

مقایسه تأثیر مشارکت ورزش همگانی و مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی شهروندان استان گیلان

فاطمه مولائی فرد پیلهرود^۱، میرحسن سیدعامری^{۲*}، رحیم رضانی نژاد^۳

تاریخ تصویب: ۹۹/۰۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مشارکت ورزشی و مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی انجام گرفته است. روش تحقیق از نوع توصیفی همبستگی و از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها میدانی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش، شهروندان استان گیلان دارای فعالیت ورزشی (ورزش همگانی) بودند و براساس جدول مورگان و کرجسی نمونه‌ی آماری برای جامعه‌ی بیش از ۱۰ هزار نفر ۳۸۴ نفر برآورد شد. ابزار پژوهش شامل سه پرسشنامه مشارکت ورزشی، مشارکت در فضای رسانه و سرمایه اجتماعی بود. روایی پرسشنامه‌ها توسط شش کارشناس خبره ورزش همگانی و شش نفر از اساتید مجرب مدیریت ورزشی تأیید گردید و ضریب پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۱، ۰/۹۳، ۰/۸۴ محاسبه شد. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر در نرم‌افزار پی ال اس استفاده شد. نتایج نشان داد که مشارکت ورزشی و مشارکت در فضای رسانه دارای اثر مستقیم و معنی‌داری بر سرمایه اجتماعی بود. مقایسه نتایج بیانگر این است که میزان سرمایه اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۸۲ از طریق مشارکت رسانه‌ای و با ضریب مسیر ۰/۷۶ از طریق مشارکت ورزشی ارتقاء می‌یابد. می‌توان ادعان داشت که این میزان تأثیر از اختلاف بالایی برخوردار نمی‌باشد. همچنین توجه به ویژگی‌ها و دستاوردهای مشارکت ورزشی در مقایسه با مشارکت در فضای رسانه از قبیل: امکانات و خدمات بیشتر، دسترسی آسان‌تر، کم هزینه، متنوع، قابل اعتماد و افزایش مسئولیت‌پذیری و نشاط و سلامت جسمانی و روانی، مزیت مشارکت ورزشی را در مقایسه با مشارکت در فضای رسانه‌ای در ارتقاء میزان سرمایه‌ی اجتماعی نشان می‌دهد.

کلید واژه‌ها: مشارکت ورزشی، ورزش همگانی، رسانه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی.

Email: molaei_49@yahoo.com

Email: ha_ameri2003@yahoo.com

Email: rramguil@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، پردیس دانشگاهی ارومیه، ارومیه، ایران

۲. استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ایران*

۳. استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، ایران

مقدمه

ورزش به عنوان یک پدیده اجتماعی، پیوندی انداموار با مجموعه نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد (رضوان و همکاران، ۱۳۹۵) و در زندگی بسیاری از مردم جهان در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نقش بسزایی داشته، همچنین از جمله فعالیت‌های مهم انسانی است که تقریباً هیچ جامعه بشری را نمی‌توان یافت که در آن ورزش به گونه‌ای وجود نداشته باشد (پارساجو و همکاران، ۱۳۹۷). یکی از جنبه‌های اجتماعی ورزش مربوط به بحث جامعه‌پذیری، دوست‌یابی و مشارکت در گروه‌های مرجع سنی، ورزشی، هواداری و غیره است که دربرگیرنده‌ی نوعی سرمایه‌ی فردی و اجتماعی است. از این‌رو همواره ورزش نه فقط به عنوان عاملی برای تأمین، تقویت و حفظ سرمایه‌ی جسمانی و سرمایه‌ی روانشناختی، بلکه به عنوان فضای پویا برای شکل‌گیری، احیا، حفظ و توسعه‌ی ارتباطات میان فردی در نظر گرفته می‌شود (ابویه و همکاران، ۲۰۱۳). اما شواهد نشان می‌دهند که در عمل گرایش به مشارکت در ورزش و انجام فعالیت‌های بدنی در جامعه وضعیت مناسبی ندارد (بنار و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از دلایل کم حرکتی و بی‌علاقگی و نپرداختن به فعالیت‌های حرکتی و ورزش در زمان فراغت ناشی از بی‌سوادی جسمانی است. فرایند آموزش، دانش و اطلاعاتی را در اختیار می‌گذارد که هدایت‌انگیزه‌ها و افزایش مشارکت را به دنبال خواهد داشت (حلاجی و شیرینی، ۱۳۹۴).

علاوه بر آموزش، ساخت محیط و اماکن ورزشی و ایجاد مسیرهای دسترسی و پیاده‌روهای مناسب در افزایش میزان مشارکت مردم تأثیر دارد. بنابراین جامعه می‌تواند با فراهم سازی زیرساخت‌های ورزشی مناسب و استانداردهای مربوطه، به افزایش مشارکت ورزشی کمک کند (بادامی، ۱۳۸۵).

در بخش مشارکت ورزشی، ورزش همگانی به لحاظ وسعت دامنهی شمول، قابل اجرا بودن در شرایط و اماکن گوناگون، کم هزینه و در دسترس بودن و سهولت اجرا برای تمامی اقشار و سنین مختلف افراد جامعه حائز اهمیت است (خیرآبادی، ۱۳۹۰). ارتقاء دانش و آگاهی و فرهنگ‌سازی ورزش کردن، به عنوان مهم‌ترین ابزار برای توسعه‌ی ورزش همگانی در ایران می‌باشد. با توجه به این که ورزش همگانی به حوزه اجتماعی و شهروندی مربوط می‌شود و در معرض ویژگی‌ها، پویایی و پیچیدگی‌های نظام اجتماعی قرار دارد، به طوری که نیازهای ورزشی افراد به تبع شرایط متغیر محیط زندگی تغییر می‌کنند. بنابراین آگاهی از نیازهای حرکتی و ورزشی شهروندان نیز از مقدمات برنامه‌ریزی و عملیات اجرایی ورزش همگانی است و صرف هزینه و فراهم سازی امکانات ویژه، بدون داشتن درک عمیق از نیازهای جامعه‌ی مصرف کننده این امکانات (اقشار مختلف استان گیلان) ممکن است منجر به ناکارآمدی شود (بنار و همکاران، ۱۳۹۶).

ورزش همگانی با هدف افزایش مشارکت تمام گروه‌های اجتماعی و فراهم کردن تکثرگرایی ورزشی، تقویت ورزش قهرمانی، ورزش رقابتی، تفریحات سالم و ورزش تفریحی پایه‌گذاری شده است (رضوان و همکاران، ۱۳۹۵). شرکت‌کنندگان در ورزش همگانی و ورزش پارک‌ها دارای انگیزه بالایی برای یافتن دوستان جدید در ورزش و ایجاد روابط اجتماعی با افراد هم سنخ خود بوده و حضور دوستان ورزشی، موجب استمرار شرکت آنها در ورزش شده و حتی شبکه‌های ارتباطی آنها به محیط‌های غیر ورزشی تعمیم یافته است (کشگر و همکاران، ۱۳۹۳). سرمایه‌گذاری در ورزش همگانی موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت و درمان و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود. ورزش‌های همگانی از آنجا که موجب افزایش امید به زندگی از طریق ارتقای سلامت افراد جامعه می‌شود، یکی از زیرشاخص‌های توسعه‌ی انسانی در جوامع قلمداد می‌گردد (صادقی آرنی، میرغفوری، ۲۰۰۹). افراد در سطح جامعه برای دستیابی به اهداف متفاوتی از قبیل سلامتی و تناسب اندام، مزایای اجتماعی، هیجانی، کنترل وزن، کنترل استرس و لذت بردن به مشارکت ورزشی و فعالیت‌های بدنی می‌پردازند (دیبسی و همکاران، ۲۰۰۸). تحقیقات استونز^۳ و ویس (۲۰۱۰) حاکی از تأثیر انگیزه‌های احساس شایستگی، درک

1. Abioye et all
2. Dacey et all
۳. Stones & Wiense

استقلال و خودمختاری و تقویت روابط با دیگران، بر مشارکت منظم کودکان و نوجوانان در فعالیت‌های ورزشی بود. تحقیق فلتز و مالت^۱ (۲۰۰۱) نشان داد جوانان با هدف توسعه مهارت‌ها، یادگیری مهارت‌های جدید، رقابت طلبی و کسب پیروزی، ورزش می‌کنند. فهم و شناخت ارزش‌های حاکم بر جامعه، مشارکت و تشریک مساعی برای دستیابی به پیروزی و مقابله با شکست، بروز شخصیت اجتماعی، احترام متقابل اجتماعی، مسئولیت‌پذیری، بروز استعدادها، اجتماعی، برقراری ارتباطات اجتماعی، تفسیم کار، اهداف مشترک اجتماعی از دستاوردهای شرکت در فعالیت ورزشی می‌باشد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۳). یکی از واژه‌هایی که در اکثر سیاست‌های ورزشی به چشم می‌خورد سرمایه‌ی اجتماعی است. واضح است که سیاست‌گذاران هر ملتی اعتقاد دارند که سرمایه‌ی اجتماعی باعث حصول به مزایای قابل‌لمسی در اجتماع خواهد شد و گنجاندن آن در سیاست‌های مربوط به ورزش نشانه مشروعیت سرمایه‌ی اجتماعی در حیطه ورزش می‌باشد. سرمایه‌ی اجتماعی نقش بسیار مهمی در انسجام میان منابع انسانی و جوامع دارد و در غیاب آن، سرمایه انسانی، مالی و اقتصادی اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون آن منابع انسانی نمی‌توانند راه‌های توسعه و تکامل را طی کنند و اثر بخش‌تر عمل کنند (الوانی، ۱۳۸۷). فوکویاما^۲ (۱۹۹۹) سرمایه‌ی اجتماعی را مجموعه‌ی هنجارهای سیستم اجتماعی می‌داند که سبب افزایش همکاری اعضای آن جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود (شمسی و همکاران، ۱۳۹۴). پاتنام^۳ (۱۳۸۰) سرمایه‌ی اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم مانند: اعتماد، هنجارها، شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد نمود (هرندی، ۱۳۹۳). استرومگرن^۴ و همکاران (۲۰۱۶) عنوان کردند که سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند به‌عنوان منبعی در نظر گرفته شود که از روابط اجتماعی سرچشمه گرفته و نوعی سرمایه‌گذاری در روابط با بازدهی مورد انتظار محسوب می‌شود. تأثیرات مثبت سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند در پنج قلمرو رشد اقتصادی، جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی، بهداشت جسمانی و روانی، کارایی حکومت و نهادهای سیاسی و بهبود عملکرد تحصیلی، خود را آشکار کند (شارع‌پور، ۱۳۸۶).

به عقیده پاتنام کشورها، جوامع و گروه‌هایی که دارای شبکه‌های غنی و گسترده‌ای از انجمن‌های مدنی، مانند سازمان‌های بشر دوستانه، گروه‌های زیست محیطی، باشگاه‌های ورزشی و... هستند، باید از صفاتی مانند اعتماد اجتماعی، تعهد و تحمل اجتماعی، تعاون و همکاری سطح بالا، مشارکت رسمی و داوطلبانه برخوردار باشند زیرا این ویژگی‌ها، سرمایه‌ی اجتماعی را باز تولید می‌کند (قجری و علیخانی، ۱۳۹۱). جوامعی که میزان سرمایه‌ی اجتماعی آن به هر دلیلی کاهش یابد، با گسیختگی‌ها و شکاف‌های شگرفی روبه‌رو می‌شوند. اندیشمندان حوزه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی نیز بر این عقیده‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی اگر بازآفرینی نشود، فرسوده و نابود می‌شود. روابط اجتماعی اگر حفظ نشود به تدریج از بین می‌رود و هنجارها به ارتباطات منظم بستگی دارند (فاردولی^۵ و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین سرمایه‌ی اجتماعی باید پیوسته بازتولید شود وگرنه در صورت کاهش یا پایین آمدن آن مشکلات زیادی پدید خواهد آمد (رفیعی، حبیب‌زاده، ۱۳۹۳).

براساس مباحث نظری می‌توان گفت که در صورت وجود سرمایه‌ی اجتماعی، افراد در قالب ارزش‌ها، هنجارها و پیوندهای اجتماعی موجود در تعاملات اجتماعی، قابلیت‌های خود را افزایش می‌دهند. ضمن به‌دست آوردن امکان کنترل زندگی خود، از حمایت‌های اجتماعی شبکه‌های ارتباطی خود برخوردار می‌شوند (بهزاد، ۲۰۰۳).

عاشوری (۱۳۹۵) شجاع و همکاران (۲۰۱۳) چنگ^۶ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیق خود عنوان کردند که حمایت اجتماعی با سلامت روان رابطه مثبت دارد و افراد دارای سلامت روانی بهتر، واجد شرایط پذیرش مسئولیت‌ها و نقش‌های اجتماعی در جامعه می‌باشند که خود موجب ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی می‌شود. گچر و همکاران^۷ (۲۰۱۱) نشان دادند که حمایت اجتماعی

1. Feltz & Malete
2. Fukuyama
3. Putnam
4. Stromgren et all
5. Fardouly
6. Cheng & et all
7. Gächter & et all

استرس را کاهش و سرمایه‌ی اجتماعی با استرس رابطه معکوس معنی‌دار دارد. می‌توان نتیجه گرفت حمایت اجتماعی با کاهش استرس سرمایه‌ی اجتماعی را ارتقاء می‌دهد. از نظر کاووسی و همکاران (۱۳۸۶) و مولوی و قاعدی‌فرد (۱۳۹۱) پیوند، تعامل و ارتباط باعث ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی بین گروهی و درون گروهی شده و از این طریق موجب ایجاد مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی اجتماعی و کسب محبوبیت اجتماعی می‌شود (فراهانی، ۱۳۹۲) برای تقویت احساس مسئولیت‌پذیری در صحنه‌ی اجتماع، محیط ورزشی را معرفی کرده است.

جاروی^۱ (۲۰۰۳) در تحقیق خود عنوان کرد که: ورزش در بُعد اجتماعی به شکل پنهانی باعث گسترش قدرت تحمل و ارزش‌های برابری طلبانه می‌شود و سه فرایند برای تولید سرمایه اجتماعی به کار می‌افتد: ساختن اعتماد به نفس، ارتباطات اجتماعی و درس‌های اخلاقی. در بُعد فردی نیز روح مشارکت‌پذیری فعالیت‌های ورزشی آن را به‌عنوان میدانی برای تولید سرمایه‌ی اجتماعی شناسانده است. ورزش و مشارکت ورزشی، شرایطی را فراهم می‌سازد تا افراد با تعامل و برقراری ارتباط با سایر افراد و احساس تعلق به گروه، منافع و مصالح جمع را محترم بشمارد این چنین فعالیت‌ها می‌تواند باعث افزایش سطح سرمایه‌ی اجتماعی و مؤلفه‌های آن نظیر هنجارهای اجتماعی و مشارکت افراد گردد (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۲).

در ورزش، دوستی‌های جدید و ارتباطات اجتماعی فراتر از مرزهای طبقاتی و مذهبی شکل می‌گیرد، این واقعیت شامل بازیکنان و غیربازیکنان یعنی مربیان و تماشاچیان نیز می‌باشد، که نهایتاً منجر به افزایش نرُم‌های اعتماد و عمل متقابل می‌گردد. به عبارت دیگر ورزش زمینه‌ساز تولید سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشد (پارسامهر و همکاران، ۱۳۹۲).

در واقع می‌توان گفت که سرمایه‌ی اجتماعی در روابط میان افراد تجسم می‌یابد و هنگامی به‌وجود می‌آید که روابط میان افراد به شیوه‌ای دگرگون شود که کنش اجتماعی را تسهیل کند. در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در روابط مردم سرتاسر جهان ایفا می‌کنند به‌طوری‌که به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی بیشتر مردم تبدیل شده‌اند. این در حالی است که اساس پیدایش این شبکه‌ها، تسهیل و کوتاه نمودن مسیر ارتباطی میان افراد جامعه تلقی می‌گردد (کریمی و امین‌زاده، ۱۳۹۵). مفهوم شبکه اجتماعی اولین بار در سال ۱۹۵۰ در مباحث انسان‌شناسی توسط رادکلیف براون^۲ معرفی شد (فرزانه و فلاحتی، ۱۳۹۴). شبکه‌های اجتماعی مجازی با ایجاد اشکال جدید در تعاملات انسانی، زمینه‌ی ایجاد فضای تعامل افراد با علایق مشترک را خارج از محدودیت‌های مکانی و زمانی فراهم کرده‌اند. فضایی که کاربران بدون دغدغه، نظرات خود را به راحتی و آزادانه مطرح می‌کنند. کاربران در این فضاها می‌توانند با به اشتراک‌گذاری ایده‌ها، اخبار، نظرات و... در اشکال چند رسانه‌ای، حجم بالایی از اطلاعات را به دیگر کاربران منتقل سازند. این تعاملات می‌تواند در شکل سازنده خود، به‌عنوان سرمایه اجتماعی تلقی گردد و جامعه را در سطح وسیعی از نتایج این سرمایه بهره‌مند سازد (شاوردی، ۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی مستقیماً نیازهای اجتماعی مانند نیاز به محبت، ارتباط، تعلق خاطر و... را هدف قرار می‌دهد. حضور در شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود فرد احساس کند به وی توجه می‌شود و عضوی تأثیرگذار در جامعه است. جوانان و نوجوانان ما به‌طور فزاینده‌ای مدت زمان نسبتاً زیادی از اوقات فراغت خود را صرف این شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند و سبک زندگی آنها شامل رفتارها، نگرش‌ها و نظرات و دیدگاه‌های آنها تحت تأثیر این شبکه‌های اجتماعی مجازی تا حد زیادی تغییر پذیرفته است (نصیری و همکاران، ۱۳۹۱). مک لوهان^۳ (۱۳۷۷) استدلال می‌کند که رسانه‌های هر عصر، ماهیت جامعه آن عصر را تعیین می‌کنند. از نظر مک لوهان، پیشرفت هر جامعه‌ای همزمان با رشد فناوری بوده است با توجه به این که شبکه‌های اجتماعی را می‌توان همچون زیرمجموعه‌ای از جامعه در نظر گرفت که افراد در آن به نوعی زندگی موازی با زندگی بیرونی خود در جامعه واقعی می‌پردازند و با افراد دیگر ارتباط برقرار می‌کنند، باید تصریح کرد که افراد با حضور در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از گونه‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی، از مزایای حضور در این اجتماع مجازی نظیر، عواطف و احساسات، تعامل و دریافت

1. Jarvie

2. Radcliffe Brown

3. Mc Luhan

اطلاعات، حمایت اطرافیان که از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌باشد برخوردار می‌شوند و بسیاری از جوانب زندگی واقعی خود را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست، در این اجتماعات مجازی به‌دست می‌آورند (خدایاری، ۱۳۹۳). شهبایی و قدسی (۱۳۹۱) در تحقیق خود عنوان کرده‌اند که بیشتر کاربران به منظور آسان‌سازی روابط فعلی، احیای ارتباطات قدیمی، ایجاد و حفظ ارتباطات دوستانه بدن روی آورده‌اند. فرلندر^۱ (۲۰۰۳) در یافته‌های پژوهش بیان کرد که بین استفاده از اینترنت و میزان سرمایه‌ی اجتماعی رابطه وجود دارد. یانگ^۲ (۲۰۰۶) یکی از نتایج مهم پژوهش خود را اعلام کرد که نوجوانان تمایل دارند تا سرمایه‌ی اجتماعی خود را از طریق اینترنت، مدیریت و اداره کنند. برونئی^۳ (۲۰۰۹) در تحقیق خود به بررسی ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی معلمان مدارس متوسطه کالیفرنیا پرداخت در نتایج تحقیق عنوان کرد که ایجاد شبکه‌های اجتماعی و روابط خوب همکاران در مدرسه منشأ ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی و ایجاد رضایت است و میزان سرمایه‌ی اجتماعی کمتر از حد متوسط اعلام شد. پارک و همکاران^۴ (۲۰۰۹) در تحقیق خود عنوان کردند که پتانسیل شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک سرگرمی، ابزار قدرتمندی برای توجیه علاقه جوانان به تجمع‌های دوستانه و درگیر کردن نسل جوان به‌عنوان مشارکت‌کنندگان فعال در جامعه است (فرزانه و فلاحتی، ۱۳۹۴). اما توجه به مزایای استفاده از فضای مجازی نباید ما را از تهدیدهای آن غافل کند. یکی از مهم‌ترین این مشکلات نقش فضای مجازی در رشد و گسترش آسیب‌های اجتماعی است. کم‌تحرکی و چاقی، کاهش احساسات و عواطف، کاهش سلامت روانی، بروز دوستی‌ها و عشق‌های مجازی، سوء استفاده از دختران و پسران، فرار از خانه، کلاهبرداری اینترنتی، ازدواج‌های دروغین، سرقت اطلاعات، خیانت زوجین و از هم گسیختگی و فروپاشی خانواده‌ها از جمله مواردی است که ممکن است جوانان و خانواده‌ها را در صورت عدم مدیریت صحیح، گرفتار کند (امانی کالریجانی، ۱۳۹۶).

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که مطالعات فراوانی در زمینه‌ی بررسی رابطه مشارکت ورزشی و سرمایه اجتماعی و رابطه مشارکت در فضای مجازی با سرمایه اجتماعی انجام شده است و البته بیشتر پژوهشگران مانند شارع‌پور و حسینی‌راد (۱۳۸۷)، کریمی‌ان و همکاران (۱۳۹۲) و پارسامهر (۱۳۹۳) نقش مثبت مشارکت ورزشی بر افزایش سرمایه اجتماعی را گزارش کرده‌اند؛ اما شواهد حاکی از آن است که در عمل گرایش به مشارکت در ورزش و انجام فعالیت‌های بدنی در جامعه وضعیت مناسبی ندارد (بنار و همکاران، ۱۳۹۶). در زمینه‌ی فضای مجازی، سرمایه اجتماعی و مشارکت ورزشی هم تحقیقاتی صورت گرفته است. نصیری و همکاران (۱۳۹۱) و شاوردی (۱۳۹۶)، عبدالملکی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیق خود اعلام کردند که، مشارکت در فضای مجازی، سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد اما تحقیقات (امانی کالریجانی، ۱۳۹۶) نشان داده که مشارکت مستمر در فضای رسانه موجب کاهش سرمایه اجتماعی می‌شود.

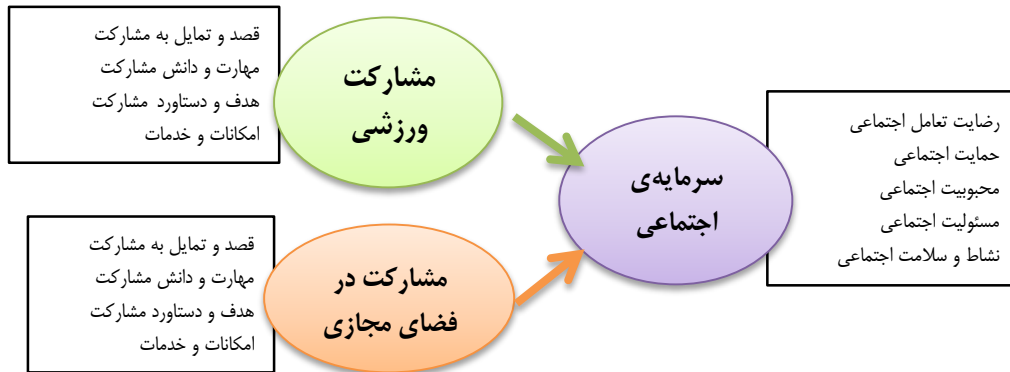
علی‌رغم تحقیقات زیاد در این زمینه در داخل کشور، تحقیقی در زمینه‌ی مقایسه‌ی اثر مشارکت ورزشی با اثر مشارکت در فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی انجام نشده است. به‌ویژه این‌که، در استان گیلان با وجود شرایط اقلیمی مناسب برای پرداختن به ورزش همگانی و تفریحی و بسترهای مناسب برای مشارکت در فضای مجازی و کمبود میزان سرمایه اجتماعی در مقایسه با سایر استان‌های کشور (حسینی‌نثار، ۱۳۹۲)، تاکنون چنین پژوهشی صورت نگرفته است. لذا محقق با توجه به این خلاء، در پژوهش حاضر به مقایسه‌ی اثر مشارکت ورزشی و مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه‌ی اجتماعی پرداخته و برای تبیین هرچه بهتر، ابعاد جامع و نوین برای متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی طراحی کرده است. در این مدل، مشارکت ورزشی و مشارکت در فضای رسانه، به‌عنوان متغیر مستقل و سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشد.

۱. Ferlander

۲. Young

۳. Bruno

۴. Park et all



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی همبستگی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد و جمع‌آوری اطلاعات به شکل میدانی انجام پذیرفت. جامعه آماری تحقیق شامل شهروندان استان گیلان دارای فعالیت ورزشی (ورزش همگانی) بودند و نمونه آماری براساس جدول کرجسی و مورگان برای جامعه بیش از ۱۰ هزار نفر، به تعداد ۳۸۴ نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی خوشه‌ای از ۸ شهرستان استان با توزیع میدانی (۲۵۰ نفر) و توزیع در فضای مجازی (۲۰۰ نفر) انجام شد. از بین پرسشنامه‌های دریافتی بعد از جدا کردن پرسشنامه‌های ناقص تعداد ۳۸۴ پرسشنامه که به صورت کامل و مناسب پاسخ داده شده بودند برای تحلیل انتخاب گردید. در جدول ۱ مشخصات فردی نمونه آماری آورده شده است.

جدول ۱: مشخصات فردی نمونه آماری

متغیر	زیرمجموعه	تعداد	درصد	متغیر	زیرمجموعه	تعداد	درصد
وضعیت تأهل	مجرد	۲۳۰	۵۹/۸	جنسیت	مرد	۲۱۳	۵۵/۴
	متأهل	۱۵۴	۴۰/۲		زن	۱۷۱	۴۴/۶
سن (سال)	زیر ۳۰	۶۱	۱۶	سطح تحصیلات	دیپلم	۶۲	۱۶/۱۸
	۳۰ تا ۳۵	۲۰۰	۷۱/۱		فوق دیپلم	۱۶۹	۴۴
	بیشتر از ۳۵	۱۲۳	۱/۸		لیسانس	۱۲۳	۳۲
وضعیت شغلی	رسمی	۹۰	۲۳	درآمد	فوق لیسانس	۲۸	۰/۵۲
	آزاد	۶۰	۱۶		دکتری	۲	۳۲
	بیکار	۱۱۰	۲۹		زیر ۲ میلیون	۹۵	۲۵
	در حال تحصیل	۱۲۴	۳۲	بین ۲ تا ۵ میلیون	۱۸۵	۴۸	
				۵ میلیون به بالا	۱۰۴	۲۷	

ابزار تحقیق شامل سه پرسشنامه بود: الف) پرسشنامه‌ی مشارکت ورزشی بنار (۱۳۹۶)، ب) پرسشنامه‌ی سرمایه اجتماعی اونیکس و بولن (۲۰۰۰) که با توجه به اهداف تحقیق و متناسب با چهارچوب تحلیل مفهومی پژوهش و درک بهتر جامعه‌ی آماری، تغییرات صوری در سؤالات هر دو پرسشنامه صورت گرفت. ج) پرسشنامه محقق ساخته مشارکت در فضای رسانه متناسب با چهارچوب تحلیل مفهومی پژوهش و با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای، نظرخواهی از ۱۱ نفر از صاحب‌نظران و

کارشناسان حوزه ورزش همگانی و اساتید مجرب مدیریت ورزشی و کارشناسان رسانه که شامل ۴ بُعد و ۱۶ سؤال با مقیاس پنج ارزشی لیکرت (از ۱- بسیار مخالفم تا ۵- بسیار موافقم) طراحی شد.

جهت ارزیابی روایی محتوایی و صوری از ۱۲ نفر از کارشناسان ورزش همگانی و اساتید مجرب مدیریت ورزشی نظرخواهی شد. بعد از تأیید روایی محتوایی، ابتدا ابزار در یک مطالعه راهنما بین ۴۰ نفر از جامعه آماری توزیع شد که ضریب آلفای کرونباخ، $(\alpha=0/88)$ 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 کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. بر اساس این آزمون سطح معنی‌داری تمام مؤلفه‌ها بیشتر از $\alpha=0/05$ می‌باشد، لذا توزیع تمام داده‌ها نرمال است و جهت تجزیه تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر در نرم‌افزار پی ال اس استفاده شد.

جدول ۲: ضرایب پایایی پرسشنامه عوامل و ابعاد تحقیق

عامل	آلفا کرونباخ	پایایی ترکیبی	ابعاد	آلفا کرونباخ	پایایی ترکیبی
مشارکت ورزشی	۰/۹۱	۰/۹۳	قصد و تمایل به مشارکت	۰/۹۱	۰/۹۳
			مهارت و دانش مشارکت	۰/۹۲	۰/۹۳
			هدف و دستاورد مشارکت	۰/۷۹	۰/۸۶
			امکانات و خدمات مشارکت	۰/۷۵	۰/۸۴
مشارکت در فضای رسانه	۰/۹۳	۰/۹۴	قصد و تمایل	۰/۸۲	۰/۸۸
			مهارت و دانش	۰/۸۵	۰/۸۷
			هدف و دستاورد	۰/۷۸	۰/۸۳
			امکانات و خدمات	۰/۸۹	۰/۹۱
سرمایه اجتماعی	۰/۸۴	۰/۸۶	تعامل اجتماعی	۰/۷۱	۰/۸۱
			حمایت اجتماعی	۰/۷۰	۰/۷۵
			محبوبیت اجتماعی	۰/۷۵	۰/۷۵
			مسئولیت اجتماعی	۰/۸۶	۰/۹۰
			نشاط و سلامت اجتماعی	۰/۸۱	۰/۸۷

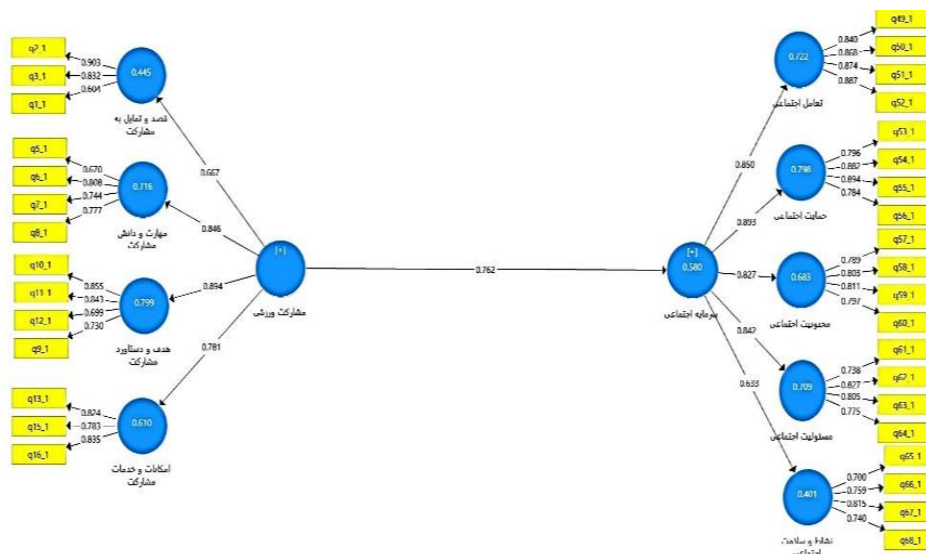
یافته‌های پژوهش

توصیف عوامل و ابعاد اصلی متغیرهای تحقیق

در جدول ۳ آمار، توصیفی شامل معیارهای تمرکز میانگین و همچنین معیار پراکندگی انحراف معیار برای متغیرهای پرسشنامه‌های مورد بررسی آورده شده است که در ابعاد مشارکت ورزشی، بُعد امکانات و خدمات مشارکت دارای بیشترین میانگین (۴/۲۲) می‌باشد و بُعد هدف و دستاورد مشارکت دارای کمترین میانگین (۳/۷۶) می‌باشد. همچنین در ابعاد مشارکت در فضای رسانه‌ای، بُعد قصد و تمایل به فعالیت دارای بیشترین میانگین (۴/۲۸) می‌باشد و بُعد مهارت و دانش فعالیت دارای کمترین میانگین (۳/۶۱) می‌باشد. در نهایت در ابعاد سرمایه اجتماعی، بُعد حمایت اجتماعی دارای بیشترین میانگین (۴/۷۵) می‌باشد و بُعد کیفیت تعامل اجتماعی دارای کمترین میانگین (۳/۹۴) می‌باشد.

جدول ۳: توصیف عوامل و ابعاد اصلی متغیرهای تحقیق

انحراف معیار	میانگین	بُعد	ابعاد
۰/۸۳	۳/۹۷	قصد و تمایل به مشارکت	مشارکت ورزشی
۰/۹۵	۴/۲۱	مهارت و دانش مشارکت	
۰/۹۶	۳/۷۶	هدف و دستاورد مشارکت	
۱/۱۷	۴/۲۲	امکانات و خدمات مشارکت	
۰/۷۵	۴/۲۸	قصد و تمایل به فعالیت	مشارکت در فضای رسانه‌ای
۰/۹۴	۳/۶۱	مهارت و دانش فعالیت	
۰/۸۴	۳/۹۲	هدف و دستاورد فعالیت	
۰/۸۶	۴/۱۹	امکانات و خدمات فعالیت	
۱/۴۹	۳/۹۴	کیفیت تعامل اجتماعی	سرمایه اجتماعی
۱/۱۳	۴/۷۵	حمایت اجتماعی	
۱/۲۲	۴/۴۷	محبوبیت اجتماعی	
۱/۳۶	۴/۴۰	مسئولیت اجتماعی	
۱/۲۹	۴/۱۴	نشاط و سلامت اجتماعی	

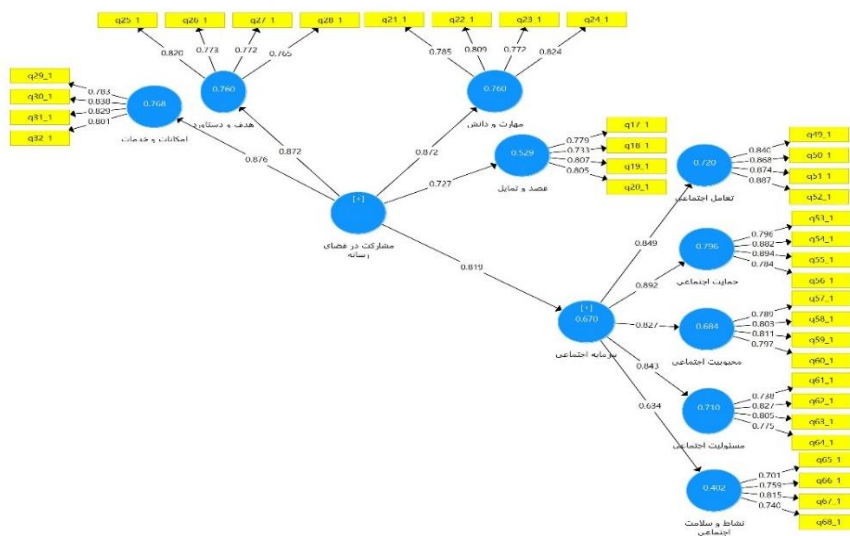


شکل ۱: میزان ضریب اثر مشارکت

شکل ۱ میزان ضریب اثر مشارکت ورزشی بر سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۴ اثر مشارکت ورزشی بر متغیر سرمایه اجتماعی معنی‌دار می‌باشد. مشارکت ورزشی به میزان ۷۶ درصد از تغییرات متغیر سرمایه اجتماعی را با آماره معنی‌داری T value برابر با ۲۹/۰۶ تبیین می‌کند.

جدول ۴: نتایج آزمون تأثیر مشارکت ورزشی بر سرمایه اجتماعی

P Values	T آماره	ضریب مسیر	فرضیه‌های پژوهش
۰/۰۰۱	۱۷/۳۵	۰/۶۷	مشارکت ورزشی --> قصد و تمایل به مشارکت
۰/۰۰۱	۵۰/۱۸	۰/۸۵	مشارکت ورزشی --> مهارت و دانش مشارکت
۰/۰۰۱	۹۵/۰۲	۰/۸۹	مشارکت ورزشی --> هدف و دستاورد مشارکت
۰/۰۰۱	۳۵/۱۸	۰/۷۸	مشارکت ورزشی --> امکانات و خدمات مشارکت
۰/۰۰۱	۵۴/۸۰	۰/۸۵	سرمایه اجتماعی --> تعامل اجتماعی
۰/۰۰۱	۷۸/۹۸	۰/۸۹	سرمایه اجتماعی --> حمایت اجتماعی
۰/۰۰۱	۴۰/۰۲	۰/۸۳	سرمایه اجتماعی --> محبوبیت اجتماعی
۰/۰۰۱	۴۰/۰۲	۰/۸۳	سرمایه اجتماعی --> مسئولیت اجتماعی
۰/۰۰۱	۴۹/۷۱	۰/۸۴	سرمایه اجتماعی --> نشاط و سلامت اجتماعی
۰/۰۰۱	۲۹/۰۶	۰/۷۶	مشارکت ورزشی --> سرمایه اجتماعی



شکل ۲: میزان ضریب اثر مشارکت

شکل ۲ میزان ضریب اثر مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۵ اثر مشارکت در فضای رسانه بر متغیر سرمایه اجتماعی معنی‌دار می‌باشد. مشارکت در فضای رسانه به میزان ۸۲ درصد از تغییرات متغیر سرمایه اجتماعی را با آماره معنی‌داری T value برابر با ۳۶/۹۳ تبیین می‌کند.

جدول ۵: نتایج آزمون مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی

P Values	T آماره	ضریب مسیر	فرضیه‌های پژوهش
۰/۰۰۱	۳۰/۱۳	۰/۷۳	مشارکت در فضای رسانه --> قصد و تمایل
۰/۰۰۱	۶۰/۹۱	۰/۸۷	مشارکت در فضای رسانه --> مهارت و دانش
۰/۰۰۱	۶۰/۹۰	۰/۸۷	مشارکت در فضای رسانه --> هدف و دستاورد

۰/۰۰۱	۶۵/۸۶	۰/۸۸	مشارکت در فضای رسانه --> امکانات و خدمات
۰/۰۰۱	۵۸/۵۸	۰/۸۵	سرمایه اجتماعی --> تعامل اجتماعی
۰/۰۰۱	۸۱/۵۲	۰/۸۹	سرمایه اجتماعی --> حمایت اجتماعی
۰/۰۰۱	۴۱/۶۲	۰/۸۳	سرمایه اجتماعی --> محبوبیت اجتماعی
۰/۰۰۱	۵۱/۳۱	۰/۸۴	سرمایه اجتماعی --> مسئولیت اجتماعی
۰/۰۰۱	۱۶/۷۵	۰/۶۳	سرمایه اجتماعی --> نشاط و سلامت اجتماعی
۰/۰۰۱	۳۶/۹۳	۰/۸۲	مشارکت در فضای رسانه --> سرمایه اجتماعی

بر اساس جدول ۴ و ۵ مشخص می‌شود که هر چهار بُعد عامل مشارکت ورزشی، شامل، هدف و دستاورد مشارکت (۰/۸۹)، مهارت و دانش مشارکت (۰/۸۵)، امکانات و خدمات مشارکت (۰/۷۸) و قصد و تمایل به مشارکت (۰/۶۷) به ترتیب دارای تأثیر معناداری در تبیین مشارکت ورزشی دارند. در عامل مشارکت در فضای رسانه‌ای، بُعد امکانات و خدمات مشارکت در فضای رسانه (۰/۸۸)، هدف و دستاورد مشارکت در فضای رسانه (۰/۸۷)، مهارت و دانش مشارکت در فضای رسانه (۰/۸۷) و قصد و تمایل به مشارکت در فضای رسانه (۰/۷۳) به ترتیب اثر معناداری در تبیین مشارکت در فضای رسانه داشتند.

در عامل مشارکت ورزشی، بُعد امکانات و خدمات مشارکت دارای بیشترین میانگین (۴/۲۲) و بُعد هدف و دستاورد مشارکت دارای کمترین میانگین (۳/۷۶) بودند. همچنین در ابعاد مشارکت در فضای رسانه‌ای، بُعد قصد و تمایل به فعالیت، دارای بیشترین میانگین (۴/۲۸) می‌باشد و بُعد مهارت و دانش فعالیت، دارای کمترین میانگین (۳/۶۱) می‌باشد. در نهایت در ابعاد سرمایه اجتماعی، بُعد حمایت اجتماعی دارای بیشترین میانگین (۴/۷۵) می‌باشد و بُعد کیفیت تعامل اجتماعی دارای کمترین میانگین (۳/۹۴) می‌باشد. در عامل مشارکت ورزشی و در بُعد قصد و تمایل به مشارکت، گویهی معمولاً از هر زمان و مکانی برای پرداختن به فعالیت‌های ورزشی استفاده می‌کنم، بیشترین میانگین (۴/۲۳) یا اهمیت را داشته است. در بُعد مهارت و دانش مشارکت، گویهی به خوبی فعالیت‌های آمادگی جسمانی و تمرین را انجام می‌دهم، بیشترین میانگین (۳/۹۵) یا اهمیت را داشته است. در بُعد هدف و دستاورد مشارکت، گویهی ورزش و فعالیت ورزشی بخش مهمی از زندگی من است، بیشترین میانگین (۳/۹۳) یا اهمیت را داشته است. در بُعد امکانات و خدمات مشارکت، گویهی هزینه‌های مالی امکانات و خدمات ورزشی موجود برای من قابل تأمین است، بیشترین میانگین (۴/۳۶) یا اهمیت را داشته است.

در عامل مشارکت در فضای رسانه‌ای و در بُعد قصد و تمایل به فعالیت، گویهی معمولاً از هر زمان و مکانی برای پرداختن به فعالیت‌های رسانه‌ای استفاده می‌کنم، بیشترین میانگین (۴/۴۰) یا اهمیت را داشته است. در بُعد مهارت و دانش فعالیت، گویهی به خوبی و آسانی فعالیت در رسانه‌های اجتماعی و مجازی را انجام می‌دهم، بیشترین میانگین (۴/۴۱) یا اهمیت را داشته است. در بُعد هدف و دستاورد فعالیت، گویهی من دوستان زیادی به واسطه مشارکت در رسانه‌های اجتماعی و مجازی پیدا کرده‌ام، بیشترین میانگین (۴/۱۲) یا اهمیت را داشته است. در بُعد امکانات و خدمات فعالیت، گویهی از کیفیت امکانات و خدمات رسانه‌ای رضایت دارم، بیشترین میانگین (۴/۳۱) یا اهمیت را داشته است.

در عامل سرمایه‌های اجتماعی و در بُعد کیفیت تعامل اجتماعی، گویهی معمولاً ارتباط مستمر و گرمی با اکثر فامیل و آشنایان دارم و احساس می‌کنم رضایت دو طرفه وجود دارد، بیشترین میانگین (۴/۰۴) یا اهمیت را داشته است. در بُعد حمایت اجتماعی، گویهی دوستان اجتماعی و مجازی من معمولاً کمک و حمایت خود را از من دریغ نمی‌کنند، بیشترین میانگین (۴/۲۳) یا اهمیت را داشته است. در بُعد محبوبیت اجتماعی، گویهی دوستان من در فضای مجازی علاقه زیادی به ارتباط با من دارند، بیشترین میانگین (۴/۴۲) یا اهمیت را داشته است. در بُعد مسئولیت اجتماعی، گویهی معمولاً در فعالیت‌های خیرخواهانه شرکت می‌کنم، بیشترین میانگین (۴/۳۲) یا اهمیت را داشته است. در بُعد نشاط و سلامت اجتماعی، گویهی معمولاً به فردی شاداب و خوش‌رو شناخته می‌شوم، بیشترین میانگین (۴/۲۳) یا اهمیت را داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

مباحث نظری و پیشینه‌های تحقیق نشان داد که اکثر اندیشمندان و محققان، مشارکت ورزشی و ارتباطات و تعامل در فضای مجازی را بر سرمایه اجتماعی مؤثر می‌دانند. از این‌رو هدف از این پژوهش مقایسه اثر مشارکت ورزشی و مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی بود. در پژوهش حاضر جهت تبیین هر چه بهتر ارتباط رسانه - ورزش و سرمایه اجتماعی نسبت به تحقیقات قبلی به ساخت پرسشنامه‌ها بر اساس تحولات جدید حوزه ورزش - رسانه اقدام شد و ابعاد جامع‌تر و نوینی برای متغیرهای پژوهش شناسایی و استفاده گردید. زیرا با توجه به پویایی مشارکت ورزش و رسانه و تغییرات روزافزون آن نیاز به تحلیل مستمر آن وجود دارد. در این پژوهش سعی شد ابعاد تعریف شده بیشترین نزدیکی را به مصداق‌های واقعی داشته باشند. تحلیل عاملی نشان داد که دستاورد مشارکت، مهارت و دانش مشارکت، امکانات و خدمات مشارکت و قصد و تمایل به مشارکت به ترتیب دارای تأثیر معنی‌داری در تبیین مشارکت ورزشی بودند. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت از آنجا که بیشتر افراد دیدگاه پیامدی (و نه فرایندی) به مقوله مشارکت اجتماعی دارند، بنابراین دستاوردها و مزایا در نهایت اهمیت بیشتری از مهارت، شناخت و خدمات دارد. نتایج تحقیق رضانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) در بررسی انگیزه‌های شرکت افراد در ورزش‌های همگانی نشان داد که انگیزه‌ی کسب سلامتی و آمادگی جسمانی، لذت و نشاط از دیدگاه آزمودنی‌ها در اولویت اول و پس از آن نیز انگیزه‌ی بهبود روابط شغلی و زندگی، پیشگیری و درمان بیماری‌ها و تعامل اجتماعی قرار دارند. نتایج تحقیق کشر و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان داد که افراد شرکت‌کننده در ورزش پارک‌ها دارای انگیزه بالایی برای یافتن دوستان جدید در ورزش و ایجاد روابط اجتماعی با افراد هم سنخ خود بوده و حضور دوستان ورزش، موجب استمرار شرکت آنها در ورزش شده و حتی شبکه‌های ارتباطی آنها به محیط‌های غیرورزشی تعمیم یافته است. نتایج این تحقیقات با پژوهش حاضر همسو می‌باشد. در تحقیقات خارجی هم تحقیقات همسو با پژوهش حاضر وجود دارد. چنانچه در نتایج تحقیق سانتوس و همکاران (۲۰۱۶) حضور در گروه‌های ورزشی و تماس‌های مجازی با افراد ورزشکار یکی از انگیزه‌های حضور افراد در برنامه‌های ورزشی پارک‌ها و دیسی و همکاران (۲۰۰۸) دستاوردهای متفاوتی از قبیل سلامتی و تناسب اندام، مزایای اجتماعی، هیجانی، کنترل وزن، کنترل استرس و لذت بردن از مشارکت ورزشی و فعالیت‌های بدنی و تحقیقات استونز و ویس (۲۰۱۰) کسب شایستگی، درک استقلال و خودمختاری و تقویت روابط با دیگران، بر مشارکت منظم کودکان و نوجوانان در فعالیت‌های ورزشی و تحقیق فلتر و مالت (۲۰۰۱) توسعه مهارت‌ها، یادگیری مهارت‌های جدید، رقابت طلبی و کسب پیروزی ورزش را از اهداف شرکت در فعالیت‌های ورزشی بیان کردند.

از این‌رو در تبلیغات و بازاریابی اجتماعی برای ترغیب مردم به مشارکت ورزشی لازم است ویتترین مناسب و جذابی از مزایا، دستاوردها و کارکردهای فعالیت ورزشی ارائه شود. لذا برخورداری از دانش و مهارت به‌عنوان یک پیش‌نیاز و پیشران برای فعالیت‌های ورزشی ضروری می‌باشد. نتایج تحقیق وایت هد (۲۰۰۷) نشان داد که آگاهی، دانش و نگرش مثبت نسبت به فعالیت‌های بدنی و ورزش در میزان مشارکت ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد. مجیدی (۱۳۹۶) در ارائه مدل مشارکت در ورزش‌های ماجراجویانه نشان داد که امکانات به‌طور مستقیم بر تمایل به مشارکت نقش دارند اما در نهایت مؤلفه‌های فردی به مشارکت استمرار می‌بخشند. بادامی (۱۳۸۵) در نتایج پژوهش خود به تأثیر مثبت و معنی‌دار ساخت محیط و اماکن ورزشی و ایجاد مسیرهای دسترسی و پیاده‌روهای مناسب در افزایش میزان مشارکت مردم در فعالیت‌های حرکتی را بیان کرد، نتایج تحقیقات بیان شده همسو با تحقیق حاضر می‌باشد.

امکانات و خدمات مشارکت رسانه‌ای، هدف و دستاورد مشارکت رسانه‌ای، مهارت و دانش مشارکت رسانه‌ای و قصد و تمایل به مشارکت رسانه‌ای به ترتیب اثر معنی‌داری در تبیین مشارکت در فضای رسانه با رویکرد ورزشی داشتند. نتایج تحقیق خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی حاکی از آن است که بین متغیرهایی چون تنوع و گستردگی مطالب، میزان اعتماد، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. همانند فعالیت ورزشی، افراد برای استفاده از ابزارهای رسانه‌ای نیاز به دانش و مهارت داشته و از

مشارکت رسانه‌ای، اهداف و دستاوردهایی را انتظار دارند. نصیری (۱۳۹۱) در نتایج تحقیق خود عنوان کرد که شهروندان دارای سواد رسانه‌ای دارای مهارت در مدیریت اطلاعات و خود مختاری بیشتری در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای می‌باشند و در برابر هجوم اطلاعات رسانه‌ای، آسیب‌پذیری کمتری دارند و آموزش سواد رسانه‌ای یکی از ملزومات اساسی برای شهروندان محسوب می‌گردد. در نتایج تحقیق پارک و همکاران (۲۰۰۹) بیان شد، پتانسیل شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک سرگرمی، ابزار قدرتمندی برای توجیه علاقه جوانان به تجمع‌های دوستانه و درگیر کردن نسل جوان به‌عنوان مشارکت‌کنندگان فعال در جامعه است. در نتایج تحقیقات بیان شده، دسترسی به امکانات رسانه‌ای و ضرورت داشتن دانش رسانه‌ای برای مدیریت اطلاعات و هدف از مشارکت رسانه‌ای جهت رفع نیازهای روحی و روانی و سایر دستاوردها عنوان شده است که همسو با تحقیق حاضر می‌باشد.

بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر حمایت اجتماعی، رضایت از تعامل اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، محبوبیت اجتماعی و نشاط و سلامت اجتماعی به ترتیب تأثیر معنی‌داری در تبیین سرمایه‌ی اجتماعی داشتند. دستیابی به سرمایه‌ی اجتماعی مناسب نیازمند طی کردن یک فرایند مشارکت اجتماعی پویا است. مهم‌ترین عامل در این فرایند حمایت اجتماعی می‌باشد. شجاع و همکاران (۲۰۱۳) چنگ و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیق خود عنوان کردند که حمایت اجتماعی با سلامت روان رابطه مثبت دارد و افراد دارای سلامت روانی بهتر، واجد شرایط پذیرش مسئولیت‌ها و نقش‌های اجتماعی (از عوامل ارتقاء سرمایه اجتماعی) در جامعه می‌باشند. گچر و همکاران (۲۰۱۱) نشان دادند که حمایت اجتماعی استرس را کاهش و سرمایه‌ی اجتماعی با استرس رابطه معکوس معنی‌دار دارد. محیط ورزشی عرصه‌ای برای تقویت احساس مسئولیت‌پذیری در صحنه اجتماع است و در این راستا هر کس در قبال دیگران خود را مسئول می‌داند. اجتماع بر اثر احساس مسئولیت فرد خود می‌تواند پیروز و سربلند باشد، موانع ترقی و تعالی را از سر راه بردارد و راحت‌تر در رسیدن به اهداف خود گام نهد. در دانشگاه‌ها نیز هدف از فوق برنامه‌ی ورزشی، افزایش توانایی دانشجویان جهت ارتقای حس مسئولیت‌پذیری و مشارکت مؤثر در فعالیت‌های اجتماعی (از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی) به‌عنوان یک شهروند است. این امر می‌تواند نقش مهمی در تربیت عمومی و تقویت ابعاد جسمانی، روانی - حرکتی، عاطفی، عقلانی، اخلاقی و اجتماعی دانشجویان از طریق پرداختن به فعالیت‌های مفرح و سلامت‌بخش به‌صورت آزاد و داوطلبانه ایفا نماید. در نتایج تحقیق کاووسی و همکاران (۱۳۸۶)، ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی بین گروهی و درون گروهی از طریق مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی اجتماعی و همچنین در نتایج تحقیق مجیبی و نبوی (۱۳۹۳) وجود رابطه معنی‌داری بین سرمایه‌ی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه و در نتایج تحقیق افروزه (۱۳۹۳)، کسب سرمایه اجتماعی از طریق مسئولیت اجتماعی در حوزه ورزش بیان شده است که با نتایج تحقیق حاضر همسو می‌باشد.

امروزه هواداران و مصرف‌کنندگان ورزشی اهمیت بیشتری به مسائل اخلاقی می‌دهند. فضای اجتماعی ورزش در کل، یک فضای هیجانی است و مشارکت‌کنندگان می‌کوشند به محبوبیت دست یابند. باباپور و همکاران (۱۳۸۸) مؤلفه‌های ادغام اجتماعی، محبوبیت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شکوفایی اجتماعی و انسجام اجتماعی که از عناصر سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشند برای کسب سلامت اجتماعی بیان کرده‌اند. موسوی و همکاران (۱۳۹۳) در نتایج تحقیق بیان کردند، سلامت اجتماعی با توجه به ذهنی بودن آن به‌عنوان بُعدی از سرمایه‌ی اجتماعی، بیانگر پتانسیل‌های شخصی فرد برای توسعه روابط است در نهایت یکی از کارکردهای سرمایه‌ی اجتماعی ارتقای نشاط و سلامت روانی است که این مقوله از کارکردهای مهم ورزش نیز به‌شمار می‌رود.

تحلیل مسیر نشان داد که مشارکت ورزشی اثر مستقیم و معنی‌داری بر سرمایه‌ی اجتماعی داشت. سپیل (۲۰۰۶) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که بخش عمده‌ای از اثرگذاری ورزش بر سرمایه‌ی اجتماعی از طریق سه سازو کار است: افزایش اعتماد به نفس، گسترش ارتباطات اجتماعی و تقویت اخلاق‌گرایی. کریمیان و همکاران (۱۳۹۲) نیز نشان دادند که ورزش و فعالیت‌های بدنی شرایطی را فراهم می‌سازد تا فرد با تعامل و برقراری ارتباط با سایر افراد و احساس تعلق به گروه، منافع و مصالح جمع را محترم بشمارد که با تحقیق حاضر همسو می‌باشد. موسوی و همکاران (۱۳۹۳) نورعلی و نند (۱۳۹۵)

نشان دادند که بین سرمایه‌ی اجتماعی و مشارکت ورزشی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. عبدالملکی و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند که میزان سرمایه‌ی اجتماعی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی و غیرتربیت‌بدنی و ورزشکار و غیرورزشکار تفاوت معنی‌داری داشت و در دانشجویان تربیت‌بدنی و ورزشکار بیشتر است؛ لذا با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر و نتایج تحقیقات عنوان شده می‌توان گفت که فعالیت ورزشی از دید عموم یک مقوله‌ی تخصصی محسوب می‌شود و بهره‌مندی از مزایای آن نیازمند تعاملات و ارتباطات مناسب و غنی است. بنابراین داشتن قابلیت تعاملی و ارتباطی بالا همزمان هم به یادگیری و مهارت ورزشی بالا و هم به ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی منجر می‌شود. در این میان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی برای سهولت و افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی حائز اهمیت است (کریمی و امین‌زاده، ۱۳۹۵). آقانوری (۱۳۹۰) پژوهشی تحت عنوان «بررسی انگیزه و تمایلات کاربران اینترنتی برای عضویت در فیسبوک و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی» انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان سرمایه‌ی اجتماعی کاربران شبکه اجتماعی با میزان استفاده از آن تفاوت معنادار وجود دارد و این همبستگی در حد بالایی است. یانگ (۲۰۰۶) یکی از نتایج مهم پژوهش خود را این چنین اعلام کرد که نوجوانان تمایل دارند تا سرمایه اجتماعی خود را از طریق اینترنت، مدیریت و اداره کنند. فرلندر (۲۰۰۳) در یافته‌های پژوهش خود بیان کرد که بین استفاده از اینترنت و میزان سرمایه‌ی اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد. برونئی^۱ (۲۰۰۹) در تحقیق خود به بررسی ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی معلمان مدارس متوسطه کالیفرنیا پرداخت در نتایج تحقیق عنوان کرد که ایجاد شبکه‌های اجتماعی و روابط خوب همکاران در مدرسه منشأ ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی و ایجاد رضایت است. یافته‌های پژوهشی هندرسون و اینسورث^۲ (۲۰۰۰) نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر ادراک افراد از فرصت‌ها و نحوه مشارکت اجتماعی آنها دارد.

نتایج جدول ۳ و ۴ بیانگر ارتقاء سرمایه اجتماعی توسط مشارکت در فعالیت‌های ورزشی و مشارکت در فضای رسانه‌ای می‌باشد. مقایسه نتایج بیانگر این است که میزان سرمایه اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۸۲ از طریق مشارکت رسانه‌ای و با ضریب مسیر ۰/۷۶ از طریق مشارکت ورزشی ارتقاء می‌یابد. می‌توان اذعان داشت که این میزان تأثیر از اختلاف بالایی برخوردار نمی‌باشد. همچنین بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز فرصت‌های متفاوت و چندجانبه‌ای را نصیب جامعه کرده است تا بتواند تعاملات چند وجهی و چند سویه‌ای را بین افراد شکل دهند. آنچه که حائز اهمیت است این نکته می‌باشد که کاهش میزان اعتماد به رسانه‌های ملی از یکسو و افزایش سرسام‌آور گرایش به شبکه‌های اجتماعی از سوی دیگر و عدم دسترسی آسان به اکثر این شبکه‌ها در ایران (به دلیل فیلتر بودن برخی از آنان) از سوی دیگر، بیانگر آن است که امروزه تمایل به دسترسی مناسب، آسان و کم هزینه به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی یکی از دغدغه‌های مهم کاربران است که در یافته‌های پژوهش حاضر نیز توسط پاسخ‌دهندگان در اولویت قرار گرفته است. همچنین در تبیین معنی‌داری و ترتیب اولویت ابعاد مشارکت رسانه‌ای می‌توان گفت که در مشارکت رسانه‌ای مواردی مانند داشتن وسیله ارتباطی (مانند موبایل، کامپیوتر و سایر) و قابلیت‌های ارتباطی (اینترنت، و سایر) از نقش محوری و اساسی برخوردار بوده و افراد در صورت عدم دسترسی مناسب به آنها به راحتی نمی‌توانند از تعامل رسانه‌ای دو سویه‌ی مناسبی برخوردار باشند. و باید به این نکته نیز توجه داشت که در صورت بالا نبودن سواد رسانه‌ای، آسیب‌پذیری فرد به دلیل عدم توانایی مدیریت در برابر هجوم اطلاعات، به شدت افزایش می‌یابد و این یکی از معایب بزرگ مشارکت در فضای رسانه‌ای است. این در حالی است که در مقوله‌ی مشارکت ورزشی، فعالیت‌های ورزشی از امکانات و خدمات بیشتر، کم هزینه، متنوع، قابل اعتماد و آسان‌تری (مانند پارک‌ها، باشگاه‌ها و ...) برخوردار می‌باشد. همچنین مشارکت ورزشی بدلیل تعامل چهره به چهره باعث افزایش اعتماد و تقویت مسئولیت‌پذیری در صحنه اجتماع و در ضمن بدلیل دارا بودن ویژگی فعالیت جسمانی باعث افزایش نشاط و سلامت جسمانی و روانی افراد می‌گردد و این امر مزیت مشارکت ورزشی را در مقایسه با مشارکت در فضای رسانه‌ای در افزایش میزان سرمایه‌ی اجتماعی نشان می‌دهد.

پیشنهاد می‌شود در حوزه‌ی اجرایی توسعه مشارکت ورزش همگانی در استان گیلان با بالا بردن سطح سواد جسمانی و دانش مشارکت ورزشی و آگاهی مردم از دستاوردها و فواید ورزش همگانی، انگیزه‌ی شهروندان را طوری ارتقاء دهند که در فضاهای سبز و پارک‌ها با کمترین امکانات به ورزش همگانی بپردازند و در ضمن با فراهم نمودن دسترسی آسان شهروندان استان گیلان به امکانات و خدمات ورزشی، به افزایش مشارکت ورزشی کمک نمایند و همچنین پیشنهاد می‌شود تا مراکز و سازمان‌های متولی ورزش همگانی استان، استفاده‌ی مناسب از رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی را در ابعاد مختلف تبلیغاتی و خدماتی، مورد عنایت قرار دهند.

منابع

- آقا نوری، سحر (۱۳۹۰). بررسی انگیزه و تمایلات کاربران اینترنتی برای عضویت در فیسبوک و تأثیر آن بر سرمایه‌ی اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۷). «نقش مدیریت در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی»، تدبیر شماره ۱۰۰: ۲۹-۳۲.
- امانی کالریجانی، امرالله (۱۳۹۶). «فضای مجازی و واکاوی سیاست‌های پیشگیرانه در کنترل آسیب‌های اجتماعی نو پدید»، رهیافت پیشگیری، پیش شماره ۱: ۹۰-۱۰۵.
- باباپور خیرالدین، جلیل؛ طوسی، فهیمه؛ حکمتی، عیسی (۱۳۸۸). «بررسی نقش عوامل تعیین‌کننده در سلامت اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز»، فصلنامه علمی- پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز، سال ۴، شماره ۱۶: ۱-۱۹.
- بادامی، رخساره (۱۳۸۵). ساخت محیط و فعالیت بدنی، اولین همایش ملی شهر و ورزش. تهران: آکادمی ملی.
- بنار، نوشین؛ دستوم، صلاح؛ خان‌محمدی، علی محمد (۱۳۹۶). «تحلیل منظرهای مشارکت ورزشی در استان گیلان: خدمات، اقتشار، عوامل، متولیان، نیازها، چالش‌ها و راه کارها»، مدیریت ورزشی، شماره ۴۸: ۳۷-۶۶.
- پانام، رابرت (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه‌ی محمد تقی دلفروز، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- پارساجو، علی؛ جوادی‌پور، محمد؛ زارعیان، حسین (۱۳۹۷). «تعیین راهبردهای مشارکت اجتماعی در ورزش همگانی ایران»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، سال ۸، شماره ۱۶: ۳۷۷-۳۹۲.
- پارسامهر، مهربان (۱۳۹۳). «بررسی انگیزه‌های افراد از قصد مشارکت در فعالیت‌های ورزشی»، پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی سال ۴ (۱۲ پیاپی)، شماره ۸ (۲۴ پیاپی)، ۲۱-۳۴.
- حسینی نثار، مجید؛ امید، اسماعیل (۱۳۹۲). «وجود آسیب‌های اجتماعی به منزله‌ی کمبود سرمایه اجتماعی در گیلان»، فصلنامه دانش انتظامی گیلان، دوره ۲، شماره ۵: ۴۵-۶۳.
- حلاجی، محسن؛ شیری، بیژن (۱۳۹۴). «رابطه‌ی بین سواد جسمانی و تربیت بدنی»، پیوند، شماره ۴۳۵: ۲۲-۲۸.
- خدایاری، گلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه؛ سعیدی، حمید (۱۳۹۳). «میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی» (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۱، شماره ۱ (پیاپی): ۱۶۷-۱۹۲.
- خیرآبادی، مهدی (۱۳۹۰). نقش رسانه‌های سنتی و نوین در توسعه‌ی ورزش همگانی در شهرستان سبزوار، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رضوان سراجی، هاجر؛ شجاعی‌مهر، محمدتقی؛ حسن‌نژاد، مجتبی (۱۳۹۵). «ارتباط بین سرمایه اجتماعی با مشارکت در فعالیت‌های ورزش همگانی شهرستان ساری»، اولین همایش ملی مطالعات کاربردی در علوم ورزشی.
- ربیعی جیردهی، علی؛ حبیب‌زاده خطبه سرا، رامین (۱۳۹۳). «سرمایه اجتماعی نسل جوان و نسل کهن سال و عوامل مؤثر بر فرسایش آن»، مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، دوره ۲، شماره ۴: ۱۲۷-۱۵۳.
- رضوانی‌نژاد، رحیم؛ رحمانی‌نیا، فرهاد؛ تقوی تکیار، سید امیر (۱۳۸۸). «بررسی انگیزه‌های شرکت‌کنندگان در ورزش‌های همگانی در فضاهای روباز»، مدیریت ورزشی، شماره ۲: ۱۹-۵.

- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۶). «سنجش سرمایه اجتماعی در استان مازندران» (مناطق شهری و روستایی)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران، مجموعه مقالات همایش: طرح مسائل اجتماعی استان مازندران.
- شارع‌پور، محمود؛ حسینی‌راد، علی (۱۳۸۷). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مشارکت ورزشی» (مطالعه موردی شهروندان ۱۵-۲۹ ساله شهر بابل)، حرکت، شماره ۳۷: ۱۵۴-۱۳۱.
- شاوردی، تهمینه (۱۳۹۶). «سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی» (مورد مطالعه: دختران دانشجوی دانشگاه‌های شهر تهران)، فصلنامه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۱، شماره ۳: ۹۶-۶۷.
- شهبابی، محمود؛ قدسی، بیات (۱۳۹۱). «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی» (مطالعه‌ای درباره جوانان شهر تهران)، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال ۱۳، شماره ۲۰: ۶۲-۸۶.
- عاشوری، جمال (۱۳۹۵). «بررسی نقش سرمایه اجتماعی، حمایت اجتماعی و سخت‌رویی روانشناختی در پیش‌بینی کیفیت زندگی زنان سالمند»، فصلنامه پرستاری سالمندان، دوره ۲، شماره ۴: ۷۰-۸۱.
- عبدالملکی، حسین؛ علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم؛ گودرزی، محمود (۱۳۹۴). «بررسی رابطه استفاده از رسانه‌های ورزشی و سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان دانشگاه تهران»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی سال ۵، شماره ۱: ۱۳-۲۴.
- فراهانی، ابوالفضل (۱۳۹۲). تربیت بدنی عمومی ۲، تهران، انتشارات پیام نور.
- فرزانه، سیف‌الله؛ فلاحی شهاب‌الدینی، راضیه (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی» (مورد مطالعه: دانش آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر بابل)، مشارکت و توسعه اجتماعی سال ۱، شماره ۱: ۱-۲۲.
- قجری، حسین علی؛ علیخانی فرادنبه، اعظم (۱۳۹۱). «میزان سرمایه اجتماعی زنان شهر بروجن و عوامل اجتماعی تأثیرگذار بر آن»، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۴۵: ۱۷۱-۱۹۳.
- کاووسی، اسماعیل؛ طلوعی، عباس (۱۳۸۶). «نگرش نوین بر سرمایه اجتماعی، طبقه‌بندی رویکردهای گوناگون»، پژوهشنامه شماره ۱ معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- کریمی، مجیدرضا؛ امین‌زاده، رضا (۱۳۹۵). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ارتباط بین فردی دانش‌آموزان پسر در مقطع متوسطه دوم شهر چهارم سال ۹۴-۹۵»، دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲: ۱۳۰-۱۱۷.
- کریمیان، جهانگیر؛ آفاحسینی، تقی؛ شکرچی‌زاده، پریوش؛ شریفیان، مرضیه (۱۳۹۲). «بررسی نقش اوقات فراغت مبتنی بر فعالیت‌های بدنی بر سرمایه اجتماعی (هنجارهای اجتماعی، مشارکت) اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، تحقیقات نظام سلامت، سال ۹، شماره ۱۱: ۱۱۶۸-۱۱۷۷.
- کشرگر، سارا؛ قاسمی، حمید؛ چوپانکار، وحید (۱۳۹۳). «نقش روابط اجتماعی بر شرکت افراد در فعالیت‌های ورزش تفریحی در پارک‌های شهر مشهد»، مدیریت و توسعه ورزش سال ۶، شماره ۱، پیاپی ۱۰: ۲۴۱-۲۵۶.
- مجیبی، تورج؛ نبوی، فرشته (۱۳۹۳). «رابطه بین سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی» (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه) فصلنامه مدیریت، سال ۱۱، شماره ۳۶: ۳۱-۳۹.
- مجیدی، چالاک (۱۳۹۶). مدل مشارکت در فعالیت‌های ورزشی ماجراجویانه، رساله‌ی دکتری، دانشگاه خوارزمی.
- مرادی، سالار؛ خالدیان، محمد؛ مصطفایی، فردین (۱۳۹۳). «نقش ورزش در توسعه‌ی ارتباطات میان فرهنگی و اجتماعی»، فصلنامه‌ی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، شماره ۴: ۵۵-۶۰.
- مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷). برای درک رسانه‌ها، ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- موسوی، سیدجعفر؛ اسلامی مرزنکلاته، محمدمهدی؛ خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۹۳). «بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و مشارکت ورزشی زنان در جامعه شهری ایران» (مطالعه موردی شهر گرگان)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۴، شماره ۱۱: ۴۱-۶۲.
- مولوی، زهره؛ قاعدی‌فرد، محمد (۱۳۹۱). «نقش رسانه در پیشرفت روابط عمومی»، ماهنامه‌ی علمی-تخصصی انجمن روابط عمومی ایران، شماره ۸۳: ۲۰-۲۵.
- نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره؛ هاشمی، محمود (۱۳۹۱). «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم»، مطالعات رسانه‌ای، سال ۷، شماره ۱۸: ۱۴۹-۱۵۸.
- نورعلی‌وند، علی؛ ملکی، امیر؛ قاسمی، حمید؛ پارسامهر، مهربان (۱۳۹۵). «بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تبیین مشارکت ورزشی» (مورد مطالعه: زنان استان ایلام)، فصلنامه مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی، دوره ۵، شماره ۳: ۷۲۱-۷۴۵.

- Abioye AI, Hajifathalian K, Danaei G (2013). "Do mass media campaigns improve physical activity?", a systematic review and meta-analysis. *Arch Pub Health*, 71(20):1- 10.
- Behzad. D; Zahedi Mazandarani. Mj (2003). "Social Capital, as a context for Mental Health promotion Development and inequality", *Social Welfaire*, 2 (6): 43-53.
- Brune, N; Bossert, T. Bulding (2009). "Social capital in post- conflict communities Evidence from Nicaragua", *Journal social science & medicine*, Vol. 68, No. 5: 885-893.
- Cheng Y, Li X, Lou C, Sonenstein FL, Kalamar A, Jejeebhoy S, et all (2014). "The association between social support and mental health among vulnerable adolescents in five cities findings from the study of the well-being of adolescents in vulnerable environments", *J Adolesc Health. Jadohealth*: 25-45.
- Downward, P; Rasciute, S (2010). "The relative demands for sport and leisure in England", *Journal of European Sport Management Quarterly*, 10(2): 189-214.
- Dacey, M; Baltzell, A; Zaichkowsky, L (2008). "Older adults' intrinsic and extrinsic motivation toward physical activity", *Journal of Health Behavior*, No 32(6): 570-582.
- Fardouly, O (2017). "Perspectives on the Evolution of Sports and Olympic Facilities. Thirty-eight years of lectures 1961-1998", *InternationalOlympic Academy (IOA)*, 114-127.
- Feltz, D. L; Maleté, L (2001). "Participation motivation achievement goal orientations and patterns of physical activity involvement among Botswana youths", *Journal of Sport & Exercise Psychology*, Vol 23, (16): 145-16.
- Ferlander, Sara (2003). "The Internet, Social Capital and Local Community", Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy at the University of Stirling, Department of Psychology.
- Fukuyama, F (1999). *Social Capital and Civil Society*, the Institute of Public Policy, George Mason University, 313-323.
- Gachter, M; Savage, DA; Torgler, B (2011). "The relationship between stress, strain and social capital", *Policing*, No 34(3): 15-40.
- Jarvie, G (2003). *Sport and social capital in British higher education*, *Sociology of sport online*. University of Stirling, Scotland.
- Park, N; Kee, K; Valenzuela, S (2009). "Being immersed in socialnetworking environment: Facebook groups, uses and gratifica-tions, and social outcomes", *CyberPsychology & Behavior*, No 12(6): 729- 733.
- Sadeghi arani, z; Mirghafouri, s, h, a (2009). "Analysis of the provinces sports development between85-1384", *Journal of Research in Sport Science*, 24: 103-120.
- 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.
- Shoja, M; Rimaz, S; Asadi, M; Bagheri, A; Gohari (2013). "Mental Health of Older People and Social Capital", *Payesh*, No 12 (4): 345-53.
- Sseppel. O (2007). "Sport and social capital", *acta sociologicalt*, vol 49: 169-183.
- Stromgren. M, M, Eriksson A, Bergman. D, Dellve L (2016). "Capital Social s healthcare among healthcare professionals: A prospective study of importance for jab satisfaction, work engagement and engagement in clinical improvements", *Hnternational journal of Nursing Studies*, No 53: 116-125.
- Stuntz, M; Weiss, R; Cherly, p (2010). "Motivating children and adolescents to sustain a physically active lifestyle", *Journal of Lifestyle Medicine*, vol 4, No. 5: 433-444.
- Young, Bae (2006). "A Study on the Effect of Internet Use and Social Capital on the Academic Performancem", *Development and Society*, Vol. 35, No. 1: 107-12.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

مولائی فرد پیله‌رود، فاطمه؛ سید عامری، میرحسن؛ رضانی‌نژاد، رحیم (۱۴۰۰). «مقایسه تأثیر مشارکت ورزش همگانی و مشارکت در فضای رسانه بر سرمایه اجتماعی شهروندان استان گیلان»، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱۱ (۲۱):