ۵ محور توسعه ورزش بین وضع موجود و مطلوب تفاوت معنی‌داری وجود دارد. ابیویه (۲۰۱۶) با بررسی تأثیر کمپین‌های رسانه‌ای در بهبود فعالیت بدنی نشان داد که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی، اما تأثیر کمی در دستیابی شرکت‌کنندگان به سطح رضایت بخش از فعالیت بدنی داشته‌اند. همچنین رسانه‌ها در کاهش بی‌تحریکی در افراد مؤثر بوده‌اند. از طرفی دیگر می‌توان گفت که کارکرد عمده رسانه‌ها به صورت روانی اجتماعی است. بنابراین بخش زیادی از اثر رسانه‌ها بر رفتار مشارکت ورزشی از طریق متغیرهای میانجی نگرشی صورت می‌گیرد. از این رو، اثر مستقیم رسانه بر مشارکت ورزشی در حضور متغیر نگرش کمتر از اثر غیرمستقیم آن کمتر است. به طور تفسیری تر می‌توان گفت رسانه‌های جمعی به مثابه بزرگراه‌های اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار بر افکار عمومی، نقش مهمی در فرآیند تحقق کارکردهای ورزش از جمله الگوسازی از قهرمانان ورزشی، ایجاد نشاط اجتماعی و هیجانات عمومی و پربار شدن اوقات فراغت، تقویت همبستگی یا تعلق اجتماعی، بسترسازی برای گسترش گردشگری ورزشی و فرهنگی، گسترش پیوندهای اجتماعی و ارتباطات بین فرهنگی، تقویت اقتصاد ورزشی، تقویت اخلاق عمومی، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزشی در جامعه و اعتلای ورزش کشورها از طریق اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی، فرهنگ‌سازی، عمومی‌سازی ورزش،

آموزش، فراهم نمودن زمینه نقد و گفت و گو، شفاف سازی نهادهای متولی ورزش، جلب مشارکت اجتماعی و ... ایفا می نمایند. (خالدیان و همکارانش، ۱۳۹۲) احمدی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود نشان داد که نگرش به ورزش با میزان مشارکت ورزشی زنان رابطه مستقیم و معنی داری دارد. بالارد و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که استفاده از رسانه‌های جمعی، سطوحی از هدایت کردن ورزش را بر عهده دارند. در حقیقت استفاده و تماشای مرتب رسانه سبب تغییر نگرش ورزشی و پایدارسازی آن می‌شود. در تبیین بیشتر یافته‌ها می‌توان گفت که رسانه‌ها همواره در ترویج فرهنگ ورزشی نقش محوری در ارائه اطلاعات جدید، شکل دادن به نگرش اқشار و نهادینه کردن ورزش در زندگی مردم را بیشتر از سایر ابزارها و نهادها بر عهده دارند. سانتوس و همکاران (۲۰۱۶) در بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش شرکت کنندگان نشان داد که حضور در گروه‌های ورزشی و تماس‌های مجازی با افراد ورزشکار، یکی از انگیزه‌های حضور افراد در برنامه‌های ورزشی پارک‌ها بوده است. خطیب زاده (۱۳۹۵) در تبیین الگوی مشارکت ورزشی منظم نشان داد که رسانه‌ها بیشترین میزان اثر را در تغییر نگرش و ایجاد انگیزش برای فعالیت ورزشی دارند. صفاری (۱۳۹۱) نیز در تبیین مدل ورزش همگانی ایران نشان داد که رسانه‌های محیطی و رسانه‌های سازمانی، نقش معنی داری در سطح رفتاری مشارکت در ورزش همگانی دارند. این نتایج توجیه و تبیین کننده نقش ویژه و میانجی نگرش ورزشی هستند.

۲۴۱

### جمع‌بندی پژوهش

براساس نتایج پژوهش می‌توان گفت که نقش رسانه‌های نوین در جذب مردم به ورزش همگانی بیشتر توسط مؤلفه‌های نگرشی هدایت می‌پذیرد تا به طور مستقیم. عادت‌های مشارکت ورزشی در طی گذشت زمان تغییر می‌کند و در نوسان است. همچنین به دلیل دستیابی به فناوری‌های جدید از جمله اینترنت و نیز عدم اعتماد ناشی از وقایع جهان و ترس از آینده متزلزل، گرایش‌های ورزشی همواره در حال تغییر است و در نتیجه ضرورت دارد تا بر اساس تنوع علایق ورزشی، به افزایش انتشار اطلاعات ورزشی از طریق شبکه‌های اجتماعی و مجازی جدید اقدام و هماهنگی شود. این شرایط متنوع و متغیر، نیازمند تکنیک‌های متفاوت بازاریابی اجتماعی برای ورزش می‌باشد که در رابطه رسانه - نگرش - مشارکت می‌توان به تحلیل آن پرداخت. برای ترویج موفق فرهنگ ورزش در جامعه از طریق رسانه‌های نوین لازم است که چگونگی اثرگذاری نوع رسانه و شیوه‌های ارتباطی و تبلیغاتی آن بر نگرش و رفتار، به درستی در یک جامعه درک شود که این پژوهش نشان داد عمده اثر رسانه بر مشارکت، از مسیر نگرش هدایت و تعیین می‌شود و بخش کمی از مسیر مستقیم قابل اثرگذاری می‌باشد.

### پیشنهادهای

- براساس یافته‌های پژوهش (اولویت ابعاد و شدت و معنی داری روابط) پیشنهاد می‌شود:
- در تعریف و ارتقای نقش رسانه‌ها در توسعه مشارکت ورزشی، به محور قرار دادن برنامه‌های آموزشی ورزش در رسانه‌ها و رسانه‌های آموزشی ورزش تأکید شود.
- در بازاریابی اجتماعی برای ورزش و آموزش‌های ورزشی همگانی، به انتقال بهتر اطلاعات و ارتقای دانش

- بیشتر از جنبه‌های عاطفی و هیجانی تأکید شود.
- زمینه آموزش انواع الگوهای صحیح فعالیت بدنی در فضاهای عمومی و جمعی فراهم شود.
- در برنامه‌ها و محتواهای رسانه‌ای بر مؤلفه‌های نگرشی مثبت مقدم بر سایر مقوله‌ها تمرکز شود.
- به تفاوت‌های بین انواع رسانه‌های فعال در کشور و کارکردهای آن‌ها در ترویج مشارکت ورزشی توجه شود و براساس معیارهای مشخص اولویت‌بندی شوند.
- ارتباط نیازها و علایق مشارکت‌کنندگان در ورزش همگانی با انواع رسانه‌ها و نقش‌های چندگانه آن‌ها از طریق نظرسنجی‌های رسانه‌ای تعیین شود.
- استفاده مناسب از رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی جدید توسط مراکز و سازمان‌های متولی ورزش همگانی در ابعاد تبلیغاتی و خدماتی مورد توجه قرار بگیرد.

## منابع

- اتقیا، ناهید. (۱۳۸۶). «نیازسنجی از زنان ایرانی در زمینه ورزش همگانی». طرح پژوهشی پژوهشکده تربیت بدنی.
- احسانی، محمد؛ امیری، مجتبی؛ کوزه چیان، هاشم و صفاری، مرجان. (۱۳۹۰). «کارکردهای رسانه در توسعه ورزشهای تفریحی از نظر خبرگان». گزارش همایش ملی تفریحات ورزشی، سازمان ورزش شهرداری تهران.
- احمدی، سیروس و ملک شاهی، مریم. (۱۳۹۳). «توصیف و مقایسه نگرش به فعالیت بدنی دانشجویان با توجه به رشته‌های ورزشی منتخب». مطالعات روانشناسی ورزشی. دوره ۳، شماره ۹، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۹-۵۴.
- احمدی، سیروس؛ مختاری، مریم و زارعی، هوشنگ. (۱۳۹۴). «تحلیل رابطه عزت نفس جسمانی و نگرش به ورزش با مشارکت ورزشی زنان با استفاده از مدل معادل ساختاری». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۵، زمستان ۱۳۹۴، صص ۴۱-۵۱.
- آقاجانی، نوشین و نادری نژاد، پریچهر. (۱۳۹۰). «بررسی نقش وسایل ارتباط جمعی (نشریات، رادیو و تلویزیون) در اشاعه فرهنگ ورزش همگانی». فرهنگ ارتباطات. شماره ۱، دوره ۱، صص ۱۳۹-۱۶۷.
- بنار، نوشین؛ دستوم، صلاح و خان محمدی، محمدعلی. (۱۳۹۷). «تحلیل منظرهای توسعه مشارکت ورزشی در استان گیلان: خدمات، اقشار، عوامل، متولیان، نیازها، چالش‌ها و راهکارها». مطالعات مدیریت ورزشی. دوره ۱۰، شماره ۴۸، صص ۳۷-۶۶.
- حمیدپور، هاله و شتاب بوشهری، سیده ناهید. (۱۳۹۴). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش قهرمانی بانوان». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. سال دوم، شماره پیاپی ۸: صص ۴۸-۶۰.
- خالدیان، محمد؛ مصطفایی، فردین؛ صمدی، مهران و فرخ، کیا. (۱۳۹۲). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی.
- خطیب زاده، مهدی. (۱۳۹۵). «طراحی الگوی مشارکت ورزشی منظم». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. چاپ اول، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- صادقیان، زهرا؛ حسینی، سید عماد و فرزانه، فرزانه. (۱۳۹۲). «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در گرایش مردم شهر همدان به ورزش همگانی». پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال دهم، شماره بیستم، صص: ۳۵-۴۴.
- صفاری، مرجان. (۱۳۹۱). «طراحی الگوی توسعه ورزش همگانی ایران». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.

- صیادی، علی؛ حیدری نژاد، صدیقه و بزرگ امید، مهدی. (۱۳۹۵). «بررسی نقش چهارگانه رسانه‌ها در ترویج ورزش دانشجویی». مدیریت ارتباطات و رسانه‌های ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۴، زمستان، صفحه ۲۱-۲۹.
- عزیزی، بیستون؛ جلالی فراهانی، مجید و خبیری، محمد. (۱۳۹۰). «بررسی نگرش دانشجویان ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه تهران به ورزش همگانی». حرکت. شماره ۸، صص ۷۵-۹۱.
- عیدی، حسین؛ آزادی، رسول و خسروی، جواد. (۱۳۹۳). «مقایسه دیدگاه اساتید، کارشناسان رسانه و مشارکت کنندگان ورزش همگانی در مورد کارکردهای رسانه‌های جمعی در توسعه و ترویج ورزش همگانی». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. دوره ۲، شماره ۵، صص ۴۲-۵۰.
- غفرانی، محسن؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصراله؛ جلالی فراهانی، مجید و مقرنسی، مهدی. (۱۳۸۸). «طراحی و تدوین راهبرد توسعه ورزش قهرمانی و همگانی استان سیستان و بلوچستان». نشریه حرکت. پیاپی ۳۹.
- قره، محمدعلی؛ صفاری، مرجان و نیری، شهرزاد. (۱۳۹۵). «بازپردازی کارکردهای رسانه ملی جهت توسعه ورزش‌های تفریحی: ارائه راهبردها و راهکارها». پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. دوره ۶، شماره ۱۱، صص ۶۳-۷۶.
- قیامی‌راد، امیر. (۱۳۸۷). «بررسی همسویی عملکرد رسانه‌های گروهی کشور با اهداف تربیت بدنی». مقاله همایش ملی مدیریت ورزشی با تأکید بر سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور، آکادمی ملی المپیک.
- کارگر، سعید و احمدی، سیروس. (۱۳۹۲). «بررسی نگرش زنان به مشارکت ورزشی و عوامل اجتماعی- روانی مؤثر بر آن». جامعه‌شناسی کاربردی. دوره ۲۴، شماره ۴، صص ۱۸۹-۲۰۱.
- گزارش برنامه ششم توسعه بخش ورزش و جوانان. (۱۳۹۵). سند راهبرد وزارت ورزش.
- مرادی، مهدی؛ هنری، حبیب و احمدی، عبدالحمید. (۱۳۹۰). «مقایسه زیر مؤلفه‌های مؤثر نقش‌های اطلاع‌رسانی، مشارکت اجتماعی، آموزش و فرهنگ‌سازی رسانه ملی در ورزش همگانی». پژوهش‌های ارتباطی. شماره ۶۸: صص ۵۱-۷۰.
- مظفری، سیدامیراحمد؛ کلاته آهنی، کامیار؛ شجاع، امیررضا و هادوی، سیده فریده. (۱۳۸۹). «توصیف نگرش و گرایش مردم به فعالیت‌های حرکتی و ورزشی در جمهوری اسلامی ایران» دوره ۱۸، شماره ۱ (پیاپی ۴۹)، صص ۸۱-۶۹.
- مهدیزاده، ایرج؛ هنری، حبیب؛ مستکملی، مصطفی و مرادی، مهدی. (۱۳۸۸). «بررسی نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ورزش مدارس شهرستان بیرجند». فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان. پاییز و زمستان، سال چهارم، شماره ۱، پیاپی (۱۴)، صص: ۱۶۷-۱۵۲.
- نظری، رسول و قاسمی، حمید. (۱۳۹۲). «نقش رسانه‌های گروهی به عنوان فرصتی برای توسعه پایدار ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. تابستان ۱۳۹۲، شماره ۱، صص ۳۹-۴۴.
- هنری، حبیب؛ احمدی، سیدعبدالحمید و مرادی، مهدی. (۱۳۹۱). «بررسی نقش چهارگانه رسانه‌های ورزشی

در توسعه فرهنگ ورزش قهرمانی». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۴۵، پاییز، صص: ۱۵۸-۱۴۵.

- Abioye, A.; Hajifathalian, K. & Danaei, G. (2016). **“Do mass media campaigns improve physical activity? A systematic review and meta-analysis”**. Archives of Public Health, 1-10.
- Ballaard, M & Gray, M & Reilly, J & Noggle, M. (2009). **“Correlates of video game screen time among mles: Body, physical activity, and other media use”**. Eating Behaviors, 10. PP:161-167.
- Berra, D. P., Zhang, J. J., Pease, D. G., & Gaa, J. P. (2016), **“Dimensions of spectator identification associated with women’s professional basketball game attendance”**. International Journal of Sport Management, Vol. 4, No. 1, pp: 59–91.
- Cohen, J. (1988). **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. (second ed). Hillsdale, N, J: Lawrence Erlbaum Associates
- Fardouly, O. (2017), **“Perspectives on the Evolution of Sports and Olympic Facilities”**. Thirty-eight years of lectures 1961-1998, International Olympic Academy (IOA), pp 114.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). **“Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error”**. Journal of Marketing Research, (18:1), pp. 39-50.
- Hulland, J. (1999). **“Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies”**. Strategic Management Journal, Vol. 20, No. 2 (Feb., 1999), pp. 195-204.
- Kian, M, E. (2007). **“Will a New Medium for sports News Offer Less Trivialization of Female Athletes? Examining Descriptors and Traditional Stereotypes in Internet Articles on the NCAA Women’s and Men’s Basketball Tournaments”**. University of Central Florida.
- Malina, R. M. and B. B. Little (2008). **“Physical Activity: the Present in the Context of the Past”**. American Journal of Human Biology, 20.
- Mark, Ludwig.Thomas. Schierl. (2013). **“Sport, media and migration: use of sports media by Turkish migrants and its potential for integration”**. Institute of Communication and Media Research, German Sports University, Cologne, Germany, 23 September, <http://www.tandfonline.com/loi/fcss20>, Pp: 12-18.
- Nunnally, J.C. (1978). **Psychometric theory**. Open Journal of Preventive Medicine.

2nd Edition, McGraw-Hill, New York., Vol.2 No.2.

- Robbins, T. L, Crino, M. D., Fredendall, L.D. (2002). **“An Integrative Model of the Empowerment Process”**. Human Resource Management Review, 12 (3): 419-443.
- Ruddock, A., Hutchins, B., & Rowe, D. (2010), **“Contradictions in media sport culture: The reinscription of football supporter traditions through online media”**. European Journal of Cultural Studies, Vol. 13, No. 3, pp 323-339.
- Santos. P. Breuer, C. Pawlowski. T. (2016). **“Promoting Sport for All to Agespecific Target Groups: The Impact of Sport Infrastructure”**, European Sport Management Quarterly, Vol. 9, No. 2, 103\_118
- Shabestari D, (2015). **“The costs of illness attributable to physical activity Australia apreliminary study”**. areport for the common wellth aged cane and Australian sport commission.
- Tang, Tang. Roger, Cooper. (2012). **“Gender, Sports, and New Media: Predictors of Viewing during the 2008 Beijing Olympics”**. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 23 November, [www.tandfonline.com/loi/hbem](http://www.tandfonline.com/loi/hbem), Pp: 09-21.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V., Chatelin, Y. & Lauro, C. (2005). **“PLS path modeling”**. Computational Statistics and Data Analysis, 48 (1), Pp: 159-205.
- Tumusiime, D.K. (2004). **“Perceived benefits of, barrier and helpful cues to physical activity among tertiary institution students in Rwanda”**. Unpublished master's thesis. University of the Western Cape (UWC). South Africa.
- Volkers, K. M., & Scherder, E., J. (2011). **“The effect of regular walks on various health aspects in older people with dementia: protocol of a randomized-controlled trial”**. <https://doi.org/10.1186/1471-2318-11-38>
- Wetzels, Martin; Odekerken-Schroder, Gaby; and van Oppen, Claudia. (2009). **“Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration”**. MIS Quarterly, (33: 1) pp.177-195.
- Zohrabi, M. P. (2014). **“The Relationship Between Socioeconomic Status and Adolescents”**. Organized and Non organized Physical Activities. Pediatric Exercise Science, vol.16, PP:210.218.

## ارائه مدل توسعه برند پوشاک ورزشی ایرانی

علی قبادی<sup>۱</sup>

ناهید شتاب بوشهری<sup>۲</sup>

امین خطیبی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۲۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۱۶

هدف از این تحقیق، ارائه مدلی برای توسعه برند پوشاک ورزشی ایرانی بر اساس نظریه داده بنیاد بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران بازاریابی، تولیدکنندگان پوشاک ورزشی داخلی و اساتید حوزه بازاریابی دانشگاه بودند. بدین منظور پس از مطالعه پیشینه تحقیق، مصاحبه‌های کیفی نیمه ساختارمند و عمیق با روش نمونه‌گیری هدفمند نظری انجام شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به مرحله اشباع نظری و شناسایی همه عوامل ادامه یافت (n=۱۲). داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار ان‌ویو نسخه ۱۰<sup>۴</sup> تحلیل شد. در طی سه مرحله (کدگذاری باز، محوری و گزینشی) ۳۵۹ کد استخراج شد که با مقایسه و طبقه‌بندی کدهای مشابه، ۲۲۱ مفهوم، ۶۰ کد باز و ۶ دسته کد محوری به دست آمد.

نتایج پژوهش نشان داد تنوع و نوآوری در تولید محصول، برنامه‌ریزی راهبردی، انتخاب بازار هدف، رتبه‌بندی پوشاک ورزشی و طراحی متناسب با نیاز بازار در توسعه عمودی و به‌کارگیری فناوری روز در تولید محصولات نیز در توسعه افقی برند پوشاک ورزشی ایرانی تأثیرگذار است. در این زمینه دولت نیز می‌تواند با حمایت‌های مالی، پرداخت تسهیلات بانکی کم‌بهره، وضع قوانین حمایتی، اصلاح قوانین مالیاتی و بیمه‌ای و جلوگیری از ورود پوشاک ورزشی قاچاق به کشور به توسعه برند پوشاک ورزشی ایرانی کمک کند.

### واژگان کلیدی: توسعه برند، پوشاک ورزشی، توسعه افقی و توسعه عمودی

E-mail: Sghobadi82@yahoo.com

۱. دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

۲. دانشیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

۳. استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، اهواز، ایران

## مقدمه

راهبرد توسعه برند در قالب‌های گوناگونی پیاده می‌شود که یکی از آن‌ها، استفاده از یک برند فرعی جدید در کنار برند شناخته‌شده مادر است. این راهبرد به شرکت این امکان را می‌دهد که از برند قدرتمند خود در نقش پشتیبان برای در کنار نام‌های فرعی استفاده و محصولات جدید خود را روانه بازار کند. (آنسلمسون و باندرسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵: ۵۸) توسعه برند به‌طور کلی به دو شکل متفاوت توسعه برند عمودی و افقی تقسیم می‌شود. (کیم<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۱: ۲۱۱) در توسعه عمودی، دو نوع محصول به بازار معرفی می‌شود که یکی محصول سطح بالا با قیمت و کیفیت بالاتر و دیگری محصول سطح پایین با کیفیت و قیمت پایین‌تر از برند مادر است. (ژویی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸: ۲۳۵) توسعه برند افقی شامل دو دسته توسعه خطی و توسعه در طبقه متفاوت با برند مادر است. (استیلینگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵: ۱۷۷) در توسعه خطی، برند مادر یک محصول به بازار جدید عرضه می‌کند که این محصول در گروه برند مادر است. نتیجه این راهبرد می‌تواند تغییراتی در اندازه، شکل، فرم و کاربرد برند داشته باشد. در توسعه در طبقه متفاوت، محصولی متفاوت با برند مادر به بازار عرضه می‌شود. (کیلر<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳) اجزای راهبرد بازاریابی که موفقیت و توسعه نام تجاری را تحت تأثیر قرار می‌دهند شامل کیفیت راهبرد توزیع، کیفیت موقعیت، کیفیت راهبرد توسعه محصول، گسترش سرمایه‌گذاری تبلیغاتی و گسترش تحقیقات بازاریابی می‌باشد. (پینالوپ<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۵: ۴۸۷) پوشاک ورزشی، بخش مهمی از بازار محصولات ورزشی است که در درجه اول به عنوان پوشاک و کفش ساخته شده برای مشارکت در ورزش تعریف می‌شود- هرچند که در حال حاضر نیز شامل لباس‌هایی می‌شود که توسط مردم برای فعالیت‌های روزانه استفاده می‌شود. (کو<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۲: ۶۵) نتایج سازمان آمار جهانی<sup>۸</sup> در ارزیابی ده برند برتر پوشاک ورزشی جهان نشان داد که برندهای ورزشی نایک با ۲۸/۰۳ میلیارد دلار، برند اچ. اند ام. با ۱۸/۹۵ میلیارد دلار، زارا<sup>۱۰</sup> با ۱۷/۴۵ میلیارد دلار و آدیداس با ۱۴/۲۹ میلیارد دلار با ارزش‌ترین برندهای پوشاک ورزشی جهان در سال ۲۰۱۸ بوده‌اند. همچنین، برند نایک، رهبر بازار در صنعت کفش ورزشی جهان است که فروش آن بیش از ۱۹/۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ می‌باشد. این رقم بزرگ‌تر از درآمد ترکیبی فروش کفش از دو رقیب نزدیک خود یعنی آدیداس و پوماست که فروش جهانی آن‌ها ۱۰/۳۶ و ۲/۴۱ میلیارد دلار می‌باشد. (ممنکی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۸) علیرغم اهمیت توسعه برند در حوزه پوشاک ورزشی، پژوهش‌های کمی در این حوزه انجام شده است. ادیب پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود دریافتند که متغیرهای اعتماد به برند، آگاهی از برند، تصویر ذهنی برند، وفاداری به برند، تناسب ادراک شده و رضایت از برند بر نگرش به توسعه همگون برند تأثیر مثبت

1. Anselmsson and Bondesson

2. Kim

3. Xie

4. Stilling

5. Keller

6. Pinelopi

7. Ko

8. Statista

9. H&amp;M

10. ZARA

11. Mamangkey

و معناداری دارند. آزادی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود پیرامون ارزش ویژه برندهای پوشاک ورزشی به این نتیجه دست یافتند که در تمامی ابعاد، ارزش ویژه برندهای خارجی از برندهای ایرانی بالاتر است که نشان دهنده رضایت بیشتر از برندهای خارجی می باشد. نادری نسب (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافت که رقابت بین رقبای موجود شرکت های فعال، قدرت چانه زنی تامین کنندگان مواد اولیه، تهدید ورود محصولات جایگزین به بازار، خطر ورود رقبای بالقوه و قدرت چانه زنی خریداران محصولات از عوامل تأثیرگذار بر صنعت پوشاک ورزشی بانوان می باشد. همچنین، نتایج پژوهش یوسفی و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که بین موانع رقابت پذیری (درون بخشی، فرابخشی داخلی و فرابخشی خارجی) کالاهای خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران اختلاف معنی داری وجود دارد. بعلاوه، عسکریان و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی مزیت نسبی رقابتی صادرات کالاهای ورزشی ایرانی دریافتند که ایران در صادرات کفش و پوشاک ورزشی دارای مزیت رقابتی با برندهای خارجی می باشد. محمدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود دریافتند که عوامل ریسک خرید، فرایند خرید، ویژگی کالای ورزشی، ویژگی های مشتریان، ادراک مشتریان خرید و فناوری تأثیر معناداری بر توسعه خرید اینترنتی کالای ورزشی دارند. علاوه بر این، نتایج تحقیقات کاظمی و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد که شش عامل - به ترتیب اولویت: بازاریابی و فروش، تیم توسعه محصول، فناوری، طراحی و تولید، توانایی سازمانی و تجاری سازی بر توسعه محصول جدید در صنعت پوشاک ورزشی تأثیرگذار است. همچنین، ممکنی و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی دریافتند که شخصیت برند، شایستگی و دوام محصولات تأثیر قابل توجهی بر قصد خرید پوشاک ورزشی برند نایک دارد. نتایج تحقیق تنگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۸) بر روی توسعه برندهای پوشاک ورزشی چینی نشان داد که نام تجاری، سبک محصول، گسترش تبلیغات و کیفیت خدمات بر وفاداری برندهای پوشاک ورزشی چینی تأثیر می گذارد. شارما<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در تحقیقی دریافت که تصویر فروشگاه در سطوح مختلف بر روی ارزش ویژه برند در صنعت پوشاک ورزشی هند تأثیر مثبت و معناداری دارد. هیو<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) در تحقیق خود دریافت که در فرایند بازاریابی ورزشی، دستاوردهای خاصی برای توسعه برندهای ورزشی چینی وجود دارد، ولی موقعیت مبهم، عدم برنامه ریزی طولانی مدت، مدل توسعه غیر منطقی و روش های ناپسند بازاریابی در حال ظهور است که باید برای پیشرفت مزیت رقابتی به اجرای مدیریت برند، پرورش و ویژگی های برند تمرکز کنند.

در کشور ما که حمایت از تولید و مصرف کالاهای داخلی همواره در اولویت سیاست گذاری های اقتصادی و بازرگانی قرار داشته است (جعفرپور و همکاران، ۲۰۱۱: ۳۵)، متأسفانه با ورود انواع کالاهای خارجی عرصه بر ساخت و تولید کالاهای داخلی تنگ شده است. در میان کالاهای خارجی وارداتی، پوشاک ورزشی خارجی بخش عمده ای را به خود اختصاص می دهد. (وحدتی، ۱۳۸۰) امروزه در کشورها، حتی کشورهای پیشرفته از ورود کالاهای متنوع و مشابه جلوگیری می کنند، زیرا آن ها خروج ارز را بدین صورت منطقی نمی دانند. (حقیقی و حسین زاده، ۲۰۰۹: ۱۳۹) بنابراین افزایش میزان رقابت بین برندها در کسب سهم بازار، افزایش

1. Teng

2. Sharma

3. Hu

حضور برندهای خارجی در بازار پوشاک ورزشی کشور، واردات بی رویه و قاچاق از مبادی غیرقانونی، عدم وجود مواد اولیه متنوع و باکیفیت، هزینه بالای شبکه توزیع، شبکه فروش سازمان نیافته و متفرقه، عدم وجود فروشگاه های زنجیره ای تخصصی، کاهش حاشیه سود و توان رقابت پذیری که منجر به عدم تمایل به سرمایه گذاری شده است، عرضه برندهای خارجی رسمی و غیررسمی بدون ضابطه مشخص، عدم وجود سیستمی جامع جهت شفافیت و کنترل گردش کالا در سطح تولید و توزیع، محدودیت در طراحی و نوآوری، جذابیت بازار ایران و همچنین نبود تفکر راهبردی توسعه برند در بین تولیدکنندگان پوشاک ورزشی داخلی برای ورود به بازارهای جدید از عواملی است که حیات برندهای ورزشی کشور را به چالش کشیده و باعث کاهش سود و حتی ورشکستگی برخی تولیدکنندگان داخلی شده است. تقویت برندهای فعلی، ارائه محصولات جدید و بسیاری از راهبردهای دیگر که همه از اقدامات شرکت ها برای توسعه برندهایشان در مراحل رشد و بلوغ است و برای حفظ سوددهی و اثربخشی موردتوجه قرار می گیرد، از اقدامات سودمند برای توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی است. پوشاک ورزشی به عنوان یک ضرورت در فعالیت های ورزشی مطرح است و از طرفی در بازار گسترده محصولات ورزشی بین برخی شرکت های بزرگ مانند نایک، آدیداس، پوما و ریبوک رقابت شدیدی برای گرفتن سهم بازار جهانی وجود دارد. این شرکت ها ملزم به داشتن چشم انداز، مأموریت و اهداف هستند تا واقعاً نیازهای مصرف کنندگان را برآورده سازند. (ممکنی، ۲۰۱۸) بنابراین علی رغم اینکه چندین مطالعه داخلی و خارجی در زمینه درک مفاهیم این تحقیق انجام شده است، اما اهداف و رویکرد این تحقیق با تحقیقات گذشته متفاوت است این تحقیق به دنبال ارائه یک مدل بومی برای توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی و شناسایی عوامل مؤثر است و به این سؤال پاسخ می گوید: عوامل مؤثر بر توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی کدام اند؟

### روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف بنیادی و از نظر نحوه گردآوری داده ها، در زمره تحقیقات کیفی است که با استفاده از روش نظریه برخاسته از داده ها با رویکرد سیستماتیک انجام شده است. برای جمع آوری داده ها، از مصاحبه های کیفی نیمه ساختاریافته استفاده گردید. این روش از نظر رویکرد، استقرایی است و بر اساس آن، نظریه از مفاهیم حاصل از داده ها شکل می گیرد. این راهبرد بر سه عنصر مفاهیم، مقوله ها و قضیه ها استوار است. (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۱) جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران بازاریابی، تولیدکنندگان پوشاک ورزشی داخلی و اساتید حوزه بازاریابی دانشگاه ها بودند که با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند نظری<sup>۱</sup> (نوعی نمونه گیری عمدی و قضاوتی) که تنها چند نفر نخست به طور مستقیم توسط پژوهشگر بر اساس معیارهای مورد نظر انتخاب و بقیه نمونه ها توسط نمونه های اولیه معرفی شدند (بازرگان ۱۳۷۸: ۹۷) به انجام رسید. در واقع، پژوهشگر با بهره گیری از نظرات و دانش آگاه ترین افراد درباره موضوع پژوهش، به واکاوی و موشکافی رویداد و پدیده مورد نظر پرداخت. نمونه گیری تا جایی ادامه پیدا کرد که مدل به حد ساخت و اشباع رسید. (N=۱۲)

جدول ۱: مشخصات نمونه

| سمت                                  | تعداد |
|--------------------------------------|-------|
| مدیر تولیدی پوشاک ورزشی <sup>۱</sup> | ۶ نفر |
| رئیس فعلی و اسبق اتحادیه پوشاک ورزشی | ۲ نفر |
| هیات علمی (مدیریت ورزشی و اقتصاد)    | ۴ نفر |

### روایی و پایایی داده‌ها (قابلیت اعتماد تحقیق)

در این پژوهش برای بررسی روایی، یافته‌های پژوهش را برای مصاحبه‌شوندگان ارائه و متن نظریه توسط آن‌ها مطالعه و نقطه نظرات آن‌ها اعمال شده است. در نهایت، این پژوهش توسط اساتید مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفت و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه نهایی بیان شد. پایایی به گستره تکرارپذیری یافته‌های پژوهش اشاره دارد. یکی از راه‌های بررسی پایایی، مطالعه حسابرسی فرآیند آن است. بنابراین محقق پایایی داده‌ها را از طریق نشان دادن مسیر تصمیمات خود و همچنین قرار دادن تمامی داده‌های خام، تحلیل شده، کدها، مقوله‌ها، فرآیند مطالعه، اهداف اولیه و سؤال‌ها در اختیار اساتید راهنما و مشاور و بررسی دقیق نظرات صاحب‌نظران مورد تأیید قرار داد. علاوه بر این، از روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها استفاده شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر هر دو نفر مشابه بودند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند. در این مرحله، چهار مصاحبه کدگذاری و درصد توافق درون موضوعی به عنوان شاخص پایایی با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

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

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

| ردیف | عنوان مصاحبه | تعداد کل داده‌ها | تعداد توافقات | تعداد عدم توافقات | پایایی باز (آزمون ۸۷ درصد) |
|------|--------------|------------------|---------------|-------------------|----------------------------|
| ۱    | اول          | ۵۵               | ۲۴            | ۷                 | ۰/۰ ۸۷                     |
| ۲    | چهارم        | ۴۲               | ۱۷            | ۸                 | ۰/۰ ۸۱                     |
| ۳    | هشتم         | ۳۷               | ۱۶            | ۵                 | ۰/۰ ۸۶                     |
|      | کل           | ۱۳۴              | ۵۷            | ۲۰                | ۰/۰ ۸۵                     |

۱. با مدیران شرکت‌های تولیدکننده پوشاک ورزشی حصاری، شکاری و شادی، تکنیک اسپرت، نهن گی، مجید و آرشا اسپرت مصاحبه شد.

## یافته‌های پژوهش کدگذاری باز

برای جمع‌آوری داده‌ها، ابتدا از طریق رجوع به اطلاعات موجود در پایگاه‌های اینترنتی، کتب، مجلات و مقالات مختلف، مبانی نظری و پیشینه موضوع بررسی شد. سپس به انجام مصاحبه‌های کیفی، عمیق و نیمه ساختاریافته با خبرگان و متخصصان اقدام شد. مصاحبه‌ها با اطلاع مصاحبه‌شوندگان ضبط و پس از هر مصاحبه، مکتوب شد. سپس به منظور استخراج مفاهیم اولیه، از کدگذاری زنده<sup>۱</sup> و کدگذاری بر اساس سازه‌های جامعه‌شناسی<sup>۲</sup> استفاده گردید. در این مرحله که «کدگذاری باز» نامیده می‌شود، فهرستی از کدها استخراج شد و با ترکیب و مرتبط کردن کدها به هم، مفاهیم اولیه شکل گرفت. در این مرحله از کدگذاری، ۳۵۹ کد از ۱۲ مصاحبه استخراج شد که با مقایسه و طبقه‌بندی کدهای مشابه، ۲۲۱ مفهوم استخراج شد.

۲۵۲

### کدگذاری اولیه یک نمونه از مصاحبه‌ها

جدول ۳: نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها

| قسمتی از مصاحبه S1: حسین عیدی؛ دکتری مدیریت ورزشی، عضو هیات علمی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه رازی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| متن مصاحبه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | استخراج کدهای اولیه (خام)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>(در بحث شرایط علی بر توسعه پوشاک ورزشی ابتدا باید شاخص‌ها را تعیین کنیم؛ شناخت برندهای داخلی در محیط داخلی و خارج کشور و آمار اینکه ما کلاً چند برند ورزشی در کشور داریم. به طور کلی، عوامل اقتصادی در توسعه برند تأثیر دارد. سازوکار ساخت برند و برند سازی و سازوکار ثبت شرکت‌ها وضع شود. دولت می‌تواند با برداشتن مالیات از تولیدی‌ها یا کم کردن سهم پرداخت مالیات آن‌ها به تولیدی‌ها کمک نماید.</p> <p>از عوامل مداخله‌گر بر توسعه برندهای داخلی می‌توان عدم حمایت و پشتیبانی دولت از تولیدها، عدم بازپرداخت وام‌های کلان از سوی تولیدها و اینکه چرا مشتریان ما محصولات داخلی را نمی‌پسندند. عدم نظارت بر قوانین کپی‌رایت، تولید محصولات زیر پله‌ای، قاچاق کالا و تقلب. عدم حمایت دولت از بخش خصوصی.</p> <p>در پاسخ به اینکه چه راهبردهای برای توسعه برندهای داخلی نیاز است می‌توان با بالا بردن سطح کیفی محصولات و توجه به ارزش ویژه برند که باعث می‌شود بر روی کیفیت و قیمت محصول تأثیر بگذارد. تولیدی‌ها باید به چرخه عمر محصول توجه داشته باشند و سعی کنند دانش، نگرش و رفتار مشتریان را بالا ببرند و به عوامل فرهنگی و تأثیر گذار در جامعه توجه کنند و این کار با تبلیغات خوب و شناساندن برندهای داخلی، معرفی محصولات در کانال‌های توزیع، تبلیغات رسانه‌ای مانند رادیو، تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی میسر است. سهم بازار از برندهای ایرانی چقدر است. وضع قوانین گمرکی برای ورود کالاهای خارجی، توجه به عواملی که مزیت رقابتی محصول را از سایر محصولات در بازار سرآمد می‌کند، به دست آوردن قدرت رقابتی، قیمت‌گذاری مناسب، توجه به مشتری مداری و همچنین افزایش خدمات پس از فروش از دیگر موارد است.</p> <p>در بحث زمینه‌های توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی، به تازگی کانال تلویزیونی ایجاد شده است که محصولات و کالاهای ایرانی را تبلیغ می‌کند. جامعه ایران یک جامعه جوان است. می‌توانیم این فرصت را غنیمت شمیریم و در این حوزه پوشاک ورزشی تولید کنیم. تقریباً نیمی از جمعیت ما را خانم‌ها تشکیل داده‌اند و حتی برای صادرات کالای ورزشی به کشورهای اسلامی، پوشاک ورزشی اسلامی مخصوص بانوان تولید کنیم و نیز پوشاک ورزشی برای ورزش‌های بومی و محلی. ورزش یک حوزه گسترده و کلان در جامعه است.</p> | <p>- تعیین شاخص‌های توسعه یافتگی</p> <p>- معرفی برندهای داخلی به بازار</p> <p>- ارتقای آگاهی مشتریان</p> <p>- سازوکار برند سازی</p> <p>- سازوکار ثبت شرکت‌ها</p> <p>- اصلاح قوانین مالیاتی</p> <p>- عدم حمایت دولت</p> <p>- عدم بازپرداخت وام‌های کلان</p> <p>- عدم نظارت بر قوانین کپی‌رایت</p> <p>- تولید محصولات زیر پله‌ای</p> <p>- قاچاق کالا و تقلب</p> <p>- عدم حمایت دولت از بخش خصوصی</p> <p>- بالا بردن سطح کیفی محصولات</p> <p>- توجه به ارزش ویژه برند</p> <p>- بالا بردن دانش مشتریان</p> <p>- بالا بردن سطح نگرش مشتریان</p> <p>- بالا بردن سطح رفتار مشتریان</p> <p>- لزوم توجه به عوامل فرهنگی</p> <p>- لزوم توجه به تبلیغات</p> <p>- دستیابی به کانال‌های توزیع</p> <p>- لزوم قوانین گمرکی</p> <p>- لزوم توجه به مزیت رقابتی</p> <p>- لزوم توجه به قدرت رقابتی</p> <p>- قیمت‌گذاری مناسب</p> <p>- لزوم خدمات پس از فروش</p> <p>- ایجاد شبکه تلویزیونی</p> <p>- نیاز جامعه به پوشاک</p> <p>- لزوم توجه به پوشاک اسلامی</p> <p>- تولید پوشاک ورزش‌های بومی و محلی</p> <p>- گسترده‌ی ورزش در جامعه</p> |

1. Live Coding
2. Sociological Construct

| قسمتی از کدگذاری اولیه مصاحبه (S1)                                   |                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| ۲۰. لزوم برنامه ریزی صحیح در بازاریابی برای توسعه پوشاک              | ۱. معرفی برندهای داخلی در بازار داخلی و خارجی                        |
| ۲۱. اختصاص شبکه های رادیو و تلویزیون برای معرفی محصولات پوشاک داخلی  | ۲. لزوم تشدید قوانین گمرکی برای ورود کالای خارجی                     |
| ۲۲. لزوم توجه به مزیت رقابتی محصول داخلی نسبت به محصولات خارجی       | ۳. بالا بردن تعرفه مالیاتی واردات پوشاک ورزشی                        |
| ۲۳. دستیابی به کانال های توزیع و تعیین سهم بازار کالای ورزشی داخلی   | ۴. بالا بردن سطح آگاهی و فرهنگ جامعه برای ترغیب مصرف کالای داخلی     |
| ۲۴. لزوم توجه به زمینه های رشد و توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی     | ۵. پرداخت تسهیلات و وام های با بهره کم به تولیدی ها                  |
| ۲۷. جمعیت کلان کشورهای اسلامی و لزوم توجه به تولید پوشاک اسلامی      | ۶. لزوم حمایت دولت از کارآفرین های موفق حوزه پوشاک ورزشی             |
| ۲۸. وجود ظرفیت مناسب تولید پوشاک اسلامی برای بانوان و تمرکز بر بازار | ۷. تشویق برندهایی که عملکرد مناسبی در بازار داخلی یا خارجی دارند     |
| ۲۹. شرایط و موقعیت مناسب فعالیت اقتصادی در حوزه تولید پوشاک ورزشی    | ۸. عدم تخفیف مالیاتی تولیدی های پوشاک از طرف وزارت دارایی            |
| ۳۰. ....                                                             | ۹. عدم نظارت اتحادیه پوشاک ورزشی از فعالیت تولیدی ها                 |
|                                                                      | ۱۰. سیاست های ناهماهنگ دولت در بخش تولید                             |
|                                                                      | ۱۱. تخلف تجار در ثبت سفارش کالا به کشورهای دیگر                      |
|                                                                      | ۱۲. تولید محصولات زیر پله ای و مزدی دوزی                             |
|                                                                      | ۱۳. عدم عزم جدی دولت در برخورد با قاچاق کالا                         |
|                                                                      | ۱۴. برای تامین مواد اولیه باکیفیت با توجه به تحریم مشکلاتی موجود است |
|                                                                      | ۱۵. رقابت شدید برندهای خارجی با برندهای داخلی                        |
|                                                                      | ۱۶. نبود تولیدکنندگان قوی در حوزه پوشاک ورزشی داخلی                  |
|                                                                      | ۱۷. بالا بردن ارزش ویژه برند پوشاک ورزشی داخلی                       |
|                                                                      | ۱۸. طراحی پیچیده و باکیفیت محصول سطح بالا با فروش محدود              |
|                                                                      | ۱۹. طراحی ساده و باکیفیت محصول سطح پایین با فروش نامحدود             |

### کدگذاری محوری

در مرحله کدگذاری محوری، بر اساس الگوی کلی که به نام «پارادایم» شناخته می شود، بین مقولات به دست آمده رابطه برقرار گردید. بر این اساس، مقوله محوری تعیین و سپس سایر مقولات به عنوان مقوله فرعی با عناوین مختلف مدل پارادایم به آن ارتباط داده شد. در این پژوهش از طریق طبقه بندی مشابه، ۶۰ مقوله در ۶ کد محوری دسته بندی شد. در شکل ۱، مدل پارادایمی استخراج شده از کدگذاری محوری ارائه گردیده است که در ادامه به بررسی مقوله های زیر مجموعه آن می پردازیم.

#### شرایط علی<sup>۱</sup>

علل ایجاد پدیده اصلی یا رویدادهایی که موقعیت های مرتبط با پدیده را خلق می کنند و منجر به بروز پدیده اصلی می شوند را «شرایط علی» می نامند. در واقع شرایط علی، بیان گر وقایع یا اتفاقاتی است که مستقیماً بر مقوله یا پدیده تأثیر می گذارند و موجب وقوع یا توسعه آن می شوند. از بین مقولات استخراج شده، در مجموع ۱۲ مقوله جزو شرایط علی قلمداد شدند که به شرح زیر دسته بندی گردیدند:

جدول ۴: مقوله‌های شرایط علی بر توسعه

| ردیف | مفاهیم (استخراج شده از مصاحبه‌ها)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | مقوله                                             |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| ۱    | سازوکار ثبت قانونی محصولات برندهای پوشاک ورزشی، وضع قوانینی در مبارزه با کپی‌رایت محصولات، لزوم وضع قوانین گمرکی جهت ورود کالای خارجی و بالا بردن تعرفه مالیاتی واردات پوشاک ورزشی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | وضع قوانین و مقررات                               |
| ۲    | تأمین مالی و بودجه کافی تولیدکنندگان، پرداخت تسهیلات و وام با بهره کم به تولیدی‌ها، لزوم حمایت مقامات سیاسی از تولید داخلی، کاهش موانع جذب سرمایه داخلی و خارجی، پشتیبانی دولت از تولیدکنندگان، حمایت دولت از کارآفرینی‌های موفق حوزه پوشاک، لزوم سیاست‌های تشویقی برای تولیدی‌های فعال، تشویق برندهایی که عملکرد مناسبی در بازار داخلی و یا خارجی دارند، معافیت مالیاتی کارگاه‌های پوشاک، معافیت و یا تخفیف بیمه تأمین اجتماعی کارگران، حمایت فدراسیون‌های ورزشی از کالای ورزشی داخلی، حمایت وزارت ورزش و سازمان‌های دولتی از پوشاک داخلی، حمایت وزارت آموزش و پرورش و نهادهای نظامی و کشوری از کالای ایرانی | حمایت و پشتیبانی دولت از تولیدکنندگان پوشاک ورزشی |
| ۳    | توجه به نیازهای مشتریان، شناخت بازار و گروه‌های هدف و توجه به فرهنگ جامعه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | شناخت بازار هدف                                   |
| ۴    | لزوم تحقیقات علمی و تخصصی در تولید محصول، به‌کارگیری نظرات افراد خبره در حوزه کارآفرینی و بازاریابی، لزوم اصلاح نظام آموزشی در راستای تربیت نیروی انسانی کارآمد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | تحقیق و توسعه                                     |
| ۵    | ارتقاء سطح آگاهی و فرهنگ جامعه برای ترغیب فرهنگ مصرف کالاهای داخلی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ارتقای فرهنگ مصرف کالای داخلی                     |
| ۶    | لزوم توجه به طراحی پوشاک، طراحی حرفه‌ای، پیچیدگی طراحی کار، به‌کارگیری راهبرد تولید محصول خاص که قابل تقلید نباشد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | طراحی به‌روز محصول و پیچیدگی کار                  |
| ۷    | احیاء کشت پنبه، تولید مواد اولیه پوشاک ورزشی در داخل کشور، تنوع در تولید مواد اولیه، سهولت دسترسی به مواد اولیه، واردات نخ و پارچه در رنگ‌ها و طرح‌های مختلف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | دسترسی به مواد اولیه متنوع                        |
| ۸    | به‌کارگیری فناوری نانو در تولید محصول و دستیابی به دانش روز                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | به‌کارگیری فناوری نوین                            |
| ۹    | ایجاد و تقویت برند داخلی، ایجاد هویت و دانش برند، توجه به برند سازی، تصویر برند، تداعیات ذهنی مشتریان از برند، آگاهی از برند، وفاداری به برند، اعتماد به برند، ایجاد نگرش مثبت مشتریان نسبت به توسعه برند، ارتقاء آگاهی مشتریان از برندهای داخلی، ارتقاء سطح رضایت مشتریان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | برند سازی                                         |
| ۱۰   | ارتقای کیفیت محصول، تنوع در تولید محصول، نوآوری و لزوم راهبرد تولید محصول جدید                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ویژگی‌های محصول                                   |
| ۱۱   | توجه به شرایط اقتصادی جامعه، برگشت سرمایه به تولیدی، عدم سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر و ایجاد فعالیت در یک حوزه بخصوص                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | سرمایه‌گذاری صحیح اقتصادی                         |
| ۱۲   | تبلیغات رسانه‌ای، تبلیغ در مجلات و سایت‌های ورزشی، تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی، سرمایه‌گذاری مناسب برای تبلیغات محصول و لزوم توجه به عادات رسانه‌ای برای مصرف‌کنندگان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | تبلیغات فراگیر در رسانه‌ها و شبکه‌ها              |

نتایج حاصل از شرایط علی نشان داد نقش دولت در توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی بسیار کلیدی و مهم است، چرا که دولت می تواند از یک طرف، با وضع قوانین بازدارنده مانند بستن گمرکی و تعرفه های مالیاتی بر پوشاک ورزشی خارجی وارداتی و از طرف دیگر، با وضع قوانین حمایتی مانند تسهیلات وام با بهره کم به تولیدی ها، سیاست های تشویقی و حمایت از کارآفرینی موفق، نقش مهمی در ارتقای برند پوشاک ورزشی داخلی داشته باشد. همچنین دولت می تواند با تشویق سازمان های ورزشی مانند وزارت ورزش و جوانان، آموزش و پرورش و فدراسیون ها به استفاده از پوشاک ورزشی داخلی همراه با تبلیغات فراگیر رسانه ها، از تولیدات پوشاک ورزشی داخلی حمایت لازم را به عمل آورد. در این راستا نیز نقش تحقیق و توسعه در شناخت بازار هدف، تولید محصولات به روز، عامه پسند و باکیفیت، انکارناپذیر است.

### شرایط مداخله گر

شرایط مداخله گر به عنوان شرایط محدودکننده راهبردها عمل می کنند. این شرایط، اجرای راهبردها را به عنوان یک مانع دچار تأخیر می کند. شرایط مداخله گر در مرحله کدگذاری، در ۵۸ مفهوم و ۱۶ مقوله شناسایی شده اند که در این قسمت تشریح می شوند.

جدول ۵: مقوله های شرایط مداخله گر بر توسعه

| ردیف | مفاهیم (استخراج شده از مصاحبه ها)                                                                                                                                                                                 | مقوله                                            |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| ۱    | قوانین دست و پاگیر بیمه و مالیات، تخصیص مالیات بیشتر به کارگاه های مجهز، عدم آشنایی داریی نسبت به چرخه مالیات در ورزش، عدم تخفیف مالیاتی تولیدی های پوشاک از طرف وزارت دارائی و جریمه های سنگین بیمه ای تولیدی ها | قوانین دست و پاگیر (مالیات و بیمه تأمین اجتماعی) |
| ۲    | بالا بودن میزان نرخ بهره و تورم، افزایش نرخ بهره بانکی و عدم توانایی بازپرداخت وام ها                                                                                                                             | عدم ارائه تسهیلات بانکی مناسب                    |
| ۳    | عدم نظارت اتحادیه پوشاک ورزشی از فعالیت تولیدی ها، سازوکار قوانین دست و پاگیر اداری، عدم نظارت بر قوانین کپی رایت و عدم کسب جواز و فعالیت بعضی از تولیدی ها                                                       | عدم نظارت صحیح اتحادیه پوشاک ورزشی               |
| ۴    | سهولت حمل و نقل پوشاک و حجم کم نقل و انتقال پوشاک                                                                                                                                                                 | حمل و نقل پوشاک                                  |
| ۵    | شرایط بد اقتصادی، کاهش قدرت خرید به واسطه تحریم های اقتصادی، عدم ثبات اقتصادی و تأثیر تحریم ها بر تولید پوشاک                                                                                                     | تحریم اقتصادی                                    |
| ۶    | دخالت دولت در اقتصاد کشور، سیاست های ناهماهنگ دولت در بخش تولید و عدم حمایت و کمک دولت                                                                                                                            | دخالت نابخردانه و عدم حمایت دولت                 |
| ۷    | عدم برخورد جدی با قاچاق کالا، ورود محصولات بی کیفیت چینی به بازار، تسهیل در ورود کالا از مناطق آزاد کشور و وجود دلال ها در بازار                                                                                  | قاچاق کالا                                       |
| ۸    | بالا بودن قیمت تمام شده پوشاک ورزشی داخلی و افزایش نرخ تهیه نخ و پارچه در کشور                                                                                                                                    | بالا بودن قیمت تمام شده محصول                    |
| ۹    | نیروی کار و پرسنل قدیمی با سن بالا و عدم رغبت نیروی انسانی برای کار در تولیدی                                                                                                                                     | ناکارآمدی نیروی انسانی                           |
| ۱۰   | وجود تجهیزات قدیمی در تولیدی ها، عدم دستیابی به فناوری روز دنیا، عدم تجهیزات و دستگاه های ریسندگی به روز و تعطیلی کارگاه های ریسندگی                                                                              | عدم دسترسی به فناوری به روز                      |

|    |                                                                                                                                                                                                                                               |                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| ۱۱ | عدم وجود مالکیت معنوی، بی توجهی به قوانین، معضل کپی رایت و تقلب در تولید محصول                                                                                                                                                                | عدم وجود مالکیت معنوی              |
| ۱۲ | تولید محصولات زیر پله‌ای، به‌کارگیری شیوه مزدی دوزی و پایین بودن دستمزد کارگران                                                                                                                                                               | محصولات زیر پله‌ای                 |
| ۱۳ | تخلف در ثبت سفارش کالا به کشورهای دیگر، سفارش تولید محصول از کشورهای دیگر و واگذاری (واسپاری) کار تولید پوشاک به تولیدی‌های خارجی                                                                                                             | ثبت سفارش محصول خارجی              |
| ۱۴ | نبود تولیدکنندگان قوی در حوزه پوشاک ورزشی داخلی، فقدان بازار رقابتی، رقابت شدید برند خارجی با برندهای داخلی، عدم اعتماد مردم به کیفیت پوشاک داخلی، عدم تصویرسازی مناسب برندهای داخلی، مقبولیت برندهای خارجی در جامعه و کیفیت برتر پوشاک خارجی | عدم توانایی رقابت با برندهای خارجی |
| ۱۵ | نبود بودجه و منابع مالی، لزوم توجه به سرانه ورزشی و مشکل نقدینگی                                                                                                                                                                              | نبود بودجه و منابع مالی            |
| ۱۶ | هزینه پرداخت نقدی مواد اولیه، مواد اولیه از طریق قاچاق وارد کشور می‌شود، برای تأمین مواد اولیه باکیفیت با توجه به تحریم چهار مشکل هستیم، در کشور مواد اولیه مرغوب وجود ندارد و پرداخت هزینه بالای حامل‌های انرژی                              | مشکلات تهیه مواد اولیه             |

نتایج حاصل از شرایط مداخله‌گر بر توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی نشان داد عواملی چون: قوانین دست و پاگیر مالیاتی، عدم ارائه تسهیلات بانکی به تولیدکنندگان، مشکلات تهیه مواد اولیه، سیاست‌های ناهماهنگ دولت در بخش تولید، قاچاق کالا و تحریم اقتصادی به عنوان مهم‌ترین عوامل مداخله‌گر خارجی و عواملی مانند ناکارآمدی نیروی انسانی، عدم رقابت با برندهای خارجی و عدم وجود مالکیت معنوی از عوامل داخلی تأثیر گذار و مداخله کننده بر توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی می‌باشند.

### راهبردهای توسعه

راهبردها و اقدامات، طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که به اجرای فرآیند توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی کمک می‌کنند. در مرحله کدگذاری، ۶۹ مفهوم در قالب ۲۱ مقوله شناسایی شدند که در این قسمت تشریح خواهند شد.

جدول ۶: راهبردهای توسعه

| ردیف | مفاهیم (استخراج شده از مصاحبه‌ها)                                                                                                                      | مقوله                              |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| ۱    | داشتن برنامه‌ریزی راهبردی، تعیین راهبرد و تعیین شاخص‌های توسعه یافتگی                                                                                  | لزوم برنامه‌ریزی راهبردی           |
| ۲    | تولید پوشاک برای تیم‌های محلی و شهرستانی، تولید پوشاک برای تیم‌های حرفه‌ای و تولید پوشاک برای افراد عادی                                               | رتبه‌بندی تولید پوشاک              |
| ۳    | تولید محصول به صورت up، تولید محصول به صورت down، طراحی پیچیده و باکیفیت محصول up با فروش محدود و طراحی ساده و باکیفیت محصول down با افزایش تولید فروش | تنوع و طراحی متفاوت در تولید پوشاک |
| ۴    | توجه به صادرات پوشاک ورزشی، حضور فعال تولیدی‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی، سرمایه‌گذاری در بخش صادرات و تولید پوشاک تحت لیسانس                        | بازارهای خارجی و صادرات            |
| ۵    | بالا بردن ارزش ویژه برند پوشاک ورزشی، ایجاد و تقویت برند داخلی                                                                                         | برندینگ                            |
| ۶    | توسعه محصول جدید، اهمیت به بحث تحقیق و توسعه (آرندی)، لزوم اهمیت به دانش روز و بررسی علل موفقیت برندهای دیگر                                           | تحقیق و توسعه                      |

|    |                                                                                                                                                                                          |                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| ۷  | قیمت، توزیع، محصول، خدمات و ترویج                                                                                                                                                        | توجه به مباحث بازاریابی               |
| ۸  | شناخت رقبای خارجیو شناخت تکنیک های حرفه ای رقبا                                                                                                                                          | شناخت رقبا                            |
| ۹  | لزوم برنامه ریزی در بازاریابی برای توسعه، توجه به زیرساخت ها برای توسعه و ارتباط مستمر و مؤثر با مدیران و سرپرستان باشگاه های ورزشی                                                      | برنامه ریزی در بازاریابی              |
| ۱۰ | تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد، توانمند نمودن نیروی انسانی و استخدام نیروی متخصص                                                                                                      | نیروی متخصص و کارآمد                  |
| ۱۱ | تربیت مدیران حرفه ای و لزوم توجه به مدیریت فروش محصول                                                                                                                                    | مدیریت فروش                           |
| ۱۲ | استفاده از سوپر استارهای ورزشی و هنری برای تبلیغ پوشاک داخلی، توجه به فالورزها در توسعه محصول و توجه به شبکه های اجتماعی                                                                 | استفاده از سوپر استارهای ورزشی و هنری |
| ۱۳ | به کارگیری شبکه استارت آپ برای مبارزه با کپی رایت، تغییر نگرش دولت به ورزش، تصویب طرح مانیفیست اقتصادی ورزش و سیاست های تشویقی دولت                                                      | نقش دولت در توسعه                     |
| ۱۴ | توسعه برند همگام با تجارت آزاد جهانی WOT، ارتقای صنعت گردشگری در کشور، لزوم تک محصولی بودن تولیدها و لزوم توجه به سیاست های ارزی دولت                                                    | راهکارهای توسعه برند                  |
| ۱۵ | بخش تیزر و تبلیغات تلویزیونی رایگان برای تولیدی های داخلی و اختصاص شبکه های رادیو و تلویزیونی برای معرفی محصولات پوشاک داخلی                                                             | تبلیغات                               |
| ۱۶ | بالا بردن فرهنگ جامعه در حمایت از تولید داخلی و خرید محصولات پوشاک ورزشی داخلی از طرف سازمان ها و نهادها                                                                                 | توسعه فرهنگ جامعه                     |
| ۱۷ | گسترش خدمات پس از فروش، ایجاد شبکه مدیریت ارتباط با مشتری CIM، سازمان دهی مشتریان و مشتری مداری                                                                                          | ایجاد شبکه مدیریت ارتباطات            |
| ۱۸ | راهبرد شهرت یابی کالای ورزشی ایرانی، راهبرد بازاریابی رقابتی، راهبرد توسعه بازاریابی اعتیاد، لزوم توجه به قدرت رقابتی محصول و لزوم توجه به مزیت رقابتی محصول داخلی نسبت به محصولات خارجی | راهبرد بازاریابی                      |
| ۱۹ | ارتقای سطح دانش، نگرش و رفتار مشتریان                                                                                                                                                    | ارتقای سطح آگاهی مشتریان              |
| ۲۰ | تعیین سهم بازار کالای ورزشی داخلی، دست یابی به کانال های توزیع محصول و توجه به چرخه عمر محصول                                                                                            | تعیین سهم بازار محصول                 |
| ۲۱ | به کارگیری تجهیزات مدرن و به روز، تقویت کارگاه های ریسندگی و بافندگی به دانش روز و تولید مواد اولیه مناسب (نخ و پارچه) در کشور                                                           | زیرساخت توسعه                         |

نتایج حاصل از راهبردهای توسعه برند ورزشی داخلی نشان داد که تولیدکنندگان می توانند با ایجاد تنوع و طراحی متفاوت در تولید، بالا بردن ارزش ویژه برند خود، شناخت رقبا و به کارگیری نیروی متخصص و کارآمد و با برنامه ریزی صحیح و اصولی به توسعه محصولات خود بپردازند و در تعیین سهم بازار محصول، ایجاد شبکه قوی مدیریت ارتباط با مشتری و ارتقای سطح آگاهی مشتریان خود اقدام کنند. البته در کنار این موارد، توجه به توسعه فرهنگ جامعه و خودباوری امری بایسته است و باید برخی نگاه های نادرست نسبت به کالای ایرانی را از ذهن ها زدود- تجربه کشورهای پیشرفته نشان از آن دارد که آن ها اولویت مصرف خود را به کالای تولید داخلی می دهند.

## شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای، شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند. بر این اساس، از مصاحبه‌شوندگان به صورت ضمنی این موضوع سؤال شد و در مرحله کدگذاری، ۴۵ مفهوم در قالب ۱۱ مقوله شرایط زمینه‌ای شناسایی شد.

جدول ۷: شرایط زمینه‌ای

| ردیف | مفاهیم (استخراج شده از مصاحبه‌ها)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | مقوله                            |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| ۱    | تبلیغات توسط فالوورها و شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات در برنامه‌های رادیو و تلویزیون، وجود برنامه‌های متنوع ورزشی و فرصتی برای تبلیغ کالای داخلی، ایجاد شبکه رادیو و تلویزیون برای معرفی کالای داخلی، حضور در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی، ظرفیت بالای فالوورها و شبکه‌های اجتماعی در ورزش و تبلیغ کالا توسط سوپرستاره‌های ورزشی و هنری | نقش تبلیغات                      |
| ۲    | نقش نظارتی دولت در توسعه برند، عزم دولت برای مبارزه جدی با قاچاق کالا، وضع قوانین مبارزه با قاچاق کالا، افزایش مالیات بر پوشاک وارداتی و جلوگیری از خروج ارز از کشور                                                                                                                                                                  | نقش نظارتی دولت                  |
| ۳    | وجود زمینه سرمایه‌گذاری در ورزش و بستر مناسب اقتصادی                                                                                                                                                                                                                                                                                  | عوامل اقتصادی                    |
| ۴    | زمینه‌های رشد و توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی و توان رقابتی                                                                                                                                                                                                                                                                            | رشد و توسعه                      |
| ۵    | ضرورت تولید پوشاک اسلامی، نقش توریست در توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی                                                                                                                                                                                                                                                                  | لزوم گسترش فعالیت                |
| ۶    | تولید پوشاک برای ورزش‌های بومی و محلی، قابلیت رشد و توسعه در ورزش، تولید پوشاک تحت لیسانس برندهای خارجی. احساس نیاز جامعه به پوشاک ورزشی                                                                                                                                                                                              | زمینه‌های رشد و توسعه            |
| ۷    | شعار سال ۹۷ در حمایت از کالای ایرانی، نقش حمایتی دولت در توسعه برند، ظرفیت بالای خرید محصولات ورزشی توسط دولت، توجه مسئولین ورزشی کشور در استفاده از پوشاک ورزشی داخلی، اعطای وام با بهره کم به تولیدکنندگان داخلی، سیاست‌های تشویقی دولت برای توسعه محصول و ظرفیت برگزاری نمایشگاه در کشور                                           | نقش حمایتی دولت                  |
| ۸    | فراهم بودن زمینه سرمایه‌گذاری در حوزه ورزشی، گستردگی ورزش در جامعه، داشتن مخاطب در سطح کلان در حوزه ورزش، شرایط و موقعیت مناسب فعالیت اقتصادی در حوزه تولید پوشاک ورزشی و لزوم توجه به اقتصاد آزاد در کشور                                                                                                                            | زمینه سرمایه‌گذاری در ورزش       |
| ۹    | جمعیت کلان کشورهای اسلامی و لزوم توجه به تولید پوشاک اسلامی، وجود پتانسیل مناسب برای صادرات پوشاک اسلامی به کشورهای همسایه، ظرفیت مناسب تولید پوشاک اسلامی برای بانوان و تمرکز بر بازارهای اسلامی                                                                                                                                     | ضرورت تولید پوشاک اسلامی (ورزشی) |
| ۱۰   | وجود توان رقابتی با رقبای خارجی، دارا بودن دانش علمی و به‌روز در تولید پوشاک ورزشی و هزینه رقابت‌پذیری در ورزش                                                                                                                                                                                                                        | توان رقابتی                      |
| ۱۱   | زمینه جذب توریست و تأثیر آن بر توسعه پوشاک ورزشی، نقش توریست در رونق بازار پوشاک ورزشی و ظرفیت بالای گردشگری در کشور                                                                                                                                                                                                                  | نقش توریست در توسعه              |

نتایج حاصل از شرایط زمینه‌ای نشان داد که دولت می‌تواند از یک طرف، با نقش‌نظارتی خود در مبارزه با قاچاق کالا و عزم جدی در مبارزه با این معضل، بستر مناسبی برای فعالیت اقتصادی تولیدکنندگان داخلی ایجاد نماید و از طرف دیگر، با نقش حمایتی خود در اعطای وام‌های کم‌بهره به تولیدکنندگان و به کارگیری سیاست‌های تشویقی زمینه‌های رشد و توسعه برندهای داخلی را فراهم نماید. تولیدکنندگان داخلی هم می‌توانند با گسترش حوزه فعالیت خود و با توجه به وجود پتانسیل مناسب، به تولید پوشاک ورزشی اسلامی برای بانوان اقدام نمایند که هم‌توان رقابت با رقبای خارجی را دارند و هم با تبلیغات وسیع در رادیو، تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به معرفی محصولات خود بپردازند.

### کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی را می‌توان فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها دانست. در این مرحله بر اساس نتایجی که از دو مرحله قبلی به دست آمده است، به تولید نظریه پرداخته می‌شود. بدین ترتیب که مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به مقوله‌ها ربط می‌دهیم و آن روابط را در قالب یک روایت روشن ترسیم می‌کنیم. همچنین، مقوله‌هایی را که نیازمند بهبود و توسعه بیش‌تری هستند را اصلاح می‌نماییم. در این سطح سعی می‌شود با کنار هم نهادن مقوله‌ها حول مقوله محوری به‌عنوان یک مضمون اصلی، یک روایت بر اساس نظریه برای پدیده ارائه و بین مقوله‌ها ارتباطی نظام‌مند ایجاد شود. مقوله‌های زیر نتیجه حاصله از کدگذاری انتخابی برای پدیده توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی مطرح شده است.

در بخش کدهای گزینشی شرایط زمینه‌ساز توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی به دو قسمت زمینه‌های داخلی شامل رشد و توسعه برندهای داخلی و گسترش حوزه فعالیت‌ها و تبلیغات و در قسمت‌های زمینه خارجی توسعه برند می‌توان نقش دولت و عوامل اقتصادی را نام برد. در راهبردهای توسعه برندهای پوشاک ورزشی، راهبردهایی برای توسعه مدیریت برند، عوامل داخلی تأثیرگذار بر توسعه برندینگ و توجه به زیرساخت‌های توسعه برندهای پوشاک داخلی به دست آمد که از عوامل داخلی مانند ساخت برند، فناوری، تحقیقات بازاریابی، تنوع و نوآوری و از عوامل خارجی نقش و پشتیبانی دولت که روند فرآیند توسعه برند را تسهیل می‌کند می‌توان یاد کرد. مواردی که به‌عنوان مداخله‌گر به دست آمد شامل مشکلات تهیه مواد اولیه، تولید محصولات زیر پله‌ای، نبود بودجه و منابع مالی، عدم اعتماد به برندهای داخلی به‌عنوان شرایط داخلی مداخله‌گر بر توسعه برند و برای شرایط خارجی مداخله‌گر مواردی چون: دخالت دولت، فضای شدید رقابتی بین برندهای خارجی و داخلی برای کسب بازار و قوانین و مقررات بیمه‌ای و مالیاتی به دست آمد. همچنین نتایج چندگانه دیگری در حوزه‌های مختلف اقتصادی مانند ایجاد کار و اشتغال، رونق اقتصادی، جلوگیری از خروج ارز از کشور، شکوفایی شدن استعدادهای فردی و جمعی در فرآیندهای تولید، افزایش توان پولی، مالی و اعتباری کشور، بسترسازی توسعه پایدار نیز هستند که به‌عنوان پیامدهای توسعه برند پوشاک داخلی قابل طرح می‌باشند.

### پیامدها

پیامدها به نتایج به‌کارگیری راهبرد و خروجی مشهود و نامشهودی که در اثر فرآیند توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی برای تولیدکنندگان پوشاک ورزشی ایجاد می‌شود، اطلاق می‌گردد که به رشد اقتصادی جامعه کمک

زیادی می‌کند. در مرحله کدگذاری، تعدادی مفهوم شناسایی شد که در قالب مقوله‌هایی دسته‌بندی شده‌اند که در ذیل به شرح آن‌ها می‌پردازیم.

### اشتغال‌زایی

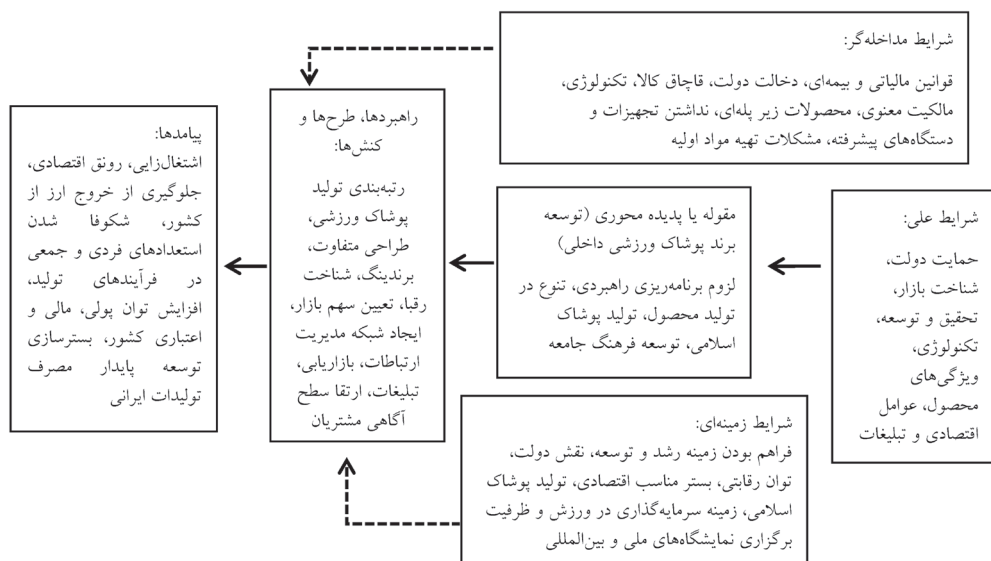
نیروی انسانی، یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل تولید است که از طریق مشارکت در تولید چه به لحاظ یدی و فیزیکی و چه به لحاظ فکری و مدیریتی و تکنولوژیکی نقش بسیار برجسته‌ای را در روند تولید ایفا می‌کند؛ به طوری که به جرات می‌توان گفت جوامعی که موفق شده‌اند از طریق برنامه‌ریزی صحیح و متکی بر اصول و ضوابط علمی، نیروی انسانی کارآمدی به وجود آورند، به خوبی بر کمپایی‌های ناشی از دیگر عوامل تولید غالب آمده و اوضاع اقتصادی مطلوبی برای خود فراهم کرده‌اند.

### جلوگیری از خروج ارز از کشور

تولید ملی دورکن دارد؛ یعنی در عمل یک جریان دوسویه است: از یک سو، جریان تولیدکنندگان کالای داخلی و از سوی دیگر، جریان مصرف‌کنندگان این کالاها. با تولید و رونق اقتصادی در جامعه می‌توان از خروج ارز از کشور جلوگیری نمود. موضوعات دیگر در این مقوله عبارت‌اند از:

- رونق بازار پوشاک ورزشی داخلی و کاستن از واردات؛
- جلوگیری از افول، کم رونقی و توقف واحدهای تولیدی پوشاک ورزشی داخلی؛
- کم شدن وابستگی به پوشاک ورزشی خارجی و ارتقای فناوری؛
- افزایش بهره‌وری در تولید پوشاک ورزشی و کاهش قیمت تمام‌شده تولیدات پوشاک ورزشی؛
- کیفیت بهتر و خدمات بیشتر در رقابت با تولیدات خارجی؛
- کاهش واردات و حمایت از تولید پوشاک داخلی.

۲۶۰



شکل ۱: مدل نهایی پارادایمی پژوهش

## بحث و نتیجه گیری

این مقاله به منظور طراحی مدلی برای توسعه برندهای پوشاک ورزشی داخلی با بهره‌گیری از نظریه داده بنیاد تدوین گردیده است. نتایج نشان داد که پدیده توسعه برند در کشور، متأثر از عوامل گوناگونی است که در شرایط علمی، مداخله‌ای، راهبردی و زمینه‌ای قابل طبقه‌بندی می‌باشند. (مدل پارادایمی استخراج شده بر اساس شکل ۱) شرکت‌های تولیدی از راهبردهای متفاوتی برای توسعه برندهای تولیدی خود استفاده می‌کنند. بعضی شرکت‌ها محصول جدیدی متفاوت با محصول اصلی را به بازار عرضه می‌کنند. به عنوان نمونه، فعالیت شرکت ساسونگ در ابتدا با فعالیت در حوزه‌های هوا فضا، نساجی و... شروع شد، اما در طی زمان محصولات متفاوتی را به بازار عرضه کرده و هم اکنون در حوزه‌های فناوری اطلاعات، تولید موبایل و لوازم خانگی محصولات جدیدی دارد. شرکت‌های دیگر مانند نایک و آدیداس که از ابتدا تاکنون در حوزه تولید پوشاک ورزشی فعالیت داشته‌اند، برای توسعه محصولات خود در همان حوزه فعالیت اصلی اقدام کرده‌اند.

به طور کلی دو راهبرد توسعه برند عمودی و افقی برای فعالیت برند می‌توان نام برد. برای توسعه برندهای پوشاک ورزشی، تولیدی‌ها به صورت تلفیقی از هر دو نوع توسعه افقی (توسعه خطی) و عمودی استفاده می‌کنند. برای توسعه عمودی در تولید پوشاک ورزشی باید از تنوع و نوآوری در تولید محصول و در توسعه خطی باید از راهکارهای افزایش حجم تولید و فروش محصولات استفاده کرد که این یافته با نتایج تحقیقات آنسلمسون و باندرسون (۲۰۱۵)، کیم و همکاران (۲۰۰۱)، ژویی (۲۰۰۸)، کیلر (۲۰۱۳) پینالوپ و همکاران (۲۰۱۵)، تنگ و همکاران (۲۰۱۸)، ممکنی (۲۰۱۸) و هیو (۲۰۱۵) هم‌راستا است. تولیدکنندگان پوشاک ورزشی با برنامه‌ریزی راهبردی، انتخاب گروه‌های هدف، رتبه‌بندی تولید پوشاک ورزشی، طراحی متفاوت و شناخت بازار می‌توانند محصولاتی با کیفیت متفاوت به بازار ارائه و با ایجاد تغییرات در تولید و به کارگیری فناوری روز، محصولات خود را توسعه دهند که این نتایج با بخشی از تحقیقات ادیب پور و همکاران (۱۳۹۷)، آزادی و همکاران (۱۳۹۶)، کاظمی و همکاران (۱۳۹۴)، پینالوپ و همکاران (۲۰۱۵)، تنگ و همکاران (۲۰۱۸)، شارما (۲۰۱۷) و هیو (۲۰۱۵) هم‌راستا می‌باشد. بر اساس یافته‌های این تحقیق، یکی از عواملی که در توسعه برند می‌تواند نقش تسهیل‌کنندگی ایفا کند دولت است که می‌تواند زمینه‌های رشد و توسعه را فراهم کند و با پشتیبانی از تولیدکنندگان پوشاک ورزشی در قالب حمایت مالی، پرداخت تسهیلات بانکی با بهره کم به تولیدی‌های فعال، وضع قوانینی در مبارزه با کپی رایت کالاها، به کارگیری سیاست‌های تشویقی، اصلاح قوانین مالیاتی و بیمه‌ای در جهت حمایت از تولیدکنندگان داخلی، حمایت سازمان‌ها و نهادهای کشور و جلوگیری از ورود پوشاک ورزشی قاچاق به کشور به آنان کمک نماید. این یافته با نتایج تحقیقات نادری نسب (۱۳۹۶)، یوسفی و همکاران (۱۳۹۵) و وحدتی (۱۳۸۰) هم‌راستا می‌باشد. از طرفی به جهت وجود بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری در ورزش می‌توان با تبلیغات در برنامه‌های رادیو و تلویزیون برای معرفی کالای داخلی، استفاده از ظرفیت بالای شبکه‌های اجتماعی و فراهم نمودن زمینه حضور تولیدکنندگان پوشاک ورزشی در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی در جهت معرفی محصولات ایرانی و توسعه برند گام برداشت. این موارد هم با نتایج تحقیقات محمدی و همکاران (۱۳۹۵) و عسکریان و همکاران (۱۳۹۶) هم‌راستا است.

برندهای ورزشی داخلی می‌توانند با در نظر گرفتن ظرفیت بالای جوامع اسلامی و ضرورت تولید پوشاک ورزشی، به تولید پوشاک ورزشی اسلامی مناسب این جوامع بپردازند. در کشور ما که در آغاز هرسال و به سنتی دیرین، مقام معظم رهبری شعار سال را اعلام می‌کنند و نظام برنامه‌ریزی و مدیریت کشور، مدیران و سیاست‌گذاران و آحاد شهروندان، خود را ملزم به همگرایی با این پیام می‌دانند، شعار سال ۱۳۹۷ با عنوان «حمایت از تولید و کالای ایرانی» باید سرلوحه برنامه‌های دولت قرار گیرد. در واقع، عزم جدی دولت در مبارزه با کالای قاچاق و توسعه فرهنگ جامعه برای حمایت از تولید داخلی می‌تواند به تسهیل فرآیند توسعه برندهای ورزشی داخلی کمک کند. اگر این روند انجام پذیرد، بخشی از مشکلات اشتغال‌زایی برطرف می‌شود، بازار کالاهای ایرانی رونق پیدا می‌کند و تولیدکنندگان با اطمینان و اعتماد بیشتری در حوزه کاری خود به فعالیت می‌پردازند که نتیجه آن توسعه توان پولی و مالی کشور و همچنین ممانعت از خروج ارز از کشور خواهد بود. بحث حمایت از تولید داخلی همواره در اولویت سیاست‌گذاری‌های دولتمردان قرار داشته، ولی متأسفانه با ورود انواع کالاهای خارجی به کشور، عرصه بر ساخت و تولید کالاهای داخلی تنگ شده است. بازار آشفته پوشاک ورزشی داخلی که هرروز شاهد تعطیلی یا ورشکستگی یک تولیدی می‌باشیم، نبود آمار و ارقام صحیح تولیدی‌های پوشاک ورزشی، قاچاق کالا، نبود قوانین نظارت بر کپی‌رایت کالا، شناخته نبودن برندهای داخلی برای افراد جامعه، تولیدات زیر پله‌ای و تعطیلی تولیدی‌های فعال در کشور که سابقه طولانی در تولید پوشاک ورزشی داشته‌اند، از جمله مشکلات و معضلات عدم توسعه‌یافتگی برندهای پوشاک ورزشی داخلی است.

در کشور ما عوامل متعددی باعث شده است تا بسیاری از صنایع نتوانند به راحتی در مقابل محصولات مشابه خارجی رقابت کنند؛ به گونه‌ای که بر افزایش توان رقابت شرکت‌ها و بنگاه‌ها در بازار تأثیر می‌گذارد. (صادقی و همکاران، ۱۳۹۲) بنابراین باید در نظر داشت که با وجود مطالعات و کارشناسی‌های اولیه، تولید محصول همواره با ریسک همراه است. با توجه به هزینه مواد وارداتی پوشاک، دولت باید تولیدکنندگان داخلی را در جهت کاهش این ریسک بیش از پیش مورد حمایت قرار دهد. در غیر این صورت با ورود برندهای معتبر و نیمه معتبر خارجی این بازار نیز نظیر بسیاری از بازارهای دیگر به طور کامل به دست رقبای خارجی خواهد افتاد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که توسعه برند پوشاک ورزشی داخلی نیازمند تحقیقات گوناگون در این زمینه است؛ چنان که لازم است موانع و مشکلات تولیدکنندگان داخلی از طریق تحقیقات کیفی مورد بررسی دقیق قرار گیرد و مؤلفه‌های تأثیرگذار در این حوزه شناسایی شود.

همچنین، پیشنهاد می‌شود که تولیدکنندگان در توسعه محصولات جدید و طراحی پوشاک از اطلاعات به‌روز و ایجاد برندهای جذاب استفاده نمایند و دولت نیز موانع قانونی، ساختاری و اعطای مزایای هدفمند به بخش اشتغال مولد را رفع نماید. بعلاوه، ضروری است که با اصلاح شبکه تولید، توزیع و تدوین سیستم جامع جهت شفافیت و کنترل گردش کالا در سطح تولید و توزیع، بهره‌گیری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت پوشاک ورزشی، کاهش قیمت تمام‌شده در جهت افزایش توان رقابت‌پذیری و صادرات، ایجاد مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای تخصصی پوشاک ورزشی و تعیین و ارائه مشوق‌های صادراتی در راستای حمایت از واحدهای تولیدی صادرات محور گام برداشته شود.

## منابع

- آزادی، رسول؛ یوسفی، بهرام و عیدی، حسین. (۱۳۹۶). ارزیابی ارزش ویژه برند و عوامل مؤثر بر آن در صنعت پوشاک ورزشی. مدیریت ورزشی. ۹ (۳)، ۵۱۵-۵۲۹.
- ادیب‌پور، محمدرضا؛ فردوسی، شهرام و مشبکی، اصغر. (۱۳۹۷). «عوامل مؤثر بر نگرش به همگون برند نام تجاری و تأثیر آن بر نام تجاری مادر از دیدگاه مشتریان شرکت شیرین عسل». تحقیقات بازاریابی نوین. سال هشتم، شماره ۱، شماره پیاپی ۲۸، ۳۴-۲۱.
- بازرگان، عباس. (۱۳۷۸). مقدمه‌ای بر روش‌های کیفی و آمیخته؛ رویکردی متداول در علوم رفتاری. تهران: انتشارات دیدار
- جعفرپور، محمود و بهشتی زواره، محمدرضا. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر ارزش نام و نشان تجاری در صنعت خرده‌فروشی». شماره ۴۹، ۲۰-۳۵.
- حقیقی، محمد و حسین زاده، ماشاله. (۱۳۸۸). «مقایسه میزان تمایل به مصرف کالاهای داخلی در تهران با سایر مناطق جهان و بررسی پیامدهای آن بر ارزیابی و ترجیح محصولات». دوره ۱۳، شماره ۴، ۱۰۳-۱۳۹.
- دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت؛ رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار- اشراقی
- صادقی، رضا؛ کشر، سارا؛ قاسمی، حمید و کارگر، غلامعلی. (۱۳۹۲). «تعیین و مقایسه علل تمایل مشتریان به خرید کالاهای ورزشی خارجی از دیدگاه تولیدکنندگان، فروشندگان و مصرف‌کنندگان». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۲، ش ۲ (۶ پیاپی)، ۳۲-۲۱.
- عسکریان، فریبا؛ اصغرپور، حسین و سرلاب، رقیه. (۱۳۹۵). «بررسی مزیت نسبی صادرات کالاهای ورزشی ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۸ (۳۵)، ۸۲-۶۷.
- کاظمی، محمدرضا؛ خوانساری شامخ، ندا و حسین پور، داوود. (۱۳۹۴). «عوامل حیاتی موفقیت توسعه محصول جدید در صنعت پوشاک (ورزشی)». مطالعات مدیریت ورزشی. ۷ (۳۴)، ۳۶-۱۷.
- محمدی، سمیه؛ نورایی، طهمورث و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۵). «ارائه مدل معادلات ساختاری عوامل تأثیرگذار بر توسعه خرید اینترنتی کالاهای ورزشی». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال چهارم، شماره ۴، ۵۴-۴۳.
- نادری نسب، مهدی. (۱۳۹۶). «تحلیل وضعیت رقابتی تولیدات پوشاک ورزشی بانوان در کشور ایران با استفاده از مدل رقابتی پورتر». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۶ (۳۷)، ۱۷۹-۱۹۴.
- وحدتی، حجت. (۱۳۸۰). «بررسی اولویت عناصر آمیزه بازاریابی مؤثر بر مصرف کالاهای خارجی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت.
- یوسفی زرنندی، محمدحسین؛ شریفیان، اسماعیل و قهرمان تبریزی، کوروش. (۱۳۹۵). «موانع رقابت‌پذیری کالاهای داخلی با نمونه‌های خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران». پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی. ۶ (۱۱)، ۷۳-۸۳.

- Anselmsson, J., Bondesson, N. (2015). **“Brand value chain in practise; the relationship between mindset and market performance metrics: a study of the Swedish market for FMCG”**.J. Retail. Consum. Serv. 70–58 ,25.
- Cooper, R. G. (2005). **Product leadership: Pathways to profitable innovation**. Basic books.
- Hu, Chuming . (2015). **“Improving Competitive Advantage of Chinese Sports Brand through Brand Management”**.Modern Economy, 473 ,(04)6
- Keller, K.L. (2013). **Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity**. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Kim, C. K. , Lavack, A. M., & Smith, M. (2001) . **“Consumer evaluation of vertical brand extensions and core brands”**.Journal of Business Research, 52 (3) , 222-211.
- Ko, E., Taylor, C., Sung, H., Lee, J., Wagner, U., Navarro, D., Wang, F. (2012). **“Global marketing segmentation usefulness in the sportswear industry”**.Journal of Business Research. 65.
- Mamangkey, C.M., Lapian, J.S.L., & Tumbuan, W.J.A. (2018). **“THE INFLUENCE OF BRAND PERSONALITY ON CONSUMER PURCHASE INTENTION OF NIKE SPORTSWEAR PRODUCTS IN MANADO”**.Journal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1)6).
- Pinelopi, Athanasopoulou, Apostolos N. Giovanis & George Avlonitis . (2015). **“Marketing strategy decisions for brand extension success. Macmillan Publishers Ltd”**.231-1350X Journal of Brand Management Vol. 514–487 ,6 ,22.
- Sharma, R. (2017). **“Understanding the Role of Store Image in Influencing Customer-based Brand Equity and Its Dimensions in Indian Sportswear Industry”**. Management and Labour Studies, 189-167 ,(3)42.
- Stilling Blichfeldt, B. (2005). **“On the development of brand and line extensions”**. Journal of Brand Management, 12 (3) , 190-177.
- Teng, P. K., & Heng, B. L. J. (2018). **“EXAMINING ANTECEDENTS OF GENERATION Y BRAND LOYALTY OF SPORTSWEAR IN SHANGHAI, CHINA”**.International Journal, 74-67 ,(10)3.
- Xie, Yu H. (2008). **“Consumer Innovativeness and Consumer Acceptance of Brand Extensions”**. Journal of Product & Brand Management, Vol. 17 (4) , pp. 243-235.

## آینده پژوهی مشارکت‌دهی زنان در نقش‌های تصمیم‌گیری و مدیریت ورزش کشور

الهام جعفری<sup>۱</sup>  
فریده شریفی فر<sup>۲</sup>  
شهرام علم<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۵/۲۳

هدف از این پژوهش، ارائه الگویی برای آینده پژوهی حضور زنان در سطوح مدیریت ورزش کشور بود. روش تحقیق از نظر سطح راهبردی، از نظر نوع کیفی، از نظر استراتژی فرایندی، از نظر هدف کاربردی و از نظر زمان آینده‌نگر می‌باشد. جامعه آماری شامل دو بخش جامعه انسانی (۱۸ نفر) و جامعه اطلاعاتی (۳۹ نسخه) و ابزار پژوهش شامل سه روش مطالعه کتابخانه‌ای، مصاحبه و تکنیک دلفی بود. روایی ابزارها براساس اعتبار علمی و حقوقی نمونه آماری، ارزیابی محتوایی متخصصان و ضرایب توافق بین خبرگان مطلوب ارزیابی گردید. از روش‌های کدگذاری و تحلیل سیستمی مفهومی جهت تحلیل یافته‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که بین دو وضعیت موجود و مطلوب ظرفیت‌های مدیریتی شناسایی شده (پست سازمانی، کرسی و عضویت) شکاف قابل توجهی وجود دارد. عوامل تعیین‌کننده با دورویکرد دسته‌بندی شدند: الف) تحلیل سیستمی شامل عوامل پیش‌بینی، فرایندی و پیامدی؛ ب) تحلیل سطحی شامل عوامل فردی، شغلی، سازمانی و محیطی. منظرهای آینده پژوهی مدیریت زنان در ورزش کشور از سه منظر زمانی گذشته، حال و آینده و دو بخش نظری و اجرایی

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

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

Email: F\_sharififar@hotmail.com

۳. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت، الگوی آینده‌نگری مبتنی بر اقدامات و ملاحظات لازم جهت بهبود جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور در پنج سطح چالش، قابلیت، راهبرد، عملکرد و پیامد ترسیم گردید. براساس یافته‌ها می‌توان گفت آینده محتمل و ممکن برای ایفای نقش مدیران زن در ورزش کشور بیشتر به ارتقای نسبی و موردی در برخی ابعاد و شاخص‌ها شباهت دارد تا آینده مطلوب کل ابعاد و فرایندهای سیستم مورد بحث. پیشنهاد می‌شود فرصت‌های لازم برای تأسیس مراکز تجمع زنانه در ورزش برای آگاهی از کم و کیف پتانسیل‌های موجود ایجاد شود.

**واژگان کلیدی:** مدیران ورزشی، مدیران زن، آینده‌نگاری و ورزش زنان

## مقدمه

تغییرات محیطی و افزایش رقابت جهانی، زنان را در کانون توجه قرار داده است. در سال های اخیر حضور و مشارکت زنان در حوزه های مختلف شغلی، تجاری، علمی، هنری، ورزشی و اجتماعی افزایش چشمگیری داشته است. (موچالی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴: ۴۲۵) برای مثال، حضور زنان در صحنه های رقابتی مانند فوتبال مثبت ارزیابی شده است (بشیر و همکاران<sup>۲</sup>، ۱۷۱) و حتی در مدیریت حوادث ورزشی نیز بین زنان و مردان تفاوت وجود دارد. (کوواسین و الین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱: ۱۲۵) اما به رغم افزایش کمی مشارکت، در بعد کیفی چندان رشدی مشاهده نشده است. یکی از جنبه های کیفی مهم ترین حوزه هایی که زنان در آن با محدودیت ها و چالش های زیادی مواجه هستند، سطوح مختلف مدیریت در کشور است. از یک طرف، زنان به عنوان یک نیروی کار عظیم و بالقوه مورد توجه مدیران قرار گرفته اند و از طرف دیگر، سازمان ها برای افزایش قابلیت های رقابت پذیری و چابکی به برخی مهارت های ویژه زنان در مدیریت نیاز دارند (پاتواردهان و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵: ۱۲۳) اما در سطوح مدیریتی، نابرابری هایی دیده می شود و زنان سهم اندکی در انتخاب شدن برای رتبه های بالای مدیریت سازمانی داشته اند. در واقع می توان گفت وضعیت موجود و سیستم فعلی مدیریت ورزش کشور هنوز محدودیت های زیادی جهت مشارکت دهی زنان در امور تصمیم گیری و مدیریتی دارد. عمده امیدهای ارتقای جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور به آینده و گشایش های سیاسی در حوزه ورزش است، اما به دلیل نبود تحقیقات آینده نگرانه قابل اتکا و برنامه های بلندمدت کارآمد، چشم انداز مشخص و مطلوبی برای مشارکت زنان در امور تصمیم گیری در ورزش پیش بینی نمی شود. با وجود این، آراجو و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۴: ۸۲۳) با توجه به نیرومندی الگوهای حاصل شده تجربی دانش آموزان در زمینه محتوای تربیت بدنی، مطالعات در حوزه زنان را بخشی مهمی از تحقیقات آینده حوزه صنعت ورزش قلمداد می کنند- هر چند فرصت های موجود برای یادگیری دانش آموزان دختر را چندان رضایت بخش نمی بیند. از این رو، به نظر می رسد انجام مطالعات آینده نگرانه و آینده پژوهی با موضوع مدیریت زنان و نقش آنان در تصمیم گیری ها و برنامه ریزی های ورزش کشور ضرورت بالایی دارد.

آینده پژوهی در واقع دانش شکل بخشیدن به آینده متناسب با امیال و آرمان های فرد و سازمان است. آینده پژوهی به این موضوع می پردازد که چگونه از دل تغییرات و تحولات امروز، واقعیت فردا تولد می یابد. (خزایی و محمودزاده، ۱۳۹۲: ۲۷) اهمیت اصلی آینده پژوهی به دلیل دنیای پرشتاب امروزی است. مطالعات آینده پژوهی، حوزه ای بین رشته ای است و با طیف گسترده ای از دیدگاه ها پیرامون آینده محتمل، ممکن و مرجح ارتباط دارد. بیش از ۱۷ دیدگاه روش شناسی در زمینه آینده پژوهی شناسایی شده است که اغلب آن ها در ارتباط و هماهنگی با یکدیگر به کار می روند. سلسله داده های زمانی، مدل ها، طوفان فکری، سناریونویسی، شبیه سازی، قیاس تاریخی، فنون دلفی، تحلیل تأثیر متقابل، مدلسازی علی، تبارشناسی ها، بازی سازی و نگاشت متنی برخی از فنون آینده پژوهی هستند. (لاشوا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸) آینده پژوهی شامل چند دیدگاه

1. Mulcahy
2. Beşler
3. Covassin, T. & Elbin
4. Patwardhan
5. Araújo, Mesquita & Hastie
6. Lashua

و مکتب کلی است: دیدگاه‌های مبتنی بر آینده (تحلیلگران الگو، مشاهده گران و غیره)، دیدگاه‌های مبتنی بر افق زمانی (چشم‌انداز کوتاه مدت در مقابل بلند مدت)، دیدگاه‌های کیفی در مقابل دیدگاه‌های کمی، دیدگاه‌های برون‌یابی در مقابل دیدگاه‌های هنجاری و غیره. (خزایی و محمودزاده، ۱۳۹۲: ۲۹) تحقیقات آینده‌پژوهی اخیر در حوزه ورزش به ویژه ورزش با دیدگاه و اهداف تربیتی و آموزشی مورد توجه قرار گرفته است. (راتن و جونز، ۲۰۱۸: ۴۹۰) تضمین موفقیت آینده‌پژوهی به ایجاد مشارکت و تعامل در گستره وسیعی از افراد و سازمان‌ها در جامعه بستگی دارد و ایجاد چنین مشارکت و تعاملی نیازمند گفت‌وگو و جریان‌های اجتماعی است. یکی از جریان‌های اجتماعی، تحول نقش زنان و افزایش مشارکت آنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی است که خود یکی از شاخص‌های توسعه کشورها به شمار می‌رود. (متقی شهری، ۱۳۹۳: ۹)

زنان سطح دانش و توانایی‌ها و ظرفیت‌های بالقوه‌ای دارند و می‌توانند در شرایط کنونی که سازمان‌ها با تحولات اساسی در زمینه تغییر سبک رهبری، توسعه ارتباطات و گسترش نوآوری‌ها مواجه‌اند، زمینه‌ساز تحول باشند؛ اما متأسفانه آمارها و بررسی‌ها نشان می‌دهند که حضور زنان در عرصه مدیریت بسیار کم‌رنگ است و کشور ما در مقایسه با بسیاری از کشورهای جهان از این نظر در وضع بسیار نامساعدی قرار دارد. بر اساس گزارش توسعه انسانی برنامه توسعه سازمان ملل (۲۰۱۰) ۱۳ درصد پست‌های مدیریتی در ایران اختصاص به زنان دارد، حال آنکه این رقم در مورد کشورهای توسعه یافته‌ای نظیر استرالیا، کانادا و سوئد به ترتیب ۳۵، ۳۴ و ۳۱ درصد است. (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۳۳)

ممکن است برای خواننده این سؤال پیش آید که به راستی مدیریت زنان در بخش‌های گوناگون جامعه چه ضرورتی دارد؟ در پاسخ به این سؤال باید اذعان داشت که امروزه توانمندسازی زنان و مشارکت کامل آنان بر پایه برابری، در همه زمینه‌ها از جمله در فرآیند تصمیم‌گیری و مدیریت جامعه یکی از پیش‌نیازهای توسعه پایدار می‌باشد که کشور ما سخت بدان نیازمند است. در جوامعی که هنوز تعادل مطلوب و عادلانه‌ای بین مشارکت زن و مرد در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراهم نشده و فرصت منصفانه بروز خلاقیت و استعداد انسانی فارغ از جنسیت برقرار نگردیده است، فرآیند توسعه آن گونه که انتظار داشته‌اند موفق نبوده است. تداوم و شتاب توسعه هنگامی رخ خواهد داد که زن و مرد و دوشادوش یکدیگر مسئولیت توسعه را بر عهده بگیرند. (تاج‌مزنانی و یاسری، ۱۳۹۲: ۷) از سوی دیگر، کسب مشاغل مدیریتی توسط زنان علاوه بر آن که زنان را در مقابله با تبعیضاتی چون: معیارهای استخدامی نابرابر، دستمزدهای نابرابر، فرصت‌های آموزشی حرفه‌ای نابرابر، دسترسی نابرابر به منابع تولیدی و امکانات نابرابر در ارتقای شغلی توان‌تر می‌کند، سبب بالا رفتن اعتماد به نفس، کسب یک هویت مستقل و بهبود وضعیت و رشد اجتماعی آنان می‌شود که کل جامعه از آن منتفع خواهد شد. علاوه بر این، رشد دختران و زنان تحصیل کرده دانشگاهی و پیشی گرفتن زنان از مردان جامعه در چند ساله اخیر نمود پیدا کرده است که لزوم بحث مدیریت زنان را بیش از پیش مطرح می‌سازد. (اسماعیل‌پور و تقفدی، ۱۳۶۹: ۱۶۹)

در سالیان گذشته عواملی مانند رشد صنعتی و اقتصادی کشور، گسترش آموزش عمومی، ورود درصد قابل توجهی از زنان به عرصه آموزش عالی، ازدواج دیررس، کاهش نرخ باروری، افزایش هزینه‌های زندگی و در نهایت حمایت‌های دولتی از مشارکت زنان باعث حضور چشمگیر زنان در عرصه‌های کار و فعالیت در جامعه

شده است. (اسماعیل پور و تفقیدی، ۱۳۹۶: ۱۷۱) با وجود این و برخلاف افزایش کمی زنان در بازار کار، میزان حضورشان در رده‌های مدیریتی اعم از مدیریت کلان و خرد ناچیز است، در حالی که تحقیقات بسیاری اختلاف معنی داری بین توانایی مدیریتی زنان و مردان گزارش نکرده‌اند. (تاج مزینانی و یاسری، ۱۳۹۲: ۱۱) از این رو، در حال حاضر مشارکت زنان در امور تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی بالقوه یک چالش اساسی در توسعه ملی به شمار می‌رود. همین مسئله یکی از دلایل توجه به مقوله آینده‌پژوهی مدیریت زنان، مقایسه سازمان‌های موفق و ناموفق برحسب مدیریت زنان و مردان می‌باشد. در اذهان عمومی، محیط‌های اجتماعی، فضاهای رسانه‌ای و نظام‌های اداری و صنعتی همواره این سؤال مطرح است که چرا برخی مدیران نسبت به سایر مدیران در فضای مشابه موفق‌تر و اثربخش‌ترند؟ سیمون<sup>۱</sup> (۲۰۱۱: ۴۱) در یک مقاله مروری با عنوان «زنان در موقعیت‌های برتر صنعت ورزشی: شکستن موانع و کلیشه‌ها» نشان داد که حتی با پیشرفت‌هایی که زنان در طول تاریخ داشته‌اند، اما تعداد بسیار کمی از آنان به سطوح بالای سازمان‌های ورزشی رسیده‌اند. تحقیقات قبلی به کلیشه‌های جنسیتی، تمکیک بر اساس نوع شغل و انحصارگرایی مردان به عنوان علل این مسئله اشاره کرده‌اند. همچنین نتایج مطالعه سیمون نشان می‌دهد که زنان از عهده موانعی که در گذشته به عنوان محدودیتی برای مدیریت آنان مطرح شده بود، به خوبی برآمدند و امروزه زنان نسبت به قبل، بیشتر در زمینه‌های مدیریت در صنعت ورزشی موفق هستند. درک درست در این باره نیازمند تحلیل منطقی براساس اطلاعات علمی است. مرور تحقیقات انجام شده تا کنون می‌تواند بخشی از این نیاز دانشی را مرتفع نماید.

کلارینگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) نشان داد که مباحث مرتبط با تجارب رهبری زنان در ورزش باید در برگزیده نقش جنسیت به عنوان یک بعد سیاسی در فرایندهای اجتماعی و سازمانی باشد (به نقل از آزادان و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۹) - این به درک اینکه چگونه و چرا جنسیت در فرایند اجتماعی و سازمانی مرتبط با ورزش مهم است، کمک می‌کنند. هوودن<sup>۳</sup> (۲۰۰۹: ۴۱) در پژوهشی بر روی سازمان‌های ورزشی نروژ نشان داد با وجودی که زنان و مردان مدیر دارای شایستگی‌ها و موقعیت‌های مشابه در زندگی حرفه‌ای خود بودند، اما زنان در پست‌های اجرایی سازمان‌های ورزشی وضعیتی مشابه مردان نداشته‌اند. مک‌الیستر<sup>۴</sup> (۲۰۰۹: ۲۷۷) در بررسی مهارت‌های رهبری در زنانی که به سطوح بالای مدیریت ورزشی دست یافته‌اند به این نتیجه رسید که اعتماد به نفس زنان، به‌کارگیری حداکثر تلاش، ارزیابی برآورد قدرت دیگران، هدف‌گذاری از راه‌های مؤثر در راه رسیدن آن‌ها به پست‌های مدیریتی است و تمامی مدیران زن تجارب ورزشی خود را در موفقیت‌شان در کارهای مدیریتی به طور مستقیم و غیرمستقیم مؤثر دانسته‌اند. کیرنی و مارگارف<sup>۵</sup> (۲۰۱۴: ۳۲۴) نشان دادند که توانمندسازی مدیران زن در قابلیت‌های رهبری سبب ارتقای سایر جنبه‌های حرفه‌ای آن‌ها نیز می‌شود. هال و اگلسبی<sup>۶</sup> (۲۰۱۶: ۲۷۱) در پژوهش خود کاهش پدیده سقف شیشه‌ای را یکی از روندهای مهم آینده ورزش زنان پیش‌بینی می‌کند.

در تحقیقات داخلی، شتاب بوشهری (۱۳۸۷: ۱۷۱) در بررسی ارتقای زنان به سطوح مدیریتی در سازمان

1. Simmons
2. Claire Yang
3. Hovden
4. McAlister
5. Kearney & Marggraf
6. Hall & Oglesby

تربیت بدنی کشور به این نتیجه رسید که از دیدگاه مدیران زن و مرد تمامی مؤلفه‌های عوامل محیطی نقش بازدارنده در ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی داشته‌اند، در حالی که در بین مؤلفه‌های عوامل فردی، مؤلفه روانی و شخصیتی، نقش بازدارنده‌ای در ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی نداشته است. متقی شهری (۱۳۹۳: ۱۰) در پژوهش خود با عنوان «مقایسه نقش و حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی» به این نتیجه رسید که تفاوت معناداری در مؤلفه‌های تبعیض جنسیت، تضاد بین کار و خانواده، حمایت خانواده و روابط در کار بین سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی ایران وجود دارد. الهیاری و همکاران (۱۳۹۴: ۵۴) در بررسی نقش سقف شیشه‌ای بر وضعیت توانمندی زنان در سازمان ورزش شهرداری تهران نشان دادند که سقف شیشه‌ای به طور مستقیم بر افزایش توانمندی بانوان اثر می‌گذارد. آزادان و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی وضعیت سقف شیشه‌ای و تأثیر آن بر کاهش توانمندی زنان در اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی نشان داد که سقف شیشه‌ای به طور مستقیم بر توانمندی، جامعه‌پذیری ضعف و خود ناتوان انگاری اثرگذار است. همچنین، جامعه‌پذیری ضعف و خود ناتوان انگاری بر توانمندسازی اثری منفی و معنادار دارند. در نهایت، زنان شاغل در سازمان‌های ورزشی از پدیده سقف شیشه‌ای رنج می‌برند. ادیب روشن (۱۳۹۴: ۵۹) در تدوین سناریوهای ورزش قهرمانی استان خراسان رضوی در افق ۱۴۰۴ به روش آینده‌پژوهی نشان داد که ایجاد نظام برنامه‌ریزی پویا و فعال، مهم‌ترین سناریو مطلوب جهت توسعه پایدار از طریق ورزش قهرمانی است. زرگر (۱۳۹۵: ۳۴) در بررسی سندرم سقف شیشه‌ای و چالش‌های حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی، ناتوانی زنان، دیدگاه‌های فرهنگی منفی، عدم جامعه‌پذیری و نقش جنسیتی را به عنوان مهم‌ترین موانع ارزیابی نمود. موسوی‌راد و همکاران (۱۳۹۵) در اولویت‌بندی موانع مدیریت زنان در ورزش به روش تحلیل سلسله‌مراتبی نشان دادند که در میان موانع حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی، «نبود شرایط مساوی بین زنان و مردان برای رشد در سازمان‌ها» و «عدم اعتماد به زنان در فرهنگ ایران» بیشترین اشاره را در میان مصاحبه‌شوندگان داشتند. زنان، عامل فرهنگی و مردان، عوامل فردی را مهم‌ترین عامل برشمرده‌اند. شیرزاد ملاباشی و همکاران (۱۳۹۶: ۱۱۱) در بررسی عوامل مؤثر در انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی وزارت ورزش و جوانان نشان دادند که عوامل مؤثر در انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی به ترتیب اعتماد به نفس، اعتقادات مذهبی، سیاست، مسئولیت‌های خانوادگی و جامعه‌پذیری جنسیتی است.

با توجه به اسناد زیادی اعم از کتاب و مقاله که از حدود ۴۰ سال پیش با عناوینی مانند ورزش‌های سه گانه، زنان و ورزش (فلشین<sup>۱</sup>، ۱۹۷۴: ۳۶)، زنان در ارتباط با ورزش و روابط جنسی (بیرل<sup>۲</sup>، ۱۹۸۸: ۴۵۹)، زنان، رسانه و ورزش (کریدون<sup>۳</sup>، ۱۹۹۴: ۵۷) و زنان مسلمان و ورزش (بن و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۴۵۹) شروع شده، در سده‌های اخیر، هنوز نقش زنان به عنوان نیمی از جمعیت جهان در حال توسعه و همچنین نقش آنان در حوزه تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در عرصه ورزش نادیده گرفته شده و تحقیقات کمی صورت گرفته است که به نظر می‌رسد این امر نشان از وجود تبعیضات و نابرابری‌های جنسیتی در زمینه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی،

1. Felshin  
2. Creedon  
3. Benn et al.

اجتماعی و غیره دارد- هرچند که این مسئله نیازمند ریشه‌یابی و تحقیقات گسترده و کلان است. جامعه انسانی از عدم حضور واقعی زنان در عرصه‌های مختلف، صدمات جبران ناپذیری دیده و به همین دلیل در دو دهه اخیر درصدد جبران این نقیصه برآمده است. بورتون<sup>۱</sup> (۲۰۱۵: ۱۵۵) به حضور کم زنان با توجه به مقاله مروری که در این راستا نوشته است، اشاره دارد. برای رسیدن به تعادل، برابری و رفع تبعیضات و در نتیجه توسعه بهتر و کامل‌تر جامعه، نیاز به آن است که زنان بتوانند در فرآیند تصمیم‌گیری در سطوح مختلف جامعه شرکت نمایند. عمده تحقیقات معطوف به محدودیت‌های مدیران ورزشی زن در ارتقای سطوح مدیریتی بوده است. به صورت کلی عمده جهت‌گیری تحقیقات داخلی در زمینه مدیران ورزشی زن حاکی از موانع مختلف در مسیر نقش بیشتر در زنان در مدیریت ورزشی کشور بوده است و تفاوت‌های قابل توجهی بین نگرش مردان و زنان نظرخواهی شده در این تحقیقات نسبت به مسئله جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور وجود دارد. در کنار این شواهد علمی، شواهد اجتماعی، رسانه‌ای و اداری نیز در محیط سازمان‌های ورزشی کشور به وضوح آن‌ها را تأیید می‌کنند. اهمیت این مسئله و رفع آن با توجه وضعیت مدیریتی ورزش و وضعیت اقتصادی کشور، مقوله‌ای فزاینده است و نیازمند توجه بیشتر محققان و تلاش‌های علمی بیشتر می‌باشد. جمع‌بندی دانش برخاسته از تحقیقات موجود هر چند زوایای مختلف مدیریت زنان را تشریح می‌کند، اما برای برنامه‌ریزی بلندمدت تکیه‌گاه مناسبی برای تصمیم‌گیری نیست، زیرا هم مقاومت‌هایی آشکار و پنهانی در زمینه استفاده بیشتر از زنان در مدیریت ورزش کشور وجود دارد و هم تمایل زیادی به پاک کردن صورت مسئله این موضوع از طرف برخی جریان‌ها و گروه‌های بخشی و فرابخشی به چشم می‌خورد. به همین دلیل ارائه اطلاعات علمی و مستند پیرامون ابعاد مختلف مسئله مدیریت زنان در ورزش کشور می‌تواند جزو اولین اقدامات اساسی و واقعی در زمینه مشارکت‌دهی بیشتر زنان در مدیریت ورزش کشور باشد. این رو، هم‌راستا با تحقیقات انجام شده لازم است تحقیقاتی مبتنی بر پیش‌بینی آینده صورت بگیرد تا اطلاعات پایه برنامه‌ریزی و اقدامات آتی از قابلیت تعمیم بالاتری برخوردار باشد. در این پژوهش سعی شده است که با استفاده از تکنیک دلفی به آینده‌پژوهی مدیریت زنان در ورزش پرداخته شود.

### روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق از نظر سطح راهبردی، از نظر نوع کیفی، از نظر استراتژی فرایندی، از نظر هدف کاربردی و از نظر زمان آینده‌نگر و به صورت مطالعه موردی (مدیریت زنان در ورزش) می‌باشد. در تدوین الگوی پژوهش، هم‌زمان از مفاهیم، رویکردها و روش‌های تحلیل و موقعیت‌سنجی استفاده شده است. این چارچوب‌نگاهی کل‌گرا، سیستمی و بلندمدت به مقوله مدیریت زنان در بخش ورزش دارد. با توجه به ماهیت پژوهش و نیاز به جمع‌آوری داده‌ها از حوزه‌های مختلف، جامعه آماری به همراه تعداد نمونه و روش نمونه‌گیری به صورت جدول زیر تعریف و بررسی گردید. براین اساس، جامعه آماری شامل دو بخش جامعه انسانی و جامعه اطلاعاتی به صورت جدول زیر بود. مدیران از وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، سازمان ورزش شهرداری تهران و تبریز، فدراسیون فوتبال و ورزش همگانی، اداره کل ورزش و جوانان تهران و اصفهان، اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و ... در دو گروه مردان و زنان بر مبنای پست سازمانی، تخصص علمی و

سابقه شغلی مرتبط با موضوع پژوهش انتخاب و نظرخواهی شدند. اساتید نیز از دانشکده‌های تربیت بدنی (دانشگاه تهران، گیلان، شهید بهشتی، مازندران و رازی) و پژوهشگاه تربیت بدنی بر مبنای پست سازمانی، تخصص علمی و سابقه شغلی مرتبط به موضوع پژوهش انتخاب و مورد نظرخواهی قرار گرفتند.

جدول ۱: جامعه آماری و نمونه‌گیری پژوهش

| نمونه   |         | نمونه‌گیری      | گروه مطالعه                     |                        |                              |                |
|---------|---------|-----------------|---------------------------------|------------------------|------------------------------|----------------|
| ۲۱ نفر  | ۴ نفر   | هدفمند و قضاوتی | زن                              | ستادی (سطح ملی و کلان) | مدیران ورزشی                 | جامعه انسانی   |
|         | ۳ نفر   | هدفمند و قضاوتی | مرد                             |                        |                              |                |
|         | ۴ نفر   | هدفمند و قضاوتی | زن                              | صف (سطح خرد و استانی)  |                              |                |
|         | ۳ نفر   | هدفمند و قضاوتی | مرد                             |                        |                              |                |
|         | ۴ نفر   | هدفمند و قضاوتی | زن                              |                        | اساتید مدیریت ورزشی دانشگاهی |                |
|         | ۳ نفر   | هدفمند و قضاوتی | مرد                             |                        |                              |                |
| ۳۹ نسخه | ۱۷ نسخه | هدفمند و قضاوتی | منابع کتابخانه‌ای و علمی        |                        |                              | جامعه اطلاعاتی |
|         | ۸ نسخه  | هدفمند و قضاوتی | گزارش‌ها و اسناد اجرایی و حقوقی |                        |                              |                |
|         | ۱۲ نسخه | هدفمند و قضاوتی | منابع و آرشیوهای رسانه‌ای       |                        |                              |                |

جهت بررسی و چارچوب‌بندی عوامل و جمع‌آوری و استخراج داده‌ها از سه ابزار به شرح زیر استفاده شده است:

الف) مطالعه کتابخانه‌ای: شامل مطالعات علمی داخلی و خارجی، اسناد و برنامه‌ها و گزارش علمی و اجرایی؛ ب) مصاحبه اکتشافی: به صورت مصاحبه نیمه هدایت شده با جامعه آماری پژوهش. از مصاحبه جهت شناسایی متغیرها و تکمیل پرسشنامه حاصل از مطالعه کتابخانه‌ای استفاده شد؛ ج) روش دلفی: جهت غربال و تعیین اعتبار بخش‌های مختلف پژوهش از تکنیک مطالعه دلفی متشکل از صاحب‌نظران و خبرگان استفاده شد (۷ نفر). روش دلفی، فرایندی ساختاریافته برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان است و اعتبار آن به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده در پژوهش بستگی دارد.

جدول ۲: ابزار پژوهش، روایی ابزار، روش گردآوری داده‌ها و روش‌های تحلیلی

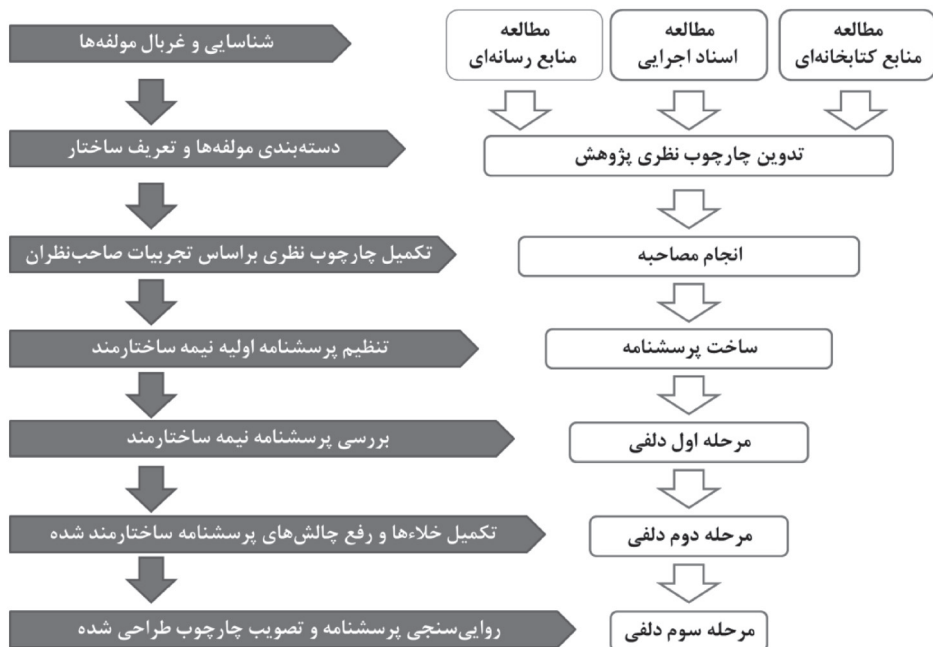
| نوع روش | مطالعه نظری        | مطالعه نیمه تجربی | مطالعه خبرگی          |
|---------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| ابزار   | مطالعه کتابخانه‌ای | مصاحبه و رونوشت   | تکنیک دلفی دومرحله‌ای |

|           |                                                    |                                                               |                                                   |
|-----------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| روایی     | اعتبار حقوقی اسناد و اعتبار علمی منابع کتابخانه‌ای | اعتبار و مرجعیت افراد محاسبه ضریب توافق بین کدگذارها و مصححان | اعتبار و مرجعیت افراد توافق جمعی                  |
| نمونه     | ۳۹ نسخه                                            | نظرخواهی از ۲۱ نفر                                            | دو جلسه با حضور ۷ نفر                             |
| یافته     | شناسایی مولفه‌ها و اجزای چارچوب                    | تکمیل و غربال مولفه‌ها و اجزای شناسایی شده مرحله قبل          | نظام‌سازی مولفه‌ها و اجزای غربال شده در مرحله قبل |
| روش تحلیل | کدگذاری و چارچوب‌بندی مفهومی                       | کدگذاری و چارچوب‌بندی مفهومی                                  | تحلیل سیستمی و نظام‌مند                           |

روش‌های تحلیلی مورد استفاده در این پژوهش شامل دو روش زیر بود:

الف) تحلیل مفهومی و کدگذاری دسته‌بندی و کدگذاری مفاهیم مستخرج از ابزارهای مختلف پژوهش براساس مبانی نظری و روایی کیفی متخصصان؛

ب) تحلیل سیستمی: دیدگاه سیستمی برای درک و کنترل پدیده‌ها. نمایش مفهومی و تصویری سیستم‌های توسعه، شبیه‌سازی در بررسی رفتار سیستم‌ها و معرفی یک چارچوب جامع اقدامات مناسب، تجزیه و تحلیل مدل و طراحی سیاست با استفاده از مدل، از جمله مهم‌ترین عملیاتی استفاده از این روش می‌باشد.



شکل ۱: مراحل اجرای پژوهش

## یافته‌های پژوهش

نتایج تحقیق شامل چند بخش بود:

(الف) شناسایی ظرفیت‌های مدیریتی ورزش کشور و توصیف وضعیت فعلی و مطلوب تصدی زنان؛

(ب) شناسایی عوامل تعیین‌کننده در ایفای نقش زنان در آینده مدیریت ورزش کشور؛

(ج) تحلیل فرایندی و سطحی مولفه‌های آینده‌پژوهی زنان در مدیریت ورزش کشور.

ابتدا به توصیف وضعیت فعلی ظرفیت‌های مدیریتی ورزش کشور برای تصدی زنان پرداخته شد. براساس جدول ۳، ظرفیت‌های مدیریتی در اشکال مختلف از پست سازمانی یا کرسی و عضویت در سازمان شامل شورا و هیئت رئیسه، رئیس، معاون، دبیر، مدیر بخش، مدیر کمیته، مدیر پروژه، سرپرست رویداد، مشاور و بخش مختص زنان است. براساس بررسی وضعیت فعلی تصدی یا عضویت زنان در این پست‌ها و نقش‌های تصمیم‌گیرنده و اجرایی، آنان در وضعیت مناسبی قرار ندارند و نسبت به حالت مطلوب شکاف بالایی دارد. بررسی کلی نشان می‌دهد این شکاف در پست‌های سطح عالی نسبت به پست‌های سطح پایین‌تر نمود بیشتری دارد. وضعیت موجود براساس آمار و اطلاعات وزارت ورزش و نظر افراد مطلع از نمونه آماری توصیف گردید. وضعیت مطلوب نیز بر اساس مطالعه تطبیقی منابع حقوقی مختلف داخلی و خارجی و نظر متخصصان ترسیم شده است.

جدول ۳: توصیف برخی ظرفیت‌های مدیریتی ورزش کشور برای تصدی زنان

| وضعیت مطلوب چشم‌انداز ۱۰ ساله | وضعیت موجود نقش زنان<br>(درجه ۱ تا ۱۰) | پست / کرسی    |       |               |            |            |          |      |       |      |                   | سازمان‌ها                                                                                                               |
|-------------------------------|----------------------------------------|---------------|-------|---------------|------------|------------|----------|------|-------|------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |                                        | بخش مختص زنان | مشاور | سرپرست رویداد | مدیر پروژه | مدیر کمیته | مدیر بخش | دبیر | معاون | رئیس | شورا / هیئت رئیسه |                                                                                                                         |
| ۴                             | ۲                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        |      | *     | *    | *                 | وزارت ورزش و جوانان، مراکز تابعه و ادارات استانی                                                                        |
| ۴                             | ۱                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        | *    | *     | *    | *                 | کمیته ملی المپیک و پارالمپیک و مراکز تابعه                                                                              |
| ۴                             | ۲                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        | *    |       | *    | *                 | فدراسیون‌های ورزشی، مراکز تابعه و هیأت‌های ورزشی استانی                                                                 |
| ۴                             | ۲                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        |      | *     | *    |                   | اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم و ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها                                                           |
| ۴                             | ۱                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        |      | *     | *    |                   | اداره امور ورزشی وزارت کار و ادارات استانی                                                                              |
| ۴                             | ۲                                      | *             | *     | *             | *          | *          | *        |      | *     | *    |                   | اداره تربیت بدنی وزارت بهداشت و پزشکی و ادارات استانی                                                                   |
| ۵                             | ۳                                      | *             |       | *             | *          | *          | *        |      | *     |      |                   | دفتر برنامه‌ریزی درسی و معاونت تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش و ادارات استانی، کانون‌های ورزشی و هنرستان‌های تربیت بدنی |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                                                                                   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------|
| ۴ | ۲ |   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | دانشکده ها و گروه های آموزشی علوم ورزشی دانشگاه ها                                |
| ۴ | ۱ |   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | باشگاه ورزشی حرفه ای و تیم دار                                                    |
| ۵ | ۲ | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | شبکه ورزش و رادیو ورزش                                                            |
| ۵ | ۲ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | انجمن های ملی ورزش                                                                |
| ۴ | ۲ |   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | پژوهشگاه تربیت بدنی، دفتر برنامه ریزی درسی رشته علوم ورزشی و انجمن های علمی ورزشی |
| ۴ | ۱ | * |   | * | * | * | * | * | * | * | * | سازمان ورزش شهرداری شهرها                                                         |
| ۴ | ۱ |   |   | * | * | * | * | * | * | * | * | نظام ورزش نیروهای مسلح                                                            |
| ۴ | ۲ |   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | شرکت ها و مؤسسات ورزشی خصوصی                                                      |
| ۴ | ۲ |   | * | * | * | * | * | * | * | * | * | باشگاه های و مجموعه های خدمات ورزشی                                               |

(علامت \* بیانگر وجود پست در سازمان متناظر است)

با توجه به ظرفیت های مدیریتی شناسایی شده و شکاف بالای بین وضعیت موجود و مطلوب ایفای نقش زنان، نیاز به شناسایی عوامل تعیین کننده وجود دارد. در جدول ۴، عوامل اثرگذار بر آینده نقش زنان در مدیریت ورزش کشور به همراه زیر مؤلفه های آن ها آورده شده است. عوامل در یک جدول ماتریسی با دورویکرد دسته بندی شدند:

الف) تحلیل سیستمی شامل عوامل پیشایندی، فرایندی و پیامدی؛

ب) تحلیل سطحی شامل عوامل فردی، شغلی، سازمانی و محیطی.

براین اساس هر مؤلفه را می توان از دو منظر سیستمی و سطحی که مکمل هم هستند، مورد تحلیل قرار داد. تحلیل دوسویه سبب می شود برآیند عوامل و نتایج تطبیق آن ها بهتر قابل درک و تفسیر باشد. مؤلفه های آورده شده در هر بخش از جدول مواردی بودند که در مطالعه کتابخانه ای و مصاحبه دارای بیشترین تکرار (فراوانی) بودند.

جدول ۴: برخی عوامل تعیین‌کننده جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور

| تحلیل سیستمی                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----|
| عوامل پیمادی                                                                                                                                                                                                                                                                          | عوامل فرایندی                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | عوامل پیش‌بینی                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- میزان تعهد و وفاداری به سازمان</li> <li>- دستیابی به اهداف فردی</li> <li>- لذت از شغل</li> <li>- چشم‌انداز شغلی فرد</li> <li>- رضایت مدیران و همکاران و زیردستان سازمان</li> <li>- فضای ارتباطی و رفتاری در شغل</li> <li>- و سایر</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- رویکرد خودآموزی و توسعه فردی</li> <li>- مشکلات شخصی و خانوادگی</li> <li>- تراکم کاری مشاغل مدیریتی</li> <li>- کیفیت ارتباطات و روابط اجتماعی</li> <li>- حمایت خانواده و کیفیت روابط خانوادگی</li> <li>- رعایت حقوق و اخلاق کاری در محیط کار</li> <li>- و سایر</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- وضعیت رفاهی زندگی فرد و خانواده</li> <li>- سرمایه اجتماعی فرد و خانواده</li> <li>- وضعیت تحصیلی فرد</li> <li>- تیپ شخصیتی و ویژگی‌های روانی فرد</li> <li>- مهارت‌های عمومی مدیریت و رهبری فرد</li> <li>- مشغله خانوادگی فرد مانند خانه‌داری و مادری</li> <li>- و سایر</li> </ul> | تجزیه سطحی | ۲۷۶ |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- عملکرد شغلی</li> <li>- امنیت شغلی و آینده کاری</li> <li>- پیشرفت شغلی و فرصت پیشرفت</li> <li>- دستمزد و پاداش شغلی</li> <li>- فرصت خدمت به دیگران</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- مهارت شغلی</li> <li>- سبک رهبری</li> <li>- انسجام و همبستگی در سازمان</li> <li>- جو دوستانه در گروه</li> <li>- میزان تعارض و تضاد فرد با اعضا</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- هدف‌گذاری شغلی</li> <li>- ویژگی‌های شغل</li> <li>- تناسب شغل با شخصیت</li> <li>- جایگاه شغل در سازمان</li> <li>- ارزش سازمانی و اجتماعی شغل</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                                                                         |            |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- عملکرد سازمان</li> <li>- رشد حرفه‌ای سازمان</li> <li>- منزلت اجتماعی سازمان</li> <li>- ثبات مدیریت در سازمان</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- نگرش منفی به قابلیت سیاسی زنان</li> <li>- تحولات و تغییرات پیچیده در مدیریت</li> <li>- جو تعارض و تضاد در سازمان</li> <li>- سیستم کنترل و نظارت و ارزیابی</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- سوابق مدیریتی زنان</li> <li>- فرهنگ مرد- زن‌سالاری سازمانی</li> <li>- سرمایه و منابع مالی سازمان</li> <li>- وجود پدیده سقف شیشه‌ای</li> <li>- و سایر</li> </ul>                                                                                                                  |            |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- انتشار اخبار درون گروه در رسانه‌ها</li> <li>- توجه رسانه‌ها به سازمان</li> <li>- وضعیت رابطه سازمان با ذینفعان بیرونی</li> <li>- مسئولیت اجتماعی سازمان</li> <li>- حمایت اجتماعی از زنان</li> <li>- و سایر</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- توجه رسانه‌ها به گروه و سازمان</li> <li>- توجه مدیران به مشکلات ذینفعان</li> <li>- مشارکت سازمان در فعالیت‌های اجتماعی</li> <li>- زنان نگرش دولتمردان و کارگزاران</li> <li>- تمایل به حفاظت اطلاعات در مدیران</li> <li>- و سایر</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- فرهنگ مرد- زن‌سالاری در جامعه و حاکمیت</li> <li>- جایگاه ورزش زنان در برنامه‌های توسعه</li> <li>- میزان حمایت حقوقی از زنان در اسناد ملی</li> <li>- جایگاه زنان در دیپلماسی و سیاست</li> <li>- تحولات جهانی در نقش سیاسی و اقتصادی زنان</li> <li>- و سایر</li> </ul>             |            |     |

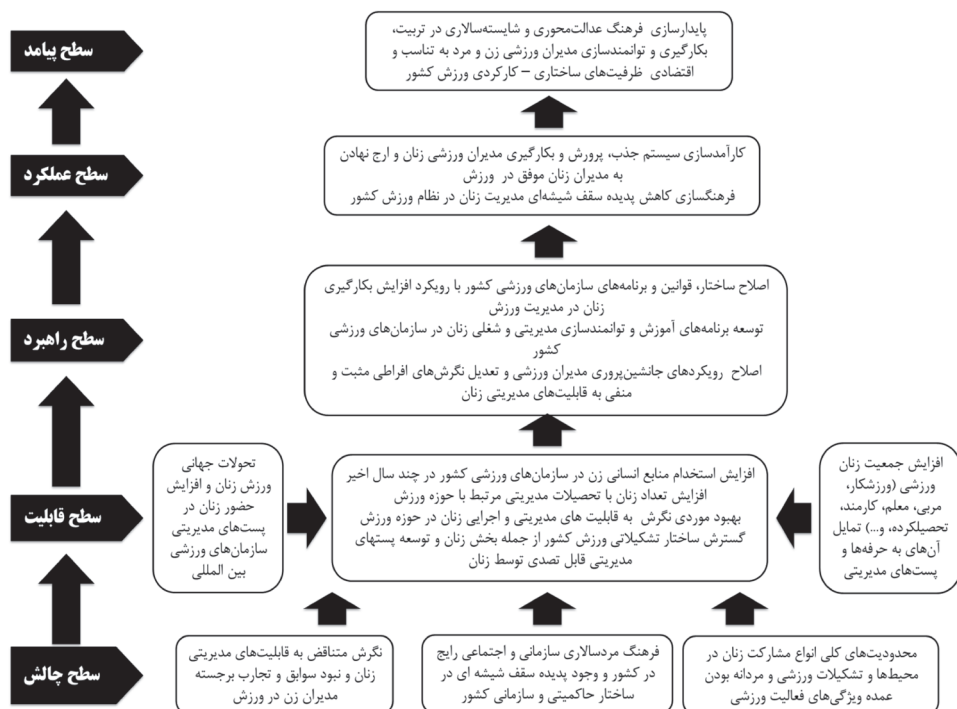
بر پایه اطلاعات دو جدول قبلی، منظرهای آینده‌پژوهی مدیریت زنان در ورزش کشور مورد بررسی قرار گرفت. براین اساس در سه منظر زمانی گذشته، حال و آینده به تعیین بخش‌های هر فاز، هدف‌ها و فعالیت‌های آن اقدام شد (جدول ۵). فاز تحلیل، اساس و پایه فاز اجرا می‌باشد و منظرهای آن‌ها بر هم منطبق است.

جدول ۵: آینده پژوهی مدیریت زنان در ورزش کشور

| گذشته (تحلیل وضعیت سپری شده)                                                                                                                                                                                                                                                                                | ← | حال (تعیین وضعیت موجود)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ← | آینده (تعیین وضعیت هدف)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| گذشته هدف گذاری شده:<br>مطالعه اسناد و شواهد رسانه ای نشان می دهد که علی رغم وجود الزامات مستمر اجتماعی، اما الزامات حقوقی و مستند مدیریتی قابل توجهی به مشارکت دهی زنان در امور تصمیم گیری و پست های اجرایی ورزش کشور وجود ندارد.                                                                          | ← | حال تحت کنترل:<br>شواهد موجود و ادراک خبرگان نشان می دهد که در حال حاضر تمایل به مشارکت دهی زنان در مدیریت ورزش کشور نسبت به میانگین چند سال اخیر بهبود مشهودی دارد و به طور موردی در بعضی پست ها از برخی سازمان ها در حال پیشرفت است، اما در عمل هنوز تغییرات قابل توجهی رخ نداده است.                                                                                                                      | ← | آینده محتمل و ممکن:<br>پیش بینی براساس سازوکار این پژوهش نشان می دهد که در چشم انداز ۱۰ ساله پیش رو، باتوجه به تحولات محیطی و چندبعدی، میزان ایفای نقش زنان در آینده از شتاب فعلی چندان پیشی نخواهد گرفت.                                                                                                                             |
| ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| گذشته رخ داده شده:<br>سوابق کمی و کیفی احراز پست های مدیریتی و کرسی های تصمیم گیری ورزش کشور نشان می دهد گذشته رخ داده شکاف طبیعی و بالایی با گذشته هدف گذاری شده دارد. عمده اقدامات در مرحله برنامه یا در ابتدای مرحله اجرا رها شده اند و موفقیت ها عمدتاً موردی بوده اند.                                 | ← | حال خارج از کنترل:<br>برخی رویکردها مانند روندهای جهانی شدن، فساد اداری نهادینه شده در کشور و الزامات اجتماعی به صورت مثبت یا منفی سبب شده است در برخی موارد نقش زنان در بعضی حوزه های ورزش کشور برخلاف تمایل حاکمیتی برجسته شود. همه این موارد چه به صورت منفی و چه به صورت مثبت، نشان از ناکارآمدی سیستم نظارت و ارزیابی دارد. عمده این چالش ها با قابلیت ها در حال حاضر خارج کنترل مدیریت ورزش قرار دارد. | ← | آینده مطلوب:<br>براساس سیاست های کلی نظام در زمینه مشارکت دهی نقش های مختلف در امور تصمیم گیری و جو سیستمی موجود در نظام ورزش آینده مطلوب به صورت درصد نسبی ۲۰ تا ۳۰ درصد پست های مدیریتی و نقش های تصمیم گیری باید در فرایند هدف گذاری قرار بگیرد.                                                                                   |
| شناخت بنیان ها و ارزش های درون و برون سیستمی:<br>- ارج نهادن به مقام زن و توانایی های او در تمدن ایرانی اسلامی<br>- ستایش ارزش های شغلی و ورزشی زنان از دیدگاه فرهیختگان جامعه<br>- استقبال و عنایت بالای کاربران ایران از موفقیت های ورزشی زنان                                                            | ← | شناخت چالش ها و تهدیدهای درون و برون سیستمی:<br>- عدم وجود جو اعتماد به زنان در زمینه حفاظت اطلاعات و تحمل فشار سیاسی در ساختار اداری مالی نظام ورزش کشور<br>- عدم تمایل بالای بسیاری از زنان متخصص و شاغل به تلاش برای حضور در پست های تصمیم گیری بخش ورزش                                                                                                                                                  | ← | عدم قطعیت های ظهور یافته و قابل پیش بینی:<br>- تغییر دولت و تحولات پیامدی آن در بخش ورزش<br>- تغییرات مربوط به نسبت زنان به مردان در عرضه نیروی کار و تقاضای بازار ورزش<br>- سوابق مدیریت زنان در ورزش کشور                                                                                                                           |
| ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| تفسیر گزیده و تشخیص مسیر:<br>بخشی از ملاحظات در به کارگیری زنان در مدیریت ورزش کشور بر حسب تشخیص مراجع بالادستی بوده، اما شفافیت لازم در زمینه آن وجود ندارد و بسیاری از محدودیت های بالقوه و بالفعل پایه حقوقی ندارند                                                                                      | ← | تعیین اهداف و نیازها:<br>- فرهنگ سازی مفهوم واقعی عدالت و شایسته سالاری در نسبت زنان و مردان مدیر<br>- مناسب سازی سیستم آموزش شغلی و حرفه ای زنان در ساختار اداری ورزش کشور<br>- کارآمد سازی سیستم نظارت و ارزیابی شغلی در نظام ورزش                                                                                                                                                                         | ← | راهبردها و راهکارها:<br>- بازنگری در قوانین و ساختار شغلی نظام ورزش<br>- بازطراحی سیستم نظارت و ارزیابی در مدیریت عملکرد مدیران ورزش کشور<br>- توانمند سازی مدیران ورزشی زنان برای احراز پست های مدیریتی                                                                                                                              |
| ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   | ↑↓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| شناسایی روندهای طی شده درون و برون سیستمی:<br>- تفاوت مشخصی بین دولت های بعد از انقلاب در به کارگیری زنان در بخش مدیریت ورزشی کشور دارد<br>- بین دیدگاه رسانه ای، دانشگاهی و اجتماعی نسبت به مشارکت دهی زنان در مدیریت ورزشی کشور همگرایی وجود دارد، اما هم راستایی لازم با دیدگاه دولتی و اجرایی را ندارد. | ← | شناخت نیروهای پیشران، فرصت ها و قابلیت های درون و برون سیستمی:<br>- وجود جو اعتماد به زنان در مراجع تصمیم گیری دارای کارکرد فرهنگی اجتماعی<br>- شواهد موجود در زمینه درجه پایین تر فساد پذیری زنان نسبت به مردان در پست های تصمیم گیری کلان و خرد<br>- قابلیت های بیشتر و بهتر زنان در زمینه ارتباطات با زیردستان<br>- تلقی ورزش به عنوان یک محیط احیا کننده و توانمند ساز برای زنان                         | ← | روندهای نوظهور:<br>- نوگرایی در حمایت جهانی از زنان به ویژه در ورزش<br>- روندهای ملی در احیای حقوق شغلی و سیاسی زنان در ورزش<br>- تغییرات فزاینده در تغییر نقش زنان در خانواده به ویژه زنان ورزشی<br>- افزایش سرمایه آور فناوری ارتباطات مجازی و ارتقای نقش شهروندان در توسعه و سیاست<br>- توسعه معنایی و مفهومی صفات زنانگی در جوامع |

## الگوی آینده‌نگری مدیریت زنان در ورزش کشور (موجود به مطلوب)

براساس آینده‌پژوهی در جدول ۵، یک الگوی اجرایی برای آینده‌نگری مدیریت زنان در ورزش کشور ارائه شد. براین اساس در شکل ۳، اقدامات و ملاحظات لازم جهت بهبود جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور در پنج سطح چالش، قابلیت، راهبرد، عملکرد و سطح پیامد. سطح چالش در واقع مسئله اصلی در مدیریت زنان حوزه ورزش است.



شکل ۲: چارچوب اولیه آینده‌نگری مدیریت زنان در ورزش کشور

همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، سطح قابلیت به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه جهت رفع چالش و حرکت در مسیر دستیابی به اهداف و چشم‌انداز اشاره دارد. سطح راهبرد شامل جهت‌گیری اصلی و اهداف اصلی سیستم می‌باشد که به صورت حقوقی، اداری یا رسانه‌ای تبیین گردیده است. سطح عملکرد بیانگر دستاوردهای قابل پیش‌بینی در صورت انجام اقدامات و ابتکارات می‌باشد. سطح پیامد نیز به مظاهر ثانویه و متأخر عملکرد و نتایج اولیه اشاره دارد. مجموعه هدفمند این منظرها و مولفه‌ها یک سیستم آینده‌نگری را تشکیل می‌دهد.

## بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، به بررسی آینده پژوهی نقش آفرینی زنان در امور تصمیم گیری و مدیریتی ورزش کشور اقدام شد. توصیف وضعیت فعلی ظرفیت های مدیریتی ورزش کشور برای تصدی زنان نشان داد که ظرفیت های مدیریتی در اشکال مختلف از پست سازمانی یا کرسی و عضویت در سازمان شامل شورا و هیأت رئیسه، رئیس، معاون، دبیر، مدیر بخش، مدیر کمیته، مدیر پروژه، سرپرست رویداد، مشاور و بخش مختص زنان وجود دارد، اما وضعیت فعلی تصدی یا عضویت زنان در این پست ها و نقش های تصمیم گیرنده و اجرایی در حالت مناسبی قرار ندارد و نسبت به وضعیت مطلوب شکاف بالایی دارد. در تفسیر این یافته ها باید گفت این تحلیل روشنگر یک تناقض بزرگ است. در جامعه کنونی ورزش هر چند ادعای برابری دو جنس در حقوق اجتماعی و انسانی به نحو فراگیری در حال پذیرش است، اما بین پذیرش عقلانی آن و اجرای آن در عمل، فاصله بسیاری وجود دارد. هنوز نگرش ها و ارزش های جامعه ما کاملاً مردسالارانه است و متأسفانه این ارزش ها تقریباً تمامی حوزه های حیات اجتماعی و فردی اعضای جامعه را تحت تأثیر خود قرار می دهد. آزادان، و همکاران (۱۳۹۴: ۳۹) در بررسی وضعیت سقف شیشه ای<sup>۱</sup> و تأثیر آن بر کاهش توانمندی زنان در اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی نشان دادند که سقف شیشه ای به طور مستقیم بر توانمندی جامعه پذیری ضعف و خود ناتوان انگاری اثرگذار است. همچنین، جامعه پذیری ضعف و خود ناتوان انگاری بر توانمندسازی اثری منفی و معنادار دارند. در نهایت، زنان شاغل در سازمان های ورزشی از پدیده سقف شیشه ای رنج می برند. الهیاری و همکاران (۱۳۹۴: ۵۹) در بررسی نقش سقف شیشه ای بر وضعیت توانمندی زنان در سازمان ورزش شهرداری تهران نشان دادند که سقف شیشه ای به طور مستقیم بر افزایش توانمندی بانوان اثر می گذارد. بولد و نوپرز (۲۰۰۸) اشاره کردند زمانی که خانم ها به عنوان اعضای هیأت مدیره در سازمان های ورزشی برگزیده می شوند، سعی می کنند از پیوستن به آنچه رفتار کلیشه ای منفی خانم ها خوانده می شود خودداری کنند و با روش های رفتاری غالب آقایان، خود را وفق می دهند. این شواهد نشان می دهد که درصد پایین نقش مدیریت زنان در ورزش کشور به شدت تحت تأثیر پدیده سقف شیشه ای می باشد. از این رو، اولین گام در توسعه اثرگذاری و مشارکت زنان در عرصه مدیریت ورزش کشور رفع این تناقض و شکاف های پیرامونی آن است.

در ادامه، عوامل اثرگذار بر آینده نقش زنان در مدیریت ورزش کشور شناسایی و در دورویکرد مورد بررسی قرار گرفتند: الف) تحلیل سیستمی شامل عوامل پیشاینده، فرایندی و پیامدی؛ ب) تحلیل سطحی شامل عوامل فردی، شغلی، سازمانی و محیطی. تحلیل سیستمی نشان می دهد که عوامل تعیین کننده لزوماً تنها به صورت پیشایندهای موجود، فرایندهای در جریان و یا پیامدهای آتی نیستند، بلکه عوامل تعیین کننده در این سه منظر توزیع هستند. تحلیل سطحی مشابه تحلیل سیستمی بیانگر این است که عوامل تعیین کننده لزوماً مربوط به یکی از سطوح سیستم مدیریت ورزش نیستند و در سطوح مختلف فردی، شغلی، سازمانی و نهادی آن قرار دارند.

۱. سقف شیشه ای به معنای مانعی نامشهود در سلسله مراتب یا هرم سازمانی است که از دستیابی زنان یا سایر اقلیت ها (سیاه پوستان، ...) به جایگاه های بالای مدیریتی جلوگیری می کند.

شواهد بیشتر در این زمینه در برخی تحقیقات ارائه شده است. شتاب بوشهری (۱۳۸۷: ۱۷۱) گزارش کرد که بیشتر عوامل محیطی و فردی به صورت معنی‌داری نقش بازدارنده در ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی سازمان تربیت بدنی داشته‌اند که با نتایج این پژوهش همسوست. متقی شهری (۱۳۹۳: ۹) نیز گزارش کرده است که مؤلفه‌های تبعیض جنسیت، تضاد بین کار و خانواده، حمایت خانواده و روابط در کار به صورت معنی‌داری بر سازمان‌های ورزشی ایران اثرگذار هستند. زرگر (۱۳۹۵: ۳۴) نشان داده است که ناتوانی زنان، دیدگاه‌های فرهنگی منفی، عدم جامعه‌پذیری و نقش جنسیت در سندرم سقف شیشه‌ای سازمان‌های ورزشی نقش معنی‌داری دارند و یافته‌های این پژوهش نیز آن را تأیید می‌کند. موسوی راد و همکاران (۱۳۹۵: ۱۱۱) گزارش کرده است که «نبود شرایط مساوی بین زنان و مردان برای رشد در سازمان‌ها» و «عدم اعتماد به زنان در فرهنگ ایران»، مهم‌ترین موانع مدیریت زنان در ورزش کشور هستند که با نتایج این پژوهش همسویی دارد. شیرزاد ملاباشی و همکاران (۱۳۹۶: ۳۷) نشان دادند که به ترتیب اعتماد به نفس، اعتقادات مذهبی، سیاست، مسئولیت‌های خانوادگی و جامعه‌پذیری جنسیتی، مهم‌ترین عوامل مؤثر در انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی وزارت ورزش و جوانان هستند. به صورت کلی یافته‌های این پژوهش همسو با تحقیقات پیشین نشان می‌دهد عوامل اثرگذار بر سیستم به‌کارگیری مدیران زن در ورزش کشور متأثر از عوامل مختلف با روابط پیچیده‌ای می‌باشد. یکی از هدف‌های تحلیل ماتریسی دو بعدی سیستمی و سطحی این پژوهش، ساده‌سازی پیچیدگی مسیرهای اثرگذاری انواع عوامل تعیین‌کننده بود.

منظرهای آینده‌پژوهی مدیریت زنان در ورزش کشور از سه منظر زمانی گذشته، حال و آینده و دو بخش منظر تحلیل و فازهای اجرا مورد بررسی قرار گرفت. الگوی اجرایی برای آینده‌نگری مدیریت زنان در ورزش کشور به صورت اقدامات و ملاحظات لازم جهت بهبود جایگاه زنان در مدیریت ورزش کشور در پنج سطح چالش، قابلیت، راهبرد، عملکرد و پیامد ترسیم گردید. تطبیق منظرهای شناسایی و تحلیل شده نشان می‌دهد که آینده محتمل و ممکن برای ایفای نقش مدیران زن در ورزش کشور بیشتر به ارتقای نسبی و موردی در برخی ابعاد و شاخص‌های آن شباهت دارد تا آینده مطلوب کل ابعاد و فرایندهای سیستم مورد بحث، اما الگوی ارائه شده در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که چگونه می‌توان تغییرات مثبت و روند بهبود را شتاب بخشید. یکی از نکات کلیدی جهت متقاعدسازی مراجع عالی منصوب‌گر در ورزش، اشاره به قابلیت‌های ویژه زنان در برخی مهارت‌ها مانند مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی است که در شرایط امروز بیش از گذشته مورد نیاز سازمان‌های ورزشی کشور است. (هال و اگلسبی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷: ۲۷۱) به ویژه اینکه مدیریت منابع انسانی مانند مربیان، هواداران و ورزشکاران به این قابلیت‌ها نیاز مبرمی دارند. در واقع در شرایط امروز، نیازهای افراد در سازمان‌ها، بیشتر در ارتباط با سبک رهبری دموکراتیک و حساس بودن است. کلارینگ (۲۰۰۸) نشان داد که مباحث مرتبط با تجارب رهبری زنان در ورزش باید در برگیرنده نقش جنسیت به عنوان یک بعد سیاسی در فرایندهای اجتماعی و سازمانی باشد. این به ادراک اینکه چگونه و چرا جنسیت در فرایند اجتماعی و سازمانی مرتبط با ورزش مهم است، کمک می‌کنند. اما فراسوی این واقعیت نظری، حقیقتی موجود است که ریشه در انگاره‌ها و باورهای اجتماعی - فرهنگی و تاریخی دارد که مفهوم مدیریت را با مفهوم مذکر بودن پیوندی عمیق

و ناگسستگی می‌زند و اولین تصویری را که از مدیر به ذهن متبادر می‌کند، مفهوم مرد است. از طرف دیگر، حضور زنان در سازمان‌های ورزشی موجبات گسترش فرهنگ سالم و اخلاق را فراهم می‌سازد. همچنین با حضور زنان در مشاغل مدیریتی حول سازمان‌های ورزشی از لحاظ بهبود ارتباطات سازمانی و ترویج نوآوری تسهیل می‌شود.

به صورت کلی می‌توان گفت از گذشته تا کنون مشارکت‌دهی زنان در امور تصمیم‌گیری و مدیریتی ورزش کشور در وضعیت نامطلوب قرار داشته است و شتاب بهبود آن در مسیر آینده از وضعیت مناسبی برخوردار نیست، اما اقدامات آینده‌نگرانه ارائه شده در قسمت نتایج این پژوهش می‌تواند آینده مطلوب‌تری را به دست دهد. لازم به ذکر است که مدیریت در نظریه‌ها مفهومی خنثی و غیر جنسیتی است و بر مبنای اصول مدیریت، مفهوم جنسیت نمی‌تواند نقش و معنای مؤثری در نظریه‌های مدیریت داشته باشد. قابلیت‌های مدیریتی تا حدودی به طور مساوی بین مردان و زنان توزیع شده یا به عبارتی، این موهبت الهی در هر دو گروه تقریباً به طور یکسان هدیه شده است. (تاج مزینانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷) از این رو، عدم تأمین شرایط یا فرصت‌های مناسب برای ارتقای زنان مستعد به مشاغل مدیریتی، موجب عدم استفاده از حدود نیمی از ظرفیت‌ها و استعدادهای در دسترس می‌شود.

با توجه به مطالب گفته شده می‌توان راهکارهایی را جهت حل این مسئله و فراهم آوردن شرایط مناسب‌تر جهت فعال‌تر نمودن زنان در عرصه مدیریت ورزش کشور ارائه نمود:

- ایجاد فرصت‌های لازم برای تأسیس مراکز تجمع زنانه در ورزش برای آگاهی از کم و کیف پتانسیل‌های موجود؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای زنان شاغل در ورزش جهت آشنایی با حقوق خود، فراهم کردن زمینه‌های خودباوری در زنان و آگاه کردن آن‌ها از قابلیت‌ها و توانایی‌های فردی‌شان؛
- برگزاری سمینارها و کارگاه‌های آموزشی برای آشنا شدن مدیران، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران ورزش کشور با مقوله جنسیتی و فوائد حضور مؤثرتر زنان در رده‌های بالای تصمیم‌گیری؛
- تشویق و ترغیب مدیرانی که از زنان در سطوح بالای سازمانی استفاده می‌کنند و امکان به ثبوت رسانیدن لیاقت آنان با ایجاد فرصت‌های لازم؛
- معرفی زنان برتر مدیریت ورزش و مقایسه عملکرد آنان با مردان هم‌پایه‌شان؛
- انجام پژوهش‌های علمی در زمینه مسائل زنان به‌ویژه در مباحث اشتغال، مدیریت و نقش آنان در توسعه ورزش کشور.

## منابع

- احمدی، کهنعلی؛ بهبودی، محمدرضا و جام‌جور، طاهره. (۱۳۹۲). «موانع دستیابی زنان به پست‌های مدیریتی از دیدگاه مدیران زن». نشریه زن در توسعه و سیاست. ۱۱ (۳): ۳۳۳-۳۴۹.
- ادیب‌روشن، فرشته. (۱۳۹۵). «تدوین سناریوهای ورزش قهرمانی استان خراسان رضوی در افق ۱۴۰۴ بر اساس روش ترکیبی سناریو نویسی و تحلیل ساختاری». رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد.
- اسماعیل‌پور، رضا و تفقیدی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). «مطالعه کیفی موانع ارتقای شغلی و مدیریتی بانوان». نشریه زن در توسعه و سیاست. ۱۵ (۲): ۱۶۹-۱۸۵.
- آزادان، مهدی؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ بشیری، مهدی و نوروزی سید حسینی، رسول. (۱۳۹۴). «وضعیت سقف شیشه‌ای و تأثیر آن بر کاهش توانمندی زنان در اداره‌ی کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی». پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. ۷ (۱): ۳۹-۵۰.
- تاج‌مزیانی، علی‌اکبر و یاسری، زینب. (۱۳۹۲). «بررسی سیاست‌گذاری اشتغال زنان در جمهوری اسلامی ایران». مطالعات راهبردی زنان < ۱۵ (۵۹): ۷-۵۸.
- خزایی، سعید و محمودزاده، امیر. (۱۳۹۲). آینده پژوهی. اصفهان: علم آفرین و پارس ضیاء
- زرگر، طیبه. (۱۳۹۵). «سندرم سقف شیشه‌ای: چالش‌های حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی». نخستین کنگره ملی زنان موفق ایران، مرکز همایش‌های بین‌المللی توسعه داتیس، تهران.
- سهرابی، لیلا. (۱۳۹۴). «آینده پژوهی ورزش قهرمانی کشور به روش دلفی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- شیرزاد ملاباشی، شیرین؛ فراهانی، ابوالفضل و اسد، محمد رضا. (۱۳۹۶). «عوامل موثر در انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی وزارت ورزش و جوانان». مدیریت و توسعه ورزش. ۶ (۱): ۳۷-۵۱.
- شتاب‌بوشهری، ناهید؛ احسانی، محمد؛ کوزه‌چیان، هاشم و مشکی اصفهانی، اصغر. (۱۳۸۷). «بررسی و رتبه‌بندی عوامل بازدارنده ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی در هیئت‌های ورزشی استان خوزستان». پژوهش در علوم ورزشی. ۶ (۱۹): ۱۷۱-۱۸۹.
- اللهیاری، فاطمه؛ بیاتی، هادی؛ سجادی، سید نصراله؛ گودرزی، محمود و علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۴). «نقش سقف شیشه‌ای بر وضعیت توانمندی زنان در سازمان ورزش شهرداری تهران». پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۴ (۱۳): ۵۹-۶۹.
- متقی شهری، محمدحسن؛ غفوری، فرزاد و محمودی، احمد. (۱۳۹۳). «مقایسه نقش و حضور زنان در پست‌های مدیریتی سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۲ (۴): ۲۰-۹.
- موسوی‌راد، سیده طاهره؛ فراهانی، ابوالفضل و بیات، پریوش. (۱۳۹۵). «اولویت‌بندی موانع مدیریت

زنان در ورزش به روش تحلیل سلسله مراتبی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. ۵(۱۷): ۱۱۱-۱۱۹.

- Araújo, R., Mesquita, I., & Hastie, P. A. (2014). **“Review of the status of learning in research on sport education: Future research and practice”**. Journal of sports science & medicine, 846-829 :(4)13.
- Hovden, J. (2006). **“The gender order as a policy issue in sport: A study of Norwegian sports organizations”**. Nordic journal of women's studies, 53-41 ,(1)14.
- Beşler, H. K., Yüce, A., & Katirci, H. (2018). **“WOMEN'S TOUCH ON SPORTS SCREEN: EXAMINING THE WOMEN SPORTS PRESENTER PERCEPTION ON TV FOOTBALL SHOWS”**. European Journal of Physical Education and Sport Science.
- Covassin, T., & Elbin, R. J. (2011). **“The female athlete: the role of gender in the assessment and management of sport-related concussion”**. Clinics in sports medicine, 131-125 ,(1)30.
- Hall, R. L., & Oglesby, C. A. (2016). **“Stepping through the looking glass: The future for women in sport”**. Sex Roles, 274-271 :(8)74.
- McAllister, M., John, T., & Gray, M. (2009). **“In my day: Using lessons from history, ritual and our elders to build professional identity”**. Nurse Education in Practice, 283-277 ,(4)9.
- David, F. R. (2011). **Strategic management: Concepts and cases**. Peaeson/Prentice Hall.
- Lashua, B. D. (2018). **“The Time Machine: Leisure Science (Fiction) and Futurology”**. Leisure Sciences, 94-85 :(2)40.
- Mulcahy, M. & Linehan, C. (2014). **“Females and Precarious Board Positions: Further Evidence of the Glass Cliff”**. British Journal of Management, 438-425 :25.
- Patwardhan, vidya. Mayya, sureshramana. Joshi, HG. (2015). **“Determinants of career progression for woman in Hospitality Industry: reflections of woman managers in five-star hotels in India”**. African Journal of hospitality, tourism and leisure. 142-123 :(2)4.
- Ratten, V., & Jones, P. (2018). **“Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach”**. Education + Training, 499-490 :(5)60.
- Simmons, K. (2011). **Women in Top Management Positions in the Sport Industry: Breaking Down the Barriers and Stereotypes**.

- Felshin, J. (1974). **“The triple option... for women in sport”**. Quest, 40-36 ,(1)21.
- Creedon, P. J. (Ed.). (1994). **Women, media and sport**. Sage
- Benn, T., Pfister, G., & Jawad, H. (Eds.). (2010). **Muslim women and sport**. Routledge
- Birrell, S. J. (1988). **“Discourses on the gender/sport relationship: from women in sport to gender relations”** Exercise and sport sciences reviews, 502-459 ,16
- Burton, L. J. (2015). **“Underrepresentation of women in sport leadership: A review of research”** Sport Management Review, 16-155 ,(2)18
- Kearney, E., & Marggraf, K. (2014). **“The Effects of Empowering Leadership on Managers’ Career Perceptions”** In Academy of Management Proceedings (Vol. 2014, No. 1, p. 13384). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

## ارتباط هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام استان‌های منتخب

زهره مرزوقی<sup>۱</sup>  
سید صلاح الدین نقشبندی<sup>۲</sup>  
رضا نیک‌بخش<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۴/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۵/۱۵

هدف کلی پژوهش حاضر، تعیین ارتباط هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام استان‌های منتخب بود. روش پژوهش توصیفی-همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی بود. جامعه آماری این تحقیق، ۳۴۰ نفر از کارکنان هیئت‌های استان‌های منتخب (گلستان، خوزستان، کرمانشاه، سیستان و بلوچستان، اصفهان، قم، تهران و استان مرکزی) بودند که براساس جدول مورگان، ۱۸۱ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. در این تحقیق از «پرسشنامه هویت سازمانی» (چنی، ۱۹۸۳)، «پرسشنامه سکوت سازمانی» (واکولا و بورادوس، ۲۰۰۵) و «پرسشنامه جو سازمانی» (هالپین و کرافت ۱۹۶۳) به عنوان ابزار پژوهش استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۸۵ و ۰/۷۸، به دست آمد و روایی آن توسط متخصصان امر مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی، آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج نشان داد که بین هویت سازمانی با جو سازمانی رابطه منفی معنی‌دار و بین سکوت سازمانی با جو سازمانی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد. همچنین، از بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت و سابقه شغلی) تنها جنسیت با هویت سازمانی رابطه مثبت معنی‌دار داشت. بعلاوه، مولفه‌های هویت سازمانی، عضویت و شباهت با جو سازمانی

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) Email: Salah.naghshbandi@yahoo.com

۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رابطه منفی معنی دار داشتند، اما بین وفاداری با جو سازمانی رابطه معنی داری مشاهده نشد. همچنین، هر سه مولفه سکوت سازمانی با جو سازمانی رابطه مثبت معنی دار داشتند. در نهایت، فقط سکوت سازمانی پیش بینی کننده معنادار جو سازمانی بود. بنابراین، پیشنهاد می شود روسای هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام در راستای بهبود جو سازمانی، برنامه ریزی نمایند و بسترهای لازم را جهت بهبود شرایط فراهم سازند.

**واژگان کلیدی:** هویت سازمانی، سکوت سازمانی، جو سازمانی، کارکنان و استان‌های منتخب

## مقدمه

مدیریت منابع انسانی برای سازمان‌های ورزشی به دلایلی همچون حساسیت بیشتر در جذب نیروی انسانی و هزینه‌های بالاتر منابع انسانی از اهمیت بیشتری برخوردار است. (ویراکون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶) امروزه سازمان‌های ورزشی، رهیافت استراتژیک را به عنوان یک روش مهم مدیریت کردن منابع انسانی به کار می‌برند تا به هدف عملیات سازمانی کارا و موثر دست یابند. (صادقی، عیدی، ناصری پلنگرد و لقمانی، ۱۳۹۴) یکی از چالش برانگیزترین مباحث سازمانی کنونی، بحث هویت سازمانی است. این واژه مفاهیمی را در بر دارد که تأثیرات عمیقی بر زندگی افراد و جوامع می‌گذارد و از سوی دیگر، رابطه مستقیمی با اندیشه و عملکرد کارکنان سازمان‌ها دارد. (نوابی، ۱۳۹۰) در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیشتری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند که از جمله آن‌ها، بررسی هویت در سازمان<sup>۲</sup> است. (محمدزاده، رحمان سرشت و کوشازاده، ۱۳۹۱) هویت سازمانی در برگیرنده آن دسته از ویژگی‌های سازمانی است که از منظر اعضای سازمان، گذشته، حال و آینده سازمان را توصیف می‌نماید. (پوسا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶) هویت سازمانی به‌طور نزدیکی با هویت اعضای سازمان گره خورده است. زمانی که افراد خود را با هویت سازمان تعریف می‌کنند، در آن صورت هویت سازمانی رخ می‌دهد. در این حالت، افراد تمایل دارند خودشان را با سازمانی که به آن تعلق دارند در هم تنیده بدانند. (جیانگوار، زومی و یان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰) هویت سازمانی یک متغیر شناختی مهم است که نه تنها بر احساس عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است، بلکه تعیین کننده رفتار افراد در محیط سازمانی می‌باشد. (لم، کپیات و کیرکر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹) هویت سازمانی، نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌نماید. (رحمانسرشت و فرهادی نژاد، ۱۳۸۹) هویت سازمانی، افراد درون آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هر سازمانی، همانند انسان‌ها، یک هویت دارد. هویت سازمانی را می‌توان به عنوان تجربه‌ها، احساسات و ایده‌های که کارمندان از سازمان دارند، معرفی کنیم. هویت سازمانی هم در سطح فرد و هم در سطح سازمانی برای سازمان پیامدهای اساسی دربردارد و با مباحثی چون: رضایت شغلی، انگیزش، عملکرد، وفاداری به سازمان، رفتارهای همکارانه و رفتار شهروندی سازمانی مرتبط است. (شامیر و کارک<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴) همچنین هویت سازمانی از رفتارهای بیرونی درک شده تأثیر می‌پذیرد. هویت ابتدا بر رفتار کارکنان و سپس بر کارکرد و تحقق اهداف سازمانی تأثیر می‌گذارد و از این طریق، بر سکوت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است. (اصفهانی و دهکردی، ۱۳۹۲)

در دنیای تغییرات، سازمان‌ها به کارکنان‌شان برای تبادل نظر احتیاج دارند. به راحتی می‌توان دلیل اهمیت تبادل نظرات را تبیین کرد. اما آنچه دشوار است، تبیین علل انتخاب سکوت است. کارکنان در غالب اوقات، اطلاعات، ایده و اندیشه‌هایی برای بهبود کارشان دارند، اما چه روی می‌دهد که از بیان آن خودداری می‌کنند؟ (رستگار و روزیان، ۱۳۹۳) نیروهای بسیار قدرتمندی منجر به عدم ابراز نظر در سازمان‌ها می‌شوند. خودداری

1. Weerakoon

2. Organizational Identification

3. Puusa

4. Jianhua, Xuemei &amp; Yan

5. LM., Capehart, Karriker

6. Shamir &amp; Kark

از بیان، در مورد مشکلات یا مسائل بالقوه با نام «سکوت سازمانی» شناخته می‌شود. (باقری و همکاران، ۱۳۹۱) پیندر و هارلوز<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) سکوت سازمانی را خودداری کارکنان از بیان ارزیابی‌های رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیت‌های سازمان، تعریف می‌کنند. موریسون و میلیکان<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) سکوت سازمانی را به عنوان پدیده‌ای اجتماعی در نظر می‌گیرند که کارمندان در آن از ارائه نظرات و نگرانی‌های خود در مورد مشکلات سازمانی امتناع می‌ورزند. صاحب‌نظران معتقدند سکوت سازمانی می‌تواند موجب استرس، بدبینی، عدم رضایت و عقب نشینی در کارکنان گردد. (شاهزاده، ۱۳۹۱) سکوت سازمانی، با محدود کردن اظهار نظر کارکنان، سبب کاهش اثربخشی تصمیم‌گیری‌های سازمانی و فرآیندهای تغییر می‌شود و این موضوعی است که بسیاری از سازمان‌ها از آن شکایت دارند. همچنین، این پدیده رفتاری به وسیله ممانعت از بازخورد منفی، مانع تحول و توسعه سازمانی مؤثر می‌شود. از این رو، سازمان‌توانایی بررسی و تصحیح خطاها را از دست می‌دهد. از لحاظ اهمیت، محققان سکوت سازمانی را به عنوان یکی از اشکال خطرناک بالقوه برای پیشرفت و دگرگونی سازمانی یاد می‌کنند که موجب می‌گردد تا گوناگونی و تفاوت‌های افکار و عقاید در سازمان از بین برود. (هارکوال<sup>۳</sup> و همکاران، ۱۹۹۳)

برینسفیلد<sup>۴</sup> (۲۰۰۹) در مطالعه خود نشان داد که سکوت کارکنان پدیده‌ای است مسری، چند بعدی و قابل اندازه‌گیری که به طور معناداری با دیگر پدیده‌های سازمانی در ارتباط است.

از سوی دیگر، هر سازمانی دارای جو سازمانی منحصر به فردی است. جو سازمانی<sup>۵</sup> یکی از ابعادی است که در هر واحد سازمانی نشان دهنده فضای اجتماعی حاکم بر آن واحد است. جو سازمانی حاکم بر یک واحد می‌تواند در موفقیت آن واحد در زمینه‌های مختلف تأثیرگذار باشد. (کرمانی، ۱۳۸۵) جو سازمانی از فعالیت‌های روزمره در سازمان‌ها نشأت گرفته و نگرش و رفتار کارکنان را هم به صورت مثبت مانند افزایش بهره‌وری، رضایت شغلی و انگیزش و هم به روش منفی مانند خستگی، غیبت از کار، ترک خدمت و حوادث شغلی تحت تأثیر قرار می‌دهد. (نیک‌پیما و غلام‌نژاد، ۱۳۸۹)

پژوهشگران از جو سازمانی تعاریف متعددی ارائه کرده‌اند. هالپن و همکاران (۱۹۶۳) به عنوان پیشتازان سنجش عینی جو سازمانی، اظهار داشتند ویژگی‌های درونی که یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز می‌سازد و بر روی افراد آن تأثیر می‌گذارد، «جو سازمانی» نامیده می‌شود. به عبارت دیگر، جو سازمانی به تمام محیط داخلی سازمان اشاره دارد و شامل مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست که به وسیله اعضای سازمان مشاهده می‌شود. این جو، سازمان را شرح می‌دهد، آن را از سایر سازمان‌ها مجزا می‌کند و افراد از آن تأثیر می‌پذیرند و هدایت می‌شوند. همچنین، میزان استقلال فردی که به اعضای سازمان داده می‌شود، میزان و درجه‌ای که سرپرستان، اهداف ارتباطی، قوانین و شیوه‌ها را برای زیردستان تعیین می‌کنند و رفتارهای پاداش داده شده به وسیله سازمان و انواع پاداش‌های پیشنهادی در چارچوب جو سازمانی مورد بحث قرار می‌گیرند. بنابراین، می‌توان انتظار

1. Pinder & Harlos
2. Morrison & Milliken
3. Harquail
4. Brinsfield
5. Organizational climate

داشت که ادراکات از این جو، با نتایج متنوع و مهمی در افراد، گروه‌ها و سطوح سازمانی همراه باشد. (حیدری، ۱۳۸۹)

زمانی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی ارتباط بین جو سازمانی و سکوت سازمانی بین کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر اصفهان را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که بین جو سازمانی با سکوت سازمانی رابطه منفی معنادار وجود دارد. رستگار و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی نقش جو سازمانی در پیش بینی هویت سازمانی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان فارس پرداختند. نتایج نشان داد که تمام ابعاد جو سازمانی، پیش بینی کننده معنی دار هویت سازمانی در بین کارکنان اداره ورزش و جوانان می باشند. بر خلاف یافته قبلی، در بررسی سیلاوی و همکاران (۱۳۹۴) پیرامون ارتباط بین جو سازمانی و سکوت سازمانی، نتایج نشان داد که رابطه مثبت معناداری بین جو سازمانی با سکوت سازمانی و هر سه مولفه آن وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که جو سازمانی، پیش بینی کننده معنادار سکوت سازمانی است. از آنجا که هویت سازمانی اعضای یک سازمان، برای کارکرد موثر آن لازم است، باید به عنوان یکی از ارکان مهم سازمان مد نظر قرار گیرد، (فولر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۶) چرا که در معناداری به تجارب، سازماندهی افکار و اخذ تصمیمات نقش مهمی ایفا می کند و از لحاظ نظری و تجربی با نگرش ها، رفتار و پیامدهای کاری مرتبط است. (چان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶) هویت سازمانی هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی برای سازمان پیامدهای اساسی در بردارد و در واقع سازمان ها می توانند از طریق افزایش هویت، رفتار اعضای خود را جهت دهند- زیرا در سازمانی که اعضای آن از هویت بالایی برخوردار هستند، احتمال بروز رفتارهایی که با ارزش های سازمانی سازگارند، بیشتر است. (اکبری، ۱۳۹۵)

بنابراین، بررسی هویت سازمانی در هیئت های بدنسازی و پرورش اندام به عنوان یکی از عوامل موثر در توسعه و گسترش ورزش بدنسازی در کشور می تواند به مدیران این سازمان در شناسایی هر چه بیشتر رفتار کارکنان و نیز در بهبود و برطرف ساختن نقاط ضعف و مشکلات موجود اطلاعات مفیدی را ارائه دهد. از سوی دیگر، سکوت سازمانی در سازمان های ورزشی هنوز به طور کامل درک نشده است و مقالات اخیر تحقیقات بیشتری در این زمینه را پیشنهاد می کنند؛ به طوری که مدیران سازمان ها به ویژه بخش ورزشی باید اطلاعات بیشتری درباره تاثیر سکوت سازمانی روی نتایج کاری سازمان داشته باشند. لذا بررسی آن در سازمان های ورزشی می تواند نتایج ارزشمندی را فراهم آورد. شناسایی پیامدهای سکوت سازمانی در هیئت های بدنسازی و پرورش اندام می تواند شرایط لازم را برای ابراز عقاید، بیان ایده ها و ارائه نظرات کارکنان پدید آورد و قدرت خلاقیت آن ها را بهبود بخشد. از طرف دیگر، جو سازمانی حاکم بر یک واحد می تواند در موفقیت آن واحد در زمینه های مختلف تاثیرگذار باشد. نیروی انسانی است که با برخورد مناسب می تواند به شکل مثبت و در جهت اهداف سازمان و یا در صورت عدم هدایت در خلاف جهت اهداف سازمان گام بردارد. از این رو، شناخت رفتار نیروی انسانی در سازمان ها اهمیت ویژه ای دارد. با توجه به اهمیت جو سازمانی، اگر مراکز و سازمان های ورزشی از جمله هیئت های بدنسازی و پرورش اندام استان ها که نقش بسیار مهم و پایه ای در گسترش ورزش

1. Fuller

2. Chan

و آماده‌سازی جوانان در رشته بدنسازی و پرورش اندام بر عهده دارند از جو سازمانی مناسب برخوردار باشند و کارمندان آن بدون فشار روانی و استرس به فعالیت خود بپردازند، می‌توانند کارآیی و اثربخشی سازمان را ارتقا بخشند و از طرفی باعث پیشبرد اهداف سازمان در رشد و پرورش جوانان استان‌ها در زمینه‌های ورزشی گردند. از طرف دیگر، فدراسیون بدنسازی و پرورش اندام جمهوری اسلامی جهت موفقیت و پیشبرد اهداف این فدراسیون نیازمند هیئت‌هایی هست که بتوانند به عنوان بازوان اجرایی این فدراسیون اهداف این فدراسیون را در سراسر کشور به اجرا در آورند. لذا، نیروی انسانی در این هیئت‌ها باید با اهداف و چشم‌اندازهای این سازمان آشنایی و شناخت کامل داشته و از آزادی عمل برخوردار باشند. با توجه به تناقضاتی که در پژوهش‌های پیشین گزارش شد، محقق در پژوهش حاضر در صدد پاسخ به این سوال است:

آیا بین هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام استان‌های منتخب رابطه‌ای وجود دارد؟

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، پژوهشی توصیفی از نوع همبستگی است و از لحاظ هدف کاربردی محسوب می‌شود. داده‌های این تحقیق به صورت میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه گردآوری شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان هیئت‌های استان‌های منتخب فدراسیون بدنسازی و پرورش اندام جمهوری اسلامی ایران تشکیل دادند. بدین منظور استان‌های شمالی گلستان، استان‌های جنوب، خوزستان، استان‌های غربی، کرمانشاه و استان شرق سیستان و بلوچستان و استان‌های مرکزی، اصفهان، قم، تهران و استان مرکزی به صورت خوشه‌ای انتخاب شدند که تعداد کارکنان آن‌ها ۳۴۰ نفر بود. ۱۸۱ نفر نمونه آماری براساس جدول مورگان به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های این تحقیق در قالب دو بخش آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، مینیمم و ماکزیمم) و آمار استنباطی ارائه شد. برای بررسی توزیع نرمال بودن داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و برای بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و قابلیت پیش‌بینی از آزمون رگرسیون گام به گام استفاده شد. در این تحقیق از ابزارهای زیر استفاده گردید:

### پرسشنامه هویت سازمانی

این پرسشنامه توسط چنی (۱۹۸۳) ساخته شده و شامل ۱۸ سوال است. این پرسشنامه شامل سه خرده مقیاس است: عضویت (۶ سوال)، وفاداری (۸ سوال) و شباهت (۴ سوال). شرکت‌کنندگان در این تحقیق براساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) به سوالات پاسخ دادند. در پژوهش نصرافهانی و دهکردی (۱۳۹۱) برای تایید روایی محتوایی و ظاهری از نظرات اساتید خبره و همچنین تحلیل عاملی تاییدی استفاده گردید که نتیجه حاکی از تایید پرسشنامه است. هم‌چنین برای تایید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید و پایایی در سطح ۹۵ درصد به دست آمد که بیانگر پایایی بالای پرسشنامه است. (نصرافهانی و همکاران، ۱۳۹۱) در تحقیق حاضر، پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد.

### پرسشنامه سکوت سازمانی

این پرسشنامه ۱۵ گویه ای توسط واکولا و بورادوس<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۵ ابداع گردیده است و دارای سه بعد می باشد: نگرش مدیریت عالی به سکوت (۳ سوال)، ۵ آیتم مربوط به بعد نگرش سرپرست به سکوت (۳ سوال) و ۵ آیتم مربوط به بعد فرصت های ارتباطی (۳ سوال). شرکت کنندگان از طریق مقیاس ۵ ارزشی لیکرت به سوالات پاسخ می دهند که ۱ کاملاً مخالفم و ۵ کاملاً موافقم است. روایی این پرسشنامه توسط واکولا و همکاران (۲۰۰۵) از طریق تحلیل عاملی و اکتشافی تایید شد و پایایی این پرسشنامه برای مولفه ها به ترتیب، ۰/۸۴، ۰/۸۹ و ۰/۸۹ گزارش گردیده است. در ایران نیز پایایی این پرسشنامه توسط نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۱) ۰/۸۲ گزارش شده است. در تحقیق حاضر، پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ به دست آمد.

### پرسشنامه جو سازمانی

پرسشنامه جو سازمانی هالپین و کرافت (HCOCQ) در سال ۱۹۶۳ توسط هالپین و کرافت طراحی گردید. پرسشنامه جو سازمانی هالپین و کرافت، یک پرسشنامه استاندارد است. ابعاد پرسشنامه جو سازمانی عبارت است از: روحیه گروهی، مزاحمت، صمیمیت، علاقمندی، ملاحظه گری، فاصله گیری، نفوذ و پویایی و تاکید بر تولید. این پرسشنامه ۳۲ پرسش دارد. نمره گذاری پرسشنامه براساس طیف پنج لیکرتی و از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) می باشد. در این پرسشنامه سوالات ۱ تا ۳ بعد روحیه گروهی، سوالات ۵ تا ۸ بعد مزاحمت، سوالات ۹ تا ۱۲ بعد صمیمیت، سوالات ۱۳ تا ۱۶ بعد علاقمندی، سوالات ۱۷ تا ۲۰ بعد ملاحظه گری، سوالات ۲۱ تا ۲۴ بعد فاصله گیری، سوالات ۲۵ تا ۲۸ بعد نفوذ و پویایی و سوالات ۲۹ تا ۳۲ بعد تاکید بر تولید را می سنجند. روایی کل این پرسشنامه ۰/۸۲ و پایایی آن ۰/۷۵ گزارش شده است (ناظم، ۱۳۸۶). در تحقیق حاضر، پایایی این پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ به دست آمد.

### یافته های پژوهش

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی شرکت کنندگان

| ویژگی ها |                 | فراوانی | درصد |
|----------|-----------------|---------|------|
| سن       | زیر ۳۰ سال      | ۵۵      | ۳۰/۴ |
|          | ۳۰ تا ۴۰ سال    | ۷۵      | ۴۱/۴ |
|          | ۴۱ تا ۵۰ سال    | ۳۲      | ۱۷/۷ |
|          | بالتر از ۵۰ سال | ۱۹      | ۱۰/۵ |
| جنسیت    | مرد             | ۱۳۶     | ۷۵/۱ |
|          | زن              | ۴۵      | ۲۴/۹ |
| تاهل     | مجرد            | ۷۶      | ۴۲/۰ |
|          | متاهل           | ۱۰۵     | ۵۸/۰ |

|      |    |               |            |
|------|----|---------------|------------|
| ۱۴/۹ | ۲۷ | دیپلم         | تحصیلات    |
| ۱۹/۹ | ۳۶ | کاردانی       |            |
| ۳۹/۸ | ۷۲ | کارشناسی      |            |
| ۲۳/۲ | ۴۲ | کارشناسی ارشد |            |
| ۲/۲  | ۴  | دکتری         |            |
| 7/28 | ۵۲ | زیر ۵ سال     | سابقه شغلی |
| ۲۲/۱ | ۴۰ | ۶ تا ۱۰ سال   |            |
| ۲۳/۸ | ۴۳ | ۱۱ تا ۱۵ سال  |            |
| ۱۵/۵ | ۲۸ | ۱۶ تا ۲۰ سال  |            |
| ۹/۹  | ۱۸ | بالای ۲۰ سال  |            |

با توجه به جدول ۱، از بین شرکت کنندگان تعداد ۵۵ نفر زیر ۳۰ سال (حدود ۳۱ درصد)، تعداد ۷۵ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال (حدود ۴۲ درصد)، تعداد ۳۲ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال (حدود ۱۷ درصد) و تعداد ۱۹ نفر نیز بالاتر از ۵۰ سال (حدود ۱۱ درصد) سن دارند. از لحاظ وضعیت جنسیت، تعداد ۱۳۶ نفر مرد (حدود ۷۵ درصد) و تعداد ۴۵ نفر زن (حدود ۲۵ درصد) هستند. همچنین، از بین شرکت کنندگان تعداد ۷۶ نفر مجرد (حدود ۴۲ درصد) و تعداد ۱۰۵ نفر متأهل (حدود ۵۸ درصد) می‌باشند. علاوه بر این، از بین شرکت کنندگان تعداد ۲۷ نفر دارای مدرک تحصیلی دیپلم (حدود ۱۵ درصد)، تعداد ۳۶ نفر دارای مدرک تحصیلی کاردانی (حدود ۲۰ درصد)، تعداد ۷۲ نفر دارای مدرک تحصیلی کارشناسی (حدود ۴۰ درصد)، تعداد ۴۲ نفر دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد (حدود ۲۳ درصد) و تعداد ۴ نفر دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد (حدود ۲ درصد) هستند. وضعیت سابقه شغلی کارکنان نیز نشان می‌دهد که تعداد ۵۲ نفر زیر ۵ سال (حدود ۲۹ درصد)، تعداد ۴۰ نفر ۶ تا ۱۰ سال (حدود ۲۲ درصد)، تعداد ۴۳ نفر ۱۱ تا ۱۵ سال (حدود ۲۴ درصد)، تعداد ۲۸ نفر ۱۶ تا ۲۰ سال (حدود ۱۶ درصد) و تعداد ۱۸ نفر ۲۰ سال (حدود ۱۰ درصد) سابقه شغلی داشته‌اند.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون بین هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی

| متغیرها      | آماره               | جو سازمانی |
|--------------|---------------------|------------|
| هویت سازمانی | ضریب همبستگی پیرسون | ۰/۲۱۲**    |
|              | سطح معناداری (sig)  | ۰/۰۰۱      |
| سکوت سازمانی | ضریب همبستگی پیرسون | ۰/۴۳۷**    |
|              | سطح معناداری (sig)  | ۰/۰۰۱      |

نتایج جدول ۲، حاصل از آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین هویت سازمانی با جو سازمانی ( $r = -0/212$ )، رابطه منفی معنی دار وجود دارد. همچنین، بین سکوت سازمانی با جو سازمانی ( $r = 0/437$ )، رابطه مثبت معنی دار وجود دارد. ( $p = 0/001$ )

جدول ۳: ضریب همبستگی پیرسون بین مولفه‌های هویت سازمانی با جو سازمانی

| متغیرها | آماره               | جو سازمانی    |
|---------|---------------------|---------------|
| عضویت   | ضریب همبستگی پیرسون | $-0/189^{**}$ |
|         | سطح معناداری (sig)  | $0/011$       |
| وفاداری | ضریب همبستگی پیرسون | $-0/085$      |
|         | سطح معناداری (sig)  | $0/254$       |
| شباهت   | ضریب همبستگی پیرسون | $-0/235^{**}$ |
|         | سطح معناداری (sig)  | $0/001$       |

نتایج جدول ۳، حاصل از آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین مولفه‌های عضویت ( $r = -0/189$ )، شباهت ( $p = 0/011$ ) و شباهت ( $r = -0/235$ )، با جو سازمانی رابطه منفی معنی دار وجود دارد، اما بین وفاداری با جو سازمانی ( $r = -0/085$ )، رابطه معنی دار وجود ندارد. ( $p = 0/254$ )

جدول ۴: ضریب همبستگی پیرسون بین مولفه‌های سکوت سازمانی با جو سازمانی

| متغیرها                    | آماره               | جو سازمانی    |
|----------------------------|---------------------|---------------|
| نگرش مدیریت عالی به سکوت   | ضریب همبستگی پیرسون | $-0/338^{**}$ |
|                            | سطح معناداری (sig)  | $0/001$       |
| نگرش مدیریت عالی به سرپرست | ضریب همبستگی پیرسون | $0/394^{**}$  |
|                            | سطح معناداری (sig)  | $0/001$       |
| فرصت‌های ارتباطی           | ضریب همبستگی پیرسون | $0/357^{**}$  |
|                            | سطح معناداری (sig)  | $0/001$       |

نتایج جدول ۴، حاصل از آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین مولفه‌های نگرش مدیریت عالی به سکوت ( $r = 0/338$ )، نگرش سرپرست به سکوت ( $r = 0/394$ )، و فرصت‌های ارتباطی ( $r = 0/357$ )، با جو سازمانی رابطه مثبت معنی دار وجود دارد. ( $p = 0/001$ )

● ارتباط هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام استان‌های منتخب

جدول ۵: خلاصه مدل

| مدل | R    | R <sup>2</sup> | تعدیل R <sup>2</sup> | انحراف معیار برآورد | دوربین واتسون |
|-----|------|----------------|----------------------|---------------------|---------------|
| ۱   | ۰/۴۳ | ۰/۱۹           | ۰/۱۸۷                | ۰/۴۹                | ۱/۸۲          |

با توجه به مقدار ضریب همبستگی چندگانه (۰/۴۳)، ضریب تعیین به دست آمده ( $R^2 = ۰/۱۹$ ) و دوربین واتسون (۱/۸۲) می‌توان گفت که مدل مورد نظر قابلیت تبیین ۱۹ درصد از تغییرات جو سازمانی را بر اساس مولفه‌های هویت سازمانی و سکوت سازمانی دارا است.

جدول ۶: تحلیل واریانس مدل رگرسیونی b

| مدل        | مجموع مربعات | df  | میانگین مربعات | F      | سطح معناداری (sig) |
|------------|--------------|-----|----------------|--------|--------------------|
| رگرسیون    | ۱۰/۴۱۲       | ۱   | ۱۰/۴۱۲         | ۴۲/۳۴۶ | ۰/۰۰۱              |
| باقی مانده | ۴۴/۰۱۰       | ۱۷۹ | ۲/۲۴۶          |        |                    |
| مجموع      | ۵۴/۴۲۲       | ۱۸۰ |                |        |                    |

با توجه به مقدار آماره F جدول تحلیل واریانس ( $F = ۴۲/۳۴۶$ ) با درجه آزادی (۱ و ۱۷۹) با سطح معنی داری (۰/۰۰۱) و مقایسه این سطح معنی داری با  $\alpha = ۰/۰۵$  در جدول ۶، مشاهده می‌شود مدل رگرسیون گام به گام آزمون مناسبی جهت تشخیص فرضیه صفر مبنی بر عدم تأثیر هویت سازمانی و سکوت سازمانی بر تغییرات جو سازمانی است.

جدول ۷: نتایج ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای پیش بین بر متغیر ملاک

| سطح معناداری (sig) | t      | ضرایب استاندارد شده | ضرایب استاندارد نشده |       | متغیرها      |
|--------------------|--------|---------------------|----------------------|-------|--------------|
|                    |        | استاندارد شده       | انحراف معیار برآورد  | B     |              |
| ۰/۰۰۱              | ۱۲/۸۸۷ |                     | ۰/۱۷۳                | ۲/۲۲۵ | ثابت         |
| ۰/۰۰۱              | ۶/۵۰۷  | ۰/۴۳۷               | ۰/۰۴۸                | ۰/۳۱۵ | سکوت سازمانی |

جدول ۸: نتایج متغیرهای حذف شده پژوهش

| مدل گام به گام | Beta In | t      | Sig.  | ضریب همبستگی جزئی |
|----------------|---------|--------|-------|-------------------|
| هویت سازمانی   | -۰/۱۱۴  | -۱/۶۵۹ | ۰/۰۹۹ | -۰/۱۲۳            |

همچنین بر اساس ضرایب استاندارد شده رگرسیونی (ضرایب تحلیل مسیر) جدول ۷ و سطح معناداری (sig) کمتر از ۰/۰۵ مشاهده می شود فقط سکوت سازمانی ( $\beta=0/43$ ) پیش بینی کننده معنادار جو سازمانی است.

همچنین، به ازای افزایش یک واحد سکوت سازمانی، ۰/۴۳ جو سازمانی افزایش می یابد. جدول ۸ نیز متغیرهای حذف شده به علت همبستگی پایین را نمایش می دهد.

## بحث و نتیجه گیری

هدف کلی پژوهش حاضر، تعیین ارتباط بین هویت و سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان هیئت های بدنسازی و پرورش اندام استان های منتخب بود. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که بین هویت سازمانی با جو سازمانی ( $r=-0/212$ ،  $p=0/001$ ) رابطه منفی معنی دار وجود دارد. در تفسیر این یافته می توان چنین ادعان داشت که هویت سازمانی مربوط به تجارب و ایده هایی است که اعضا به طور کلی از سازمان دارند. (مردای و همکاران، ۱۳۸۷) هنگام ورود به سازمان ها- مانند دوره پذیرفته شدن به عنوان یک عضو در جامعه- هرچه ارزش هایی که دیگران درباره فرد، موفقیت و مقام سازمانی او ابراز می کنند، همخوانی بیشتری داشته باشد، تنظیم هویت سازمانی آسان تر صورت می گیرد. همچنین، هرچه نظرات و ارزش های فرد درباره شغل، وظایف شغلی و جایگاه سازمانی اش با نظرات و ارزش های دیگران تفاوت کمتری داشته باشد، احتمال ایجاد اختلال در ایجاد هویت سازمانی نیز کمتر خواهد بود. (آهنچیان و براتلسو، ۱۳۸۵) بنابراین، هویت سازمانی دربرگیرنده آن دسته از ویژگی های سازمانی است که از منظر اعضای سازمان، گذشته، حال و آینده سازمان را توصیف می نماید. (پوسا، ۲۰۰۶) از سوی دیگر، جو یا اقلیم سازمانی، به ادراک کارمندان از محیط عمومی کار در سازمان اطلاق شده و متأثر از سازمان رسمی و غیر رسمی، شخصیت افراد و رهبری سازمان است. جو سازمانی، پاسخی به نوسانات کوتاه مدت درون سازمانی و برون سازمانی است و بر حسب مقتضای موقعیتی و تعاملات گروهی آشکار می شود- جو سازمانی کم عمق تر و سطحی تر از فرهنگ سازمانی است. (حیدرزادگان، ۱۳۷۵) بنابراین، احتمالاً کارکنان هیئت های بدنسازی و پرورش اندام چنین تصور می کنند که کسب شناخت و گاهی از گذشته، حال و آینده سازمان باعث بروز تضادها و اختلافاتی بین کارکنان و مدیران عالی این هیئت ها می شوند و جو سازمانی شرایط نامناسب پیدا می کند. از سوی دیگر، با توجه به یافته پژوهش حاضر مبنی بر رابطه مثبت معنی دار بین سکوت سازمانی با جو سازمانی ( $r=0/437$ ،  $p=0/001$ )، در تبیین این یافته می توان چنین ادعان داشت که چون سکوت سازمانی خودداری کارکنان از بیان ارزیابی های رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیت های سازمان است (پیندر و هارلوز، ۲۰۰۱) از این رو، احتمالاً کارکنان هیئت های بدنسازی و پرورش اندام از طریق خودداری از بیان نظرات مخالف و یا به عبارتی همسویی با نظرات و ایده های حاکم بر این هیئت ها، احساس می کنند که جو سازمانی مطلوبی را رقم می زنند. در راستای یافته های پژوهش حاضر، سیلوی و همکاران (۱۳۹۴) و صلواتی و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان دادند که بین سکوت سازمانی با جو سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. در حالی که برخلاف یافته های پژوهش حاضر، زمانی و همکاران (۱۳۹۵) رابطه منفی معنادار بین سکوت سازمانی و جو سازمانی یافتند. از این رو،

نتایج تحقیق سیلاوی و همکاران (۱۳۹۴) و صلواتی و همکاران (۱۳۹۴) با یافته‌های پژوهش حاضر همسو و با نتایج تحقیق زمانی و همکاران (۱۳۹۵) ناهمسو می‌باشد. از دلایل احتمالی این ناهمسویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری تحقیقات اشاره کرد. همچنین، در این تحقیق مشخص شد که بین مولفه‌های عضویت ( $p=0/011$ ,  $r=-0/189$ ) و شباهت ( $p=0/001$ ,  $r=-0/235$ ) با جو سازمانی رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد، اما بین وفاداری با جو سازمانی ( $p=0/085$ ,  $r=-0/254$ ) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در تبیین این یافته نیز می‌توان چنین ادعان داشت که هر چه کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام حس تعلق و دلبستگی و کشش عاطفی بیشتری نسبت به سازمان‌شان (چنی، ۱۹۸۲) پیدا می‌کنند و به این ادراک می‌رسند که اهداف و علایق مشترکی با دیگر اعضای سازمان (چنی، ۱۹۸۲) دارند، احتمالاً به این نتیجه می‌رسند که جو سازمانی بر علیه آن‌ها می‌شود و جو سازمانی را شریطی نامطلوب درک می‌کنند. یافته‌های این بخش از پژوهش تحقیقات همسو و ناهمسو نداشت.

یافته‌ها مبین آن بود که بین مولفه‌های نگرش مدیریت عالی به سکوت ( $p=0/001$ ,  $r=0/338$ )، نگرش سرپرست به سکوت ( $p=0/001$ ,  $r=0/394$ ) و فرصت‌های ارتباطی ( $p=0/001$ ,  $r=0/357$ ) با جو سازمانی رابطه مثبت معنی‌دار وجود دارد. در راستای یافته‌های پژوهش حاضر، سیلاوی و همکاران (۱۳۹۴) و صلواتی و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان دادند که بین سکوت سازمانی با جو سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. در حالی که برخلاف یافته‌های پژوهش حاضر، زمانی و همکاران (۱۳۹۵) رابطه منفی معنادار بین سکوت سازمانی و جو سازمانی نشان دادند. از این‌رو، نتایج تحقیق سیلاوی و همکاران (۱۳۹۴) و صلواتی و همکاران (۱۳۹۴) با یافته‌های پژوهش حاضر همسو و با نتایج تحقیق زمانی و همکاران (۱۳۹۵) ناهمسو می‌باشد. از دلایل احتمالی این ناهمسویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری تحقیقات اشاره کرد.

در نهایت، در این تحقیق مشخص شد که فقط سکوت سازمانی ( $\beta=0/43$ ) پیش‌بینی‌کننده معنادار جو سازمانی است. همچنین، به ازای افزایش یک واحد سکوت سازمانی،  $0/43$  جو سازمانی افزایش می‌یابد. در تبیین این یافته می‌توان چنین ادعان داشت که احتمالاً کارکنان هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام به این ادراک رسیده‌اند که هر چه سکوت کنند، جو سازمانی مثبت‌تر و بهتر خواهد شد. یافته‌های این بخش از پژوهش تحقیقات همسو و ناهمسو نداشت.

بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران سطح عالی این هیئت‌ها، دوره‌های توانمندسازی کارکنان را در راستای شناخت دقیق سازمان و بهبود جو سازمانی توسعه دهند. همچنین، با بکارگیری روش‌های مطلوب و متناسب با سازمان برای بیان عقاید و نظرات کارکنان، در راستای بهبود سکوت سازمانی اقدام کنند. علاوه بر این، مدیران این هیئت‌ها از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی ماهانه نظرات کارکنان را دریافت کنند و از این طریق جو سازمانی را به شرایط ایده‌آل سوق دهند. در نهایت، روسای هیئت‌های بدنسازی و پرورش اندام سکوت سازمانی را به عنوان یکی عوامل موثر بر جو سازمانی مورد توجه قرار دهند.

## منابع

- افخمی، مهدی و خلیلی، افسر. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه عوامل شخصیتی و سکوت سازمانی کارکنان دانشی». پژوهش‌های مدیریت عمومی. شماره ۵، صص: ۶۵-۸۳.
- آهنجیان، محمدرضا و براتلو، فاطمه. (۱۳۸۶). «سازمان‌ها و هویت ما». مجله علوم اجتماعی. شماره ۲، صص: ۱-۱۲.
- رحمانسرشت، حسین و فرهادی نژاد، محسن. (۱۳۸۹). «مروری بر رابطه میان هویت سازمانی و تعهد سازمانی». دو ماهنامه منابع انسانی. ۲(۱۱): ۱۲-۲۹.
- رستگار، احمد و جابری، الهام. (۱۳۹۵). «بررسی نقش جو سازمانی در پیش بینی هویت سازمانی کارکنان اداره ورزش و جوانان استان فارس». اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی.
- رستگار، عباسعلی و روزیان، فرناز. (۱۳۹۳). «شناسایی عوامل مؤثر بر سکوت سازمانی به روش آمیخته تشریحی انتخاب مشارکت کننده». فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی. سال دوم، شماره ۸، صص: ۷-۱۸.
- زمانی، احمد؛ ابرزی، مهدی و نوری، ابوالقاسم. (۱۳۹۵). «ارتباط بین جو سازمانی و سکوت سازمانی بین کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر اصفهان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان، دانشکده مدیریت.
- شاهزاده احمدی، روح‌اله. (۱۳۹۱). «سکوت سازمانی». نشریه بینش. سال اول، شماره ۱، صص: ۱-۱۳.
- صادقی، احدیه؛ عیدی، حسین؛ ناصری پلنگرد، ولی و لقمانی، محسن. (۱۳۹۴). «تبیین مدل روانشناختی توانمندسازی کارکنان بر اساس اعتماد سازمانی». مدیریت منابع انسانی در ورزش. شماره ۲، صص: ۹۱-۸۱.
- صلواتی، علی؛ یاراحمدی، محمد و سیدهاشمی، سعید. (۱۳۹۴). «ارتباط بین سکوت سازمانی با جو سازمانی در کارکنان بانک». فصلنامه مدیریت دولتی. صص: ۱-۱۴.
- کرمانی، بهناز. (۱۳۸۵). «جو سازمانی و عوامل مرتبط». فصلنامه دیدگاه مهندسين صنايع. صص: ۱۲-۲۴.
- محمدزاده، زهرا؛ رحمان سرشت، حسین و کوشازاده، سیدعلی. (۱۳۹۲). «اثرا اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان». رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. شماره ۳، صص: ۱-۲۰.
- مرادی، مسعود و موسوی حجازی، بهار. (۱۳۸۶). «نقش طراحان در روند خلق هویت سازمانی». تدبیر. شماره ۱۹۴، صص: ۱۹-۲۴.
- نصر اصفهانی، علی و آقاپور دهکردی، طاهره. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان». جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۴. شماره پیاپی (۵۲)، شماره ۴، صص: ۱۳۹-۱۶۲.

- نوابی، ارمغان. (۱۳۹۰). «تحلیل رابطه روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی در شهرداری اصفهان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- نیک‌پیما، نسرين و غلام‌نژاد، حانیه. (۱۳۸۹). «عوامل موثر بر دیدگاه پرستاران شاغل در بیمارستان‌ها در مورد ابعاد مختلف جو سازمانی». مجله دانشکده پرستاری و مامایی دانشگاه علوم پزشکی تهران. دوره ۱۶، شماره ۲ ص: ۷۲-۷۸.

- Baheri, Gh; Zarei, R., & NikAeen, M. (2012). **“Organizational Silence (Basic Concepts and Its Development Factors)”**. Ideal Type of Management, Vol. 1, No. 1, PP. 58 -47.
- Beer, M., Eisenstat, R. (2000). **“The Silent Killers of Strategy Implementation and Learning”**. Sloan Management Review, Vol. 41, No. 4, p. 40-29.
- Brinsfield CT, Edwards MS. (2009). **“Greenberg J. Voice and silence in organizations: Historical review and current conceptualizations”**. Voice and silence in organizations. 1.
- Cheney, G. (1983). **“The rhetoric of identification and the study of organizational communication”**. Quarterly Journal of Speech, 158-143 ,69.
- Fuller, Jerry B., Kim Hester, Tim Barnett, Len Frey, Clint Relyea and Danielle Beu. (2006). **“Percived external prestige and internal respect: New insights into the organizational identification process”**. Human Relations, 846-815 ,59
- Halpin AW, Croft DB. (1963). **The Organizational Climate of schools**. Chicago: U. of Chicago
- Harquail CV, Cox T. (1993). **Organizational culture and acculturation**. In T. Cox, Jr. (Ed.), **Cultural diversity in organizations: Theory, research and practice**. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Heydari, Z. (2010). **“Study the relationship between organizational climate and conflict management from the perspective of teachers”**. the letter of News organizational industrial psychology, 74-65 ,(3)1.
- Jianhua, G., Xuemei, S., & Yan, Z. (2010). **“Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior: an empirical research of Chinese high-tech manufacturing enterprises”**. Nankai Business Review International, 179-166 ,(2)1.
- Kuhn, T. and Nelson, N. (2002). **“Reengineering identity”**. Management

Communication Quarterly, Vol 16, No 1, pp 38-5.

- Pinder, C.C. and Harlos, K. P. (2001). **“Employee Silence: Quiescence and Acquiescence as Responses to Perceived Injustice”**. In Rowland, K. M. and Ferris, G.R. (Eds), Research in personnel and Human Resources Management. New York. Vol. 20. Pp.69 -331.
- Prati LM, McMillan-Capehart A, Karriker JH. (2009). **“Affecting organizational identity, a manager's influence”**. Journal of Leadership & Organizational Studies. 15-404;(4)15 ;1.
- Puusa A. (2006). **“Conducting Research on Organizational Identity”**. Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies. 35-123;(2)11 ;2006.
- Shamir, B., & Kark, R. (2004). **“A single-item graphic scale for the measurement of organizational identification”**. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 123-115 ,(1)77.
- Vakola, M. & Bouradas, D. (2005). **“Antecedents and consequences of organizational silence: an empirical investigation”**. Employee Relations, ,(5)27 458-441.
- Weerakoon, R. (2016). **“Human resource management in sports: A critical review of its importance and pertaining issues”**. Physical culture and sport studies and research, 21-15 ,(1)69.



## ارائه مدل تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان

شهریار خرازیان<sup>۱</sup>  
فریده اشرف گنجویی<sup>۲</sup>  
علی زارعی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۲/۲۹

هدف از انجام تحقیق حاضر، تبیین مدل تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان (۹۰۰ نفر) بود که به صورت هدفمند انتخاب شدند و بر اساس جدول مورگان، ۲۷۰ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی ساده گزینش و موردآزمون قرار گرفتند. نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری بود. ابزار تحقیق شامل «پرسشنامه محقق ساخته فرهنگ سازمانی» (دارای ۳۳ گویه) و «پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی» ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) (دارای ۲۸ گویه) بود. از مدل معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که فرهنگ سازمانی اثر مثبت معناداری بر ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی دارد. در نهایت می‌توان گفت اگر مدیران وزارت ورزش و جوانان نسبت به تقویت فرهنگ سازمانی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خود، بستر مناسبی را در جهت ایجاد همנוایی مشترک به وجود آورند که همین این عامل می‌تواند بر افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد.

**واژگان کلیدی:** سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه شناختی، فرهنگ سازمانی و معادلات ساختاری

۱. دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
۲. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Ganjouiea@gmail.com  
۳. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## مقدمه

فرهنگ<sup>۱</sup> به معنی انگیزه‌ها، ارزش‌ها، باورها، هویت‌ها و تفسیرها یا معانی وقایع مهمی است که در نتیجه تجربه معمول اعضای سازمان یا جامعه‌ای حاصل می‌شود. (هاوس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲) فرهنگ سازمانی<sup>۳</sup> به عنوان یکی از عوامل مهم پیشرفت یا شکست سازمان‌ها شناخته شده است؛ به گونه‌ای که انبوه مطالعات در دهه ۱۹۸۰ در حیطه فرهنگ سازمانی صورت گرفته است. (بنت و والدس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶) فرهنگ سازمانی همانند فرهنگ ملی، عمده‌ترین وجه تمایز سازمان‌ها از یکدیگر را چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی تشکیل می‌دهد و موجبات انسجام و تعهد اعضا را نسبت به اهداف سازمان پدید می‌آورد. (امیری فرد و جهانی، ۱۳۹۲) هدف اصلی مطالعات فرهنگ سازمانی افزایش قدرت انطباق‌پذیری سازمانی، یادگیری و سازگار شدن با محیط رقابتی است تا هدف نهایی اثربخشی سازمانی حاصل شود. (فانگ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹)

بنا به تعریف، فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از معانی، اعتقادات، باورها و ارزش‌های مشترک است که توسط یک گروه یا سازمان حفظ شده و بر اندیشه و رفتار اعضای گروه و سازمان اثر می‌گذارد. (کاظمی و ابراهیم خانی، ۱۳۹۴) در تعریف دیگر، فرهنگ سازمانی شامل عناصر متعددی است که از عناصر شناختی نهفته همچون مفروضات، ارزش‌ها و باورها تا عناصر آشکارتر همچون مصنوعات و الگوها، ارزش‌ها، عملیات و رفتارها را در بر می‌گیرد. (بالینگ<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲)

فرهنگ را روح سازمان تعریف می‌کنند. فرهنگ حاکم بر سازمان، شکل دهنده شخصیت سازمانی است. اگر فرهنگ منسجم و متناسب با اهداف سازمانی در سازمان حاکم باشد، کارایی و اثربخشی افزایش می‌یابد. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از فرضیات اساسی است که افراد سازمان در روبه‌رو شدن با مسائل برای انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، ایجاد می‌کنند. فرهنگ سازمانی بر ارزش‌ها، عقاید، فرضیه‌ها، هنجارها و اهدافی که به طور وسیع در سازمان‌ها پذیرفته شده‌اند، دلالت می‌کند. فرهنگ سازمانی به افراد کمک می‌کند تا فعالیت‌های سازمان را دریابند. بنابراین هنجارهای رفتار برای آن‌ها مشخص می‌شود (بوگلسدیج و نوردرهان<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹).

فرهنگ سازمانی به عنوان مفهوم کلی است که اعتقادات، ایدئولوژی، سنت، هنجار، رسوم، دانش و فناوری را شامل می‌شود و عامل مهمی است که رفتار سازمان و اعضای آن را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (فلیپ و ماکوین<sup>۸</sup>، ۲۰۱۵). اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر اعضای سازمان به حدی است که می‌توان با بررسی ابعاد آن، نسبت به چگونگی رفتار، احساسات، دیدگاه‌ها و نگرش اعضای سازمان پی برد و واکنش احتمالی آنان را در برابر تغییرات مورد نظر، ارزیابی، پیش‌بینی و هدایت کرد. به وسیله فرهنگ، به سادگی می‌توان انجام تغییرات

1. Culture
2. House et al.
3. Organizational Culture
4. Bennett & Valdes
5. Fang
6. Baling
7. Beugelsdijk & Noorderhaven
8. Philip & McKeown

را تسهیل کرد و جهت گیری های جدید را در سازمان پایدار نمود. (ساون پارک و هیون گیم<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹) از نظر سینگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) فرهنگ های سازمانی، منش و شخصیت سازمان را نشان می دهند که این هم روابط کاری روزانه کارکنان را اداره می کند و هم آن ها را در زمینه چگونگی رفتار و مرآوده درون سازمان و تشکیل شدن سلسله مراتب هدایت می کند. تعدادی از پژوهشگران رفتار سازمانی، بیان نموده اند که ارزش های مشترک در سازمان برگرفته از فرهنگ سازمانی، بر ایجاد جوی برای تلاش بیشتر کارکنان بسیار مفید واقع شده و همچنین فرهنگ سازمانی دارای اثری مثبت بر کارآمدی بدون توجه به زمینه های کاری آن خواهد شد. (اگان و بارتلت<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶)

بر اساس مباحث مطرح شده و تعاریف می توان گفت که فرهنگ سازمانی هم بر رفتار کارکنان و هم بر ارزش هایی که یک سازمان را تشکیل می دهد، تأثیرگذار است. اگر یک فرهنگ سازمانی مؤثر و مفید در یک سازمان رشد پیدا کند، کارمندان و مدیران آن سازمان می توانند احساس بازدهی بیشتری کنند و در یک جو و فضای بهتری کار نمایند. (قاسمی ثانی و دوستی، ۱۳۹۳) فرهنگ سازمانی از طریق تعامل ها و واکنش های مکرر بین اعضای سازمان شکل می گیرد و بدون در نظر گرفتن آن سازمان وجود ندارد؛ به طوری که فرهنگ سازمانی یک ارتباط سازمانی است که می توان آن را یک زنجیره معانی خاموش که معانی خاص همه فعالیت های انسانی و فرایندهای سازمانی را ارائه می دهد، دانست. یکی از مهم ترین عوامل تشکیل فرهنگ سازمانی ناشی از تعاملات بین کارمندان و کیفیت ارتباطات سازمانی است. (گوگوسیوهان و گویتاآلکساندر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴)

مبحث دیگری که در سازمان و در مورد ارتباط کارکنان و اعضای آن سازمان مورد بررسی قرار می گیرد، بحث سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> است. سرمایه اجتماعی به پیوندهای اجتماعی، هنجارها و اعتماد همراه با آن ها اشاره دارد. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سرمایه اجتماعی را در قالب «نهادهای، روابط و هنجارها، شبکه های همراه با هنجارها، ارزش ها و درک مشترکی که تعاون و همکاری در درون و میان گروه ها تسهیل می کنند» تعریف می کند. (نجمارزاده و سلیمانی، ۱۳۹۱) سرمایه اجتماعی در سازمان باعث شکل گیری روابط کاری می شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات تسهیل کننده در سازمان را افزایش می دهد. (دهقانی و همکاران، ۱۳۹۳) سرمایه اجتماعی، مجموعه ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت بالقوه در روابط اجتماعی گروه ها و در سازمان های اجتماعی وجود دارد. برخی از این ذخایر که گاه از آن ها به عنوان ارزش های اجتماعی نیز یاد می شود، عبارت اند از: صداقت، سلامت نفس، همدردی، اعتماد، وابستگی و فداکاری. سرمایه اجتماعی از طریق این منابع، کار افراد جامعه را آسان، سریع و کم هزینه و مطمئن می سازد و بدین وسیله آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می کند. (ذاکری و صفارزاده، ۱۳۸۹) سرمایه اجتماعی می تواند هزینه های تبادل و تعامل را در سازمان های مختلف کاهش دهد. امروزه تخصصی شدن حرفه های مختلف به گونه ای است که دیگر شیوه های دیوان سالارانه در سرپرستی کارکنان متخصص نمی تواند پاسخگوی نیازهای سازمان باشد. بنابراین می توان گفت سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری برای دستیابی به

1. San Park & Hyun Kim

2. Tseng

3. Egan & Bartlett

4. Cucu- Ciuhan & Guită- Alexandru

5. Social Capital

توسعه محسوب می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. (خداداد کاشی و گودرزی، ۱۳۹۳)

ناهپیت و گوشال<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی سه بُعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می‌گیرند: بُعد ساختاری<sup>۲</sup>، بُعد رابطه‌ای<sup>۳</sup> و بُعد شناختی<sup>۴</sup>. بُعد ساختاری به ویژگی‌های سیستم‌های اجتماعی و شبکه‌های روابط به عنوان یک کل مربوط می‌شود. به عبارت دیگر، این بُعد به الگوی کلی ارتباطات بین اعضا در سازمان اشاره دارد؛ یعنی به چه کسی دسترسی دارید و چگونه به آن‌ها دسترسی دارید و آیا افراد در سازمان همدیگر را می‌شناسند. بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاصی که مردم دارند همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد. بُعد شناختی نیز عبارت است از: منابعی که فراهم کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان اعضاست همچون کدها و زبان مشترک و حکایات (لازاروا و تیلور<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹).

نقش تعیین کننده سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی و سازمانی نیازمند برنامه‌ریزی برای افزایش ذخیره این سرمایه است. مطالعات گوناگونی جهت شناسایی پیش‌بینی کننده‌های سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها انجام شده است. (اسکندرپور و همکاران، ۱۳۹۲) یکی از متغیرهایی که بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است، فرهنگ سازمانی می‌باشد. فرهنگ سازمانی به عنوان یک کنترل کننده سرمایه اجتماعی جهت تقویت رفتارهای مشخص و ارزش‌های غالب عمل می‌کند. (هلمس و استرن<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰) به عبارت دیگر، رابطه علی و معلولی بین فرهنگ و سرمایه اجتماعی رابطه‌ای دوسویه است، ولی به نظر می‌رسد نقش تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی قابل تأمل تر باشد. (ناطق پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۵) بر اساس تعاریف ارائه شده، اگرچه سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی رابطه نزدیکی با هم دارند، اما از یکدیگر متفاوت هستند. فرهنگ سازمانی، نرم‌افزاری است که به هر سازمان امکان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ایجاد کند و آن را در حالتی به کاربرد که ارزش تولید نماید. (لاندمن<sup>۷</sup>، ۲۰۰۴) روابط با ثبات بین اعضای جامعه یا سازمان بر اساس سرمایه اجتماعی، محصولات یک فرهنگ مشترک است. فرهنگ، تصویر ذهنی و نگرش اعضای یک اجتماع را پدید می‌آورد.

همان طور که از تعاریف بر می‌آید و گفته شد، فرهنگ سازمانی می‌تواند بر متغیرهای مختلف سازمانی از جمله سرمایه اجتماعی اثرگذار باشد. نتایج تحقیق کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴) بر اساس مدل ساختاری نشان داد که فرهنگ تداومی، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری ارتباط مستقیمی با سرمایه اجتماعی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان شهر همدان داشت. همچنین، نتایج تحقیقات قاسمی و دوستی (۱۳۹۳) نشان داد که در مجموع بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی و نیز ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) رابطه مثبتی معناداری وجود داشته و بر اساس نتایج رگرسیون

1. Nahapiet & Ghoshal

2. Structural capital

3. Relational Capital

4. Cognitive Capital

5. Lazarova & Taylor

6. Helms & Stern

7. Landman

چندگانه نیز مشخص شد که فرهنگ تداومی و فرهنگ رسالتی قابلیت پیش بینی سرمایه اجتماعی را دارند. پاک نیا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق دیگری نتیجه گرفتند که خلاقیت فردی، سیستم پاداش، خطر پذیری، هدایت، کنترل، حمایت مدیریت، هویت، الگوهای ارتباطی، تعارض پذیری و یکپارچگی به عنوان سازه های فرهنگ سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت فناوری اطلاعات اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی آن ها دارند. تقی زاده و سلطانی (۱۳۹۰) با پژوهش بر روی دبیران دبیرستان های تبریز دریافتند که بین فرهنگ سازمان و ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره وری نیروی کارکنان اثر مثبتی دارد.

۳۰۵ عبدالکریم و همکاران (۲۰۱۶) اثر فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی را بر روی کارآفرینی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان کرمانشاه و اصفهان مورد تحقیق قرار دادند و دریافتند که فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان کرمانشاه و اصفهان اثر مثبت معناداری داشته و سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان نقش میانجی را ایفا نموده است. رمضان (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «اثر فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های صنعتی» نشان داد که فرهنگ سازمانی اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی داشته و ویژگی های فرهنگی با تمرکز داخلی بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی در این سازمان ها بر جای گذاشته است. فضلی و همکاران (۲۰۱۴) رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با تعالی سازمانی کارکنان بانک های ملی شهر شیراز را بررسی کردند. نتایج آن ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (مشارکت در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت) با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه شناختی، رابطه ای و ساختاری) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

بمبینیک<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی تأکید می کند که فرهنگ سازمانی، عامل کلیدی توسعه سرمایه اجتماعی در گروه های مدیریتی می باشد. فرهنگ سازمانی می تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان، جو سازمانی و اعتقاد متقابل بین اعضا شود. سانگ- ژنگ و ژیاو- دی<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی و توانایی انسجام در دانش کسب و کار پرداختند. نتیجه به دست آمده نشانگر این بود که فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر روی سرمایه اجتماعی دارد. طاهری و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی ارتباط بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در سازمان آب و فاضلاب دریافتند که در حالت کلی بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. همچنین مشخص شد که بین ابعاد فرهنگ سازمانی (فرهنگ مشارکتی، مأموریتی، تداومی و سازگاری) با ابعاد سرمایه اجتماعی (سرمایه اجتماعی ساختاری، شناختی و رابطه ای) ارتباط مثبت و معناداری به چشم می خورد. ایسبری<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) در بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد

1. Bembenek

2. Song-zheng &amp; Xiao-di

3. Hannington &amp; Isabirye

روانی، رفتار شهروندی و عملکرد سازمانی نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود ندارد و در نهایت نتایج رگرسیون نشان داد که فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی و رفتار شهروندی تا ۵۱/۶ درصد به عملکرد سازمان کمک می‌کند.

در پژوهش‌های مختلفی ارتباط بین متغیرهای این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق بهلولی زیناب و همکاران (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی با هر یک از ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی مدیران رابطه معنادار دارد. مرادی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود بیان کردند که رهبری تحول‌گرا و همچنین فرهنگ سازمانی بر کارایی کارکنان وزارت ورزش و جوانان تأثیر دارد. نتایج تحقیق حمزه زاده و همکاران (۱۳۹۰) نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان اداره ورزش و جوانان اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بر اساس نتایج تحقیقات گذشته مشاهده می‌شود که فرهنگ سازمانی می‌تواند بر سرمایه اجتماعی و دیگر متغیرهای سازمانی و فردی در سازمان‌ها و جوامع مختلف تحقیقاتی از جمله سازمان‌های ورزشی اثرگذار باشد. در کشور ما وزارت ورزش و جوانان متولی اصلی ورزش کشور محسوب می‌شود و با توجه به نقش مهم آن در ورزش کشور، بهبود عملکرد این سازمان باعث پیشرفت هرچه بیشتر ورزش کشور خواهد شد. در این بین فرهنگ می‌تواند به عنوان محرکی برای تکمیل و ایجاد پیوند بین اعضای سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های ورزشی باشد. با توجه به مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی در زمینه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی می‌توان نتیجه گرفت که درباره شناخت مؤلفه‌های خاص فرهنگ سازمانی در سازمان‌ها، تحقیق قابل توجهی انجام نگرفته است و پژوهش‌های انجام شده در سازمان‌های ورزشی و سایر سازمان‌ها تنها به آزمون مدل‌های فرهنگ سازمانی همچون مدل رابینز یا دیسون پرداخته‌اند. لذا محقق با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق سعی خواهد کرد با شناخت مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، اثر فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان بر سرمایه اجتماعی را بررسی نماید. بدین ترتیب، سؤال اصلی تحقیق این خواهد بود: آیا فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان اثرگذار است؟

### روش شناسی پژوهش

از آنجا که هدف تحقیق، تعیین روابط علی بین فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌باشد، تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی است. نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. به منظور شناسایی ابعاد فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، جامعه آماری شامل ۹۰۰ نفر از مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان بود که با توجه به جدول مورگان ۲۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پس از چند مرحله بازنگری و انجام یک مرحله آزمایشی، پرسشنامه نهایی تنظیم گردید. از تعداد پرسشنامه‌های توزیع شده، ۳۰۰ عدد برگشت داده شدند که بعد از مرور اولیه تعداد ۲۷۰ عدد از آنها واجد شرایط برای به کارگیری در محاسبات تشخیص داده شدند- با توجه به فرمول حجم نمونه، این تعداد از نمونه برای انجام تحقیق مناسب ارزیابی می‌شود. پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها در زمینه شناسایی فرهنگ سازمانی در وزارت ورزش و جوانان، در نهایت

۳۳ مؤلفه شناسایی شد. این مؤلفه‌ها شامل تمایل به تسهیم اطلاعات، توجه به ایجاد تیم‌های کاری، تفویض اختیار، تأکید بر دستورالعمل‌های اخلاقی، تأکید بر نظر اکثریت، استقبال از تغییر در سازمان، تکریم ارباب رجوع، انضباط و قانون‌مداری، یادگیری و رشد کارکنان، توجه به استراتژی سازمانی، تشویق به همکاری، تأکید بر خودیابی کارکنان، میزان انتقاد‌پذیری، رقابت، سخت‌کوشی و کمال‌گرایی، پایبندی به اعتقادات و ارزش‌های دینی، خودکنترلی، پذیرش و تحمل اختلاف سلیقه، تأکید بر نتایج به جای شیوه‌ها، اعتقاد بر تشریفات و آداب و رسوم و سنت‌ها، آزادی و استقلال فردی، حمایت مدیران، مکانیسم کنترل کار و فرد انجام دهنده، مکانیسم نظارت کار و فرد انجام دهنده، مکانیسم ارزشیابی کار و فرد انجام دهنده، وضوح اهداف، نوآوری و خلاقیت، الگوهای ارتباطی، تعارض‌پذیری، توجه به نتایج، توجه به جزئیات، احترام به هنجارهای گروهی، مذاکرات برد-برد بود.

۳۰۷ به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. برای سنجش فرهنگ سازمانی از پرسشنامه محقق ساخته (دارای ۳۳ گویه) - که پس از استخراج مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی از طریق مصاحبه تهیه شد - استفاده گردید. همچنین به منظور سنجش سرمایه اجتماعی از «پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی» ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) - دارای ۲۸ گویه - و پرسشنامه محقق ساخته فرهنگ سازمانی در سه بُعد سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی = دارای هفت خرده مقیاس شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش‌ها و تعهد - استفاده شد. ابزار تحقیق بر اساس مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱) نمره‌گذاری شدند. روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و روایی سازه آن‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأیید شد. همچنین به منظور محاسبه پایایی درونی، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. پایایی پرسشنامه‌های پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ برای فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۹۷ به دست آمد. بدین منظور بخش کوچکی از جامعه آماری (۳۰ نفر) انتخاب و پرسشنامه‌ها به شکل مقدماتی در جامعه توزیع گردید که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج در

جدول ۱ بیان شده است. در نهایت، داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۱: پرسشنامه‌های تحقیق

| پرسشنامه‌ها    | سازنده                 | تعداد گویه‌ها | آلفای کرونباخ |
|----------------|------------------------|---------------|---------------|
| فرهنگ سازمانی  | محقق ساخته             | ۳۳            | ۰/۸۶          |
| سرمایه اجتماعی | ناهاییت و گوشال (۱۹۹۸) | ۲۸            | ۰/۹۷          |

جهت توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی از آمار توصیفی (جداول توزیع فراوانی و درصد فراوانی) و مدل از معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه علی و معلولی بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در وزارت ورزش و جوانان استفاده شد.

## یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا یافته‌های توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی ارائه می‌شود.

جدول ۲: توزیع ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌ها

| میزان تحصیلات   | سابقه کاری | سن   | جنسیت | متغیرهای جمعیت شناختی |
|-----------------|------------|------|-------|-----------------------|
| دکتری           | ۱۱         | ۱۹   | زن    | عوامل جمعیت شناختی    |
| کارشناسی ارشد   | ۳۴         | ۳۳   | مرد   | عوامل جمعیت شناختی    |
| کارشناسی        | ۸۰         | ۱۲۷  | ۹۱    | عوامل جمعیت شناختی    |
| کارדانی         | ۸۲         | ۳۳/۸ | ۴۱/۱  | عوامل جمعیت شناختی    |
| دیپلم           | ۶۳         | ۴۷   | ۳۳/۸  | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۲۱ تا ۳۰ سال    | ۳۴         | ۷    | ۴۱/۱  | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۱۱ تا ۲۰ سال    | ۹۴         | ۱۲/۲ | ۵۸/۹  | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۶ تا ۱۰ سال     | ۱۱۱        | ۱۱/۵ |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۱ تا ۵ سال      | ۳۱         |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| بیشتر از ۵۱ سال | ۱۹         |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۴۱ تا ۵۰ سال    | ۳۳         |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۳۱ تا ۴۰ سال    | ۱۲۷        |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| ۲۰ تا ۳۰ سال    | ۹۱         |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| زن              | ۱۱۱        |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |
| مرد             | ۱۵۹        |      |       | عوامل جمعیت شناختی    |

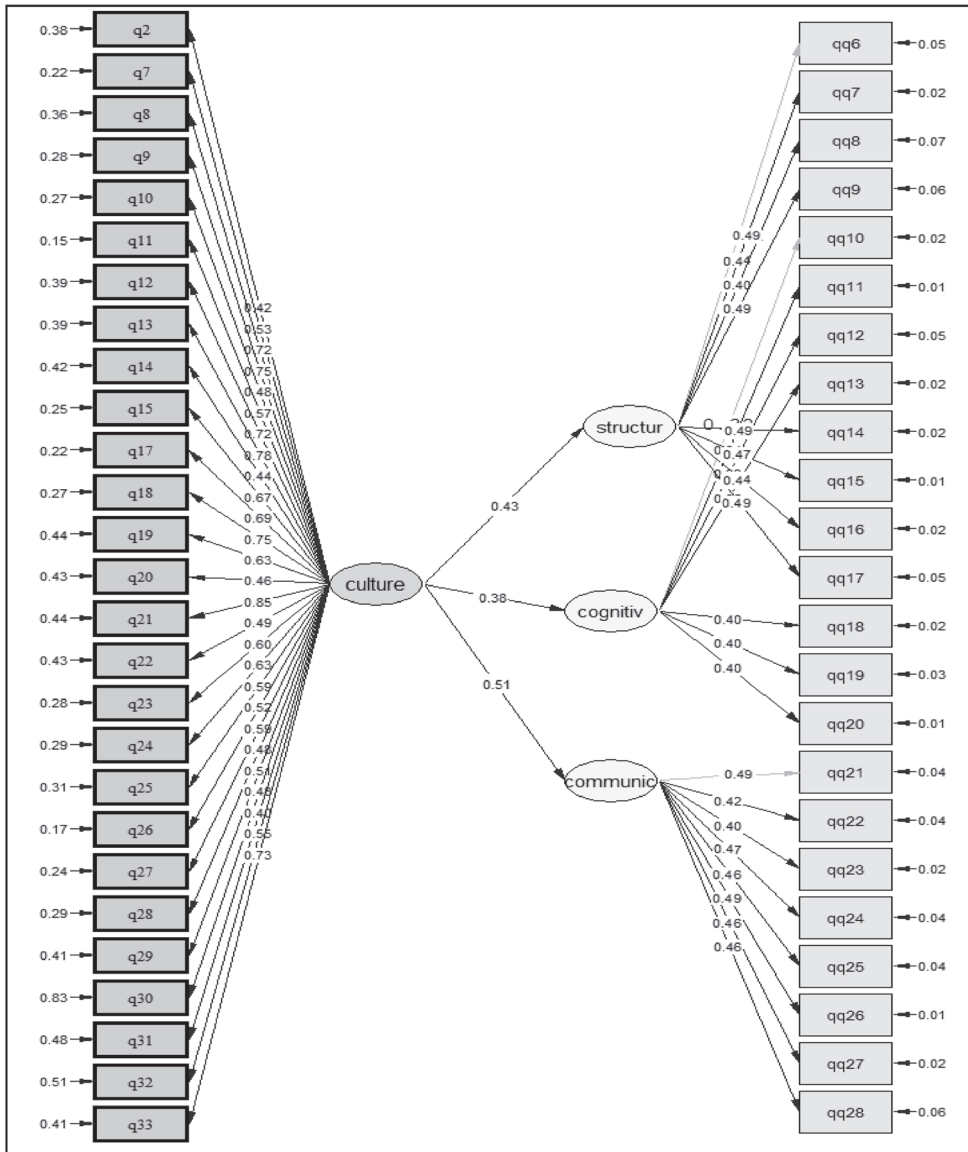
بر اساس یافته‌های توصیفی تحقیق (جدول ۲)، بیشتر نمونه‌های تحقیق در دامنه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال بوده (۱۲۷ نفر، ۴۷ درصد) و ۳۳/۸ درصد (۹۱ نفر) در دامنه سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال بودند. از نظر سابقه شغلی، ۱۱۱ نفر (۴۱/۱ درصد) بین ۶ تا ۱۰ سال و ۹۴ نفر (۳۴/۸ درصد) بین ۱۱ تا ۲۰ سال سابقه کاری داشتند. ۸۲ نفر (۳۰/۴ درصد) و ۸۰ نفر (۲۹/۶ درصد) از نمونه‌های تحقیق دارای مدرک کاردانی یا کارشناسی بودند و در بین نمونه‌ها ۱۱ نفر دارای مدرک دکتری بودند. در این بخش پیش از انجام آزمون‌های آماری و به دلیل پیش فرضی جهت استفاده یا عدم استفاده از آزمون‌های پارامتریک از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده گردید.

جدول ۳: آماره‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنف

| متغیرهای پژوهش | آماره‌ها |       |
|----------------|----------|-------|
|                | P        | Z     |
| فرهنگ سازمانی  | ۰/۴۵۳    | ۰/۸۵۸ |
| سرمایه ساختاری | ۰/۰۵۶    | ۱/۴۲  |
| سرمایه شناختی  | ۰/۰۷۵    | ۲/۶۷  |
| سرمایه ارتباطی | ۰/۰۵۵    | ۱/۳۴  |

با توجه به مقادیر سطح معناداری در جدول ۳ مشاهده می‌شود که تمامی مقادیر بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشند. این بدان معناست که توزیع مشاهده شده متغیرهای تحقیق با توزیع مورد انتظار محقق یکسان است؛ یعنی توزیع متغیرهای تحقیق یک توزیع نرمال بوده و با توجه به آن از آزمون‌های پارامتریک جهت بررسی ارتباط بین متغیرها استفاده شد.

در شکل ۱ و شکل ۲ ضرایب مسیر و مقادیر آماره تی مربوط به مدل معادلات ساختاری جهت بررسی مدل ارتباطی تحقیق نمایش داده شده است.



شکل ۱: ضرایب رگرسیونی (بارهای عاملی) مدل تحقیق



بر مبنای یافته‌های حاصل از مدل معادلات ساختاری و نتایج گزارش شده در شکل ۱ و شکل ۲ مشاهده می‌شود کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و آماره  $t$  از مقادیر قابل قبولی برخوردارند. این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (فرهنگ سازمانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی) می‌باشند.

جدول ۴: آزمون محاسبه نسبت بحرانی با استفاده از ضرایب مسیر و آماره  $t$  در مسیرهای فرض شده

| مسیرهای فرض شده           | ضرایب | انحراف استاندارد | نسبت بحرانی (t-value) | نتیجه |
|---------------------------|-------|------------------|-----------------------|-------|
| فرهنگ سازمانی بعد ساختاری | ۰/۴۳  | ۰/۱۱۲            | ۳/۸۱                  | تایید |
| فرهنگ سازمانی بعد شناختی  | ۰/۳۸  | ۰/۱۱۸            | ۳/۲۰                  | تایید |
| فرهنگ سازمانی بعد ارتباطی | ۰/۵۱  | ۰/۱۱۴            | ۴/۴۷                  | تایید |

بر اساس یافته‌های مدل تحقیق در جدول ۴، چون مقدار آماره  $t$  برای تأثیر فرهنگ سازمانی بر بعد ساختاری برابر با ۳/۸۱ و از ۱/۹۶ بیشتر و مقدار ضریب مسیر مثبت است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی بر بعد ساختاری تأثیر دارد؛ یعنی هر چه فرهنگ سازمانی بهبود یابد، بعد ساختاری بهتر می‌شود. لذا، مدیران و مسئولان سازمان می‌توانند با تقویت فرهنگ سازمان و ایجاد بستری مناسب، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کارکنان را افزایش دهند. نسبت بحرانی در بعد ساختاری، بعد شناختی و بعد ارتباطی به ترتیب ۳/۸۱، ۳/۲۰ و ۴/۴۷ می‌باشد که گویای قابل قبول بودن تأثیر فرهنگ سازمانی در افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌باشد.

جدول ۵: بارهای عاملی و مقادیر آماره  $t$  مدل روابط متغیرهای تحقیق

| مسیرهای مدل                       | ضرایب رگرسیونی | انحراف استاندارد | مقدار T |
|-----------------------------------|----------------|------------------|---------|
| فرهنگ سازمانی ---> سرمایه ساختاری | ۰/۴۳           | ۰/۱۱۲            | ۳/۸۱    |
| فرهنگ سازمانی ---> سرمایه شناختی  | ۰/۳۸           | ۰/۱۱۸            | ۳/۲۰    |
| فرهنگ سازمانی ---> سرمایه ارتباطی | ۰/۵۱           | ۰/۱۱۴            | ۴/۴۷    |

بر اساس یافته‌های مدل تحقیق (جدول ۵) می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی بر سرمایه ساختاری (۰/۴۳=بار عاملی، ۳/۸۱= $t$ )، سرمایه شناختی (۰/۳۸=بار عاملی، ۳/۲۰= $t$ ) و سرمایه ارتباطی (۰/۵۱=بار عاملی، ۴/۴۷= $t$ ) اثر مثبت معناداری داشته است. در ادامه شاخص‌های برازش مربوط به مدل تحقیق گزارش می‌شود.

جدول ۶: شاخص های برازش مدل ارتباطی تحقیق

| شاخص های برازش                                | مقادیر شاخص ها | ملاک         | تفسیر     |
|-----------------------------------------------|----------------|--------------|-----------|
| کای اسکوار (کای دو)                           | ۵۵۲/۵۴         | -            | -         |
| درجه آزادی                                    | ۲۹۸            | -            | -         |
| نسبت کای اسکوار به درجه آزادی ( $\chi^2/df$ ) | ۱/۸۵           | بین ۱ تا ۳   | قابل قبول |
| شاخص نیکویی برازش (GFI)                       | ۰/۸۹           | بیشتر از ۰/۸ | قابل قبول |
| شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)            | ۰/۸۲           | بیشتر از ۰/۸ | قابل قبول |
| ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA)          | ۰/۰۵۴          | کمتر از ۰/۰۸ | قابل قبول |
| شاخص برازش تطبیقی (CFI)                       | ۰/۵۵           | بیشتر از ۰/۸ | رد        |
| شاخص برازش هنجار شده (NFI)                    | ۰/۴۵           | بیشتر از ۰/۸ | رد        |
| شاخص برازش افزایشی (IFI)                      | ۰/۸۵           | بیشتر از ۰/۸ | قابل قبول |

با توجه به جدول ۶ مشاهده می شود که شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) به عنوان شاخص های اصلی برازش مدل بیشتر از ۰/۸ بوده اند که نشان از تأیید مدل دارند. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۱/۸۵) کمتر از ۳ بوده که به منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین، مقدار ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) برابر با ۰/۰۵۴ می باشد که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است، نشان می دهد که مدل قابل قبول می باشد.

### بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از آزمون تحقیق نشان داد که فرهنگ سازمانی بر سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی و سرمایه ارتباطی مدیران و کارکنان وزارت ورزش و جوانان اثر مثبت معناداری دارد. همچنین، توزیع مشاهده شده متغیرهای تحقیق با توزیع مورد انتظار محقق یکسان بوده است؛ یعنی توزیع متغیرهای تحقیق یک توزیع نرمال قلمداد می شود. به عبارت دیگر، کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) و آماره تی از مقادیر قابل قبولی برخوردار هستند و این شاخص ها نشان می دهند که متغیرهای مشاهده ای اندازه گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان (فرهنگ سازمانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه شناختی) می باشند.

فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از عوامل مهم پیشرفت یا شکست سازمان های ورزشی شناخته شده است. یافته تحقیق با نتایج تحقیقات بنت و والدس (۲۰۰۶)، امیری فرد و جهانی (۱۳۹۲)، بوگلسدیچ و نوردروان (۲۰۰۹) و فانگ (۲۰۰۹) همخوانی دارد. همچنین، بخشی از یافته های پژوهش حاکی از این بود که فرهنگ سازمانی به افراد کمک می کند تا فعالیت های سازمان ورزشی را بهتر دریابند. تحقیقات کیفی که توسط دهقانی

و همکاران (۱۳۹۳)، گوگوسیوهان و گویتاآلکساندر (۲۰۱۴) و ذاکری و صفارزاده (۱۳۸۹) انجام گرفته است، نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی باعث شکل‌گیری روابط کاری می‌شود که بر اساس آن همکاری و اقدامات تسهیل‌کننده در مراکز ورزشی افزایش پیدا می‌کند.

پژوهش‌هایی که توسط خداداد کاشی و گودرزی (۱۳۹۳)، لازاروا (۲۰۱۱) و اسکندرپور و همکاران (۱۳۹۲) انجام شده است نیز نشان داده‌اند که بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاص مردم همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، استوار بوده است. با توجه به یافته‌های پژوهش و مرور ادبیات پژوهش، مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان‌های ورزشی سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. ناطق‌پور و فیروزآبادی (۱۳۸۵) نیز دریافتند که فرهنگ سازمانی، نرم‌افزاری است که به هر فضای ورزشی امکان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ایجاد کند و آن را در حالتی به کاربرد که ارزش تولید دارد. بنابراین با بهبود روابط بین فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان، رابطه مثبتی به وجود خواهد آمد.

ابعاد فرهنگ سازمانی به ترتیب فرهنگ مشارکتی و انعطاف‌پذیری قادر به پیش‌بینی سرمایه اجتماعی سازمانی در فضاهای ورزشی هستند. نتایج حاصل از این تحقیق با نتایج کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴)، قاسمی و دوستی (۱۳۹۳)، یاری و همکاران (۱۳۹۵) و لاندمن (۲۰۰۴) همخوانی دارد. نتایج تحقیق کاظمی و ابراهیم خانی (۱۳۹۴) بر اساس مدل ساختاری نشان داد که فرهنگ تداومی، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ سازگاری ارتباط مستقیمی با سرمایه اجتماعی اداره کل ورزش و جوانان شهر زنجان داشت. همچنین، نتایج تحقیقات قاسمی و دوستی (۱۳۹۳) نشان داد که در مجموع بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی و نیز ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) رابطه مثبت معناداری وجود داشته و بر اساس نتایج رگرسیون چندگانه نیز مشخص شد که فرهنگ تداومی و فرهنگ رسالتی، قابلیت پیش‌بینی سرمایه اجتماعی را دارند.

پاک‌نیا و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق دیگری نتیجه گرفتند که خلاقیت فردی، سیستم پاداش، خطرپذیری، هدایت، کنترل، حمایت مدیریت، هویت، الگوهای ارتباطی و یکپارچگی به عنوان فرهنگ سازمانی در فضاهای ورزشی، اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی سازمان‌های ورزشی دارند. تقی‌زاده و سلطانی (۱۳۹۰) در بین مریبان سازمان ورزش تبریز دریافتند که بین فرهنگ سازمان و ابعاد آن (فرهنگ سازگاری، فرهنگ رسالتی، فرهنگ مشارکتی و فرهنگ تداوم) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری کارکنان وزارت ورزش و جوانان دریافتند که فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری کارکنان اثر مثبتی دارد.

عبدالکریم و همکاران (۲۰۱۶) اثر فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی را بر روی کارآفرینی کارکنان سازمان‌های ورزشی کرمانشاه و بابل عراق مورد تحقیق قرار دادند و دریافتند که فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان سازمان‌های ورزشی کرمانشاه و بابل عراق اثر مثبت معناداری داشته است. همچنین نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان نقش

میانجی را ایفا می نماید. رمضان (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «اثر فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی» نشان داد که فرهنگ سازمانی، اثر مثبت معناداری بر سرمایه اجتماعی داشته و ویژگی های فرهنگی با تمرکز داخلی بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی بر جای گذاشته است. فضلی و همکاران (۲۰۱۴) رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با تعالی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان شهر شیراز را بررسی کردند. نتایج آن ها نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و ابعاد آن (مشارکت در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت) با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه شناختی، رابطه ای و ساختاری) ارتباط مثبت معناداری وجود دارد. بمبینیک (۲۰۱۴) در تحقیقی تأکید می کند که فرهنگ سازمانی، عامل کلیدی توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان های ورزشی می باشد. فرهنگ سازمانی می تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان، جو سازمانی و اعتقاد متقابل بین اعضای مراکز ورزشی شود. سانگ-ژنگ و ژیانو-دی (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، یادگیری سازمانی و توانایی انسجام در دانش کسب و کار پرداختند و نتیجه به دست آمده نشانگر این بود که فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی بر روی سرمایه اجتماعی فضاهای ورزشی دارد.

ایسبری (۲۰۱۳) در بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی، رفتار شهروندی و عملکرد سازمانی نتیجه گرفت که بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی ارتباط معناداری وجود ندارد و در نهایت نتایج رگرسیون نشان داد که فرهنگ سازمانی، سرمایه اجتماعی، قرارداد روانی و رفتار شهروندی تا ۵۱/۶ درصد عملکرد کارکنان در مراکز و سازمان های ورزشی را بهبود می دهد.

آنچه از مجموعه تعاریف سرمایه اجتماعی برداشت می شود این است که سرمایه اجتماعی دربردارنده مضامینی همچون اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان ورزشی است که پیگیری اهداف مشترک را در آن نهاد ورزشی تسهیل می کند. ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی، سه بُعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می گیرند: بُعد ساختاری، بُعد رابطه ای و بُعد شناختی. یافته های وی ارتباط معنی داری با سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی نهادهای ورزشی دارد که دقیقاً مطابق با یافته های اسکندر پور و همکاران (۱۳۹۲) در مجموعه ای از فرضیه های ضمنی می باشد که به طور مشترک از سوی مراکز ورزشی پذیرفته شده است و نحوه ادراکات، تفکرات و واکنش های نسبت به شرایط و موقعیت های متعدد ورزشی را مشخص می کند. یک فرهنگ سازمانی قوی، نقشی را به عنوان یک حیطه قابل اعتماد و اهرمی قوی برای هدایت و تعادل رفتار اعضای سازمان های ورزشی ایفا می کند.

فرهنگ سازمانی با عنوان ارزش ها، باورها و مفروضات اساسی شناخته می شود که به هماهنگی رفتار اعضا کمک می کند و به عنوان یک کنترل کننده اجتماعی جهت تقویت رفتارهای مشخص و ارزش های غالب عمل می نماید. تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارکنان و اعضای سازمان های ورزشی به حدی زیاد است که با بررسی زوایای آن می توان به چگونگی احساسات، رفتار و نگرش اعضای سازمان ورزشی پی برد و عکس العمل احتمالی آنان را در مورد اتفاقات آتی پیش بینی کرد.

فرهنگ سازمانی در واقع بخش مکمل عملکرد سازمان ورزشی است. غنای این فرهنگ سبب ایجاد همدلی

در میان تک تک اعضای سازمان‌های ورزشی می‌شود و به آن‌ها کمک می‌کند تا خود را در یک صف ببینند. فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن تعامل جدی دارد و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. هر چه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی بالاتر باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی نظارتی کاهش می‌یابد. به بیان دیگر، هر چه میزان ذخیره سرمایه اجتماعی در نهادهای ورزشی بیشتر باشد، میزان تخلفات، بی‌اعتنایی کارکنان به سازمان ورزشی، شکست تیم‌ها، تمایل نداشتن کارکنان وزارت ورزش و جوانان به یادگیری و تسهیم دانش، افزایش غیبت و مرخصی کمتر خواهد بود. در واقع می‌توان گفت که فرهنگ سازمانی اشاره به باورهای مشترک میان افراد در یک سازمان ورزشی دارد و می‌تواند سازمان ورزشی را در جهت دستیابی به اهداف خود یاری رساند. از طرفی، سرمایه اجتماعی به عنوان مفهومی که حاصل کنش‌های متقابل بین افراد در یک شبکه می‌باشد، معرفی می‌گردد. بنابراین سرمایه اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که افرادی با یکدیگر به جهت دستیابی به منابع و سرمایه با یکدیگر پیوند می‌یابند. در چنین حالتی است که فرهنگ می‌تواند به عنوان محرکی برای تسهیل و ایجاد این پیوندها بین اعضای سازمان‌های ورزشی باشد. فرهنگ، فضایی را برای تعاملات اجتماعی ایجاد می‌کند که این تعاملات اجتماعی و ملاقات‌های رو در رو خود باعث به وجود آمدن ارتباط و اعتماد می‌شود. در چنین فضایی است که سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد. (زمردیان، ۱۳۸۹)

با در نظر گرفتن ادبیات موضوع و نتایج تحقیق باید به این نکته توجه نمود که معمولاً هر سازمان ورزشی ابتدا به صورت یک واحد کوچک تأسیس می‌شود. در شروع فعالیت سازمان ورزشی، فرهنگ در آن با توجه به عوامل مختلفی به سرعت شکل می‌گیرد. شکل‌گیری فرهنگ سازمانی بستگی به دلایل به وجود آمدن سازمان ورزشی و جایگاه آن در جامعه و عوامل موفقیت آن - از قبیل کارایی، کیفیت ارائه خدمات، ابداع و نوآوری، تلاش زیاد و وفاداری نسبت به سازمان ورزشی - دارد. وقتی یک سازمان ورزشی متولد می‌شود، تلاش زیادی از طرف کارکنان برای موفقیت آن صورت می‌گیرد. در حقیقت، فرهنگ نشانگر درجه تلاش و تصویر کارکنان وزارت ورزش و جوانان از کار خود و آینده سازمان ورزشی است. به تدریج که سیستم‌های پاداش، سیستم‌ها، خط‌مشی‌ها و قوانین حاکم بر کار تدوین می‌شوند، مجموعه این عوامل بر شکل‌گیری فرهنگ اولیه سازمان ورزشی تأثیرات عمیق بر جای می‌گذارد. این عوامل از طرف سازمان ورزشی مشخص کننده نوع رفتار و طرز برخورد‌هایی هستند که برای موفقیت سازمان ورزشی مهم خواهند بود. در چنین حالتی فضای ورزشی برای تعاملات بین افراد در سازمان ورزشی گسترش می‌یابد. (گوانتس و بوگلارسکی، ۲۰۱۳)

با توجه به نتایج به دست آمده برای تأثیر فرهنگ سازمانی در سرمایه اجتماعی، به نظر می‌رسد اگر مدیران وزارت ورزش و جوانان نسبت به تقویت فرهنگ سازمانی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خود، بستر مناسبی را در جهت ایجاد هم‌نواپی مشترک به وجود آورند که همین عامل می‌تواند بر افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد. بر این اساس، مدیران وزارت ورزش و جوانان به جای پرداخت هزینه‌های سنگین در جهت افزایش کارایی و بهره‌وری کارکنان بهتر است با اجرای برنامه‌هایی مانند مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، برقراری ارتباط مناسب‌تر با آنان، غنی‌سازی شغلی، تفویض اختیار بیشتر به کارکنان و غیره موجب افزایش سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی در بین کارکنان شوند و از

این طریق موجبات افزایش کارایی و اثربخش آن‌ها را فراهم آورند. در چنین شرایطی می‌توان انتظار داشت که توانایی‌های بالقوه موجود به فعلیت برسند.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که به پیشنهادها و انتقاداتی که مراجعان و کارکنان ارائه می‌دهند، توجه بیشتری مبذول گردد؛ به طوری که نظرات آن‌ها به ایجاد تغییر رویه‌ها و روش‌ها در سازمان‌های ورزشی منجر شود. همچنین، فرهنگ سازمانی به مدیران کمک کند تا فعالیت‌های سازمان‌های ورزشی را بهتر دریابند. سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان کمک می‌کند تا باعث شکل‌گیری روابط کاری بهتر شود و همکاری و اقدامات تسهیل‌کننده در سازمان‌های ورزشی افزایش پیدا کند.

پیشنهاد می‌شود تا بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر روابط خاص سازمان‌های ورزشی همچون احترام و دوستی که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تقویت گردد. با توجه به یافته‌های پژوهش و مرور ادبیات پژوهش، مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان‌های ورزشی، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه‌کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. فرهنگ سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان وزارت ورزش و جوانان استان‌ها اثر مثبت معناداری خواهد داشت و سرمایه اجتماعی در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی کارکنان وزارت ورزش و جوانان می‌تواند نقش میانجی را ایفا نماید. فرهنگ سازمانی می‌تواند منجر به بهبود کیفیت روابط بین فردی، روابط درون سازمانی، توانایی همکاری کارکنان وزارت ورزش و جوانان سایر استان‌ها، جو سازمانی و اعتقاد متقابل اعضا شود. سرمایه اجتماعی می‌تواند در بردارنده مضامینی همچون: اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان ورزشی شود که پیگیری اهداف مشترک را در آن سازمان ورزشی تسهیل می‌کند. پیشنهاد می‌گردد ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی ارتقا یابد تا نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی و نظارتی کاهش پیدا کند. فرهنگ سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن تعامل جدی دارد و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. هر چه ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان بالاتر باشد، نیاز به تدوین قوانین و مقررات و ایجاد نهادهای اجرایی نظارتی کاهش می‌یابد.

## منابع

- اسکندرپور، ی؛ امیری، م و توکلی، ن. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان کارکنان سازمان رفاه، اردبیل». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، چالش‌ها و راه حل‌ها، شیراز.
- امیری فرد، ف. و جهانی، ج. (۱۳۹۲). «رابطه فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران مدارس و معلمان دبیرستان در شیراز». مجله رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز. مردشت، سال ۴، شماره ۳، ص: ۱۷۰-۱۵۵.
- بهلولی زیناب، ن؛ هاشمی نسب، ف و انتظاری، ع. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز». فراسوی مدیریت. شماره چهاردهم، ۷۳-۱۰۸.
- پاک نیا، م؛ سپهر، س و داورزنی، م. (۱۳۹۵). «تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی در میان کارکنان کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت فناوری اطلاعات». کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- تقی زاده، ه و سلطانی فسقندیس، ق. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان معلمان دبیرستان پسرانه شهر تبریز». ایده‌های جدید در مجله علوم آموزشی (فصلنامه). سال ششم، شماره ۴.
- مرادی، ج؛ احمدی، غ و مشایخی، ب. (۱۳۹۲). «تعیین عوامل موثر بر رفتار سرمایه گذاری شرکت‌ها در عرصه بازارهای ناقص». مجله تحقیقات حسابداری و مدیریت. شماره دوم، ۱۳۶-۱۲۵.
- حمزه زاده، س؛ بزرگ اصل، م و صالح زاده، ب. (۱۳۹۰). «تأثیر توانایی مدیریتی بر کیفیت اقلام تعهدی». دانش مدیریت. شماره ۲۵، ۱۱۹-۱۳۹.
- جلالی فراهانی، م؛ فریدونی، م و ظفری، ر. (۱۳۹۶). «ارائه مدل بررسی اثر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری منابع انسانی». مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. سال ۴، شماره ۱۳، ص: ۴۸-۴۱.
- خداداد کاشی، ش و گودرزی، م. (۱۳۹۳). «بررسی جنبه‌ها و مدل سرمایه اجتماعی در سازمان‌های ورزشی». مدیریت استراتژیک و رفتار سازمانی در ورزش. سال اول، شماره ۴، ص: ۲۳-۱۱.
- دهقانی، م؛ هیاوی حقیقی، م. ه؛ کیان پوری، س و شیبانی، ب. (۱۳۹۳). «رابطه سرمایه اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی (OCB) و رضایت شغلی پرستاران». مجله مدیریت پرستاری (فصلنامه). سال سوم، شماره ۱، ص: ۴۴-۳۵.
- زاکری، آ. و سرفراز، ه. (۱۳۸۹). «تأثیر شاخص‌های سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های صنفی اعضای هیئت علمی». مجله فناوری آموزش. سال پنجم. شماره ۲، ص: ۱۵۲-۱۴۵.
- سرگزی، ه. آ؛ خوشفر، ق و کریموف، م. (۱۳۹۰). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر فرهنگ سازمانی در آموزش عالی عمومی و موسسات غیر دولتی در ایران (استان گلستان)». انجمن تحقیقات فرهنگی، موسسه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم، شماره ۱، ص: ۷۸-۵۱.

● قاسمی ثانی، م و دوستی، م. (۱۳۹۳). «رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی در میان کارکنان فدراسیون ورزش های معلولان». مدیریت استراتژیک و بررسی رفتار سازمانی در ورزش. سال اول، شماره ۴، ص: ۳۵-۴۴.

● کاظمی، م. و ابراهیم خانی، ه. (۱۳۹۴). «مدل ساختاری رابطه سرمایه سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی با توجه به پرستاران». مجله آموزش پرستاری. سال ۴، شماره ۴، ص: ۴۰-۵۱.

● ناطق پور، م. ج و فیروزآبادی، س. آ. (۱۳۸۵). «تشکیل سرمایه اجتماعی و تجزیه و تحلیل عوامل موثر». مجله علوم اجتماعی. شماره ۲۸، ص: ۱۶۰-۱۹۰.

● نجارزاده، ر و سلیمانی، م. (۱۳۹۱). «درآمد سرمایه اجتماعی و رفاه فردی (مورد مطالعه ایران)». مجله تحقیقات اقتصادی. سال ۴۷، شماره ۲، ص: ۱۷۹-۱۹۵.

۳۱۹ ● یاری خیابی، س؛ علیدوست قهفرخی، ع و جلالی فراهانی، م. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان». مجله مدیریت ورزشی. سال هشتم، شماره ۲، ص: ۲۹۹-۳۱۳.

● AbduL Kareem, T. A., Naderi, N., Rezaee, B., Jafari, H. (2016). **“Analysis of the Impact of Organizational Culture and Social Capital on Organizational Entrepreneurship of the Personnel of Kermanshah’s Razi and Iraq’s Babel Universities”**: International Journal of Humanities and Cultural Studies, (IJHCS) ISSN 204-189 ,(1)1 ,5926-2356.

● Baling, R. (2012). **“Surveyor’s perspectives on ethics in organizational culture”**: Engineering, Construction and Architectural Management, 44-34 ,(4)11.

● Bembenek, B. (2014). **“The Importance of Organizational Culture in Cluster Management”**: Modern Management Review, 24-9 ,((4) 21)19.

● Bennett, V. J. S., & Valdes, J. (2006). **“A study of the effectiveness of a diverse workforce within nonprofit organizations serving older adults: an analysis of the impact of leadership styles and organizational culture”**: Dissertation Doctoral, Capella University.

● Beugelsdijk, S., Koen, C., & Noorderhaven, N. (2009). **“A dyadic approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance”**: Industrial marketing management, 323-312 ,(3)38.

● Cucu-Ciuhan, G., & Guită-Alexandru, I. (2014). **“Organizational culture versus work motivation for the academic staff in a public university”**: Procedia-Social and Behavioral Sciences, 453-448 ,127.

- Egan, T. M., Yang, B., & Bartlett, K. R. (2004). **“The effects of organizational learning culture and job satisfaction on motivation to transfer learning and turnover intention”**: Human resource development quarterly, 301-279 ,(3)15.
- Fang, Y. Y. (2009). **“A meta-analysis of relationships between organizational culture, organizational climate, and nurse work outcomes”**: International Journal of Evidence-Based Healthcare, 208 ,(3)7.
- Fazli, S., Mostafavi, F., & Chinaveh, M. (2014). **“Evaluation of Relationship between Social Capital and Organizational Culture with Organizational Excellence among Employees of National Banks of Shiraz”**: International Journal of Current Life Sciences, 2168-2160 ,(5)4.
- Helms, M. M., & Stern, R. (2001). **“Exploring the factors that influence employees’ perceptions of their organisation’s culture”**: Journal of Management in Medicine, 429-415 ,(6)15.
- House, R., Javidan, M., Hanges, P., & Dorfman, P. (2016). **“Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe: an introduction to project GLOBE”**: Journal of world business, 10-3 ,(1)37.
- Isabirye, H. (2013). **“Organizational culture, organizational social capital, organizational psychological contract, organizational citizenship behavior and organizational performance: the case of World Vision, Uganda”**: Dissertation Doctoral, University of Makerere.
- Jaskyte, K., & Dressler, W. W. (2017). **“Studying culture as an integral aggregate variable: Organizational culture and innovation in a group of nonprofit organizations”**: Field methods, 284-265 ,(3)16.
- Landman, J. P. (2004). **“Social capital: a building-block in creating a better global future”**: Foresight, 46-38 ,(1)6.
- Lazarova, M., & Taylor, S. (2009). **“Boundary less careers, social capital, and knowledge management: Implications for organizational performance”**: Journal of Organizational Behavior, 139-119 ,(1)30.
- Lu, L., & Etzkowitz, H. (2008). **“Strategic challenges for creating knowledge-based innovation in China: Transforming triple helix university-government-industry relations”**: Journal of Technology management in China, 11-5 ,(1)3.
- MacIntosh, E. W., & Doherty, A. (2010). **“The influence of organizational culture**

**on job satisfaction and intention to leave?** Sport Management Review, -106 ,(2)13 117.

- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). **“Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage?”** Academy of management review, 266-242 ,(2)23.
- Nazem, F., & Mozaiini, M. (2014). **“A structural equation model of intellectual capital based on organizational culture in higher education institutions?”** European Journal of Experimental Biology, 76-71 ,(1)4.
- Nor Hazana, A., Shamsuddin, A., Wahab, E., & Hamid, N. A. A. (2014). **“The relationship between organizational culture and product innovativeness?”** Procedia-Social and Behavioral Sciences, 147-140 ,129.
- Philip, G., & McKeown, I. (2004). **“Business transformation and organizational culture: The role of competency, IS and TQM?”** European Management Journal, 636-624 ,(6)22.
- Kwantes, .C.T. & Boglarsky, C.A. (2013). **“Perception of organizational culture, leadership effectiveness and personal effectiveness across six countries?”** Journal of International Management, 230-204 ,13.
- Ramezan, M. (2016). **“Examining the impact of organizational culture on social capital in research-based organizations?”** VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems, 426-411 ,(3)46.
- San Park, J., & Hyun Kim, T. (2009). **“Do types of organizational culture matter in nurse job satisfaction and turnover intention?”** Leadership in Health Services, 38-20 ,(1)22.
- Song-zheng, Z., & Xiao-di, Z. (2014). **“An Empirical Study on Organizational Culture, Social Capital, Organizational Learning and Enterprise Knowledge Integration Capability?”** In Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, 2008. ICIII'08. International Conference on (Vol. 3, pp. 7-3). IEEE.
- Taheri Lari, M., Shekari, Gh.R. & Bakhshayandefar, S. (2012). **“The Examination of Relationship between Organizational Culture and Social Capital in Mashhad Water & Waste Water Co?”** Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 407-391 ,(7)4.
- Tsai, Y. (2011). **“Relationship between organizational culture, leadership behavior**

**and job satisfaction?** BMC health services research, 98 ,(1)11.

- Tseng, S.M. (2010). **“The correlation between organizational culture and knowledge conversion on corporate performance”**. Journal of knowledge management, ,(2)14 284-269.

## بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی

محمدرضا اسماعیل زاده قندهاری<sup>۱</sup>

عذرا آقاجانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۶/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۸/۳۰

امروزه، سازمان‌ها به طور چشمگیری بر دانش و سرمایه‌های فکری تاکید دارند و توجه مدیران بیشتر به دارایی‌های نامشهود جلب شده است. سرمایه فکری، از متغیرهای بسیار تاثیرگذار در سازمان‌های ورزشی به شمار می‌رود. لذا هدف از این پژوهش، بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان اداره کل و ادارات شهرستان‌های تابعه ورزش و جوانان خراسان رضوی است.

روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان اداره کل و شهرستان‌های تابعه (۱۷۴ نفر) بود که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی و فرمول کوکران، تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از «پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری» بونتیس (۱۹۹۸) و «پرسشنامه استاندارد عملکرد شغلی» پاترسون (۲۰۰۸) استفاده شد. پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب به میزان ۰/۸۷ و ۰/۸۹ به دست آمد و روایی محتوایی مورد تایید متخصصان این رشته قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری پژوهش از آزمون تی تک گروهی، ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون به روش هم‌زمان استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار *Spss* صورت گرفت.

نتایج پژوهش نشان داد میانگین سرمایه فکری در نمونه مورد بررسی ۳/۳۱ و میانگین عملکرد شغلی ۳/۳۲

۱. استادیار، دانشکده تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

۲. دکترای مدیریت ورزشی، واحد گلبهار، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

است که در سطح ( $p < 0/001$ ) معنادار است؛ یعنی سرمایه فکری و عملکرد شغلی در نمونه مورد بررسی در سطح مطلوب قرار دارد. رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی مثبت و معنادار است. (ضریب همبستگی  $0/24$  و سطح معنادار  $0/001$ ) و از آن جا که ضریب همبستگی هم زمان  $0/245$  و ضریب تعیین اصلاح شده  $0/056$  است، بنابراین نمرات عملکرد شغلی با ترکیبی از مولفه های سرمایه فکری قابل تبیین می باشد و نیز براساس شاخص های هم خطی بودن، بین متغیرهای پیش بین هم خطی وجود دارد و نتایج حاصل از مدل رگرسیون قابل اتکا است. شرط نرمال بودن متغیرها براساس آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برقرار است. با توجه به مطلوب بودن وضعیت سرمایه فکری و عملکرد شغلی و نیز ارتباط مثبت و معنادار بین مولفه های سرمایه فکری و عملکرد شغلی در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی، پیشنهاد می شود جلسات هم اندیشی و نیز دوره های آموزش ضمن خدمت برای ارتقای علمی و روزآمد شدن آن در این ادارات برگزار شود.

**واژگان کلیدی:** سرمایه فکری، عملکرد شغلی، کارکنان و ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی

## مقدمه

امروز در اقتصاد جهانی، دانش به عنوان مهم ترین سرمایه، جایگزین سرمایه های مالی و فیزیکی شده است و فضای کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی نامشهود جدیدسازمانی مانند نوآوری های نیروی انسانی و روابط با مشتریان، ساختار سازمانی را در برمی گیرد. در اقتصاد دانش محور، نقش سرمایه فکری در ایجاد ارزش برای سازمان ها بسیار بیشتر از نقشی است که سرمایه فیزیکی ایفا می کند. بنابراین سازمان ها برای کسب مزیت رقابتی پایدار نیازمند شناسایی مدیریت نظام مند سرمایه های فکری خود می باشند. (دستگیر و محمدی، ۱۳۹۴) برای توفیق سازمان در قرن بیست و یکم، توجه به عوامل نامحسوس و ارتباط بین آن ها از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این راستا، توجه به عوامل نامحسوس در کنار عوامل محسوس در سازمان های ورزشی مانند ادارات کل ورزش و جوانان که از نهادهای وابسته به وزارت ورزش و جوانان هستند و از اعتبارات دولتی استفاده می کنند، از اهمیت بالایی برخوردار است. ادارات کل ورزش و جوانان استان ها به دلیل مسئولیت خود در اداره و مدیریت هیئت های مختلف ورزشی و ادارات ورزش و جوانان شهرهای گوناگون و محدودیت منابع مالی برای توفیق در مأموریت خود با چالش های مختلفی روبرو هستند. ازاین رو به نظر می رسد توجه به سطح مطلوب عوامل نامحسوس سازمانی مانند سرمایه فکری از اهمیت ویژه ای برخوردار است. (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۵) از سوی دیگر، عملکرد شغلی یکی از دغدغه های اصلی در سازمان است که می توان آن را به عنوان مجموع ارزش های مورد انتظار سازمان از رویدادهای رفتاری که یک فرد در طول یک دوره زمانی استاندارد انجام می دهد، تعریف کرد. عملکرد شغلی شامل مجموعه ای از ملاک های قابل تشخیص است که از طریق آن می توان کارکنان موفق و غیرموفق را شناسایی نمود که بخشی از مدیریت منابع انسانی را تشکیل می دهد که معیاری مهم برای نتایج و موفقیت سازمان است. در سازمان ها نیروی انسانی با کیفیت و دانش مدار، مهم ترین فرصت رقابتی و کمیاب ترین سرمایه است. هر چه این سرمایه از کیفیت بیشتری برخوردار باشد، احتمال موفقیت، بقا و ارتقای سازمان بیشتر خواهد بود. (شفیعی، ۱۳۹۲) شاید بتوان یکی از دلایل مهم عدم موفقیت بعضی از سازمان ها در عرصه رقابت داخلی و جهانی را نداشتن مدیران، کارکنان و کارشناسان توانمند دانست؛ به طور ی که مسلح نبودن مدیران به سرمایه های فکری مناسب ممکن است باعث شود که کارکنان سازمان ها نتوانند چنان که باید و شاید از نظر سرمایه های فکری توانمند شوند و در نتیجه در برنامه ریزی، سیاست گذاری و پیاده سازی اهداف با مشکلات مواجه شوند و توان رقابت داخلی و خارجی را از دست بدهند. (فروتن و همکاران، ۲۰۱۵) امروزه، ادارات و سازمان های ورزشی، سفیر سلامت و تندرستی و رقابت جهانی و صدور فرهنگ هستند و برای رسیدن به اهداف و وظایف خود نیازمند افزایش عملکرد کارکنان خود می باشند. در واقع، نیروی انسانی قوی ترین بازوان هر سازمانی می باشند و لازمه داشتن نیروی کارآمد، برخورداری از مدیران توانمند در عرصه مدیریت ورزشی است تا بتوانند کارکنان خود را در زمینه دانش، قوی سازند و از سرمایه فکری موجود بیشترین بهره را ببرند. (نبی، ۲۰۱۴)

## ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

سرمایه فکری، اطلاعات و دانش به کار برده شده برای کار کردن و ایجاد ارزش است. (ایلیا نی<sup>۱</sup> و تانسونی، ۲۰۰۸) سرمایه فکری، دارایی های نامشهودی است که از فناوری، اطلاعات مشتریان، اعتبار و فرهنگ سازمانی تشکیل شده و برای توان رقابتی سازمان بسیار مهم و حیاتی است. بنیتیس<sup>۲</sup> معتقد است که سرمایه فکری عبارت از تلاش برای استفاده موثر از دانش (محصول نهایی) در مقابل اطلاعات (ماده خام) است که شامل سرمایه انسانی و سرمایه های مشتری است (بنیتیس، ۲۰۰۲)

مک گیل<sup>۳</sup> سرمایه انسانی را به عنوان دانش ترکیبی مهارت، تجربه و توانایی یکایک افراد سازمان تعریف می کند. سرمایه ساختاری را شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می داند- مانند پایگاه داده ها، دفترچه های راهنمای فرایندها، راهبردها، رویه ها، فرهنگ سازمانی، انتشارات و کی رایت ها که برای سازمان ایجاد ارزش می کند. سرمایه مشتری را ارزشی می داند که مشتریان سازمان برای آن سازمان قائل اند که به وسیله ارتباطات بین سازمان و مشتریانش شکل می گیرد و روابط رسمی و غیررسمی یک سازمان را با ذینفعان خارجی و درک آنها درباره سازمان و نیز چگونگی تبادل اطلاعات بین سازمان ها را مشخص می کند. در مقابل، سازمان ها نیز برای رسیدن به اهداف خود نیازمند شناخت نحوه عملکرد کارکنان شان هستند تا بر این اساس عملکرد خود را بهبود بخشند و تحولات مثبتی در سازمان ایجاد کنند. (مک گیل، ۲۰۰۶) ازسوی دیگر، یکی از متغیرهای اساسی رفتار سازمانی، عملکرد شغلی است که باید مورد توجه قرار گیرد. عملکرد شغلی با عملکرد سازمانی ارتباط تنگاتنگ دارد و نقش تلاش ها و رفتارهای فرد را در تحقق اهداف سازمانی می سنجد. (بابلی، ۱۳۹۴) عملکرد شغلی را می توان به عنوان متغیر فردی توصیف کرد. در واقع، حاصل عملکرد شغلی منجر به عملکرد سازمانی خواهد شد که خود به دو بخش عملکرد وظیفه ای و عملکرد زمینه ای تقسیم می شود. عملکرد وظیفه ای شامل نیازمندی ها و الزامات شغلی است که به صورت رسمی از وظایف کارمند تلقی می شود و عملکرد زمینه ای به صورت غیر رسمی جزو وظایف کارکنان به شمار می رود مثل فعالیت در کار گروهی، اخلاق حرفه ای و سخت کوشی (صیادی و همکاران، ۱۳۹۴) در تحقیق دیگری (فرس و فای<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱) نیز عملکرد را به صورت وظیفه ای و زمینه ای تقسیم کرده اند. (برمن و ماتا ویدل<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹) معتقدند عملکرد شغلی کارکنان و ارزش های کلی مورد انتظار سازمان، از تکه های مجزای رفتار کارمند تشکیل شده است که هر فرد در طول دوره های مشخص از زمان آن رفتار را انجام می دهد.

اینک به برخی از پژوهش های انجام شده در این باره اشاره می شود. لپزداس<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه ای دریافت سازمان هایی که از مدیریت سرمایه فکری بهره مند هستند در نگاه به سرمایه های انسانی و تبدیل بهینه آن به ابزاری جهت ارتقای سرمایه های مالی و اعتباری سازمان خود موفق تر عمل می کنند.

1. Ileanu and Tanasiu
2. BONTIS
3. Mc Gill
4. Frese & Fay
5. Borman & Motowildo
6. Lopes dos

یافته‌های فتاح پور مرنندی و همکاران (۱۳۹۲) مویید این است که در بین کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان استان‌های آذربایجان غربی و شرقی سطح سرمایه اجتماعی در حد متوسط و سرمایه فکری و مدیریت دانش در حد مطلوب قرار دارد و ارتباط بین سرمایه فکری و اجتماعی و مدیریت دانش منابع انسانی این ادارات کل مثبت و معنادار است.

صفری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که در کارشناسان وزرات ورزش و جوانان سرمایه فکری قابلیت پیش بینی توانمندسازی روان شناختی آزمودنی‌ها را دارد. محرم زاده و همکاران (۱۳۹۲) نیز در تحقیق خویش دریافتند که رابطه سرمایه فکری و مدیریت دانش در ادارات ورزش و جوانان استان‌های آذربایجان (غربی و شرقی) مثبت و معنادار است.

کشاوری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان دادند که رهبری دانش و سرمایه فکری و اجتماعی منابع انسانی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان در حد مطلوب قرار دارد. پژوهش طهران پور و ضیاء (۱۳۹۲) دال بر این نکته بود که سرمایه انسانی و رابطه‌ای (مشتري) از مولفه‌های سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی بیشترین اثر را دارد. موحدی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان دادند که تاثیر سرمایه فکری بر رفتار نوآورانه در جهاد کشاورزی مثبت و معنا دار است و مولفه سرمایه رابطه‌ای در تحقیقشان بیشترین اثر را داشت.

احمدیان و قربانی (۱۳۹۲) و عرب صالحی و همکاران (۱۳۹۲) نیز در تحقیقات متفاوتی به بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی شرکت‌های خود پرداختند که نتایج هردو تحقیق از ارتباط مثبت و معنی دار بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی حکایت داشت. پور سلطانی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «ارتباط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کردستان» دریافت که بین تمام مولفه‌های سرمایه فکری و عملکرد سازمانی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

پژوهش نظریان و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان دار که بین سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی در وزرات ورزش و جوانان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. تحقیق عباسی و همکاران (۱۳۹۴) در ادارات ورزش و جوانان استان لرستان نیز حاکی از معنادار و مثبت بودن ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی بود. امروزه، با توجه به اهداف سازمان‌های ورزشی و ماهیت وجودی و عملکرد این سازمان‌ها که بیشتر بر فعالیت افراد و نیروی انسانی تاکید دارند، به تفکر و تدبیر بیشتر در ساز و کارهای جدید مدیریتی و توسعه این شیوه‌ها در سازمان‌های ورزشی نیاز است. مدیریت کارا و اثر بخش ادارات ورزشی همواره مستلزم ابزارها و تکنیک‌های مناسب برای درک مسائل مدیریتی معاصر می‌باشد، چون معیارهای ایجاد ارزش تغییر کرده‌اند و منابع نامشهود و سرمایه فکری، اهرم‌های جدید برای مواجهه با تغییرات محیطی و ساختاری است. با توجه به تنوع ورزش، فرهنگ‌ها و سلیقه‌ها و امکانات ورزشی، نیاز مردم جامعه و پیچیدگی ساز و کارهای سازمان‌های ورزشی که فعالیت متنوعی انجام می‌دهند، استفاده از رویکردهای مدیریت دانش می‌تواند موفقیت این سازمان‌ها را افزایش دهد. با توجه به سرمایه‌های عظیم انسانی موجود در ادارات ورزش و جوانان و نیز از آنجا که سرمایه‌های فکری به عنوان یک متغیر بسیار مهم در توانمند سازی کارکنان هر سازمان می‌باشند و به نوعی در بخش‌های

ورزش وجوانان کمی مورد غفلت قرار گرفته است، پژوهش حاضر با این نگاه به بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی از منظر کارکنان ادارات ورزش وجوانان خراسان رضوی خواهد پرداخت. این پژوهش درصدد بررسی وضعیت سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان اداره کل ورزش وجوانان خراسان رضوی و ادارات تابعه در شهرستان های استان بر آمده و به دنبال پاسخ این سئوالات است:

آیا عملکرد شغلی و سرمایه فکری دراین ادارات در سطح مطلوب است؟ آیا رابطه ای بین سرمایه فکری و مولفه های آن و عملکرد شغلی در این ادارات وجود دارد؟

### روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ روش، توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان اداره کل ورزش وجوانان استان خراسان رضوی وشهرستان های تابعه (دارای حداقل مدرک کاردانی) به تعداد ۱۷۴ نفر است. با توجه به ویژگی های جامعه آماری، شیوه نمونه گیری تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از دو روش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. برای گردآوری داده های مورد نیاز از «پرسشنامه مشخصات فردی و پرسشنامه استاندارد» بونتیس<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) برای سنجش سرمایه فکری بهره گیری شد که روایی آن مورد تایید قرار گرفته و شامل ۴۰ سوال می باشد که براساس طیف پنج گانه لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد طبقه بندی شده است. این پرسش نامه دارای سه مولفه اصلی شامل عنصر رابطه ای، شناختی و ساختاری است. پرسشنامه ای که برای عملکرد شغلی به کار رفت، «پرسشنامه پاترسون»<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) شامل ۱۵ گویه و به صورت مقیاس چهار درجه از به ندرت، اغلب، گاهی و همیشه است. برای تعیین روایی پرسشنامه، از روایی محتوایی با استفاده از دیدگاه متخصصان مدیریت و مدیریت تربیت بدنی استفاده شد و از آنجا که آلفای کرونباخ معمولاً شاخص کاملاً مناسبی برای سنجش قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری و هماهنگی درونی میان عناصر آن است، ضریب آلفای کرونباخ بر روی پرسشنامه سرمایه فکری در مجموع ۰/۸۷ و عملکرد شغلی ۰/۸۹ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری پژوهش از آزمون تی تک گروهی، ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون به روش هم زمان استفاده گردید. برای بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف بهره گیری شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار *Spss* نسخه ۱۶ صورت گرفت.



1. Bontis

2. Paterson

## یافته‌های پژوهش یافته‌های توصیفی

جدول ۱: توزیع فراوانی وضعیت مشخصه‌های فردی پاسخگویان در نمونه تحت بررسی

| متغیر       | گویه‌ها       | فراوانی | درصد |
|-------------|---------------|---------|------|
| جنسیت       | مرد           | ۶۷      | ۵۵/۸ |
|             | زن            | ۵۳      | ۴۴/۲ |
| وضعیت تاهل  | مجرد          | ۲۶      | ۲۱/۷ |
|             | متاهل         | ۹۴      | ۷۸/۳ |
| سطح تحصیلات | کاردانی       | ۲۳      | ۱۹/۲ |
|             | کارشناسی      | ۴۳      | ۳۵/۸ |
|             | کارشناسی ارشد | ۴۸      | ۴۰   |
|             | دکتری         | ۶       | ۵    |
| سن<br>(سال) | کمتر از ۳۰    | ۹       | ۷/۵  |
|             | بین ۳۰ تا ۳۹  | ۴۰      | ۳۳/۳ |
|             | بین ۴۰ تا ۴۹  | ۵۳      | ۴۴/۲ |
|             | بالای ۵۰ سال  | ۱۸      | ۱۵   |
| سابقه کار   | کمتر از ۵     | ۶       | ۵    |
|             | بین ۵ تا ۱۰   | ۲۴      | ۲۰   |
|             | بین ۱۰ تا ۱۵  | ۲۲      | ۱۸/۳ |
|             | بالای ۱۶ سال  | ۶۸      | ۵۶/۷ |
| سابقه ورزشی | کمتر از ۵     | ۲۲      | ۱۸/۳ |
|             | بین ۵ تا ۱۰   | ۳۱      | ۲۵/۸ |
|             | بین ۱۰ تا ۱۵  | ۱۰      | ۸/۳  |
|             | بالای ۱۶ سال  | ۶۰      | ۴۷/۶ |

## یافته‌های توصیفی در مورد متغیرهای اصلی پژوهش وضعیت سرمایه فکری ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی چگونه است ؟

جدول ۲: بررسی وضعیت سرمایه فکری ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی از دیدگاه کارکنان با استفاده از آزمون‌های تک گروهی

| شاخص‌های متغیر | میانگین مشاهده شده | انحراف استاندارد | میانگین آماری | مقدار آماره t | سطح معنی داری |
|----------------|--------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|
| سرمایه فکری    | ۳/۳۱               | ۰/۵۸             | ۳             | ۸/۵۳          | ۰/۰۰۰۱        |
| مولفه‌ها       | بعد ساختاری        | ۳/۴۵             | ۰/۶۹          | ۳             | ۱۲/۸۳         |
|                | بعد انسانی         | ۳/۳۲             | ۰/۶۰          | ۳             | ۶/۸۴          |
|                | بعد رابطه ای       | ۳/۱۴             | ۰/۷۱          | ۳             | ۲/۸۸          |

نتایج آزمون t تک گروهی در جدول ۲ نشان می‌دهد میانگین سرمایه فکری ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی از دیدگاه کارکنان ۳/۳۱ با انحراف معیار ۰/۵۸ است که از میانگین آماری ۳ بزرگتر است و این در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار می‌باشد. ( $p < ۰/۰۰۱$ )

وضعیت عملکرد شغلی در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی از دیدگاه کارکنان چگونه است ؟

جدول ۳: بررسی وضعیت عملکرد شغلی در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی از دیدگاه کارکنان براساس آزمون t تک گروهی

| شاخص متغیر  | میانگین مشاهده شده | انحراف استاندارد | میانگین آماری | مقدار آماره | سطح معنی دار |
|-------------|--------------------|------------------|---------------|-------------|--------------|
| عملکرد شغلی | ۳/۳۲               | ۰/۵۶             | ۳             | ۲۳/۲۰       | ۰/۰۰۰۱       |

طبق نتیجه جدول ۳، میانگین عملکرد شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی ۳/۳۲ با انحراف معیار ۰/۵۶ است که از میانگین آماری ۳ بزرگتر است و این تفاوت در سطح ۰/۰۱ معنی دار می‌باشد. ( $p < ۰/۰۰۱$ ) بنابراین می‌توان گفت که میزان عملکرد شغلی کارکنان جامعه مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است.

آیا بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی رابطه وجود دارد ؟

جدول ۴: بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد شغلی با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

| متغیر                           | تعداد | ضریب همبستگی | سطح معنی داری |
|---------------------------------|-------|--------------|---------------|
| رابطه سرمایه فکری و عملکرد شغلی | ۱۲۰   | ۰/۲۴         | ۰/۰۰۰۱        |

براساس نتایج جدول ۴، بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی کارکنان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد؛ یعنی هرچه سرمایه فکری بالاتر باشد، عملکرد شغلی کارکنان افزایش می یابد ( $p < 0/001$ ,  $r=0/24$ )  
آیا مولفه های سرمایه فکری می تواند عملکرد شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی را پیش بینی کند؟

جدول ۵: نتایج رگرسیون بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی

| شاخص ها   | SS     | dF  | MS    | F      | P     | R     | R2    | A.R2  | دوربین واتسون |
|-----------|--------|-----|-------|--------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| رگرسیون   | ۴/۸۵۶  | ۲   | ۴/۸۵۶ |        |       |       |       |       |               |
| باقیمانده | ۷۶/۳۴۹ | ۱۱۸ | ۰/۳۰۳ | ۱۶/۰۲۹ | ۰/۰۰۱ | ۰/۲۴۵ | ۰/۰۶۰ | ۰/۰۵۶ | ۱/۵۹          |
| کل        | ۸۱/۲۰۶ | ۱۲۰ |       |        |       |       |       |       |               |

براساس نتایج جدول ۵، ضریب همبستگی هم زمان ۰/۲۴۵ و ضریب تعیین اصلاح شده ۰/۰۵۶ است. بنابراین نمرات عملکرد شغلی با ترکیبی از مولفه های سرمایه فکری قابل تبیین می باشد و نیز براساس شاخص های هم خطی بودن، بین متغیرهای پیش بین هم خطی وجود دارد و نتایج حاصل از مدل رگرسیون قابل اتکاست. شرط نرمال بودن متغیرها براساس آزمون کلموگروف - اسمیر ونوف برقرار است.

جدول ۶: تحلیل واریانس رگرسیون پیش بینی عملکرد شغلی از طریق ابعاد سرمایه فکری

| آماره مدل       | B     | S-E   | Beta  | t      | p     | TOL | VIF |
|-----------------|-------|-------|-------|--------|-------|-----|-----|
| هم زمان         | ۲/۷۲۰ | ۰/۱۵۵ |       | ۱۷/۵۴۶ | ۰/۰۰۱ |     |     |
| سرمایه رابطه ای | ۰/۱۹۳ | ۰/۰۴۸ | ۰/۲۴۵ | ۴/۰۰۴  | ۰/۰۰۱ | ۱   | ۱   |

براساس نتایج آماره های موجود در جدول ۶، مولفه سرمایه رابطه ای تاثیر بیشتری بر پیش بینی عملکرد کارکنان دارد، چون ضریب بتا در بعد سرمایه رابطه ای در سطح ( $p < 0/01$ ) معنی دار است. اگر سرمایه رابطه ای یک انحراف استاندارد افزایش یابد، باعث ۰/۲۴۵ افزایش در انحراف استاندارد عملکرد شغلی کارکنان خواهد شد. بنابراین می توان الگوی پیش بینی را به این صورت نشان داد:

$$(\text{سرمایه رابطه ای}) = ۲/۷۲۰ + ۰/۲۴۵ \times \text{عملکرد شغلی}$$

## بحث و نتیجه گیری

امروزه در سازمان‌ها علاوه بر دارایی‌های مشهود، دارایی‌های نامشهود نیز اهمیت کلیدی یافته‌اند، چرا که این منابع جزئی از منابع بی‌پایان و از عناصر مهم موفقیت هر سازمان به شمار می‌روند. سرمایه فکری زاده علم و دانش است و می‌تواند نقش بسیار موثری در راستای موفقیت مستمر سازمان ایفا نماید. یافته‌های این پژوهش نشان داد که وضعیت سرمایه فکری در اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی و شهرستان‌های تابعه آن در حد مطلوب قرار دارد که با یافته‌های لپز داس (۲۰۱۰)، صیادی (۱۳۹۴) و عرب صالحی، (۱۳۹۲) که سطح سرمایه فکری را در سازمان‌های غیر ورزشی و همچنین نتایج پژوهش فتاح پورمرندی (۱۳۹۲) و کشاورز (۱۳۹۵) که سطح سرمایه فکری در سازمان‌های ورزشی را مطلوب گزارش کردند، همسوست. از آنجا که در جهان علم گرای امروز، موفقیت سازمان‌ها به توانایی مدیریت دارایی‌های نامحسوس بستگی دارد، برای مدیریت این دارایی‌ها باید آن‌ها را شناسایی و مدیریت کرد. در این راستا در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی، سرمایه فکری به عنوان یکی از عوامل نامحسوس سازمانی در حد مطلوب شناخته شده است که می‌تواند در این اداره عامل مهمی جهت توسعه موفقیت به شمار رود. با اهمیتی که دانش در سازمان‌های قرن بیست و یکم دارد و از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های حیات سازمان یاد شده است، توجه مدیران ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی به شاخص‌های سرمایه فکری و ایجاد جوی مناسب برای یادگیری ضرورت پیدا می‌کند. به عبارت دیگر، بهره‌مندی از این سرمایه و به کارگیری آن موجب بروز ادراکات مشترک در بین کارمندان و افزایش همکاری، بهبود مسئولیت‌پذیری و یادگیری و توسعه سازمانی می‌شود. لذا توصیه می‌شود نسبت به آشنایی بیشتر مدیران و کارکنان سطوح مختلف این نهاد ورزشی با برگزاری کارگاه‌های آموزشی اقدام شود. از سوی دیگر، بقا و تداوم فعالیت‌های سازمان و موسسه‌ها به چگونگی عملکرد کارکنان بستگی دارد و در سازمان‌های مختلف، سرمایه‌گذاری زیادی برای بالا بردن عملکرد کارکنان می‌شود، چون عملکرد همان بازده افراد طبق وظایف قانونی مقرر است و میزان تلاش و حدود موفقیت کار در اجرای وظایف شغلی و تکالیف رفتاری مورد انتظار را بیان می‌کند. یافته‌های پژوهش اخیر مبین این است که وضعیت عملکرد شغلی در اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی و ادارات تابعه آن در حد مطلوب قرار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های مطیع دوست (۱۳۹۳)، تقی‌زاده (۱۳۹۳)، خلیلی‌نژاد (۱۳۹۲) و صیادی (۱۳۹۴) که وضعیت عملکرد شغلی و سازمانی را در سازمان‌های غیر ورزشی و صفری (۱۳۹۶) و محرم‌زاده (۱۳۹۳) در سازمان‌های ورزشی مطلوب گزارش کردند، همسوست. در واقع، بالا بودن عملکرد شغلی مزایای بی‌شماری برای سازمان به همراه می‌آورد، زیرا عملکرد شغلی به عنوان ارزش‌های کلی مورد انتظار سازمان از تکه‌های مجزای رفتاری تعریف شده است که یک فرد در طول دوره معینی از زمان انجام می‌دهد. پس ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی و اداره کل باید در نظر داشته باشند که عملکرد پیامدی از تاثیر متقابل توانایی و انگیزش است که موانع سازمانی می‌تواند آن‌ها را مهار کند. آموزش ضعیف می‌تواند در عملکرد شغلی خوب مداخله نماید که برای جلوگیری از آن، مدیران باید در جهت افزایش آموزش بهتر کارکنان تلاش کنند. از سوی دیگر، باید به الزامات شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان توجه ویژه‌ای شود و با تشکیل تیم‌های کاری و حمایتی، کارکنان را در این جهت ترغیب نمایند.

یافته‌های دیگر این پژوهش نشان داد سرمایه فکری و مولفه‌های آن (ساختاری، انسانی و رابطه‌ای) بر عملکرد شغلی تاثیر مثبت و معنادار دارند که بیشترین آن در این پژوهش مربوط به مولفه رابطه‌ای است که با نتایج پژوهش عرب صالحی (۱۳۹۲)، احمدیان (۱۳۹۲) و موحدی (۱۳۹۶) که تاثیر سرمایه فکری و مولفه‌های آن را بر عملکرد سازمان‌های غیر ورزشی و کشاورز (۱۳۹۵)، طهران پور (۱۳۹۲)، نظریان (۱۳۹۴)، صفری (۱۳۹۶) و پورسلطانی (۱۳۹۶) در سازمان‌های مختلف ورزشی در حد مطلوب به دست آورده بودند، همسوست. سرمایه فکری ترکیبی از سه عامل منابع انسانی، ساختار و رابطه است. در واقع، سازمانی که از حد مطلوب سرمایه فکری برخوردار است، از فکر و اندیشه منابع انسانی و همچنین ساختار سازمانی مناسب برخوردار بوده و توانسته است بین ساختار سازمانی و مفهوم سازمانی و شرح شغل و شرایط آن با عامل انسانی ارتباط خوبی به وجود آورد. براساس یافته‌های این تحقیق، ارتباط مناسب در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی بین سرمایه فکری و عملکرد شغلی وجود دارد. در واقع سازمانی مانند اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی و ادارات تابعه آن به دلیل اینکه بخش‌های متفاوت ورزشی (هیئت‌های ورزشی، ورزش قهرمانی، ثمن‌های اجتماعی و...) را مدیریت می‌کند، باید دارای منابع انسانی با ویژگی‌های خاص باشد که بتواند بین ساختار و افکار و اندیشه‌های گوناگون ارتباط برقرار کند. پس بهتر است مدیران به اهمیت این سرمایه توجه و آن را حفظ و برای افزایش هر چه بیشتر عملکرد شغلی و سازمانی از آن بهره‌مند شوند و نسبت به افزایش آن بکوشند. هر چه افراد از سرمایه فکری بیشتری برخوردار باشند، به خلق ایده‌های نوین و خلاقانه بیشتری می‌پردازند و سازمان را به سوی موفقیت، کارایی و عملکرد مناسب‌تر سوق می‌دهند- زیرا کارایی و عملکرد بالا در سازمان بر گرفته از سرمایه ذهن و فکر کلیه کارکنان است. پس برخورداری از عملکرد مناسب در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی نیازمند استفاده و مدیریت سرمایه فکری کارکنان می‌باشد تا جنبه‌های مختلف کار و فعالیت در ادارات بر پایه دانش و علم استوار گردد.

با توجه به یافته‌های تحقیق، برای ارتباط بهتر سرمایه‌های فکری و تاثیر آن در ایجاد عملکرد شغلی بهتر پیشنهاد می‌شود در ادارات ورزش و جوانان خراسان رضوی باز خورد مراجعان دریافت و بررسی و نتیجه آن در طراحی نحوه ارائه خدمات به کار گرفته شود. پیگیری مستمر و پاسخگویی به موقع (از طریق ایجاد خطوط تلفن مجانی) به مراجعان و نیز آموزش کار تیمی و تکنیک‌های آن به کارکنان در کنار توجه به گزینش و استخدام افراد بر اساس مهارت‌های گروهی و استعداد و توانایی‌های انسانی و ارتباطی و تحلیل ذهنی و فنی آنان مورد اهتمام قرار گیرد. به بحث جانشین پروری در سازمان دقت لازم مبذول گردد و از اطلاعات عملکردی افراد هنگام ارتقای شغلی و پاداش اطمینان حاصل شود. برای بهبود عملکرد شغلی کارکنان اندازه‌گیری مستمر عملکرد در بازده‌های زمانی انجام شود و از تجزیه و تحلیل آن کارکنان را مطلع نمایند. همچنین، از اقدامات مقتضی از قبیل تشویق، تنبیه و باز خورد‌های مناسب در این زمینه بهره‌گیری شود.

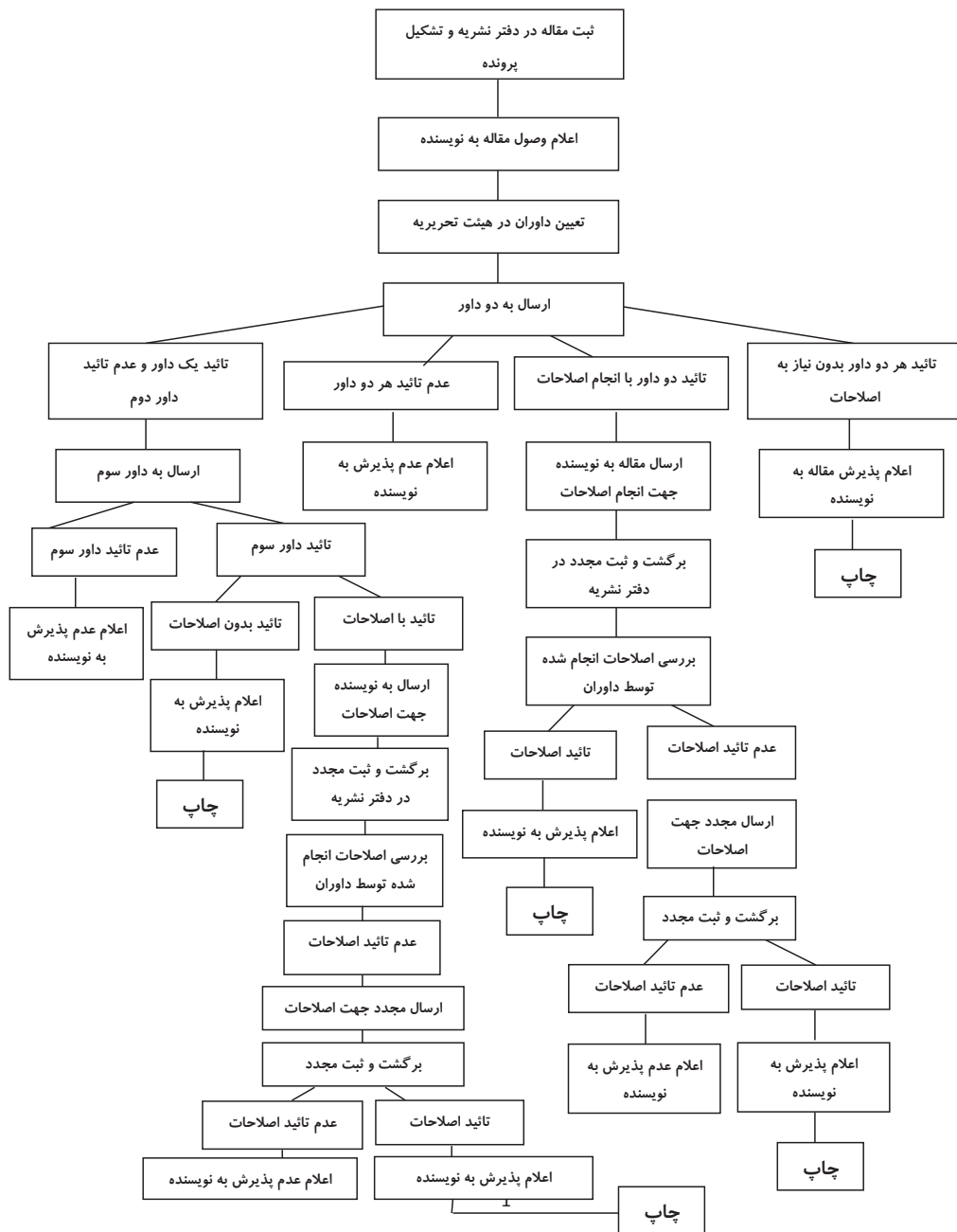
با توجه به اهمیت سرمایه فکری و تحقیقات اندک در این زمینه به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که به شناسایی عوامل محیطی موثر بر سرمایه فکری ادارات و سازمان‌های خود و نیز طراحی الگویی برای مدیریت سرمایه فکری در کنار بررسی تاثیر نظام مدیریت منابع انسانی بر بهبود سرمایه‌های انسانی به ویژه در حوزه ورزش و جوانان اهتمام ورزند.

## منابع

- احمدیان، مجید و قربانی، رحیم. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی: مورد مطالعه وزارت امور اقتصاد و دارایی». مجله اقتصادی. شماره ۱۱ و ۱۲.
- بابلی، سمیه. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین عوامل استرس زای شغلی با عملکرد شغلی کارمندان دانشگاه بوعلی سینا همدان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- پورسلطانی زرنندی، حسین؛ سروش، رحمان و پرتوی، سعدی. (۱۳۹۶). «رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کردستان». سومین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران.
- تقی زاده، لیلا. (۱۳۹۳). «تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد اداره کل آموزش و پرورش تهران». کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار نمایه شده در سایت سیویلیکا.
- خلیلی نژاد، فروغ و گرجی، محمد باقر. (۱۳۹۳). «سرمایه فکری و عملکرد کارکنان علوم پزشکی گلستان». سومین همایش علمی سالیانه علوم مدیریت نوین.
- دستگیر، محسن و محمدی، کامران. (۱۳۹۴). «سرمایه فکری؛ گنج تمام نشدنی سازمان». فصلنامه تدبیر. شماره ۲۱۴.
- شفیعی، م. (۱۳۹۲). «تعهد سازمانی در شرکت های نوپای دانش بنیان: عامل انسجام تیم و بقای کسب و کار در محیط رقابتی». فصلنامه تشخیصی بیمارهای و مراکز رشد. سال نهم. شماره ۳۴.
- صیادی، سعید؛ چمنی فرد، راحله و نیک پور، امین. (۱۳۹۴). «نقش میانجی رضایت شغلی کارکنان در رابطه بین سرمایه های فکری و بهره‌وری نیروی انسانی». فصلنامه مدیریت بهروری. شماره ۳۴.
- صفری، امید؛ مظفری، سید امیر احمد و پورسلطانی زرنندی، حسین. (۱۳۹۴). «مطالعه تأثیر سرمایه فکری بر توانمند سازی های روانشناختی کارشناسان وزارت ورزش و جوانان». فصلنامه پی‌آورد وزارت بهداشت. شماره ۱۶.
- طوطی فر طهران پور، محمد مهدی و ضیاء، بابک. (۱۳۹۳). «تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری کسب و کارهای کوچک ورزشی استان تهران». فصلنامه توسعه کارآفرینی. دوره ۷. شماره ۲.
- عرب صالحی، مهدی؛ دستگیر، محسن؛ امین جعفری، راضیه و اخلاقی، حسنعلی. (۱۳۹۲). «تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت». فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی. شماره ۲۱.
- عباسی، همایون؛ حسینی، محمد حسن؛ امیری، علیرضا و کریمی، سارا. (۱۳۹۶). «پیش بینی عملکرد سازمانی ادارات ورزش و جوانان استان لرستان از طریق سرمایه فکری و انسانی». سومین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و اعظمیان، اعظم. (۱۳۹۵). «تدوین مدل ارتباطی رهبری دانش با مدیریت سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی منابع انسانی اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان». نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش. سال ۴، شماره ۱.
- فتح پور مرنندی، مرتضی؛ فتح پور مرنندی، مصطفی؛ محرم زاده، مهرداد و سیدعامری، میرحسین. (۱۳۹۲). «ارتباط سرمایه فکری و اجتماعی با مدیریت دانش در ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان»

- غربی و شرقی». فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره ۱. شماره ۳.
- موحدی، رضا؛ سامیان، مسعود و محمدی مهر، صحرا. (۱۳۹۶). «تاثیر سرمایه فکری بر رفتارهای نوآورانه کارکنان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه». مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره ۲-۴۸، شماره ۱.
  - محرم زاده، مهرداد؛ سیدعامری، میرحسین؛ فتاح پور مرندی، مرتضی و فتاح پور مرندی، مصطفی. (۱۳۹۲). «ارتباط سرمایه فکری و مدیریت دانش در ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی و شرقی». دومین کنگره بین المللی علم فوتبال.
  - مطیع دوست کومله، ابودر؛ نظم فر، حسین و شهر دوست جدید، مهسا. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل موثر بر بهره وری منابع انسانی با تاکید بر نقش سرمایه فکری و عوامل محیطی - مکانی». فصل نامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی (دانشگاه جامع امام حسین). سال ششم. شماره ۴.
  - نظریان، عباس؛ آزمون، جواد و نوراللهی، پریرا. (۱۳۹۴). «نقش سرمایه فکری در پیش بینی بهره وری نیروی انسانی در وزارت ورزش و جوانان». اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی در ورزش.
  - Bontis, N; Crossan, M. and Hulland, J. (2002). **“Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows”** Journal of Managing Studies, Vol.39. No. 4. pp.466-437.
  - Borman, W.C. & Motowildo, J. S. (2009). **“Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance”** In N. Schmitt & W.C. borman (eds). Personnel selection in oraganizations.
  - Frese, M. & Fry, D. (2011). **“Personal initiative: An active performance concept for work in the 21 century”** Research in Organizational Behaviour. 187 – 133. (1) 23
  - Foroutan, Rad L. & Oliadonighi, B. (2015). **“Determine relationship between intellectual capital and empowerment of Iran medical sciences university Librarians”** Journal of Renewable Natural Resources Bultan.1)3).
  - Lopos dos, F. (2010). **“The model of Intellectual Capital Approach on the Human Capital vision Dissertation Abstract”** Ed. D, open university of Portugal.
  - McGill, T, P. (2006). **“Harnessing intellectual capital: A study of organizational knowledge transfer”** Ph.D. Dissertation. Touro University. California. USA.
  - Nabi H., Rezaei H. & Mahmoudi, O. (2014). **“Surveying the relation between intellectual capital and job accomplishment of physical education student”** Tehran: Shahid Beheshti university. 3rd National University Conference on Physical Education.

## فرآیند چاپ مقاله در فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان



of intellectual capital components and also based on the coherence indices, there is a linear between the predictor variables and the results of the regression model are reliable. The condition for the normalization of the variables is based on the Kelmo-Grove-Smirnov test.

Considering the desirability of the status of intellectual capital and job performance, as well as the positive and significant relationship between the components of intellectual capital and the job performance in the sports and youth of Khorasan Razavi, it is suggested to hold reflection sessions and in-service training courses for scientific and updated promotion it in these offices.

**Key Words:** Intellectual Capital, Job Performance, Staff, Sports and Youth Departments of Khorasan Razavi

# **Relationship between Intellectual Capital and Job Performance of the Employees of the General Directorate and the Departments of the Suburbs of Sports and Youth of Khorasan Razavi**

**Mohammad Reza Esmailzadeh Ghandehari**

Ph.D., Assistant Professor, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

**Azra Aghajani**

Ph.D. in Sports Management, International Campus Golbahar, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

*Received: 6 Sep. 2017*

*Accepted: 24 Nov. 2017*

27

Today, organizations strongly emphasize on knowledge and intellectual capital and the attention of managers to intangible assets. Intellectual capital is one of the most influential variables in sports organizations. Therefore, the research is to investigate the relationship between intellectual capital and job performance of the employees of the General Directorate and the departments of the suburbs of Sports and Youth Organizations in Khorasan Razavi.

The research method was descriptive correlational. The statistical population consisted of employees of the General Directorate and subsidiary cities of which 174 people were selected. Using random sampling method and Cochran formula, 120 subjects were selected. For data collection, the standard questionnaire of intellectual capital Bontis (1998) and Paterson's Standard Job Function Questionnaire (2008) were used. Its reliability was estimated by Cronbach's alpha coefficient (0.87 and 0.89, respectively). The content validity was approved by specialists in the field. To analyze the statistical data, single group T test, Pearson correlation coefficient and regression analysis were used simultaneously. Data analysis was done using SPSS software.

The results showed that the mean of intellectual capital in the sample was 3/31 and the mean of job performance was 3/32 which is significant at level ( $p < 0/001$ ). That is, intellectual capital and job performance in the sample are at the desired level. The relationship between intellectual capital and job performance is positive and significant (correlation coefficient is 0/24 and significant level is  $p < 0/001$ ) and coefficient of correction is 0/056. Therefore, job performance scores can be explained by a combination

## **A Model to Explain the Impact of Organizational Culture on Social Capital among the Managers and Employees in Ministry of Sports and Youth**

**Shahriar Kharazian**

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Farideh Ashraf Ganjouie**

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Ali Zareian**

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 18 Mar. 2018*

*Accepted: 19 May 2018*

The study is to represent a model to explain the impact of organizational culture on social capital among the managers and employees of Ministry of Sport and Youth. The study population in terms of quality and identifying the components of organizational culture includes the managers of aforementioned ministry which are chosen purposively. In the quantitative section, the population includes all the managers and employees (900 people) that 270 are selected as samples by simple random sampling according to Morgan table. [The research tools are a researcher-made questionnaire for organizational culture (33 items) and a Nahapiet and Ghoshal (1998) questionnaire (28 items) for social capital. The content validity of the questionnaire was verified by 10 sports management professors and the reliability of the questionnaire based on Cronbach's alpha for organizational culture and social capital was estimated to be 0.86 and 0.97, respectively. The SEM is utilized in order to investigate the causal relationship between organizational culture and social capital.

The results showed that organizational culture is of a significant positive effect on structural, communicational and cognitive aspects of social capital. Eventually it can be said that if the managers proceed to strengthen organizational culture, they could provide a joint conformity and this factor in turn can positively affect improving efficiency and productivity of employees.

**Key Words:** Structural Capital, Communicational Capital, Cognitive Capital, Organizational Culture and Structural Equation

## **Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence and Organizational Climate among the Staff of Gymnasts and Bodybuilders of Selected Provinces**

**Zohreh Marzooghi**

Master Degree in Sport Management, Sciences and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Seyyed Salahodin Naghshbandi**

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Sciences and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Reza Nikbakhsh**

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 18 Jul. 2019*

*Accepted: 6 Aug. 2019*

The study is to determine the relationship between organizational identity and organizational silence and organizational climate among the staff of the gymnasts and bodybuilders of selected provinces. The research method was descriptive-correlational and in terms of its purpose was applied one. The statistical population was 340 employees of the delegates of selected provinces (Golestan, Khouzestan, Kermanshah, Sistan and Baluchestan, Isfahan, Qom, Tehran, and Markazi). 181 people were randomly selected according to Morgan's table. In this research, organizational identity questionnaire (Cheney, 1983), organizational silence (Wacola and Borados, 2005) and organizational climate questionnaire of Hallipin and Kraft (1963) were used. The reliability of the questionnaires were 0.81, 0.85 and 0.78, respectively, and its validity was confirmed by the experts. Descriptive statistics, Pearson correlation coefficient and stepwise regression were used to analyze the data.

The results showed that there is a significant negative correlation between organizational identity and organizational climate. There is a significant positive correlation between organizational silence and organizational climate. Also, among demographic variables (age, gender and career history), only a significant relationship was found between gender and organizational identity. Also, the components of organizational identity, membership and similarity with organizational climate had a significant negative relationship. [There was no significant relationship between loyalty and organizational climate. Similarly, all three components of organizational silence had a significant positive relationship with organizational climate. Ultimately, only organizational silence was a significant predictor of organizational climate. Therefore, it is suggested that the heads of bodybuilding and bodybuilders try to improve the conditions in order to improve the organizational climate through planning.

**Key Words:** Organizational Identity, Organizational Silence, Organizational Climate, Staff and Selected Provinces

of women in sports management in the country at five levels: challenges, capabilities, strategies, performance, and outcomes. Based on the findings, it can be said that the possible future for women's role in the sport of the country is more than relative and case improvement in some dimensions and indices, in order to desirable future of the whole dimensions and processes of the system under discussion. It is suggested that opportunities be created for the establishment of women's sports centers in order to be aware of the potential and the potential of the present.

**Key Words:** Sport Managers, Women Directors, Forthcoming and Women's Sports

## **Futurology Women's Participation in the Roles of Decision Making and Management of Sport in Iran**

**Elham Jafari**

Master Degree in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Farideh Sharifi Far**

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Shahram Alam**

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahre Rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received:30 Jun. 2018*

*Accepted:14 Aug. 2018*

The research is to present a model for future studies of the presence of women at the level of Iranian sports management. The research methodology in terms of level was strategic; in terms of type was qualitative; in terms of strategy was process; in terms of purpose was functional and in terms of time was prospective. The statistical population consisted of two sections: human society (18 people) and information society (39 copies). The research tool consisted of three methods of library study, interview and Delphi technique. The validity of the tools was evaluated based on the scientific and legal credibility of the sample, content evaluation of specialists and the coefficients of agreement between the desired experts. Coding and conceptual analysis methods were used to analyze the findings. The results showed that there were significant gaps between current and desired status identified capacity management (organizational posts, seats and membership). Decisive factors are categorized by two approaches: A) system analysis including the factors of progression, processes and outcomes; (B) Surface analysis including individual, occupational, organizational and environmental factors. Future perspectives on women's sport management in Iran was investigated in the last three perspectives of the past, present and future and two theoretical and executive sections. Finally, the prospect model was outlined based on the necessary measures and considerations to improve the status

## **A Model for Developing an Iranian Sport Clothing Brand**

**Ali Ghobadi**

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences,  
Shahid Chamran University of ahvaz, Ahvaz, Iran

**Nahid Shetab Bushehri**

Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Science,  
Shahid Chamran University of ahvaz, Ahvaz, Iran

**Amin Khatibi**

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sports Science,  
Shahid Chamran University of ahvaz, Ahvaz, Iran

***Received:14 Jul. 2018***

***Accepted:7 Aug. 2018***

The study is to provide a model for the development of the Iranian clothing brand based on the data theory of the foundation. The statistical population was marketing managers, domestic apparel manufacturers and university marketing professors. For this purpose, after studying literature, semi-structured and in-depth qualitative interviews with Theoretical Sampling method were conducted. Interviews continued to reach the theoretical saturation stage and identifying all factors (n=12). The data were analyzed using NViVo 10 software. During the three stages (open, axial and selective coding), 359 codes were extracted. By comparing and categorizing similar codes, 221 concepts, 60 open codes and 6 axial code categories were obtained. The results showed that variety and innovation in product production, strategic planning, target market selection, sportswear design and design in accordance with market demand for vertical development, and the use of day-to-day technology in the production of products is also influential in the horizontal development of the Iranian clothing brand. In this regard, the government can also help the development of the Iranian clothing brand by providing financial support, paying low interest rates, enforcing supportive laws, amending tax and insurance laws, and preventing the entry of sports clothing into the country.

**Key Words:** Brand Development, Sports Clothing, Horizontal Development and Vertical Development

## **Analysis of the Effect of Virtual Communication Networks' Role on Attitude and Sport Participation of Tehran Citizens**

**Saeideh Razavi**

Ph.D. in Sport Management, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran

**Nima Majedi**

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran

**Fariba Mohammadian**

Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran

*Received: 23 Jul. 2018*

*Accepted: 9 Oct. 2018*

21

The research is to analysis of the effect of virtual communication networks' role on attitude and sport participation of Tehran citizens.

The methodology is correlative-descriptive. The statistical society is Tehran citizens who participate in the all sport events in 1396 year. The sample based on the Morgan table is 384 persons that are selected randomly. The main tool of the research includes 3 researcher made questionnaire, media roles, sport attitude and sport participation. Validity and reliability of tools based on the experts' view, kronbach alpha and desired model measuring indexes were measured. Smart pls modeling software was used for analyzing and testing the hypothesis.

Findings show that the media roles have a direct positive and meaningful impact on sport participation and sport attitude. Sport attitude has a direct positive and significant impact on sport participation. In indirect relation it was clear that 62 percent of all media role on sport attitude is predicted by mediating variable anticipated attitude to sport.

Based on the findings we can say that the indirect impact of media is very much than its indirect impact on sport participation and media without attitude change capability in their content cannot affect very significantly. Thus, it is required that all sport organizations in Tehran produce and manage their media content according to the various visions, requirements and sport interests of citizen.

**Key Words:** Virtual Network, Sport Media, Spor for All, Sport Attitude and Sport Participation

media accountability (0/35), financial accountability (0/27), moral accountability (0/20) and social accountability (0/11) were in subsequent ranks as the effective variables on organizational responsiveness. Also, democratic accountability had an effect (0/268) that its effect was not confirmed. It is suggested that the managers of the Ministry of Sports and Youth, as policy makers in the field of sports and youth, use the suggested model of the present study to increase the effectiveness of this organization.

**Key Words:** Accountability, Organizational Accountability System, Sports Organization and Ministry of Sports and Youth

## **Designing and Explaining a Model of Accountability System in Sports Organizations (Case Study: Ministry of Sports and Youth)**

**Amir Olfati**

Ph.D. in Sport Management, Sport Management Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

**Bahram Yoosefy**

Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Razi University, Kermanshah, Iran

**Shahab Bahrami**

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

**Hossein Eidi**

Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Razi University, Kermanshah, Iran

***Received:8 Dec. 2018***

***Accepted:2 Feb. 2019***

This research is to design and explain a model of accountability system in sports organizations. The research method was of a mixed one (quantitative and qualitative) and the statistical population included two statistical societies, professors and experts in the field of sport and all managers and staff of the Ministry of Sports and Youth. In the qualitative section, 25 people from the professors and experts in sports were deliberately targeted. In the quantitative section, 211 people were selected from the directors and staff of the Ministry of Sports and Youth by sampling. The research instrument was a researcher-made questionnaire, which was used to validate the exploratory factor analysis, and its reliability was calculated through Cronbach's alpha (0/96). The results showed that functional responsiveness had the most impact on organizational accountability (49/0) compared to other studied variables. Followed by legal accountability (0/42) which was based on accountability, an organization was influential. Administrative responsiveness (0/36), technology and

## **Role of Communication Skills on Transformational and Structural Leadership Styles and Organizational Effectiveness in Sport Organizations**

**Tayebeh Zargar**

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences,  
Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Rasool Nazari**

Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences,  
Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

18

*Received: 2 Jan. 2016*

*Accepted: 23 May 2016*

Knowledge of communication skills, leadership styles and organizational effectiveness in sport and explaining the relationships between them is the main objective of this research. The research is correlation study and was conducted through a survey. Among 700 sports directors of sports federations, a total of 245 were selected randomly as the sample. Measuring research were communication skills, leadership styles, organizational culture and organizational effectiveness, respectively. For analyzing the data, descriptive and inferential statistical methods were used path analysis. According to the results, a significant relationship was between communication skills and leadership styles and organizational effectiveness. The results showed the sports fit structural equation model is broadly appropriate. The results of path analysis model communication skills, leadership styles and organizational effectiveness conceptual models represent the results confirmed the suitability of the structural equation model ( $RMSEA = 0/54$ ,  $GFI = 0/91$ ,  $AGFI = 0/90$ ). It is recommended that communication skills, as one of the factors affecting the selection of managers for sports organizations, to be considered by the trustees.

**Key Words:** Sport Organization, Communication Skills, Leadership Style and Organizational Effectiveness

## Place of Sports in Laws of the Iran's Five-Year Plans

**Neda Asadi**

Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Farshad Tojari**

Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Zinat Nik Aeen**

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Received: 17 Jan. 2019*

*Accepted: 16 Feb. 2019*

Laws of the Iran's five-year plans are developed in order to facilitate development of Iran in economic, cultural, and social dimensions. These laws indicate and reflect the government's concerns in macro development of Iran in which the subjects mentioned in the laws are both important and general. The study is to review the place of sports in six laws of the five-year plans. This research is descriptive and is based on the study of the country's five-year plans laws which are reviewed on the basis of the qualitative content analysis. Review of the six laws of the five-year development plans in sports showed that the sports attention trend has been increased in from first to second plan then continued almost smoothly from the third to sixth plan. Attention to the sports of the youth was relatively sufficient while this amount of attention is not witnessed to the less prosperous people in accessing to the sports facilities. While in most cases a gender-neutral approach was applied, there were a few emphases in providing sports facilities especially for the girls and women. Governors' attention to the public sports had a monotonous trend while much less attention paid to the athletics and professional sports. In general, according to the size of Governors' attention to the sports in the country's five-year plans, a systematic approach in conducting and developing of the laws in this regard is not witnessed.

**Key Words:** Law, Sports, Development, Five-Year Plans and Iran

## Designing a Productivity Pattern in Volleyball Federation of IRAN

**Ali Pour Orouji**

Ph.D. in Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

**Abbas Khoda Yari**

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

**Ali Zarei**

Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Rasoul Norouzi Seyyed Hosseini**

Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Physical Education Department, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

*Received: 8 Apr. 2018*

*Accepted: 24 Apr. 2018*

The study is to design a productivity pattern in volleyball federation of Islamic Republic of Iran. The statistical population included a group of experts, educators and managers in research areas ( $N = 200$ ). The statistical sample was equal to the statistical population and in total number method ( $n=200$ ). A researcher-developed questionnaire was used to collect the information. To develop a questionnaire through interview, purposeful method and a snowball sampling method were used. Finally, 51-item questionnaire with 5 options was developed based on the 5-point Likert scale with 9 factors. The reliability coefficient of the research variables was calculated using Cronbach's alpha coefficient and It was found 0/86, 0/94, 0/95, 0/82, 0/87, 0/89, 0/91, 0/90, and 0/93 for educational factors, environmental factors, management factors, economic factors, human resources, functional factors, organizational culture factors, psychological factors, and organizational structure factors, respectively. For initial examination of validity and reliability of the questionnaire questions they were analyzed by using the anti-image matrix. The exploratory factor analysis was used to reduce questions. In order to ensure that the sample was adequate, the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) criterion was used. SPSS and PLS software were used to examine the fit of productivity model. Based on the fitted model, all variables of managerial factors, environmental factors, human factors, organizational culture factors, educational factors, economic factors, functional factors, organizational structure factors, and psychological factors, respectively showed the highest to lowest effect on the productivity.

**Key Words:** Pattern, Productivity, Volleyball Federation and Iran

## **Effects of Sport Participation on Social Vitality with Social Health Moderation**

**Ali Akbar Majdi**

Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Dr. Ali Shariati Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

**Seyyed Ahmad Mir Mohammad Tabar**

Ph.D. in Sociology, Social Sciences Department, Dr. Ali Shariati Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

*Received: 22 Jul. 2019*

*Accepted: 26 Aug. 2019*

15

The study is to investigate the effect of sport participation on social vitality and social health modalities. The research was conducted in a survey using stratified sampling method and using a researcher-made questionnaire. The statistical population was the students of Ferdowsi University of Mashhad (23000 people). The sample size was 403 people using the Cochran formula. The findings indicated that the average sports participation in respondents is 168 minutes per week. The average social vitality is also 65/6, which is moderate. There was a significant difference between the mean of sport participation and social health in terms of gender, but there was no significant difference in social happiness according to gender. The greatest effect on social vitality was related to social health variables (beta coefficient = 0/15) and sports participation (beta coefficient = 0/13), while the sport participation variable had no significant effect on social health.

**Key Words:** Social Vitality, Sports Participation and Social Health

with SPSS23 and AMOS23 software have been used for data analysis. The research results showed that managers' roles include: personal, informational, decision-making, productive, executive, innovative, combined, designer, supervisor and teacher role, and ethical behavioral components including personal level, social level, legal level and useful level. There was a positive and significant relationship between the roles of managers and the ethical behaviors of managers in the Ministry of Sports and Youth. There was also a positive and significant relationship between personal, informational, decision-making, productive, executive, innovative, combined, designer, supervisor and teacher managers with the ethical behaviors of managers of the Ministry of Sports and Youth, according to the research results. It explained well the ethical behaviors based on the roles of managers. The results of the study showed that management and the roles of elders as managers in an organization were of a decisive impact on the occurrence or non-occurrence of employee ethical behaviors.

**Key Words:** Moral Behavior, Personal Role, Intelligence Role, Decision Making Role, Productional Role, Executive Role, Innovative Role, Combined Role, Designer Role, Supervisor Role and Teacher Role

## **Modeling Ethical Behaviors Based on the Roles of Managers in Ministry of Sports and Youth**

### **Ruhollah Asadi**

Ph.D. Student in Public Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

### **Sanjar Salajeghe**

Ph.D., Assistant Professor, Public Management Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

### **Hamdolah Manzari Tavakoli**

Ph.D., Assistant Professor, Psychology Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

### **Navid Fatehi Rad**

Ph.D., Assistant Professor, Business Management Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

*Received: 15 Jan. 2020*

*Accepted: 9 May. 2020*

Non-compliance with certain ethical standards has raised many concerns in the public and private sectors. The decline in behavioral standards in the public sector has prompted researchers to pay more attention to the factors that influence ethical behavior, which seems to be one of the determining factors in employee ethical behavior in managerial roles played by managers. Therefore, the present study was conducted to model the structural equations of ethical behaviors based on the roles of managers in the Ministry of Sports and Youth. The research is applied and developmental in terms of practical purpose and descriptive correlation in terms of method. Based on Morgan's table, 280 people have been selected by stratified random sampling method in proportion to the size of the community and the sample of each province. The data collection tools included a Researcher 179 standard questionnaire for managers' roles with a validity of 0/94 and a reliability of 0/98 and a Researcher 77 questionnaire for ethical behaviors with a validity of 0/94 and a reliability of 0/93. Descriptive statistics and inferential statistics and structural equation modeling

## **State of Security and Fear in Young Women (Case Study: Young Women in Tonekabon City, Mazandaran Province)**

**Ali Asghar Abbasi Asfajir**

Ph.D., Associate Professor, Sociology Department, Babol Islamic Azad University, Babol, Iran

**Ali Reza Jahani Behnamiri**

Sama Department, Babol Islamic Azad University, Babol, Iran

*Received: 18 Dec. 2019*

*Accepted: 8 Jan. 2020*

12

The study is to investigate young women and their fear in urban spaces in Tonekabon city. For this purpose, the present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytic in nature. The statistical population consisted of young women in Tonekabon city who were selected based on Krejcie and Morgan table. Data were collected through documentary (library search) and field (questionnaire) methods. The instrument used in this research was a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed by experts and its reliability was obtained by Cronbach's alpha test. The coefficient alpha coefficient was 0/805 which indicated the appropriate reliability of the questionnaire. Data were analyzed by SPSS and LISREL software based on statistical tests of correlation and regression and path analysis. The results showed that young women have a higher average sense of security when traveling in the city. Among the educated and high-income young women, younger women in their neighborhood had less buildings and deserted areas and younger women who were more satisfied with police activities.

**Key Words:** Women, Fear, Urban Space and Tonekabon City

These components were identified in two sections of short-term methods and long-term method in controlling anger and aggression. Among them, the components of beliefs and religion with factor load of 0/77 and the factor of exercise with factor load of 0/75, the highest coefficient of effect and the component of numbering with factor load had the lowest coefficient of influence of 0/48 respondents. The method of this study was in the second part of the semi-experimental research project, in which 40 subjects were selected in the experimental group and the control group and their scores were extracted. Then, training on the skills of anger and aggression based on the components identified in the qualitative research section was taught to the experimental group during the training sessions during the 8 sessions. The results of the second part of the research in the training sessions for controlling anger and aggression showed that the effect of training anger control and aggression skills in experimental and control groups among young people is statistically significant at level ( $P < 0/001$ ). According to the findings, it can be concluded that the training of anger control and aggression control skills is based on the identified components among the youth of North Khorasan Province.

**Key Words:** Anger, Aggression, Youth and North Khorasan Province

## **Aggression and Violence Control Components and the Impact of Skills Training among Youth in North Khorasan Province**

**Maryam Hafezian**

Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Bojnourd Branch, Islamic Azad University, Bojnourd, Iran

**Malihe Shir Del**

Educational Sciences Department, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

**Dordaneh Asghari**

Master Degree in Psychometrics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

***Received:9 Oct. 2019***

***Accepted:14 Dec. 2019***

The study is to identify the components of controlling aggression and violence and the effect of its skills training among youth in North Khorasan Province. The research method was qualitative and quantitative in the first part and in the second part, the research was semi-experimental. The statistical population included the youth of North Khorasan Province. For sampling in the qualitative section, sampling was used in a small section of simple random sampling. In the qualitative section, 29 people were interviewed and in a small section with unlimited volumes of society, according to the Stevens formula (2002), which were sampled based on the number of questions and parameters, 255 people participated as examples in the first part of the research. The information gathering tools in the first part were interview and researcher made questionnaire and in the second part, Nazari's anger and aggression questionnaire (2018). After confirming the validity of the questionnaire, the researcher-made questionnaire was 0/90 and the anger and aggression questionnaire 0/92 was calculated through Cronbach's alpha. Descriptive and inferential statistics were used to analyze the data. Data analysis was performed using SPSS-24 and AMOS16 software. Based on the analysis of qualitative data from deep and exploratory interviews and the coding and analysis of the content of the interview text while their correspondence with theoretical foundations, the results in the qualitative section indicated 32 components in controlling anger and aggression.

# **A Qualitative Study on the Subjectivity of Youth Concerning Future Using Casual Layered Analysis**

**Mohsen Taheri Demneh**

Ph.D., Assistant Professor in Futures Study, Futures Study Department, Faculty of Advanced Sciences and Technologies, University of Isfahan, Isfahan, Iran

**Ali Zakeri**

Ph.D., Assistant Professor in Futures Study, Futures Study Department, Faculty of Advanced Sciences and Technologies, University of Isfahan, Isfahan, Iran

*Received: 22 Sep. 2019*

*Accepted: 12 Oct. 2019*

9

Future is intrinsically not predictable, nonetheless investigation of people's subjectivity in relation to future is a viable research agenda. It can be argued that our subjective perception of individual and social futures lays on the foundations for our decisions. Therefore, systematic analysis of the images of future, particularly those of the youth as the major owners of futures, is of paramount significance. This article is a fundamental research with a qualitative approach which tries to explore the images of the future among the educated youth. The data was collected through a series of semi-structured interviews and then analyzed using discourse analysis and causal layered analysis. The research findings indicated that the images can be thematically categorized into seven groups: 1. Historical monuments of the past; 2. The weight of the present time; 3. The road taken by the descendants; 4. Conjectures about the future; 5. The shadow of the society; 6. Regrets, inabilities and shortages; 7. Understanding the future.

In order to truly decipher their subjectivity, causal layered analysis was used to extract and re-interpret the major and minor themes. The final results showed that the youth image of the future is a complex and multidimensional concept, and requires effective planning and deep cultural work to influence it.

**Key Words:** Youth, Futures Studies, Future Images, Qualitative Research and Causal Layered Analysis

## **A Study on Relationship between Social Capital and Juveniles' Tendency to Migration**

**Ali Afshari**

Ph.D. Student in Economic and Developmental Sociology, Sociology Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Seyyed Reza Moini**

Ph.D., Assistant Professor in Demographic, Demographic Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Hamid Ansari**

Ph.D., Associate Professor in Sociology, Sociology Department, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

***Received: 19 May 2020***

***Accepted: 20 Jun. 2020***

Migration as a social phenomenon has occupied the minds of many experts. It's one of the main factors that has had a negative effect on development in Iran. The research is to investigate the relationship between social capital and juveniles' tendency to migration. Also, other effective variables on tendency to migration have been studied. This research is a survey. The statistical population is young people between 18 to 35 ages in Tehran. The sample size is 1217 persons that have been chosen by simple random sampling.

The findings showed that amongst variables that have been studied, The important variable is social capital with coefficient of determination- 0.188. Those people who have possessed low social capital have had high tendency to migration. Also, coefficient of determination for other variables including education, age and income has been 0.151, -0.186 and 0.100. So, these variables have had a direct effect on juveniles' tendency to migration. Coefficient of determination has been 0.115 for gender, 0.133 for marital status and 0.102 for employment.

We have tried to explore how underdevelopment and disregard to human capitals in our country has led to juveniles' tendency to migration and how the migration, in turn, intensifies over-underdevelopment of Iran. Also, the role of western utopianism in juveniles' mind and its impact on tendency to migration to west countries has been historically explained.

**Key Words:** Migration, Utopianism, Social Capital, Progress and Youth

---

### **A Model for Developing an Iranian Sport Clothing Brand**

**Ali Ghobadi:** Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran / **Nahid Shetab Bushehri:** Ph.D., Associate Professor, Faculty of Physical Education and Sport Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran / **Amin Khatibi:** Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sports Science, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran **22**

---

### **Futurology Women's Participation in the Roles of Decision Making and Management of Sport in Iran**

**Elham Jafari:** Master Degree in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Farideh Sharifi Far:** Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Shahram Alam:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahre Rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **23**

---

### **Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence and Organizational Climate among the Staff of Gymnasts and Bodybuilders of Selected Provinces**

**Zohreh Marzoghi:** Master Degree in Sport Management, Sciences and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyed Salahodin Naghshbandi:** Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Sciences and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Reza Nikbaksh:** Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **25**

---

### **A Model to Explain the Impact of Organizational Culture on Social Capital among the Managers and Employees in Ministry of Sports and Youth**

**Shahriar Kharazian:** Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Farideh Ashraf Ganjoui:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Ali Zareian:** Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **26**

---

### **Relationship between Intellectual Capital and Job Performance of the Employees of the General Directorate and the Departments of the Suburbs of Sports and Youth of Khorasan Razavi**

**Mohammad Reza Esmailzadeh Ghandehari:** Ph.D., Assistant Professor, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran / **Azra Aghajani:** Ph.D. in Sports Management, International Campus Golbahar, Islamic Azad University, Mashhad, Iran **27**

---

Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran / **Seyyed Ahmad Mir Mohammad Tabar**: Ph.D. in Sociology, Social Sciences Department, Dr. Ali Shariati Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran **15**

---

#### **Designing a Productivity Pattern in Volleyball Federation of IRAN**

**Ali Pour Orouji**: Ph.D. in Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran / **Abbas Khoda Yari**: Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran / **Ali Zarei**: Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran: **Rasoul Norouzi Seyyed Hosseini** / Ph.D., Assistant Professor in Sport Management, Physical Education Department, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran **16**

---

#### **Place of Sports in Laws of the Iran's Five-Year Plans**

**Neda Asadi**: Ph.D. in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Farshad Tojari**: Ph.D., Full Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Zinat Nik Aeen**: Ph.D., Associate Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **17**

---

#### **Role of Communication Skills on Transformational and Structural Leadership Styles and Organizational Effectiveness in Sport Organizations**

**Tayebeh Zargar**: Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Southern Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Rasool Nazari**: Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran **18**

---

#### **Designing and Explaining a Model of Accountability System in Sports Organizations (Case Study: Ministry of Sports and Youth)**

**Amir Olfati**: Ph.D. in Sport Management, Sport Management Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran / **Bahram Yoosefy**: Ph.D., Associate Professor, Sport Management Department, Razi University, Kermanshah, Iran / **Shahab Bahrami**: Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran / **Hossein Eidi**: Ph.D., Assistant Professor, Sport Management Department, Razi University, Kermanshah, Iran **19**

---

#### **Analysis of the Effect of Virtual Communication Networks' Role on Attitude and Sport Participation of Tehran Citizens**

**Saeideh Razavi**: Ph.D. in Sport Management, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran / **Nima Majedi**: Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran / **Fariba Mohammadian**: Ph.D., Assistant Professor, Physical Education Department, Faculty of Accounting and Management, Qazvin Islamic Azad University, Qazvin, Iran **21**

## CONTENTS

### **A Study on Relationship between Social Capital and Juveniles' Tendency to Migration**

**Ali Afshari:** Ph.D. Student in Economic and Developmental Sociology, Sociology Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Seyyed Reza Moini:** Ph.D., Assistant Professor in Demographic, Demographic Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran / **Hamid Ansari:** Ph.D., Associate Professor in Sociology, Sociology Department, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran **8**

---

### **A Qualitative Study on the Subjectivity of Youth Concerning Future Using Casual Layered Analysis**

**Mohsen Taheri Demneh:** Ph.D., Assistant Professor in Futures Study, Futures Study Department, Faculty of Advanced Sciences and Technologies, University of Isfahan, Isfahan, Iran / **Ali Zakeri:** Ph.D., Assistant Professor in Futures Study, Futures Study Department, Faculty of Advanced Sciences and Technologies, University of Isfahan, Isfahan, Iran **9**

---

### **Aggression and Violence Control Components and the Impact of Skills Training among Youth in North Khorasan Province**

**Maryam Hafezian:** Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Bojnourd Branch, Islamic Azad University, Bojnourd, Iran / **Malihe Shir Del:** Educational Sciences Department, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran / **Dordaneh Asghari:** Master Degree in Psychometrics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran **10**

---

### **State of Security and Fear in Young Women (Case Study: Young Women in Tonekabon City, Mazandaran Province)**

**Ali Asghar Abbasi Asfajir:** Ph.D., Associate Professor, Sociology Department, Babol Islamic Azad University, Babol, Iran / **Ali Reza Jahani Behnamiri:** Sama Department, Babol Islamic Azad University, Babol, Iran **12**

---

### **Modeling Ethical Behaviors Based on the Roles of Managers in Ministry of Sports and Youth**

**Ruholah Asadi:** Ph.D. Student in Public Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Sanjar Salajeghe:** Ph.D., Assistant Professor, Public Management Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Hamdolah Manzari Tavakoli:** Ph.D., Assistant Professor, Psychology Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran / **Navid Fatehi Rad:** Ph.D., Assistant Professor, Business Management Department, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran **13**

---

### **Effects of Sport Participation on Social Vitality with Social Health Moderation**

**Ali Akbar Majdi:** Ph.D., Assistant Professor, Social Sciences Department, Dr. Ali Shariati

## **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.47** ● **Spring 2020** ●

---

● **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*