

## اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گرایش شهروندان بیرجندی به ورزش

معجبی خزاعی اسفزار<sup>۱</sup>

ایمان صفایی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۶/۷

هدف پژوهش حاضر، بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گرایش شهروندان بیرجندی به ورزش بود. این پژوهش از لحاظ ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف یک پژوهش کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه شهروندان بیرجندی تشکیل می‌دادند که تعداد آن‌ها نامشخص بود و از طریق جدول مورگان، ۳۸۴ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری و سنجش عوامل مؤثر بر گرایش شهروندان به ورزش‌های همگانی و قهرمانی از پرسشنامه استاندارد غفوری (۱۳۸۲) استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش‌های آماری توصیفی و ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی تک نمونه‌ای مستقل و آزمون فریدمن با کمک نرم‌افزار SPSS و PLS بهره‌گیری شد. نتایج نشان داد رسانه‌های گروهی، تقاضای اجتماعی، ساختار سازمان‌های ورزشی، سازمان‌های غیرورزشی و جهانی‌سازی و ارتباطات به ترتیب بیشترین تأثیر را در گرایش شهروندان بیرجندی به ورزش داشتند. بنابراین لازم است تا مدیران ورزشی به همراه سایر مدیران، اتاق فکر مشترکی را در جهت شناسایی بهتر نیازهای ورزشی شهروندان در جامعه تشکیل دهند. به علاوه، لازم است تا ورزش همگانی به دلیل وجود تقاضای اجتماعی برای آن و همچنین ورزش قهرمانی به دلیل ایجاد موقعیت جهانی برای کشور، به‌عنوان دو محور مهم در برنامه‌ریزی‌های ورزشی مدنظر قرار گیرند.

**واژگان کلیدی:** ورزش همگانی، ورزش قهرمانی، شهروندان بیرجندی و عوامل مؤثر

در اکثر کشورهای دنیا با جهانی و مدرنیته شدن زندگی افراد، الگوهای رفتاری زندگی آنان به طور اساسی دگرگون شده است. این تغییرات دو نتیجه در بر داشته است: کاهش در فعالیت‌های جسمانی و افزایش استفاده از الگوهای تغذیه‌ای ناسالم که در نتیجه، لزوم ارائه برنامه‌های ورزشی بیشتر در جامعه را دو چندان می‌سازد (شولنکورف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). مشارکت در فعالیت‌های ورزشی موجب عملکرد بهتر و سلامت جسمانی و روان‌شناختی افراد خواهد شد (هووارد و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). همچنین حضور مستمر افراد در فعالیت‌های ورزشی می‌تواند مزایای بیشمار دیگری را برای آنان در بر داشته باشد. از این رو، دولت‌ها و به خصوص سازمان‌های ورزشی به‌عنوان یکی از رسالت‌های مهم خویش سعی می‌کنند تا ارائه خدمات ورزشی را گسترش دهند و در تلاش‌اند تا با اجرای سیاست‌ها و دستورالعمل‌هایی در این زمینه، مشارکت ورزشی را در جامعه ارتقا بخشند (دابل و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). درک و تعریف درست از مفهوم ورزش ضروری است، چراکه افراد با نگرش‌های گوناگون و از زاویه دید خود از آن هم‌زمان بجای واژه‌های فعالیت جسمانی یا فعالیت اوقات فراغت و تفریحی استفاده می‌کنند (آیزاوا و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). ورزش عبارت است از تمام اشکال فعالیت جسمانی که به آمادگی جسمانی، سلامت روانی و عقلائی و تعاملات متقابل اجتماعی کمک می‌کنند. این موارد شامل بازی‌های مختلف جهانی و بومی - سنتی، تفریحات و ورزش‌های رقابتی یا انگیزشی سازمان‌یافته است (تهذیبی، ۱۳۹۴). ورزش همگانی مفهومی چتر مانند است که مجموعه‌ای از مدیریت‌ها و وظایف را شامل می‌شود. این ورزش منعکس‌کننده ایدئولوژی‌هاست و به سیاست‌های سازمانی مربوطه و تکالیفی که به ارتقای عدالت و برابری در جامعه منجر می‌شود، اشاره دارد (دابل و همکاران، ۲۰۱۸). ورزش قهرمانی را ورزش‌های رقابتی و سازمان‌یافته‌ای می‌دانند که ورزشکاران ماهر در آن متناسب با استانداردهای تعیین‌شده توسط سازمان‌های ورزشی برای کسب رتبه‌های قهرمانی در مسابقات رسمی تلاش می‌کنند (رضایی صوفی و همکاران، ۱۳۹۶). مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۳ قطعنامه‌ای را در همین زمینه با نام «ورزش به‌عنوان ابزاری برای ترویج و ترغیب به آموزش، سلامت عمومی، توسعه و صلح» به تصویب رساند و زمینه را برای ورود ورزش در حوزه‌های مرتبط با توسعه در سطح جهانی فراهم کرد. در پی این اقدام سازمان ملل، حامیان بین‌المللی نظیر کمیته بین‌المللی المپیک، فیفا<sup>۵</sup> و یونیسف<sup>۶</sup> آن را مدنظر قرار دادند و به‌عنوان مبنای کار خود تعریف نمودند (بارنت<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰).

ورزش، فعالیتی کاربردی و یک حوزه دانشی متمرکز است که با به اشتراک‌گذاری دانش حاصل از افراد و مراکز مختلف سازمانی و داوطلبان ایجاد شده است. بنابراین امروزه ارائه خدمات ورزشی مطلوب، یکی از

1. Scholenkorf
2. Howard et al.
3. Dobbet et al.
4. Aizawa et al.
5. FIFA
6. UNISEF
7. Burnett

بزرگ‌ترین چالش‌های سازمان‌ها و سیاست‌گذاران به شمار می‌رود. (ویلیم و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). از جمله دیگر موضوعات بسیار مهم در مقوله رشد و گسترش ورزش همگانی و قهرمانی که باید به صورت دقیق مورد ارزیابی قرار گیرد، عوامل تأثیرگذار بر گرایش مردم به سمت این فعالیت‌های ورزشی است (سنجولی و همکاران، ۱۳۹۴). نتایج پژوهش وانگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) نشان داد که علاوه بر عوامل گوناگون فردی، انگیزش به ورزش تحت تأثیر عوامل محیطی و اجتماعی مختلفی قرار می‌گیرد. در واقع، لازمه اینکه افراد جامعه را به سوی ورزش و فعالیت‌های ورزشی سوق دهیم این است که بدانیم چه عواملی سبب شده‌اند که افرادی که در جامعه ورزش می‌کنند، به این فعالیت‌ها روی بیاورند (تهذیبی، ۱۳۹۴).

ارائه خدمات ورزشی به منظور ارتقای سلامت عمومی در جامعه تحت تأثیر عوامل متعدد درون و برون سازمانی قرار دارد. برخی از محققان در یک تقسیم‌بندی این عوامل را با توجه به اهمیت آن‌ها به عواملی مانند اجتماعی - زیستی که در محیط فرد قرار دارند، برمی‌شمارند (گارکیچ و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). همچنین برخی از عوامل بین فردی، درون فردی، سازمانی و اجتماعی را نیز می‌توان بر نگرش و رفتار افراد در گرایش به ورزش مؤثر دانست. از جمله عوامل بین فردی می‌توان به محدودیت‌های فردی و عوامل تسهیل‌کننده مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، تعارضات بین افراد و مسائل فرهنگی و اجتماعی اشاره کرد. از عوامل مرتبط با طراحی و ساختار برنامه‌های ورزشی می‌توان از موفقیت‌های به دست آمده در تجارب قبلی فرد از شرکت در آن برنامه‌ها نام برد. عوامل درون فردی شامل مشکلات مالی، تفاوت‌های فرهنگی، جنسیتی و آگاهی‌ها و دانش ورزشی فرد می‌باشد. از عوامل مرتبط با ساختار سازمان‌های ورزشی می‌توان به محیط فیزیکی آن از قبیل قرارگیری مجموعه ورزشی و در دسترس بودن وسایل نقلیه و امکانات نقل و انتقال به محل ورزش و همچنین متناسب بودن برنامه‌های ورزشی با علایق و سلاقی شرکت‌کنندگان و ظرفیت پذیرش سازمان‌های ورزشی اشاره نمود (راو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). اریک تیبات<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) در مطالعه خود دریافت که پول و زمان از مهم‌ترین عوامل مؤثر مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی است. او پیشنهاد می‌کند که سیاست‌گذاران ورزشی از طریق گسترش زمین‌های چمن، باشگاه‌های ورزشی عمومی، کمپ‌ها و زیرساخت‌های ورزشی از قبیل استخرهای مختص افراد با درآمد پایین امکان مشارکت هرچه بیشتر را برای این دسته از افراد فراهم آورند. همچنین دولت می‌تواند به منظور تشویق افراد در جهت حضور در رویدادهای ورزشی و مراکز سلامت و تناسب‌اندام که خارج از چارچوب باشگاه‌های خصوصی است - مانند فعالیت‌های پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری و دویدن که برگزاری آن برای دولت مقرون به صرفه تر می‌باشد - امکان مشارکت بیشتر را فراهم آورد. به علاوه، دولت می‌تواند با دادن کوپن‌هایی افراد را به شرکت در فعالیت‌های ورزشی ترغیب نماید. چپاه و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «عوامل تأثیرگذار در تصمیم مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی» دریافتند که سطح درآمدی،

1. Willeem et al.
2. Wang
3. Garkisch et al.
4. Rowe et al.
5. Thibaut
6. Cheah et al.

جنسیت و وضعیت شغلی با تصمیم و میزان مشارکت در ورزش رابطه دارد. همچنین سبک زندگی و وضعیت سلامت افراد نیز نقش مهمی را در مشارکت در فعالیت‌های ورزشی ایفا می‌کند که این یافته به مدیران در تعیین سیاست‌های کلی خود در راستای افزایش مشارکت در ورزش کمک قابل توجهی می‌نماید.

از دیگر عوامل اثرگذار در گرایش به ورزش توسط افراد، مسائل فرهنگی و اجتماعی است. این عوامل می‌توانند باورها، نگرش‌ها و عملکردها را تحت تأثیر خود قرار دهند. در این میان، رسانه‌های گروهی یکی از ابزارهای اساسی برای بررسی مسائل اجتماعی، اطلاع‌رسانی و آموزشی و عاملی بسیار مؤثری در شکل‌گیری ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌آیند. امروزه وجود و کاربرد وسایل ارتباط جمعی، وسعت، نفوذ و تأثیرات آن بسیار زیاد شده است؛ به طوری که وسایل ارتباط جمعی برای تثبیت، حفظ و تحکیم سلطه فرهنگی و سیاسی قدرت‌های استعماری حتی بر نیروهای نظامی برتری دارد و ابزار مؤثر و نیرومندی برای تسخیر هویت، افکار و اذهان عمومی محسوب می‌شوند (خالدیان و همکاران، ۱۳۹۲).

رحیمی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که عوامل فرهنگی و فردی نقش بسزایی در توسعه ورزش همگانی دارد. همچنین در پژوهشی دیگر نشان داده شد که سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی با تأثیری که بر سرمایه فرهنگی ورزش دارند، گرایش شهروندان را متأثر می‌سازند؛ یعنی هرچقدر خانواده (پدر، مادر، برادران و خواهران و...) دوستان و همکاران فرد را به ورزش تشویق کنند و هرچقدر سازمان‌های دولتی (شهرداری، تربیت بدنی و...) و دانشگاه‌ها، امکانات ورزشی بیشتری را برای شهروندان فراهم کنند، سرمایه فرهنگی ورزش محور تقویت می‌شود و از طرف دیگر، این نوع سرمایه می‌تواند گرایش شهروندان به ورزش را افزایش دهد (معین‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۱).

ابیویه<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «کمپین رسانه‌های جمعی فعالیت بدنی را بهبود می‌بخشد» دریافتند که رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی که از زیرشاخه‌های ورزش همگانی می‌باشد داشته‌اند. به علاوه، نتایج پژوهش پوتوارکا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) با عنوان «عوامل مؤثر بر قصد شرکت‌کنندگان به انجام فعالیت‌های ورزشی» نشان داد که تماشای مسابقات دوچرخه‌سواری رقابت‌های ورزشکاران نخبه از تلویزیون موجب تحریک آنان به شرکت در فعالیت‌های ورزشی دوچرخه‌سواری می‌شود.

از عوامل دیگر اثرگذار بر گرایش به ورزش، تقاضای اجتماعی است. تقاضای اجتماعی، جمع تقاضای افراد است؛ یعنی تمام عوامل مؤثر بر تقاضای فرد بر تقاضای جمعی نیز مؤثر است. در تعریفی دیگر، تقاضای اجتماعی به معنی تعیین اولویت تعریف شده است. توجه به تقاضای اجتماعی، برنامه ریزان را از گرفتار شدن در گرداب بی‌برنامگی‌های می‌بخشد (فاضل نیا و همکاران، ۱۳۹۲). چپاه و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود از موارد تأثیرگذار در افزایش تقاضای اجتماعی به ورزش به ارائه تسهیلات و امکانات عمومی ورزشی توسط سازمان‌های گوناگون نام می‌برند. همچنین معمولاً استقبال از تسهیلات عمومی ورزشی بیشتر از بخش خصوصی است. لذا این مدیران و بخصوص مدیران ورزشی هستند که با فراهم نمودن این‌گونه تسهیلات

1. Abioye et al.  
2. Potwarka et al.

موجب استقبال هرچه بیشتر افراد جامعه به ورزش می‌شوند. نتایج پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که حمایت مدیران از ورزش موجب جلب مشارکت افراد به فعالیت‌های ورزشی می‌شود. همچنین آنان دریافتند که احساس افراد از حمایت شدن توسط مدیران می‌تواند نقش بسزایی در ادامه مشارکت ورزشی داشته باشد. به علاوه، صرف‌نظر از فراهم بودن تسهیلات ورزشی، دسترسی و اطلاع و آگاهی از وجود این تسهیلات و همچنین نوع برنامه تمرینی متناسب با نیاز افراد را از عوامل تأثیرگذار در مشارکت آنان در فعالیت‌های ورزشی بر شمرده شده است.

موتز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) بیان می‌کنند که موفقیت‌های ورزشی که فرد در تجربیات گذشته خود به دست آورده است، بر انگیزه مشارکت او در فعالیت‌های ورزشی آینده تأثیرگذار است. این افراد از آمادگی بیشتری نسبت به سایر افراد برای تغییر در سبک زندگی خود از بی‌تحركی به انجام فعالیت‌های ورزشی با ترغیب و تشویق اعضای خانواده، مریبان یا افراد عضو در گروه‌های ورزشی برخوردارند. همچنین نتایج نشان داد که حضور بانوان در فعالیت‌های ورزشی با افزایش سن و تجربه آنان نتیجه معکوس دارد. به عبارت دیگر، هرچه بانوان به دوره سالمندی نزدیک می‌شوند، مشارکت آنان در ورزش به دلایل دوری از مکان‌های ورزشی و عدم تناسب شدت تمرینات با نیازهایشان، کمتر می‌شود و همین امر موجب کاهش تقاضای زنان به ورزش با افزایش سن می‌شود. هارک و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش خود اظهار می‌دارند که احتمال مشارکت ورزشی کسانی که به دنبال توسعه سلامت عمومی، تندرستی و اجتماعی شدن هستند بیشتر است. از این رو، آنها بیشتر در ورزش سرمایه‌گذاری می‌کنند. لی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) نیز در پژوهشی دریافتند که جذابیت‌های محیطی می‌تواند بر انگیزه رفتار افراد در قصد شرکت در یک فعالیت ورزشی با تفریحی اثرگذار باشد. بنابراین، این نکته اهمیت دارد که سیاست‌گذاری‌ها در راستای ارتقای جاذبه‌های بصری و محیط طبیعی صورت گیرد. از این رو، راهبردهای بهره‌گیری از جذابیت‌های محیط طبیعی می‌تواند به عنوان بخشی از برنامه‌ریزی‌های مدیران در جهت اثرگذاری بر نگرش افراد به منظور شرکت در فعالیت‌های اوقات فراغت مورد توجه قرار گیرد؛ چنان که تنظیم مقررات و سیاست‌هایی در جهت برگزاری فعالیت‌های ورزشی همگانی در محیط‌های زیبا می‌تواند به‌عنوان یک میانجی در ترغیب انگیزه‌های درونی افراد نقش بسزایی داشته باشد. تبلیغات مثبت در رسانه‌ها می‌تواند موجب بالا بردن جنبه‌های شناختی افراد شرکت‌کننده در ورزش‌های اوقات فراغت و تصویرسازی مثبت از طریق شبیه‌سازی اثرات مثبت ناشی از شرکت در فعالیت‌های ورزشی در ذهن و نگرش فرد صورت گیرد. به‌طور کلی قبل از تعیین راهبردهای جدید ورزشی، باید تقاضای اجتماعی طی مطالعه‌ای جداگانه تعیین و راهبردها بر اساس نیازهای جامعه تدوین شوند. تمام سازمان‌ها باید به این باور برسند که برنامه‌های خود را بر اساس تقاضای اجتماعی طراحی کنند و از راهبرد واحدی (رسمی نه جاری) تبعیت نمایند. عدم وجود فهم مشترک سبب شده که هر فرد یا گروهی بر اساس عقاید خود، راهبردهای

1. Mutter et al.

2. Hurk

3. Lee

غیررسمی تدوین و حتی اجرا کند. هرچند فرآیند جهانی سازی، نیازها و گرایش‌ها را تقریباً همسان کرده یا در حال یکسان‌سازی آن‌هاست (ایچبرگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

از دیگر عوامل اثرگذار می‌توان به تأثیر سازمان‌های ورزشی و ساختار سازمان‌های غیرورزشی بر گرایش به ورزش اشاره نمود. به دلیل نقش و اهمیت تربیت‌بدنی و ورزش در جوامع، جنبش‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مختلفی به وجود آمده‌اند که موجب شکل‌گیری صنعت ورزش شده‌اند. در این صنعت، انواع سازمان‌های عمومی و خصوصی به فعالیت مشغول‌اند که برخی ماهیت ورزشی دارند و بعضی از بیرون از حوزه ورزش به آن وارد شده‌اند. از سوی دیگر، به دلیل مشکلات مالی بسیار زیاد از جمله محدودیت منابع مالی دولتی در ورزش، رویه‌ای به وجود آمده است که ورزش باید با سایر حوزه‌ها برای کسب سود دوطرفه و رابطه برد - برد تلاش کند (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۵).

میلارد<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در پژوهش خود دریافت که گشودن درب‌های سازمان‌های دولتی به روی مردم به طوری که با بسیج تمامی امکانات و منابع در جهت بهبود وضعیت اجتماعی مردم صورت گیرد، سبب مشارکت بیشتر افراد در فعالیت‌های ورزشی اجتماعی خواهد شد. نتایج پژوهش ایمی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) نشان داد که وجود ساختارهای سازمانی مشخص و تدارک تسهیلات ورزشی بیشتر و باکیفیت بهتر با همکاری تمامی سازمان‌های کشوری سبب مشارکت بیشتر افراد در فعالیت‌های ورزشی خواهد شد. در همین راستا، لینا و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) بیان می‌کنند که نیاز است تا سازمان‌های مختلف به ارائه خدمات برابر و یکسان ورزشی به همه اقشار جامعه اقدام کنند. خدمات برابر ورزش همگانی، یک اصطلاح عمومی در برگیرنده همه انواع فعالیت‌های بدنی و خدماتی است که رضایت عمومی افراد را برای اجرای ورزش‌های همگانی در پی دارد، نیازهای مردم را در همه جنبه‌ها رعایت می‌کند، مبنای آن مردم-محور است، همه شهروندان از فرصت‌های خدمات برابر ورزش همگانی برخوردارند و در آن سهم می‌باشند و دولت با منابع مالی خود افراد را در این زمینه حمایت می‌کند. ویکر و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۹)، در پژوهشی با عنوان «حمایت از ورزش همگانی برای همه گروه‌های سنی: تأثیر زیرساخت‌های ورزشی» دریافتند که بدون در نظر گرفتن شرایط شخصی، اجتماعی و اقتصادی و با توجه به اصل برابری همه افراد جامعه، وجود زیرساخت‌ها در این حوزه بر میزان مشارکت افراد در ورزش اثرات معنادار و بالایی دارد. لذا پیشنهاد می‌کنند مدیران ورزشی برای ارتقای زیرساخت‌های ورزشی و در نتیجه مادام‌العمری کردن ورزش باید برنامه‌ریزی صحیح داشته باشند. (اندرسون و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹) آنها با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش خود بیان می‌کنند که سازمان‌های ورزشی می‌توانند به منظور ارائه خدمات مطلوب‌تر به افراد با آگاهی از چالش‌های پیش روی آنان برای پرداختن به ورزش، سطح مناسب فعالیت ورزشی برای هر فرد و ارائه خدمات ورزشی در مکان‌های در دسترس افرادی که قصد شرکت در فعالیت‌های ورزشی را

1. Eichberg
2. Millard
3. Eime
4. Lina et al.
5. Wicker et al.
6. Anderson et al.

دارند، انگیزه مشارکت آنان را افزایش دهند.

نتایج پژوهش راگیوتا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) نشان داد که مدیران می‌توانند با درک صحیح نیازهای افراد شرکت‌کننده در فعالیت‌های ورزشی و آگاهی کامل از سن، جنسیت، سطح تمرین و وضعیت سلامت پزشکی آنان، به ارائه خدمات مطلوب‌تر به آنان در جهت افزایش تقاضا برای فعالیت ورزشی گام بردارند. همچنین مدیران باید سعی کنند تا خدمات مطلوب‌تری را فراتر از تصور مشتری فراهم آورند. آن‌ها باید قصدشان را نه تنها بر روی تصویرسازی مثبت از فعالیت‌های ورزشی متمرکز کنند، بلکه باید در افراد این احساس را به وجود بیاورند که برنامه‌های ورزشی تدارک دیده شده منحصر به آن افراد و مختص و مطابق با نیازهای جسمانی و روانی آن‌هاست و به بهبود همه‌جانبه آن‌ها کمک می‌کند. در صورت برنامه‌ریزی دقیق‌تر در جهت علایق و خواسته‌های افراد و افزایش حس وفاداری، خود تقویتی و اعتماد به مثبت بودن تأثیر فعالیت‌ها در آنان، می‌توان زمینه جذب بیشتر افراد را به فعالیت‌های ورزشی پدید آورد.

از دیگر عوامل تأثیرگذار در گرایش افراد به ورزش، جهانی‌سازی می‌باشد. جهانی‌سازی، فرآیند تغییر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که به ایجاد روابط بیشتر و درآمیختگی افزون‌تر منجر خواهد شد. جهانی‌شدن موجب تأثیرگذاری بر بسیاری از پدیده‌های اجتماعی از جمله ورزش گردیده و شاهد این مدعا، فرایند برگزاری مسابقات جهانی از جمله المپیک و جام جهانی است. امروزه ورزش به تجارتی بزرگ و صنعتی پویا تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ نیز به شدت به ورزش توجه نشان می‌دهند (سپاهی، ۱۳۹۵). نتایج پژوهش آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که برگزاری مسابقات در مقیاس جهانی مانند المپیک ۱۹۶۴ توکیو تأثیر بسیاری در جهانی‌سازی ورزش ملی و جذب افراد در سنین مختلف به خصوص سالمندان به ورزش خواهد داشت. در واقع، تجربه افراد با شرکت در المپیک باعث شد تا در سالیان پیش روی عمر خود به ورزش و انجام فعالیت‌های گوناگون ورزشی و اوقات فراغت پایبند باشند. مک ری<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) اظهار می‌دارد که برگزاری رویدادها در مقیاس جهانی بر نگرش فرد به ورزش اثرگذار است و نگرش مثبت افراد به ورزش باعث شرکت آنان در فعالیت ورزشی می‌شود. از تأثیرات برگزاری رویدادها می‌توان بر تغییر سیاست‌گذاری‌ها، رفتار مردم جامعه و محیط اجتماعی که ناشی از تغییر فرهنگ آنان است، اشاره کرد. در نتیجه، تجربه بازی‌های المپیک به‌عنوان کشور میزبان برگزارکننده رویداد نه تنها برای جامعه مؤثر است، بلکه با فراهم آوردن زیرساخت‌های ورزشی مدرن و به روز باعث تحریک افراد به شرکت در فعالیت‌های ورزشی خواهد شد. در همین زمینه آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸) دریافته‌اند که طبق «نظریه اثر خواب»، برگزاری رویدادها در مقیاس جهانی سبب می‌شود تا افراد با گذر سن و با تجربه‌ای که از شرکت در این رویدادها به دست می‌آورند، برخلاف دوران جوانی اولویت اول خود را از مسئولیت‌های خانگی و کاری به‌سوی فعالیت‌های اوقات فراغت و شبکه‌سازی ورزشی سوق دهند. از طرفی، شانس برگزاری رویداد بزرگ ورزشی برای یک کشور طی سالیان طولانی ممکن است بندرت پیش آید. لذا تغییرات اجتماعی را که ایجاد می‌کند بسیار شگرف می‌باشد و سبب می‌شود تا دولت‌ها به اتخاذ

1. Raggiottoa et al.

2. Macrae

سیاست‌های ورزشی جدید از خردسالی تا سالمندی در تمامی ارگان‌ها و نهادهای ذی‌ربط اقدام کنند که موجب علاقه‌مندی زیاد افراد تا پایان عمر به ورزش خواهد شد.

بدین ترتیب، می‌توان دریافت که فراهم نمودن زمینه‌های لازم برای پرداختن به ورزش همگانی، تکلیفی ملی جهت حفظ و ارتقای سلامت شهری شهروندان و نیز کاهش هزینه‌های سلامت به شمار می‌رود. از این رو، پژوهش حاضر سعی دارد تا به بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در گرایش شهروندان بیرجندی به ورزش بپردازد.

### روش شناسی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش، کلیه شهروندان بیرجندی بودند که چون تعداد آن‌ها نامشخص بود، از طریق جدول مورگان ۳۸۴ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات و سنجش عوامل مؤثر بر گرایش شهروندان بیرجندی به ورزش‌های همگانی و قهرمانی، از پرسشنامه استاندارد غفوری (۱۳۸۲) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۵۴ سؤال و هدف آن تعیین عوامل اصلی مؤثر در گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی (رسانه‌های گروهی، تقاضای اجتماعی، سازمان‌های غیرورزشی، ساختار سازمان‌های ورزشی، جهانی‌سازی و ارتباطات) بود. طیف نمره‌گذاری این پرسشنامه بر اساس لیکرت ۵ گزینه‌ای می‌باشد. روایی سؤالات پرسشنامه در این تحقیق، با توجه به اینکه استاندارد بود توسط اساتید راهنما و خبرگان تأیید شده است. پایایی پرسشنامه در مجموع برای تمامی ابعاد آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۹۷ به دست آمد. به‌منظور توصیف بهتر داده‌ها، از شاخص‌های مرکزی و همچنین شاخص‌های پراکندگی بهره‌گیری شد. در بخش آمار استنباطی، از آزمون نرمالیتی داده‌ها و آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و با توجه به پرسشنامه به کار برده شده و نوع سؤالاتی که برای رسیدن به اهداف پژوهش تنظیم شده بود از آزمون ضریب همبستگی پیرسون، رتبه‌بندی فریدمن و آزمون تی تک نمونه‌ای مستقل استفاده گردید. همچنین جهت ارزیابی و سنجش ابزار اندازه‌گیری اطلاعات (پرسشنامه) از تحلیل عاملی (CFA) با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) به‌وسیله نرم‌افزار Smart PLS2 بهره‌گرفته‌گری شد.

### یافته‌های پژوهش

نتایج یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که از بین ۳۸۴ نفر نمونه پژوهش ۴۶/۴ درصد دارای تحصیلات دیپلم و کمتر می‌باشند. همچنین ۱۲/۲ درصد دارای تحصیلات فوق‌دیپلم، ۲۶ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۱۵/۴ درصد دارای تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر می‌باشند. همچنین بیشترین فراوانی مربوط به بازه سنی ۲۵ تا ۳۰ سال بوده که ۳۲/۶ درصد از کل را شامل می‌شود. به همین ترتیب ۱۳۷ نفر (۳۵/۷ درصد) زن و ۲۴۷ نفر (۶۴/۳ درصد) نیز مرد می‌باشند.



جدول ۱: ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مورد مطالعه پژوهش

متغیرهای پژوهش	رسانه‌های گروهی	تقاضای اجتماعی	سازمان‌های غیرورزشی	ساختار سازمان‌های ورزشی	جهانی‌سازی و ارتباطات	عوامل مؤثر در گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی	همبستگی	
							مقدار	سطح معناداری
رسانه‌های گروهی	۱						مقدار همبستگی	
							سطح معناداری	
تقاضای اجتماعی	۰/۷۹۲	۱					مقدار همبستگی	
	۰/۰۰						سطح معناداری	
سازمان‌های غیرورزشی	۰/۶۵۴	۰/۶۱۹	۱				مقدار همبستگی	
	۰/۰۰	۰/۰۰					سطح معناداری	
ساختار سازمان‌های ورزشی	۰/۶۸۲	۰/۷۴۳	۰/۵۴۱	۱			مقدار همبستگی	
	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰				سطح معناداری	
جهانی‌سازی و ارتباطات	۰/۶۸۸	۰/۷۴۴	۰/۵۸۶	۰/۶۱۶	۱		مقدار همبستگی	
	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰			سطح معناداری	
عوامل مؤثر در گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی	۰/۸۸۸	۰/۹۱۳	۰/۷۹۸	۰/۸۲۸	۰/۸۵۳	۱	مقدار همبستگی	
	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰		سطح معناداری	

جدول ۲: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در خصوص عوامل مؤثر در گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی

متغیر	میانگین	مقدار آماره تی	سطح معناداری	بازه اطمینان ۹۵ درصدی برای اختلاف میانگین	
				حد بالا	حد پایین
عوامل مؤثر به‌طورکلی	۳/۴۶	۱۴/۰۸۸	۰/۰۰	۰/۴۰	۰/۵۳
رسانه‌های گروهی	۳/۶۳	۱۷/۴۸	۰/۰۰	۰/۰۵۶	۰/۷۱
تقاضای اجتماعی	۳/۴۳	۱۰/۵۶	۰/۰۰	۰/۳۵	۰/۵۲
سازمان‌های غیرورزشی	۳/۴۰	۹/۹۹	۰/۰۰	۰/۳۲	۰/۴۸
ساختار سازمانی ورزشی	۳/۵۵	۱۵/۸۷	۰/۰۰	۰/۴۸	۰/۶۲
جهانی‌سازی و ارتباطات	۳/۳۰	۷/۴۸	۰/۰۰	۰/۲۲	۰/۳۸

با توجه به این‌که میانگین‌های نمرات و همچنین حدود بالا و پایین برای اختلاف میانگین‌ها هر دو مثبت به‌دست‌آمده می‌توان گفت که رابطه بین عوامل مؤثر در گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی و گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی تایید می‌شود. همچنین تأثیرگذاری رسانه‌های گروهی، تقاضای اجتماعی، سازمان‌های غیرورزشی و جهانی‌سازی و ارتباطات بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی نیز تایید می‌گردد.

جدول ۳: نتایج نهایی رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی

رتبه عوامل	میانگین رتبه‌ای	عوامل
۱	۳/۵۷	رسانه‌های گروهی
۲	۳/۲۵	ساختار سازمان‌های ورزشی
۳	۲/۹۶	تقاضای اجتماعی
۴	۲/۸۲	سازمان‌های غیرورزشی
۵	۲/۴۰	جهانی‌سازی و ارتباطات

همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، رسانه‌های گروهی بیشترین و جهانی‌سازی و ارتباطات کمترین تأثیر را بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی داشته‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از بررسی فرضیه پژوهش نشان می‌دهد که رابطه بین عوامل مؤثر در گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی و گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی تایید می‌شود. نتایج این پژوهش نشان داد که تأثیرگذاری رسانه‌های گروهی، تقاضای اجتماعی، سازمان‌های غیرورزشی و جهانی‌سازی و ارتباطات بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی معنی‌دار می‌باشد. این نتایج با یافته‌های پژوهش ایمی و همکاران (۲۰۱۷)، تیبات (۲۰۱۷)، چپاه و همکاران (۲۰۱۷)، پتوارکا و همکاران (۲۰۱۹)، هارک و همکاران (۲۰۱۷)، لینا و همکاران (۲۰۱۶)، اندرسون و همکاران (۲۰۱۹)، ابیویه و همکاران (۲۰۱۶)، آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸)، ویلیم و همکاران (۲۰۱۸)، می‌بارد (۲۰۱۵)، وانگ و همکاران (۲۰۱۷)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۶) و معین‌الدینی و همکاران (۱۳۹۱) هم‌خوانی دارد. در این پژوهش رسانه‌های جمعی بیشترین تأثیر را در گرایش و تشویق افراد به انجام فعالیت‌های ورزشی داشتند. این یافته با نتیجه پژوهش ابیویه و همکاران (۲۰۱۶) با عنوان «کمپین رسانه‌های جمعی فعالیت بدنی را بهبود می‌بخشد» که دریافتند رسانه‌های جمعی اثر روشنی بر ترویج پیاده‌روی - که از زیرشاخه‌های ورزش همگانی است - دارند، همسو می‌باشد. همچنین با نتایج پژوهش پتوارکا و همکاران (۲۰۱۹) که نشان دادند تماشای مسابقات دوچرخه‌سواری رقابت‌های ورزشکاران نخبه از تلویزیون موجب تحریک آنان به شرکت در فعالیت‌های ورزشی دوچرخه‌سواری می‌شود،

هم خوانی دارد. همچنین این یافته با پژوهش براون و همکاران (۲۰۱۷) در اینکه هیچ رابطه‌ای بین میزان رضایت درک شده از مشاهده مسابقات و قصد شرکت در فعالیت‌های ورزشی شنا مشاهده نکردند، ناهم‌سو می‌باشد. احتمالاً دلیل این امر را می‌توان در عدم تحریک مناسب و نبود انگیزه کافی به دلیل برآورده نشدن نیازهایی که باید از طریق سایر عوامل مانند اقدامات تبلیغی مناسب توسط رسانه‌ها به‌منظور فراهم آوردن شرایط انگیزشی مناسب و عدم وجود سرمایه اجتماعی برای ایجاد انگیزه جهت شرکت در فعالیت‌های ورزشی جستجو کرد. همچنین در پژوهشی ناهم‌سو با پژوهش حاضر، یوشیدا<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) دریافت که علیرغم اینکه عوامل اقتصادی اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی سبب ایجاد فرصت برای مشارکت در فعالیت‌های ورزشی می‌شود، اما عوامل اقتصادی دیگری مانند نبود سرمایه اجتماعی بر میزان میل افراد برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی اثرگذار است. همسویی این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش محققان دیگر را می‌توان این‌گونه تبیین کرد که این رسانه‌های جمعی هستند که با نشان دادن تأثیرات مفید پرداختن به فعالیت‌های ورزشی و تغییر در نگرش فرد سبب تحریک نیازهای ورزشی افراد شده و در نتیجه منجر به بروز رفتارهای ورزشی در فرد گردیده‌اند. در واقع، بخش عمده‌ای از نگرش ما به دنیا، ریشه در پیام‌های رسانه‌ای دارد که از پیش ساخته شده‌اند. آن‌ها به لحاظ دارا بودن دامنه نفوذ وسیع، اثر مستقیمی بر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند. همچنین در تغییر آگاهی‌ها و نگرش‌های جامعه نقش بسزایی ایفا می‌کنند. لذا پیشنهاد می‌گردد برنامه‌های ورزشی رادیو و تلویزیون وقت بیننده را به‌صورت مفید پر کنند، نیازها و علایق جدید جوانان را تأمین و برای انتخاب نوع و شکل برنامه‌ها و موضوعات ورزشی، از اقشار مردم نظرسنجی نمایند و توسط یک کمیته تخصصی و هماهنگ با سایر راهبردها تنظیم و پخش شوند تا زمینه جذب آحاد مختلف مردم به شرکت در فعالیت‌های ورزشی همگانی و قهرمانی را فراهم آورند.

یافته دیگر این پژوهش نشان داد که تقاضای اجتماعی سبب افزایش گرایش شهروندان به ورزش می‌شود. این یافته همسو با پژوهش‌های اندرسون و همکاران (۲۰۱۹) است که بیان می‌کنند سازمان‌های ورزشی می‌توانند به‌منظور ارائه خدمات مطلوب‌تر به افراد با آگاهی از چالش‌های پیش روی افراد برای پرداختن به ورزش، سطح مناسب فعالیت ورزشی برای هر فرد و ارائه خدمات ورزشی در مکان‌های در دسترس افرادی که قصد شرکت در فعالیت‌های ورزشی را دارند، انگیزه مشارکت آنان و در نتیجه تقاضا برای انجام فعالیت‌های ورزشی را افزایش دهند. همچنین با نتایج پژوهش راگیوتا و همکاران (۲۰۱۹) که نشان داد مدیران می‌توانند با درک صحیح نیازهای افراد شرکت‌کننده در فعالیت‌های ورزشی و آگاهی کامل از سن، جنسیت، سطح تمرینی وضعیت سلامت پزشکی آنان، به ارائه خدمات مطلوب‌تر به آنان در جهت افزایش تقاضا برای فعالیت ورزشی گام بردارند، همسو می‌باشد. در توجیه این یافته می‌توان گفت که پاسخ به تقاضای اجتماعی افراد می‌تواند فهم مدیران را از نیازهای افراد به ورزش بالا ببرد و با شناسایی گرایش‌های افراد مختلف به ورزش و اتخاذ راهبردهای مناسب در جهت رفع موانع پیش رو گامی بزرگ برداشت. از این طریق به نیازهای بومی افراد از قبیل پول، زمان، عدم دسترسی به مجموعه ورزشی و سایر نیازها و دغدغه‌ها پاسخ درست داده خواهد شد که خود منجر به افزایش انگیزه برای مشارکت در ورزش می‌شود. لذا پیشنهاد می‌گردد تا مدیران مربوطه به ورزش همگانی

و تفریحات سالم به دلیل وجود تقاضای اجتماعی و نقش آن در سلامت جامعه و گسترش ورزش قهرمانی به دلیل انگیزه کسب افتخار و موقعیت جهانی برای کشور و شکوفایی استعداد نخبگان، به‌عنوان دو محور مهم در برنامه‌ریزی‌های ورزشی اهتمام ورزند.

نتایج دیگر پژوهش نشان می‌دهد که سازمان‌های غیرورزشی و ساختار سازمان‌های ورزشی بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی تأثیر معنی‌داری دارد. این یافته با پژوهش‌های ایممی و همکاران (۲۰۱۷)، می‌بارد (۲۰۱۵) و ویلیام و همکاران (۲۰۱۸) که نشان دادند تدارک تسهیلات ورزشی بیشتر و باکیفیت بهتر توسط سازمان‌های ورزشی با همکاری سایر سازمان‌ها سبب مشارکت بیشتر در فعالیت‌های ورزشی خواهد شد، همسو است. این یافته با پژوهش فیلیپس و نیولند<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) همخوانی ندارد. آنان در پژوهش خود دریافتند که ارائه خدمات ورزشی و فراهم کردن فرصت‌های اوقات فراغت با ماهیت و منطبق سازمان‌های غیرورزشی مغایر است، چراکه آن‌ها سعی در دستیابی به اهداف و رسالت‌هایی که این سازمان‌ها برایشان به وجود آمدند دارند و از هرگونه فعالیت‌های حاشیه‌ای دیگر جهت جلوگیری از تداخل با رسالت‌هایشان، سرباز می‌زنند. به علاوه ایممی و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که علیرغم وجود تسهیلات ورزشی و فراهم کردن آن توسط سازمان‌های ورزشی و وجود سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم، استقبال کمی از فعالیت‌های ورزشی و برنامه‌های ارائه‌شده توسط این سازمان‌ها صورت گرفته است. آنان دلیل این امر را نبود اطلاع‌رسانی و آگاهی کافی نسبت به وجود فرصت‌های فراهم‌شده و عدم وجود بینش صحیح به این فعالیت‌ها می‌دانند. در واقع می‌توان نتیجه گرفت که عدم وجود تبلیغات صحیح به منظور شناساندن فرصت‌های موجود به جامعه هدف سبب عدم استقبال از این فعالیت‌ها شده است.

همچنین این یافته پژوهش حاضر با پژوهش لینا و همکاران (۲۰۱۶) که بیان می‌کنند نیاز است تا سازمان‌های مختلف به ارائه خدمات برابر و یکسان ورزشی به همه اقشار جامعه اقدام کنند هم‌راستا است. بنابراین می‌توان گفت که گسترش روزافزون هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های گوناگون و مردم‌نهاد، هیئت‌های ورزشی و اداره‌های مختلف جهت تعیین راهبردهای ورزش و تربیت‌بدنی و همچنین اقدامات سازنده در این زمینه و کمک به یکدیگر و ایجاد مراکز ورزشی مشترک بین آنان باعث جلوگیری از موازی کاری در تدوین و اجرای راهبردها شده است؛ به طوری که از مدیریت ضعیف و تداخل برنامه‌ها جلوگیری شده و زمینه شناسایی و رفع مشکلات عدیده پیش روی تعامل مثبت و سازنده سازمان‌های گوناگون باهم فراهم آمده است. همین امر موجب شده تا بیشتر سازمان‌های ورزشی به برنامه‌ریزی راهبردی روی آورده‌اند و تدوین راهبردهای مناسب ورزش همگانی و قهرمانی موجب افزایش گرایش افراد به فعالیت‌های ورزشی، جذب مشارکت سایر سازمان‌ها و رفع محدودیت‌های پیش روی توسعه ورزش شده است. همچنین در سال‌های اخیر با اجرای راهبردهای فعلی تربیت‌بدنی و ورزش در کشور از طریق تشکیل ساختار ورزشی و مشارکتی مردم در سمن‌ها، استفاده از ظرفیت تربیت‌بدنی سایر ارگان‌ها و ایجاد ساختاری تقریباً متحد مانند شهرداری‌ها، بهره‌گیری از ظرفیت دانشگاهیان در تعیین راهبردهای علمی - پژوهشی ورزشی و گسترش فعالیت‌ها به سمت اقدامات تیمی و مشترک موجبات تأمین

و رفع بهتر نیازهای ورزشی آینده جامعه فراهم آمده است. از این رو پیشنهاد می‌گردد تا مسئولان ورزشی تدابیری را اتخاذ کنند تا در تعیین راهبردهای ورزش و تربیت بدنی از سازمان‌ها و نهادهای ورزشی و غیرورزشی کمک گرفته شود. همچنین در تمام سازمان‌های غیرورزشی، یک بخش یا سازمان ورزشی ایجاد گردد تا از این طریق بتوانند با شناسایی نیازهای افراد در زمینه ورزش، زمینه را در جهت ارائه راهکار به اداره ورزش و جوانان فراهم کنند. نتیجه دیگر پژوهش نشان می‌دهد که جهانی‌سازی و ارتباطات بر گرایش به ورزش‌های همگانی و قهرمانی در شهروندان بیرجندی تأثیرگذار می‌باشد. این یافته با پژوهش‌های شعبانی و خواجه (۱۳۹۵)، آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸) و مک ری (۲۰۱۷) همسویی دارد، اما با یافته‌های پژوهش براون و همکاران (۲۰۱۷) در اینکه هیچ رابطه‌ای بین میزان رضایت درک شده از مشاهده مسابقات جهانی به صورت تماشاگر و قصد شرکت در فعالیت‌های ورزشی شنا مشاهده نکردند، ناهم‌سو است. احتمالاً دلیل این امر را می‌توان در عدم تحریک مناسب و نبود انگیزه کافی و عدم وجود سرمایه اجتماعی برای ایجاد انگیزه جهت شرکت در فعالیت‌های ورزشی جستجو کرد. آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که تجربه افراد با شرکت در تماشای رویداد المپیک باعث می‌شود تا در سالیان پیش روی عمر خود به ورزش و انجام فعالیت‌های گوناگون ورزشی و اوقات فراغت پایبند باشند. مک ری (۲۰۱۷) نیز اظهار می‌دارد که برگزاری رویدادها در مقیاس جهانی بر نگرش فرد به ورزش اثرگذار است و نگرش مثبت آن‌ها به ورزش باعث شرکت در آن فعالیت ورزشی می‌شود. آیزاوا و همکاران (۲۰۱۸) هم دریافته‌اند که برگزاری رویداد ورزشی در مقیاس جهانی موجب می‌شود تا افراد با گذر سن و باتجربه‌ای که از شرکت در این رویدادها به دست می‌آورند، برخلاف دوران جوانی اولویت اول خود را از مسئولیت‌های خانگی و کاری به سوی فعالیت‌های اوقات فراغت و شبکه‌سازی ورزشی سوق دهند. لذا می‌توان گفت که در دهه‌های اخیر، گسترش امکانات مخابراتی و ماهواره‌ای و افزایش جذابیت برنامه‌های ورزشی و استفاده از امکانات رسانه‌ای جهانی در جهت یکسان‌سازی نیازها و ارزش‌های ورزشی در کشور شده است. به علاوه، استفاده از برنامه‌ریزی‌های کلان ورزشی و تربیت بدنی همسو با کشورهای پیشرفته در جهت حرکت به سمت جهانی‌سازی و همگام‌سازی نیازها و علائق افراد و استفاده مفید از فناوری ارتباطات در نهادهای ورزش کشور از طریق ابزارها و محرک‌های ارتباطی فعالیت‌های جمعی موجب به اشتراک گذاشتن احساسات و عواطف گردیده است. همچنین تأثیری که ارتباطات جهانی در آشنایی با رشته‌های گوناگون ورزشی و اطلاع از آخرین اخبار و آمار ورزشی داشته، سبب شده است تا امروزه کمتر کسی به گرایش به ورزش بی‌علاقه باشد.

لذا با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد تا مدیران ورزشی با استمداد از رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرگذاری بر نگرش و ایجاد انگیزه در افراد، در جهت ترویج هرچه بیشتر ورزش در بین اقشار مختلف اقدام کنند. همچنین با تشکیل اتاق فکر با سازمان‌های غیرورزشی و ارائه راهکارهای جذب و نگهداری شهروندان در ورزش و با بهره‌گیری و بسیج همه امکانات و منابع به پاسخگویی هرچه بهتر به تقاضاهای ورزشی ایجاد شده از طریق شناسایی دقیق و صحیح نیازها پردازند.

## منابع

- خالدیان، م؛ مصطفایی، ف؛ صمدی، م و کیا، ف. (۱۳۹۲). «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. ۲۱(۲): صص ۴۸-۵۶.
- رحیمی، ا.ح؛ خیامیان، ز؛ قهرمان تبریزی، ک و شریفیان، ا. (۱۳۹۶). «مقایسه عوامل مؤثر بر توسعه ورزش همگانی در خوابگاه‌های دانشجویی». پژوهش در ورزش تربیتی. ۵(۱۳): صص ۱۷۵-۱۹۲.
- رضایی صوفی، م و شعبانی، ع. (۱۳۹۶). «تحلیل ورزش قهرمانی کشور به روش SWOT». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ۶(۱): صص ۸۷-۱۰۴.
- سپاهی، س. (۱۳۹۵). «بررسی پیامدهای جهانی شدن در ورزش». فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی. ۳(۱۷): صص ۱۵۱-۱۶۴.
- سنچولی، اولک زائی، م. (۱۳۹۴). «روش‌های نوین و ابتکاری در توسعه ورزش همگانی به‌ویژه در بخش روستایی در استان سیستان و بلوچستان». کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱، تهران.
- شعبانی، ع، خواجه، ف. (۱۳۹۵). «اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر توسعه ورزش همگانی و قهرمانی کشور». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. تابستان ۹۶(۳۶): صص ۵۷-۶۸.
- غفوری، ف. (۱۳۸۲). «تعیین عوامل مؤثر بر گرایش به ورزش همگانی و قهرمانی برای تعیین راهبردهای ورزش در جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- فاضل نیا، غ و افشار عمرانی، ا. (۱۳۹۲). «تحلیل تأثیر تقاضای اجتماعی بر کاربری اراضی روستاهای شهرستان تکاب». فصلنامه جغرافیا و توسعه. ۱۱(۳۳): صص ۲۷-۳۸.
- کشاورز، ل؛ فراهانی، ا؛ موسوی جهرمی، ی و فرازبانی، ف. (۱۳۹۵). «ارائه مدلی از عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران». دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش. ۵(۲): صص ۱۹۵-۲۱۲.
- معین‌الدینی، ج و صنعت خواه، ع. (۱۳۹۱). «عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی (مطالعه موردی: شهر کرمان)». مطالعات شهری. ۲(۳): صص ۱۴۹-۱۷۸.
- 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): 18-29.
- Aizawa, K., WU, J., Inoue, Y. & Sato, M. (2018). **“Long-term of the Tokyo 1964 Olympic Games on sport participation: A cohort analysis”**. Sport Management Review, 21, 86-97. <https://www.elsevier.com/locate/smr>.
- Anderson, A., Dixon, M., A., Oshiro, K., F., Wicker, P., Comigham, G., B., Heere, B. (2019). **“Managerial perceptions of factors affecting the design and delivery of sport for health programs for refugee populations”**. Sport Management Review, 22, 80-95. <https://www.elsevier.com/locate/smr>.
- Burnett, C., (2010). **“Sport for development approaches in the South African context: A case study analysis”**. South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation, Vol. 32(1), Pp. 29-42.
- Cheah, Y., K., Azahadi, M., Phang, S., N. & Hazialah, N. (2017). **“Factors affecting par-**

- icipation decision and amount of physical activity among urban dwellers in Malaysia". *Public Health*, 146. 84-91. <https://www.elsevier.com/puhe>.
- Dobbels, L., Voets, J., Marlier, M., De Waegeneer, E., & Willem, A. (2018). "Why network structure and coordination matter: A social network analysis of sport for disadvantaged people". *International Review for the Sociology of Sport*, 53(3), 572–593.
  - Eichberg, H., (2003). "The popular and the inter – popular Olympic sport between market, state and civil society". Research institute for sport, culture and civil society (IFO), Gerlev, Denmark.
  - Eime, R., M., Harvey, J., Charity, M., J., Casey, M., Westerbeek, H. & Payne, W., R. (2017). "The relationship of sport participation to provision of sports facilities and socioeconomic status: a geographical analysis". *Public Health*, 41(3). 248-255. <https://doi.org/10.1111/1753-6405.12647>.
  - Garkisch, M., Heidingsfelder, J., Beckmann, M. (2017). "Third Sector Organizations and Migration: A Systematic Literature Review on the Contribution of Third Sector Organizations in View of Flight". *Migration and Refugee Crises*, 28(5): 1839–1880.
  - Howard, S., H., M., Knight, C., J., Hilla, A.P. & Hall, H.K. (2018). "The 2 × 2 model of perfectionism and youth sport participation: A mixed methods approach". *Psychology of Sport & Exercise*. 36. 162–173. <https://www.elsevier.com/locate/psychsport>.
  - Hurk, M., V., D. & Verhoest, K, (2017). "On the fast track? Using standard contracts in public–private partnerships for sports facilities: A case study". *Sport Management Review*, 20 (2), 226-239. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.07.004>.
  - Lee, W., & Jeong, C. (2018). "Effects of pro-environmental destination image and leisure sports mania on motivation and pro-environmental behavior of visitors to Korea's national parks". *Journal of Destination Marketing & Management*, 10. 25-35. <https://www.elsevier.com/locate/jdmm>.
  - Lina, S. Ruixue, C. (2016). "Research Status on Equalization of Public Sports Service for Nationwide Fitness in Hebei". *International Conference on Solid State Devices and Materials Science*, 25: 2298–2303. [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), *Physics Procedia*.
  - Macrae, Eilidh H.R. (2017). "Delivering Sports Participation Legacies at the Grassroots Level: The Voluntary Sports Clubs of Glasgow 2014". *Human Kinetics Journals*, 31(1): 15-26. <https://doi.org/10.1123/jsm.2016-0089>.
  - Mutter, F., & Pawlowski, T. (2014). "Role models in sport: Can success in professional sports increase the demand for amateur sport participation?". *Sport Management Review*, 17: 324-336. <https://www.elsevier.com/locate/smr>.
  - Millard, J. (2015). "Open governance systems: Doing more with more. Government Information Quarterly". *Sport Management Review*, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.08.003>.

- Phillips, P. & Newland, B. (2014). **“Emergent models of sport development and delivery: The case of triathlon in Australia and the US”**. *Sport Management Review*, 17(2): 107-120.
- Potwarka, L., R., Snelgrove, R., Drewery, D., Bakhsh, J. & Wood, I. (2019). **“From intention to participation: Exploring the moderating role of a voucher-based event leveraging initiative”**. *Sport Management Review*, 544: 1-13. <https://www.elsevier.com/locatesmr>.
- Raggiottoa, R., Scarpib, D., C Mason, M. (2019). **“Faster! More! Better! Drivers of upgrading among participants in extreme sports events”**. *Journal of Business Research*, 102: 1-11. <https://www.elsevier.com/locate/jbusres>.
- Rowe, K., David, S., Ferkinsb, L., Hincksonb, E. (2013). **“Sport development and physical activity promotion: An integrated model to enhance collaboration and understanding”**. *Sport Management Review*, 16 (3): 364-377.
- Schulenkorf, N., & Siefken, K. (2019). **“Managing sport-for-development and healthy lifestyles: The sport-for-health model”**. *Sport Management Review*, 22: 96–107. <https://www.elsevier.com/locate/smr>.
- Thibaut, E., Eakins, J., Vos, S. & Scheerder, J. (2017). **“Time and money expenditure in sports participation: The role of income in consuming the most practiced sports activities in Flanders”**. *Sport Management Review*, 20: 455-467. <https://www.elsevier.com/locate/smr>.
- Wicker, P. Breuer, C. Pawlowski, T. (2009). **“Promoting Sport for All to Age-specific Target Groups: the Impact of Sport Infrastructure”**. *European Sport Management Quarterly*, 9(2): 103–118.
- Wang, L., Tang, Y., & Luo, J. (2017). **“School and community physical activity characteristics and moderate-to-vigorous physical activity among Chinese school-aged children: A multilevel path model analysis”**. *Journal of Sport and Health Science*, 6: 416–422. <https://www.sciencedirect.com>.
- Wijnhoven, F., Ehrenhard, M., & Kuhn, J. (2015). **“Open government objectives and participation motivations”**. *Government Information Quarterly*, 32: 30–42.
- Willeem, A., Girginov, V. & Toohey, K. (2018). **“Governing bodies of sport as knowledge brokers in Sport-for-All communities of practice”**. *Sport Management Review*, 510: 1-16. <http://www.elsevier.com/locate/smr>.
- Yoshida, M., & Verhoest, K. (2017). **“Consumer experience quality A review and extension of the sport management literature”**. *Sport Management Review*, 20(5): 427-442. <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr.2017.01.002>.