

Recognize the Theoretical Models of families' Attending as Spectators in Stadium

Hossein Taheri¹, Reza Andam²

Received: 2/04/2021

Accepted: 14/07/2021

Abstract

Background and Introduction: "Presence of families in the stadium" is an issue that has different views; Therefore, the present study aimed to identify and analyze the theoretical models of the presence of families as spectators in the stadium.

Method: The present applied research was conducted using Q methodology, which is a mixed method (qualitative-quantitative). In the qualitative stage, after interviewing experts, reading scientific articles, news reports, etc., a discourse space was formed. Then Q cards were prepared and 88 people from the discourse space were selected by purposive sampling to participate in the research. The data were also analyzed using cluster analysis.

Results: The findings showed that there are four theoretical models regarding the presence of families in the stadium: 1- Preventing false international attacks against the country; 2- Improving the culture of spectators, improving the quality level of competitions, participation and social satisfaction of women; 3- The possibility of families attending the stadium, provided that facilities and infrastructure are provided; 4- Inadequate environment of stadiums for the presence of families and its incompatibility with religious and cultural teachings.

Conclusion: Based on the identified theoretical models, three theoretical models conditionally agree with the presence of families in the stadium and the fourth theoretical model generally opposes the presence of families in the stadium; Therefore, it is suggested that the officials pay attention to the existing views in this field before making any decision.

Keywords: Theoretical model, Families, Stadium, Spectator, Q methodology.

1 Assistant Professor of Physical Education. Amin Police University (Corresponding Author). Email: hoseintaheri1363@chmail.ir

2 Associate Professor of Sports Management Department. Shahroud University of Technology. Email: reza.andam@gmail.com

دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده / دوره نهم، پیاپی ۱۷، شماره دوم - پاییز و زمستان ۱۴۰۰

شناخت الگوهای نظری حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه

حسین طاهری^۱، رضا اندام^۲

۱. استادیار گروه تربیت‌بدنی. دانشگاه علوم انتظامی امین (نویسنده مسئول).

رایانامه: hoseintaheri1363@chmail.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت ورزشی. دانشگاه صنعتی شاهرود. رایانامه: reza.andam@gmail.com

چکیده

زمینه و مقدمه: حضور خانواده‌ها در ورزشگاه « مسئله‌ای است که دیدگاه‌های مختلفی در خصوص آن مطرح است؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناخت و تحلیل الگوهای نظری حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه انجام شد.

روش: پژوهش کاربردی حاضر با استفاده از روش‌شناسی کیو که یک روش آمیخته (کیفی - کمی) است، انجام شد. در مرحله کیفی، پس از مصاحبه با صاحب‌نظران، مطالعه مقالات علمی، گزارش‌های خبری و ... فضای گفتمان شکل گرفت سپس کارت‌های کیو تهیه شد و تعداد ۸۸ نفر از میان اهالی فضای گفتمان به روش نمونه‌گیری هدفمند برای مشارکت در پژوهش انتخاب شدند. همچنین داده‌ها با استفاده از روش تحلیل خوشه‌ای تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد، چهار الگوی نظری بدین شرح در خصوص حضور خانواده‌ها در ورزشگاه وجود دارد: ۱- جلوگیری از حجم‌های بین‌المللی کاذب علیه کشور؛ ۲- اصلاح فرهنگ تماشاگران، ارتقای سطح کیفی مسابقات، مشارکت و رضایت اجتماعی زنان؛ ۳- امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه مشروط به فراهم شدن امکانات و زیرساخت‌ها؛ ۴- نامناسب بودن محیط ورزشگاه‌ها برای حضور خانواده‌ها و سازگاری نداشتن آن با آموزه‌های دینی و فرهنگی.

نتیجه‌گیری: بر اساس الگوهای نظری شناسایی شده، سه الگوی نظری به‌صورت مشروط با حضور خانواده‌ها در ورزشگاه موافق و الگوی نظری چهارم به‌طور کلی مخالف حضور خانواده‌ها در ورزشگاه است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولان قبل از هرگونه تصمیم، به دیدگاه‌های موجود در این زمینه توجه داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: الگوی نظری، خانواده‌ها، ورزشگاه، تماشاگر، روش‌شناسی کیو.

➤ استناد (به شیوه APA ویرایش ۷)، طاهری، حسین؛ اندام، رضا (پاییز و زمستان ۱۴۰۰). شناخت الگوهای نظری حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه. دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی زنان و خانواده، ۹ (۲)،

مقدمه

بدون شک، مهم‌ترین بخش یک رویداد ورزشی «حضور تماشاگران در ورزشگاه» است. در سرتاسر جهان، میلیون‌ها نفر زمان، انرژی و پول خود را برای تماشای ورزش هزینه می‌کنند و برای نشان دادن اشتیاق خود به ورزش، گاهی مسافت‌های طولانی تا محل برگزاری مسابقه را طی و بخش زیادی از درآمد خود را صرف اقامت، تهیه بلیت، غذا و هزینه پارکینگ می‌کنند (سامونل و همکاران^۱، ۲۰۱۹ و وان و همکاران^۲، ۲۰۲۰). تماشاگرانی که برای دیدن مسابقات ورزشی در ورزشگاه‌ها حضور می‌یابند، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های اصلی ورزش هر کشور محسوب می‌شوند، زیرا علاوه بر جذابیت، هیجان و هویت‌بخشی به ورزش آن کشور، منبع درآمد مهمی به‌شمار می‌آیند (هورکی^۳، ۲۰۲۱، نعمتی و همکاران، ۱۳۹۱ و سادات‌الحسینی، ۱۳۹۳). با افزایش حضور هواداران در ورزشگاه‌ها و تماشای مسابقات از نزدیک و خرید بلیت مسابقات و سایر خریده‌های روز مسابقه (مانند خرید کالاهایی با نشان / آرم باشگاه) توسط آن‌ها، به‌طور مستقیم بخشی از هزینه‌های تیم‌ها تأمین می‌شود و از طرفی، با حمایت تماشاگران و معروف شدن تیم، قیمت تبلیغات کنار زمین و روی پیراهن تیم و همچنین حق پخش تلویزیونی نیز افزایش می‌یابد (آلکولی-دیز و گارسیا-سانتاماریا^۴، ۲۰۱۹ و علی‌زاده گلریزی و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها و حمایت و تشویق آن‌ها از تیم‌های موردعلاقه خود، موجب افزایش سودآوری باشگاه‌ها و خارج شدن آن‌ها از وابستگی به دولت خواهد شد. در همین راستا، بازاریاب‌های ورزشی تمام تلاش خود را برای حضور حداکثری تماشاگران و هواداران به ورزشگاه انجام می‌دهند (ریویندو و همکاران^۵، ۲۰۲۱ و ایبل و سندار^۶، ۲۰۰۷). از آنجاکه زنان نیمی از جمعیت هر کشور را تشکیل می‌دهند، چنانچه

1. Samuel & et al
2. Wan, Ng & Lin
3. Horky
4. Alcolea-Díaz, G. García-Santamaría
5. Revindo, Widyasanti, Siregar& Hambali
6. Abel & Sandra.

امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها فراهم شود، تعداد تماشاگران به‌طور چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد (قائدی و همکاران، ۱۳۸۹). با حرفه‌ای شدن ورزش در جهان و تأثیرات دوسویه اقتصاد و ورزش، فدراسیون‌های ورزشی بین‌المللی به‌سوی تغییر قوانین و مقررات بازی‌ها و برگزاری جذاب‌تر رقابت‌ها گام برداشته‌اند و در این میان، نگاه‌ها به افزایش حضور تماشاگران به‌ویژه زنان و خانواده‌ها در مسابقات مختلف دوخته شده است (وان و همکاران، ۲۰۲۰) و چنانچه برخی مسائل مانع حضور زنان در ورزشگاه شود، ممکن است از سوی فدراسیون‌های بین‌المللی مورد ایراد واقع شده و مانع از واگذاری حق میزبانی مسابقات شود.

کارشناسان مسائل اجتماعی، ایجاد هیجان‌ات شدید و آسیب‌های روانی در افراد را از پیامدهای منفی جوامع صنعتی و چالش‌های مهم زندگی شهری جدید به‌شمار می‌آورند. بدین ترتیب، ورزشگاه‌ها بهترین مکان برای تخلیه این هیجان‌ات به‌شمار می‌آید (وثوقی و خسرونژاد، ۱۳۸۸: ۱۴۸). از طرفی با توجه به اینکه خشونت و پرخاشگری، پدیده‌هایی روانی - اجتماعی هستند که در محیط‌های جمعی هیجان‌آور امکان تجلی پیدا می‌کنند، ماهیت جذاب و هیجان‌انگیز محیط ورزشگاه‌ها، محل مناسبی برای تخلیه انرژی و نیروهای هیجانی تماشاگران است و تخلیه این انرژی‌های نهفته ممکن است با رفتارهای خشونت‌آمیز و پرخاشگرانه همراه باشد (سعادت‌ی و همکاران، ۱۳۹۲)؛ از این رو، یکی از مهم‌ترین عللی که مانع حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در میدان‌های ورزشی می‌شود، بروز رفتارهای خشونت‌آمیز، پرخاشگرانه و احساساتی از سوی برخی از تماشاگران است.

یکی دیگر از مسائل اجتماعی مهم در توسعه ورزش که بر میزان حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها تأثیر دارد، نحوه برگزاری مسابقات و کیفیت خدمات‌رسانی به تماشاگران است و از این نظر نیز متأسفانه ورزشگاه‌های کشور از نظر کمی و کیفی با استانداردهای جهانی فاصله زیادی دارد (وثوقی و خسرونژاد، ۱۳۸۸). وقوع حوادث ناگواری نظیر ورزشگاه شهید متقی شهر ساری که در آن به‌دلیل فرسوده بودن ساختمان جایگاه و تخریب قسمتی از آن، عده‌ای از تماشاگران کشته شدند، هشدار برای ضرورت توجه به

استانداردها در ساخت و مرمت ورزشگاه‌های فوتبال است. در واقع، کمبود فضا و امکانات ورزشی استاندارد و ایمن موجب عدم مشارکت خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها می‌شود. همچنین در جامعه ایران با توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی و وجود برخی خرده‌فرهنگ‌ها، باورها و تعصبات خانوادگی، نگرش‌های منفی به فعالیت‌های ورزشی بانوان وجود دارد و در نتیجه حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها با محدودیت همراه است (نقدی و همکاران، ۱۳۹۰).

از سوی دیگر، برخی از محققان علی‌رغم مشکلات زیرساختی و فرهنگی لازم برای حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها معتقدند، حضور تماشاگران زن در میدان‌های ورزشی می‌تواند تأثیر مثبتی در ورزشکاران و سایر تماشاگران به‌وجود آورد. از آن جمله ایمن‌سازی محیط‌های ورزشی از طریق جلوگیری از رفتارهای پرخاشگرانه و خشونت‌آمیز، ایجاد رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق با اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی، فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها، افزایش انگیزه عمومی فرد بر اثر حضور تماشاچی علاقه‌مند، زنده نمودن روح ورزش، جلوگیری از خرده‌فرهنگ‌سازی و یافتن الگوهای ورزشی مناسب، تقویت ورزش زنان از طریق دیدن مسابقات برتر می‌تواند عاملی برای بررسی امکان حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی باشد (نیازی‌پور و سهرابی، ۱۳۹۲). با حضور بانوان، اعضای خانواده‌ها و افراد با پایگاه‌های فرهنگی و اجتماعی بالا در ورزشگاه به‌منظور تماشای دیدارهای مهم می‌توان نظارت و کنترل اجتماعی را در ورزشگاه به میزان قابل توجهی افزایش داد؛ زیرا خرده‌فرهنگ اوباشگری در مقابله با فرهنگ غالب و مسلط تعصب به خانواده، در ورزشگاه فرصت ابراز وجود، اوباشگری و آلوده‌سازی محیط ورزشگاه را به‌دست نخواهد آورد (قراخانلو و نیسیان، ۱۳۸۶).

همچنین برخی دیگر از صاحب‌نظران معتقدند، فرهنگ حاکم بر ورزشگاه‌ها و هیجان‌های منفی و بعضاً فحاشی‌ها در بین تماشاگران، حضور خانواده‌ها را در چنین فضایی موردشک و تردید قرار می‌دهد. این گروه از صاحب‌نظران بر این باورند که ورزشگاه‌های کنونی از

لحاظ امکانات و تمهیدات لازم برای پذیرش خانواده‌ها مناسب نیست و بیم آن می‌رود که عدم تسهیل شرایط لازم، مشکلات جدی در این زمینه ایجاد کند که با مسائل دینی، فرهنگ، آداب و سنت‌های ایرانی اسلامی همخوانی ندارد؛ با وجود این، طی سال‌های اخیر بارها و بارها در زمان برگزاری بازی‌های باشگاهی و به‌ویژه لیگ برتر فوتبال و لیگ قهرمانان آسیا، بانوان با تغییر چهره و با گریم و پوشش مردانه سعی داشته‌اند تا به صورت مخفیانه در ورزشگاه‌ها حضور پیدا کنند و نیروی انتظامی نیز به‌عنوان مسئول اصلی برقراری نظم و امنیت برگزاری مسابقات بر اساس قوانین حاکم مانع ورود آن‌ها به ورزشگاه شده و در مواردی موجب درگیری و بروز حواشی رسانه‌ای و تبعات انتظامی و اجتماعی خاص خود شده است.

به‌طور کلی، با بررسی اجمالی در خصوص حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها، مشاهده می‌شود که دیدگاه‌های متفاوتی در این زمینه وجود دارد؛ از این رو در این مطالعه تلاش می‌شود، دیدگاه‌های مختلف درباره حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها شناسایی و با استفاده از روش‌شناسی کیو که ابزاری توانمند در آشکارسازی ذهنیت افراد درباره یک پدیده است، الگوهای نظری حاکم در این زمینه دسته‌بندی و تحلیل شوند.

ادبیات پژوهش: پیشینه و مبانی نظری

نتایج تحقیق **مصطفایی و کلاته سیف‌ری (۱۳۹۹)** با عنوان «الگوی پارادایمی حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال در ایران» که با رویکرد مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد انجام شد، نشان داد که عوامل فردی و حقوقی به‌عنوان عامل علی، عوامل زیرساختی و برنامه‌ریزی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای، عوامل سیاسی به‌عنوان مداخله‌گر و حضور کنترل‌شده به‌عنوان راهکار مناسب برای عادی‌سازی حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال مطرح است.

احمدی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان «مطالعه حضور تماشاگران زن در رقابت‌های ورزشی ایران» که جامعه آماری آن را ۲۲۴ نفر از تماشاگران مرد و زنانی که تجربه تماشای مسابقات مردان را در ورزشگاه‌ها نداشته‌اند، تشکیل داده بود، به این نتایج دست

یافت که عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی، مدنی و حقوقی بر حضور تماشاگران زن در رقابت‌های ورزشی ایران مؤثر است. حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها با ارزش‌های جامعه تضاد ندارد. همچنین حضور تماشاگران زن ضمن توسعه ورزش خانواده، موجب بهبود عملکرد ورزشکاران نیز می‌شود. هر دو گروه زنان و مردان به‌طور معنی‌داری تأکید داشتند که فرهنگ تماشاگران فعلی پذیرای حضور بانوان در ورزشگاه‌ها نیست. حضور زنان به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها نه تنها موجب ایجاد مشکلات بیشتر در ورزشگاه‌ها نمی‌شود، بلکه سبب بروز رفتار مطلوب‌تر سایر تماشاگران می‌شود. هر دو گروه نمونه‌های تحقیق به‌طور معنی‌داری تلاش و اراده مسئولان برای حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها را ناکافی می‌دانستند و به نقش رسانه‌ها نیز در فرهنگ‌سازی جامعه برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها تأکید داشتند.

ابراهیمی و همکاران (۱۳۸۹)، در مطالعه خود با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به‌عنوان تماشاچی» که بر روی ۳۴۰ نفر از دانشجویان دختر ساکن خوابگاه پردیس دانشگاه تربیت معلم انجام دادند به این نتیجه رسیدند که پایگاه اجتماعی، نگرش عامیانه و دین‌داری با نگرش زنان نسبت به حضور در ورزشگاه رابطه دارد.

با توجه به ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و زیرساختی متفاوت سایر کشورها، موضوع مورد مطالعه این پژوهش در سایر کشورها موضوعیت ندارد؛ از این رو و براساس بررسی‌ها، پیشینه پژوهشی در خارج از ایران در این خصوص یافت نشد. همچنین با بررسی به‌عمل آمده، علی‌رغم وجود دیدگاه‌های مختلف در خصوص حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر در داخل کشور نیز تاکنون تحقیق جامعی انجام نشده است و بررسی جامعه آماری معدود تحقیقات داخل کشور نیز نشان می‌دهد که جامعه آماری آن‌ها دارای تنوع کافی نیست؛ بنابراین در این مطالعه سعی شده است دیدگاه افرادی مختلف اعم از روحانیت، فرماندهان و کارشناسان انتظامی، استادان گروه جامعه‌شناسی و مطالعات زنان، استادان رشته مدیریت سازمان‌های ورزشی، مربیان، ورزشکاران، داوران و تماشاگران که

هر کدام ویژگی‌های شغلی و تجربی خاصی دارند و به‌نوعی با موضوع تحقیق در ارتباط هستند، مدنظر قرار گیرد.

ورزش، پدیده‌ای اجتماعی: متخصصان جامعه‌شناسی، ورزش را پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی می‌دانند که پیوندی ناگسستنی با نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد. امروزه، ورزش به بخش مهمی از زندگی اجتماعی و فرهنگی جمعیت زیادی از مردم دنیا تبدیل شده است. بازی‌های المپیک، مسابقات مختلف بین‌المللی و به‌خصوص مسابقات جام جهانی توجه میلیون‌ها علاقه‌مند را در سراسر جهان به خود مشغول کرده است و در هنگام برگزاری این رویدادها میلیون‌ها تماشاگر و بیننده، چه به‌صورت مستقیم و با حضور در ورزشگاه‌ها و چه از طریق رسانه‌ها و گیرنده‌های تلویزیونی، اخبار و نتایج این رویدادها را با دقت پیگیری می‌کنند (طاهری، ۱۳۹۹). با افزایش رو به رشد علاقه و توجه مردم به ورزش، توجه به تماشاگران ورزشی به‌عنوان مشتریان این صنعت نیز افزایش زیادی داشته است، به‌طوری که بسیاری از صاحب‌نظران، تماشاگران را ستون اصلی تمامی رشته‌های ورزشی و مهم‌ترین سرمایه ورزش هر کشور محسوب می‌کنند (ساموئل و همکاران، ۲۰۱۹).

تماشاگر! ورزشکاران در خلأ با هم رقابت نمی‌کنند. ورزش مدرن امروزی بدون حضور تماشاگران و دستداران آن زنده نخواهد بود و ساختار ورزش با تماشاگران معنی پیدا می‌کنند. افرادی که برای تماشای یک مسابقه ورزشی در ورزشگاه حاضر می‌شوند، تماشاگران آن مسابقه محسوب می‌آیند. در این مطالعه نیز منظور از تماشاگر، گروهی از افراد است که مسابقات ورزشی را به‌طور زنده و در محیط ورزشگاه و نه در خانه یا محیط بسته نگاه می‌کنند؛ به عبارتی به کلیه افرادی که با هر انگیزه و هدفی برای تماشای مسابقات در ورزشگاه حاضر می‌شوند، تماشاگر گفته می‌شود (مصلحی و همکاران، ۱۳۹۸).

تفاوت مدیریت و کنترل جمعیت تماشاگران: برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب جمعیت تماشاگران، لذت مردم از رویدادها را افزایش می‌دهد و آن‌ها را برای حضور مجدد در رویداد

1. Sports Spectators

تشویق می‌کند. این امر همچنین موجب کاهش حوادث مرتبط با رفتار تماشاگران، کاهش دعوی قضایی مرتبط با این حوادث و کاهش احتمال وقوع حوادث جدی‌تر و هزینه‌بر می‌شود. مدیریت رفتار جمعیت تماشاگران، مهارتی است که هم برای تماشاگران و هم برای مدیران حائز اهمیت است و در صورتی که به نحو مطلوبی اجرا شود، ممکن است شرایط را برای حضور خانواده‌ها در ورزشگاه را فراهم کند. درک تفاوت‌های بین مدیریت رفتار تماشاگران و کنترل جمعیت تماشاگران برای برنامه‌ریزان رویداد الزامی است. صاحب‌نظران، مدیریت رفتار جمعیت تماشاگران را به‌عنوان آن دسته از اقداماتی تعریف می‌کنند که برای تسهیل حرکت و لذت و خوشی مردم اتخاذ شده‌اند. مدیریت صحیح جمعیت تماشاگران به افراد اطمینان مجدد می‌دهد که آن‌ها آنچه را که در قبالتش پول پرداخت کرده‌اند به‌دست آورده و صحیح و سالم به خانه باز خواهند گشت. مدیریت جمعیت تماشاگران (تسهیل فعالیت‌های جمعیت تماشاگران) از لحاظ کارکردی با کنترل جمعیت (اقدامات اتخاذشده برای کنترل جمعیت در مواقعی که رفتار آن‌ها مطلوب نیست) فرق دارد. مدیریت جمعیت تماشاگران به کنترل جمعیت تماشاگران ارجحیت دارد؛ زیرا پیشگیری بهتر از درمان است. باید اطمینان حاصل شود که مدیریت جمعیت به‌خوبی برنامه‌ریزی و سازماندهی شده است تا مشکلات را پیش‌بینی و از وقوع آن‌ها جلوگیری کرده یا به‌سرعت آن‌ها را حل کنید. از طرف دیگر باید تلاش شود کنترل جمعیت به‌عنوان آخرین راه‌چاره مورد استفاده قرار گیرد (طاهری، ۱۳۹۹).

روش

به‌منظور شناسایی دیدگاه‌های مختلف درباره حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها برای تماشای مسابقات ورزشی از روش‌شناسی کیو^۱ استفاده شده است. روش‌شناسی کیو ماهیت ترکیبی یا آمیخته دارد، بدین معنی که از خصوصیات و ویژگی‌های روش‌های کمی و کیفی به‌طور هم‌زمان بهره‌برده است (عرفانیان خان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴). در روش‌شناسی کیو، فضای گفتمان^۲ شامل مجموعه‌ای از مطالب متنوع و گوناگون مرتبط با

1 Q method
2. Concourse

موضوع تحقیق است که در میان اهالی گفتمان^۱ مطرح است؛ به عبارتی، مجموعه تمامی دیدگاه‌های موجود دربارهٔ یک موضوع در یک جامعه را «فضای گفتمان» می‌نامند. یک نمونه کیوی مطمئن باید همهٔ ابعاد فضای گفتمان را پوشش دهد (الینگسن^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). بر اساس این نوع روش‌شناسی، ابتدا با استفاده از مصاحبه با متخصصان و صاحب‌نظران، مطالعهٔ مقالات علمی، گزارش‌های خبری، منابع شفاهی و تجربه‌های فردی و با تأکید بر شرایط فرهنگی - اجتماعی حاکم بر جامعه، فضای گفتمان شکل گرفت و گزاره‌های مختلف دربارهٔ موضوع استخراج شد. از مجموع دیدگاه‌های گردآوری‌شده مواردی که در بردارندهٔ مفهوم یکسانی بود، ذیل یک مقولهٔ کلی خلاصه شد تا با حذف موارد یکسان یا تکراری، امکان خلاصه‌سازی داده‌ها ذیل مقوله‌های اصلی فراهم شود. با توجه به اینکه در تقسیم‌بندی کلی، نمونهٔ کیوی به دودسته با ساختار و بدون ساختار تقسیم می‌شود، برای پرهیز از سوگیری یا جهت‌دهی به مسیر پژوهش، در این مطالعه از نمونه کیوی بدون ساختار استفاده شده است (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶). در پایان مرحلهٔ کیفی پژوهش، ۲۳ گزاره یا عبارت کیوی به‌عنوان نمونه کیوی انتخاب شد. سپس برای بررسی روایی نمونه کیوی و اینکه آیا گزاره‌های جمع‌آوری‌شده، دارای جامعیت و وسعت کافی برای نشان دادن ذهنیت‌های مختلف هستند، از ۱۲ نفر از کارشناسان خبره آشنا با موضوع نظرخواهی شد و دیدگاه‌های آن‌ها دریافت و اصلاحات لازم انجام شد. همچنین برای سنجش میزان پایایی نمونه کیوی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در این مطالعه، ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۶۸ به دست آمد که نشان می‌دهد، نمونه کیوی‌های تهیه‌شده از پایایی مطلوبی برخوردار هستند. برای آماده‌سازی نمونه کیوی، هر کدام از گزاره‌ها روی کارت‌هایی با ظاهر یکسان درج (کارت کیوی) و سرانجام برای هر کارت به‌طور تصادفی یک شناسه یا کد تعیین شد.

۱. منظور از اهالی گفتمان، افرادی است که مطالعهٔ کیوی درصدد شناسایی ذهنیت‌های آنان دربارهٔ موضوع تحقیق است.

2. Ellingsen. I.T.

در این مطالعه، مشارکت‌کنندگان با روش نمونه‌گیری هدفمند از میان اهالی فضای گفت‌وگو، افرادی را که از نظر رتبه علمی و تحصیلی، سوابق شغلی، تجربی و ... ارتباط خاصی با موضوع تحقیق داشتند و از این‌رو انتظار می‌رفت نسبت به موضوع مورد بررسی ذهنیت‌های متنوع‌تری داشته باشند، انتخاب شدند. از طرفی، تجربه‌های مختلف علمی در زمینه روش‌شناسی کیو نشان می‌دهد که تعداد مشارکت‌کنندگان در روش کیو حداقل یک و نیم برابر تعداد گزاره‌های کیو انتخاب می‌شود. در شرایط محدودیت‌دار نیز بهتر است تعداد مشارکت‌کنندگان کمتر از تعداد عبارت یا گزاره‌های کیو نباشد (رایت^۱، ۲۰۱۳ و واتس و استینر، ۲۰۱۲)^۲. در این مطالعه نیز با در نظر گرفتن ابعاد گوناگون حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه‌ها و گسترده‌گی دیدگاه‌ها، نشان می‌دهد که فضای گفت‌وگو پژوهش به‌طور غالب تحت تأثیر دیدگاه روحانیت، فرماندهان و کارشناسان انتظامی، استادان گروه جامعه‌شناسی و مطالعات زنان، فعالان حقوق زنان، استادان رشته مدیریت سازمان‌های ورزشی، مربیان، ورزشکاران داوران و تماشاگران ورزشی است؛ بنابراین تعداد ۸۸ نفر که در این زمینه از سابقه پژوهشی یا اجرایی و حرفه‌ای مناسب برخوردار بودند، برای مشارکت در مرتب‌سازی کارت‌های کیو بر روی نمودار کیو به‌صورت هدفمند انتخاب شدند؛ این تعداد بیش از سه و نیم برابر تعداد گزاره نمونه کیو است.

در این پژوهش با توجه به ماهیت و تعداد عوامل یا عبارات کیو، یک نمودار مدرج ۷ طبقه طراحی شد (شکل ۱). برای تحلیل آماری داده‌های حاصل از مرتب‌سازی کیو از روش‌هایی استفاده می‌شود که پاسخگویان یا مشارکت‌کنندگان را بر اساس همگرایی میان الگوی ذهنی آن‌ها دسته‌بندی می‌کند (تشکری و تدلای^۳، ۲۰۱۰؛ کولینز و جیائو^۴، ۲۰۱۰). ابتدا چنانچه شاخص «کی.ام.ا»^۵ در حد قابل قبول باشد (۰/۷ و بیشتر) از روش تحلیل

1. Wright. P.N.

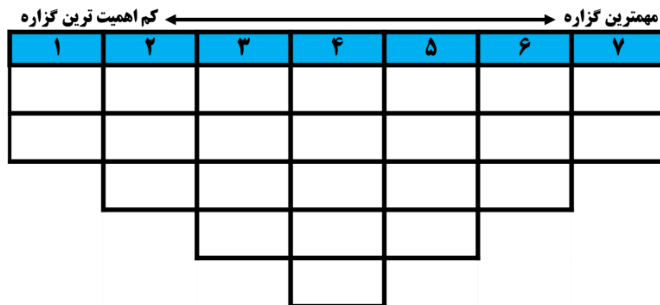
2. Watts, S. & Stenner, P.

3 Tashakkori & Teddlie

4 Collins & Jiao

5. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)

عاملی استفاده می‌شود، در غیر این صورت از سایر روش‌های یادشده به‌ویژه تحلیل خوشه‌ای بهره‌گیری می‌شود؛ با توجه به اینکه در پژوهش حاضر شاخص یادشده کمتر از حد قابل قبول مشاهده شد، روش‌های تحلیل خوشه‌ای به ترتیب شامل تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی^۱، تحلیل خوشه‌ای کا-مینز^۲ و تحلیل تشخیص^۳ به کار رفت.



شکل ۱. نمودار کیو

یافته‌ها

افراد مشارکت‌کننده در این مطالعه، تعداد ۸۸ نفر از اهالی گفتمان مرتبط با حضور خانواده‌ها در ورزشگاه بودند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و در اجرای مرتب‌سازی کارت‌های کیو، پژوهشگران را یاری کردند. در جدول شماره ۱، ویژگی‌های جمعیت-شناختی مشارکت‌کنندگان بر اساس متغیرهای سن، جنسیت، سطح تحصیلات و شغل دسته‌بندی و ارائه شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

متغیر	طبقه‌بندی متغیر	تعداد (نفر)	درصد
سن	۳۰ تا ۴۰ ساله	۱۹	۲۱/۵۹
	۴۱ تا ۵۰ ساله	۴۴	۵۰
	۵۱ ساله و بیشتر	۲۵	۲۸,۴۱

1. Hierarchical Cluster Analysis
2. K-means Clustering
3. Discriminant Analysis

۶۳/۶۴	۵۶	مرد	جنسیت	
۳۶/۳۶	۳۲	زن		
۹/۰۹	۸	روحانیت	تخصص / شغل	
۱۳/۶۴	۱۲	فرماندهان و کارشناسان انتظامی		
۲۰/۴۵	۱۸	استادان گروه جامعه‌شناسی و مطالعات زنان		
۱۷/۰۵	۱۵	استادان رشته مدیریت سازمان‌های ورزشی		
۶/۸۲	۶	مربیان		
۱۸/۱۸	۱۶	ورزشکاران		
۵/۶۸	۵	داوران		
۹/۰۹	۸	تماشاگران		
۳۰/۶۸	۲۷	کارشناسی		تحصیلات
۴۸/۸۶	۴۳	کارشناسی ارشد		
۲۰/۴۵	۱۸	دکتری تخصصی		

با بررسی جنبه‌های مختلف مرتبط با موضوع، داده‌های متنی گردآوری شده، خلاصه‌سازی و دسته‌بندی شد. طی این مرحله، جملاتی که دارای معنا و مفهوم یکسانی بودند در یکدیگر ادغام و موارد تکراری حذف شدند. سرانجام ۲۳ گزاره اصلی به‌عنوان خلاصه فضای گفتمان مرتبط با حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر، گردآوری شد. این گزاره‌ها در مراحل بعدی به‌عنوان نمونه کیو معرف فضای گفتمان مبنای اجرای روش کیو واقع شد (جدول ۲).

جدول ۲. گزاره‌های به‌دست آمده از مطالعه فضای گفتمان مرتبط با حضور خانواده‌ها در ورزشگاه

شناسه	گزاره کیو	شناسه	گزاره کیو
Q1	سبب ارتقای وجهه بین‌المللی ورزش کشور می‌شود.	Q13	فضای ورزشگاه‌ها برای حضور خانواده‌ها مناسب نیست.
Q2	امکانات و زیرساخت‌های موجود در بیشتر ورزشگاه‌های کشور از استاندارد لازم برای پذیرش خانواده‌ها برخوردار نیست.	Q14	به تحقق عدالت جنسیتی در جامعه کمک می‌کند.

فعالاً در بیشتر ورزشگاه‌های کشور استانداردهای ایمنی و امنیتی برای حضور خانواده‌ها مناسب نیست	Q3	سبب بالا رفتن سطح رضایت اجتماعی زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت جامعه می‌شود.	Q15
حضور خانواده‌ها در ورزشگاه با آموزه‌های دینی ما همخوانی ندارد.	Q4	سبب استقبال تماشاگران از مسابقات ورزشی می‌شود.	Q16
حضور خانواده‌ها در ورزشگاه با فرهنگ، آداب و سنت‌های ایرانی همخوانی ندارد.	Q5	سبب پیشگیری از رفتارهای ناهنجار و پرخاشگرانه می‌شود.	Q17
سبب وقوع جرم علیه زنان می‌شود.	Q6	سبب ترویج فرهنگ اوقات فراغت سالم در جامعه می‌شود.	Q18
سبب رونق اقتصاد ورزش کشور می‌شود.	Q7	سبب افزایش کیفیت مسابقات ورزشی می‌شود.	Q19
سبب حضور افراد با پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالا در ورزشگاه می‌شود.	Q8	سبب توسعه زیرساخت‌ها و استفاده از فناوری‌های روز در ورزشگاه‌ها می‌شود.	Q20
سبب افزایش کیفیت داوری و مربیگری در ورزش می‌شود.	Q9	سبب خنثی کردن تبلیغات منفی مخالفان علیه کشور در محیط بین‌المللی می‌شود.	Q21
زیرساخت‌های شهری برای حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها مناسب نیست	Q10	سبب بالا رفتن نشاط و شادابی در محیط ورزشگاه‌ها می‌شود.	Q22
سبب اصلاح فرهنگ تماشاگران می‌شود.	Q11	سبب افزایش انگیزه زنان جهت شرکت در فعالیت‌های ورزشی می‌شود.	Q23
سبب تحریک رفتار وندالیسمی می‌شود.	Q12		

با توجه به اینکه مقدار شاخص «کی. ام. ا» به‌دست آمده برای داده‌های گردآوری‌شده، کوچک‌تر از $0/7$ بود، روش تحلیل عاملی کیو روش مناسبی برای تحلیل داده‌ها کارایی ندارد. در نتیجه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا با استفاده از روش تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی تعداد بهینه خوشه‌ها شناسایی شد؛ بدین منظور فاصله اقلیدسی^۱ به‌عنوان شاخص مشابهت یا همسانی میان نمونه‌ها به کار رفت. روش و آرد^۲ نیز برای به حداکثر رساندن همگنی درون خوشه‌ای استفاده شد. سرانجام، بر مبنای نتایج تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی تعداد ۴ خوشه برای انجام بخش‌بندی نمونه‌ها بهینه شناخته شد.

1. Euclidean distance
2. Ward

روش خوشه‌بندی کامینز با تقسیم مشارکت کنندگان به ۴ خوشه به اجرا درآمد. بر این اساس، تعداد ۱۰ نفر برابر با ۱۱/۴ درصد از مشارکت کنندگان در خوشه ۱؛ تعداد ۲۸ نفر برابر با ۳۱/۸ درصد از مشارکت کنندگان در خوشه ۲؛ تعداد ۱۲ نفر برابر با ۱۳/۶ درصد از مشارکت کنندگان در خوشه ۳ و تعداد ۳۸ نفر برابر با ۴۳/۲ درصد از مشارکت کنندگان در خوشه ۴ خوشه‌بندی شدند.

بر اساس ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای^۱، میانگین پاسخ‌های هر گروه به هر یک از گزاره‌های کیو محاسبه شد. با توجه به نمودار ۷ طیفی کیو، هر چه عدد میانگین یک گزاره به عدد ۷ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده گرایش بیشتر به آن گزاره است و برعکس. همچنین از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه^۲ برای شناخت تفاوت معنادار میان دیدگاه گروه‌ها درباره گزاره‌های کیو به کار رفت. نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که در سطح معناداری ۰/۰۵ یا ۹۵ درصد اطمینان در همه گزاره‌ها تفاوت معناداری میان دیدگاه افراد مشارکت ذیل ۴ گروه وجود دارد (جدول ۳). سرانجام نمودار تار عنکبوتی دیدگاه‌های ۴ گروه بر مبنای میانگین پاسخ‌های هر گروه در هر گزاره ترسیم شد (شکل ۲).

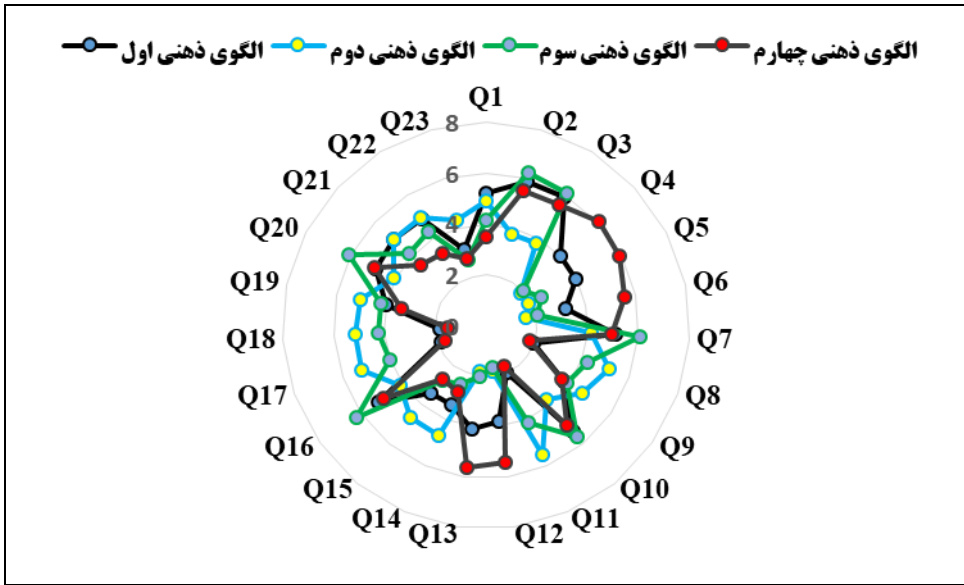
جدول ۳. میانگین گزاره‌های کیو در الگوهای نظری چهارگانه بر مبنای تحلیل خوشه‌ای کامینز

شناسه	گروه ۱ (۱،۴)	گروه ۲ (۳،۸)	گروه ۳ (۱۳،۶)	گروه ۴ (۴،۲)	میانگین کل	آمقدار	سطح معناداری	شناسه	گروه ۱ (۱،۴)	گروه ۲ (۳،۸)	گروه ۳ (۱۳،۶)	گروه ۴ (۴،۲)	میانگین کل	آمقدار	سطح معناداری
Q1	۵/۲۰	۴/۹۳	۴/۱۷	۳/۵۰	۴/۲۳۹	۱۲/۰۷	۰/۰۰۰	Q13	۴/۱۰	۱/۸۲	۲	۵/۶۶	۳/۷۶	۸۹/۶۷	۰/۰۰۰
Q2	۵/۹۰	۳/۷۵	۶/۲۵	۵/۵۰	۵/۰۹	۳۲/۷۳	۰/۰۰۰	Q14	۳/۴	۴/۷۱	۲/۵۰	۲/۸۲	۳/۴۴	۱۶/۴۲	۰/۰۰۰
Q3	۵/۹۰	۳/۸۲	۶/۰۸	۵/۵۵	۵/۱۱	۳۴/۹۵	۰/۰۰۰	Q15	۳/۴	۴/۶۸	۲/۷۵	۲/۶۸	۳/۴۱	۱۹/۸۹	۰/۰۰۰
Q4	۴	۱/۸۶	۲	۶/۰۵	۳/۹۳	۱۴۸/۶۸	۰/۰۰۰	Q16	۵/۲	۴/۱۱	۶/۲۵	۴/۹۲	۴/۸۶	۱۳/۸۹	۰/۰۰۰
Q5	۴	۱/۸۶	۲/۴۲	۵/۹۲	۳/۹۳	۱۴۱/۳۹	۰/۰۰۰	Q17	۱/۹	۵/۱۸	۴	۱/۷۱	۳/۱۵	۷۵/۶۱	۰/۰۰۰
Q6	۳/۲	۱/۶	۲/۰۸	۵/۵۵	۳/۵۸	۱۰۲/۱۸	۰/۰۰۰	Q18	۱/۸	۵/۱۸	۴/۲۵	۱/۵۳	۳/۰۹	۹۴/۵	۰/۰۰۰

1. Final cluster center
2. One-way ANOVA

جدول ۳. میانگین گزاره‌های کیو در الگوهای نظری چهارگانه بر مبنای تحلیل خوشه‌ای کامینز

سطح معناداری	مقدار	میانگین کل	گروه ۴ (۴۳,۲)	گروه ۳ (۱۳,۶)	گروه ۲ (۳۱,۸)	گروه ۱ (۱۱,۴)	شناسه	سطح معناداری	مقدار	میانگین کل	گروه ۴ (۴۳,۲)	گروه ۳ (۱۳,۶)	گروه ۲ (۳۱,۸)	گروه ۱ (۱۱,۴)	شناسه
۰/۰۰۰	۱۰/۷۲	۴/۱۰	۳/۳۹	۴/۲۵	۵/۰۴	۴	Q19	۰/۰۰۰	۹/۰۲	۴/۸۶	۴/۹۵	۶/۰۸	۴/۱۴	۵/۱	Q7
۰/۰۰۰	۷/۹۱	۴/۸۴	۴/۹۷	۶/۰۸	۴/۱۱	۴/۹	Q20	۰/۰۰۰	۵۱/۸	۳/۲۳	۱/۸۲	۴/۲۵	۵/۱۴	۲	Q8
۰/۰۰۰	۱۳/۴۵	۴/۲۴	۳/۵	۴/۱۷	۵	۵	Q21	۰/۰۰۰	۳/۹۹	۴/۰۲	۳/۶۶	۳/۹۲	۴/۶۴	۳/۸	Q9
۰/۰۰۰	۱۷/۶	۴/۱۷	۳/۳۲	۴/۳۳	۵	۴/۹	Q22	۰/۰۰۰	۱۳/۳۲	۴/۷۶	۵/۰۵	۵/۶۷	۳/۷۵	۵/۴	Q10
۰/۰۰۰	۱۲/۶۱	۳/۲۷	۲/۷۶	۲/۶۷	۴/۲۹	۳/۱	Q23	۰/۰۰۰	۷۹/۹۶	۳/۳۲	۱/۷۶	۴/۱۷	۵/۵۴	۲	Q11
								۰/۰۰۰	۱۰۰	۳/۵۹	۵/۴۵	۱/۶۷	۱/۸۲	۳/۸	Q12



شکل ۳. نمودار تار عنکبوتی الگوهای نظری مشارکت‌کنندگان

در پایان این مرحله از آزمون «خی دو» برای سنجش رابطه میان متغیرهای توصیفی مشارکت‌کنندگان (شامل، سن، جنسیت، سطح تحصیلات و شغل) با قرارگیری آن‌ها در خوشه‌های سه‌گانه استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که این متغیر رابطه معناداری با قرارگیری مشارکت‌کنندگان ذیل گروه‌های سه‌گانه وجود ندارد. به عبارتی؛ سن، جنسیت،

سطح تحصیلات و شغل آزمودنی‌ها در نحوه توزیع مشارکت‌کنندگان در خوشه‌های مختلف نقشی ندارد. پس از پایان مراحل تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی و تحلیل خوشه‌ای کا-مینز، از تحلیل تشخیص^۱ برای پی بردن به میزان دقت خوشه‌بندی انجام‌شده از مشارکت‌کنندگان در مرتب‌سازی نمودار کیو استفاده شد. این تحلیل با استفاده از ۳ تابع تشخیصی انجام شد. مقدار لامبدای ویلکس^۲ در تابع نخست به صفر نزدیک‌تر است که مناسب بودن آن‌ها را جهت تشخیص دقت پیش‌بینی عضویت گروهی نشان می‌دهد. قابل‌یادآوری است که این مقدار بین ۰ و ۱ است و هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد مناسب‌تر است، از این رو می‌توان گفت تابع ۱ با مقداری لامبدای ۰/۰۱۳ بهترین تابع در بین توابع سه‌گانه است (جدول ۴). همچنین نتیجه آزمون تحلیل تشخیص نشان داد که همه عوامل‌ها در سطح معناداری ۰/۰۰۰ در فرایند تحلیل توابع تشخیصی قرار گرفته‌اند و سرانجام کل ۸۸ نفر مشارکت‌کننده‌ها (معادل ۱۰۰٪) به‌درستی ذیل خوشه‌های چهارگانه قرار گرفته‌اند.

جدول ۴. تحلیل تشخیص خوشه‌بندی مشارکت‌کنندگان در مرتب‌سازی نمودار کیو

تابع	لامبدای ویلکس	مجدورخی	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	۰/۰۱۳	۳۵۰/۸	۲۴	۰,۰۰۰
۲	۰/۳۶۴	۸۱/۹۳	۱۴	۰,۰۰۰
۳	۰/۸۵۴	۱۲/۹۳	۶	۰/۰۴

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مسائلی که در سال‌های اخیر همواره به‌مثابه یک چالش چندوجهی مطرح شده است، موضوع حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر در ایران است. حضور خانواده‌ها در ورزشگاه نه‌فقط در میان تحلیل‌گران و اندیشه‌ورزان، بلکه در میان سایر کنشگران نیز مخالفان و موافقانی دارد. مخالفان و موافقانی که هر کدام، جانی از موضوع را گرفته و از آن زاویه مسئله را می‌نگرند. موضوع حضور خانواده‌ها در ورزشگاه، ابعاد

1. Discriminant function analysis
2. Wilks' Lambda

مختلفی دارد و از جنبه‌های مختلفی از جمله اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، مذهبی و ... قابل بحث خواهد بود (قراخانلو و نیسیان، ۱۳۸۶: ۳۸-۳۴). این قبیل موضوعات، مباحث نظری محض و فارغ از جنبه‌های عملی و عینی نیستند؛ بنابراین، شناخت دیدگاه‌های مختلف درباره حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر در ورزشگاه دارای اهمیت بسیار زیادی است و راه را برای دستیابی به راه‌حل‌های راهبردی مبتنی بر مطالعات علمی برای این مسئله فراهم خواهد کرد. با توجه به تنوع دیدگاه‌ها در خصوص حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر، در این پژوهش کاربردی، روش‌شناسی کیو، پس از شناسایی مهم‌ترین گزاره‌های موجود در فضای گفتمان، با کشف الگوهای نظری موجود، امکان‌نگریستن از زوایای دیدگاهی مختلف و متنوع به بحث حضور خانواده‌ها در ورزشگاه را فراهم آورده است. بر مبنای منطق پژوهش مطالعات مبتنی بر روش کیو، گام نهایی تشریح و استنتاج ویژگی‌های اشتراک و افتراق الگوهای نظری کشف شده است. با بررسی یافته‌های این مطالعه، وجه اشتراکی بین چهار الگوی نظری مشاهده‌شده وجود ندارد؛ به عبارتی، بین الگوهای نظری چهارگانه در وضعیت پاسخگویی به گزاره‌های مختلف تفاوت معناداری وجود دارد.

بر اساس ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای، الگوی نظری گروه ۱ که تعداد ۱۰ نفر (۱۱/۴ درصد) از مشارکت‌کنندگان را شامل می‌شود، در مقایسه با ۳ گروه دیگر، بیشتر بر جنبه بین‌المللی این موضوع تأکید دارد و «جلوگیری از هجمه‌های بین‌المللی کاذب علیه کشور» را در کانون توجه خود قرار می‌دهند. بر همین اساس، دو گزاره Q1 و Q21 به ترتیب «سبب ارتقای وجهه بین‌المللی ورزش کشور می‌شود» و «سبب خنثی کردن تبلیغات منفی مخالفان علیه کشور در محیط بین‌المللی می‌شود» دارای بیشترین میانگین در این دیدگاه بود. از آنجا که عدم حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر، طی سال‌های اخیر موجب فشارهای داخلی و خارجی، محرومیت از میزبانی بازی‌ها و نمره منفی فدراسیون‌های جهانی و کمیته بین‌المللی المپیک برای کشورمان شده است، این الگوی نظری برای جلوگیری از هجمه‌های بین‌المللی کاذب که بدون توجه به فرهنگ ایرانی -

اسلامی انجام می‌شود، راه‌حل را «حضور خانواده‌ها در ورزشگاه» می‌داند. البته، این الگوی نظری نیز علی‌رغم حجم‌های بین‌المللی غیرمعقول داخلی و خارجی، به دو گزاره «امکانات و زیرساخت‌های موجود در بیشتر ورزشگاه‌های کشور از استاندارد لازم برای پذیرش خانواده‌ها برخوردار نیست» و «فعلاً در بیشتر ورزشگاه‌های کشور استانداردهای ایمنی و امنیتی برای حضور خانواده‌ها مناسب نیست» نیز نمره بالایی اختصاص داده و توجه لازم را داشته است و لازمه حضور خانواده‌ها در ورزشگاه را فراهم بودن امکانات و زیرساخت‌ها می‌داند.

الگوی نظری گروه ۲ که تعداد ۲۸ نفر (۳۸٫۸ درصد) از مشارکت‌کنندگان را شامل می‌شود، در مقایسه با ۳ گروه دیگر، بر اساس ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای، گزاره‌های Q8، Q9، Q11، Q14، Q15، Q17، Q18، Q19، Q22 و Q23 را در کانون توجه خود قرار داده و بیشترین میانگین را در مقایسه با سایر گروه‌ها به این گزاره‌ها اختصاص داده است. این گزاره‌ها که در این دیدگاه دارای بیشترین میانگین هستند به ترتیب عبارت‌اند از: «سبب حضور افراد با پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالا در ورزشگاه می‌شود»؛ «سبب افزایش کیفیت داوری و مربیگری در ورزش می‌شود»؛ «سبب اصلاح فرهنگ تماشاگران می‌شود»؛ «به تحقق عدالت جنسیتی در جامعه کمک می‌کند»؛ «سبب بالا رفتن سطح رضایت اجتماعی زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت جامعه می‌شود»؛ «سبب پیشگیری از رفتارهای ناهنجار و پرخاشگرانه می‌شود»؛ «سبب ترویج فرهنگ اوقات فراغت سالم در جامعه می‌شود»؛ «سبب افزایش کیفیت مسابقات ورزشی می‌شود»؛ «سبب بالا رفتن نشاط و شادابی در محیط ورزشگاه‌ها می‌شود» و «سبب افزایش انگیزه زنان برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی می‌شود». با بررسی گزاره‌های موردتوجه این گروه، می‌توان متوجه شد که الگوی نظری حاضر معتقد است، حضور خانواده‌ها در ورزشگاه موجب «اصلاح فرهنگ تماشاگران، ارتقای سطح کیفی مسابقات، مشارکت و رضایت اجتماعی زنان» می‌شود. این الگوی نظری معتقد است، در مکان‌هایی که خانواده‌ها با فرهنگ ایرانی - اسلامی به‌عنوان تماشاچی حضور داشته باشند، رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق با اصول

و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی بروز خواهد کرد و نزاکت و انضباط بیشتری در میان ورزشکاران و هواداران حاکم شده و سبب کاهش رفتارهای نابهنجار و پرخاشگرانه خواهد شد؛ به عبارتی در فرهنگ ملی ایران، بسیاری از گفتارها و رفتارهایی که در زمان عدم حضور زنان و خانواده‌ها عادی قلمداد می‌شود، در جمعی که زنان و خانواده حاضر باشند با احتیاط و یا با خودداری افراد همراه خواهد بود. حُجُب و حیای مردان در حضور خانواده‌ها، ویژگی عرفی ملی ایرانیان است که از آن می‌توان با عنوان «شرم فرهنگی و ارزشی» نام برد. در نتیجه، در چنین شرایطی امکان حضور افراد با پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالا و خانواده‌ها در ورزشگاه فراهم خواهد شد و خانواده‌ها می‌توانند اوقات شاد و مفرحی را در این مکان‌ها سپری کنند. از طرفی با توجه به تأثیر تماشاچیان در نشان دادن احساس غرور و ایجاد انگیزه و تلاش برای کسب موفقیت در ورزشکاران، مریبان و داوران، حضور خانواده‌ها در ورزشگاه می‌تواند موجب افزایش سطح کیفی مسابقات و به تبع آن افزایش کیفیت داوری و مربیگری در ورزش شود؛ اما در شرایط کنونی آزمایش این دیدگاه غیرممکن به نظر می‌رسد زیرا این حضور، نیاز به فرهنگ‌سازی و داشتن امکانات و زیرساخت‌های مناسب و متناسب شهری و ورزشگاهی دارد.

الگوی نظری گروه ۳ که تعداد ۱۲ نفر (۱۳/۶ درصد) از مشارکت‌کنندگان را شامل می‌شود، در مقایسه با ۳ گروه دیگر، بر اساس ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای، ۶ گزاره Q2، Q3، Q7، Q10، Q16 و Q20 را در کانون توجه خود قرار داده و بیشترین میانگین را در مقایسه با سایر گروه‌ها به این گزاره‌ها اختصاص داده است. این گزاره‌ها که در این دیدگاه دارای بیشترین میانگین هستند به ترتیب عبارت‌اند از: «امکانات و زیرساخت‌های موجود در بیشتر ورزشگاه‌های کشور از استاندارد لازم برای پذیرش خانواده‌ها برخوردار نیست»؛ «فعالاً در بیشتر ورزشگاه‌های کشور استانداردهای ایمنی و امنیتی برای حضور خانواده‌ها مناسب نیست»؛ «سبب رونق اقتصاد ورزش کشور می‌شود»؛ «زیرساخت‌های شهری برای حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها مناسب نیست»؛ «سبب استقبال تماشاگران از مسابقات ورزشی می‌شود» و «سبب توسعه زیرساخت‌ها و استفاده از

فناوری‌های روز در ورزشگاه‌ها می‌شود». با بررسی گزاره‌های مورد توجه این گروه، می‌توان متوجه شد که الگوی نظری حاضر معتقد است «به شرط فراهم شدن زیرساختی‌ها و امکانات شهری حضور خانواده‌ها امکان‌پذیر است». این الگوی نظری؛ لازمه حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر را، ساخت و احداث ورزشگاه‌های جدید و مدرن و تجهیز ورزشگاه‌های موجود به فناوری روز دنیا می‌داند. چنانچه امکانات و زیرساخت‌های موجود در ورزشگاه‌ها از استانداردهای لازم ایمنی، امنیتی و طراحی لازم برای حضور خانواده‌ها برخوردار باشند، استقبال تماشاگران از مسابقات ورزشی بیشتر شده و در نتیجه سبب رونق اقتصادی در ورزش کشور خواهد شد. همچنین با بررسی ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای ارائه‌شده در جدول ۳ می‌توان به این نتیجه رسید که گزاره‌های Q2 و Q3 که به ضعف در امکانات و زیرساخت‌های موجود در ورزشگاه‌ها و وضعیت ایمنی و امنیتی آن‌ها اشاره دارند، مورد تأیید هر سه الگوی نظری ۱ و ۳ و ۴ بوده و دارای میانگین بالایی در نزد هر سه هستند.

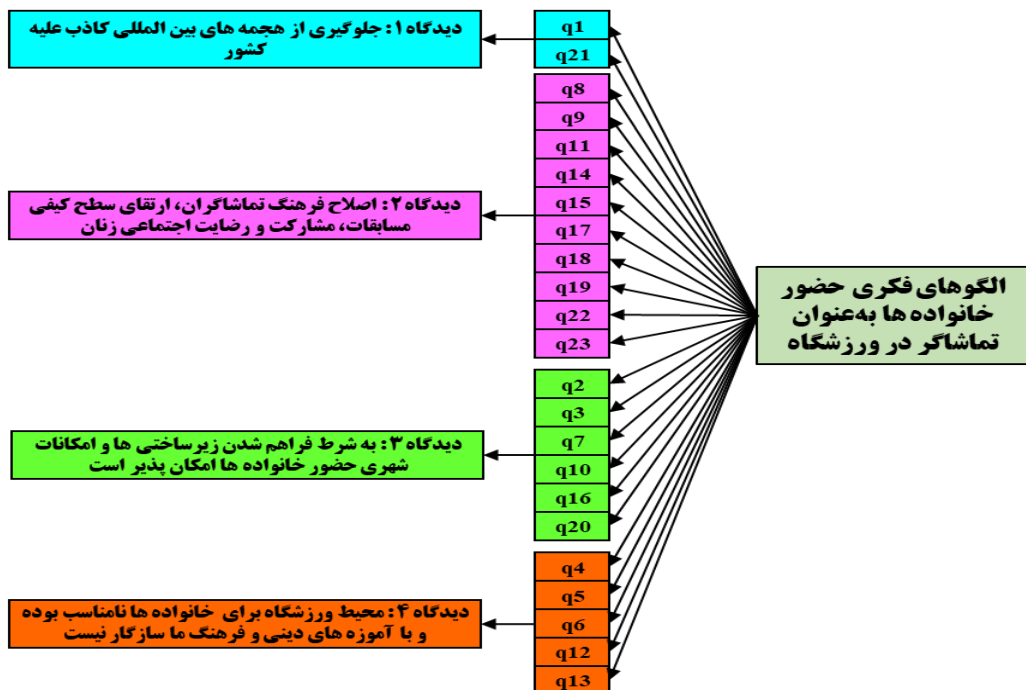
الگوی نظری گروه ۴ که تعداد ۳۸ نفر (۴۳/۲ درصد) از مشارکت‌کنندگان را شامل می‌شود و به عبارتی بیشتر مشارکت‌کنندگان در این الگوی نظری قرار دارند، در مقایسه با ۳ گروه دیگر، بر اساس ماتریس نهایی مراکز خوشه‌ای، ۵ گزاره Q4، Q5، Q6، Q12 و Q13 را در کانون توجه خود قرار داده و بیشترین میانگین را در مقایسه با سایر گروه‌ها به این گزاره‌ها اختصاص داده است. این گزاره‌ها که در این دیدگاه دارای بیشترین میانگین هستند به ترتیب عبارت‌اند از: «حضور خانواده‌ها در ورزشگاه با آموزه‌های دینی ما همخوانی ندارد»؛ «حضور خانواده‌ها در ورزشگاه با فرهنگ، آداب و سنت‌های ایرانی همخوانی ندارد»؛ «سبب وقوع جرم علیه زنان می‌شود»؛ «سبب تحریک رفتار نندالیسمی می‌شود» و «فضای ورزشگاه‌ها برای حضور خانواده‌ها مناسب نیست». با بررسی گزاره‌های مورد توجه این گروه، می‌توان متوجه شد که الگوی نظری حاضر معتقد است «محیط ورزشگاه برای خانواده‌ها نامناسب بوده و با آموزه‌های دینی و فرهنگ ما سازگار نیست». و با اینکه موضوع حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها ابعاد مختلفی دارد؛ اما اصلی‌ترین و

تعیین‌کننده‌ترین عامل، مسائل فقهی و آموزه‌های دینی مرتبط با احکام و مسائل زنان است؛ بنابراین با توجه به آداب، سنن و فرهنگ حاکم بر جامعه ایرانی اسلامی و به دلیل برتری نقش دین در این مسئله، رویکرد فقهی به این موضوع، پراهمیت‌ترین و مؤثرترین رویکرد به‌شمار می‌آید. از جمله مواردی که از نظر این الگوی نظری حائز اهمیت است عبارت‌اند از:

الف: پوشش ورزشکاران مرد؛ در ورزش‌های مختلف، پوشش‌های متنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. میزان و محدوده پوشیدگی این لباس‌ها متفاوت است؛ بنابراین از منظر فقهی موضوع «نگاه زن به مرد نامحرم و محدوده و حریم آن» قابل‌بحث و بررسی است؛ **ب: نوع ورزش از نظر میزان خشونت:** حضور زنان و خانواده برای تماشای ورزش‌های خشن مردانه، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیمی بر جسم و روح آنان خواهد داشت. بحث درباره حکم شرعی مشاهده این نوع صحنه‌های خشن، زاویه دیگری به تحقیق حاضر می‌گشاید؛

پ: هیجانات حاکم بر محیط‌های ورزشی: با توجه به اینکه فضای حاکم بر ورزشگاه‌ها، معمولاً همراه با کف زدن، پای کوبی، شادی و هیجان و... است، ممکن است این فضا سبب بروز رفتارهای خارج از کنترل و نامتعارف برخی از تماشاگران شود که با شئون اسلامی و سنت‌های حاکم بر جامعه سازگار نباشد؛ بنابراین با توجه به اینکه امروزه، بیشتر تماشاگران ورزشی از افراد با پایگاه‌های اقتصادی و اجتماعی پایین هستند، بروز رفتارهای تند و خشن، اوباشگری، استفاده از الفاظ رکیک و ناسزا از بدیهی‌ترین رفتارهای تماشاگران در ورزشگاه است که در صورت حضور زنان و خانواده در ورزشگاه موجب تحریک رفتار وندالیستی و وقوع جرم علیه زنان خواهد شد (نیازی‌پور و سهرابی، ۱۳۹۲).

بر پایه ویژگی‌های خاص هر کدام از الگوهای نظری یادشده می‌توان گفت هر کدام از آن‌ها بر بخش‌هایی از واقعیت‌های حضور خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر تمرکز دارند؛ بنابراین بر پایه اصل جامع‌نگری به مسائل و پدیده‌ها، لازم است کلیت انتظارات و رهنمودهای موردنظر دیدگاه‌ها یا الگوهای نظری موجود در کانون توجه قرار گیرند. شکل (۴) چهارچوب کلی بالاترین گرایش چهار الگوی نظری شناسایی‌شده به گزاره‌های بیست‌وسه‌گانه کیو را نشان می‌دهد.



شکل ۴. الگوی شماتیک حاصل از تفسیر چهار الگوی نظری بر پایه‌ی بالاترین گرایش به گزاره‌های ۲۳ گانه

با توجه به ویژگی‌های خاص فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و ... جامعه ایرانی و وضعیت امکانات و تجهیزات ورزشگاه‌های کشور و همچنین اختلاف دیدگاه‌های مختلف در ارتباط با حضور خانواده‌ها در ورزشگاه، دسته‌بندی دیدگاه‌های مختلف در قالب چهار الگوی نظری کلی و اینکه هر کدام از این دیدگاه‌ها به چه ابعادی از موضوع توجه بیشتری دارند، می‌تواند مدیران و مسئولان را در حل این چالش و ارائه راه‌حل‌های کاربردی و عملی یار کند.

پیشنهادها

الف: پیشنهاد می‌شود؛ مدیران و مسئولان امر، قبل از هرگونه تصمیم در خصوص حضور داشتن یا نداشتن خانواده‌ها در ورزشگاه به‌عنوان تماشاگر، از دیدگاه‌ها و نتایج این مطالعه آگاهی یابند و برای اجرایی کردن خواسته هر کدام از این الگوهای نظری، ضمن توجه به

شرایط فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و ... حاکم بر جامعه، تمام جوانب موضوع را در نظر گیرند و مقدمات و امکانات لازم برای آن تصمیم را فراهم آورند.

ب: نیروی انتظامی در چهارچوب قوانین و مقررات حاکمیتی و صادره از سوی مراجع ذی-صلاح همانند گذشته نظم و امنیت مسابقات ورزشی در کشور را تأمین و پیوسته ارتقای سطح کمی و کیفی زیرساخت‌ها، به‌ویژه استفاده از فناوری‌های نوین انتظامی - امنیتی در ورزشگاه را مطالبه کند.

ج: پس از دریافت نظر مراجع عالی‌قدر و در صورت عدم مغایرت با مبانی دینی، مقدمات حضور خانواده‌ها به‌عنوان تماشاگر (۱- در مسابقات با سطوح پایین‌تر از قبیل مسابقات دانش‌آموزی، دانشگاهی، لیگ‌های دسته اول و دوم در رشته‌های مختلف؛ ۲- حضور خانواده ورزشکاران و مسئولان برگزاری مسابقات به‌صورت محدود و با در نظر گرفتن شرایط و امکانات موجود؛ ۳- تماشای خانوادگی مسابقات تیم ملی از مانیتورهای ورزشگاه در مسابقاتی که خارج از کشور برگزار می‌شود؛ ۴- در شهرستان‌ها و استان‌های با شرایط فرهنگی و زیرساختی مناسب‌تر که استقبال جمعیت تماشاگران محدود است؛ ۵- تأکید بر طراحی بلیت‌های خانوادگی؛ ۶- تأکید بر فراهم کردن جایگاه ویژه خانواده‌ها؛ ۷- تأکید بر فراهم کردن سیستم حمل‌ونقل و ایاب و ذهاب ویژه خانواده‌ها؛ و ۸- تأکید بر نقش رسانه در فرهنگ‌سازی حضور گروه‌های مختلف جامعه به‌ویژه خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها) فراهم شود.

د: با توجه به اینکه برخی از پیشنهادها «بند ج» در گذشته نیز تجربه شده است، نتایج آن‌ها آسیب‌شناسی و مبنای تصمیم و اقدامات بعدی در آینده قرار گیرد.

تشکر و قدردانی

نویسندگان، لازم می‌دانند از مسئولان دانشگاه صنعتی شاهرود که شرایط را برای انجام این مطالعه فراهم کردند و همه افراد مشارکت‌کننده که در انجام این مطالعه یاری رساندند، تشکر و قدردانی کنند.

منابع فارسی

- ابراهیمی، قربانعلی؛ عسکری، علی؛ نیک‌نژاد، محمدرضا. (۱۳۸۹). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش زنان نسبت به مشارکت در ورزش به‌عنوان تماشاچی. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۶(۱۱)، ۶۱-۷۴.
http://msb.journals.umz.ac.ir/article_394.html
- احمدی، فاطمه. (۱۳۹۳). مطالعه حضور تماشاگران زن در رقابت‌های ورزشی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تربیت بدنی، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیردولتی شمال - آمل.
- خوشگویان‌فرد، علیرضا. (۱۳۸۶). روش‌شناسی کیو. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- سادات‌الحسینی، مهدی. (۱۳۹۳). مقایسه دیدگاه تماشاچیان و مسئولان برگزاری مسابقات فوتبال به مدیریت آمیت در استادیوم آزادی. فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. (۲۳)۱. ۱۵۹-۱۶۸.
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=309600>
- سعادت‌تی، موسی؛ عباس‌زاده، محمد؛ حاتمی، رقیه. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی، اجتماعی و پرخاشگری (مورد مطالعه: هواداران تیم فوتبال تراکتورسازی شهر تبریز). فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی. ۳(۸)، ۲۵-۱.
http://journals.police.ir/article_13808_155ec64cb14645b32e7291a48afdc77b.pdf
- طاهری، حسین. (۱۳۹۹). طراحی مدل انتظامی مدیریت رفتار تماشاگران فوتبال در ایران. رساله دکتری رشته مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود.
- عرفانیان‌خان‌زاده، حمید؛ نجف‌بیگی، رضا؛ دانش‌فرد، کرم‌اله. (۱۳۹۴). مدیریت منابع انسانی الکترونیک ابزار تحول در بهره‌وری سازمان (ارائه مدل به روش کیو). مدیریت بهره‌وری. ۸(۳۲)، ۳۵-۷.
<http://ensani.ir/file/download/article/20170515081812-10098-159.pdf>
- علی‌زاده گل‌ریزی، ابوالفضل؛ ساعت‌چیان، وحید؛ الهی، علیرضا. (۱۳۹۲). مقایسه انگیزه‌های وفاداری، سابقه حمایت و میزان حضور هواداران باشگاه‌های پرفردار لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران. دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی ۳(۶). صص ۱۳۵-۱۲۳.

<https://www.virascience.com/article/190256/>

- قاندي، هادي؛ نوبخت، رضا؛ دانشجو، عبدالحميد. (۱۳۸۹). تأثیر حمایت اجتماعی و عوامل جمعیت‌شناختی بر مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی (مطالعه موردی: زنان شهر لامرد). فصلنامه زن و بهداشت. ۱۹(۲). ۱-۱۹.

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=171356>

- قراخانلو، رضا؛ نیسیان، فریده. (۱۳۸۶). بررسی نگرش اқشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان. پژوهش در علوم ورزشی. ۵(۱۷). ۳۳-۵۰

<https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?id=79095>

- مصطفایی، جواد؛ کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۹). الگوی پارادایمی حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال در ایران. فصلنامه مطالعات زن و خانواده، ۸(۱)، ۳۹-۹.

https://jwfs.alzahra.ac.ir/article_4952.html

- مصلحی، لیلا؛ سلطان حسینی، محمد؛ سلیمی، مهدی. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای پیشگیری از جرم در حوزه جرائم ناشی از خشونت تماشاگران فوتبال. فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۱(۴)، صص ۶۹-۹۰.

http://journals.police.ir/article_93194.html

- نعمتی، نعمت‌الله؛ تجاری، فرشاد؛ زارعی، علی؛ اشرف کنجویی، فریده. (۱۳۹۱). آزمون مدل نظری عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی. ۴(۱۳). صص ۱۰۷-۱۲۲.

<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=194479>

- نقدی، اسدالله؛ بلالی، اسماعیل؛ ایمانی پروین. (۱۳۹۰). موانع فرهنگی - اجتماعی مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی. زن در توسعه و سیاست. ۹(۱). ۱۶۳-۱۴۷.

https://jwdp.ut.ac.ir/article_22496.html

- نیازی‌پور، مرادعلی؛ سهرابی، پوریا. (۱۳۹۲). بررسی رابطه پایگاه اقتصادی، اجتماعی تماشاگران فوتبال با رفتارهای آشوبگرانه در فوتبال ایران دیدگاه آشوبگران و نیروی انتظامی. فصلنامه مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی. ۶(۲). ۷۹-۱۰۲.

http://journals.police.ir/article_12975.html

- وثوقی، منصور؛ خسروی‌نژاد، محسن. (۱۳۸۸). بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی رفتار هیجانی تماشاگران فوتبال. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. ۳(۱). ۱۲۷-۱۴۹.

<http://ensani.ir/file/download/article/20120329160057-5078-46.pdf>

- Abel, C., Sandra, E. (2007). An exploratory study of spectators' motivation in football. *Sport Management and Marketing*, Vol. 2, 5/6. 572- 590.
<https://www.sid.ir/en/journal/ViewPaper.aspx?ID=273228>
- Alcolea-Díaz, G., García-Santamaría, J V. (2019). Football broadcasting rights in Spain in the digital age: between pay television and streaming services". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 418 - 433. DOI: 10.4185/RLCS-2019-1338en
- Collins, K., Jiao, Q. G. (2010). *Toward a Broader Understanding of Stress and Coping: Mixed Methods Approaches*. Information Age Publishing (IAP), Charlotte, USA. 119-120.
- Ellingsen, I. T., Størksen, I., Stephens, P. (2010). Q methodology in social work research. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(5), 395-409.
<https://doi.org/10.1080/13645570903368286>
- Horky, T. (2021). No sports, no spectators – no media, no money? The importance of spectators and broadcasting for professional sports during COVID-19. *Soccer & Society*, 22(1-2), 96-102.
<https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1790358>
- Revindo, M, D., Widyasanti, A, A., Siregar, C, H., Hambali, S. (2021). Factors explaining the expenditure of sports event participants and spectators: evidence from the 2018 Asian Games. *Journal of Sport & Tourism*, Published online: 17 Feb 2021.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1883460>
- Samuel, D. J. R., Fenil E., Manogaran, G., Vivekananda G.N., Thanjaivadivel T., Jeeva S., Ahilan A. (2019). Real time violence detection framework for football stadium comprising of big data analysis and deep learning through bidirectional LSTM. *Computer Networks*. Volume 151, 191-200.
<https://doi.org/10.1016/j.comnet.2019.01.028>
- Tashakkori, A., Teddlie, Ch. (2010). *SAGE Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. Sage Publication, Inc. 419-420.
- Wan, K.M., Ng, K.U., Lin, T.H. (2020). *The Political Economy of Football: Democracy, Income Inequality, and Men's National Football Performance*. *Social Indicators Research*. Springer, vol. 151(3), 981-1013. DOI: 10.1007/s11205-020-02410-y

- Watts, S., Stenner, P. (2012). *Doing Q Methodological Research: Theory, Method & Interpretation*. London: Sage Publication.
- Wright, P. N. (2013). Is Q for you? Using Q methodology within geographical and pedagogical research. *Journal of Geography in Higher Education*, 37(2), 152-63.
<https://doi.org/10.1080/03098265.2012.729814>