



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.79708.1261

مقاله پژوهشی

سنخ‌شناسی ذهنی بانوان درخصوص موانع حضور در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر با استفاده از روش کیو

هادی رازقی مله (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی/ بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، نویسنده مسئول)

razeghi.hadi@gmail.com

محمد گنجی (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

m.ganji@kashanu.ac.ir

سیده صباح متولیان (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی/ بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

sabah.motevalian@gmail.com

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر، شناسایی ذهنیت‌ها و الگوهای ذهنی درخصوص موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر است که برای دستیابی به آن از روش کیو استفاده شد. برای تشکیل فضای گفتمانی کیو از مصاحبه (با ۶ متخصص و خبره در مسائل فرهنگی و اجتماعی در حوزه جامعه‌شناسی ورزش، مسائل اجتماعی، جامعه‌شناسی زنان و جنسیت و شانزده نفر از بانوان علاقه‌مند حضور در ورزشگاه‌ها) و بررسی اسناد و مدارک، اطلاعات تکمیلی درخصوص مسائل مرتبط با تحقیق استفاده شده است. پس از تنظیم کارت‌های کیو، به‌منظور مرتب کردن آن‌ها، ۱۱۵ بانوی علاقه‌مند به حضور در ورزشگاه با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با مرتب کردن ۵۱ جمله بازنویسی و دسته‌بندی کنند و در قالب نمودار کیو روی طیفی یازده‌درجه‌ای نمایش دهند. یافته‌های تحلیل عاملی کیو نشان داد، ذهنیت مشارکت‌کنندگان درخصوص موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال نوزدهم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱، شماره پیاپی ۴۱ صص ۱۷۱-۲۰۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱ تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۱۰/۲۱

تماشاگر، به پنج گروه دسته‌بندی می‌شود؛ به عبارت دیگر، پنج دیدگاه یا الگوی ذهنی در مورد موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها وجود دارد. موانعی از قبیل موانع اجتماعی، موانع سیاسی، موانع ساختاری، موانع دینی و فرهنگی، موانع جنسیتی در کشور وجود دارد که مانعی برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر به شمار می‌روند.

کلیدواژه‌ها: ذهنیت‌سنجی، موانع حضور بانوان در ورزشگاه، جامعه‌شناسی ورزش، روش کیو.

۱. مقدمه

حضور بانوان در ورزشگاه‌های ایران در سال‌های پیش از انقلاب ۱۳۵۷ آزاد بود و بانوان ایرانی می‌توانستند بازی‌های ملی و باشگاهی را آزادانه تماشا کنند، اما در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و در راستای سیاست‌های حکومت جمهوری اسلامی مبنی بر جداسازی زن و مرد و دیدگاه‌های مراجع تقلید شیعه در این باره محدود شد. در سال‌های دهه‌های هفتاد و هشتاد، این موضوع با درخواست زنان برای دیدن بازی‌های ورزشی به‌ویژه فوتبال که محبوب‌ترین ورزش ایران است، جدی‌تر شد و فشار کنفدراسیون‌های ورزشی آسیایی و جهانی برای پایان دادن به این ممنوعیت ابعاد تازه‌تری به این موضوع داد؛ بنابراین یکی از مسائلی که در سال‌های گذشته بحث‌های مطبوعاتی فراوانی را دامن زده است، مسئله حضور زنان در ورزشگاه فوتبال به‌عنوان تماشاگر است. زنان ایرانی بعد از انقلاب اسلامی از این حق خود برای سه دهه محروم هستند و به‌دنبال آن از مزایای این حق از قبیل تخلیه هیجانی، اثبات هویت، اجتماعی شدن در ورزش و از طریق ورزش، بیداری و آگاهی جمعی محروم شده‌اند. از طرف دیگر با افزایش تحصیلات در بین دختران و زنان (هم از لحاظ کیفی و هم از لحاظ کمی) به تدریج خواسته‌های متنوع و جدیدی در آن‌ها ایجاد شد. یکی از خواسته‌های زنان در سال‌های اخیر که در راستای حضور پررنگ و فعالیت‌های مدنی بیشتر زنان است، حضور آن‌ها در ورزشگاه‌ها و استادیوم فوتبال است، اما نگرشی که در رابطه با این موضوع وجود دارد این است که فوتبال ورزشی مردانه است و به‌علت وجود عامل

خشونت در آن، تماشای حضوری آن برای زنان توصیه نمی‌شود؛ بنابراین زنان از مشارکت در این ورزش به صورت تماشاگر محروم هستند، اما این محدودیت در ورزش‌های دیگر مثل بسکتبال، تنیس و... به چشم نمی‌خورد و توجیهی مناسب برای این امر وجود ندارد؛ البته ناگفته نماند که بیشتر مشکلاتی که درباره دلایل ممانعت از حضور زنان در ورزشگاه-های فوتبال و تماشای مسابقات وجود دارد، به شعارها، حرف‌ها و کلماتی مربوط می‌شود که تماشاگران مرد به زبان می‌آورند یا حرکاتی که در اوج و فرود مسابقات از خود نشان می‌دهند (مانند پرتاب نارنجک و...) که از نظر مسئولان، وجود چنین جوی ورزشگاه را به محیط نامناسبی برای زنان تبدیل می‌کند.

با این حال نمی‌توان این موضوع مهم را نادیده گرفت که مشارکت ورزشی زنان در امور ورزشی (ورزش کردن به صورت حرفه‌ای یا غیرحرفه‌ای، تماشای مسابقات و...) رابطه معناداری با صلاحیت و شایستگی‌های فیزیکی، جهت‌گیری نقش جنسیتی، مدیریت بدن، عزت نفس، بهبود کیفیت زندگی، سلامت جسم و روان، نشاط اجتماعی، کنترل اعتیاد و آسیب‌های اجتماعی و گذران اوقات فراغت سلامت‌محور دارد (باتیستا^۱، ۱۹۹۰؛ بروستاد^۲، ۱۹۸۸؛ کات^۳، ۱۹۹۹؛ هولند^۴ و آندره^۵، ۱۹۹۴؛ اسکنلن^۶ و لتوایت^۷، ۱۹۸۶؛ اشنايدر^۸ و اسپریتزر^۹، ۱۹۷۹).

ورزش در بسیاری از حوزه‌ها نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند و میلیون‌ها نفر از تماشاگران به دنبال آن هستند. هواداران ورزشی، ثروتی بزرگ برای تیم‌ها و ورزشکاران هستند (شافر^{۱۰}

1. Battista
2. Brustad
3. Cote
4. Holland
5. Andre
6. Scanlan
7. Lewthwaite
8. Snyder
9. Spreitzer
10. Shaffer

و ویتس^۱، ۲۰۰۶، ص. ۲۲۵). حضور تماشاگران اعم از مرد و زن در استادیوم‌های ورزشی و سودآوری‌های حاصل از آن، یکی از تجربیات جدید جهان ورزش است. بانوان بخش زیادی از هواداران ورزشکاران و تیم‌های ورزشی را تشکیل می‌دهند. حضور تماشاگران زن در ورزشگاه و سالن‌های ورزشی در بسیاری از کشورها، عادی تلقی می‌شود و از این نظر تفاوتی میان زن و مرد وجود ندارد، اما در جمهوری اسلامی ایران، در حضور زنان به‌عنوان تماشاچی در مسابقات مردان، تعریفی ارائه نشده است؛ با این حال، تاکنون گزارش‌هایی مبنی بر حضور غیرمجاز دختران با لباس پسرانه در ورزشگاه‌ها منتشر شده است. در سال‌های اخیر، فعالان حقوق زنان خواستار آزاد شدن حضور زنان برای تماشای مسابقات ورزشی مردان شده‌اند؛ از آن جمله می‌توان به تلاش برای ورود به بازی فوتبال ایران آلمان در سال ۱۳۸۳ و همچنین کمپین «دفاع از حق ورود زنان به ورزشگاه‌ها» با شعار «حق زن، نیمی از آزادی» و کمپین «روسری سفیدها» اشاره کرد.

معمولاً در بخش ورزش بانوان به ایدئولوژی مردانه اشاره می‌شود که در کنار موانع ساختاری، ورزش بانوان را با دشواری‌های جدی مواجه می‌کند. منظور از موانع ساختاری، وجود قوانین و قواعد رسمی و مصوبی است که مانع رشد ورزش بانوان می‌شود. علاوه بر قوانین رسمی، عوامل گسترده‌تر فرهنگی-اجتماعی نیز می‌توانند مانعی در این راستا باشند. مرور تاریخی بیشتر جوامع، بیان‌کننده نقش حاشیه‌ای زنان در ورزش است که احتمالاً بخشی از آن متأثر از ایدئولوژی جنسیتی حاکم بر تصمیم‌گیرندگان ورزش زنان است؛ برای مثال در یونان قدیم و المپیک باستانی، حضور فعال زنان در ورزش‌های رسمی ممنوع بود. هنوز هم کشورهای بسیاری هستند که مخالف حضور ورزشکاران زن در مسابقات رسمی مانند المپیک هستند. در کشورهای اسلامی نیز به دلیل ویژگی‌های خاص فرهنگی، دینی و سیاسی، مشارکت ورزشی بانوان به صورت کلی و مشارکت ورزشی به‌عنوان تماشاگر به‌طور خاص، متفاوت از سایر

کشورهاست (پناهی و صداقت‌زادگان اصفهانی، ۱۳۹۱، ص. ۵). پایگاه زنان در ایران در سال‌های اخیر در حال بهبود است و به‌دنبال همان سیاست‌ها، هر سال شاهد افزایش حضور دختران در دانشگاه‌ها هستیم. همان‌گونه که شادی‌طلب (۱۳۸۰، ص. ۵۹) نشان داده است، دستیابی دختران به آموزش عالی می‌تواند در توانمند شدن جامعه زنان نقش درخور ملاحظه‌ای داشته باشد. در سال‌های اخیر شاهد زنانی هستیم که دوشادوش مردان در حوزه مشاغل و اجتماع کار می‌کنند و مشاغلی را به دست می‌آوردند که تا آن زمان به‌طور انحصاری به مردان متعلق بود. مطالبات زنان در دوره ریاست جمهوری کنونی بیش از پیش موضوعی سیاسی شده است؛ تا حدی که برخی مطالبات آن‌ها (مثل حضور در ورزشگاه فوتبال به‌عنوان تماشاگر) خلاف آموزه‌های اسلام خوانده می‌شود و با کاربرد چنین تعبیری همچنان آن‌ها را از حقوق مدنی‌شان محروم نگه داشته‌اند، اما هم اکنون زنان به‌طور گسترده‌ای خواستار حقوق خود (به‌عنوان مثال، مشارکت در ورزش فوتبال به‌عنوان تماشاگر) هستند و به‌دنبال آن خواستار حضور در ورزشگاه فوتبال هستند. مشکلاتی که این مسئله یعنی دوره گذار از حضور نداشتن تا حضور در ورزشگاه‌های داخل کشور و در حوزه بین‌الملل ایجاد کرده است، یکی از عواملی است که موجب انجام این پژوهش شده است.

شناخت ورزش به‌عنوان مفهومی جامعه‌شناختی، مستلزم توصیف آن به‌مثابه پدیده‌ای اجتماعی است. امروزه بررسی و تحلیل مفاهیم اجتماعی و شناخت نگرش مردم به این مفاهیم از برنامه‌های اصولی جوامع است؛ زیرا از این طریق می‌توان به نیازها و خواسته‌های مردم و موضع‌گیری‌های هریک از قشرهای اجتماعی درباره برنامه‌ریزی و سیاست‌های حکومتی پی برد. درعین حال، هر جامعه‌ای براساس فرایند زندگی اجتماعی و تعامل با جوامع دیگر، فرهنگی را تولید کرده و با آن زندگی می‌کند. در هر فرهنگی برخی از عناصر حالت ویژه‌ای پیدا می‌کنند و به نمادی آشکار برای آن فرهنگ تبدیل می‌شوند. یکی از این نمادها در جامعه ایران، هنجار روابط بین زن و مرد است که با گذشت زمان و در شرایط مختلف نه تنها در شکل، بلکه در نگاه مردم دستخوش تغییر شده است. چنین تغییراتی به

توجه و شناخت عمیق ریشه‌های آن در میان مردم نیاز خواهد داشت؛ به‌ویژه تغییراتی که در قشر مهمی چون زنان روی می‌دهد. از آنجاکه بحث ورود زنان به سالن‌های ورزشی و ورزشگاه‌ها مطرح است، ولی هنوز برای این مسئله تدبیری جامع اندیشیده نشده است، بر آن شدیم تا در تحقیق حاضر با استفاده از روش کیو، نگرش بانوان به موانع حضور بانوان ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر را بررسی کنیم.

شایان ذکر است که ضرورت استفاده از روش کیو در این امر مهم نهفته است که این روش، به شناسایی تمام ابعاد ذهنیت‌ها و بررسی الگوهای ذهنی افراد درمورد موضوعی خاص مانند حضور بانوان در ورزشگاه‌ها می‌پردازد. لایه‌های پنهانی از ذهنیت‌های مختلف، با استفاده از رویکرد کیفی در روش کیو استخراج و شناسایی می‌شود و در ادامه با به‌کارگیری رویکرد کمی در روش کیو، ذهنیت‌های شناسایی شده دسته‌بندی می‌شود و الگوهای ذهنی شکل می‌گیرد. از آنجاکه هدف مقاله حاضر، شناسایی ذهنیت‌ها و الگوهای ذهنی درخصوص موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر است، از روش کیو استفاده شده که شامل دو مرحله کیفی و کمی است.

۲. روش تحقیق

برای شناسایی نگرش و ذهنیت بانوان درمورد موانع حضورشان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر، از روش کیو استفاده شده است. خاستگاه روش شناسی کیو را باید در منظری سازه-گرا^۱ جست‌وجو کرد. روش شناسی کیو با پذیرش اینکه انسان‌ها براساس تصاویری عمل می‌کنند که از واقعیت^۲ دارند نه براساس خود واقعیت، سازه‌گرایی معرفت‌شناسانه^۳ را برگزید. هنگامی که صحبت از شناسایی ذهنیت افراد درباره موضوع خاصی است، نمی‌توان چارچوب نظری مشخصی را بر وسیله سنجش تحمیل کرد؛ زیرا در این صورت، آنچه به

-
1. Constructive
 2. Reality
 3. Epistemological constructivism

کمک چنین وسیله‌ای سنجیده می‌شود، همان چیزی خواهد بود که چارچوب نظری مشخص کرده است، نه ذهنیت «ره‌های» افراد درباره موضوع بررسی‌شده؛ از همین روست که مصاحبه‌های باز و درواقع رویکرد کیفی، برای بررسی ذهنیت‌ها بر پرسشنامه‌های ساختارمند برتری دارند. روش کیو، روشی برای شناسایی ذهنیت‌هاست که با رویکرد کیفی، از نظام-مندی روش‌های کمی نیز بهره می‌برد (براون، ۱۹۹۶).

معمولاً روش کیو را پیوند بین روش‌های کیفی و کمی می‌دانند؛ زیرا از یک سو انتخاب مشارکت‌کنندگان از طریق روش‌های نمونه‌گیری احتمالی صورت نمی‌گیرد؛ بلکه نمونه افراد به‌طور هدفمند و با اندازه‌ای کوچک انتخاب می‌شود که آن را به روش کیفی نزدیک می‌کند و از سوی دیگر، یافته‌ها از طریق تحلیل عاملی و به‌صورت کاملاً کمی به دست می‌آیند. همچنین به دلیل شیوه گردآوری داده‌ها (مرتب‌سازی)، عمیق‌تر می‌توان از ذهنیت مشارکت‌کنندگان آگاه شد (مایکوت^۳ و مورس^۴، ۱۹۹۴). تفاوت اصلی روش کیو با سایر روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی این است که در روش‌شناسی کیو به‌جای متغیرها، افراد تحلیل می‌شوند (براون، ۱۹۹۶).

در پژوهش حاضر، روش کیو از پنج گام تشکیل شده است که عبارت‌اند از: در گام اول با مطالعات کتابخانه‌ای، ادبیات تحقیق بررسی می‌شود و پیش‌زمینه انجام گام‌های بعدی فراهم می‌آید. محقق با انجام گام اول به موضوع شناخت عمیقی می‌یابد؛ در گام دوم با استفاده از مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک، اطلاعات تکمیلی درباره مسائل مرتبط با تحقیق به دست می‌آید. شایان ذکر است در گام دوم این تحقیق با شش متخصص و خیره در مسائل فرهنگی و اجتماعی در حوزه جامعه‌شناسی ورزش، مسائل اجتماعی، جامعه‌شناسی زنان و جنسیت و شانزده نفر از بانوان علاقه‌مند حضور در

1. Brown

۲. درواقع برای توصیف چنین روشی از واژه Qualiquantological استفاده می‌شود.

3. Maykut

4. Morehouse

ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر مصاحبه شد و از آنان خواسته شد تا نظرات خود را در مورد علل حضور نداشتن بانوان در ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر، در قالب جملات بیان کنند. با توجه به اینکه در روش کیو نمونه افراد از میان کسانی انتخاب می‌شوند که ارتباط خاصی با موضوع تحقیق دارند، در این تحقیق نیز نمونه از میان افرادی انتخاب شد که در این زمینه تحقیقاتی داشته‌اند. در این تحقیق طبق اصول مطرح شده در روش کیو، مصاحبه‌ها به روش تحلیل تم انجام شد. به طور ایده‌آل در مصاحبه با استفاده از تحلیل تم، به جمع‌آوری اطلاعات تا زمانی ادامه می‌دهیم که به نقطه اشباع^۱ برسیم؛ جایی که داده‌های تازه جمع‌آوری شده با داده‌هایی که قبلاً جمع‌آوری کرده‌ایم، تفاوت نداشته باشد. لینکلن و گوبا^۲ اظهار می‌کنند که در یک مطالعه که با دقت هدایت شده است و در آن انتخاب نمونه به صورت تکاملی و تعاقبی بوده است، می‌توان با حدود ده شرکت‌کننده به نقطه اشباع رسید. کویل بیان می‌کند، در صورتی که هدف از مصاحبه، اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش‌های مصاحبه‌شوندگان باشد، با توجه به زمان و منابع قابل دسترس، تعداد (۱۰±۱۵) نمونه برای مصاحبه کافی خواهد بود (مک‌کئون^۳ و توماس^۴، ۱۹۸۸). در این مقاله، محققان پس از انجام ۲۲ مصاحبه به اشباع اطلاعاتی رسیدند. انجام این مرحله محقق را به توصیف جنبه‌های بی‌شماری از پدیده هدایت کرد. در گام‌های اول و دوم تعداد نسبتاً زیادی گزاره جمع‌آوری شد که فضای گفتمان^۵ کیو را تشکیل می‌دهد. فضای گفتمان دربرگیرنده آن چیزی است که در بین اعضای گروه مطالعه شده درباره موضوع تحقیق در جریان است؛

در گام سوم باید با ارزیابی و جمع‌بندی محتویات فضای گفتمان به آن سر و سامان داد و نمونه‌ای از عبارات^۶ را به عنوان نمونه کیو از میان آن‌ها انتخاب کرد. مک‌کئون و توماس بین

1. Saturation
2. Lincoln & Guba
3. McKeown
4. Thomas
5. Concourse
6. Statements

۳۰ تا ۱۰۰ عبارت را برای نمونه کیو پیشنهاد کرده‌اند (مایکوت و مورس، ۱۹۹۴)، ولی معمولاً بین ۵۰ تا ۷۰ عبارت انتخاب می‌شود. دانر^۱ معتقد است، تعداد مناسب عبارات برای آنکه یافته‌ها دارای اعتبار آماری باشند، بین ۲۰ تا ۶۰ عبارت است (دانر، ۲۰۰۱)؛ در گام چهارم، مشارکت‌کنندگان به مرتب‌سازی و دسته‌بندی کارت‌های دسته کیو^۲ می‌پردازند. درحقیقت، این مرحله، مرحله گردآوری داده‌هاست. مشارکت‌کنندگان در این مرحله از تحقیق، ۱۱۵ بانوی علاقه‌مند به حضور در ورزشگاه بودند که با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با مرتب‌کردن ۵۱ جمله بازنویسی و دسته‌بندی‌شده در قالب نمودار کیو (شکل ۱) روی طیفی یازده‌درجه‌ای نمایش دهند. در این تحقیق تلاش شد تا جملات تا حد امکان نگاه‌ها، نگرش‌ها و ذهنیت‌های مختلف را از ابعاد گوناگون پوشش دهد تا بتوان ذهنیت بانوان در خصوص موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر را به شکلی شفاف شناسایی کرد. شایان ذکر است، افرادی که برای مرتب‌سازی عبارات انتخاب شدند، متفاوت از افرادی بودند که با آنان مصاحبه شد. همچنین تمام مشارکت‌کنندگان کاملاً داوطلبانه در این تحقیق شرکت کردند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Donner
2. Q deck

کاملاً مخالف					ختی (بی نظر)	کاملاً موافق				
-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵

شکل ۱. نمودار کیو با طیف یازده درجه‌ای با توزیع اختیاری

غالباً شیوه مرتب‌سازی در مطالعه کیو به این صورت است که از مشارکت‌کنندگان خواسته می‌شود با مقایسه محتوای جمله‌ها با یکدیگر، آن‌ها را به سه دسته تفکیک کنند: جمله‌هایی که با محتوای آن‌ها موافق هستند، جمله‌هایی که با محتوای آن‌ها مخالف هستند و جمله‌هایی که درباره آن نظر خاصی ندارند (نه موافق‌اند و نه مخالف). با توجه به نمودار کیو در شکل ۱، پاسخگو مجاز بود که ۲۲ جمله را در دسته موافق، ۲۲ جمله را در دسته مخالف و ۷ جمله را در دسته ختی جای دهد. مرتب‌سازی در دسته‌های موافق و مخالف برحسب شدت موافقت یا مخالفت صورت می‌گیرد که در پنج طیف تنظیم شده‌اند؛

در گام آخر، به تحلیل داده‌های گردآوری‌شده با روش تحلیل عاملی کیو^۱ و تفسیر عامل‌های^۲ استخراج‌شده پرداخته می‌شود. پس از مرتب‌سازی جمله‌ها توسط تک‌تک مشارکت‌کنندگان، مرتب‌سازی هر فرد در «ستونی» از مجموعه داده‌ها وارد می‌شود تا پردازش آماری شوند. تحلیل عاملی کیو روشی است که برای تحلیل داده‌های حاصل از

1. Q-factor analysis
2. Factors

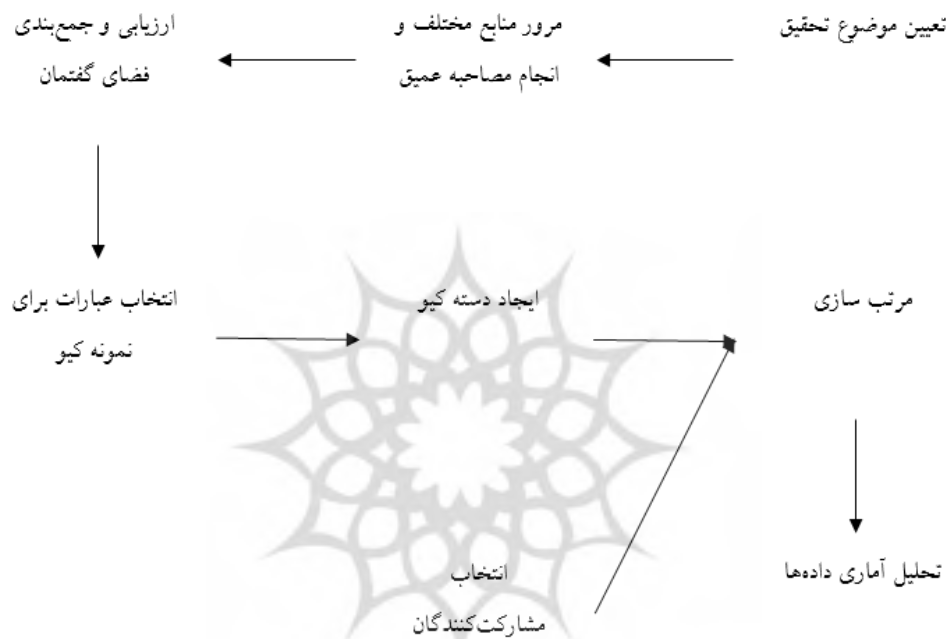
مرتب‌سازی مشارکت‌کنندگان، در مطالعه کیو به کار می‌رود. با این روش، مشارکت‌کنندگان به گروه‌هایی دسته‌بندی می‌شوند که ذهنیت مشابه دارند. در واقع، اساس این روش محاسبه همبستگی بین افراد است؛ هرچه همبستگی بین دو مشارکت‌کننده بیشتر باشد، ذهنیت آن دو به هم نزدیک‌تر است؛ بنابراین انتظار داریم افرادی که در یک دسته قرار می‌گیرند، آنانی باشند که همبستگی‌های دو به دوی زیادی دارند. در ادامه امتیازهای عاملی محاسبه و براساس آن‌ها، آرایه‌های عاملی برای تفسیر تک‌تک ذهنیت‌های شناسایی شده به دست می‌آیند. در واقع، آرایه عاملی «برآیند» نظرات افراد مشابهی است که تحلیل عاملی در یک دسته جای داده است. در این تحقیق از نرم‌افزار SPSS25 برای اجرای تحلیل عاملی کیو و محاسبه امتیازهای عاملی استفاده شد.

لازم به ذکر است، در مطالعات کمی جامعه‌ای وجود دارد که نتایج مطالعه در آن سطح به کار می‌رود و دارای نمونه‌ای است که با روش تصادفی انتخاب می‌شود و عموماً نمونه معرف آن جامعه است. روش کیو فاقد چنین جامعه و نمونه‌ای است و معمولاً پژوهشگر، نمونه را از میان کسانی انتخاب می‌کند که یا ارتباط خاصی با موضوع تحقیق دارند یا دارای عقاید ویژه‌ای هستند (کر، ۲۰۰۱). از سوی دیگر، مطالعه کیو اطلاعاتی درباره «توزیع» متغیرها به دست نمی‌دهد تا بتوان درباره تعمیم‌پذیری آن‌ها بحث کرد؛ بلکه درباره «وجود» ذهنیت‌های مختلف بحث می‌کند؛ درحالی‌که در مطالعات کمی مرسوم کل نمونه اهمیت دارد، در مطالعه کیو، مرتب‌سازی هر فرد کاملاً مهم و نوعی اطلاع قابل توجه قلمداد می‌شود؛ بنابراین برخلاف روش‌های کمی معمول که در آن‌ها تعداد اندکی سؤال از تعداد زیادی پاسخگو پرسیده می‌شود، در مطالعه کیو، تعداد زیادی سؤال از تعداد کمی پاسخگو پرسیده می‌شود. در واقع، مطالعات کمی بیش از همه بر توزیع‌ها تأکید دارند، ولی مطالعات کیو بر سؤال‌ها؛ بنابراین مفهوم تعمیم‌پذیری در مطالعه کیو کاملاً متفاوت است؛ زیرا این کیو تنها در پی آن است که

الگوهای ذهنی مختلف را کشف کند و برای کشف یک الگو وجود تنها یک فرد با آن الگوی خاص کافی است (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶). در زمینه روایی روش کیو می توان بیان کرد، بررسی روایی هنگامی مطرح است که یک سازه یعنی خصوصیتی پنهان^۱، سنجش شود؛ زیرا در چنین حالتی پژوهشگر با این پرسش روبه روست که آیا مقیاس ساخته شده واقعاً همان چیزی را اندازه می گیرد که برای سنجش آن ساخته شده است؟ این در حالی است که مطالعه کیو در پی سنجش هیچ سازه ای نیست. آنچه می تواند درباره مطالعه کیو مطرح شود، جامعیت عبارات نمونه کیو است؛ به عبارت دیگر، پژوهشگر باید از خود پرسد که آیا عبارات گردآوری شده از چنان جامعیت و وسعتی برخوردار است که بتواند ذهنیت های مختلف را نمایان کند یا خیر. از این نظر، روایی محتوا براساس رتبه ای که مشارکت کنندگان به عبارات و عبارات مجاور آن می دهند، بررسی شدنی است. همچنین روایی صوری با بررسی میزان رضایت مشارکت کنندگان درباره ظرفیت و قابلیت عبارات برای نشان دادن ذهنیت آنان امکان پذیر است؛ یعنی آیا عبارات موجود به ابعاد مختلف موضوع بررسی شده پرداخته اند تا آن ها بتوانند از طریق مرتب سازی، ذهنیت خود را بیان کنند یا خیر؟ برای مرتب سازی کیو، پایایی نیز مطرح می شود؛ یعنی می توان پرسید که آیا یک مشارکت کننده یک دسته کارت را با دستورالعمل یکسان در تکرارهای مختلف به یک شکل مرتب می کند؟ باید توجه داشت که برحسب موضوع مطالعه کیو، درجات طیف و تعداد کارت ها می توان انتظار داشت که تکرار مرتب سازی به نتیجه کاملاً یکسان منجر نشود؛ با وجود این، دنیس^۲ بر پایایی زیاد داده های کیو تأکید دارد. شایان ذکر است، برای بررسی ضریب پایایی در این تحقیق، از آزمون آلفای کرونباخ^۳ استفاده شد و مقدار آین آماره ۰/۸۳۸ به دست آمد که نشان دهنده ضریب زیاد و قابل قبول است.

1. Latent
2. Dennis
3. Cronbach's alpha

در شکل ۲، فضای کلی مراحل انجام تحقیق با استفاده از روش کیو به صورت خلاصه ارائه شده است.



شکل ۲. مراحل انجام روش کیو

مأخذ: خوشگویان فرد، ۱۳۸۶، ص. ۲۲

۳. یافته‌های تحقیق

در این تحقیق، ۵۱ عبارت کیو شناسایی شده که در جدول ۱ به عنوان فضای گفتمان کیو مطالعه حاضر ارائه شده است.

جدول ۱. فضای گفتمان کیو در مورد موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر

ردیف	گزاره
۱	وقتی خانمی به ورزشگاه می‌رود و با مردانی که با لباس ورزشی و نیمه‌عریان مواجه می‌شود، گناه اتفاق می‌افتد؛ بنابراین حضور بانوان با توجه به برهنه بودن بخشی از بدن مردان حرام است.
۲	اگر مشکل حرف‌های زشت و فحاشی آقایون است، این‌ها رو داریم توی کوچه و خیابان و بازار و خونه می‌شنویم.
۳	مجاز بودن حضور زنان در ورزشگاه‌ها، یک حکم شرعی اجتماعی است.
۴	بانوان می‌توانند در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر در کنار مردان حاضر باشند.
۵	بعضی ورزش‌ها خشن بوده و دربردارنده صحنه‌هایی است که مشاهده آن‌ها بر روح و اعصاب بانوان تأثیر منفی می‌گذارد.
۶	مردها وقتی بدانند که خانم‌ها در استادیوم حضور دارند، حتماً رعایت می‌کنند.
۷	ورود به ورزشگاه برای بانوان جرم نیست.
۸	با ورود خانم‌ها به ورزشگاه‌ها می‌توان به آزادی‌های بیشتر امیدوار بود.
۹	همیشه از برابری بین زن و مرد حرف زده می‌شود، اما هیچ‌وقت و هیچ‌جا این حرف‌ها عملی نشده است.
۱۰	تماشای فوتبال در ورزشگاه آزادی حق همه افراد است.
۱۱	زنان ایرانی در جهان تنها زنانی هستند که فریاد شادی از برد تیم محبوبشان در حنجره‌شان حبس شد.
۱۲	در هر بازی کلی سیگار و فندک و گل و مواد مخدر وارد ورزشگاه می‌شود، اما خانم‌ها حق ورود به ورزشگاه‌ها را ندارند.
۱۳	جو حاکم در ورزشگاه‌ها برای حضور زنان مناسب نیست و شکی نیست که اختلاط جوانان و آزاد بودن آن‌ها سرچشمه مشکلات زیادی از نظر اخلاقی و اجتماعی است.
۱۴	در ورزش، مردان پوشش مناسب در برابر زنان ندارند؛ بنابراین لازم است از حضور در این برنامه‌ها خودداری کنند؛ به‌خصوص اینکه این برنامه‌ها را از رسانه‌ها می‌توانند ببینند و حضور آن‌ها در ورزشگاه‌ها ضرورت ندارد.
۱۵	اختلاط زن و مرد بیگانه و برنامه‌های زبان‌آوری که مخالف عفاف و حجاب بانوان و موجب تغییر شخصیت اسلامی جامعه است، حرام است.
۱۶	حضور زنان در ورزشگاه یکی از مصادیق گرایش به آداب غیراسلامی غربی است.
۱۷	مسئولان باید تدابیری ببندیشند که بانوان بدون هیچ دغدغه و استرسی به ورزشگاه‌ها بروند.
۱۸	چرا بانوان باید تاوان فحش‌های تماشاگران مرد را بدهند؟
۱۹	حضور زنان در ورزشگاه‌ها موجب بروز برخی مشکلات اخلاقی خواهد شد.

ردیف	گزاره
۲۰	حضور بانوان در ورزشگاه‌ها با توجه به اختلاط در جایگاه‌ها و رفت و آمد با مردها و اینکه نگاه‌ها احتمالاً به بدن-های نیمه‌عریان ورزشکاران می‌افتد و عواقب خوب اخلاقی ندارد، جایز نیست.
۲۱	حضور زنان در ورزشگاه آزادی یک آسیب است و هیچ توجیه شرعی ندارد.
۲۲	وقتی خانمی به ورزشگاه می‌رود و با مردانی که با لباس ورزشی و نیمه‌لخت مواجه می‌شود و آن‌ها را می‌بیند گناه می‌کند. برخی به دنبال این هستند که حریم‌ها را بشکنند.
۲۳	اگر زنان به ورزشگاه‌ها بروند و فحش بشنوند، این مسئله هیچ اشکالی ندارد؛ چون این مقوله به صورت روزمره در جامعه ما وجود دارد.
۲۴	حضور زنان در ورزشگاه‌ها می‌تواند آسیب‌ها و خشونت‌ها را کم کرده و حتی به رعایت ادب در ورزشگاه‌ها کمک کند.
۲۵	زنان به استادیوم‌ها بروند تا ناراحتی مردم از فساد رفع شود.
۲۶	تبعیض جنسیتی در خیلی از حوزه‌ها بیداد می‌کند؛ نمونه آن، همین حضور در ورزشگاه است.
۲۷	در چند بازی تعدادی خانم را آن هم به صورت گزینشی و فرمالیته وارد ورزشگاه کردند.
۲۸	حضور زنان در ورزشگاه حریم‌شکنی نیست.
۲۹	حضور زنان در ورزشگاه آزادی هیچ توجیه شرعی ندارد.
۳۰	ورزشکار را از تلویزیون دیدن با داخل استادیوم دیدن چه فرقی دارد؟ از تلویزیون به گناه نمی‌افتند؟
۳۱	حضور همین خانم‌ها در راهپیمایی‌ها و مراسم مختلط جشن‌های انقلاب نه تنها منع شرعی ندارد، بلکه ثواب هم دارد.
۳۲	حضور در ورزشگاه حق زنان است.
۳۳	در رابطه با برابری زنان و مردان در ورزشگاه باید اتفاق مثبتی رخ دهد و باید زنان اجازه حضور در ورزشگاه را به دست آورند.
۳۴	در این کشور از اینکه زن هستم، خیلی احساس نارضایتی دارم.
۳۵	اگر واقعاً لباس ورزشکارهای مرد مشکل دارد، لباس‌های ورزشی را طوری طراحی کنند که بانوان هم بتوانند وارد ورزشگاه شوند.
۳۶	بانوان ایرانی خیلی از مواقع به حق خود نرسیده‌اند؛ نمونه بارز آن، همین تماشای فوتبال در ورزشگاه آزادی است.
۳۷	همه دلایلی که مسئولان لیست می‌کنند که بانوان در ورزشگاه نباید حضور داشته باشند، غیرمنطقی هستند.
۳۸	یکی از حقوق اولیه و طبیعی آدمی، حق آزادی رفت و آمد و حضور در هر مکان دلخواه است.
۳۹	اگر این ممنوعیت برای رعایت شأن بانوان و امنیت بانوان در نظر گرفته شده است، باید فضای ورزشگاه‌ها را

ردیف	گزاره
	اصلاح کرد؛ نه اینکه بانوان را از حضور در استادیومها منع کرد.
۴۰	اینکه به دلیل رفتار نامناسب آقایان، خانمها از رفتن به استادیوم محروم شوند، قابل قبول نیست و در این زمینه مردان ایرانی نیز باید اعتراض خود را بیان کنند.
۴۱	خیلی از مسئولان در بسیاری از حوزهها نگاه ایدئولوژیک دارند.
۴۲	در ایران مردان جنس درجه یک و زنان جنس درجه دو محسوب می شوند.
۴۳	در ایران به خیلی از مسائل نگاه جنسیتی دارند.
۴۴	عموماً در ایران می خواهند جلوی شادی مردم را بگیرند. اگر بتوانند حتی جلوی ورود مردها به ورزشگاهها را می گیرند.
۴۵	در کشورمان زن بودن جرم است و به همین خاطر خانمها نمی توانند به ورزشگاهها بروند. معلوم نیست زن بودن جرم است یا ورود به ورزشگاهها به عنوان تماشاچی.
۴۶	محیط جامعه از محیط ورزشگاهها خیلی ناامن تر است. اگر واقعاً برای مسئولان امنیت خانمها مهم است، وضعیت جامعه را باید اصلاح کنند؛ نه اینکه خانمها را از برخی امور منع کنند.
۴۷	با جلوگیری از ورود خانمها به ورزشگاهها، شخصیت بانوی ایرانی را زیر سؤال می برند.
۴۸	اصل ۲۰ قانون اساسی، همه افراد انسانی اعم از زن و مرد را مشمول قانون و در حمایت آن قرار داده و برای آنان حقوق یکسان انسانی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تعیین کرده است.
۴۹	اسلام با تساوی حقوق زن و مرد مخالف نیست؛ بلکه با تشابه حقوق آنها مخالف است.
۵۰	حضور بانوان در مکانهای ورزشی مردان به هیچ وجه جایز نیست و از نظر فقهی روشن است که نظر زن به بدن مرد حتی بدون لذت جایز نیست.
۵۱	دیدن بدن تقریباً عریان کشتی گیران از تلویزیون حرام نیست، اما ورود به ورزشگاه و دیدن زانوی فوتبالیستها از فاصله ۵۰ تا ۱۰۰ متری حرام است! مگر می شود؟

بنابراین، گام نخست در تحلیل کیو، تشخیص مناسب بودن دادهها و اطلاعات برای انجام تحلیل عاملی است که در این تحقیق از شاخص^۱ KMO و آزمون کرویت بارتلت^۲ استفاده شده است. نتایج شاخص KMO و آزمون کرویت بارتلت در جدول ۲ ارائه شده است.

1. Kaiser-Mayer-Olkin
2. Bartlett Test of Sphericity

جدول ۲. آزمون KMO و بارتلت

۰,۸۲۶		آزمون کفایت نمونه (KMO)
۱۵۷۵,۲۵۷	آزمون خی دو تقریبی	آزمون بارتلت
۵۰	درجه آزادی	
۰,۰۰۰	مقدار معناداری	

مقدار شاخص KMO بین صفر و یک در نوسان است و با نگاهی سخت‌گیرانه، مقدار این شاخص برای اطمینان از داده‌ها و اطلاعات برای تحلیل عاملی، حداقل باید ۰,۶ باشد. با توجه به اینکه مقدار شاخص در این تحقیق برابر با ۰,۸۲۶ بوده است، می‌توان بیان کرد که داده‌های تحقیق برای تحلیل عاملی کیو مناسب تشخیص داده شده‌اند؛ به عبارت دیگر، می‌توان داده‌ها و اطلاعات تحقیقی را به عامل‌هایی پنهانی و مکنون تقلیل داد. همچنین آزمون بارتلت نشان‌دهنده همبستگی و نبود همبستگی در بین متغیرهاست. یکی از شروط اصلی برای انجام تحلیل عاملی کیو این است که بین گویه‌های تشکیل دهنده یک عامل، همبستگی زیاد و بین گویه‌های تشکیل دهنده عامل‌های مختلف، همبستگی کم وجود داشته‌باشد. در این تحقیق با توجه به مقدار شاخص (۱۵۷۵,۲۵۷) و مقدار معناداری (۰,۰۰۰) می‌توان بیان کرد که اجرای تحلیل عاملی کیو تأیید می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

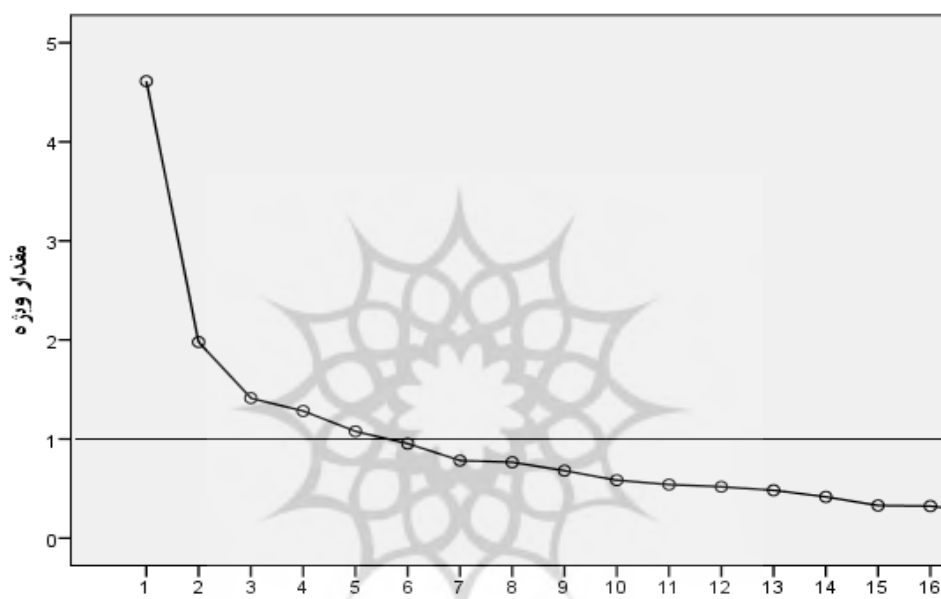
جدول ۳. جدول واریانس تبیین شده ذهنیت‌ها

عامل ^۱ (ذهنیت‌ها)	مقادیر ویژه اولیه ^۲			مجموع مجذورات بارهای عاملی استخراج شده ^۳			مجموع مجذورات بارهای عاملی چرخش یافته ^۴		
	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
عوامل اجتماعی	۴,۶۱۲	۲۷,۱۳۰	۲۷,۱۳۰	۴,۶۱۲	۲۷,۱۳۰	۲۷,۱۳۰	۲,۳۹۵	۱۴,۰۹۰	۱۴,۰۹۰
عوامل جنسیتی	۱,۹۷۹	۱۱,۶۳۹	۳۸,۷۶۸	۱,۹۷۹	۱۱,۶۳۹	۳۸,۷۶۸	۲,۳۵۶	۱۳,۸۶۰	۲۷,۹۴۹
عوامل دینی - فرهنگی	۱,۴۱۳	۸,۳۱۱	۴۷,۰۷۹	۱,۴۱۳	۸,۳۱۱	۴۷,۰۷۹	۲,۳۰۱	۱۳,۵۳۷	۴۱,۴۸۶
عوامل ساختاری	۱,۲۸۳	۷,۵۴۶	۵۴,۶۲۶	۱,۲۸۳	۷,۵۴۶	۵۴,۶۲۶	۱,۸۶۹	۱۰,۹۹۲	۵۲,۴۷۸
عوامل سیاسی	۱,۰۷۸	۶,۳۴۰	۶۰,۹۶۶	۱,۰۷۸	۶,۳۴۰	۶۰,۹۶۶	۱,۴۴۳	۸,۴۸۸	۶۰,۹۶۶

جدول ۳، مقدار کل واریانس تبیین شده ذهنیت‌ها را نشان می‌دهد. این جدول نشان می‌دهد که با توجه به دیدگاه افراد نمونه، پنج عامل یا ذهنیت را می‌توان شناسایی کرد (با توجه به مقادیر ویژه بیشتر از یک). در مجموع، این پنج عامل ۶۰,۹۹۶ درصد از واریانس را تبیین می‌کنند. در این جدول بیشترین واریانس تبیین شده ۱۴,۰۹۰ است که به عامل اول مربوط است. واریانس عامل دوم ۱۳,۸۶۰ است. واریانس هر یک از عامل‌های سوم تا پنجم نیز به ترتیب ۱۳,۵۳۷، ۱۰,۹۹۲ و ۸,۴۸۸ است.

1. Factor
2. Initial Eigenvalues
3. Extraction Sums of Squared Loadings
4. Rotation Sums of Squared Loadings

در شکل ۳، نمودار سنگ‌ریزه^۱ ارائه شده است. این نمودار، عامل‌ها و ذهنیت‌های با مقدار ویژه بیشتر از یک را که نشان‌دهنده نگرش‌های موجود است، به صورت واضح نمایان می‌کند.



شکل ۳. نمودار سنگ‌ریزه ذهنیت‌ها

جدول ۴. ماتریس تبدیل ذهنیت‌ها (عامل‌ها)

عوامل سیاسی	عوامل ساختاری	عوامل دینی-فرهنگی	عوامل جنسیتی	عوامل اجتماعی	ذهنیت‌ها
۰,۲۰۰	۰,۴۵۵	۰,۵۵۹	۰,۳۸۶	۰,۵۴۰	عوامل اجتماعی
-۰,۰۶۲	-۰,۱۲۹	-۰,۱۵۲	۰,۹۰۹	-۰,۳۶۱	عوامل جنسیتی
۰,۶۴۵	۰,۳۵۶	۰,۱۸۴	-۰,۱۲۸	-۰,۶۳۸	عوامل دینی-فرهنگی
۰,۶۲۶	-۰,۰۳۱	-۰,۶۵۷	۰,۰۹۱	۰,۴۰۹	عوامل ساختاری
۰,۳۸۴	-۰,۸۰۵	۰,۴۴۷	۰,۰۱۲	۰,۰۶۶	عوامل سیاسی

1. Scree Plot

ماتریس بالا برای محاسبه ماتریس عامل‌های چرخش یافته از ماتریس عامل اصلی و چرخش نیافته ارائه شده است. اعداد جدول ۴ هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده چرخش‌های کوچک است و درمقابل، هرچه اعداد به یک نزدیک‌تر باشد، چرخش بزرگ‌تری اتفاق افتاده است.

در جدول ۵، ۱۱۵ مشارکت‌کننده و امتیازهای عاملی به دست آمده برای هر نفر در الگوهای ذهنی مختلف ارائه شده است.

جدول ۵. امتیازهای اختصاص شده به هر مشارکت‌کننده در ذهنیت‌های مختلف

عوامل سیاسی	عوامل ساختاری	عوامل دینی-فرهنگی	عوامل جنسیتی	عوامل اجتماعی	شماره مرتب‌کنندگان	عوامل سیاسی	عوامل ساختاری	عوامل دینی-فرهنگی	عوامل جنسیتی	عوامل اجتماعی	شماره مرتب‌کنندگان
۰,۳۴۴	۰,۰۰۷	۰,۳۲۰	۰,۲۸۳	۰,۴۲۰	۵۹P	-۰,۳۲۰	۰,۱۴۶	-۰,۳۲۲	۰,۱۵۰	۰,۵۰۸	۱P
۰,۱۳۴	-۰,۰۹۰	۰,۰۷۵	۰,۴۱۴	۰,۲۳۳	۶۰P	-۰,۲۵۶	-۰,۰۲۰	-۰,۲۶۷	۰,۰۶۷	۰,۶۰۶	۲P
۰,۰۷۲	-۰,۲۹۵	۰,۱۲۶	۰,۵۳۱	۰,۳۵۱	۶۱P	-۰,۳۰۸	۰,۰۴۵	-۰,۱۰۰	۰,۲۲۷	۰,۵۸۴	۳P
-۰,۰۹۱	-۰,۳۳۶	۰,۰۷۹	۰,۴۱۰	۰,۲۳۱	۶۲P	۰,۳۱۷	۰,۰۵۷	۰,۱۷۲	۰,۰۲۲	-۰,۱۶۷	۴P
۰,۱۸۵	-۰,۰۷۱	۰,۰۵۴	۰,۴۷۷	۰,۳۵۸	۶۳P	-۰,۲۴۰	۰,۰۸۹	-۰,۲۴۶	۰,۱۲۲	۰,۶۲۷	۵P
۰,۱۲۲	۰,۲۲۶	-۰,۱۴۷	-۰,۰۰۹	۰,۰۹۹	۶۴P	-۰,۳۱۷	-۰,۰۹۵	-۰,۱۵۷	۰,۰۹۴	۰,۵۸۹	۶P

عوامل سیاسی	۰,۰۳۶	۰,۱۳۶	۰,۲۰۰	۰,۱۵۰	۰,۰۰۱	۰,۱۵۰	۰,۲۰۱	۰,۰۳۱	۰,۰۳۳	-۰,۰۳۳	۰,۰۴۴
عوامل ساختاری	۰,۲۹۰	-۰,۰۷۵	۰,۱۱۴	۰,۰۳۷	-۰,۰۳۷	-۰,۰۳۳	-۰,۰۳۴	۰,۰۸۰	-۰,۰۸۰	-۰,۰۸۰	۰,۰۰۰
عوامل دینی-فرهنگی	-۰,۱۱۸	۰,۰۸۲	۰,۰۸۵	-۰,۰۳۱	۰,۱۰۵	۰,۰۳۰	۰,۱۱۰	۰,۰۳۰	۰,۰۳۰	۰,۰۳۰	۰,۰۳۰
عوامل جنسیتی	-۰,۱۹۶	۰,۴۶۲	۰,۴۷۵	۰,۳۳۵	۰,۴۱۴	۰,۴۶۴	۰,۶۶۴	۰,۴۴۰	۰,۳۳۰	۰,۳۳۰	۰,۳۳۰
عوامل اجتماعی	-۰,۱۱۰	۰,۱۵۴	۰,۳۰۵	۰,۲۴۹	۰,۳۱۶	۰,۲۱۴	۰,۲۷۵	۰,۳۰۷	۰,۳۳۳	۰,۳۳۳	۰,۳۳۳
شماره مرتب‌کنندگان	۶۵P	۶۶P	۶۷P	۶۸P	۶۹P	۷۰P	۷۱P	۷۲P	۷۳P	۷۴P	۷۴P
عوامل سیاسی	-۰,۳۵۵	۰,۱۳۸	-۰,۲۷۲	-۰,۰۲۰	-۰,۰۳۹	-۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰
عوامل ساختاری	۰,۰۶۰	۰,۰۶۲	۰,۲۲۵	۰,۱۵۴	۰,۲۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰	۰,۱۱۰
عوامل دینی-فرهنگی	-۰,۲۸۳	۰,۱۳۶	-۰,۲۳۶	-۰,۰۳۹	-۰,۰۳۸	-۰,۰۳۰	-۰,۰۳۰	-۰,۰۳۰	-۰,۰۳۰	-۰,۰۳۰	-۰,۰۳۰
عوامل جنسیتی	۰,۰۶۵	۰,۰۳۶	-۰,۰۰۹	۰,۱۵۱	۰,۳۱۰	۰,۲۰۰	۰,۲۰۰	۰,۲۰۰	۰,۲۰۰	۰,۲۰۰	۰,۲۰۰
عوامل اجتماعی	۰,۴۳۱	-۰,۱۹۴	۰,۲۳۹	۰,۴۱۱	۰,۳۳۰	۰,۳۲۵	۰,۳۰۴	۰,۳۰۴	۰,۳۰۴	۰,۳۰۴	۰,۳۰۴
شماره مرتب‌کنندگان	۷P	۸P	۹P	۱۰P	۱۱P	۱۲P	۱۳P	۱۴P	۱۵P	۱۶P	۱۶P

عوامل سیاسی	۰,۰۴۷	۰,۱۲۳	۰,۰۶۵	-۰,۰۷۹	۰,۰۳۳	-۰,۰۰۷۵	۰,۰۸۶	۰,۰۶۰	-۰,۰۰۲۳	۰,۰۷۶	۰,۰۰۰۰	۰,۰۷۴	۰,۰۰۰۰
عوامل ساختاری	-۰,۰۸۳	-۰,۰۱۲۷	-۰,۰۳۶	-۰,۰۰۸	-۰,۰۲۸	-۰,۰۰۶	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰
عوامل دینی-فرهنگی	۰,۱۸۴	۰,۱۳۳	۱۱۱,۱۰	-۰,۰۰۰	۰,۰۴۰	۶۰,۰۰	۰,۰۲۴	۵۰,۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۱۸۱,۰۰
عوامل جنسیتی	۰,۳۴۱	۰,۳۰۲	۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
عوامل اجتماعی	۰,۱۴۸	۰,۱۲۴	۰,۰۳۶	۰,۰۰۰	۰,۰۳۵	۰,۰۳۲	۰,۰۴۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
شماره مرتب کنندگان	۷۵P	۷۶P	۷۷P	۷۸P	۷۹P	۸۰P	۸۱P	۸۲P	۸۳P	۸۴P	۸۵P	۸۶P	۸۷P
عوامل سیاسی	۰,۰۱۵	۰,۰۳۰	۱۶۰,۰	۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
عوامل ساختاری	-۰,۰۴۰۳	-۰,۰۲۷	-۰,۰۳۴	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
عوامل دینی-فرهنگی	۰,۰۳۰	۰,۰۳۹	۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
عوامل جنسیتی	۰,۰۹۰	-۰,۰۱۱۲	۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
عوامل اجتماعی	۰,۰۳۹	۰,۰۵۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
شماره مرتب کنندگان	۱۷P	۱۸P	۱۹P	۲۰P	۲۱P	۲۲P	۲۳P	۲۴P	۲۵P	۲۶P	۲۷P	۲۸P	۲۹P

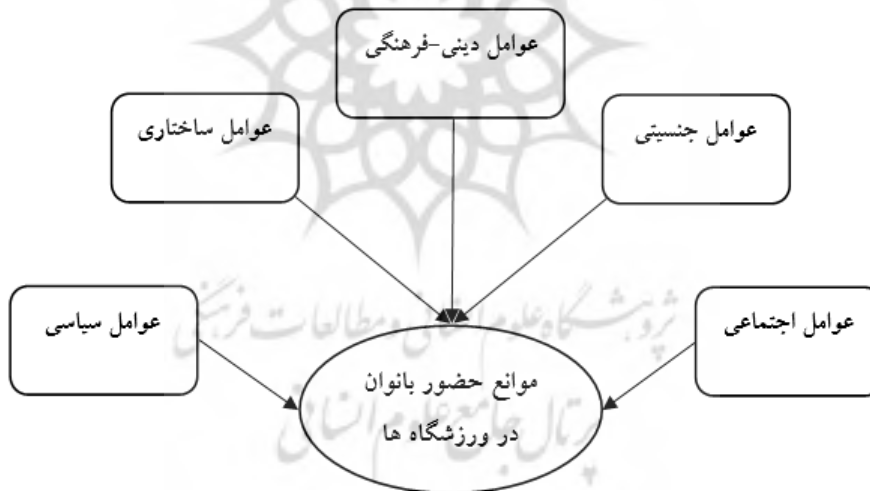
۰,۱۹۱	-۰,۰۱۹	-۰,۰۲۷	-۰,۲۱۵	۰,۱۰۳	-۰,۱۷۵	۰,۱۹۶	۰,۳۹۲	۰,۲۰۱	۰,۱۱۳	عوامل سیاسی
۰,۲۶۱	۰,۱۷۸	-۰,۳۳۹	-۰,۳۹۲	۰,۱۳۲	۰,۴۲۱	-۰,۳۳۶	۰,۲۱۱	-۰,۲۵۶	۰,۰۵۷	عوامل ساختاری
-۰,۲۵۴	-۰,۱۰۱	۰,۰۷۱	۰,۳۷۲	۰,۰۸۰	۰,۷۵۸	۰,۳۲۲	۰,۱۲۴	-۰,۰۱۰	۰,۲۹۲	عوامل دینی-فرهنگی
-۰,۰۲۷	-۰,۳۳۸	-۰,۳۱۴	-۰,۴۱۲	-۰,۳۳۳	۰,۱۷۸	-۰,۰۷۲	-۰,۳۳۰	-۰,۰۷۸	-۰,۰۹۹	عوامل جنسیتی
۰,۵۰۷	۰,۳۲۵	۰,۳۷۳	۰,۴۴۷	۰,۴۵۴	۰,۳۷۱	۰,۴۵۰	۰,۲۰۷	۰,۲۵۵	۰,۴۱۰	عوامل اجتماعی
۹۴P	۹۳P	۹۲P	۹۱P	۹۰P	۸۹P	۸۸P	۸۷P	۸۶P	۸۵P	شماره مرتب‌کنندگان
۰,۰۶۵	-۰,۳۳۰	-۰,۲۴۵	-۰,۱۷۴	-۰,۰۸۸	۰,۳۲۵	۰,۱۹۵	۰,۰۲۰	-۰,۰۱۱۲	۰,۰۰۰	عوامل سیاسی
-۰,۱۰۷	-۰,۰۵۸	-۰,۲۰۶	-۰,۲۰۰	-۰,۱۵۳	۰,۱۱۳	-۰,۰۲۵	-۰,۱۴۲	-۰,۰۳۹	۰,۱۵۲	عوامل ساختاری
-۰,۲۹۴	-۰,۰۹۶	۰,۰۱۵	۰,۰۲۸	-۰,۲۶۱	-۰,۲۵۱	-۰,۲۱۸	-۰,۱۵۰	-۰,۰۷۵	-۰,۱۴۲	عوامل دینی-فرهنگی
-۰,۲۰۵	-۰,۱۰۱	-۰,۰۲۸	۰,۰۵۴	-۰,۱۰۷	۰,۱۹۸	۰,۳۳۶	-۰,۰۵۱	۰,۱۶۸	۰,۰۴۹	عوامل جنسیتی
۰,۱۶۱	۰,۳۷۸	۰,۳۰۱	۰,۳۷۰	۰,۳۲۱	۰,۴۹۰	۰,۴۱۱	۰,۴۴۰	۰,۴۶۲	۰,۳۹۳	عوامل اجتماعی
۳۳P	۳۵P	۳۴P	۳۳P	۳۲P	۳۱P	۳۰P	۲۹P	۲۸P	۲۷P	شماره مرتب‌کنندگان

عوامل سیاسی	-۰,۰۴۲	-۰,۰۷۸	-۰,۱۱۷	-۰,۰۴۳	-۰,۱۵۶	-۰,۰۷۰	۰,۰۸۶	۰,۰۴۵	۷۵۱,۰	۰,۰۳۴
عوامل ساختاری	-۰,۰۰۴	۰,۲۵۶	۰,۰۷۰	۰,۱۹۹	-۰,۰۷۰	۰,۰۱۴	۰,۳۰۱	۰,۰۷۸	۷۷۰,۰	۰,۰۲۰
عوامل دینی-فرهنگی	۰,۰۷۶	-۰,۰۱۱۲	-۰,۰۱۸۹	-۰,۰۳۴۴	-۰,۰۱۴۴	-۰,۰۳۳۲	-۰,۰۱۲۲	۱۶۳,۰	۵۷۱,۰	۷۷۰,۰
عوامل جنسیتی	-۰,۰۴۸	۰,۲۳۱	۰,۳۳۷	۰,۱۶۱	۰,۴۳۹	۰,۴۶۰	-۰,۰۳۰۶	۶۰۱,۰	۵۰۰,۰	۶۲۰,۰
عوامل اجتماعی	۰,۰۵۰	۰,۴۰۴	۰,۲۷۰	۰,۳۵۸	۰,۲۶۹	۰,۲۴۹	-۰,۰۱۲۰	۱۱۳,۰	۱۲۱,۰	۱۶۴,۰
شماره مرتب کنندگان	۹۵P	۹۶P	۹۷P	۹۸P	۹۹P	۱۰۰P	۱۰۱P	۱۰۲P	۱۰۳P	۱۰۴P
عوامل سیاسی	۰,۳۴۸	۰,۲۲۵	۰,۱۷۵	-۰,۰۰۰	-۰,۰۱۵۲	-۰,۰۱۵۰	۱۶,۰	۶۴,۰	۲۵,۰	۴۱,۰
عوامل ساختاری	۰,۱۴۴	۰,۱۲۱	۰,۱۷۶	-۰,۰۳۷	-۰,۰۱۱۷	۰,۲۲۹	۷۱,۰	۶۵,۰	۳۳,۰	۵۳,۰
عوامل دینی-فرهنگی	۰,۲۵۸	۰,۱۱۱	-۰,۰۱۱۸	-۰,۰۱۵۰	-۰,۰۱۶۵	-۰,۰۲۵۵	-۰,۰۱۷۰	۳۲,۰	۱۳۱,۰	۱۰۲,۰
عوامل جنسیتی	۰,۲۵۴	۰,۱۱۲	۰,۰۱۵	۰,۰۷۳	۰,۱۵۵	۰,۰۸۰	۱۱,۰	۵۰,۰	۳۰,۰	۴۲,۰
عوامل اجتماعی	۰,۲۵۱	۰,۴۷۶	۰,۳۷۰	۰,۴۵۳	۰,۳۶۶	۰,۵۷۵	۵۲,۰	۸۶,۰	۷۴,۰	۵۴,۰
شماره مرتب کنندگان	۳۷P	۳۸P	۳۹P	۴۰P	۴۱P	۴۲P	۴۳P	۴۴P	۴۵P	۴۶P

عوامل سیاسی	۰٫۲۲۶-	۰٫۳۶۸	-۰٫۲۸۶	-۰٫۳۷۵	-۰٫۳۰۲	-۰٫۲۲۳	-۰٫۴۰۴	۰٫۱۸۰	۰٫۰۰۰	۰٫۲۲۰
عوامل ساختاری	۰٫۱۷۴	-۰٫۱۸۵	۰٫۱۲۹	۰٫۰۸۶	۰٫۲۴۵	-۰٫۰۰۰	۰٫۲۲۸	-۰٫۰۰۰	-۰٫۱۷۵	۰٫۲۱۰
عوامل دینی-فرهنگی	-۰٫۰۵۴	-۰٫۲۲۱	-۰٫۰۶۵	-۰٫۳۰۳	-۰٫۲۵۶	-۰٫۰۰۰	-۰٫۳۰۲	۰٫۰۰۰	۰٫۶۶۰-	۰٫۰۰۰
عوامل جنسیتی	۰٫۱۷۲	-۰٫۱۷۴	۰٫۲۷۳	۰٫۱۰۳	-۰٫۰۰۰	۰٫۱۷۸	۰٫۱۵۱	۰٫۴۸۰	۰٫۶۶۰	۰٫۴۹۰
عوامل اجتماعی	۰٫۴۳۶	۰٫۶۰۱	۰٫۳۴۵	۰٫۴۳۰	۰٫۲۵۱	۰٫۴۶۲	۰٫۳۳۲	۰٫۳۸۰	۰٫۳۵۰	۰٫۳۲۰
شماره مرتب‌کنندگان	۱۰۵P	۱۰۶P	۱۰۷P	۱۰۸P	۱۰۹P	۱۱۰P	۱۱۱P	۱۱۲P	۱۱۳P	۱۱۴P
عوامل سیاسی	۰٫۰۳۱	۰٫۱۰۲	۰٫۲۰۲	۰٫۱۲۱	۰٫۱۰۴	۰٫۰۶۰	۰٫۰۷۰	۰٫۰۸۰	۰٫۰۸۳	۰٫۰۸۳
عوامل ساختاری	۰٫۱۵۶	۰٫۲۶۶	۰٫۳۰۲	۰٫۲۰۰	-۰٫۰۰۰	۰٫۱۰۰	-۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
عوامل دینی-فرهنگی	-۰٫۲۴۱	-۰٫۳۲۲	-۰٫۱۸۳	۰٫۰۷۰	۰٫۰۹۷	۰٫۱۵۰	۰٫۱۷۱	۰٫۱۲۵	۰٫۳۴۰	۰٫۳۷۰
عوامل جنسیتی	-۰٫۰۸۲	۰٫۱۱۹	۰٫۱۰۰	-۰٫۰۰۰	-۰٫۰۰۰	-۰٫۰۰۰	۰٫۱۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
عوامل اجتماعی	۰٫۴۹۹	۰٫۴۰۰	۰٫۴۴۰	۰٫۰۶۰	۰٫۳۷۵	۰٫۳۵۰	۰٫۳۴۰	۰٫۳۳۰	۰٫۳۳۰	۰٫۳۳۰
شماره مرتب‌کنندگان	۴۷P	۴۸P	۴۹P	۵۰P	۵۱P	۵۲P	۵۳P	۵۴P	۵۵P	۵۶P

عوامل سیاسی	عوامل ساختاری	عوامل دینی-فرهنگی	عوامل جنسیتی	عوامل اجتماعی	شماره مرتب کنندگان	عوامل سیاسی	عوامل ساختاری	عوامل دینی-فرهنگی	عوامل جنسیتی	عوامل اجتماعی	شماره مرتب کنندگان
۰,۲۸۴	-۰,۱۲۱	۰,۳۸۳	-۰,۱۰۹	-۰,۲۱۹	۱۱۵P	۰,۳۹۵	-۰,۱۴۳	۰,۰۹۸	۰,۴۰۳	۰,۳۶۲	۵۷P
						۰,۰۷۱	۰,۰۱۶	۰,۲۵۳	۰,۱۹۸	۰,۴۷۴	۵۸P

در نهایت باید اشاره کرد که در تحقیق حاضر، پنج عامل به عنوان موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به عنوان تماشاگر شناسایی شده است (شکل ۴).



شکل ۴. دسته‌بندی نگرش‌های بانوان از موانع حضور در ورزشگاه‌ها

۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

سال‌هاست که بحث ورود بانوان به ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر مطرح است، اما تاکنون برای این مسأله تدبیری جامع اندیشیده نشده است. از طرفی تا به امروز تحقیقات بسیار اندکی در مورد علل مخالفت با ورود زنان به ورزشگاه انجام شده است؛ بنابراین این پژوهش در راستای شناسایی نگرش بانوان به موانع حضور در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر، با نگرش‌سنجی از صاحب‌نظران و کارشناسان متخصص و همچنین بانوان علاقه‌مند به حضور در ورزشگاه‌ها انجام شده. در این تحقیق قصد تأیید یا تکذیب نتایج نبوده و تنها به شناسایی و گروه‌بندی نگرش‌ها و افکار موجود در مورد موانع حضور زنان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر پرداخته شده است.

استفاده از روش کیو در این تحقیق پژوهشگر را قادر ساخت تا اول اینکه ادراکات و عقاید فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کند و دوم اینکه به دسته‌بندی گروه‌های افراد براساس ادراکاتشان بپردازد. هدف اصلی این فن، آشکار کردن الگوهای مختلف تفکر است. در تحقیق حاضر یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی کیو نشان داد، ذهنیت مشارکت‌کنندگان در خصوص موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر، به پنج عامل یا گروه دسته‌بندی می‌شود؛ به عبارت دیگر، پنج دیدگاه یا الگوی ذهنی در مورد موانع حضور بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر وجود دارد. موانعی از قبیل موانع اجتماعی، موانع سیاسی، موانع ساختاری، موانع دینی و فرهنگی، موانع جنسیتی در کشور ایران وجود دارد که مانعی برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر به شمار می‌روند. در واریانس تبیین‌شده عامل‌ها و ذهنیت‌ها و همچنین در نمودار سنگ‌ریزه نشان داده شده است که عوامل اجتماعی، عوامل جنسیتی، عوامل دینی-فرهنگی، عوامل ساختاری و عوامل سیاسی، به ترتیب مهم‌ترین الگوهای ذهنی شناسایی شده به‌عنوان مانعی برای حضور زنان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر مطرح‌اند.

با توجه به مصاحبه‌های گرفته‌شده از متخصصان و همچنین بانوان علاقه‌مند به حضور در ورزشگاه، ناهماهنگی نهادی مهمی درخصوص ورود بانوان به ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر وجود دارد. یکی از مهم‌ترین ناهماهنگی‌ها، بین وزارت ورزش و جوانان و نهادهای دینی و مذهبی است. همچنین یکی از مهم‌ترین یافته‌های کیفی تحقیق حاضر این است که یکی از مهم‌ترین دلایل یا موانع موجود بر سر راه ورود بانوان در ورزشگاه‌ها به‌عنوان تماشاگر، شرایط و جو غیرمناسب حاکم در ورزشگاه‌هاست، اما در کنار این مسئله، نهادهای دینی و مراجع دینی با همت گماردن به این مهم، این موضوع را به مسئله‌ای دینی-فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تبدیل کرده‌اند.

نکته مهم این است که می‌توان مهم‌ترین و اصلی‌ترین مانع حضور بانوان در ورزشگاه را یعنی شرایط و جو غیرمناسب حاکم در ورزشگاه‌ها، با تدابیری مدون و برنامه‌ریزی‌شده مدیریت کرد. همچنین با نگاهی گذرا به مسابقات مردان که امکان حضور زنان در آن‌ها فراهم بوده است، به نظر می‌رسد در هر مکانی که بانوان به‌عنوان تماشاگر حضور داشته‌اند، نزاکت و انضباط بیشتری در میان ورزشکاران و هواداران حاکم بوده است (قراخانلو و نیسیان، ۱۳۸۶، ص. ۳۴).

منع ورود بانوان در ورزشگاه‌ها را می‌توان نمونه‌ای از خشونت‌های ساختاری تحمیل‌شده بر زنان دانست. در اینجا می‌توان به ساختار جامعه درخصوص روابط زن و مرد در خانواده اشاره کرد. بازتولید این روابط خرد در خانواده، شکل‌دهنده روابط ساختاری و خشونت‌های ساختاری علیه زنان در سطوح بالاتر (فضاهای نیمه عمومی و عمومی) می‌شود. همچنین نابرابری در دسترسی به قدرت در بین زنان و مردان به شکل خشونت ظاهر می‌شود؛ البته شایان ذکر است که بخشی از وجود خشونت علیه زنان به نابرابری قدرت برمی‌گردد؛ بنابراین نابرابری در قدرت و همچنین نوع روابط زن و مرد در سطوح مختلف (خرد، میانه و کلان) می‌تواند به شکل‌گیری خشونت علیه زنان منجر شود که نمود بارز آن منع زنان از ورزشگاه‌هاست.

- براساس یافته‌های پژوهش می‌توان برای محققان بعدی پیشنهادهایی را ارائه کرد:
- ارائه الگویی کاربردی برای فرهنگ‌سازی و آماده کردن ساختاری ورزشگاه‌ها برای حضور بانوان در آن‌ها؛
 - تغییر رویکردها و دیدگاه‌های جنسیتی و استقرار رویکرد مبتنی بر برابری جنسیتی در بین مسئولان؛
 - سیاست‌گذاری و مدیریت فرهنگی در راستای کنترل درونی تماشاگران مرد؛
 - آموزش و ارتقای نگاه برابری جنسیتی و احترام به حقوق جنس مخالف؛
 - ایمن‌سازی محیط‌های ورزشی از راه جلوگیری از رفتارهای پرخاشگرانه، خشونت‌آمیز و وندالیستی؛
 - ایجاد رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق با اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی و فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها؛
 - تمرکز اقدامات فرهنگی و اجتماعی و تبلیغاتی بر نگرش به هنجارهای جنسیتی مساوات‌طلبانه؛
 - تأکید بر نقش آموزش و پرورش در شکل دادن به باورهای مبتنی بر برابری جنسیتی و اینکه بانوان همچون مردان می‌توانند با رعایت ارزش‌های فرهنگی جامعه، در عرصه ورزش فعالیت کنند.

کتابنامه

۱. پناهی، م. ح.، و صداقت زادگان اصفهانی، ش. (۱۳۹۱). منابع قدرت و تفسیر ایدئولوژیک قواعد ورزش بانوان. زن در توسعه و سیاست، ۱۰(۱)، ۲۲-۵.
۲. خوشگویان‌فرد، ع. (۱۳۸۶). روش‌شناسی کیو. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۳. شادی طلب، ژ. (۱۳۸۰). زنان ایران مطالبات و انتظارات. نامه علوم اجتماعی، ۱۸(۱)، ۶۲-۳۱.
۴. قراخانلو، ر.، و نیسیان، ف. (۱۳۸۶). بررسی نگرش اقشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان. پژوهش در علوم ورزشی، ۵(۱۷)، ۵۰-۳۳.

5. Battista, R. R. (1990). Personal meaning: Attraction to sports participation. *Perceptual and Motor Skills*, 70(3), 1003–1009.
6. Brown, S. R. (1996). Q methodology and qualitative research. *Qualitative Health Research*, 6(4), 561-567.
7. Brustad, R. J. (1988). Affective outcomes in competitive youth sport: The influence of intrapersonal and socialization factors. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 10(3), 307–321.
8. Corr, S. (2001). An introduction to Q Methodology: A research technique. *British Journal of Occupational Therapy*, 4(6), 293-297.
9. Cote, J. (1999). The influence of family in the development of talent in sport. *The Sport Psychologist*, 13(4), 395–417.
10. Donner, J. (2001). Using Q-sort in participatory processes: An introduction to the methodology. *Social Development Paper*, 36(4), 24-49.
11. Holland, A., & Andre, T. (1994). Athletic participation and the social status of adolescent males and females. *Youth & Society*, 25(3), 388–407.
12. Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *Beginning qualitative research: A Philosophic and practical guide*. London: The Falmer Press.
13. McKeown, B. F., & Thomas, D. (1988). *Q methodology*. Sage Publication, Inc.
14. Scanlan, T. K., & Lewthwaite, R. (1986). Social psychological aspects of competition for male youth sport participants IV: Predictors of enjoyment. *Journal of Sport Psychology*, 8(1), 25–35.
15. Shaffer, D. R., & Wittes, E. (2006). Women's precollege sports participation, enjoyment of sports, and self-esteem. *Sex Roles*, 55(3), 225-232.
16. Snyder, E. E., & Spreitzer, E. (1979). Orientations toward sport: Intrinsic, normative, and extrinsic. *Journal of Sport Psychology*, 1(2), 170–175.