

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران

محمدرضا بنی اسدی^۱

بهرام قدیمی^۲

کاوه خبیری^۳

زهرا علیپور درویش^۴

شهلا حجت^۵

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

چکیده

مدارای اجتماعی یکی از مفاهیم حیاتی در علوم انسانی و عاملی در جهت تقویت و تسهیل تعامل بین افراد در سطوح مختلف در جامعه است. پژوهش حاضر با استفاده از مبانی تئوریک مدارای اجتماعی در حوزه جامعه‌شناسی و با روش تحقیق ترکیبی به دنبال شناسایی و تدوین مدل جامعه‌شناختی مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران است. پژوهش حاضر در دو مرحله انجام گرفته است که در مرحله کیفی از روش نظریه زمینه‌ای (استراوس و کوربین) و در مرحله کمی از روش پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران بود که تعداد نمونه کیفی پژوهش ۱۷ و تعداد نمونه کمی ۳۹۹ نفر انتخاب شدند. شیوه نمونه‌گیری در مرحله کیفی، گلوله‌برفی و در مرحله کمی، سهمیه‌ای بود. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از شیوه کدگذاری و در بخش کمی از رگرسیون چند متغیره استفاده شد. پس از ترکیب نتایج بخش کیفی و کمی پژوهش، مدل ترکیبی مدارای اجتماعی تماشاگران ارائه گردید که پیامدهایی هم‌چون تعامل همدلانه و بهزیستی تماشاگران فوتبال را به دنبال خواهد داشت.

واژگان کلیدی: مدارای اجتماعی، تماشاگران فوتبال، تعامل، لیگ برتر فوتبال.

۱- دانشجوی دکتری گروه جامعه‌شناسی ورزش، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی ورزش، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

dr.b.ghadimi@gmail.com

۳- استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۴- استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۵- استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

مقدمه

موضوع تعامل و ارتباط در تاریخ بشر، هیچ‌گاه به گستردگی امروز محل بحث و مناقشه نبوده و این از آن روست که آدمیان هرگز اهمیت تفاوت را چنین ملموس و گسترده به صورت رویارویی هر روزه با دیگر بودگی^۱ تجربه نکرده بودند (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۳: ۱). در واقع در جامعه جدید و با گسترش ارتباطات محلی، ملی و بین‌المللی، برگ نوینی از تاریخ ورق می‌خورد و مردمان سراسر دنیا، امکان تعامل وسیع و مداوم با یکدیگر را پیدا می‌کنند اما با وجود چنین روابط گسترده، بی‌شک تفاوت‌ها و تناقضات نیز افزایش پیدا می‌کنند. به عبارت دیگر برخی از افراد یا گروه‌ها به دنبال آن بوده‌اند تا تفاوت‌ها را از مجاری مختلفی از قبیل سرکوب، خشونت، توهین، بی‌احترامی و ... به نفع منافع و اهداف خود از بین برده و نوعی یکسان‌سازی ارزشی را در جامعه اجرا نمایند. لذا پذیرش و درک نظرات متفاوت یا همان مدارای اجتماعی حائز اهمیت خواهد بود (اونق، ۱۳۹۸: ۱۰۴). بنابراین چالش فراروی دولت‌ها، ملت‌ها و گروه‌های اجتماعی، یافتن شیوه‌های کانالیزه کردن این گونه روابط به سمت تجربیات دموکراتیکی است که مفاهمه و گفتگو بین گروه‌های اجتماعی و نیز مبانی حقوق بشر، برابری جنسیتی، نژادی، دینی، قومی و ... را تقویت می‌کند. یکی از شیوه‌های عمده و رایج، مدارای اجتماعی می‌باشد. به همین دلیل برخی از اندیشمندان اجتماعی مدارای اجتماعی را برای کنش ارتباطی و مفاهمه‌ای ضروری می‌دانند و آن را جوهره دموکراسی می‌دانند (بشیریه، ۱۳۷۴: ۶۱).

مدارا را می‌توان پذیرش و کنار آمدن با افراد و گروه‌هایی که از نظر نظام ارزشی و عقیدتی با ما متفاوت هستند، تعریف کرد (کابایاشی، ۲۰۱۰: ۵۴۷). از نظر منداس، مدارا در وضعیتی پدید می‌آید که تفاوت میان افراد وجود دارد و مردم از این تفاوت‌ها آگاه‌اند. در تعریفی دیگر مدارا یعنی آزاد گذاشتن دیگران یا خودداری از آزار آن‌ها، خواه از طریق قانون یا از طریق آنچه جان استوارت میل، استبداد افکار عمومی می‌نامد (ادیبی‌سده و دیگران، ۱۳۹۱: ۵۴). بدین معنی که مدارا، آزاد گذاشتن دیگران برای داشتن ویژگی‌های شخصی یا نگهداری عقاید و اعمالی را توصیف می‌کند که دیگران آن را به عنوان عملی اشتباه یا تفرانگیز در نظر می‌گیرند (دنيس بیٲٲس، ۲۰۰۷: ۳). به عبارت دیگر عمل^{مدارا} زمانی معنا دارد که امکان استفاده از زور و خشونت وجود داشته باشد. بدین ترتیب مدارا به عنوان فضیلتی اجتماعی و قاعده‌ای سیاسی، امکان همزیستی مسالمت‌آمیز افراد و گروه‌هایی را فراهم می‌کند که دیدگاه‌های متفاوتی دارند و با روش‌های متفاوت در جامعه‌ای واحد زندگی می‌کنند (گالوتی، ۲۰۰۲: ۲۷۵).

با توجه به تعاریف می‌توان گفت؛ امروزه، مدارای اجتماعی نه به عنوان یک ضرورت اخلاقی، بلکه به عنوان یک ارزش اجتماعی که باید یک جامعه کثرت‌گرا دارای آن باشد، مطرح است (تسانگ، ۲۰۱۴: ۲۸۶). مدارا یک هدف نیست، بلکه وسیله‌ای برای بهبود حداقل کیفی روابط اجتماعی و اجتناب از خشونت و اجبار است. وجود مدارا در بین افراد، آن‌ها را تبدیل به انسان‌هایی مثبت می‌کند که توانایی

1- otherness

استفاده از فرصت‌های اجتماعی را به منظور ارتقاء خود و نیز پیشبرد فرهنگ صلح، خواهند داشت (یونسکو ۱۹۹۵). اهمیت مدارا در جوامع امروز و گروه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که بشیریه جوهر دموکراسی را مدارا دانسته (۱۳۷۴: ۶۱)، هابرماس نیز آن را برای کنش ارتباطی و مفاهمه‌ای ضروری می‌داند (۱۳۷۹: ۱۵۸). در صورت وجود مدارا، روحیه نقادی و مسؤولیت‌پذیری رشد می‌کند، روابط کلامی و ارتباطی بهبود یافته و امکان گفتگو در جامعه فراهم می‌شود و افراد جامعه برای کسب تجربیات تازه و گسترش نوآوری و مشارکت اجتماعی آماده می‌شوند و می‌تواند بسترساز اعتماد و امنیت در جامعه بوده و به واسطه شکل‌گیری روابط معنی‌دار، روحیه جمعی را تقویت نماید و در صورت فقدان آن، روحیه انزوا طلبی، تکروی و گریز از کار جمعی در جامعه تقویت می‌شود (جلالیان، ۱۳۹۷: ۱۳۶). باید توجه داشت مادامی که افراد جامعه‌ای دارای اعتقادات متفاوت باشند، با یکدیگر اختلاف پیدا می‌کنند و اگر قرار باشد بیش‌تر آن‌ها اهل مدارای اجتماعی نباشند، صلح اجتماعی آن جامعه غیرممکن خواهد شد. (سادا ژاندرون، ۱۳۷۸: ۵۶).

میدان ورزش نیز بخشی از جامعه است و به قول نوربرت الیاس؛ شناخت ورزش کلید شناخت جامعه است (صداقت زادگان، ۱۳۸۴: ۱). تا آنجا که در قاموس جامعه‌شناسی از آن به‌عنوان بارزترین نمودهای زندگی اجتماعی و فرهنگی یاد شده است و آن را در عقلانی شدن زندگی اجتماعی و توسعه جوامع مدرن مؤثر می‌دانند. این پدیده به‌عنوان جنبش اجتماعی نوین جهت فهم نمادهای مشترک ملی یاد شده که قادر به فراهم سازی مقدمات لازم برای کنش ارتباطی در راستای ایجاد توافق و تفاهم بین افراد در راه نیل به انسجام اجتماعی می‌باشد (جوآنمرد و نوابخش، ۱۳۹۳: ۳۹). از میان همه رشته‌های ورزشی که امروزه در جوامع مختلف رواج دارند، بدون شک فوتبال از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. امروزه فوتبال به ورزشی فرا منطقه‌ای تبدیل شده و قابلیت بالقوه‌ای در آن وجود دارد که می‌تواند بر سیاست، اقتصاد و حتی فرهنگ تأثیر بگذارد. ضمن آنکه حوزه فوتبال نیز خود تحت تأثیر حوزه‌های فوق قرار دارد. با توجه به ویژگی‌هایی و کارکردهایی چون نظم، قانون، قاعده، تخصص، مهارت، هدایت، نظارت، تابعیت و حرکت جمعی می‌توان گفت که فوتبال مربوط به دوره مدرنیسم است که توانسته در دنیای مدرن که اقتصاد، سیاست و فرهنگ مشخصه اصلی آن است، ساختار و سازمان مستحکمی را بنا نهد. فوتبال یک حوزه‌ای فراتر از صرف بازی دارد که در زندگی اجتماعی تأثیر گذار شده است (قاسمی و دیگران ۱۳۸۸، ۲۳-۲۴). با این حال این پدیده جهانی امروزه با چالش‌های جدی روبه‌روست که به راحتی نمی‌توان از آن گذر نمود. یکی از این چالش‌ها، رفتارهای نامناسب، توهین آمیز و فاقد احترام تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها است. شواهد و تحقیقات انجام شده در مورد رفتارهای تماشاگران نشان می‌دهد که رفتارهایی در تعارض با مدارای اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال به کرات مشاهده شده است (آقایی و ملا نوروزی، ۱۳۹۷). این رفتارها، مختص یک کشور، یک شهر و یک ورزشگاه نیست. در کشورهای مختلف از جمله آلمان، کره جنوبی، ترکیه، ایتالیا، پرتغال، انگلستان، هلند، برزیل، روسیه، کلمبیا، بلژیک، فرانسه،

اسکاتلند، دانمارک، آرژانتین، ژاپن، چین و... این رفتارها وجود داشته و دارد (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۳-۷۸). در بین تماشاگران ایرانی نیز شواهد حاکی از آن است که خشونت، توهین و بی احترامی بین تماشاگران فوتبال در ایران در حال افزایش است (رحمتی، ۱۳۸۲: ۸۲) و آن را تبدیل به یک چالش اجتماعی نموده که این چالش می‌تواند عواقب ناگواری مثل؛ خدشه‌دار کردن حیثیت و فرهنگ ملی، تعلیق تماشاگران، محروم شدن تیم‌ها از حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها، تعلیق فوتبال ملی توسط نهادهای بین‌المللی و از همه مهم‌تر افزایش خشونت بین تماشاگران و محروم کردن آن‌ها مزایای مثبت و مؤثر این ورزش در ایران باشد و این چالش اجتماعی را تبدیل به مسئله اجتماعی نماید. لذا پرداختن به موضوع تعامل و مدارای اجتماعی تماشاگران ضروری و از اهمیت برخوردار است. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدل مدارای اجتماعی در بین تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران است و به دنبال پاسخگویی به این سوال اساسی است که مدل مناسب مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال در ایران کدام است؟

بررسی مطالعات مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی مسجمی در این زمینه انجام نشده است، ضمن اینکه ارائه مدل یا الگویی برای توسعه مدارای اجتماعی تماشاگران نیز ارائه نگردیده است. البته تحقیقات و پژوهش‌های متعددی صورت پذیرفته است که به صورت غیر مستقیم با مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال مرتبط است که هر یک از این پژوهش‌ها از یک زاویه موضوع مورد بحث را مورد مطالعه قرار داده‌اند برخی به رابطه یک متغیر (سرمایه اجتماعی، فرهنگی، نوع خانواده، طبقه و ...) با متغیر مدارای اجتماعی پرداخته‌اند. تعدادی سنجش و تبیین مدارا مبتنی بر گونه‌شناسی از آن را مد نظر قرار داده‌اند. دسته‌ای دیگر از این پژوهش‌ها، از نظریه جامعه‌شناسی تنها برای تعریف متغیرهای مؤثر بر مدارای اجتماعی استفاده کرده‌اند و کم‌تر از نظریات جامعه‌شناختی برای تبیین مدارا استفاده شده است. ضمن اینکه بیشتر تحقیقات انجام شده در بین دانشجویان، معلمان و قومیت‌ها انجام شده است. همچنین با بررسی‌های انجام شده در حوزه جامعه‌شناسی ورزش و بین تماشاگران فوتبال مشخص شد در ایران تحقیقی تاکنون در زمینه مدارای اجتماعی انجام نشده است و فقط تحقیقاتی وجود دارند که با عنوان فرعی وندالیسم، اوباشی‌گری، بی احترامی و خشونت تماشاگران (نقطه مقابل مدارای اجتماعی) نسبت به یکدیگر در ورزش فوتبال را برگزیده‌اند. نهایتاً اینکه در تحقیقات صورت گرفته در زمینه مدارای اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، متغیرها، فرضیه‌ها و رویکردهای متعددی از جمله؛ میزان تماس بین افراد، رقابت، یادگیری، تحصیلات، سن، شبکه‌های اجتماعی، مکان، نقش رسانه‌ها، سرمایه فرهنگی، مدرسه، نقش انجمن‌ها، و ... مطرح شده است که اکثر تحقیقات انجام شده بیش‌تر با روش کمی و پیمایشی صورت گرفته است، بنابراین جای پژوهشی با رویکرد ترکیبی خالی است.

برای تفسیر و تبیین مدارای اجتماعی، دیدگاه‌های گوناگونی وجود دارد که به بازشناسی عوامل مؤثر بر این رفتار اجتماعی کمک می‌کند. این تبیین‌ها بر عوامل هستی‌شناختی، زیست‌شناختی، جامعه‌شناختی

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

و روان‌شناختی اجتماعی تأکید کرده‌اند (جهانگیری و افراسیابی، ۱۳۹۰). متفکرینی که مبنای هستی‌شناختی برای مدارا و عدم مدارا در نظر می‌گیرند، بر این باورند که ناسازگاری و عدم مدارا، در سرشت طبیعت بنا نهاده شده و عین عالم طبیعت است (فتحعلی، ۱۳۷۸: ۲۹). گروهی دیگر از متفکرین بر نقش عوامل زیست‌شناختی بر مدارا و عدم مدارا تأکید می‌کنند و براین باورند که عدم مدارا صرفاً ریشه‌های زیست‌شناختی دارد (اکو، ۱۳۷۸: ۱۵). متفکرینی هم بر نقش عوامل شخصیتی متمرکز بر مدارای اجتماعی متمرکز می‌شوند و نهایتاً در رویکرد جامعه‌شناختی به مدارا بر نقش مؤثر نهادها و ساختارهای اجتماعی در رفتارهای مداراجویانه تأکید می‌شود (فراستخواه، ۱۳۸۹).

با توجه به اینکه در پژوهش‌های گذشته نظریاتی که هر دو سطح خرد و کلان را در تحلیل‌ها مد نظر قرار دهند، کمتر به کار برده شده است، این پژوهش با رویکرد تلفیقی موضوع مدارای اجتماعی را مورد بررسی قرار می‌دهد و برای چهارچوب مفهومی و تبیین نظری مدارای اجتماعی از نظریات جامعه‌شناختی آنتونی گیدنز، یورگن هابرماس و پیر بوردیو بهره‌مند شده است. نظریات ذکر شده بر تعامل دو سطح خرد و کلان تأکید می‌نمایند و می‌تواند درک ما از مدارای اجتماعی، شرایط بروز و عوامل مؤثر بر آن را افزایش دهد.

از نظر گیدنز، مهم‌ترین کلید برای فهم دگرگونی‌های اجتماعی، پرداختن به کنش انسانی و ساخت اجتماعی است و باید به نوعی بدنبال بیان رابطه بین عاملیت و ساختار باشد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۷). گیدنز بیان می‌کند که اگرچه مردم در انتخاب کنش‌هایشان آزاد نیستند، بااین حال عاملیتی هستند که ساختار اجتماعی را بازتولید می‌کند (ساعی ۱۳۹۰: ۶۸). بنابراین به جای فرض رابطه تعامل میان فرد (عاملیت) و جامعه (ساختار اجتماعی) پیشنهاد می‌کند که عاملیت و ساختار را صرفاً وجوه مختلف کلیه اعمال اجتماعی (مدارای اجتماعی) بدانیم. گیدنز در این راه از مفهوم دوگانگی ساختار استفاده می‌کند (سیدمن، ۱۳۹۲: ۱۹۱). دوگانگی ساختار به این معناست که ساختارهای اجتماعی هم به وسیله‌ی عاملین انسانی شکل می‌گیرند و هم واسطه‌ای برای این شکل‌گیری هستند (الیوت و ترنر، ۱۳۹۰: ۵۲۰). در واقع ساختارها را انسان‌ها ایجاد می‌کنند، اما آن‌ها هم کنش‌های انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند (کیویستو ۱۳۸۰: ۲۰۲۱). کمک ارزنده‌ای که گیدنز در نظریه ساختاربندی به جامعه‌شناسی ورزش معاصر می‌کند این است که مشخص می‌کند؛ ارتباط معنی‌دار بین زندگی‌های فردی و زمینه‌های ساختاری ضرورت پرسیدن سؤالاتی در مورد فرآیند ساختاری و واقع شدن در زمان مکان رفتار هدفمند همانند نتایج قدرتمند از تغییرات اجتماعی گوناگون می‌باشد (مهرآئین، ۱۳۹۳: ۱۰۰). به نظر گیدنز اعتماد هسته‌ی اصلی روابط اجتماعی و از عوامل مؤثر در رشد و گسترش آن است که موجب تسهیل تعاملات کنشگران می‌شود و زمینه‌ی بروز رفتار مداراجویانه را فراهم می‌کند. مدارای اجتماعی در بستر اعتماد و تعاملات اجتماعی موجودیت پیدا کرده و توسعه و تقویت می‌شود. از نظر گیدنز ارتباط ناب منوط به اعتماد متقابل است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۰) و به افراد اجازه می‌دهد تا با یکدیگر به همکاری بپردازند. هر چقدر سطح روابط

اجتماعی و به تبع آن اعتماد کم‌تر باشد، مدارای اجتماعی کم‌تر می‌شود (چلبی و امیرکافی، ۱۳۸۵: ۱۰). در فضای مبتنی بر اعتماد، ابزارهایی چون زور و کنترل رسمی ضرورت خود را از دست داده و افراد بر پایه‌ی اعتماد متقابل با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (چلبی، ۱۳۸۱: ۱۲) که این موضوع در مورد تماشاگران فوتبال نیز می‌تواند صادق باشد.

هابرماس نیز در کنش ارتباطی تأکید زیادی بر گفتگوی آزاد و بحث آزاد دارد و باور دارد که عقلانیت ارتباطی در همین گفتگوی آزاد است که شکل می‌گیرد. وی در شرح کنش ارتباطی از کنش دیگری به نام کنش عقلانی هدفمند کمک می‌گیرد و کنش ارتباطی را نقطه مقابل این نوع کنش می‌داند. کنش عقلانی هدفمند شامل؛ کنش ابزاری و کنش استراتژیک یا راهبردی است در واقع برای هر دو آن‌ها نگاه ابزاری است کنش ابزاری به کنشگر واحدی مرتبط است که بهترین وسایل دستیابی به یک هدف معین را به‌طور حسابگرانه و عقلانی انتخاب می‌کند. در حالی که کنش استراتژیک با توجه به هدف عقلانی که بر حسب محاسبات خودخواهانه و کسب موفقیت در برابر هموردی است که دارای منافع متضاد باشد است (هابرماس، ۱۹۸۴: ۳۶۷). هابرماس نیز بر لزوم مشخص نمودن چهارچوب مدارا و شرایط آن تأکید و بیان می‌کند که؛ زمان مرزبندی‌ها براساس اتوریته یعنی به نحو یکجانبه صورت گرفته باشد، مدارا دچار نقیصه طرد و رد خودسرانه است. تثبیت مرزها وقتی برای همه قانع کننده است که از مشارکت کنندگان در مدارا پذیرش متقابل چشم اندازها را طلب می‌کند. اگر قرار است مدارا از اتهام عدم مدارا تبرئه گردد باید قواعد رفتار توأم با مدارا خود بتواند بر مبنای اصولی که از هر جهت روشن و مقبول است پذیرفته شود یعنی این پارادوکس حل خود تنها در یک دولت دموکراتیک می‌تواند بیابد (هابرماس، ۱۳۸۱: ۷۸). هابرماس یکی از پیش شرط‌های اساسی مدارا را ایجاد فضای باز برای گفتگو می‌داند، فضایی که در آن دیدگاه‌های رقیب بتوانند به بحث و چالش درآیند. تنها در صورت وجود جهان بینی‌های رقیب است که مدارا بر پذیرش داعیه‌های اعتبار منافی یکدیگر دلالت دارد. وی اعتقاد دارد از راه تفاهم، ارتباط و آزاد شدن پتانسیل عقل فرایند اصلی تاریخ جهان تشکیل می‌شود و به عقلانی شدن (زیست جهان) می‌انجامد و سلامت جامعه در گرو گسترش توانایی تفاهم است و از این طریق مفهوم حوزه عمومی هابرماس شکل می‌یابد، حوزه عمومی جایی است که رها از هرگونه زور و آزادانه افراد جامعه می‌توانند تبادل نظر کنند و از این طریق بکوشند به تفاهم دست یابند و حقیقت را جستجو کنند، زیرا حقیقت (مدارا) را امری بین‌الذهانی نه محصول یک ذهن می‌داند (باقی، ۱۳۸۳: ۱۱۹). با توجه به نظریه کنش ارتباطی در مورد تماشاگران فوتبال می‌توان گفت؛ مشتقات اخلاقی موجود در ورزش‌ها تنها محدود به میدان بازی و ورزشکاران نمی‌شود. در واقع، وقتی که ما در رفتار غیر مدارا جویانه تماشاگران درست دقت می‌کنیم، بیش‌تر این رسوایی را در بین جوانان اوباش می‌بینیم. در همه این موارد به نظر هابرماس استدلال ابزاری در استدلال اخلاقی نیز رسوخ کرده و زوال اجتماعی اخلاقی در مجموعه‌ای از میدان ورزش به ویژه در بین تماشاگران معاصر در ورزش‌ها ظاهر شده است (مهر آیین، ۱۳۹۳: ۱۲۶). به عبارت

دیگر بر اساس تئوری هابرماس فقدان مدارای اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال به این دلیل است استدلال ابزاری در استدلال اخلاقی در فضای عمومی بین تماشاگران فوتبال رسوخ کرده و زوال اجتماعی اخلاقی در این فضای عمومی ظاهر شده است.

در این زمینه بورديو نیز از جمله جامعه شناسانی است که به تلفیق دو رهیافت کنش و ساختار معتقد است. وی رابطه دیالکتیکی میان عاملیت و ساختار را بیان می کند و معتقد است ساختار اجتماعی و ساخت‌های ذهنی با رابطه مضاعف از تطابق و ترکیب مشترک به یکدیگر پیوسته است. آنها را با مجموعه‌ای از مفاهیمی چون؛ عادت‌واره، سرمایه و میدان بیان می‌کند. عادت‌واره و میدان قلب کاربردی و تلاشی است در راستای غلبه بر تقابل عینیت‌گرایی و ذهنیت‌گرایی و پیوند زدن و رابطه دیالکتیکی شان آنها با هم می‌باشد (نقیب‌زاده و استوار، ۱۳۹۱: ۲۸۴). از طرف دیگر عادت‌واره به‌عنوان میانجی و واسطه بین تأثیرات گذشته و انگیزه‌ها و محرک‌های کنونی، در آن واحد هم ساخت‌مند است، چرا که به وسیله نیروهای اجتماعی الگودار تولید می‌شود و هم ساخت دهنده. عادت‌واره به فعالیت‌های متنوع و گوناگون فرد در حوزه های منفک مختلف زندگی شکل داده و بدان انسجام می‌بخشد (گلابی و دیگران ۱۳۹۴: ۱۲۹-۱۲۶). از نظر بورديو مهم ترین عواملی که می‌توانند نحوه توزیع رفتارهای (مداری اجتماعی) تماشاگران ورزشی را در طبقات مختلف جامعه توضیح دهند عبارتند از: سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و وقت و زمان آزاد.

مقاله حاضر با استفاده از تئوری‌های ذکر شده و با هدف توسعه جامعه‌شناختی به دنبال ارائه مدل ترکیبی مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش فوتبال لیگ برتر با رویکرد روش تحقیق آمیخته و به شیوه زاویه‌بندی و بر پایه داده‌های کیفی و کمی مأخوذ از کنشگران اجتماعی می‌باشد. جهت حصول به هدف مدل پارادایمی ترکیبی مورد نظر پژوهش، در بخش کیفی ثبت تفاسیر و برداشت‌های ذهنی کنشگران اجتماعی مد نظر قرار گرفته است و راستی آزمایی و تأیید تجربی مدل پارادایمی مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش فوتبال لیگ برتر باشگاه‌های ایرانی از اهداف بخش کمی است. تا پژوهشگران را به مقوله مدارای اجتماعی در این زمینه به عنوان شیوه‌ای نو درجهت تعاملات مثبت انسانی در بین تماشاگران جلب کند.

روش

این مطالعه از نوع پژوهش‌های ترکیبی با طرح زاویه‌بندی همزمان (جدول ۱) می‌باشد. این استراتژی از روش‌های کمی و کیفی به صورت همزمان استفاده می‌کند تا از نقطه قوت یک روش برای جبران و ضعف روش دیگری استفاده نماید (ایمان، ۱۳۹۳: ۲۷۸-۲۷۷). در این پژوهش ابتدا در بخش کیفی پژوهش با استفاده از تکنیک گراند تئوری بر مبنای مدل استراوس و کوربین به ماهیت تفهیمی مدارای اجتماعی تماشاگران و نسبت محقق با وجوه ذهنی این واقعیت با کمک از پارادایم پراگماتیسم پرداخته

شده است. مطالعه پارادایم پراگماتیسم مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش متضمن پیش فرض‌های خاص خود است. براین اساس، از لحاظ هستی‌شناسی، مدارای اجتماعی تماشاگران، یک پدیده‌ای است که نقطه نظرهای گوناگون مرتبط با این واقعیت اجتماعی وجود دارد و بهترین تبیین‌ها در قالب نظام‌های ارزشی شخصی ارائه می‌شود. از لحاظ معرفت‌شناسی، هم نقطه نظر عینی و هم نقطه نظر ذهنی (بسته به مرحله چرخه تحقیق مدارای اجتماعی تماشاگران) اهمیت دارد و لذا از لحاظ روش‌شناسی دارای ابعاد و تأویل و تفسیرهای گوناگون می‌باشد.

جدول (۱): استراتژی ترکیبی زاویه بندی - همزمان

نوع طرح	کاربرد	اولویت	مرحله ترکیب داده‌ها	چار چوب نظری	توضیحات
استراتژی ترکیبی زاویه بندی - همزمان	گردآوری همزمان داده‌های کیفی و داده‌های کمی	در این پژوهش روش کیفی مقدم است.	در مرحله تفسیر داده‌ها	دارد	---

جامعه آماری مورد بررسی در بخش کیفی پژوهش تعدادی از صاحب‌نظران حوزه جامعه‌شناسی ورزش شامل؛ دانشجویان دکتری و دکتری جامعه‌شناسی ورزش می‌باشند و در بخش کمی جامعه آماری مورد نظر شامل تماشاگران و طرفداران تیم‌های فوتبال لیگ نوزدهم فوتبال لیگ برتر ایران بود. حجم نمونه در بخش کیفی با استفاده از نمونه‌گیری گلوله‌برفی و اشباع نظری داده‌ها ۱۷ نفر و در بخش کمی، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۹۹ نفر با استفاده از نمونه‌گیری سهمیه‌ای تعیین شده است. نهایتاً اینکه داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از مصاحبه نیمه ساخت‌یافته، مشاهده، اسناد و مدارک و در بخش کمی از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. برای ساخت پرسشنامه بخش کمی از داده‌های بخش کیفی بهره گرفته شده است.

در مقاله حاضر پایایی یا اعتبار^۱ یافته‌های پژوهش در بخش کیفی از روش توافق درون موضوعی استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه باروش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری جامعه‌شناسی ورزش درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کنند. در هرکدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر مشابه هستند به عنوان «توافق» و کدهای غیر مشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص شد. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد. شاخص پایایی توافق درون موضوعی (۰/۸۵) نشان داد که کدهای استخراج شده از پایایی برخوردار است.

1- Validity

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

جدول (۲): شاخص پایایی توافق درون موضوعی

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل داده ها	تعداد کل توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
۱	دوم	۸۰	۳۵	۷	۸۷
۲	پنجم	۹۰	۴۲	۱۵	۹۳
۳	هشتم	۵۲	۱۸	۱۰	۶۹
	کل	۲۲۲	۹۵	۳۲	۸۵

برای آزمون روایی^۱ داده‌ها در بخش کیفی از شیوه همسازی بیرونی^۲ (کنترل توسط اعضا، استفاده از تکنیک ممیزی (بررسی و تأیید داده‌ها توسط چندین تن از اساتید جامعه‌شناسی ورزش، علوم اجتماعی و تربیت بدنی) داده‌ها مناسب تشخیص داده و بکار گرفته شد. جهت تحلیل روایی^۳ ابزار اندازه‌گیری تحقیق در بخش کمی پژوهش، روایی سازه‌ها به روش تحلیل عاملی تأییدی و روایی تشخیصی با استفاده از میانگین واریانس استخراج شده است. تحلیل عاملی تأییدی، همسویی سوالات پرسشنامه جهت اندازه‌گیری مفاهیم مربوطه را نشان می‌دهد. نتایج مربوط به این تحلیل در بررسی معادلات ساختاری تحقیق به روش عاملی نشان داد که اندازه شاخص میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای مورد بررسی در پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد؛ بنابراین سازه‌های پرسشنامه یا به عبارتی مؤلفه‌های تحقیق از روایی تشخیصی مطلوبی برخوردارند. سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ^۴ و ضریب پایایی ترکیبی بررسی شده است. که نتایج نشان داد که اندازه ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی مؤلفه‌ها بزرگتر از سطح قابل قبول (۰/۶۰) می‌باشند، لذا سازه‌های پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار بودند.

متغیر وابسته در این پژوهش «مدارای اجتماعی» می‌باشد. در حالی که، اعتماد اجتماعی، تسهیلات، دین‌داری، مدارای خانوادگی، سرمایه فرهنگی، استفاده از رسانه، یادگیری، طبقه اجتماعی، عدالت اجتماعی، رفتار جمعی، کنترل اجتماعی، نقش گروه‌های مرجع، و رضایت‌مندی از مدیریت به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق در بخش کیفی پژوهش شناسایی و در بخش کمی پژوهش مورد آزمون قرار گرفتند.

یافته‌ها

در بخش کیفی این پژوهش به منظور رسیدن به هدف پژوهش، پس از مطالعات صورت گرفته و مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۱۷ نفر از افراد متخصص (دکتری و دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش) انجام گرفت. در حالی که بعد از مصاحبه دهم، تقریباً داده‌ها تکراری بودند و اشباع نظری حاصل شده بود، برای اطمینان و اعتبار بیشتر، این فرآیند تا مصاحبه آخر ادامه یافت. سپس مصاحبه‌های حاصله در نرم افزار مکس کیودا ۱۰ قرار داده شده و کد گذاری باز انجام شد.

- 1- Reliability
- 2- External consistency
- 3- Reliability
- 4- Cronbachs Alpha

تغییرات اجتماعی- فرهنگی، سال هجدهم، شماره هفتاد و یکم، زمستان ۱۴۰۰

جدول (۳): مشخصات مصاحبه‌کننده‌ها

موضوع	گروه سنی	جنسیت	مدارک تحصیلی	سمت
شاخص	۴۰-۳۰	مرد	دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش	محقق
	۵۰-۴۱	زن	دکتری جامعه‌شناسی ورزش	معلم
	۶۰-۵۱	مرد	دکتری جامعه‌شناسی ورزش	معلم
فراوانی	۱۴	۴	۱۲	۳
درصد	۸۲	۲۴	۷۱	۱۸

بعد از جمع‌آوری مصاحبه‌ها به همراه مستندات و مشاهدات محقق، داده‌ها کد گذاری (باز (اولیه)، محوری (ثانویه) و گزینشی) شد و مدل اولیه با روش نظریه زمینه‌ای ارائه گردید. با توصیف داده‌های بخش کمی مشخص گردید که بیشترین فراوانی تماشاگران پاسنگو برحسب سن، مربوط به گروه سنی ۲۵-۲۹ سال به میزان ۲۱ درصد است. حدود ۵۹ درصد (۲۳۲ نفر) از آن‌ها مجرد بودند. بیشترین درصد (۳۳ درصد) پاسنگویان لیسانس بودند و کمترین درصد پاسنگویان (۷ درصد) تحصیلات دکتری و بالاتر داشته‌اند. حدود ۶۳ درصد از پاسنگویان شاغل (۲۴۶ نفر) و ۳۷ درصد (۱۴۷ نفر) از آن‌ها بیکار بوده‌اند. پاسنگویان تیم‌های پرسپولیس (۲۶/۴ درصد) و استقلال (۲۵/۴ درصد) بیشترین فراوانی را به خودشان اختصاص دادند (جدول ۴). پاسنگویان تیم‌های پیکان و ماشین سازی تبریز با حدود یک درصد کمترین فراوانی را به خودشان اختصاص داده‌اند. پاسنگویان قومیت فارس (۳۱/۴ درصد) و آذری (۲۷/۴ درصد) بیشترین فراوانی و پاسنگویان قومیت ارمنی و کلدانی (۰/۳) کمترین فراوانی را به خودشان اختصاص داده‌اند.

جدول (۴): توزیع فراوانی و درصدی تماشاگران بر حسب طرفداری از تیم مورد علاقه

ردیف	طرفدار تیم	فراوانی	درصد
۱	استقلال	۱۰۱	۲۵/۴
۲	پارس جنوبی جم	۲۴	۰/۶
۳	پرسپولیس	۱۰۵	۲۶/۴
۴	پیکان	۵	۱/۳
۵	تراکتور	۴۰	۱۰/۱
۶	ذوب آهن	۶	۱/۵
۷	سایپا	۶	۱/۵
۸	سپاهان	۲۹	۷/۳
۹	شاهین شهرداری بوشهر	۶	۱/۵
۱۰	شهر خودرو	۱۰	۲/۵
۱۱	صنعت نفت آبادان	۱۵	۳/۸
۱۲	فولاد خوزستان	۱۰	۲/۵
۱۳	گل گهر سیرجان	۶	۱/۵
۱۴	ماشین سازی تبریز	۵	۱/۳
۱۵	نساچی مازندران	۲۰	۰/۵
۱۶	نفت مسجد سلیمان	۱۰	۲/۵
	جمع	۳۹۸	۱۰۰

همچنین سایر یافته‌های اجتماعی - جمعیتی تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران نشان داد که؛ حدود ۶۰ درصد تماشاگران از رسانه‌های جمعی استفاده می‌کنند و بیش‌تر آن‌ها اظهار داشتند که از فضای مجازی نسبت به سایر رسانه‌ها بیش‌تر استفاده می‌کنند. اکثر پاسخگویان از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردار و جزء طبقه متوسط و اکثر دیندار و مذهبی بودند. همچنین اکثریت قابل توجهی از تماشاگران (حدود ۵۴ درصد)، از تسهیلات ارائه شده ورزشگاه‌ها در حد متوسطی رضایت داشتند و معتقد بودند که گروه مرجع و شرایط حاکم بر ورزشگاه نقش اساسی در رفتار و مدارای اجتماعی در بین آن‌ها دارد و از بین گروه‌های مرجع رفتار بازیکنان پر طرفدار برای آن‌ها از اهمیت بیش‌تری نسبت به سایر گروه‌های مرجع برخوردار می‌باشد. پاسخگویان در حد متوسطی از مدیریت شامل اموری چون؛ برنامه‌ریزی، اجرای قوانین، عدالت محوری رضایت داشتند و به نهادهای بنیادی، سازمانی، سیاسی و همچنین به دوستانشان در حد متوسطی اعتماد داشتند و معتقد بودند که در فوتبال ایران مدیران، عدالت محوری را در حد متوسطی در دستور کار خودشان قرار می‌دهند و اینکه تماشاگران اظهار داشتند که در حد بسیار زیادی خانواده‌های مدارا جویی دارند. نهایتاً اینکه توصیف متغیر وابسته مدارای اجتماعی تماشاگران نشان داد که اکثریت تماشاگران از مدارای اجتماعی بالایی برخوردارند.

یافته‌های استنباطی؛ پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال لیگ برتر فوتبال ایران طراحی شده است؛ بنابراین ابتدا به مبحث یافته‌های استنباطی بخش کیفی و مدل استخراج شده از این بخش شامل؛ ابعاد و مولفه‌های مدل پارادایمی مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش فوتبال لیگ برتر ایران براساس تفاسیر و برداشت‌های ذهنی آن‌ها ارائه می‌گردد. سپس با استفاده از داده‌های بخش کمی، مدل پارادایمی مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش فوتبال لیگ برتر فوتبال ایران از نظر تجربی راستی آزمایی شد.

یافته‌های بخش کیفی؛ پژوهش با اتخاذ از رویکردی کیفی و با استعانت از روش گراندد تئوری (شیوه استروس و کوربین) نشان داد که از نظر کنشگران اجتماعی (تماشاگران فوتبال) مفهوم مدارای اجتماعی منحصر به یک بعد نیست و مدارای اجتماعی در ابعاد مختلفی چون بعد قومیتی، سیاسی، دینی، ملیتی، و مدارا با تیم رقیب مطرح می‌شود. نکته دیگر اینکه بزرگ‌ترین چالش مدارای اجتماعی در بین تماشاگران بیش‌تر به بعد قومیتی مدارای اجتماعی مربوط است. همچنین تحلیل دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش پیرامون عوامل اجتماعی مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال منتج به پارادایم زیر شد:

الف) شرایط علی: در مدل نهایی پژوهش شرایط علی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران شامل؛ (۱) عدالت اجتماعی، (۲) دینداری، (۳) اعتماد اجتماعی، (۴) کنترل اجتماعی، (۵) مدارای خانوادگی شناسایی و تأیید شد.

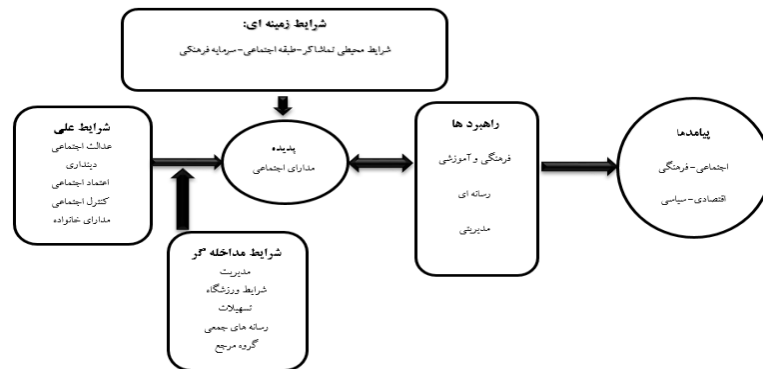
ب) شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران شامل مقولات زیر شناسایی و تأیید شد؛ (۱) طبقه اجتماعی، (۲) سرمایه فرهنگی، (۳) شرایط محیطی تماشاگر شناسایی شدند.

تغییرات اجتماعی- فرهنگی، سال هجدهم، شماره هفتاد و یکم، زمستان ۱۴۰۰

ج) شرایط مداخله‌گر: بر اساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، شرایط زیر به عنوان شرایط مداخله‌گر مدارای اجتماعی تماشاگران شناسایی شد؛ (۱) تسهیلات و امکانات، (۲) نقش مدیریت، (۳) شرایط حاکم بر ورزشگاه، (۴) نقش گروه مرجع، (۵) نقش رسانه‌های جمعی.

د) بر اساس تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، پیامدهای دستیابی به وضعیت مطلوب مدارای اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال از نظر سوژه‌ها در ۴ مقوله محوری (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی) جای گرفت.

ه) براساس تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، دستیابی به وضعیت مطلوب مدارای اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال نیازمند بکارگیری راهبردهای فرهنگی، آموزشی، رسانه‌ای و مدیریتی بیان شده است.



شکل (۱): مدل (اولیه) پارادایمی بخش کیفی بر اساس کدگذاری محوری

یافته‌های بخش کمی؛ در بخش کمی پژوهش برای راستی آزمایی تجربی مدل پارادایمی استخراج شده از بخش کیفی و بررسی رابطه علی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و پی بردن به عوامل مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال، از تکنیک‌های تحلیل رگرسیونی چند متغیره و ضریب تحلیل مسیر بهره گرفته شده است. به طور کلی ضریب رگرسیون برآورد مقدار تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. یعنی با افزایش هر واحد متغیر مستقل، نمره متغیر وابسته به اندازه چند واحد ضریب رگرسیون تغییر می‌کند (دواس، ۱۳۷۶: ۲۱۲). با توجه به اینکه هدف تحقیق ارائه مدل ترکیبی مدارای اجتماعی تماشاگران و بررسی اثر متغیرهای زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر در قالب متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مدارای اجتماعی، طبق تئوری‌های موجود در روش‌های مرسوم آماری، باید متغیر وابسته مدارای اجتماعی دارای توزیع نرمال باشد. این متغیر با محاسبه میانگین امتیاز سوالات مرتبط، مقیاس سازی شده و سپس با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن آن بررسی شده است. نتایج آزمون نرمال بودن متغیر وابسته بر اساس آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در جدول شماره (۵) آورده

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود نتایج نشان داد که مقدار احتمال نرمال بودن توزیع متغیر مدارای اجتماعی برابر با ۰/۰۵۹ و بزرگ‌تر از احتمال خطای نوع اول ۰/۰۵ می‌باشد، لذا در این سطح خطا، فرض نرمال بودن توزیع احتمال این متغیر رد نمی‌شود.

جدول (۵): نتایج مربوط به آزمون کولموگروف-اسمیرنف نرمال بودن توزیع متغیر وابسته

حجم مشاهدات	آماره کولموگروف-اسمیرنف	مقدار احتمال نرمال بودن توزیع متغیر مدارای اجتماعی
۳۹۹	۰/۰۴۴	۰/۰۵۹

سپس در ادامه از رگرسیون چند متغیره و به روش جبری همزمان برای اصلاح الگوی تحلیلی تحقیق، بهره گرفته شده است (جدول ۶).

جدول (۶): ضرایب تأثیر در مدل نهایی تبیین کننده مدارای اجتماعی تماشاگران

مدل	ضریب تأثیر غیر استاندارد B	ضریب تأثیر استاندارد Beta	آماره تی	معناداری	ضرایب همبستگی			آماره های همخطی	
					Zero-order	Partial	Part	تولراتس	VIF
۱	مقدار ثابت	۲/۵۲	۱۲/۸۱	۰/۰۰۰					
	دینداری	-۰/۰۶۵	-۲/۶۴	۰/۰۰۸	-۰/۱۱۶	-۰/۱۳۶	-۰/۱۲۰	۰/۸۸۳	۱/۱۳۳
	گروه مرجع	۰/۷۰	۲/۲۷	۰/۰۲۳	۰/۱۹۸	۰/۱۱۸	۰/۱۰۳	۰/۹۰۲	۱/۱۰۹
	شرایط حاکم بر ورزشگاه	-۰/۰۵۴	۲/۱۴	۰/۰۴۱	-۰/۱۰۱	-۰/۰۶۰	-۰/۰۵۲	۰/۸۲۰	۱/۲۲
	کنترل اجتماعی	-۰/۱۴۴	۲/۹۹	۰/۰۰۳	۰/۳۶۹	-۰/۱۵۴	-۰/۱۳۶	۰/۶۰۶	۱/۶۵
	اعتماد اجتماعی	۰/۰۹۸	۲/۴۷	۰/۰۱۴	۰/۰۲۲	۰/۱۲۸	-۰/۱۱۲	۰/۶۱۷	۱/۶۲
	سرمایه فرهنگی	-۰/۱۶۶	۴/۳۷	۰/۰۰۰	۰/۲۴۵	-۰/۲۲۲	۰/۱۹۸	۰/۷۹۳	۱/۲۶
	مدارای خانوادگی	-۰/۰۹۹	۲/۹۳	۰/۰۰۴	۰/۳۶۱	-۰/۱۵۱	-۰/۱۳۳	۰/۶۳۷	۱/۵۷
	عدالت محوری	-۰/۱۵۱	۴/۷۳	۰/۰۰۰	۰/۲۱۸	-۰/۲۳۹	-۰/۲۱۵	۰/۷۴۷	۱/۳۳۹

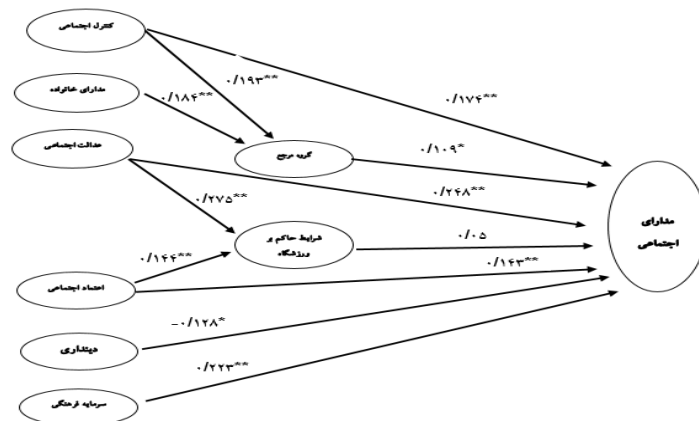
ضرایب تأثیر (جدول شماره ۶) نشان داد که در جامعه آماری متغیرهای مستقل؛ عدالت محوری (بتا معادل ۰/۲۴۸)، سرمایه فرهنگی (بتا معادل ۰/۲۲۳)، متغیر کنترل اجتماعی (بتا معادل ۰/۱۷۴)، متغیر مدارای خانوادگی (بتا معادل ۰/۱۶۷)، اعتماد اجتماعی (بتا معادل ۰/۱۴۳)، گروه مرجع (بتا معادل ۰/۱۰۹)، شرایط حاکم بر ورزشگاه (بتا معادل ۰/۰۵۸) به صورت مستقیم و متغیر دینداری با دارا بودن بتا معادل (۰/۱۲۸-)، به صورت معکوس ضمن تأثیر گذاری، پیش‌بینی کننده میزان مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران بود.

جدول (۷): خلاصه مدل

مدل	ضریب همبستگی چند گانه R	ضریب تبیین R ^۲	ضریب تبیین تعدیل یافته R ^۲	آماره F	معناداری
۱	۰/۴۸۸	۰/۲۳۹	۰/۲۲۲	۱۴/۴۹۵	۰/۰۰۰

نتایج خلاصه مدل رگرسیون چند متغیره (جدول شماره ۷) نشان داد که همبستگی چند گانه هشت متغیر مستقل مورد بررسی در این تحقیق در مدل نهایی، با مدارای اجتماعی تماشاگران $0/488$ بوده است ($R=0/488$). سنجه همخوانی یا ضریب تعیین (R^2) نشان می دهد که $23/9$ درصد از نوسانات در میزان مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال باشگاه های ایرانی توسط متغیرهای؛ دین داری، گروه مرجع، شرایط حاکم بر ورزشگاه، کنترل اجتماعی، اعتماد اجتماعی، سرمایه فرهنگی، مدارای خانوادگی و عدالت محوری قابل توضیح و تبیین است. بعلاوه آزمون F و سطح معناداری نشان می دهد که مدل فوق در سطح $0/99$ معنادار است.

مدل تحلیل مسیر؛ تحلیل مسیر^۱ از رگرسیون خطی دو و چند گانه استفاده می کند تا روابط علی در بین متغیرهایی را که در مدل مشخص شده اند، آزمون کند (ساعی، ۱۳۷۷: ۲۱۷). در این پژوهش برای این منظور ابتدا مدل اولیه که همان متغیرهای استخراج شده برخاسته از مدل بخش کیفی بود، مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج یافته های تحلیل رگرسیون چندگانه ترسیم و نهایتاً ضرایب مسیر آن ها با محاسبه شده و روابط بین متغیر ها مورد بررسی قرار گرفته است (شکل ۲)، که نتایج آن به شرح مدل زیر تشریح می گردد.



$p < 0.05 = *$

$p < 0.01 = **$

شکل شماره (۲): نمودار تحلیل مسیر تبیین مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال

در مدل تحلیل مسیر نهایی ارائه شده سه متغیر مداخله گر استفاده از رسانه ها، تسهیلات و مدیریت به دلیل عدم اثرگذاری معنادار بر مدارای اجتماعی از روند تحلیل حذف شده اند. لذا ضریب بتای سایر

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

متغیرهای اثر گذر در مدل نهایی درج شده و نهایتاً مدل نهایی بخش کمی پژوهش ارائه شد. شرح اثرات مستقیم و غیر مستقیم مدل تحلیل مسیر شرح جدول‌های (۸) و (۹) ارائه شده است.

جدول (۸): اثرات مستقیم در مدل تحلیل مسیر نهایی تبیین مدارای اجتماعی

عنوان متغیرها	اثر مستقیم بر مدارای اجتماعی	اثر مستقیم روی گروه مرجع	اثر مستقیم روی شرایط حاکم بر ورزشگاه
دینداری	-۰/۱۲۸	-	-
گروه مرجع	۰/۱۰۹	-	-
شرایط حاکم بر ورزشگاه	۰/۰۵۸	-	-
کنترل اجتماعی	۰/۱۷۴	۰/۱۹۳	-
اعتماد اجتماعی	۰/۱۴۳	-	۰/۱۴۴
سرمایه فرهنگی	۰/۲۲۳	-	-
مدارای خانوادگی	۰/۱۶۷	۰/۱۸۴	-
عدالت محوری	۰/۲۴۸	-	-۰/۲۷۵

جدول (۹): اثرات غیر مستقیم در مدل تحلیل مسیر نهایی تبیین مدارای اجتماعی

عنوان	اثر غیر مستقیم روی گروه مرجع در تأثیر بر مدارای اجتماعی	اثر غیر مستقیم روی شرایط حاکم بر ورزشگاه در تأثیر بر مدارای اجتماعی
کنترل اجتماعی	۰/۰۳	-
اعتماد اجتماعی	-	۰/۰۲
مدارای خانوادگی	۰/۰۳	-
عدالت محوری	-	-۰/۰۷

شرح ضرایب مسیر در مدل ذکر شده نشان داد که تمامی اثرات مستقیم پذیرفتنی هستند چون دارای مقادیر قدر مطلق بالای ۰/۰۵ هستند ولی در خصوص اثرات غیر مستقیم، فقط اثر غیر مستقیم عدالت اجتماعی بر شرایط حاکم بر ورزشگاه در تأثیر بر مدارای اجتماعی که برابر با ۰/۰۷ است معنادار می‌باشد و سایر اثرات معنادار نیستند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران ورزش فوتبال لیگ برتر ایران بود که برای بررسی دقیق موضوع، پژوهش حاضر مبتنی بر پارادایم پراگماتیسم در مسئله پژوهش متمرکز بود و استفاده از روش ترکیبی مد نظر قرار گرفت. در روش ترکیبی داده‌های کیفی به تبیین نتایج کمی کمک می‌کند و از طرفی نتایج داده‌های کمی به تحلیل داده‌های کیفی کمک می‌کند. برای شروع از مرحله کیفی اقدام شد و سپس به گردآوری داده‌ها پرداخته شد. گزینه‌های متعددی برای پیگیری تبیین‌های بخش کیفی وجود داشت که در این تحقیق، بنیان آن بر مبنای روابط معنی‌دار متغیرهای مستقل بر متغیر مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال قرار داده شد تا با کنکاش در سیستم معانی کنشگران، به چگونگی معنا بخشی آن‌ها به این روابط پرداخته شود. از

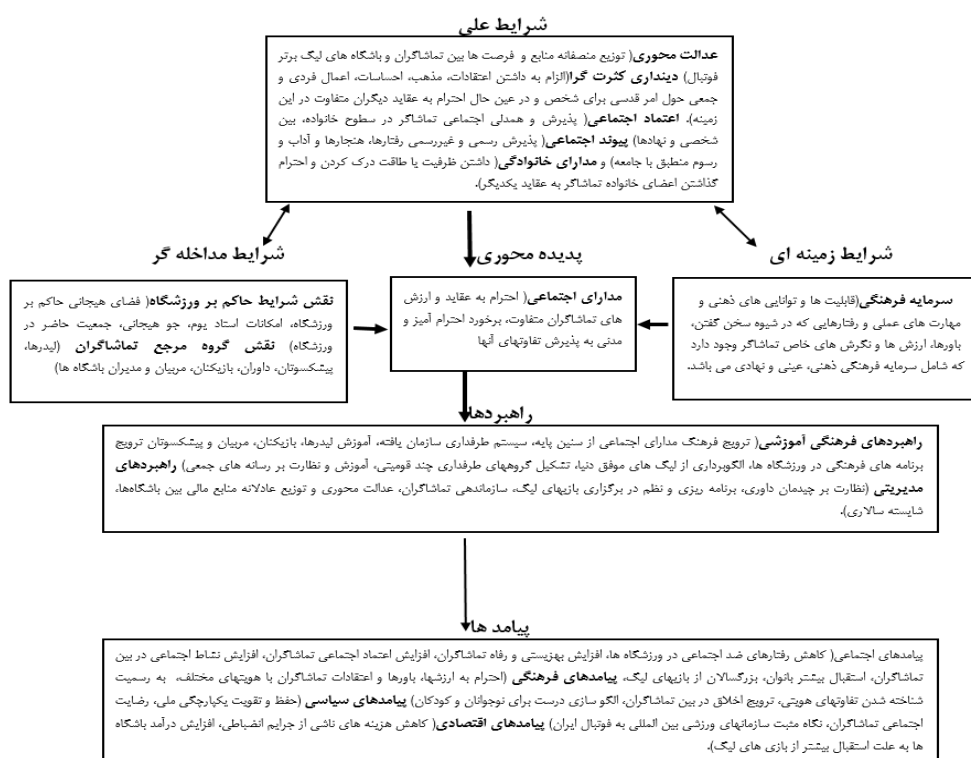
بین روش‌های کیفی، رویکرد زمینه‌ای استراوس و کوربین برای تحلیل داده‌های کیفی استفاده شد، چرا که این رویکرد از روندهای منظم و تحلیلی بر خوردار بوده، مبتنی بر سنت اثباتی است و ظرفیت هم‌خوانی بیش‌تری با روش کمی دارد. در بخش کمی نیز از روش پیمایش استفاده شد که انعطاف‌پذیر و بهترین روش جمع‌آوری داده‌های کمی برای توصیف جمعیت‌های بزرگ می‌باشد. در نهایت ترکیب این دو روش و مقایسه نتایج این دو روش، نتایج نهایی پژوهش را رقم زده است.

یکی از نتایج پژوهش حاضر که از نتایج داده‌های کیفی و کمی پژوهش در مورد وضعیت مدارای اجتماعی تماشاگران بدست آمد، این بود که هم اکثریت متخصصین و خبرگان حوزه جامعه‌شناسی ورزش معتقد به وجود مدارای اجتماعی در بین تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران بودند و هم در نتایج نظر سنجی بخش کمی، مدارای اجتماعی بیش‌تر تماشاگران پاسخگو را در سطح بالای نشان شد. از مقایسه این دو نتیجه می‌توان بیان کرد که بر خلاف برخی از تحقیقات گذشته که معتقد بودند مدارای اجتماعی در بین تماشاگران فوتبال کم‌تر وجود دارد یا اصلاً وجود ندارد، داده‌های این پژوهش نشان داد که مدارای اجتماعی در سطح بالایی در بین تماشاگران وجود دارد. این نتیجه با تحقیقات آقای و صفاری ۱۳۹۷، آقای و همکاران ۱۳۹۸، رحمتی ۱۳۸۳، هماهنگی دارد.

یکی دیگر از نتایج پژوهش شناسایی مدل ترکیبی مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران بود که در فرآیند دو بخش پژوهش بدست آمد. این فرآیند به این صورت بود که ابتدا در بخش کیفی متغیرهای اثرگذار بر مدارای اجتماعی در قالب مدل اولیه شامل؛ شرایط علی مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال (عدالت اجتماعی، دین‌داری، اعتماد اجتماعی، پیوند یا کنترل اجتماعی و مدارای خانوادگی؛ شرایط زمینه‌ای (طبقه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و شرایط محیطی تماشاگر) و نهایتاً شرایط مداخله‌گر (تسهیلات و امکانات، رضایت‌مندی از مدیریت، شرایط حاکم بر ورزشگاه، نقش گروه مرجع و نقش رسانه‌های جمعی) شناسایی و تأیید شد.

سپس در بخش کمی این متغیرها مورد آزمون و تأیید نهایی قرار گرفتند و به صورت مدل نهایی ترکیبی مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران ارائه گردید (شکل ۴). نتایج بدست آمده بخش کمی تحقیق طبق مدل رگرسیونی و ضریب تبیین برای بررسی و تأیید تجربی پارادایم و مدل اولیه بخش کیفی، نشان داد که تمامی متغیرهای علی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران شامل؛ کنترل اجتماعی، مدارای خانوادگی، عدالت اجتماعی، اعتماد اجتماعی به صورت مستقیم و متغیر دین‌داری به صورت معکوس بر مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال لیگ برتر اثر گذارند. لذا همه این متغیرها به عنوان شروط علی مورد تأیید قرار گرفتند. از بین شرایط زمینه‌ای شناسایی شده در بخش کیفی؛ فقط متغیر سرمایه فرهنگی و نهایتاً از بین شرایط مداخله‌گر، متغیرهای؛ شرایط حاکم بر ورزشگاه و گروه مرجع مورد تأیید تجربی قرار گرفتند. سایر نتایج تحقیق نشان داد که متغیرهای؛ مدیریت، استفاده از رسانه‌های جمعی، تسهیلات اثر معناداری روی مدارای اجتماعی ندارند.

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .



شکل (۴): مدل ترکیبی نهایی مدارای اجتماعی تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران

نتیجه نهایی این پژوهش را می توان چنین جمع بندی نمود که مدارای اجتماعی تماشاگران باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران به طور کلی تحت تأثیر متغیرهای زمینه ای، علی و مداخله گری است که به شرایط زمینه ای تماشاگر (عاملیت)، فضا و میدان حاکم بر ورزش فوتبال (ساختار) ایران مرتبط است. به عبارت دیگر مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال یک مفهومی چند سطحی است که در بازاندیشی بین ساختار و عاملیت بروز پیدا می کند. بنابراین باید در بستر رابطه اداراک و فهم شود. مدارای اجتماعی تماشاگران در فضای تعامل بین آن ها جریان پیدا می کند و در بستر روابط آن ها فعال می شود. مدارای اجتماعی تماشاگران فوتبال بر ساختی اجتماعی و محصول تعامل های اجتماعی آن ها با یکدیگر است و در این فرآیند تماشاگران بر حسب نیازها و انتظارشان و منابعی که ساختار ورزش در اختیار آن ها قرار داده است، عمل می کنند. بنابراین هر چقدر هم سازی این دو رویه یا بسترهای اجتماعی و فرهنگی تماشاگران با هم بیش تر باشد، زمینه بهتری برای کنش مداراجویانه بین تماشاگران فراهم می شود. در صورتی که نیازهای تماشاگران به رسمیت شناخته شود، آن ها احساس امنیت بیش تری در روابط با دیگران می کنند که یکی از مولفه های مهم در شکل گیری و دوام ارتباطات است. این امر منجر به تقویت تعاملات و رضایت مندی

آنها شده و باعث می‌شود که تماشاگران فضاهای ارتباطی را مثبت ارزیابی کرده و تمایل بسیاری برای حفظ و تقویت آن داشته باشند و احساس تعلق به جمع کنند. شکل‌گیری شبکه روابط نیز می‌تواند بستری برای پیوند افراد فراهم ساخته و زمینه‌ساز به رسمیت شناختن نیازهای یکدیگر و برآوردن انتظارات و خواسته‌های متقابل باشد. این نتیجه، مؤید نظریات جامعه‌شناختی تلفیقی؛ یورگن هابرماس، آنتونی گیدنز و پیر بوردیو، در رابطه با کنش انسانی است که نکته مشترک همه این نظریات این است؛ بین کنشگر و ساختار رابطه‌ای دوجانبه، بازاندیشانه و بازتولیدی با جامعه و نظام وجود دارد و نباید آن‌ها را دوگانه انگاشت بلکه باید هر دو رهیافت جامعه‌شناسانه را همزمان با یکدیگر به کار گرفت و یگانه‌انگاری را جایگزین دوگانه‌انگاری در نظریه اجتماعی کرد.

با توجه به مدل ترکیبی ارائه شده در این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که نهاد های فرهنگی، اجتماعی و نهادی ورزشی علاوه بر توجه به شرایط فردی تماشاگران به این نکته باید توجه داشته باشند که تماشاگر فوتبال عضوی از جامعه ایرانی است که در بطن جامعه و در شرایط فرهنگی و اجتماعی این جامعه زندگی می‌کند لذا ارتقا، رفتارهای مثبت (مدارای اجتماعی) تماشاگران فوتبال بدون ارتقای شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آن جامعه (ساختارها) میسر نیست.

منابع

- آقایی، مجید؛ ملانوروزی، کیوان. (۱۳۹۷). تحلیل جرم‌شناختی تئوری ناکامی - پرخاشگری در خشونت تماشاگران فوتبال. مطالعات روانشناسی ورزشی. دوره ۷ شماره ۲۶.
- آقایی، مجید و صفاری، علی. (۱۳۹۷). بررسی جرم‌شناختی خشونت تماشاگران فوتبال. نشریه پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی. دوره ۶، شماره ۱۱.
- ادیبی سده، مهدی. (۱۳۹۱). مدارای اجتماعی و ابعاد آن. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی. سال سیزدهم، شماره ۵۰.
- اکو، اومبرتو. (۱۳۷۸). تعاریف بی‌مدارایی، در تسامح از دیروز تا امروز. ترجمه‌ی مازیار مهیمنی و محمدرضا شیخ محمدی. تهران: نشر ثالث.
- اونق، نازمحمد. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین میزان دین‌داری با میزان مدارای اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهر کلاله. تهران. مجله مطالعات جامعه‌شناسی. دوره ۱۲، شماره ۴۲.
- ایمان، محمد تقی. (۱۳۹۶). فلسفه روش تحقیق در علوم انسانی. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بشیریه، حسین. (۱۳۷۴). دولت عقل: ده گفتار در فلسفه و جامعه‌شناسی سیاسی. تهران: موسسه نشر علوم نوین
- بنی اسدی، محمدرضا. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین دین‌داری و سلامت روان دانشجویان دانشگاه مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مازندران.

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

- بهرامی، بهرام. (۱۳۷۴). نمونه‌گیری گلوله برفی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.
- بیرو، آلن. (۱۳۶۷). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه‌ی باقر ساروخانی. تهران: کیهان. چاپ اول.
- پارکر، جان. (۱۳۸۳). ساختاربندی. ترجمه‌ی امیر عباس سعیدی‌پور. تهران: انتشارات آشیان. چاپ اول.
- پاک‌نژاد، محسن و درانی کمال. (۱۳۸۸). رفتارهای تهاجمی تماشاگران فوتبال و علل روانی و اجتماعی آن. نشریه رشد و یادگیری حرکتی. دوره اول. شماره ۳.
- ترکرانی، مجتبی. (۱۳۸۹). بررسی و سنجش وضعیت مدارای اجتماعی در لرستان. فصلنامه تحقیقات علوم اجتماعی ایران، شماره سوم.
- جرج ریتزر. (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- جلائیان بخشنده، وجیهه. (۱۳۹۸). تدوین و سنجش‌پذیری مقیاس مدارای اجتماعی مبتنی بر نظریه ساخت‌یابی گیدنز. پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، دوره ۱۲. شماره ۷.
- جهانگیری، جهانگیر. و افراسیابی، حسین. (۱۳۹۰). مطالعه خانواده‌های شهر شیراز در زمینه عوامل و پیامدهای مدارا، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌ودوم، شماره ۴۳.
- جوانمرد، کمال و نوایخش، مهرداد. (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی کارکرد ورزش بر انسجام اجتماعی در ایران دهه هشتاد (مورد مطالعه کرمان)، مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال یازدهم، شماره چهل و یکم.
- چلبی، مسعود و امیرکافی، مهدی. (۱۳۸۳). تحلیل چند سطحی انزوای اجتماعی. مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ۵. شماره ۲.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی نظم. تهران: نشر نی.
- حسین‌زاده، علی. (۱۳۹۴). بررسی جامعه‌شناختی ابعاد مدارای اجتماعی با تأکید بر ویژگی‌های شخصیتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز). مجله جامعه‌شناسی کاربردی، مقاله ۸، دوره ۲۶، شماره ۴.
- دواس، دی‌ای. (۱۳۸۱). پیمایش در پژوهش‌های اجتماعی. ترجمه‌ی هوشنگ ناییبی. چاپ دوم. تهران: نشر نی.
- رحمتی، محمد مهدی. و محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۲). بررسی عامل‌های جامعه‌شناختی خشونت و پرخاشگری تماشاگران فوتبال مطالعه موردی: شهر تهران. نشریه المپیک، دوره ۱۱. شماره ۳-۴.
- سادا ژاندرون، ژولی. (۱۳۷۸). تساهل در تاریخ اندیشه غرب. ترجمه‌ی عباس باقری، تهران: نشر نی.

- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. چاپ دهم. جلد اول. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- سراج زاده، سید حسین. (۱۳۸۳). بررسی رابطه میزان دینداری انواع آن با مدارای اجتماعی. مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. دوره اول، شماره ۴.
- سرایی، حسن. (۱۳۷۲). مقدمه ای بر نمونه‌گیری در تحقیق. تهران: انتشارات سمت.
- سرمد، زهره. (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. چاپ اول تهران: انتشارات آگه.
- صداقت زادگان اصفهانی، شهناز. (۱۳۸۴). جامعه‌پذیری از طریق ورزش. نشریه المپیک. دوره ۱۳. شماره ۴.
- عسگری، علی. و شارع پور، محمود. (۱۳۸۸). گونه‌شناسی مدارا و سنجش آن در میان دانشجویان دانشکده‌های علوم اجتماعی دانشگاه تهران و علامه طباطبایی. فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۲. شماره ۴.
- فتحعلی، محمود. (۱۳۷۸). تساهل و تسامح اخلاقی، دینی، سیاسی. مجله تازه‌های اندیشه. شماره ۷. مؤسسه فرهنگی طه.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۸). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه. تهران: انتشارات آگه.
- قاسمی، وحید. (۱۳۸۸). توصیف جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش فوتبال، فصلنامه المپیک، شماره ۱.
- قدیمی، بهرام. (۱۳۹۳). اصول و مکاتب جامعه‌شناسی ورزش. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان. چاپ اول.
- گلابی، فاطمه و رضایی، اکرم. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی بر مدارای اجتماعی در بین دانشجویان، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. مقاله ۳. دوره ۲، شماره ۱.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی. ترجمه‌ی، منوچهر صبوری. تهران: نشر نی. چاپ نوزدهم.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). سیاست، جامعه‌شناسی و نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- محسنی تیریزی، علیرضا. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در مکاتب تفسیری (زمینه و کاربرد). انتشارات اطلاعات.
- محمد پور، احمد. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی ضد روش. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- محمدپور، احمد. (۱۳۸۹). روش در روش درباره‌ی ساخت معرفت در علوم انسانی. تهران: نشر جامعه‌شناسان.

شناسایی و تدوین مدل ترکیبی عوامل اجتماعی مؤثر بر مدارای اجتماعی تماشاگران . . .

- مقتدایی، فاطمه. (۱۳۸۹). بررسی و سنجش میزان مدارای اجتماعی و عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن. پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- مهرآیین، محمدرضا. (۱۳۹۳). نظریات جدید جامعه‌شناسی ورزش. تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- مومنی و همکاران. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی رابطه الگوهای دین‌داری با انواع مدارای اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز. مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال ششم، شماره ۳. پیاپی ۲۰.
- نقیب‌زاده، احمد و استوار، مجید. (۱۳۹۱). بوردیو و قدرت نمادین. فصلنامه سیاست. شماره ۴۲.
- Agius, E. & Ambrosewicz, J. (2003). towards a culture of tolerance & peace, Montral (Quebec) Canada.
- Dominic, E. (1993). Tolerance, Intolerance and Inter Religion Dialogue . InterRrligious Dialogue, No:23.
- Dennis, Y. (2007). Tolerating on Faith: Locke, Williams, and the Origins of Political Toleration. Dissertation, Department of Political Science, Duke University.
- Galeotti, A. E. (2002). Tolerations Recognition, Cambridge University Press.
- Habermas, Jurgen. (1987). The Theory of Communicative Action, Life world and System: A Critique of Functionalist Reason. Boston: BeaconPress. Vol2.
- Inglehart .R. & Norris, P. (2003). Rising Tide: gender equality and cultural change around the world. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kobayashi, T. (2010). Social Bridging Social Capital in OnlineCommunities: Heterogeneity and Social Tolerance of Online Game Players in Japan. Journal of Human Communication Research. No. 36.
- Rochelle R. Cote, BhErickson. (2009). Untangling the Roots of Tolerance How Forms of Social Capital Shape Attitudes Toward Ethnic Minorities and Immigrants, American Behavioral Scientist, 2014, Vol. 58, No. 12.