



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران
علیهما صلوات

www. **Ghaemiyeh** .com
www. **Ghaemiyeh** .org
www. **Ghaemiyeh** .net
www. **Ghaemiyeh** .ir

مدیریت

تربیتی پدافندی



مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت تربیت بدنی

نویسنده:

www.modiryar.com

ناشر چاپی:

www.modiryar.com

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۷	مدیریت تربیت بدنی
۷	مشخصات کتاب
۷	جنگ کفش های ورزشی
۱۰	زمینه‌های جامعه‌شناسی مدیریت ورزش در ایران
۱۱	مأموریت ، اهداف و وظایف مرکز مدیریت ورزشی آکادمی ملی المپیک
۱۲	المپیک و مدیریت اجرایی ورزش
۱۳	مکمل های بدن سازی
۱۵	مدیریت ورزش
۱۶	چالش های فرهنگی ورزش و شکست المپیک
۱۸	جو دو ورزش ماندن مقابل رقبای بزرگ
۲۲	علوم ورزش
۲۴	برنامه پنجم توسعه و یکپارچگی نظام مدیریت ورزش کشور
۲۶	شرح وظایف اداره کل تربیت بدنی
۲۷	کنکور کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی
۲۷	تغذیه ورزشی
۲۹	برنامه ریزی و مدیریت زمین‌های ورزشی
۳۱	استراتژی‌های منابع انسانی در ورزش
۳۲	مدیریت سازمان های ورزشی
۳۵	خلاصه کتاب مدیریت در سازمانهای ورزشی
۳۹	تعریف ورزش و مدیریت ورزشی
۴۴	کنشهای ورزشی و کنشهای اجتماعی
۵۵	درباره مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

مدیریت تربیت بدنی

مشخصات کتاب

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت تربیت بدنی / www.modiryar.com

ناشر: www.modiryar.com

مشخصات نشر دیجیتالی: اصفهان: مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: نرم افزار تلفن همراه ، رایانه

موضوع: مدیریت - تربیت بدنی

جنگ کفش های ورزشی

مرتضی شأنی این موردکاوی، ماجرای دو رقیب اصلی در صنعت کفش ورزشی را که دامنه صنعت آنها از حد کفش فراتر رفته است، نشان می‌دهد. در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ شرکت نایک رتبه اول را در صنایع کفش ورزشی به دست آورد و آدیداس را پشت سر گذاشت. این شرکت از المپیک سال ۱۹۳۶ یعنی موقعی که آقای «اونس» کفشهای آدیداس را پوشید و در جلو هیتلر، ملت آلمان و جهان، مدالها را تصاحب کرد، پیروز محسوب می‌گردید. در اوایل دهه ۸۰ شرکت ری بوک به عنوان رقیب اصلی ظاهر شد و با رشد بی‌نظیر، رتبه اول را در صنایع کفش ورزشی به دست آورد. سه سال بعد نایک مجدداً موقعیت خود را در رتبه بالا کسب کرد و حریف را در نیمه دوم دهه کنار زد. سابقه ری بوک پیشینه ری بوک به دهه ۹۰ قرن نوزدهم برمی‌گردد که شخصی به نام جوزف ویلیام فاستر خود را به عنوان اولین سازنده کفشهای ورزشی می‌خدا معرفتی کرد. تا سال ۱۸۹۵ کفشهای او به صورت دست‌دوز برای دوندگان مشهور ساخته می‌شد، ولی به زودی کمپانی فلدینگ، فاستر و پسران، کفشهای خود را به کلیه ورزشکاران سرتاسر جهان عرضه کرد. در سال ۱۹۵۸ دو نوه بنیانگذار کفش دوزی، شرکتی را ایجاد و نام آن را با الهام از یک غزال آفریقایی، ری بوک نامیدند که در نهایت با کمپانی فاستر و پسران ادغام گردید. در سال ۱۹۸۱، جمع فروش ۵/۱ میلیون دلار بود و نقطه عطف در سال بعد به وجود آمد که ری بوک اولین کفش ورزشی طراحی شده برای بانوان را عرضه کرد. که به نام کفشهای فری استایل معروف گردید. در سال بعد به طور غیرمنتظره با بیش از سه برابر افزایش به ۹۱۹ میلیون دلار در سال ۱۹۸۶ رسید. میزان فروش در سال ۱۹۸۷ به ۴/۱ میلیارد دلار و در سال ۱۹۹۱ به ۷/۲ میلیارد دلار بالغ گردید و به عنوان بهترین و نوآورترین شرکت سازنده وسایل ورزشی در جهان شناخته شد. جابه‌جایی موقعیت رقابتی ری بوک در سال ۱۹۸۷ در صنعت کفشهای ورزشی ارزش سهام ری بوک از رقیب اصلی خود یعنی نایک به لحاظ فروش ۴/۱ میلیارد دلاری نسبت به میزان فروش ۹۰۰ میلیون دلاری نایک بالاتر رفت. سپس سرعت رشد فروش ری بوک کم شد و در سال ۱۹۹۰ شرکت نایک با فروش حدود ۲۳ میلیون دلار در مقابل فروش حدود ۲۲ میلیون دلار از آن جلوتر افتاد. در این زمان ناگهان ری بوک شروع به از دست دادن تدریجی موقعیت خود در بازار کرد، و زمینه‌نگرانی سهامداران را فراهم ساخت. بخشی از جابه‌جایی موقعیت رقابتی ری بوک به لحاظ سرمایه‌گذاری سنگین نایک در تبلیغات و استفاده از دو ستاره ورزشی گران قیمت نظیر مایکل جردن و پته سامپراس بود. تهاجم ری بوکفایرمن ابتدا به جبهه بسکتبال شرکت نایک حمله کرد. سهم نایک در کفشهای بسکتبال تقریباً ۵۰ درصد و سهم بازار ۱۵ درصد بود. در این زمان، مایکل جردن در بسکتبال بازنشسته شد و در غیاب مایکل جردن که در فروش کفشهای نایک تاثیر زیادی داشت، ری بوک با ستاره معروف یعنی شاکیلا - اونیل قراردادی امضا و شروع به تخریب استیلای نایک در بازار کرد. فشار روی نایک در جریان مسابقات NBA فوریه ۱۹۹۴ و عرضه کفشهای طرح جدید و بدون بند و قابل شارژ به وسیله

گاز کربنیک ری بوک افزایش یافت. قیمت این کفشها ۱۳۰ دلار بود که بسیار معقول تعیین شد و فایرمن انتظار داشت که با این نوآوری سهم بازار را ۱۰ درصد در طول سه سال افزایش دهد. او همچنین به جبهه قوی دیگری از نایک در رابطه با کفشهای بنددار حمله کرد که ۸۰ درصد فروش نایک را تشکیل می‌دهد. در ژانویه ۱۹۹۳ ری بوک کفشهای بنددار مخصوص را، برای ورزشکاران دبیرستان عرضه کرد. فایرمن پیش بینی کرد که با سه برابر افزایش میزان فروش آن به ۴۵ میلیون بالغ شود. او همچنین در سال ۱۹۹۴ در بازار هاکی با ۱۲ نوع کفش و انتظار فروش ۱۰۰ میلیون دلار وارد شد. نتایج متاسفانه تلاشهای گسترده فایرمن برای نوسازی شرکت برای مقابله با شرکت نایک و نیل به پیشگامی در بازار با اقبال مواجه نشد و پاره ای مشکلات ظاهر گردید. مثلاً در رابطه با قرارداد با شاکیلا اونیل کفشهای مدل شاک آتاک مقبول نوجوانان واقع نشد و موجب پاره ای نارسائیها گردید. به طور مثال، این کفشها دارای رنگ سفید با حاشیه و خطوط آبی، ۱۳۰ دلار قیمت داشت در صورتی که در آن زمان کفش سیاه مدرن بود و بخش بزرگی از نوجوانان قادر به پرداخت ۱۳۰ دلار برای کفش دیگر نبودند. در شش ماهه اول ۱۹۹۳ نیز کفشهای بسکتبال علی رغم تبلیغات شاکیلا ۲۰ درصد کاهش یافت. تا سال ۱۹۹۵ هزینه های عملیاتی شرکت به ۳۲/۷ درصد فروش در مقابل با ۲۴/۴ درصد سال ۱۹۹۷ یعنی فراتر از ۲۷ درصد میانگین صنعت افزایش یافت. ری بوک پذیرفت که بخشی از افزایش هزینه ها ناشی از عقد قرارداد با ستارگان ورزشی و پرداخت پاره ای هزینه های مسابقات است. به طور مثال، برخلاف چهار سال قبل و به جای ۴۰۰ نفر ری بوک با ۳۰۰۰ ورزشکار برای پوشیدن کفشهای ری بوک در جریان المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا قرارداد منعقد کرد. از طرف دیگر با مسئولان سان فرانسیسکو و فدراسیون های تیم ها و ستارگان بسکتبال برای پوشیدن کفش ری بوک قراردادهای جداگانه بست. تلاش برای پیروزی تا سال ۱۹۹۵ «وول ورت» با ۲۸۰۰ فروشگاه بزرگترین فروشنده کفشهای ورزشی بود. این کمپانی از بازار ۵/۶ میلیارد دلاری ۵/۱ میلیارد دلار سهم یعنی حدود ۲۳ درصد را داشت. شرکت نایک توانسته بود که با ۳۰۰ میلیون دلار در مقام بعدی و ری بوک نیز با کسب ۲۲۸ میلیون دلار در رده سوم قرار گیرد. دو سال بعد فروش کفشهای نایک به ۷۵۰ میلیون دلار افزایش یافت ولی ری بوک ۱۲۲ میلیون دلار به دست آورد. مشکل دیگر ری بوک نوع مشتریان کفاشی ها بود که عمدتاً "نوجوان که حاضر به پرداخت ۸۰ تا ۹۰ دلار بودند در صورتی که قیمت اقلام ری بوک برای مشتریان قدیمی پذیرفتنی بود و نوجوانان و افراد معمولی قادر به پرداخت قیمت بالا نبودند. سوابق نایک اولین ظهور کفشهای نایک در مسابقات مقدماتی رقابتی المپیک ۱۹۷۲ بود که به ورزشکاران در تمرینات آزمایشی کفشهای جدید ارائه شد و این کفشها پس از انجام مسابقات در بین هفت مورد مقام چهارم را کسب کرد، و آدیداس نیز اول شد. در صبح یکی از روزهای یکشنبه در سال ۱۹۷۵ «باورمن» شروع به آزمون ترکیب آهن متخلخل با لاستیک اوره ای کرد و در جریان آزمایش، به لاستیک خاصی دست یافت که علی رغم ضخامت کم دارای خاصیت جهنگی بیشتر نسبت به اقلام مشابه در بازار بود. «نایت» و «باورمن» با این لاستیک مخصوص شانس جدیدی را تصاحب کردند و میزان فروش خود را از دو میلیون دلار در سال ۱۹۷۲ به ۱۴ میلیون دلار افزایش دادند. شرکت نایک به اتکای تلاش زیاد و تحقیق و توسعه دقیق به پیشگام در صنعت کفش سازی و ارائه مدل های جدید تبدیل گردید. در پایان دهه، این شرکت دارای ۱۰۰ نفر پرسنل در قسمت تحقیق و توسعه بود و بیش از ۱۴۰ مدل مختلف توأم با نوآوری و فناوری پیشرفته در بازار عرضه کرده است. این تنوع شامل طراحی مدل های مختلف برای انواع پاها، وزن ها، سرعت های دو، برنامه های تمرین، زن، مرد و مهارت های مختلف می شود. تا سال ۱۹۸۱ نایک هدایت بازار کفش قهرمانی را با تصاحب ۵۰ درصد در اختیار داشت و سهم بازار کفش آدیداس با چندین دهه قدمت به کمتر از سهم نایک کاهش یافت. در سال ۱۹۸۰ نایک وارد بورس شد و «نایت» میلیونر توسط مجله فوربس به عنوان شاخص در بین ۴۰۰ سهام آمریکایی با ثروت تقریبی کمتر از ۳۰۰ میلیون دلار اعلام گردید. «باورمن» نیز در ۷۰ سالگی اکثر سهام خود را واگذار و دو درصد سهام شرکت به ارزش ۹/۵ میلیون دلار را تصاحب کرد. در چهارم ژانویه ۱۹۸۲ فوربس در گزارش خود تحت عنوان گزارش سالانه صنایع آمریکا، نایک را از نظر سودآوری حائز رتبه اول در طرح پنج سال

گذشته و جلوتر از سایر صنایع معرفی کرد. اما، متعاقب دهه ۸۰، ری بوک به عنوان رقیب اصلی نایک ظاهر، و آن را تهدید کرد. دلیل عمده آن بهادادن نایک به توانایی رقیب بود. در نتیجه در بازار روبه توسعه، فرصت از دست رفت و ری بوک با عرضه کفشهای نرمشی، بازار کشور را قبضه کرد. تحلیلا-ین مورد کاوی، ماجرای دو رقیب اصلی در صنعت کفش ورزشی را که دامنه صنعت آنها از حد کفش فراتر رفته است، نشان می‌دهد. نایک ابتدا آدیداس کهنه کار را از میان برد و در نیمه دوم دهه ۸۰ با ری بوک مواجه شد و از فرصت جدید بهره برداری نکرد. به هر حال، نایک مجدداً "قوی تر از قبل ظاهر شد و دلایل آن به اشتباه ری بوک و عملکرد مناسب نایک بعد از تلخکامی موقتی برمی گردد. بزرگترین فاکتور قابل کنترل در موقعیت بی نظیر نایک، شیوه برخورد با مشتریان است. نایک تمام مشتریان بویژه عاملان بزرگ نظیر کفش فروشی ها را غنی ساخت در صورتی که ری بوک در ایجاد روابط مناسب نه تنها تلاش نکرد بلکه با آنها برخورد خودپسندانه داشت. واقعاً این اشتباه بزرگی است که یک شرکت سازنده خود را سلطان در نظر بگیرد و نسبت به مشتریان و عاملان خود مستبدانه و خودسرانه برخورد کند. اما، دنیای مد می تواند زودتر از این، وضعیت را نابود سازد و برنده امسال را در سال دیگر در انتهای لیست قرار دهد. مشابه آنچه در مورد کفشهای شاک -آتاک و تاییدیه های ستاره گران قیمت ورزشی اونیل شاهد هستیم. عامل دیگر در موفقیت شرکت نایک، استفاده از ورزشکاران موفق تازه به دوران رسیده، و استفاده بهتر از شعار معروف «JUST DO IT» است، که مورد استقبال جوانان قرار گرفت. چه چیزی می توان یاد گرفت؟ هیچ کس از اشتباه مصون نیست و هر موفقیت، تداوم آن را تضمین نمی کند. بعضی از مدیران خود را گول می زنند و فکر می کنند که هر موفقیت، موفقیت دیگر را به دنبال می آورد. این طور نیست، هیچ شرکتی اعم از پیشگام یا معمولی نمی تواند به تحولات محیط و تهاجمات رقبای کوچک بی اعتنا باشد. آدیداس همانند شرکت کامپیوتری IBM بر صنعت کفش ورزشی در بازار تسلط داشت اما توسط رقیب تازه واردی به نام نایک از میدان به در رفت. زیرا آدیداس سپر خود را در لحظات حساس زمین گذاشت. به طریق مشابه نایک از تهاجم تازه وارد دیگر غفلت کرد و با کم بهادادن به آن در عرضه کفشهای نرمشی، از رقیب عقب ماند. اهمیت جلب مشتریان عمده. هر شرکت باید شیوه های جلب رضایت مشتریان بویژه مشتریان بزرگ و طرف حسابهای اصلی را که اهمیت حیاتی دارند، پیدا کند. نمونه بارز اثربخشی و یا عدم اثربخشی و جلب رضایت مشتریان اصلی را می توان در نحوه برخورد ارتباطی ری بوک و نایک با زنجیره فروشندگان کفش شاهد بود. هر گاه تولیدکننده، خواسته مشتریان اصلی را برآورده نسازد باید آنها را مجاب و یا بخشی از بازار خود را به دیگران واگذار کند. آیا تناسبی برای بهره گیری از ورزشکار در تبلیغ وجود دارد؟ امروزه ورزشکاران پولهای هنگفت برای تبلیغ کالا درخواست می کنند. آیا پرداخت چنین مبالغ ارزش دارد؟ باید قراردادهای استفاده از ورزشکاران برای بهره برداریهای تبلیغاتی محدود شود زیرا استفاده از ورزشکاران حتی مایکل جردن دیگر تضمین ندارد. برخی از شرکت نایک انتقاد دارند که در استفاده از ورزشکاران برای تبلیغات خود فراتر رفته و هزینه های زیادی را پرداخت کرده است. باید توجه داشت استفاده بیش از حد از ورزشکاران برای تبلیغ کالا ضمن اتلاف پول ممکن است با تبعات منفی همراه باشد زیرا رفتار خارج از شئون همان ورزشکار می تواند اثر منفی روی فروش آن به وجود آورد. آیا نقش مدیریت عالی کلیدی است؟ آیا احیای مجدد شرکت نایک و تنزل ری بوک به لحاظ برتریهای «فیل نایت» نسبت به «فایرمن» است؟ آیا موفقیت یک شرکت تقریباً "به تواناییهای مدیر آن بستگی دارد؟ چنین پرسشهایی بستر بحثهای طولانی توسط خبرنگاران است. چندین مؤلفه در این رابطه حائز ارزش است. مورد عدم صلاحیت کاملاً "آشکار و غیرقابل تشخیص است. هر مدیر شرکت بزرگ ممکن است گرفتار وضعیت دشوار باشد و در چنین صورت به عنوان یک فرد صلاحیت دار با اتخاذ تصمیمات لازم از سازمان خود دفاع کند. سوالی که در این میان مطرح است فرق و تمایز بین صلاحیت و عدم صلاحیت است. ارزیابی درست از آینده، آگاهی و تبلیغات و شعار صحیح و پیدا کردن موردهای ناب جهت روند جدید از ویژگیها و صلاحیت یک مدیر است. ما می دانیم که «نایت» موفقیت زیادی را کسب کرده است. بعد از مغلوب ساختن آدیداس، نایک را به عنوان بزرگترین سازنده کفشهای ورزشی برای

دومین بار در جایگاه بالای بازار قرار داد. آیا تواناییهای او به عنوان مدیرعالی شرکت نایک بیشتر از «فایرمن» است؟ آیا غیبت او به فروپاشی نایک منجر خواهد شد؟ ممکن است سوال اساسی این باشد که آیا یک شخص می تواند متمایز باشد؟ شاید اگر شخص مصون از خطا باشد. اما «نایت» مصون از خطا نبود. او در اواسط دهه ۸۰ خطاهایی داشت.

*منبع: تدبیر

زمینه‌های جامعه‌شناسی مدیریت ورزش در ایران

"به بحث گذاشت که طی آن، دکتر محمد احسانی عضو هیات علمی گروه علوم ورزشی دانشگاه تربیت مدرس به سخنرانی پرداخت. وی در ابتدای سخنان خود یادآور شد: روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و حرکت‌شناسی ورزش به صورت آکادمیک، مدرن و مدون از سال ۱۹۶۰ ظهور پیدا کرده و به حدی پیشرفت کرده‌اند که اکنون دانشی مانند جامعه‌شناسی ورزش جزئی از ورزش شناخته می‌شود. به تعبیر دیگر، از آنجا که در شرایط فعلی، ورزش جدا از زندگی فرهنگی - اجتماعی نیست، ضرورت توجه مدیران به این مباحث دو چندان شده است.

احسانی با تاکید بر اینکه جامعه‌شناسی ورزش بیشتر بر فعالیت‌ها و الگوهای سازمانی و گروهی و نه فردی تمرکز دارد، گفت: در دنیایی که در آن مدیریت مدرن بر اساس مباحث نرم‌افزاری است، اکنون مدیریت منابع انسانی از جمله مهم‌ترین ارکان این علم در سطوح مختلف شناخته می‌شود و از آنجا که اساس جامعه‌شناسی ورزش نیز بر الگوهای مشارکت متمرکز شده، مدیر ورزشی حتماً باید هم از جامعه خود و هم از ورزش شناخت حرفه‌ای داشته باشد و بدیهی است که در چنین شرایطی، مدیر سیاسی در عرصه ورزشی به دلیل عدم شناخت حرفه‌ای نسبت به این دو مقوله نمی‌تواند موفق عمل کند.

وی همچنین با اشاره به نفوذ زیاد ورزش در دنیای امروز و سلطه آن بر رسانه‌ها و نیز قدرت آن برای جابه‌جایی منابع مالی وسیع در سطح جهان، تصریح کرد: در حالی که در چنین شرایطی مدیر ورزشی باید مسائل داخل و بیرون زمین ورزش را به خوبی بشناسد، متأسفانه عدم آگاهی مسئولان نسبت به این مسائل در ایران، باعث شده که امروزه در کشور خود با مشکلات فراوانی در این زمینه مواجه باشیم.

احسانی در عین حال ورزشکاران را به عنوان الگوهای جامعه معرفی و خاطر نشان کرد که الگوهای در دسترس به عنوان یکی از تأثیرگذارترین مراجع آموزشی در جامعه شناخته شده و بدیهی است که در این وضعیت، برنامه‌ریزی و الگوسازی درست یکی از مهم‌ترین وظایف مدیر ورزشی شناخته می‌شود و باید در نظر داشت که هیچ پدیده اجتماعی نمی‌تواند مانند ورزش، افراد مختلف را از طبقات گوناگون و با ایده‌ها و افکار متفاوت به سوی خود جلب کند.

وی همچنین افزود: ورزش در صورت مدیریت صحیح می‌تواند از تنش‌های اجتماعی بکاهد اما این در حالی است که در جامعه ما مشاهده می‌شود که عدم مدیریت مناسب این پدیده اجتماعی باعث گسترش تنش در فضاهای عمومی شده است.

دکتر احسانی در بخش دیگری از سخنان خود، به برخی جنبه‌های مثبت و منفی ورزش اشاره کرد و مواردی مانند مصرف مواد مخدر و نیروزا به دلیل غلبه جنبه‌های برد و باخت بر هدف اصلی ورزش، سوء استفاده از کودکان، نوجوانان و جوانان به اشکال مختلف در سطح جهان و اعمال فشار بر آنها با تمرین‌های سنگین به بهانه آماده‌سازی برای قهرمانی و همچنین به وجود آمدن اختلالات تغذیه‌ای در ورزش حرفه‌ای را از جمله جنبه‌های منفی این پدیده اجتماعی معرفی کرد و ضمن تاکید بر لزوم شناخت مدیران نسبت به این موارد، ضرورت تقویت برنامه‌های آموزشی ورزشی در رسانه‌ها و فراهم کردن ساز و کارهای مناسب‌تر برای ورزش بانوان به منظور تقویت سلامت بیش نیمی از اعضای جامعه و همچنین نسل‌های بعدی را مورد توجه قرار داد. او در این زمینه، فراهم کردن فضای رشد برای مدیران ورزشی خانم را از جمله مواردی معرفی کرد که به توسعه ورزش بانوان در کشور

کمک خواهد کرد.

وی همچنین لزوم توجه مدیران ورزشی به مسائل و جرایم مربوط به تماشاگران را از جمله موضوعات بسیار مهم در این حوزه دانست و مسئولان مربوطه را دعوت کرد که با آگاهی و شناخت نسبت به این موضوع و بهره‌گیری از محققان، در راستای کاهش این گونه مسائل و آسیب‌های اجتماعی گام بردارند.

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس، در عین حال گفت که معتقد است با توجه به شرایط فرهنگی-اجتماعی و وضع کلی ورزش در کشور ما، جامعه‌شناسی مدیریت ورزش باید بومی شده و بتواند ضمن بهره‌گیری از مطالعات غربی، مسائل مربوط به ورزش ایرانی را به خوبی تشخیص دهد؛ چرا که تنها در چنین شرایطی و با برنامه‌ریزی‌های دقیق در این زمینه است که مسئولان جامعه می‌توانند با کمک ورزش بر بسیاری از مسائل اجتماعی غلبه کنند.

احسانی در بخش پایانی سخنان خود، از جمله مهم‌ترین وظایف مدیران ورزشی را بر اساس دستاوردهای جامعه‌شناسی ورزش، لزوم شناخت مردم و نیازهای آنها در طبقات اجتماعی گوناگون و برنامه‌ریزی بر اساس آن دانست. او در خاتمه تأکید کرد که اشاعه ورزش در جنبه‌های مختلف آن، نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی بوده و هزینه کردن برای آن نوعی پیشگیری در جنبه‌های مختلف محسوب می‌شود که قطعاً مفیدتر از درمان خواهد بود. بنابراین مدیران ورزش باید با خلاقیت و حساسیت و شناخت ارزش‌ها و سودمندی‌های ورزش در تمامی ابعاد آن، به صورتی هدفمند در راستای ترویج ورزش در تمامی سطوح جامعه گام برداشته و در مراحل بعد برای ورزش حرفه‌ای و قهرمانی نیز برنامه‌ریزی کنند و برای این دستیابی به این مهم، از علومی مانند جامعه‌شناسی بهره گیرند.

<http://www.isa.org.ir/node/1577>*

مأموریت، اهداف و وظایف مرکز مدیریت ورزشی آکادمی ملی المپیک

داف و وظایف مرکز مدیریت ورزشی آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک
به کارگیری دانش مدیریت در سازمانهای ورزشی

olympic

مرکز مدیریت ورزشی، تحت نظر آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک به منظور به کارگیری دانش مدیریت در سازمانهای ورزشی و گروه‌های هدف آکادمی در سال ۱۳۸۶ (۲۰۰۷) تأسیس گردید. مأموریت:

۱. کمک به تحقق مأموریت آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک از طریق ارائه راهکارهای مدیریتی به سازمانهای ورزشی
۲. بهبود نگرش و ارتقاء سطح دانش و مهارت‌های مدیریتی منابع انسانی گروه‌های هدف آکادمی: * تلفیق علم و عمل در عرصه مدیریت ورزشی گروه‌های هدف * ارائه راهکارهای مدیریتی در زمینه جذب، نگهداری و ارتقاء منابع انسانی فدراسیونها و سازمانهای ورزشی * ارتقاء دانش و مهارت مدیریتی مدیران آکادمی و سازمانهای ورزشی هدف * ایجاد مرکز مدیریت ورزشی به عنوان مرکز آموزشهای مدیریتی خاورمیانه و غرب آسیا * ارتقاء مهارت‌های مدیریتی سازمان تیم‌های ملی کشور * کمک به بهبود کیفیت خدمات سازمانها و فدراسیون‌های ورزشی و وظایف: * ایجاد نظام آموزش منابع انسانی ورزش در مشاغل مختلف * جذب صاحب‌نظران و اندیشمندان عرصه مدیریت ورزشی از داخل و خارج کشور * برگزاری همایش‌ها، کارگاهها و دوره‌های آموزشی مدیریت ورزشی * ارائه مشاوره‌های مدیریتی به سازمانهای ورزشی و گروه‌های هدف * تدوین کتب علمی - کاربردی ویژه مدیران و مربیان ورزشی * کمک به بهبود روند برنامه‌ریزی و نظارت استراتژیک در سازمانهای ورزشی * برقراری ارتباط و همکاری متقابل با سازمانهای داخلی و خارجی * ایجاد نظام داوطلبی ورزشی در

عرصه ورزش کشور Ø کمک به بهبود ساختار و مهارت‌های مدیریتی مدیران باشگاه‌های ورزشی کشور

http://www.nopasmc.com/index.php?option=com_content&task=view&id=۵&Itemid=۶*

المپیک و مدیریت اجرایی ورزش

۱۰:۵۱

المپیک و مدیریت اجرایی ورزش ... sport

ضعف در مدیریت ورزش

امیر حسین سرافرازیان

بازیهای المپیک تموم شد و به قول هادی ساعی رو سیاهیش به زغال موند. و باز هم همه دیدند که مسولین ورزشی ما از یه برنامه ریزی ساده عاجز بودند چه برسه به برنامه ریزی استراتژیک چهارساله. مدیران درک درستی از همکاری تخصصهای مختلف برای آماده کردن ورزشکار ندارند. منتقدان ما تنها نقدهای احساسی به ماجرا دارند که هر ایرانی بالای ۱۴ سال قبلا حتما این حرفها رو بی کم و کاست در مسابقات دیگه ای مثل المپیک یا جام جهانی یا آسیایی شنیده، ورزشکار ما وسط زمین گیج بود و کاملا بی روحیه که نشون می داد بدون آمادگی روانی یه دفعه وارد گود شده و ...

چرا ما گرفتار این دور باطل در ورزش هستیم؟ جواب: ضعف در مدیریت ورزش

ورزش ما در یک حرکت پاندولی بین دو تر استفاده از مدیران کاملا ورزشی و به کارگیری مدیران غیر ورزشی در حرکت و هر کدام از این نظریه ها طرفداران خودشون رو دارند. کدام نظریه صحیحه؟ آیا یه مدیر دولتی یا صنعتی موفق مدیر ورزشی موفق هم خواهد بود؟

از یک نظر ورزش هم یک سیستم اقتصادی اجتماعی یه سری ورودیها داره، فرایندهای خاص خودش و البته خروجی که یکی از این خروجیها مدال و افتخار ملیه، درون این سیستم ذی نفعان وجود دارند که می بایست منافعشون تامین بشه، بخشهای اداری، مالی، بازاریابی و روابط عمومی و ... که در هر کسب و کاری وجود داره در ورزش هم وجود داره، چرا نباید یک مدیر حرفه ای موفق که شایستگیهای خودش رو ثابت کرده نتونه در ورزش هم موفق باشه؟

جوابش اینه که ورزش هم یک تخصصه مثل مهندسی، پزشکی، هنر و همانطور که هر کدام از این زمینه ها می تونن سر منشاء یک کسب و کار باشن. مثل یه شرکت مهندسی، یه کلینیک درمانی، یه نمایشگاه و گالری هنری و یا یه شرکت طراحی و گرافیک، ورزش هم می تونه زمینه یک کسب و کار و حتی در سطح کلان زمینه ساز یه صنعت باشه

حال که پذیرفتیم ورزش یک تخصصه و در عین حال یک سیستم اقتصادی-اجتماعی و از همه مهمتر یک کسب و کار و صنعت می بایست به دیدگاه ورزشیهای ما که معتقدند مدیر ورزشی ما می بایست از جنس ورزش باشه بگذاریم و بپذیریم که اصل بر ورزشی بودن مدیران خواهد بود و مدیران ورزشی موفق یک استثنا خواهند بود مثل نمونه های موفق مدیرانی که از صنعتی به صنعت دیگه ای رفته و موفق هم بوده اند. اما در عین حال نمی شه از نداشتن سواد و مهارت‌های عمومی مدیریت مدیران صد در صد ورزشی گذشت.

اینجاست که لزوم ایجاد MBA ورزشی احساس می شه، دوره هایی اختصاصی برای مدیران ۱۰۰٪ ورزشی ما که در کنار تخصص ورزشی در جهت ایجاد و ارتقاء سواد و مهارت مدیریتی گام بردارند. مثل دوره های مدیریت بیمارستانی، مدیریت حمل و نقل، مدیریت شهری و ...

در این صورت مدیر ما می دونه که برای موفقیت در المپیک می بایست تفکر استراتژیک داشته باشه و برنامه ریزی استراتژیک ۴

ساله داشته باشه، مربی ورزشی ما دیگه نمی گه ورزشکار ما جیگر نداشت که باخت بلکه می دونه که ورزشکارش به عنوان یک منبع با ارزش انسانی از لحاظ آمادگی روانی و فکری به اندازه آمادگی جسمی آماده نشده بوده و برای موفقیت ورزشکار ما تیمهای مختلفی مثل بخشهای مختلف یک سازمان تجاری با هم همکاری کنند. مدیر ورزشی ما در این صورت از حداقل قوانین حقوقی و بین المللی باخبر خواهد بود و تیمی که یک سال زحمت کشیده تا قهرمان شده رو به راحتی با دست خودش از حضور در مسابقات بین المللی حذف نمی کنه. و این همه مسابقات تدارکاتی به علت اینکه بلد نبودیم یه قرارداد جامع و کامل و بدون اشکال تنظیم کنیم لغو نمیشن. مدیر ورزشی با تحصیلات مرتبط می دونه که چطور مجموعه تحت مدیریت خودش رو به سودآوری برسونه و ورزش تنها گوش شکسته و بازی توی زمین خاکی و خاطرات امجدیه و عرق پیراهن نیست. از نظر بنده یک مدیر ورزشی علاوه بر اینکه مثلاً در مورد فوتبال تخصص داره، نیاز به آگاهی از حوزه هایی مثل برنامه ریزی و تفکر استراتژیک، حقوق، مدیریت مالی و حسابداری، سازماندهی، مهارتهای رهبری و هدایت، روانشناسی، زبان خارجی و بالاخره بازاریابی برخوردار باشه و دوره های MBA ورزشی حول این حوزه ها باید بچرخند.

<http://mbairan.persianblog.ir>*

مکمل های بدن سازی

فند ۱۳۸۷ ، ۱۲:۴۵

مکمل های بدن سازی... sport

تغذیه ورزشی این روزها بیشتر جوانان به پرورش عضلات و ماهیچه های بدن خود علاقمند شده اند و بسیاری از آنها بدون مشورت با پزشک یا متخصص تغذیه، مکملهای غذایی مصرف می کنند. در این نوشته سعی می کنیم شما را با انواع آنها آشنا کنیم، اما تاکید می کنیم مصرف آنها نباید بدون مشورت با متخصص صورت بگیرد. اولین نکته ای که باید مورد توجه شما قرار داشته باشد آنکه است که یک ورزشکار لزوماً نباید از مکمل های غذایی برای پرورش عضلات و ماهیچه های خود استفاده کند، هر چند استفاده از آنها می تواند به او کمک کند تا این کار را با سرعت خیلی بیشتری انجام دهد.

مکمل ها در یک تعریف ساده ابزارهایی برای افزایش توانایی ساختن ماهیچه در بدن ورزشکار هستند. در غالب موارد، افراد با مولتی ویتامین ها، پروتئین و کراتین مصرف آنها را شروع می کنند. (کراتین نوعی از اسیدهای آمینه است که منبع انرژی برای بدن محسوب می شود که راجع به آن توضیح خواهیم داد.) چندین نوع مکمل غذایی وجود دارد که می تواند به رشد، ترمیم و بازسازی ماهیچه ها کمک کند، که در اینجا فهرستی از بهترین انواع این مکمل های غذایی ارائه می شود: **Protein Creatine ZMA (Methoxy, Ecdysterone) Glutamine Multi-Vitamin HMB Prohormones Flavones** حال اجازه دهید توضیح مختصری راجع به هر کدام از این مکمل ها ارائه کنیم. پروتئین: منشاء پروتئین آمینو اسیدها هستند و آمینو اسید اساسی ترین رکن ساختمانی ماهیچه است، بنابراین پروتئین ضروری ترین عنصر در ساختمان ماهیچه محسوب می شود و بدون آن بدن نمی تواند ماهیچه سازی کند. یک فرد معمولی روزانه حدود ۲-۱ گرم پروتئین برای هر یک پوند (حدود ۴۵۰ گرم) از وزن بدنش نیاز دارد؛ بنابراین یک فرد متوسط با وزن تقریبی ۷۰ کیلوگرم، باید روزانه بین ۱۵۰ تا ۳۰۰ گرم پروتئین مصرف کند. پودرهای پروتئینی که با آب یا شیر مخلوط می شوند معمولاً از انواع مناسبی هستند که کیفیت بالایی دارند و شما می توانید از آنها استفاده کنید. اما نکته مهم آن است که چندین نوع پروتئین وجود دارد و باید دید که هریک به چه کاری می آیند، **Whey** (مثل پروتئینی که در کشک وجود دارد)، **Soy** (پروتئین سویا)، **Egg** (پروتئین تخم مرغ) و **Casein** (ماده پروتئین شیر) و...

سؤال اینجاست کدام یک از آنها بهتر است؟

کاملاً بستگی به این دارد که شما کی و چگونه می‌خواهید از آنها استفاده کنید. اساساً پروتئین‌های مایه پنیر یا همان **Whey** در بین مکمل‌های غذایی برای استفاده بعد از تمرین مناسب نیستند، چرا که آنها در زمانی که بدن شما بیش از هر وقت دیگری به پروتئین نیاز دارد استفاده می‌شوند. این نوع پروتئین بسیار سریع هضم می‌شود (حدود ۳۰ دقیقه) و ۱۰۰٪ بهینه عمل می‌کند و یکی از بهترین محصولات مکمل غذایی است. **Casein** یا همان ماده پروتئین شیر بسیار دیر هضم می‌شود (بالای ۲.۵ تا ۵ ساعت) به این معنی که استفاده این پروتئین به عنوان یک مکمل غذایی قبل از خواب بسیار خوب است چون در هنگام خواب بدن شما یک مدت طولانی را بدون پروتئین در طول شب سپری می‌کند. پروتئین تخم مرغ (سفیده آن) به شیوه متوسطی هضم می‌شود (بین ۱.۵ تا ۳ ساعت) و برای همه زمانها پروتئینی بسیار مفید است و می‌تواند برای ترشح مداوم آمینو اسیدها در بدن کمک کند. پروتئین **Soy** یا همان سویا دوست خوبی برای گیاه خواران است چون این پروتئین تنها پروتئینی است که منبع آن از گیاهان است. سویا یک پروتئین خوب و کامل است، اگر چه به تاثیر گذاری پروتئین‌های دیگر مثل شیر و سفیده تخم مرغ نیست. علاوه بر این سویا یک ماده بسیار مفید برای سلامت خانم‌ها شناخته شده است. مکملهای پروتئینی یا بطور مستقیم همین پروتئین‌هایی که ذکر کردیم هستند و یا بصورت ترکیبی از این پروتئین‌ها ساخته می‌شوند. اما آن چه چیزی است که یک پروتئین ترکیبی می‌تواند ارائه دهد ولی پروتئین‌هایی که از آنها نام بردیم به تنهایی نمی‌توانند؟ پاسخ، تفاوت در سرعت هضم پروتئین است. در واقع پروتئین‌های ترکیبی در هر زمانی می‌توانند مصرف شوند، برای هضم‌های سریع، متوسط و یا جذب طولانی مدت در بدن. کراتین: آمینو اسید کراتین برای حجم دادن به ماهیچه‌ها بسیار خوب عمل می‌کند. این واقعه بطور طبیعی در بدن اتفاق می‌افتد و بسیار بی‌خطر و موثر برای همگان است مخصوصاً اگر شما تا به حال از آن استفاده نکرده باشید. نکته اساسی که در کراتین وجود دارد این است که کراتین قابلیت افزایش **ATP** (منبع اصلی انرژی ماهیچه‌ها) را دارد، بنابراین شما با مصرف صحیح آن می‌توانید تعداد حرکات، ست‌ها و وزنه‌های ورزشی خود را افزایش دهید و به تبع آن بافت‌های ماهیچه خود را بیشتر رشد دهید. کراتین باید در یک چرخه زمانی مشخص و درست مصرف شود، بسیاری از افراد نتایج خوب را از مصرف این مکمل برای حدود ۴ هفته گرفته‌اند. کراتین انواع مختلف دارد، کراتین خالص مونوهیدرات، پودر کراتین مثل پودر کراتین **HDT** ... و فرمولهای خاص کراتین برای مصرف در مواردی ورزشکار انسولین مصرف می‌کند و ... خوب اما کدام یک برای مصرف مناسب تر هستند؟ مکمل‌های غذایی کراتین که داخل آن دکستروز، آمینوها و دیگر مواد مناسب وجود دارد معمولاً در حالت کلی نتیجه بهتری حاصل می‌کنند. فراموش نکنیم که ارزش تاثیر گذاری یک پودر کراتین خوب همراه با آب انگور می‌تواند بهتر باشد. نکته دیگر اینکه کراتین را بهتر است بعد از ورزش مصرف کنید.

گلوتامین: گلوتامین بیشترین آمینو اسید موجود در بافت ماهیچه است. این ماده از کم کاری ماهیچه‌ها جلوگیری می‌کند و ترمیم آنها را بهبود می‌بخشد. در واقع پس از ورزش هر چه بهتر و سریعتر به حالت اولیه خود برگردید بهتر و قوی تر می‌توانید به ورزش ادامه دهید. گلوتامین را نباید همزمان با کراتین استفاده کرد، چون در این حالت آنها با هم در جذب شدن رقابت می‌کنند. گلوتامین را قبل از ورزش و کراتین را پس از ورزش مصرف کنید. مولتی ویتامین‌ها: هرگز نباید مولتی ویتامین را فراموش کرد. با وجود آنکه معمولاً آنها را خیلی ساده بحساب می‌آورند، ولی بسیار مهم هستند. اگر شما کمبود یک ویتامین یا مینرال (ماده معدنی) داشته باشید این موضوع حتماً مانع پیشرفت شما در ورزش خواهد شد. مولتی ویتامین‌های خوب برای پیشرفت در حجم دادن به ماهیچه‌ها یاتان بسیار ضروری است علاوه بر اینکه برای سلامتی شما نیز می‌توانند مفید باشند. یکی از انواع ضعیف و مورد علاقه عموم، مولتی ویتامین **Eclipse's Complex ۲۴** است و یک نوع قوی تر آن **Multi-Pro ۳۲X** است. شما باید پس از مشورت با متخصص و پزشک، نوع مناسب بدن‌تان را حتماً در رژیم غذایی خود قرار دهید. اگر روزانه مقدار زیادی میوه و سبزیجات استفاده می‌کنید نوع ضعیف آن برای شما مناسب خواهد بود. هر چند نوع قوی تر آن برای آنکه دیگر مطمئن شوید که

هر آنچه نیاز دارید به بدنتان میرسد، می‌توانید استفاده کنید. به علاوه ورزشکاران و کسانی که تمرینات سخت بدنسازی انجام می‌دهند به ویتامین‌ها و مواد معدنی بیشتری نیاز دارند. **HMB: HMB** یک مکمل غذایی بسیار خوب است. **HMB** ماده‌ای است که بر اثر سوخت و ساز اسیدهای آمینه در بدن بوجود می‌آید و تاثیر عمیقی بر افزایش ماهیچه‌ها و محافظت از آنها دارد و حتی می‌تواند در از بین بردن چربی‌ها نیز به بدن کمک کند. پروهورمون‌ها: تکنولوژی تهیه هورمون‌های مختلف سالهاست که در حال پیشرفت است. پروهورمون‌ها اساساً برای افزایش هورمونهای آنابولیک (فرآیند متابولیسمی که به سنتز مواد منتهی می‌شود) در بدن بکار می‌روند. پروهورمون‌ها برای خانم‌ها و نوجوانهای زیر ۱۸ سال توصیه نمی‌شود و بهترین انواع رایج آنها عبارتند از: **Ergopharm ۱-AD Higher Power Megabol-X Higher Power Anabol-X Higher Power ۴-Diol Ergopharm Nor-Andro Spray Syntrox FUZU** ۳۰۰ آنابولیک فلاون (متوکسی، اکدیسترون و غیره) ... فلاون‌ها به دسته‌ای از مواد تعلق دارند که منشا گیاهی داشته و جزو مواد غذایی نیستند اما در سلامت انسان تاثیر بسزایی دارند. در این میان متوکسی فلاون و اکدیسترون آخرین و پیشرفته‌ترین مکمل‌های غذایی برای بهبود آنابولیک هستند. آنها فلاون‌های غیر هورمونی هستند که بطور طبیعی ترکیب پروتئین‌ها، نگهداری نیتروژن و رشد ماهیچه‌ها را افزایش می‌دهند. ترکیب آنها با پروتئین بسیار خوب عمل می‌کند چون جذب پروتئین را افزایش می‌دهند. برای استفاده از اکدیسترون ضعیف **Syntrox Syntrobal** انتخاب خوبی است. بعضی از کمپانی‌ها پروتئین را با متوکسی ترکیب می‌کنند. **ZMA**: آخرین و مطمئن‌ترین کوچکترین مکمل غذایی در این لیست **ZMA** است. **ZMA** مخفف **Zinc Magnesium Aspartate** به معنی روی منیزیم و اسپارتیت (نوعی اسید آمینه) است، در واقع **ZMA** ترکیب روی، منیزیم، اسپارتیت و ویتامین **B6** است. این مکمل غذایی شامل ویتامین و مینرال‌ها، برای افزایش نیرو، تستوسترون و پیشرفت ترمیم و خواب بسیار سودمند است.

*<http://sport۱۳.persianblog.ir/post/۱۲>

مدیریت ورزشی

sport ...

مدیریت ورزش یکی از رشته‌های تخصصی در حوزه تربیت بدنی است

مدیریت ورزش یکی از رشته‌های تخصصی در حوزه تربیت بدنی است که این حوزه علمی می‌تواند نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه ورزش ملی، محلی و خصوصی در ابعاد مختلف داشته باشد. در سال‌های اخیر توجه نسبتاً خوبی به این گرایش علمی در حوزه تربیت بدنی شده است. راه اندازی گرایش مدیریت ورزشی در سطوح کارشناسی ارشد و کارشناسی دانشگاه‌های مختلف، نویدبخش این امر خواهد بود که در آینده‌ای نزدیک افراد زیادی به عنوان مدیر ورزشی به صورت علمی تربیت خواهند شد. هرچند توقع نمی‌رود که همه این گروه مدیر ورزشی باشند ولی تلاش و تفکر آنها می‌تواند در بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها نقش مهمی داشته باشد. خوشبختانه در سال‌های اخیر، همایش‌های علمی تخصصی در حوزه مدیریت ورزشی نیز در کشور راه اندازی شده است. در همایش‌های تخصصی مدیریت ورزشی که در چند سال اخیر برگزار شده است به خوبی می‌توان شاهد رشد این گرایش بود. زمانی برای برگزار کنندگان اولیه این همایش تخصصی، دغدغه اصلی ارائه مقاله‌های مرتبط با مدیریت ورزش به اندازه کافی بود اما در آخرین همایشی که چهارشنبه و پنج‌شنبه هفته گذشته در آکادمی ملی المپیک برگزار شد بنا به گزارش دبیر علمی این همایش آقای دکتر حبیب هنری از متخصصان این رشته، تعداد مقالات ارسال شده به قدری زیاد بود که تا به حال سابقه نداشته است. گزارش دبیر اجرایی همایش دکتر علیرضا الهی نیز حاکی از استقبال کم‌نظیر حاضران در این

همایش بود که در مقایسه با سایر همایش‌های مشابه، حضور برتری را نشان می‌داد. در مجموع تمامی قراین حکایت از رشد کمی و کیفی جایگاه تخصصی مدیریت ورزشی به صورت علمی در کشور دارد که امید می‌رود با تخصصی و کاربردی تر شدن مطالعات و برگزاری همایش‌های تخصصی تر در رشته‌ها و امور اجرایی ورزش، این گونه رویدادها به عنوان بستر ساز، تصمیم گیری‌های مناسب در امور اجرایی ورزش باشد. این مسأله پیشنهادی بود که حتی رییس سازمان ورزش در مراسم افتتاحیه و دبیرکل کمیته ملی المپیک در مراسم اختتامیه به عنوان متولی اصلی همایش به رییس آکادمی ملی المپیک کشورمان آقای دکتر حمیدی پیشنهاد کردند. به هر حال رویداد هفته گذشته گام بسیار امیدبخشی برای تمام کسانی است که با عشق و علاقه در رشته مدیریت ورزشی تحصیل می‌کنند. نتایج این همایش این امید را تقویت کرد که به زودی رشته مدیریت ورزشی و تحصیلکردگان آن بتوانند نقش مؤثری در توسعه ورزش کشور ایفا کنند.

* <http://sport۱۳.persianblog.ir>

چالش‌های فرهنگی ورزش و شکست المپیک

sport ...

ایرانی جماعت از دیرباز اسطوره ساز بوده

سعید فائق

ایرانی جماعت از دیرباز اسطوره ساز بوده و در همه ادوار گذشته اسطوره زمان خود را خلق کرده و همین امر موجب شده قهرمانان در کنار آیین‌ها و نمادها و ارزش‌ها از پایه‌ها و ستون‌های فرهنگی این مرز و بوم قرار گیرند و به همین علت پهلوانی ریشه در تاریخ ما دارد و همواره سرنوشت جامعه ما با سرنوشت پهلوانان گره خورده و همواره با آنها و خاطرات آنها زندگی می‌کنیم و این علاقه مندی یا بهتر بگوییم عشق به اسطوره موجب شده هر گاه ناکامی داشته ایم روان جامعه به درد آمده و جامعه ایرانی دچار افسردگی شده و همین امر شرایطی فراهم آورده است که مدیران و مسوولان ارشد کشور هر آنگاه که رویداد بزرگی در عرصه قهرمانی صورت می‌گیرد، از این عشق و علاقه نهایت استفاده را بکنند و در سال‌های اخیر به نوعی سرنوشت خود را به سرنوشت قهرمانی‌ها گره زده‌اند. هنگام برگزاری انتخابات‌ها عملکرد و امضا و... قهرمانان زینت بخش پوسترها و تراکت‌ها و... تبلیغاتی می‌شود و هر گروه و دسته و حزبی تمام تلاش خود را جذب قهرمانان برای تبلیغ به کار می‌گیرد و چون قهرمانان مورد قبول مردمند، برای رونق انتخابات این عزیزان در تیررس احزاب و گروه‌ها و دسته‌ها قرار می‌گیرند. به همین دلیل حزب و گروه و دسته حاکم تلاش در استفاده بیشتر از این موضوع دارد و به این علت در گزارش‌های مسوولان اجرایی ورزش و قهرمانی یکی از پارامترهای مهم تلقی می‌شود و در کنار آن جامعه رسانه بسیار قدرتمندی در این حوزه به دلیل مردمی بودن آن و نیز علاقه مندی سیاستمداران و کارگزاران اجرایی شکل گرفته است. از آنجایی که قرار نیست در حوزه فرهنگ - که اتفاقاً ورزش هم در آن حوزه قرار دارد - یک مهندسی تمام عیار صورت گیرد و ارزش‌ها و آیین‌ها و نمادهای مثبت نهادینه شوند و البته جامعه به لحاظ قهرمانی در جایگاه اصیل فرهنگی خود قرار گیرد، مسائل معروضه در بالا چالش‌های جدی فرهنگی را موجب می‌شود که هنگام ناکامی و شکست علائم آن بروز می‌کند و جامعه دچار آسیب جدی می‌شود و تازه در این زمان فرار از زیر بار شکست و آثار ناشی از آن شروع می‌شود و هر کسی به نوعی به فکر تبرئه کردن خود می‌افتد «و کی بود کی بود؟ من نبودم» می‌شود اصل. و فراموش می‌کنیم که چرا چنین شده و تا زمانی که در این امر غور نکنیم و ریشه‌یابی نشود وضع به همین منوال خواهد بود. امیدوارم بتوانم در سرفصل‌های کلی مشکلات را معروض بدارم.

الف - چالش رویا: اعتقاد به اسطوره، ما ایرانیان را به رویا می‌برد. این امر همه ما را شامل می‌شود از جمله در مورد ورزش. اگر

یکی، دو ماه قبل از شروع بازی های المپیک دچار درشت نمایی شده بودیم، از همین چالش نشأت می گیرد. مخصوصاً بعد از بازی های آسیایی قطر ما دچار غلو شدیم و شعارهایمان تا حد کسب مقام سومی آسیا ارتقا پیدا کرد. ملاحظه بفرمایید سال هاست همه عادت کرده ایم حرف خوب زیاد می زنیم و بیشتر در آرمان هایمان غوطه وریم.

در دنیای برنامه ریزی از آرمان هدف می سازند، از هدف به ماموریت ها می پردازند و سیاست اجرایی را مشخص می کنند و منشور تدارک می بینند و نهایتاً برنامه کوتاه یا میانه یا بلندمدت را مدنظر قرار می دهند و به اجرا می پردازند. اما ما چون رویایی هستیم، فقط در آرمان متوقف می مانیم و اگر امروز در المپیک نتیجه نگرفته ایم، ریشه در همین امر دارد و مسوولان ارشد ورزش کشور در خیالات و آرزوهایشان بودند و برای کسب نتیجه کمتر به امور دیگر پرداخته اند و متاسفانه شد آنچه نباید می شد.

ب- چالش احساس: ورزش در حوزه احساس قرار دارد و تولید احساس می کند و ما ایرانیان که انسان هایی احساسی هستیم، تولید احساس توسط ورزش، احساسات ما را تشدید می کند. باز مدیران هم مستثنی از این امر نیستند و احساس تولید شده در ورزش آنها را به شدت تحت تاثیر قرار می دهد و موجب می شود احساسی عمل کنند و غفلت کنند از اینکه قهرمانان برای اخذ نتیجه نیاز دارند در تعادل سه سطحی قرار گیرند و جسم و خرد و روان شان باید در شرایط مسابقه قرار گیرد. احساسی شدن مدیران به لایه های پایین سرایت می کند و تعادل سه سطحی را بر هم می زند یعنی در حقیقت در بعضی موارد مدیران ناخواسته مبادرت به اعمالی می کنند که با دست خود اخذ نتیجه را با چالش مواجه می سازند. حوزه ورزش در حوزه شهرت است و شهرت تیغ دولبه ای است که هم محبوبیت به همراه دارد و هم منفوریت. ما در خیلی موارد به خاطر شهرت ورزشی اعمالی را انجام می دهیم که منجر به نفرت می شود.

حوزه رسانه ای ورزش حوزه قدرتمندی است و مدیران ورزش در معرض دائمی حوزه رسانه اند و برای تحریک احساس با رسانه هم احساسی برخورد می کنند و خود این برخورد احساسی به جامعه تزریق می شود و به تدریج اثرات خود را بر جا می گذارد و چون به اوج می رسد، همراه با مشهوریت، منفوریت را تزریق می کند و در نتیجه ناکارآمدی به سرعت خود را نشان می دهد. شاید در سایر حوزه ها اینچنین به سرعت مدیران تخریب نشوند. مثلی در ورزش است که می گویند مدیریت در ورزش عبور از لوله بخاری است؛ سفید وارد می شوی و سیاه خارج می شوی. اگر قدری منصف باشیم، باید اذعان کنیم که ارزیابی عملکرد مدیران در حوزه ورزش هم احساسی است.

ج- چالش عقل: چالش احساس و رویا عقلانیت را به حداقل کاهش می دهد و ورزش پدیده مدرن و زاینده جهان صنعتی است. امروز نمی توان با دیدگاه سنتی ورزش را اداره کرد. اگر به چارت تشکیلاتی و ساختار سازمان ورزش ما دقت شود، ملاحظه خواهد شد که به طور سنتی اداره می شود و عقل جمعی در آن کمتر به کار گرفته شده و می شود. حرفه ای گری در پایین ترین سطح و لایه قرار دارد یا به عبارت جامع تر اصلاً جامعه ما طبقه تولید ندارد که لایه ورزش در درون آن طبقه شکل گرفته باشد. اگر صاحبان رتبه در المپیک پکن را نگاه کنیم، در ردیف یک تا ۲۰ صاحبان سکو و مدال به جز یکی، دو مورد استثنا، کشورهای توسعه یافته و صنعتی را ملاحظه خواهیم کرد. ما تا زمانی که از توسعه نیافتگی رنج می بریم، نباید انتظار داشته باشیم که ورزش ما در اوج باشد. حجم کوچک اقتصاد ما توان حرفه ای شدن در ورزش را ندارد و به همین علت هستی ورزش را در دولت جست و جو می کنیم. گرچه در سال های اخیر با تدوین برنامه جامع و راهبردی در ورزش گام اول را برداشته ایم اما متاسفانه مدیران سنتی طرح را به محاق فراموشی سپردند و با بازگشت به عقب خواستند دوباره ورزش را با عقل فردی اداره کنند. در دنیای فوتبال این امر برتاییده نشد و منجر به محرومیت فوتبال ما شد و ناچار مدرنیته و عقل جمعی را پذیرفتیم اما اتفاقاً همین موجب تضعیف مدیریت کمیته ملی المپیک ما شد چرا که دبیر کل ما رئیس فدراسیون هم شد. هر اندازه ما در این بخش غور کنیم، بیشتر نقاط ضعف ما نمایان خواهد شد. از سوی دیگر از سال ۱۹۴۸ که در المپیک پکن حضور پیدا کرده ایم، کمتر در جهت مدرن کردن

مدیریت گام برداشته ایم. گرچه کلاس های مدیریت سولیداریتی را در سطوح مختلف برگزار کرده ایم، اما هیچ گاه نحوه مدیریت مان را با مدیریت المپیک هماهنگ نکرده ایم. فقط در دوره ای در زمان ریاست جناب مهندس هاشمی طباطبائی اتفاق به وقوع پیوست که تحمل نکردیم و با کنار زدن ایشان سمت و موقعیت خود را هم از دست دادیم.

د- چالش علم و زمان: ورزش پدیده ای فراعلمی است و حداقل نگاه علمی به ورزش داشتن متدولوژی برای مدیریت زمان است به لحاظ فرهنگی. ما هیچ فرصتی را برای زمان سوزی از دست نمی دهیم و باز به لحاظ فرهنگی روش علمی را کمتر به کار گرفته ایم، علی الخصوص در ورزش. و بدتر از همه اینکه نیازهایمان به علم در ورزش تعریف نشده است. با اینکه طرح جامع ورزش را تدوین کرده ایم ولی نقشه علمی جامع ورزش خود را فراموش کرده ایم. عادت کرده ایم زمان را از دست بدهیم. امروز همه به نقد نتیجه المپیک نشستیم اما دو ماه دیگر همه چیز به دست فراموشی سپرده خواهد شد و باز تا چهار سال دیگر در همین نقطه توقف خواهیم کرد.

اینکه عرض می کنم مدیریت علمی را کمتر به کار می بریم، ملاحظه بفرمایید میزان تحصیلات علمی روسای فدراسیون های کشتی و ورزش اول کشور و مدال آورترین ورزش المپیک ما در ۳۰ سال گذشته میانگین از دیپلم بالاتر نرفته است. این امر را به سطوح تخصصی پایین تر هم اگر اشاعه دهیم، وضع بسیار بدتر خواهد بود. مستندات کتابخانه ای، تطبیقی، آماری و... را در مجموعه ورزش مان یا نداریم یا کمتر داریم. اگر دنیای امروز مدیریت هوشمند را در ورزش به کار گرفته است، ما اهمیتی به تخصص در ورزش نمی دهیم. برای مثال این حقیر چهار سال رئیس فدراسیون وزنه برداری بودم و هشت سال معاون ورزشی سازمان تربیت بدنی و تحصیلاتم مهندسی مکانیک بوده است و بعد از ۱۲ سال تجربه تازه یاد گرفته بودم که باید با ورزش خداحافظی می کردم. امروز وضع بسیار بدتر از آن روز است و مدیریت دست کسانی است که بیگانه تر از دوران ما با ورزش هستند. دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور داریم، سال هاست مدارس عالی ورزش و دانشکده های ورزشی تا سطح درجه دکترا در کشورمان است اما چرخه ارتباطی مناسبی بین سطوح اجرایی و علمی وجود ندارد. و سخن خلاصه کنیم؛ تا این چالش ها وجود دارند و تا مدیریت کم کارآمد در ورزش هست، بهتر از این نمی توان نتیجه گرفت. ان شاءالله به خود آییم و از رویا و احساس به در آییم و با علم و عقلانیت ورزش را به سرمزول مقصود برسانیم. * ۱۴۵۳۰ http://www.sarmayeh.net/ShowNews.php?

جودو ورزش ماندن مقابل رقبای بزرگ

۱

جودو ورزش ماندن مقابل رقبای بزرگ... sport

کاربرد جودو در صنایع و بازار

دکتر حمید رضا سعید نیا- مهدی بنی اسدی چکیده:

شرکتها برای دستیابی به موقعیت بهتر در ابعاد جهانی و محلی، با توجه به شرایط پیرامونی و وضعیت همتایان خود و مهمتر از همه قابلیتها و ظرفیتهای خود در بازار باید با دیدی عمیقتر به فعالیت بپردازند. در این زمینه ورزش جودو و تکنیکهای چند سالی است که نظر محققان و کارشناسان بازاریابی را به خود جلب کرده است. در این مقاله سعی شده تا به کاربرد این ورزش در صنایع و بازار پرداخته شود. مقدمه ورزش «جودو» یکی از ورزشهای قدیمی در کشور ژاپن و بنیانگذار آن استاد «کانو» است. واژه «جودو» از ترکیب دو کلمه "جو" به معنای ملایمت، و واژه "دو" به معنی اصل و یا روش است. لغت "جو" از ورزش «جوجیتسو» مشتق شده که توسط سامورائی ها مورد استفاده قرار می گرفت. پس جودو را تحت عنوان "روش ملایمت" ترجمه کرده اند. استاد کانو، جودو را آمیزه ای از قدرت و هنر توصیف کرد که در آن به شما می آموزد، چگونه از قدرت رقبا علیه خود آنها استفاده کنید و

جودو کار یاد می‌گیرد چگونه درصدد اجرای حمله به‌موقع در طول مدت مسابقه باشد. جودوکار در حین مسابقه می‌آموزد به دنبال نقاط ضعف حریف بوده و آماده باشد که با تمام قوا به او حمله کند. البته نکته اصلی در طول مسابقه، به کارگیری مقدار صحیح قدرت مورد نیاز است. در این ورزش یک آدم ضعیف و سبک وزن با استفاده از فنون جودو می‌تواند یک هرکول قدرتمند را بر زمین بزند و بر او غلبه کند یعنی یک فرد کوچک اندام با استفاده از اصول "یاوارا" می‌تواند مرد قوی هیکلی را پرتاب کند و یا به نحو موثری از قدرتش برای خنثی کردن قدرت یک مرد قوی هیکل استفاده کند. این اصول و تاکتیک‌ها باعث شد که محققان بازاریابی از جودو به عنوان یک پدیده ورزشی در بازار استفاده کنند و به شرکتهای کوچکتر رمز بقا و غلبه بر حریفان قدرتمند را بیاموزند، به گونه‌ای که در مقابل آنان زانو نزده، و به جنگ تن به تن با آنها پردازند. پیشینه موضوع چندین سال پیش زمانی که یوفی و مری کواک (Yoffie & Mary Kwak) استادان دانشگاه هاروارد به کشور ژاپن رفتند، آقای Yoffie در آنجا به سختی به تب مضمک مبتلا شد و در رختخواب افتاد و در طول مدت بیماری، بدون اینکه بتواند کاری انجام دهد به تماشای تلویزیون پرداخت. همزمان در یکی از شبکه‌های تلویزیون مسابقاتی پخش می‌شد که در آن مردانی که به ورزش جودو و کشتی sumo می‌پرداختند، کیسه‌های سنگین ۳۰۰ پوندی را بر روی شانه‌های خود گذاشته، و به هم تنه می‌زدند، و هر کدام که قویتر بود تعادل خود را حفظ می‌کرد و به زمین نمی‌خورد. این اتفاق ذهن پروفیسور را به تکاپو انداخت و شروع به مطالعه جدی و عمیق، درباره ورزشهای رزمی در کشور ژاپن پرداخت و تصمیم گرفت که از این ورزشها به عنوان یک استعاره در تجارت استفاده کند به نحوی که در آن نیرو و قدرت رقیب به عنوان یک مزیت برای ما محسوب می‌شود. جودو بر حرکات ساده و ابتدائی متمرکز است، ولی دارای یک فلسفه قوی و قدرتمند است که برای شکست رقیب، از قدرت و اندازه رقیب، برای غلبه بر او استفاده می‌کند. محققان و اندیشمندان معاصر، برای نشان دادن اینکه چگونه یک مدیر می‌تواند اصول و قوانین شرکت را با تمرکز بر روی مهارت، برای موفقیت شرکت گسترش دهد، از شرکتهای بزرگ و کوچک استفاده کرده‌اند. جودو می‌تواند جعبه ابزار مفیدی را از نظر چگونگی و زمان استفاده از تکنیک‌های مربوطه برای مدیران فراهم سازد. هدف از کاربرد جودو در تجارت فقط به دست آوردن بخش کوچکی از بازار نیست، بلکه هدف اصلی آن رشد مستمر و دائمی شرکت است. اصول جودو در جودو ۲ نوع مهارت کلی وجود دارد: ۱- فنون تکنیکی: مجموعه حرکات دقیق که برای غلبه بر حریف در پی هم می‌آیند. ۲- فنون تاکتیکی: خلق شرایطی که می‌توان تحت آن شرایط، فنون تکنیکی را به خوبی به کار برد. فنون مذکور بر اساس ۳ اصل مهم قرار دارد که به شرح هر کدام از آنها می‌پردازیم: اولین اصل، اصل حرکت: در جودو مهمترین نکته برهم زدن آرامش فکری حریف و سپس قراردادن خود در بهترین موقعیت برای حمله است و لازمه این امر حرکت دادن حریف به‌روی تاتامی (تشک مخصوص جودو) و ایجاد موقعیت دلخواه خود است. زیرا بی‌ثباتی و از بین بردن مرکز ثقل و ایجاد تزلزل در حریف کلید رمز پیروزی در اجرای یک تکنیک صحیح و قوی است. بدن حریف را باید در یکی از جهات اصلی و یا فرعی از تعادل خارج کرد. حریف را به وسیله حرکت دادن بدن خود بکشید و یا هل دهید، اگر حریف مقاومت کرد، مقاومت نکنید و با او حرکت کنید. در دنیای کسب و کار تجارت از این مطلب این گونه استفاده می‌شود: حرکت به سمت رقیب، برای از بین بردن مزیت‌های ابتدائی آنها. نمونه آن شرکت سونی - اریکسون است که برای اجرای این اصل از رویه‌های زیر استفاده کرد! حرکت سریع به زمینه‌های غیر رقابتی و دوری جستن از تعارضاتی که به سرشاخ شدن با رقیب منجر می‌شود، و برای این منظور شرکت به سمت محصولات جدیدی حرکت کرد که در فضای رقابتی شرکت تعریف شده بود! حرکت به سمت مدل‌های قیمت‌گذاری جدید که رقیب قادر به تقلید نبودند! نوآوری در سیستم توزیع که با رقیب متفاوت بود. همچنین این شرکت در سال ۱۹۹۹ به محض ورود به بازار چین اجرای برنامه‌های استراتژیک خود را با استفاده از تاکتیک‌های جودو دنبال کرد که عبارت بودند از: *خلق و افزایش تقاضای محلی؛ *بومی کردن محصولات؛ *تولید محصولاتی با قیمت کم و متوسط تا اکثر افراد توانائی خرید داشته باشند؛ *تمایز نام تجاری شرکت به‌طور واضح از سایر رقیب، و تاکید بر

ویژگیهای منحصربه‌فرد تمامی کالاها و ایجاد یک کانال فشرده فروش و خلق بازار هدف برای هر نام تجاری. دومین اصل، اصل انعطاف پذیری و یا تعادل: به مثابه درختی است که در طبیعت با وزش بادی قوی از ریشه کنده نمی‌شود، بلکه با جریان باد هماهنگ می‌شود. فرض کنید مردی با قدرت جسمانی عدد ۱۰ در مقابل شما ایستاده است و قدرت شما نیز ۷ است. اگر او شما را به شدت هل دهد، مطمئناً به عقب می‌روید و به زمین می‌خورید، اما اگر به جای مخالفت با قدرت حریف، تا حدی در مقابل هل دادن او مقاومت نکرده و خود را به عقب بکشید، می‌توانید تا اندازه‌ای تعادل خود را حفظ کنید. در این حالت مسلماً تعادل او به هم خواهد خورد. حریف که بر اثر عمل ناشیانه خود تعادلش به هم خورده است، دیگر قادر به استفاده از قدرت خود نبوده و قدرتش به ۷ کاهش می‌یابد. از آنجا که شما تعادل خود را حفظ کرده اید، قدرت شما در عدد ۷ باقی می‌ماند و اکنون قوی‌تر از حریف هستید. حفظ تعادل خود و ندادن فرصت به حریف با حرکات ظریف و تغییر محل دادن به موقع در روی تاتامی و حمله کردن به‌طور منظم و پیگیر از نکات اصلی در این مرحله است. شرکت می‌تواند ضمن حرکت و درگیر شدن با رقیب، تعادل و موقعیتش را حفظ نماید پس باید به این نکات توجه داشته باشد: *از تکنیک‌های جودو زمانی استفاده شود که رقیب قویتر و بزرگتر از شما هستند؛ *حرکات زیرکانه‌ی رقیب را به دقت دنبال کنید؛ *انعطاف پذیری را همه جا داشته باشید و تعدیل تاکتیکی را با یک استراتژی بلند مدت ترکیب کنید. سومین اصل، استفاده از قدرت اهرمی: این اصل بلافاصله پس از برهم خوردن تعادل حریف با استفاده از نیروی خود او و با به‌کاربردن فنی که شگرد شماس است انجام می‌شود زیرا هنگامی که حریف تعادل خود را از دست داد، قادر نخواهد بود از نیروی خود استفاده کند و تحت کنترل قرار می‌گیرد. استفاده همزمان از این سه اصل به مدیر کمک می‌کند که بدون توجه به اندازه شرکت‌های رقیب، به نبرد و مقابله با آنها پردازد. پس در این مورد می‌توان به نکات زیر اشاره کرد: *از تعهد و التزام استراتژیک رقیب به نفع خود استفاده کنید؛ *با شرکت‌هایی که مورد تهدید رهبران و چالشگران بازار قرار گرفته‌اند و کالاهایی نظیر شما تولید می‌کنند همکاری نزدیکی داشته باشید. به‌عنوان مثال شرکت فولکس واگن برای تحقق این امر در سال ۱۹۸۵ وارد بازار چین شد و با شرکت صنعتی خودروسازی شانگهای تشکیل یک تیم را داده و با هم متحد شدند. قدم بعدی برای شرکت سرمایه‌گذاری حدود ۲/۳ میلیون دلار در بازار چین بود که توانست در حدود ۴۰ درصد بازار را به دست آورد. تاکتیک بعدی شرکت این بود که خود را آماده کرد تا به محض ملحق شدن به سازمان تجارت جهانی با رقیب جدید به مبارزه پردازد و برای این منظور واحد تحقیق و توسعه خود را در شانگهای گسترش داد و در کنار آن سیستم توزیع بسیار وسیعی ایجاد کرد و خدمات را در حد بسیار بالایی گسترش داد. در اینجا جودو می‌تواند ۴ نکته قابل توجه برای مدیران فراهم می‌کند: ۱- تمرکزی عمیق و دقیق بر روی هسته تجاری خود داشته باشید. ۲- روحیه تهاجمی داشته باشید ولی از حمله مستقیم اجتناب ورزید. ۳- دارای برنامه بوده و در جهت حرکت روی محور اصلی و اساسی، آمادگی داشته باشید. ۴- به دنبال استفاده از قدرت اهرمی در نقاط قوت باشید. استعاره‌ها در تجارت بسیار فراگیر هستند چرا که به یک جرقه ذهنی آنی منجر می‌شوند. در نگاه اول، جودو شبیه دیگر استعاره‌ها و پدیده‌های دنیاست که می‌تواند در نظریه‌های تجاری و تجزیه و تحلیل و استراتژی‌های شرکت به کار گرفته شده و برای شرکت‌های کوچکی که به دنبال راهی برای غلبه بر رقیب قدرتمند هستند، درس‌های مفید و آموزنده‌ای را آشکار می‌کند. به عنوان مثال در سال ۱۹۹۴ شرکت «نت اسکپ» با هدف ایجاد و خلق ارتباط جهانی بر روی شبکه‌های اینترنتی تاسیس شد. موسسان شرکت با استفاده از فنون جودو سعی در بودن و ماندن در بازار و حتی تهدید و تنه زدن به شرکت مایکروسافت کردند. در استفاده از اولین اصل جودو، یعنی "حرکت سریع به سمت محصولات و بازارها،" جنگ شرکت نت اسکپ با رقیب زمانی گرم‌تر شد که شرکت محصولاتی، متفاوت از رقیب به بازار روانه کرد و حتی شرکت از طریق تلفن، شروع به توزیع کالا به مشتریان و حتی خرده‌فروشان کرد. استراتژی و قدم بعدی شرکت این بود که جنگ را به سمت موضوعهای غیررقابتی ببرد. هدف ورزش جودو این است که باعث چرخش نیروهای رقیب به سمت ایجاد یک مزیت نسبی برای شرکت باشد و به مدیران کمک می‌کند که یاد بگیرند

چگونه می‌توانند به صورت کارا تر با رقبای بزرگتر و قویتر به رقابت بپردازند. این موضوع برای شرکتهای مطرحی که توجهی به اندازه و چرخه عمر سازمان ندارند، یک چالش بزرگ است. پیام اصلی ورزش جودو برای شرکتهایی که رقبایی قوی و جدی دارند، این است که از درگیریها و نزاعهایی که به اصطلاح جودو کارها به سرشاخ شدن با آنها منجر می‌شود پرهیز کنند، چرا که این امر باعث کاهش قدرت سازمان و از بین رفتن منابع مادی و انسانی آن می‌شود. و به جای آن باید با ایجاد سرعت در کار پرسنل و ایجاد یک فکر خلاق و استراتژیک در بین آنها، رقابتی پویا را شکل داد که از روبه‌رو شدن با رقبای بزرگ و اصلی دوری جوید. در ورزش جودو سعی می‌شود از قدرت حریف علیه خود او استفاده شود. در عرصه سیاست ولادیمیر پوتین رئیس جمهور روسیه شاید بهترین مثال عینی این موضوع باشد، او که تربیت شده کا.گ.ب، بود به خوبی با جودو آشنا بود و تکنیک‌های جودو را هنگام انتخابات ریاست جمهوری برای شکست رقبا استفاده کرد و پیروز میدان شد. جودو کار ماهر می‌تواند برتریها و نقاط قوت رقیب را در ثانیه‌های اول مسابقه درک و تحلیل کرده واز آن اشتباهات به نفع خود استفاده کند. همانطور که در ابتدا گفته شد جودو و تکنیک‌های آن در بازار نیز می‌تواند به کار گرفته شود، با بررسی تمامی جوانب و اصول و تکنیک‌های شرح داده شده می‌توان موارد ذیل را مورد توجه قرار داد: الف - هرگز شما آغازگر حمله نباشید؛ جودو کاران مبتدی که تجربه زیادی در مسابقات ندارند، امکان دارد با دیدن سالن مسابقه و یا سرو صدای طرفداران به وجد آمده و بی محابا و بدون فکر به حریف حمله کنند، این لحظه طلایی یک موقعیت مناسب برای حریف مقابل و با تجربه است، تا او را به حمله بدون فکر تشویق کند و از این موقعیت سود ببرد. جودو کار کم تجربه و ضعیفتر باید با سیاست و با برنامه حمله را آغاز کند. در دنیای تجارت می‌توان گفت که اگر شما نسبت به رقیب از موضع ضعیف‌تری برخوردار هستید باید با زیرکی خاصی از تحریک کردن رقبای بزرگ و جدی پرهیز کنید، چرا که در غیر این صورت به گوشمالی شما از طرف آنها منجر می‌شود. به عنوان مثال، اگر شما توان ارائه کالا با قیمت پایین و تحمل ضرر کوتاه مدت را به خاطر نداشتن توان مالی قوی را ندارید بی دلیل با رقبای اصلی به جنگ قیمت پردازید. ب - چارچوب و فضای رقابتی خود را معلوم کنید؛ اگر شرکت بتواند به تعریف و تعیین چارچوب و فضای رقابتی خود پردازد، دیگر داشتن سهم و اندازه کم از بازار، به عنوان یک عیب برای شرکت مطرح نیست. آنها یک بخش کوچک را که برای رهبران و یا چالشگران بازار چندان مفید فایده نیست انتخاب کرده و در آن به فعالیت می‌پردازند و شرکت می‌تواند از این مزیت نسبی خود، نسبت به دیگر رقبا با مانور دادن و حرکت کردن به سمت رقابت در مسیری که برای دیگر رقبا دشوار است استفاده کند و پیشگام معرکه باشد. به عنوان مثال گاهی اوقات شرکتی می‌تواند کالاهای خود را به دلیل دسترسی به کانالهای ارتباطی قوی، و یا نفوذ در مراکز تصمیم‌گیری کلان و ملی، و یا رانت اطلاعاتی، فناوری خاص و یا نیروی کار ارزان، کالاهایی با قیمت تمام شده کمتری به نسبت رقبا تولید کند که این یک مزیت برای او می‌تواند عامل رقابت در بازار باشد. ج - به سرعت انجام کار را دنبال کنید؛ جودو ورزش ثانیه هاست و در آن لحظه‌ها، تعیین کننده پیروزی و یا شکست است. با تعریف و مشخص کردن قلمرو رقابتی، شما می‌توانید برای شرکت یک چتر امنیتی فراهم کنید. شرکت نوکیا تلاش می‌کند که مدل‌های مختلفی از موبایل را به سرعت روانه بازار کند تا بتواند سهم خود را حفظ کند. بعضی از شرکتهای نیز با استفاده از سیستم‌های **less paper less& pen** تلاش می‌کنند تا کلیه کارها اداری مربوط به مذاکرات و فروش از ابتدا تا انتها در حداقل زمان و با سرعت زیاد صورت دهند. د - به رقیب خود بچسبید؛ یک جودو کار مسلط در طول مسابقه با چسبیدن به حریف، مانع از اجرای تکنیک توسط حریف شده و به دنبال یک موقعیت خوب می‌گردد تا با اجرای فنون اصلی و شگرد خود، به روی حریف مقابل به برتری دست یابد. هدف از چسبیدن به رقیب باید این باشد که از موقعیت شرکت دفاع، و آن را تقویت کنید. شراکت با رقیب، این امکان را فراهم می‌کند که با نیرویی بسیار قوی از موضع شرکت دفاع کرده و گاهی اوقات زودتر از آنها اقدام کنید و فرصت پیروزی را افزایش دهید. نمونه آن شرکتهای نفتی هستند که تشکیل یک کارتل نفتی را می‌دهند. یعنی با ایجاد یک وحدت رویه سعی می‌کنند که یک همدلی بین خود ایجاد

کنند. همه شرکتهای همچنان که به منافع ملی و سازمانی خود توجه می‌کنند، نیم‌نگاهی نیز به وضعیت بازار و مقدار تقاضا دارند و گاهی اوقات یکی از آنها برای کسب منافع بیشتر اتحاد کارتل را می‌شکنند و دیگران را رها می‌سازد. پس بهتر است که شما فضا را برای رقابت محدود کنید، ولی توجه داشته باشید که با نزدیک شدن به رقبا شما باید از محدوده شخصی شرکت نیز دفاع کنید. نمونه آن شرکت کداک بود که بعد از ورود به بازار چین به دنبال به دست آوردن اهداف زیر بود: ابتدا به شناسایی همه استودیوهای فیلمبرداری بزرگ و اصلی چین و ارزیابی سهم آنها پرداخت و با بزرگترین آنها یک شرکت مشترک به وجود آورد. بدین ترتیب موفق شد: در ۶ ماهه اول سال ۱۹۹۹ با محصولات خود (فیلم‌های رنگی) ۷۰ درصد بازار را تسخیر کند؛* حدود یک میلیون دوربین عکاسی و فیلمبرداری در بازار چین بفروشد؛* حدود ۵۰۰۰ استودیو در ۱۲۰ شهر تا سال ۲۰۰۲ ایجاد کند و تا سال ۲۰۰۴ هدف آینده اش را تاسیس ۱۰ هزار استودیو در چین قرارداد؛* هزینه بالایی برای افزایش کارایی در سیستم کانال توزیع، هزینه کرده. - از مقابله به مثل کردن دوری بجوئید؛ در مواردی شما می‌توانید به راحتی بر رقبا غلبه کرده و خود یکه‌تاز میدان باشید مشروط بر آنکه وارد یک مبارزه تلافی‌جویانه و فرسایشی نشوید. نمونه آن آغاز جنگ سرد بین روسیه و آمریکا بود. که فکر سیاستمداران روس مستقر در کاخ کرملین را صرف ساختن تسلیحات نظامی کرد و از دیگر حرکات رقیب غافل ماند. گاهی اوقات در تجارت باید از مبارزات تلافی‌جویانه و یا جنگهایی که باعث از بین رفتن منابع مادی و معنوی شرکت می‌شود دوری کرد. یعنی به جای اینکه درگیر نزاعهای فرسایشی گردید، حالت حمله و تهاجمی داشته باشید و نسبت به جایگاه خود در بازار واکنش نشان دهید. و - هنگامی که توسط حریف کشیده می‌شوید، حریف را هل دهید؛ جودو کاران هنگام اجرای فنون در مسابقه سعی می‌کنند که هر یک دیگری را به سمت خود کشیده، تعادل او را بر هم زده و او را به سمت خود بکشند، و از نیروی رقیب به نفع خود استفاده کنند. چرا که اگر حریف مقابل به سمت شما بیاید، اجرای تکنیک بسیار راحت و ساده است. در این مورد باید گفت که در دنیای تجارت شرکت می‌تواند با افزودن انتخابهای جدید به محصولات و خدمات، خود نظاره‌گر شکست رقبا و یا تغییر استراتژی آنها باشد. به عنوان مثال یک شرکت تولیدی لوازم نوزاد در آمریکا توانست با ارایه محصولاتی با قیمت پایین‌تر و کیفیت بالاتر، با رقبای اصلی خود به رقابت بپردازد. در حقیقت او به ارائه این محصولات قسمتی از سهم بازار رقبا را به دست آورد. نتیجه‌گیر یاز ویژگیهای جهان امروز می‌توان به جهانی شدن اقتصاد، رقابت بر مبنای زمان و افزایش دانش و اطلاعات نزد پرسنل سازمانها و شرکتهای اشاره کرد. و همه اینها بیانگر یکپارچگی بازارهای جهانی و پویایی محیط سازمانهاست. در چنین فضایی باید از خود پرسید که شرکتهای کوچکتر چگونه می‌توانند در دنیای پر از رقابت زنده و ماندگار باشند. امروزه رشد روزافزون شرکتهای داخلی و خارجی و رقابت تنگاتنگ آنان برای داشتن سهم بیشتری از بازار باعث ایجاد فضای رقابتی بسیار سنگینی شده است. جودو به خاطر استفاده از نیروی رقیب بسیار موثر است و از شرکتهای بسیار کوچک تا شرکتهای غول‌آسا همگی در جست‌وجوی بسط این سبک به آن سوی مرزهای شرکت خود هستند. جودو نیاز به نظم، خلاقیت و انعطاف‌پذیری دارد. منابع و ماخذ- ۱- تدبیر، ۱۳۸۴، شماره ۱۵۵-۲- کیهان، محمد، (۱۳۸۰) "آموزش جودو"، تهران چاپ اول ۳ - JUDO - ۲۰۰۱. Yoffie & Mary Kwak.

.STRATEGY WRITTEN BY HARVARD UNIVERSITY

* تدبیر

علوم ورزش

علم ورزش، علمی است که در آن به مسائل علمی و تخصصی ورزش پرداخته می‌شود و هدف از این علم آن است که علاقه‌مندان به ورزش از این طریق پی به کلیه مسائل مربوط به علوم ورزش برده و آن را بکار بندند تا کمتر دچار آسیب شده و همچنین از طریق علم ورزش مهارت خود را در هر رشته ورزشی افزایش دهند. آدمی در مراحل تمدن به درجات عالی رسیده و اندیشه و

فکر او بسیار تابناک شده و حاصل کار و اندیشه و هوشمندی انسان یعنی علوم و معارف بشری نیز روز به روز وسعت یافته است. هر یک از دانش‌ها و فروغ معرفت‌های انسانی در قرن بیستم به صورت دریای پهناور در آمده است به طوری که در هر یک از رشته‌های علوم باید سال‌ها وقت صرف کرد تا در آن تخصص یابد و به مقام شامخی برسد، نه تنها ناگزیر است از برگزاری مسابقه آن علم یا فن در جهان آگاه گردد و از بزرگان آن رشته تاسی جوید و پیش برود، بلکه همین فرد باید علاقمند به این رشته هم باشد و همین موارد لزوم داشتن اطلاعات کافی و یا معلومات عمومی را ایجاب می‌کند. امروزه هیچ کس حتی کسانی که فقط ورزش را بخاطر ورزش نه بخاطر اهداف قهرمانی در رقابت‌های رسمی انجام می‌دهند، نمی‌توانند منکر ارزش روش‌های علمی در بالا- بردن سطح تکنیک، تاکتیک و بطور کلی کیفیت تیم‌ها در هر نوع ورزشی باشند. در ورزش اجرای صحیح مهارت‌ها وابسته به رعایت اصول و قوانینی علمی متکی بر اصول مکانیکی و بیومکانیکی است. وقتی رقابت‌ها در سطح حتی صدم ثانیه‌ها کشیده می‌شود صرف نظر از تلاش شخصی ورزشکار در پیروزی، به طور دقیق ارزش تمرینات و نحوه‌ی استفاده حداکثر از قدرت و توان ورزشکار در تمرینات توسط یک مربی آگاه و با استفاده از روش‌های علمی و سایر خصوصیات که یک مربی موفق باید داشته باشد از جمله اصول علمی تربیت بدنی، برنامه ریزی صحیح تمرینات به نحوی که ورزشکار در روز مسابقه در حداکثر کیفیت بدنی و توان مسابقه باشد به طور کامل روشن و غیر قابل انکار است. اگر ما ادوار گذشته را مورد مطالعه قرار دهیم در می‌یابیم که در مسیر عمومی تاریخ زندگانی انسان، فرهنگ‌ها و تمدن‌های بسیاری بوجود آمده است و پیدایش اجتماعات و حرکت آنان اگر چه به ظاهر مستقل بوده ولی به حقیقت در یکدیگر تاثیرات متقابل داشته و تاریخ عمومی بشر را از جنبه‌های حرکت درونی و بیرونی به وجود آورده است. نقش اساسی علوم ورزشی‌اگر چه علوم ورزشی و نقش اساسی آن در بین تمامی ملل هنوز به مراحل کمال نرسیده ولی بدین نتیجه نهایی رسیده است که اولاً: اجتماع انسانی چون تشکل الکترونی و پروتونی و تجمع منظومه‌های شمسی پیوسته متحرک و متکامل بوده و از مراحل مختلفی گذشته است و در ثانی: تحول و حرکت افراد اجتماع نه فقط از جنبه‌های معنوی و درونی مورد مطالعه بوده بلکه برای تطابق حرکات روحی و جسمی انگیزه‌های علمی را مورد توجه قرار داده و دوام حیات و زندگی خویش را در این یافته است که جسم و روح خود را مبتنی بر تحول زمان و نظام خلقت هماهنگ ساخته تا با توازن این دو پدیده‌ی محسوس و معقول سزاوار عدل آفرینش و محق به ادامه‌ی زندگی سالم و متعالی باشد. ورزش محتوی زندگی نیست بلکه نوایی است که زندگی را همراهی می‌نماید. حفظ سلامت ملل و ایجاد تحول در جوامع مختلف، همان قدر برای سرنوشت و زندگی بشری هم بوده است که اکتشافات و اختراعات صنعتی بوده اند. همه‌ی این تلاش‌ها، تحقیق‌ها، تفسیرها و تجربیات و آزمایش‌های علمی در این مدت بیش از دو قرن باعث شدند تربیت بدنی به صورت علم جداگانه‌ای در آمده و انجام ورزش برای مردم جوامع صنعتی جنبه‌ی حیاتی پیدا کند برای این که احتیاج جوامع کنونی، به نیروی انسانی سالم بیش از هر زمان دیگر قابل لمس است، در جوامعی که نارسائی‌های کمی و کیفی ورزش وجود دارد عقب افتادگی آن جامعه نیز چشم‌گیر است و از این روست که ورزش امروز در جوامع متمدنی دنیا علاوه بر اثرات بهداشتی و نقش مهم آن در سلامت یک ملت به عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی و عامل مهم اقتصادی مورد مطالعه و پژوهش علمی قرار می‌گیرد به این دلیل که ترقی دانش و فنون و پیشرفت تمدن مسائل تازه‌ای به وجود آورده است که در گذشته یا مورد نظر نبوده و یا آن که چندان توجهی به آن نمی‌شد. بررسی‌های علمی ورزش و تربیت بدنی در جوامع صنعتی امروز جدا از پژوهش‌های پزشکی، آموزش و پرورش، روانشناسی، بهداشت، جامعه‌شناسی، اقتصاد و تاریخ نبوده بلکه با همه‌ی علوم فوق رابطه مستقیم دارد. تربیت بدن فرصت را به کودک، نوجوان و جوان می‌دهد که استعداد‌های خود را بیازماید و به پرورش خود با راهنمایی مربی آگاه همت ورزد. نوجوان و جوان امروزی فقط در محیط ورزش حاضر است نظم را بپذیرد، چرا که در آن محیط همه مانند او به دستورها و مقررات مربوط احترام می‌گذارند و مسئله تبعیض مطرح نیست همسالان و همراهان دیگرش هم مجبورند به دستورهای مربی عمل کنند.

<http://daneshnameh.roshd.ir>*

Sport Science Sport Science is a discipline that studies the application of scientific principles and techniques with the aim of improving sporting performance. Human movement is a related scientific discipline that studies human movement in all contexts including that of sport. The study of sports science traditionally incorporates areas of physiology, psychology, motor control and biomechanics but also includes other topics such as nutrition and diet, sports technology, anthropometry kinanthropometry and performance analysis. Sports scientists and performance consultants are growing in demand and employment numbers, with the ever-increasing focus within the sporting world on achieving the best results possible. Through the study of science and sport, researchers have developed a greater understanding on how the human body reacts to exercise, training, different environments and many other stimuli.

برنامه پنجم توسعه و یکپارچگی نظام مدیریت ورزش کشور

مسائل فرهنگی در ورزش

sport management

محمد جوادی پور

دبیر کارگروه تدوین برنامه پنجم توسعه در سازمان تربیت بدنی با بیان اینکه کار تدوین برنامه پنجم در این سازمان به پایان رسیده است، اعلام کرد: این برنامه، نظام مدیریت ورزش کشور را یکپارچه خواهد کرد.

محمد جوادی پور روز جمعه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا افزود: در تدوین برنامه پنجم تلاش شده است هماهنگی و انسجامی بین سازمان تربیت بدنی، تربیت بدنی وزارت علوم، وزارت آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، کارگران و ... ایجاد شود.

وی افزود: با عملی شدن چنین برنامه‌ای نه تنها نظام مدیریت ورزش کشور یکپارچه خواهد شد بلکه دغدغه مشترک تمام مسوولان ورزش کشور در بخش‌های مختلف رفع می‌شود.

وی با بیان اینکه در تدوین برنامه پنجم توسعه تلاش شده است که سازمان‌ها و نهادهای مختلف در جهت تحقق سند چشم انداز کشور حرکت کنند، اظهار داشت: در این برنامه همه دستگاه‌های ورزشی دارای برنامه جامع ارتقا ورزش در دستگاه خود خواهند شد چرا که برنامه پنجم توسعه همه دستگاه‌ها را مکلف می‌کند که برنامه‌ای جامع برای خود ترسیم کنند.

جوادی پور یکی دیگر از دغدغه‌های مسوولان ورزش کشور را مسائل فرهنگی در ورزش عنوان کرد و گفت: در قسمت‌های مختلف برنامه، لزوم توجه به مسائل فرهنگی و اقدامات مورد نیاز در این زمینه در نظر گرفته شده است.

وی با بیان اینکه مباحث فرهنگی در ورزش در برنامه پنجم به عنوان یکی از اولویت‌های کاری مسوولان در آمده است، اظهار داشت: تلاش شده مشکلات و کاستی‌های فرهنگی در پایان برنامه پنجم توسعه به حداقل خود برسد.

جوادی پور با بیان اینکه در برنامه تلاش شده است به ورزش وزارت آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، وزارت علوم، بانوان و

بخش خصوصی در اجرای اصل قانونی اساسی، کمبود منابع و اعتبارات، امکانات و ... توجه ویژه شود، اظهار داشت: تلاش ۴۴ شده نحوه نگاه به دستگاه‌ها به شکلی باشد که بتوان در راستای اجرای برنامه پنجم مشکلات را رفع کرد.

مدیرکل دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور اظهار داشت: کمیته تدوین تلاش کرده است که در این برنامه منابع مورد نیاز ورزش نیز دیده شود به طوری که همه بخش‌ها بتوانند به نحوی به ورزش در این حوزه کمک کنند.

جوادی پور گفت: کمک به بخش خصوصی، ارایه زمین رایگان و تسهیلات کم بهره و یا بدون بهره در قالب اجرای اصل قانون ۴۴ اساسی از جمله اهداف برنامه پنجم است.

وی گفت: زمینه‌های خوبی برای توسعه ورزش در برنامه ایجاد شده است تا بخش اعظم فعالیت‌ها در برنامه به بخش خصوصی واگذار شود.

مدیرکل دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور به ورزش طلاب و مد نظر قرار دادن آن در برنامه پنجم توسعه نیز اشاره کرد و گفت: برای نخستین بار در برنامه توسعه بخشی همانند ورزش دانشجویان به ورزش طلاب اختصاص یافته است که در آن منابع، احکام و امکانات مورد نیاز این قشر در ورزش نیز مشخص شده است.

جوادی پور به برنامه‌های ترسیم شده در ورزش همگانی نیز اشاره کرد و گفت: تلاش شده در این بخش الزاماتی برای سازمان‌ها و نهادهای مختلف ورزشی ایجاد شود تا در این زمینه گام‌های بلندی بردارند.

وی به ورزش در وزارت آموزش و پرورش نیز اشاره کرد و گفت: افزایش کلاس‌های ورزش در مدارس از دو ساعت به چهار ساعت که هنوز به اجرا در نیامده، یکی دیگر از اهداف تعیین شده در برنامه پنجم است.

جوادی پور اظهار داشت: بررسی‌ها بیانگر آن است که به دلیل کمبود منابع هنوز این امر میسر نشده است و در برنامه تلاش شده است که به نوعی این کمبود برطرف شود.

وی افزود: البته در کنار تزریق منابع تلاش شده است الزاماتی نیز ایجاد شود تا منابع تزریق شده در این جهت در آموزش و پرورش هزینه شود.

دبیر کارگروه تدوین برنامه پنجم توسعه در سازمان تربیت بدنی افزود: آموزش و پرورش در این حوزه دغدغه‌هایی همچون کمبود سالن ورزشی و مربی ورزش نیز دارد که براساس برنامه تدوین شده سایر دستگاه‌ها و سازمان‌ها باید با در اختیار قرار دادن سالن‌های ورزشی خود و حتی مریدان مورد نیاز به این وزارتخانه کمک کنند.

وی گفت: در شاخص، اهداف و احکام تلاش شده است که نگاه ویژه‌ای به فرهنگ ورزش شود به طوری که مشکلات و مسائل فرهنگی در ورزش کاهش یابد.

جوادی پور در ادامه یادآور شد: برای تحقق برنامه پنجم، تمهیداتی نیز صورت خواهد گرفت، بطوری که در هر سال از برنامه باید یک تقویم اجرایی تدوین شود تا مسوولان بتوانند میزان تحقق برنامه‌ها در هر سال را سنجیده و در رفع موانع و مشکلات تدابیر لازم را اتخاذ کنند.

وی در ادامه با بیان اینکه از مهر ماه سال جاری عملیات تدوین برنامه پنجم توسعه در سازمان تربیت بدنی آغاز و در اسفندماه سال جاری به پایان رسید، اظهار داشت: کمیته تدوین تلاش خود را کرده است که اشکالات موجود در برنامه چهارم در تمام بخش‌های ورزش را استخراج کرده و در قالب چارچوب مشخصی برای آنها چاره اندیشی کند.

جوادی پور با بیان اینکه در تدوین برنامه پنجم توسعه از نظرات صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران در بخش‌ها و سازمان‌های مختلف بهره گرفته شده است، گفت:

گمان می‌رود همگرایی و همراهی خوبی در برنامه پنجم وجود آمده است و این برنامه توانسته نیازهای همه بخش‌های ورزش را

در نظر بگیرد.

*<http://www۱.irna.ir/fa/news/view/menu-۱۵۴/۸۷۱۲۲۳۸۷۴۱۱۷۲۰۵۱.htm>

شرح وظایف اداره کل تربیت بدنی

نمونه ای از شرح وظایف - مورد؛ دانشگاه پیام نور

اهم فعالیت‌های اداره کل تربیت بدنی عبارت‌اند از: ۱. ارائه خدمات ورزشی به دانشجویان، کارکنان و اساتید. ۲. برگزاری مسابقات قهرمانی در سطح مراکز استانی دانشگاه جهت شناسایی استعدادها و ورزشی و تشکیل تیم‌های قهرمانی در رشته‌های مختلف. ۳. شرکت تیم‌های مختلف ورزشی دانشگاه در مسابقات قهرمانی و همگانی داخل و خارج از کشور با الویت کشورهای اسلامی. ۴. برنامه ریزی جهت القاء ارزشهای اسلامی به وسیله فعالیت‌های ورزشی در ورزشکاران تحت پوشش. ۵. اعزام تیم‌های ورزشی دانشگاه به مسابقات بین‌المللی و دوستانه با اولویت کشورهای اسلامی به‌ویژه برای بانوان. ۶. نظارت و ارزشیابی عملکرد مسئولان، مدیران و فعالیت‌های ورزشی مراکز استانی دانشگاه پیام نور. ۷. برقراری ارتباط مستمر با سازمان تربیت بدنی، اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم و سایر ارگان‌ها و نهادهای ورزشی. ۸. برگزاری همایش‌ها و کلاس‌های مربیگری و داوری جهت افزایش شناخت ورزشی دست‌اندرکاران دانشگاه. ۹. تهیه و توزیع بروشور و سی‌دی‌های مربوط به ورزش همگانی جهت افزایش انگیزه ورزشی در بین دانشجویان، کارکنان و اساتید. ۱۰. تشکیل شورای عالی ورزش دانشگاه و ارائه گزارش سالیانه به این شور. ۱۱. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به تربیت بدنی و ورزش همگانی و قهرمانی بالاخص ویژه بانوان. ۱۲. برگزاری مراسم سالیانه تجلیل از مدیران، مربیان و قهرمانان ورزش دانشگاه. ۱۳. برگزاری اردوهای فرهنگی - ورزشی برای دانشجویان، کارکنان، اساتید. ۱۴. تهیه و توزیع جزوات، وسایل و امکانات ورزشی برای مراکز استانی دانشگاه پیام نور. ۱۵. ایجاد ایستگاه‌های تندرستی و کلینیک‌های حرکت درمانی جهت ارزشیابی و ارائه نسخه حرکتی و افزایش آمادگی جسمانی دانشجویان، کارکنان و اساتید. ۱۶. تدوین بودجه اداره کل تربیت بدنی، سرانه ورزشی دانشجویان سراسر کشور و نظارت بر حسن هزینه شدن آنها. ۱۷. عقد تفاهم نامه با صدا و سیما و سایر موسسات تبلیغی و رسانه ای جهت ارسال اخبار ورزشی دانشگاه پیام نور. ۱۸. عقد تفاهم نامه با سازمان‌ها و موسسات فرهنگی، ورزشی جهت استفاده از امکانات و تاسیسات ورزشی آنها. ۱۹. تلاش در جهت اخذ اعتبارات مالی از اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و اسپانسرها و هزینه بهینه آنها. ۲۰. پیگیری مستمر جهت احداث اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه پیام نور در سراسر کشور با الویت به مراکزی که دانشجویی رشته تربیت بدنی دارند. ۲۱. ایجاد تسهیلات برای ادامه تحصیل قهرمانان، مدیران و خبرنگاران ورزشی. ساختار اداره کل تربیت بدنی در سطح سازمان مرکزی دانشگاه پیام نور: اداره ورزش‌های همگانی، فعالیت‌های اداره ورزش‌های همگانی عبارت‌اند از: ۱. تدوین برنامه جشنواره‌های ورزش همگانی در دانشگاه پیام نور. ۲. تعیین بودجه مورد نیاز ورزش همگانی دانشگاه. ۳. تهیه و توزیع سی‌دی و بروشورهای لازم جهت ایجاد انگیزه ورزشی در دانشجویان، کارکنان. ۴. برگزاری مسابقات ورزش‌های همگانی بین مراکز استانی دانشگاه. ۵. اعزام تیم‌های ورزش همگانی به مسابقات دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور و خارج کشور. ۶. ایجاد ایستگاه‌های دو و ورزش صبحگاهی در مراکز دانشگاه پیام نور. ۷. برگزاری کلاس‌های آموزش ورزش از دیدگاه علم و اعتقاد برای دانشجویان، مدیران، کارکنان. ۸. نظارت بر فعالیت‌های ورزش‌های همگانی (آقایان و بانوان در مراکز دانشگاه پیام نور سراسر کشور). ۹. برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های مربوط به ورزش‌های همگانی جهت افزایش شناخت ورزشی. ۱۰. پیگیری جهت احداث ایستگاه‌های تندرستی. ۱۱. پیگیری جهت ایجاد کلینیک‌های پزشکی - ورزشی. ۱۲. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های مورد نیاز. ۱۳. برگزاری المپیاد‌های ورزش همگانی. ۱۴. برنامه ریزی و اجرای تورهای ورزشی در داخل و خارج

کشور ۱۵. تهیه و توزیع وسایل و تجهیزات ورزشی جهت دانشگاه‌های پیام نور سراسر کشور. اداره ورزش‌های قهرمانیهم فعالیت‌های اداره ورزش‌های قهرمانی عبارت‌اند از: ۱. تدوین برنامه مسابقات ورزشی دانشگاه پیام‌نور براساس برنامه تنظیمی اداره کل تربیت‌بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ۲. برگزاری المپیادهای ورزشی ویژه دختران و پسران دانشجوی ۳. تشکیل و تدارکات لازم جهت انتخاب تیم‌های ورزشی و شرکت در مسابقات قهرمانی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و فدراسیون‌های ورزشی ۴. پیشنهاد و تدوین بودجه ورزشی مورد نیاز سال‌های آتی ۵. اعزام تیم‌های ورزشی برای شرکت در مسابقات کشوری و بین‌المللی داخل و خارج از کشور ۶. تهیه و توزیع وسایل ورزشی مورد نیاز دانشگاه ۷. برگزاری کلاس‌های مربیگری و داوری برای مربیان ورزشی دانشگاه ۸. نظارت بر تمرین تیم‌های ورزشی دانشگاه ۹. پیگیری در تأمین تأسیسات ورزشی مورد نیاز دانشگاه ۱۰. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های مورد نیاز اداره ورزش‌های اساتید و کارکنانهم فعالیت‌های اداره ورزش‌های اساتید و کارکنان عبارت است از: ۱. برنامه‌ریزی سالیانه جهت برگزاری فعالیت‌های ورزشی اساتید و کارکنان ۲. تهیه امکانات و تأسیسات ورزشی به صورت رایگان و یا ارزان قیمت ۳. برنامه‌ریزی جهت استفاده از تورهای ورزشی - تفریحی در داخل و خارج کشور ۴. تهیه وسایل ورزشی ارزان قیمت برای اساتید و کارکنان سراسر کشور با استفاده از تسهیلات ویژه دانشگاه ۵. برگزاری برنامه‌های سخنرانی و همایش‌های علمی جهت افزایش شناخت ورزشی در بین دانشجویان ۶. برگزاری مسابقات ورزشی همگانی و قهرمانی ۷. ایجاد کلینیک‌های پزشکی - ورزشی و تشکیل پرونده آمادگی جسمانی و انجام تست‌های لازم برای تمام اساتید، کارکنان و ارائه نسخه حرکتی برای آنها ۸. پیگیری در جهت تدوین آیین‌نامه‌های تشویقی جهت ارتقاء افرادی که حضور بیشتر و مقام بالاتر ورزشی را کسب نموده‌اند ۹. برنامه‌ریزی جهت افزایش حضور مدیران، اساتید، کارکنان در برنامه‌های منظم ورزشی ۱۰. تهیه و ارسال جزوات، بروشور و CD جهت آموزش و اجرایی فعالیت‌های ورزشی در منازل توسط دانشجویان ۱۱. برگزاری و شرکت مدیران، اساتید، کارکنان در مسابقات ورزشی مربوطه در داخل و خارج کشور

* <http://www.pnu.ac.ir>

کنکور کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

دروس ضرایب زبان عمومی و تخصصی ۳ فیزیولوژی و تغذیه ورزش ۱ آمار، سنجش و اندازه‌گیری در تربیت بدنی ۳
 یرکت شناسی و بیومکانیک ورزشی ۱ رشد و یادگیری یرکتی ۲ یرکات اصلاحی و آسیب شناسی ورزشی ۱ مدیریت
 سازمانها و مسابقات ورزشی ۴ دانشگاه‌های ارائه دهنده و ظرفیت پذیرش در رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت
 ورزشی _____ دانشگاه سال ۸۷ روزانه شبانه تربیت مدرس ۴ - تربیت معلم تهران
 (کلاسها در کرج) ۸ - تهران ۶۵ علامه طباطبایی ۱۲ ۱۳ رازی کرمانشاه ۳۳ شهیدباهنر کرمان ۲۲ اصفهان ۵۷ تبریز ۴۶ ارومیه ۷
 ۷ شهیدچمران اهواز ۳۷ گیلان ۶ ۳ مازندران ۲ ۳ سایر دانشگاهها دانشگاه ظرفیت نیمه یضوری ارومیه ۱۲ پیام نور مرکز
 تهران(واید ری) ۸ واید بین الملل کیش دانشگاه تهران ۱۰ غیرانتفاعی و غیردولتی شمال - آمل ۱۵

تغذیه ورزشی

تقی نساجی

مقدمه: رژیم غذایی یک ورزشکار باید در یک مطلب اساسی با رژیم غذایی فرد عادی تفاوت داشته باشد. ورزشکاران علاوه بر احتیاجات زندگی روزمره، نیاز به سوخت برای تمرین و مسابقه دارند غذا سوخت لازم برای ورزشکاران را تأمین می‌کند ولی اغلب ورزشکاران از سوختی که در مخازن خود میریزند غافلند. پروتئین، چربی و کربوهیدراتها سوخت بدن (انرژی) شما هستند

. همه غذاها ترکیب یکسانی از نظر محتوا ندارند. همانگونه که ماشینهای مسابقه نیاز به بنزین با درجه اکتان بالا دارند. ورزشکاران نیز نیاز به مواد غذایی دارای درجه کربوهیدرات بالا دارند. یک ورزشکار نوجوان (به خصوص فردی که در حال رشد است) نسبت به هر زمان دیگری از زندگی نیاز بیشتری به کالری دارد.

انرژی مورد نیاز همچنین نوع ورزش تخصصی و برنامه تمرین شما بستگی دارد. یک دختر نوجوان با جثه متوسط که دارای فعالیت متوسط و هنوز در حال رشد است به حدود ۲۲۰۰ کالری در روز نیاز دارد، حال آنکه یک دختر ۱۵ ساله با جثه کوچک که رشدش کامل شده به حدود ۱۸۰۰ کالری یا کمتر نیاز دارد. پسران نوجوان بالاخص نیاز بسیاری به کالری دارند. یک پسر نوجوان در حداکثر رشد ممکن است به ۴۰۰۰ کالری در روز احتیاج داشته باشد. میزان کالری که در ورزش نیز می‌سوزد متفاوت است. تمرین پیش از یک فصل در یک تیم فوتبال ممکن است در روز ۵۰۰ کالری یا بیشتر بسوزاند. ورزش و مکملهای غذایی بیشتر متخصصین تغذیه معتقدند که غذا بهترین منبع مواد مغذی است. در صورتی که غذاهای متنوعی از غلات، سبزیجات، میوه جات، لبنیات و گوشت مصرف کنید، به قرص‌های ویتامین و مواد معدنی نیاز پیدا نمی‌کنید. با این وجود در صورتی که نوعی بیماری یا نیازهای تغذیه‌ای خاصی دارید که با منابع معمول غذایی قابل رفع نیست یا اینکه اصولاً از یک نوع مواد غذایی خاص استفاده نمی‌کنید (مثلاً از شیر تا سایر محصولات لبنی مصرف نمی‌کنید). ممکن است مکمل برای شما سودمند باشد شزایط زیر احتمالاً نیاز به مکمل دارد: کمبود لاکتات: افراد مبتلا به کمبود لاکتات قادر به هضم شیر و برخی فرآورده‌های شیر نیستند در صورتی که این افراد به اندازه کافی از سایر مواد غذایی محتوی کلسیم فراوان (نظیر اسفناج، کلم و باقلا) استفاده نکنند، مصرف یک مکمل کلسیمی مفید خواهد بود. به طور مشابه افرادی که آلرژی به شیر دارند یا از شیر و محصولات آن خوششان نمی‌آید نیز احتمالاً از مکمل کلسیمی سود خواهند برد. رژیم گیاهخواری، ویتامین B۱۲، آهن، روی و مکمل‌های کلسیمی ممکن است مورد نیاز باشند. کمبود ویتامین یا مواد معدنی: در صورت تشخیص کمبود ویتامین یا یک ماده معدنی بخصوص، استفاده از مکمل در درمان این کمبود کمک کننده می‌باشد. اما چگونه می‌توانید بفهمید که نیازهای خاص‌دارید یا اینکه رژیم غذایی شما فاقد مواد مغذی کلیدی است؟ به عنوان یک ورزشکار شما از ارزیابی تغذیه‌ای برای بررسی عادات غذایی اخیرتان، تشخیص مواردی که به طور مناسب رعایت می‌کنید، برای نشان دادن راههای بهبود و شناسایی نیاز خود به مکمل‌ها سود خواهید برد. تجربه نشان می‌دهد ورزشکاران از مکملهایی استفاده میکنند که رژیم غذایی آنها بطور کامل این نیازها را تأمین نموده و در مورد مواد مغذی که کمبود دارند از مکمل مناسب استفاده نمی‌نمایند یک ارزیابی تغذیه‌ای میتواند حلال‌های تغذیه‌ای شما را پر کند. بسیاری از ورزشکاران حرفه‌ای ادعا می‌کنند که از مصرف مکملها سود برده اند مع الوصف در مورد ادعای این ورزشکاران دو نکته را باید به خاطر داشت: نخست آنکه بسیاری از این ورزشکاران حرفه‌ای از طریق انجام فعالیت‌های بسیار شدید و طاقت فرسا به بدنشان فشار می‌آورند. ممکن است در برخی مراحل تمرین خود به مواد مغذی اضافی نیاز داشته باشند. بسیاری از تبلیغاتی که برای مکمل‌ها میشوند، اغواکننده و فریبنده هستند و فوایدی برای آنها ذکر میشود شاید مصرف یک قرص از اینکه در روز سه لیوان شیر بنوشید و یک ظرف لوبیا بخورید، ساده تر به نظر برسد ولی مصرف مکملها یک راه حل ساده نیست. قسمت دشوار در ارزیابی دعوی سازندگان مکمل این است که برخلاف داروها و مواد غذایی لازم نیست که سازندگان مکمل به طور قانونی بی‌خطر بودن یا موثر بودن مصرف آنها را اثبات نمایند. این بدان معنی است که شما به عنوان یک مصرف کننده باید در اینکه از مکمل استفاده کنید یا خیر، بسیار محتاط باشید آیا مصرف مکمل برای ورزشکاران ضروری است؟ با وجودی که مکمل ممکن است قانونی، بی‌خطر و موثر باشد (به عنوان بهبود دهنده کارآیی) لازم است تعیین کنید که آیا واقعاً به آن نیاز دارید. به عنوان مثال در بسیاری از دوندگان مسافتهای طولانی زن ذخایر آهن پایین است و میتوانند از مکمل آهن بهره ببرند، ولی در صورتی که ذخایر شما طبیعی باشند، این مکمل برای شما ضروری نمیباشد. کراتین ممکن است برای ورزشکاران درگیر در ورزشهای قدرتی تا حدی ارزشمند باشد ولی در

صورتی که یک ورزشکار استقامتی هستید نیاز به آن ندارید و عوارض جانبی احتمالی آن توجیه پذیر نیست. این مطلب را همیشه در نظر داشته باشید که هیچ رژیم غذایی وجود ندارد که موجب قهرمانی یک ورزشکار عادی گردد. فقط رژیم غذایی صحیح و منطقی، شرایط را برای حداکثر آمادگی جسمانی و انجام مطلوبی فعالیت مهیا میکند. میزان مصرف مایعات در ورزشکاران ورزشکاران لازم است که آب یا سایر نوشابه‌ها را قبل، در طی و بعد از ورزش مصرف کنند. قبل از ورزش: یک یا دو لیوان مایعات را دو ساعت قبل از مسابقه یا تمرین بیاشامید تا اطمینان حاصل کنید که بخوبی هیدراته شده‌اید. پانزده دقیقه قبل از شروع ورزش یک لیوان دیگر نیز بنوشید. در طی ورزش: در طی ورزش برای جایگزینی مایعات از دست رفته و اجتناب از گرمای بیش از حد هر ۲۰-۱۵ دقیقه، ۱۸۰-۱۲۰ سی سی مایعات بنوشید، مایعات سرد بهتر است چرا که به سرعت جذب می‌شوند و حرارت مرکزی بدن را سریعتر پایین می‌آورند. پس از ورزش: این نکته که پس از انجام ورزش به مصرف مایعات ادامه دهید حائز اهمیت است که جبران کم آبی بدن زمان میکیرد. برای اطمینان از اینکه به اندازه کافی آشامیده‌اید، خودتان را قبل و بعد ورزش توزین کنید. به ازای هر ۵/۰ کیلوگرم کاهش وزن حداقل ۵۰۰ سی سی آب مصرف نمایید. این اشتباه را نکنید که وزن کاهش یافته در ورزش مربوط به چربی است، چرا که چربی بتدریج از دست می‌رود و در مقیاس چند روز، مشخص نخواهد شد. تقریباً تمام کاهش وزن طی ورزش از منشا آب می‌باشد. تهیه و تنظیم: تقی نساجی منبع: اینترنت

به نقل از http://www.drhadi.net/web/readarticle.php?article_id=277

برنامه ریزی و مدیریت زمین‌های ورزشی

مهم‌ترین معیار برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشی، توجه به نظم سلسله‌مراتبی این فضاهاست. بنابراین، توزیع تعداد متناسبی از فضاهای ورزشی کوچک و متوسط در سطح شهر بهتر از آن است که یک یا تعداد اندکی فضای ورزشی بزرگ فقط در یک یا چند نقطه شهر ایجاد شوند یکی از وظایف شهرداری‌ها برنامه‌ریزی فضاهای تفریحی _ فرهنگی است، چون بخش مهمی از زمان فراغت درون شهر در فضایی خارج از منزل سپری می‌شود. فضاهای گذران اوقات فراغت در شهر به مدیریت خاص خود نیاز دارد و همان‌طور که نظام حمل و نقل شهروندان در داخل شهر بدون اعمال مدیریت، منسجم و بسامان نخواهد شد فضاها و مؤسسات گذران فراغت نیز باید به شکل یک نهاد اجتماعی با تشکیلات و مقررات ویژه عمل کند تا این بخش از فعالیت‌های شهری که می‌تواند به صورت بالقوه موجب غنای فرهنگی جوامع شهری باشد با کیفیت بهتری انجام گیرد. نقش و وظیفه شهرداری در برنامه‌ریزی و مدیریت ورزشگاه‌ها بر اساس بند ۲۱ از ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها _ احداث ورزشگاه یکی از وظایف شهرداری به شمار می‌رود، اما به موجب قانون تاسیس سازمان تربیت بدنی (مصوب خرداد ۱۳۵۰) و تغییرات بعدی آن سرپرست اصلی ورزش کشور، سازمان تربیت بدنی قلمداد شده است. مفاد این قانون نشان می‌دهد وظیفه احداث ورزشگاه توسط شهرداری ملغی نشده است. به موجب ماده یک این قانون سازمان تربیت بدنی ایران به منظور پرورش نیروی جسمانی و تقویت روحیه سالم در افراد کشور و توسعه و تعمیم ورزش و هماهنگ ساختن فعالیت‌های تربیت بدنی و تفریحات سالم و همچنین ایجاد و اداره مراکز ورزشی تاسیس می‌شود. بنابراین ملاحظه می‌شود که وظیفه این سازمان در وهله اول ایجاد هماهنگی در امور تربیت بدنی و در مرحله بعدی احداث و اداره این گونه مراکزهاست. از بدو تاسیس این سازمان نیز سیاست سازمان، بهره‌گیری از مشارکت مردم و سایر سازمان‌ها در احداث و اداره مراکز ورزشی بوده است. آیین‌نامه تاسیس باشگاه‌های ورزشی (موضوع تصویب‌نامه شماره ۹۹۶۰_ ۳۱/۴/۱۳۵۲ هیات وزیران) و قانون اجازه تاسیس باشگاه ورزشی و ورزشگاه توسط مردم با نظارت دولت (مصوب ۱۸ دی ۱۳۶۹) با این سیاست همسو هستند. لذا این قانون وظیفه ساخت و اداره ورزشگاه‌ها را در انحصار سازمان تربیت بدنی نمی‌داند و

وظایف قانون شهرداری‌ها در این زمینه به قوت خود باقی است. شهرداری‌ها موظف هستند با هماهنگی سازمان تربیت بدنی به این وظایف مصوب عمل کنند. مرکز ورزشی شهر مرکز ورزشی شهر تقریباً همه فضاهای ورزشی مورد نیاز شهروندان را در بردارد. اگر چه احداث برخی از این فضاها مانند پیست اسکی قایقرانی و مسیر کوه‌نوردی به شرایط اقلیمی و محیطی شهر بستگی دارد و در بعضی از شهرها امکان احداث این فضاها وجود ندارد سایر رشته‌های ورزشی در تمام شهرها قابل اجرا هستند. اندازه، شعاع عملکرد، جمعیت تحت پوشش و ظرفیت این مرکز ورزشی به جمعیت و اندازه شهر بستگی دارد و بسته به مورد؛ تعیین می‌شود. مهم‌ترین معیار در مکان‌یابی فضاهای ورزشی، آسانی دسترسی است. اما ضوابط تحقق این معیار در سطوح گوناگون متفاوت است. به عنوان مثال: دسترسی آسان در مرکزهای ورزشی ناحیه و بالاتر، مستلزم برخورداری این مراکزها از شبکه دسترسی مناسب و با ظرفیت بالاست؛ زیرا برخلاف سایر فضاهای فرهنگی و تفریحی (مثل کتابخانه‌ها، فضاهای بازی و مانند آنها که بیشتر بررسی شدند) مراجعان به این فضاها، افزون بر بهره‌برداران شامل تماشاچیان نیز می‌شود. بنابراین هنگام برگزاری مسابقات تقاضای سفر برای مراجعه به این مراکزها افزایش می‌یابد و در صورت نبود شبکه دسترسی مناسب اختلال ترافیکی گسترده‌ای در اطراف مرکز ورزشی به وجود می‌آید. یکی دیگر از معیارهای مکان‌یابی این فضاها حفظ آسایش شهروندان است. این فضاها باید در جایی از شهر واقع شوند که سبب اختلال در آسایش شهروندان نشوند. استفاده از فضای سبز، سرپوشیده کردن فضاهای ورزشی و به کارگیری سایر راه‌هایی که برای کاهش آلودگی صوتی به کار می‌آید، به تحقق این معیار کمک می‌کند. شیب کم زمین از دیگر معیارهای مکان‌یابی برای بیشتر رشته‌های ورزشی است. به جز رشته‌هایی مثل کوه‌نوردی و اسکی که به شیب زیاد نیاز دارند. دیگر رشته‌های ورزشی در زمین‌های کم‌شیب انجام می‌گیرند. هم‌جوار بودن زمین هم باید مورد توجه قرار گیرد و انتخاب زمین باید پس از بررسی کاربری زمین‌های هم‌جوار و تعیین میزان سازگاری یا ناسازگاری آنها با فعالیت‌های ورزشی انجام شود. معیارهای برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشی مهم‌ترین معیار برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشی، توجه به نظم سلسله‌مراتبی این فضاهاست. بنابراین، توزیع تعداد متناسبی از فضاهای ورزشی کوچک و متوسط در سطح شهر بهتر از این است که یک یا تعداد اندکی فضای ورزشی بزرگ فقط در یک یا چند نقطه شهر ایجاد شوند. سطح سرانه پیشنهادی برای زمین ورزش واحد همسایگی ۲ متر مربع به ازای هر نوجوان، برای مرکزهای ورزشی محله ۴/۱ متر مربع به ازای هر نفر و برای مرکزهای ورزشی ناحیه ۲/۱ متر مربع به ازای هر نفر است. مرکزهای ورزشی واحد همسایگی فاقد فضای بسته‌اند و ۱۰۰ درصد آنها به فضای آزاد اختصاص دارد. احداث مجموعه‌های ورزشی بزرگ، باید در قالب طرح‌های توسعه شهری و در چارچوب نظام کلی کاربری‌ها انجام گیرد. اصول مدیریت زمین‌های ورزشی از اقدام‌های موثر شهرداری‌ها در تعمیم ورزش، احداث زمین‌های کوچک ورزشی در مقیاس واحد همسایگی یا محله است. شهرداری‌ها می‌توانند افزون بر زمین‌هایی که کاربری ورزشی دارند و توسط سازمان تربیت بدنی یا شهرداری تملک شده‌اند، زمین‌های بلا-تکلیف و بی‌مالک را که در بعضی موارد به دلیل تجمع نخاله ساختمانی، زباله و زایدات، موجب آلودگی محیط زیست نیز شده‌اند؛ شناسایی کنند و آنها را به فضای ورزشی تبدیل کنند. بدیهی است، اگر مالکان این زمین‌ها شناسایی شدند، توافق آنها برای تملک زمین و تغییر کاربری آن به زمین ورزشی جلب می‌شود و در صورت عدم توافق بر سر مالکیت زمین توسط شهرداری، زمین یاد شده به صاحب آن عودت داده می‌شود (با توجه به این که سازه‌های احداث شده در این زمین‌ها به سادگی برچیده می‌شوند، مشکلی در این تغییر و تحول به وجود نمی‌آید). برای نظارت بر این زمین‌های کوچک و تنظیم مواردی مانند ساعت‌های کاری زمین، گروه‌های استفاده‌کننده، استفاده‌های مجاز یا غیرمجاز و نگهداری از تاسیسات آن باید از علاقه‌مندان به ورزش و ورزشکاران یا از معتمدان و پیشکسوتان محل، فرد یا افرادی از طرف شهرداری انتخاب شوند و عهده‌دار مدیریت این زمین‌ها شوند. اگر شهرداری تنها به فضاسازی ورزشی بپردازد و فضاها را بعد از احداث در اختیار تربیت بدنی قرار دهد، به ایجاد مدیریت یا سازمانی ویژه، برای اداره امور ورزشی در شهرداری نیازی نیست، اما اگر شهرداری خود عهده‌دار اداره این مراکزها شود

باید سازمانی در شهرداری اداره امور را به عهده گیرد. برای اداره ورزشگاه‌های بزرگ، ملاحظه الگوهای فعالیتی و کاربری اراضی پیرامون ورزشگاه و پیشگیری از ناسازگاری‌های احتمالی با فضاهای همسایه و ملاحظه جوانب ایمنی و امنیتی ضروری است. یکی از اقدام‌های مهم در گسترش ورزش بین همه گروه‌های اجتماعی، احداث ورزشگاه‌های ویژه بانوان است. با استفاده نوبتی از ورزشگاه‌ها، در فضاهای ورزشی صرفه‌جویی شود و امکانات ورزشی به طور مساوی در اختیار زنان و مردان یک شهر قرار گیرد. بدین طریق می‌توان از احداث ورزشگاه‌های تکراری برای زنان و مردان در یک محله یا ناحیه دوری کرد

<http://www.karajsport.ir/farsi/news/detail.asp?id=۷۰۴>

استراتژی‌های منابع انسانی در ورزش

دکتر فریدون وردی نژاد

سازمانها، شرکت‌ها و بنگاه‌های گوناگون در هر جامعه‌ای برای پاسخگویی به رخدادهای محیطی و بکارگیری امکانات سازمانی نیازمند استراتژی و راهبرد مناسب هستند. تعیین استراتژی برای هر مجموعه و نهادی نیازمند شناخت نقاط قوت و ضعف و اشراف بر فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی است. در هر سازمانی، از جمله سازمانهای ورزشی، دستیابی به اهداف، در گرو روز آمد نمودن برنامه‌ها و تعیین شیوه حرکتی و نقشه راه، مبتنی بر روشهای نوین و کارآمد است. با توجه به اهمیت نیروی انسانی در سازمانهای نوین، ایجاد یکپارچگی میان استراتژی‌های منابع انسانی با استراتژی کل سازمان یکی از چالشهای مدیریت امروزی است. در مدیریت نوین، نیروی انسانی منبع اصلی فرآیند افزایش کارایی به حساب می‌آید و به همین دلیل می‌بایست مجموعه نیروی انسانی به مثابه یک سیستم تلقی شده و با استراتژی کلی سازمان مرتبط و هماهنگ گردد. به تعبیر روشن‌تر، نیروی انسانی، نحوه تأمین، نگهداری، هدایت و بکارگیری آن جزئی از استراتژی سازمانها و بنگاه‌ها قلمداد می‌شود. به طور کلی اگر استراتژی کلان سازمانی مبتنی بر «نوآوری و برجستگی» باشد؛ استراتژی منابع انسانی آن سازمان «توجه به نیروی انسانی و کمک به خلاقیت کارکنان» خواهد بود. اگر استراتژی سازمان، تولید و عرضه انبوه، استاندارد و گسترده باشد، (استراتژی کاهش هزینه) استراتژی نیروی انسانی تحت تأثیر ارزشهای فنی است و کارایی و شاخص‌های فنی، اصل خواهد بود. شرکتی که دارای «استراتژی تدافعی» است، دارای بازار محدود و با ثبات برای کالا- و خدمات خود است. این بنگاه از بعد نیروی انسانی، بر «کارایی» تأکید دارد و از سهم بازار خود دفاع می‌کند. مجموعه‌ای که «استراتژی تهاجمی» دارد، از طریق کالا و بازار در پی خلق فرصت‌های جدید است. این گونه سازمانها منابع انسانی را صرف «نوآوری و دستیابی به شایستگی‌ها و هم افزایی» می‌نماید و به درون سازمان کمتر توجه دارد. سیستمی که دارای «استراتژی تحلیل گر» است، همزمان در «بازار با ثبات و پویا» فعالیت می‌نماید و اغلب در بازارهایی که حاضر است، پیشرو می‌باشد مدیریت ورزشی، نظیر سایر سازمانهای تولیدی و خدماتی و وظیفه برنامه‌ریزی، سازماندهی، تخصیص منابع، رهبری و هدایت و کنترل را در عرصه ورزش بعهده دارد. در عرصه ورزش و تندرستی، به یقین نیروی انسانی، ورزشکاران برجسته، مربیان و کادر فنی و پشتیبانی این حرفه، دارایی محسوب شده و به عنوان «مزیت رقابتی» منظور می‌شوند در این عرصه، برای یافتن «استراتژی‌های مناسب منابع انسانی» نخست باید در شیوه‌ای تطبیقی با سایر سازمانها، استراتژی کلی نهاد ورزشی کشور مورد توجه و عنایت قرار گیرد. همانگونه که از «نگاه پورتر» سازمان‌ها می‌توانند «استراتژی تمایز و یا «حداقل هزینه» را برگزینند، سازمان و تشکیلات مسئول امور ورزش کشور می‌تواند در چارچوب رسالت و مأموریت سازمان، برای دستیابی به اهداف تعیین شده، استراتژی کلی سازمان خود و فدراسیون‌ها و شاخه‌های مختلف را تعیین و اجراء نماید. در این مسیر شاید محوری‌ترین سؤالی که در قدم اول به چشم می‌خورد این است که «مدیریت ورزش کشور» در عرصه رقابت و حرکت ورزشی کشور بدنبال «استراتژی ورزش همگانی» است، یا استراتژی مطلوب این سازمان و بخشهای تابعه و

پیرامونی این نهاد، «استراتژی ورزش قهرمانی» است؟ اگر بخواهیم از استراتژی‌های مشهور سازمانها در این عرصه بهره ببریم، تقسیم‌بندی پورتر می‌تواند تا اندازه زیادی در این مسیر راهگشا باشد. با این فرض، به نظر می‌رسد که تناسب معناداری میان «استراتژی تمایز» با «استراتژی ورزش قهرمانی» و نیز «استراتژی کاهش هزینه» و «استراتژی ورزش همگانی» وجود دارد. در این فرآیند، اگر نحوه نظارت و کنترل و هدایت سازمان تربیت‌بدنی، کنترل رفتار و چگونگی تعامل کارکنان بوده و نیروی کار خود را از داخل سازمان تهیه نماید (ساخت و آموزش نیروی انسانی)، استراتژی منابع انسانی سازمان «استراتژی پدران» خواهد بود. در استراتژی انسانی پدران به بازار و توان داخلی نیروی سازمان تربیت بدنی مراجعه می‌شود و توجه روی دستمزدها خواهد بود و به توان بالقوه افراد، و نه شایستگی فعلی آنان، توجه می‌شود و در شاخص‌های کاری و مأموریتی به شغل عنایت می‌شود. اگر برای تربیت بدنی، نتیجه کار، پیروز شدن در میدانهای رقابت، پیروزی و سبقت جویی و قهرمانی مورد توجه باشد، در اصل سیستم کنترل سازمان و نظارت و هدایت روی نتایج و دستاوردها متمرکز خواهد بود و اگر تکیه نیروی انسانی بر توان داخل سازمان استوار باشد استراتژی نیروی انسانی سازمان، «استراتژی متعهدانه» خواهد بود. در این استراتژی، با توجه به اینکه سیستم نیروی انسانی متکی بر بازار کار داخلی است و افراد حقوق بگیر هستند، توجه مدیریت سازمان و بخشهای گزینشی آن به آینده است و تلاش می‌شود که افراد در سازمان ماندگار شوند. اگر سازمان تربیت بدنی و مدیریت ورزش کشور، در بخش نیروی انسانی بر بازار کار خارجی (خارج از سازمان) تمرکز نماید، شکل کنترل، ارزیابی و نظارت و هدایت این سازمان، استراتژی منابع انسانی را به سمت «استراتژی پیمانکارانه» یا «استراتژی ثانویه» سوق خواهد داد. در استراتژی پیمانکارانه که نیرو از خارج سازمان کنترل هم بر بازده و خروجی و نتایج و نشان‌ها تمرکز دارد، استراتژی پیمانکارانه شکل خواهد گرفت. در این استراتژی، فرآیند کار و رفتار کارکنان دارای برنامه قبلی است، بنابراین به توانایی بالقوه و آینده افراد توجه نمی‌شود و شایستگی بالفعل و کنونی و عملی افراد و اعضای جامعه ورزشی مورد توجه است و تلاشی برای آموزش و بهبود و توسعه نیروی انسانی به عمل نخواهد آمد. در حالی که در استراتژی ثانویه (تأمین نیرو از خارج سازمان و کنترل بر فرآیند کار و رفتار کارکنان)، شغل‌ها دارای برنامه قبلی هستند و به رفتار، آداب، نحوه تعامل و چگونگی برخورد کارکنان و انجام کار توجه جدی می‌شود. در جامعه ورزشی که روحیه جوانمردی، قهرمانی، گذشت، ایثار و از خود گذشتگی رواج دارد، انتخاب استراتژی مناسب برای جامعه ورزشی و در پرتو این استراتژی، انتخاب راهبرد مناسب منابع انسانی، از اهمیت بالایی برخوردار است. بر این اساس، چگونگی پرداخت پاداش و نحوه تقدیر و سپاس از عملکرد اعضای جامعه ورزش در استراتژی‌های گوناگون، میزان اثر بخشی هر یک از استراتژی‌ها را تعیین می‌نماید. در هر صورت در جامعه ورزشی ایران، علاوه بر موضوع ارزیابی، پاداش و پرداخت، چگونگی روابط انسانی و مسایل فرهنگی، اخلاقی و ارزشی هم مورد توجه و تأثیر گذار است. بدین معنا که افراد علاوه بر تشویق‌های مادی و پولی انتظار دارند که ارزشهای مشترک و تعهد متقابل جامعه ورزشی در شکلی متوازن، حمایت‌گر و پشتیبان آنان باشد و بشدت از حالت داد و ستدی و ابزاری‌گریزان هستند. آنان، بویژه کسانی که قهرمانان میدانهای نشان‌آور بوده‌اند، علاقه‌مند هستند که «شخصیت و جایگاه» آنان در جامعه ورزشی و در سطح ملی مورد عنایت باشد و در «تصمیم‌سازی» های مربوط به ورزش و استراتژی‌های مورد عنایت به شکلی حضور، بروز و تأثیر داشته باشند.

<http://www.verdinejad.com/VisitorPages/show.aspx?IsDetailList=true&ItemID=۱۴۶۲۲,۸>

مدیریت سازمان های ورزشی

۳۸۹، ۴۱:۰۷ مدیریت سازمان های ورزشی دکتر مهرزاد حمیدی استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

خلاصه کتاب- تلخیص: ریحانه نوروزی- تاریخچه: مطالعه تمدن های پیشین بیانگر این واقعیت است که مدیریت و سازمان اداری

پدیده نوظهوری نیست. در نوشته های متفکران دوران باستان مباحثی از قبیل منشا حکومت و چگونگی ایجاد سازمان های دولتی رابطه حکومت با فرد ضرورت پاداش و مجازات تقسیم کار میان بخش ها و طبقات مختلف سازمان اجتماعی و غیره دیده می شود. ایرانیان یونانیان هندیان چینی ها و مصری های باستان در عمل تجارب مفیدی را در زمینه اداره امور کشور داری کسب نموده بوده اند. و بررسی نظام های دوران گذشته اولاً می تواند تجربه های زیادی را در اختیار گذارد و موجب گسترش دیدگاه های تاریخی و تحلیلی مدیران گردد ثانیاً بیانگر این واقعیت است که مدیریت دانش ایجاد شده توسط یک قوم یا ملت خاص نیست بلکه توسط ملل مختلف و به صورت تدریجی پدید آمده و در کنار هم قرار گرفته و تکامل یافته است. انقلاب صنعتی سبب ایجاد و دگرگونی و تغییرات در نظام کهنه و قدیمی گردید و با خود فرآورده های صنعتی و تکنولوژی را به جامعه بشری عرضه نمود در واقع باعث ظهور دانش مدیریت به مفهوم امروزی شد. تا اواخر قرن نوزدهم دانش مدیریت مانند سایر علوم در قلمرو فلسفه قرار داشت اما در اوایل قرن بیستم مانند سایر علوم در شمار یکی از علوم مستقل درآمد و در دانشگاه ها مراکز پژوهشی معتبر دنیا دانش پژوهانی به شناخت اصول و مفاهیم ناشناخته این علم برانگیخته شدند. در این فصل به علت تنوع بسیار نظریات مدیریت دسته بندی گوردن جویت را مورد بررسی قرار می دهیم ۱ نظریات سازمانی (کلاسیک) ۲ نظریات انسانی (نئوکلاسیک) ۳ نظریه سیستم های اجتماعی نظریات سازمانی (کلاسیک): منظور از نظریات سازمانی نظریاتی است که بیشتر متوجه ساخت و ترکیب سازمان تقسیم کار کنترل عملکردها و تخصصیکردن وظایف تاکید دارد. برخی از نظریات و نظریه پردازان موثر در این بخش عبارتند از: بروکراسی ماکس وبر: ماکس وبر اولین کسی بود که نظریه های سازمان اجتماعی و اقتصادی را نوشت. واژه بروکراسی نزد مردم به معنای دیوان سالاری و کاغذ بازی و عدم کارایی است اما از دیدگاه وبر به سازمان بزرگی اطلاق می شود که دارای تشکیلاتی منظم و مرتب است که در آن کلیه اعضا و روابط آنها با یکدیگر از روی برهان های عقلانی و منطقی مشخص گردیده است. ب) تئوری مدیریت علمی: این تعوری در مباحث مدیریت با نام تیلور آمیخته شده. در این تعوری از نیروی انسانی به عنوان یک انرژی ماشینی و مکانیکی در تکنولوژی جدید استفاده می شود. در واقع انسان با روح یک ماشین بی روح تلقی می شود به همین دلیل است که به این تعوری تعوری ماشین نیز گفته می شود به طور خلاصه می توان تعوری مدیریت علمی با مدیریت کلاسیک را چنین تعریف کرد: عبارت است از: اداره امور یک گروه انسانی برای رسیدن به هدف سازمانی با سرعت هرچه بیشتر در اجرای فعالیت ها اراعه مزد و همچنین پاداش متناسب در قبال آنها. ج) ترکیب سازمانی هنری فایول: نام فایول بهد از تیلور همیشه به عنوان پیشرو مکتب مدیریت کلاسیک یا مدیریت علمی مدنظر خواهد بود. او معتقد بود که مدیر یا رئیس باید دارای استعداد مدیریت و احاطه کامل در اجرای امور را داشته باشد تا بتواند برنامه های سازمانی را با حداقل هزینه و ظرف کمترین مدت با داشتن حداکثر کارایی انجام دهد. ۲- نظریات انسانی: که بستر بر روی وجود انسانی و ویژگی های شخصیت انسانی پایه گذاری گردیده است. تئورسین های نئوکلاسیک معتقدند که مدیران سازمانی باید بتوانند سازگاری اجتماعی اعضا را با کارشان و با دیگران بنحو صحیح بوجود آورند. سازگاری اجتماعی اعضا با کارشان از طریق ایجاد انگیزش تحقق می یابد. ۳- نظریه سیستم های اجتماعی: سیستم به مجموعه ای از اجزای وابسته اطلاق می شود که پیوسته در حال کنش و واکنش متقابلند و برنامه ریزی سیستمی متضمن بررسی جمیع موقعیت ها و روابط موجود میان آنهاست و به اجزای سازمانی بصورت جداگانه توجه ندارد. سازمان به عنوان یک سیستم پویا بطور دائم در حال دریافت انرژی به شکل منابع جدید مانند نیروی انسانی مواد و وسایل اعتبار و یا اطلاعات از محیط می باشد. این انرژی جدید به نام درون داد به سیستم وارد می شود سیستم به تغییر یا دگرگونی روی درون داد می پردازد که فرایند نامیده می شود. با بهره گیری از فرایند سیستم می تواند برون داد یا محصول خود را ارائه کند. تعریف سازمان تعاریف مختلفی در مورد سازمان توسط صاحب نظران ارائه شده است که برخی از آنها بدین شرح می باشد ۱) سازمان زاییده فعالیت های گروهی است که افراد گروه برای رسیدن به یک هدف معین و مشترک دور هم جمع می شوند ۲) سازمان ها عبارتند از سیستم های اجتماعی

پایدار که فعالیت های اعضای آن برای رسیدن به هدف های محدود و مشخص هماهنگ شده است. یکی از مشهورترین انواع دسته بندی سازمان تفسیم بندی آن به سازمان رسمی و غیر رسمی می باشد مدیریت ذاتی است یا اکتسابی اکثر علما مدیریت را به عنوان مجموعه ای از توانایی های ذاتی و اکتساب ها یا آموزش ها تلقی کرده اند به عبارت دیگر وجود یک زمینه ذاتی یا استعداد در ایفای وظیفه مدیریت ضروری است که باید به مدد اکتساب ها و آموزش ها رشد و توسعه یابد فصل ۲ برنامه ریزی در تربیت بدنی و ورزشدر این فصل دانشجو با اهمیت برنامه ریزی و انواع آن و شیوه کاربرد آن در تربیت بدنی و ورزش آشنا می شوند تعریف برنامه ریزی: برنامه ریزی شامل تعیین و انتخاب هدف ها در قالب خط مشی تبدیل هدف به صورت برنامه عملیات و پیشینی چگونگی اجرای آنها می باشد در واقع برنامه ریزی بر اساس پیش بینی و دورنگری درباره اینکه برای رسیدن به هدف معینی چکاری چگونه در طی چه مدت زمان و به وسیله چه افرادی بایستی انجام شود استوار است همین برنامه ریزی: برنامه ریزی از مهمترین وظایف مدیران است در واقع برنامه ریزی تعیین کننده جهت است و امکانات و نیروهای انسانی را در مسیری وحدت بخش بکار می اندازد. معمولاً فقدان برنامه با فقدان جهت همراه است طبقه بندی یا ابعاد مختلف برنامه ریزی: ۱ بعد زمانی که به سه دسته بلند مدت میان مدت و کوتاه مدت تقسیم می شود ۲ قلمرو ۳ سطح ۴ استمرار یا عدم استمرار فرایند برنامه ریزی جامع ۱ تعیین و تدوین اهداف آینده سازمان ۲ شناخت اهداف و استراتژی های موجود سازمان ۳ تجزیه و تحلیل شرایط محیطی سازمان ۴ تجزیه و تحلیل منابع و امکانات سازمان ۵ شناخت وضع موجود سازمان ۶ تعیین تغییرات مورد لزوم در استراتژی ها ۷ تصمیم گیری در مورد استراتژی مطلوب ۸ اجرای استراتژی جدید ۹ کنترل و سنجش استراتژی جدید در عمل برنامه ریزی عملیاتی مدیران و مسئولان سطوح پایین تر سازمان با الهام از برنامه ریزی جامع سازمان و اهداف کلی سازمان می بایست با برنامه ریزی عملیاتی تحقق بخش اهداف جزئی در واحد خود باشند. برنامه ریزی عملیاتی به شیوه های مختلفی صورت می گیرد که در اساس دارای مشترکات و مشابهت هایی هستند. که در اینجا به ۴ نوع متداول از برنامه ریزی عملیاتی و کاربرد آن در فعالیت های ورزشی اشاره می کنیم که عبارتند از: ۱ جدول زمان بندی عملیات مدیر ورزشی در طول ماه ۲ برنامه ریزی عملیاتی از طریق جدول کارنما ۳ کاربرد جدول کارنما در برنامه ریزی عملیاتی ورزشی ۴ کاربرد جدول کارنما در رویدادهای ورزشی فصل سوم سازمان دهی در تربیت بدنی و ورزش سازمان دهی از عناصر و وظایف مهم مدیریت است و عبارت است از: تقسیم کار ضروری بین واحدهای سازمانی و مشاغل مشخص برای تحقق هدف های معین و ایجاد هماهنگی لازم براب اطمینان از این که واحدها و مشاغل متناسب با هم عمل خواهند کرد. سازمان دهی هدف نیست بلکه وسیله ای موثر برای رسیدن به هدف است و علاوه بر تقسیم کار تعیین شرح وظایف و طبقه بندی آنها را بر حسب افراد با واحد های مختلف سازمان شامل می شود فرایند سازمان دهی: سازمان دهی فرایندی است که انرژی متمرکز انسان و مادی برآمده از برنامه ریزی را جهت رسیدن به اهداف سازمان به تحرک و می دارد. تشکیل هر سازمان مستلزم تقسیم کار طبقه بندی و وظایف و تفویض اختیارات است ۶ گام برای سازماندهی در نظر گرفته شده است که عبارتند از: ۱ اسقرار هدف های سازمان ۲ تعیین و تشکیل هدف های پشتیبانی خط مشی ها و برنامه ها ۳ تشخیص و طبقه بندی فعالیت های ضروری برای تحقق آن ۴ دسته بندی فعالیت ها ۵ واگذاری فعالیت ها به سرپرست هر گروه ۶ ارتباط و هماهنگ نمودن بخش ها سازمان دهی رویداد ورزشی باید توجه داشت که سازمان دهی و تعیین ساختار سازمانی یک رویداد ورزشی خود هدف نیست بلکه وسیله ای است برای اجرای بهینه و موفق آن رویداد. لذا سرپرست برگری می تواند نمودار مناسبی را با توجه به هدف رویداد سطح برگزاری نیروی انسانی موجود نحوه انجام فعالیت ها اعتبارات و امکانات در دسترس طراحی نماید. و در آخر هم برخی از ضرب المثل ها و پیام های مربوط به مدیریت علاج واقعه قبل از وقوع باید کرد اولین اشتباه آخرین اشتباه است تجربه کردن خطاستعینک ها قابل تعویض هستند ولی چشم ها نهانسام می تواند از ۳ طریق زیر از حوادث پیشگیری کند: ۱ از طریق تجربه (از همه تلخ تر) ۲ از طریق تفکر و تعقل (از همه عالی تر) ۳ از طریق تقلید (از همه سهل تر) پیشگیری امروز را به علاج فردا

موکول نکند

خلاصه کتاب مدیریت در سازمانهای ورزشی

۷:۲۰ مدیریت در سازمانهای ورزشی اثر روبین آگوستا و هرناندز

خلاصه کتاب: تلخیص: علیرضا رئیس الساداتی و علی بازوبندی - بافت اجتماعی ورزش معاصر: وضعیت اجتماعی در نیمه دوم قرن نوزدهم میلادی و در آغاز عظیم ترین نهضت ورزشی تاریخ معاصر چنین بود این نهضت ارزشهای سلامتی و تندرستی فردی را احیا و جوانان را برای پرداختن به فعالیتهای ورزشی مطابق با اصول تربیت بدنی - علم ورزش - ورزش رقابتی - و آرمانهای امروزی المپیک تشویق کرد. امروزه اصول آرمان گرایانه در وضعیت بحرانی قرار دارد. مادی گرایی و منفعت مالی در اولویت قرار گرفته است جوانان امروزی غرق در چنین محیط مادی گرایانه ای در جستجوی مسیر خود هستند و در این جستجو به دنبال شیوه های جدیدی از رهبری و هدایت می گردند آنچه جوانان امروزی میخواهند رهبرانی هستند که احساس تعهد داشته باشند کسانی که از ریا کاری و تظاهر دوری کنند و در راه پیشبرد ورزشی کشور تمام توان و قدرت خود را به کار بندند. روند های جدید در ورزش زمانه تغییر کرده همان طور که نگرشها و رفتار افراد تغییر کرده است در نتیجه بافت یا مضمون اجتماعی ورزش دستخوش تغییر بسیاری شده است امروزه علاوه بر احترامیو تقدیر و تشکر عمومی پاداشهای جدیدی نیز در انتظار قهرمانان است که عبارتند از: آوازه و شهرت - افتخار - پول و شان اجتماعی. برد مهمترین هدف است و برنده گان مسابقات بدون توجه به موقعیت حقوقی - اصول آموزشی یا ارزشهای اجتماعی به خاطر منافع تجاری و دستاوردهای مادی تبدیل به بتهای جدیدی با اسامی دهن پر کن شده اند. سازمانهای ورزشی در سطوح ملی و بین المللی در حال ترک آورد گاههای ورزش رقابتی و سپردن فعالیتهای ورزش حرفهای به دستان تجار ورزشی و ترتیب دهندگان مسابقات اند این سازمانها به طور هم زمان در معرض فشارهای وارده از سوی نگرشهای سیاسی - تجاری و قدرت طلبانه قرار گرفته اند. دیر یا زود همه این آشفتگیهای ساختارهای کنونی ورزش را تهدید به تباهی میکشد و فدراسیونهای ملی را وا میدارد یا صحنه های ورزشی را ترک کنند یا به جای خوش خدمتی به شکل تماشاگرانی منفعل "بدون ایفای نقشی مهم" باقی بمانند بدترین دشمن یک سازمان ورزشیبدترین دشمن یک سازمان ورزشی امروزه نه سازمانهای ورزشی دیگر - نه ورزشهای دیگر - نه محیط اجتماعی - نه ورزشکاران و نه حتی منتقدان و مخالفانند. دشمن شماره یک هر سازمان ورزشی ساختار سازمانی خود آن سازمان ورزشی است سازمانهای ورزشی به دلیل بی کنشی در معرض خطر از دست دادن متخصصان خود و جذب آنان توسط سازمان دهندگان حرفه ای مسابقات قرار دارند. کسانی که حاضرند فرصتهای بهتر کسب و کار را در اختیار این متخصصان قرار دهند. بی کنشی هنگامی که با فقدان ساختار سازمانی - عدم رویه های اجرایی و بی لیاقتی مدیران همراه شود نه تنها خود سازمان ورزشی را بلکه نهضت ورزش امروزی را به ویرانی خواهد کشاند. اصول و عملکرد های یک سازمان ورزشی افرادی که خواهان ایجاد یک باشگاه - انجمن - کمیته ... و مانند آن هستند اول باید ساختار اولیه و توسعه آتی آنرا ترسیم کنند. اصول اساسی آن را تعریف کرده و روشی را برای ارتباط با اعضاء بر قرار سازند سوالات اساسی اساسنامه عملیاتی پس از تعریف شرح وظایف سازمان* اعضای بالقوه سازمان دقیقا چه کسانی و یا چه نهادهایی هستند.* اهداف سازمان چیست.* اولویتهای سازمان چیست.* بدنه تصمیم گیری سازمان را چه کسانی تشکیل میدهند و قدرتشان را از کجا به دست می آورند.* هر سطحی از سازمان چه اختیاراتی دارد.* ارتباطات بین بخشهای سازمان چگونه است.**** در نهایت شما تصمیم میگیرید که چه ساختار اداری باعث میشود که این بخشها به بهترین وجه به فعالیت پردازند.**** جلساتاغلب اوقات گروهی از افراد برای بحث در مورد برقراری و ایجاد یک سازمان به گفتگو یا یکدیگر می نشینند در این زمان است که آنها اهداف اولیتهای و عملکرد بخشهای تصمیم گیری را پیشنهاد میدهند اما در جلسات بعدی مواردی چون مجاری ارتباطی - ساز و کار آتی برای

رسیدن به اهداف و اولویتها و افراد در بخشهای ساختاری مد نظر قرار میگیرد. اطمینان حاصل کنید که همه موارد مذکور در دستور جلسات شما گنجانده شده است. جلسات مقدماتی سازمانجلسات برای تشکیل یک سازمان ورزشی باید به پیروی از اصول بنیادی باشد با این اصول است که از برقراری جلسات موفق و نهایتاً دسترسی به اهداف سازمان اطمینان حاصل میشود این اصول شامل تعریف رونوشتی از اهداف - آگاهی کامل افراد از آن اهداف - داشتن اطلاعات کلی قبلی در مورد اهداف جلسه - و آشنایی قبلی سازمان دهندگان جلسه با تمامی شرکت کنندگان است. اهداف جلسه* جلسه یک هدف و موضوع به وضوح تعریف شده داشته باشد.* شخصی که با شرکت کنندگان در جلسه ارتباط برقرار میکند کاملاً از تمام جزئیات مرتبط با اهداف جلسه آگاه باشد و بتواند به خوبی آنها را توضیح دهد.* افرادی به جلسه دعوت شوند که به خوبی از اهداف جلسه مطلع بوده و آن را درک کرده باشند* فردی که جلسه را سازماندهی میکند اسامی کلیه افراد دعوت شده را به منظور رسیدن به حضور آنان بداند. جلسات تدارکاتچنین جلساتی برای گروههای کوچکی از افراد تشکیل میشود که نیازمند برقراری جلسات متوالی برای ارایه پیشنهاداتی در خصوص موضوعات و اساسنامه سازمان هستند هنگامی که جلسات تدارکاتی به نتیجه رسید جلسه نهایی برقرار میشود که در آن اعضای دعوت شده بر سر ایجاد سازمان و اصول اساسی آن به توافق میرسند همچنین در این جلسات موضوع تقاضا برای ثبت قانونی و تایید رسمی آن سازمان از سوی مراجع ورزشی و سیاسی کشور مورد بررسی و توافق قرار میگیرد جلسات سازمانی از زمانی که یک سازمان ورزشی شروع به کار کرد جلسات میتوانند در سطوح مختلفی برگزار شوند. مهمترین سطوح در یک سازمان ورزشی که جلسات باید به طور منظم در آن سطوح برگزار شوند عبارتند از: * سطح عملیاتی* سطح اجرایی* سطح تصمیم گیری سطح عملیاتی: جلسات در این سطح کارکنان مربوط به اداره برنامه های جاری سازمان - اجرای تصمیمات و سیاستها - افراد فعال در برنامه ها - طرح های سطح عملیاتی یا اجرایی سازمان - را در بر میگیرد این جلسات عملیاتی سازمان درون حوزه ها - بخشها - واحدهای مختلفی تقسیم شده اند سطح اجرایی: معمولاً به گروهی از افراد که مربوط به اداره و هماهنگی فعالیتها و دستیابی به اهداف تعیین شده در اساسنامه و اجرای تصمیمات مجمع عمومی اند کمیته اجرایی اطلاق میشود. سطح تصمیم گیری: گروهی که متصدی نظارت بر وظایف مدیریتی محول شده به کمیته اجرایی و رییس سازمان است مجمع عمومی اطلاق میشود. مجمع عمومی بیشترین اختیار را دارد و بالاترین مرجع تصمیم گیری در سازمان است این مجمع باید به منظور نظارت بر اینکه تصمیمات اتخاذ شده به صورت کامل اجرا شده است یا خیر به صورت منظم تشکیل جلسه دهد. جلسات مجمع عمومی میتواند به صورت فوق العاده و خارج از زمانهای معمول تعیین شده نیز برگزار گردد. در چنین مواقعی رییس مجمع عمومی باید: * چرایی برگزاری جلسه را کاملاً توجیه نماید و اهداف آنرا به طور شفاف تصریح کند * از انتظاراتی که از جلسه مذکور می رود به طور کامل آگاه باشد. * اطمینان حاصل کند که این جلسه تنها یا بهترین راه دستیابی به هدف جلسه است. * دیگر گزینه های بر آورده ساختن هدف جلسه نظیر هم فکری از طریق مکاتبات با افراد برای رایزنی با آنها و مکالمات تلفنی را بررسی کرده باشد. اثر بخش ساختن جلسات برای تسهیل کار اداری و کمک به اداره موثر و آسان سازمان از نظر مدیریتی باید از چند اصل زیر پیروی کنید. این اصول به سازماندهی هر چه پربارتر جلسات کاری و جلسات مجمع عمومی یاری میرساند و به سازمان کمک میکند تا مسیری روشن و صریح برای فعالیتها و برنامه هایش تعیین کند در صورتی که رییس و دبیر جلسه آمادگی کافی نداشته باشند هیچ جلسه ای نمیتواند به اهداف خود دست یابد چنین آمادگی ای نیازمند سه چیز است: آمادگی شخصی - لوازم و تجهیزات - دانش چگونگی اداره جلسه انواع سازمان دهی: شرکتهای تجاری ممکن است اشکال مختلفی از سازمان دهی را دنبال کنند اما سازمانهای ورزشی باید این موضوع را به یاد داشته باشند که بنابر دلایل زیر متمایز از دیگر سازمانها هستند: اولاً: بنابر حدود اختیارات و وظایف تفویض شده ثانیاً: بر مبنای الگوهای مختلف تصمیم گیری انواع سازماندهی بر مبنای فرماندهی خطی: این گونه سازماندهی ها از طریق اختیارات و وظایف تفویض شده مشخص میشود که شامل ساختارهای فرماندهی وظیفه ای (بر مبنای تقسیم کار) - و

منطقه ای هستند. سازماندهی فرماندهی وظیفه ای: اختیار و وظایف در فرماندهی خطی بر روی یک شخص متمرکز شده است که ممکن است مدیر یا رئیس سازمان باشد. دستورات از سوی این شخص به افراد پایین دست و تحت فرمان صادر میگردد. سازماندهی منطقه ای: سازماندهی منطقه ای هماهنگی و سرپرستی در درون هر منطقه جغرافیایی را بهبود می بخشد. قدرت اجرا: اعمال از حرفها رساترند (گزنوفون ۴۲۸-۳۵۴ ق م) سازمانهای ورزشی درست مانند ورزش کاران دارای سطوح عملکرد اجرایی مختلفی هستند که از آمادگی - آموزش - تعهد آنها به ساختار قدرت و توان در واحدهای مدیریتی که برنامه ها یا رویدادهای ورزشی را اجرا میکنند بستگی دارد و در مورد ورزشکاران به عضلات و بخشهایی از مغز که درگیر حرکات جسمانی مورد نظر فعالیت ورزشی هستند بستگی دارد. عملکرد اجرایی سازمانهای ورزشی با عملکرد رقابتی ورزشکاران مطابقت دارد. برای هر دو آنها یادگیری و درک از طریق تمرین و تجربه به دست می آید ((سعی کن. در صورت شکست دوباره سعی کن)) کلیدهای موفقیت: مردان بزرگ بلندپهها پیموده اند و این کار صعودی ناگهانی به دست نمی آید بلکه آنها در حالی که رقبایشان خوابیده بوده اند. شب هنگام برای صعود تلاش کرده اند. مهمترین کلید موفقیت در شعار بالا نمایان است بنا بر این مدیریت ورزشی موفق به سازمانهای ورزشی ای نیاز دارد که به کار کردن باتلاش زیاد علاقه مند باشند روز و شب به وظایف خود عمل کنند و به طور مستقل برای - خود شکوفایی - تلاش کنند. ارتباطات: برای موسسات و سازمانهای ورزشی جدید شامل دو مفهوم اساسی ارتباط خارجی و ارتباط سازمانی است. این دو پایه ضروری برای موفقیت هر موسسه یا سازمان ورزشی به شمار میروند چرا که سطح درک سازمانی بین سازمان و محیط خارج را ارتقاء میبخشند. ارتباط شفاهی: این نوع ارتباطات یکی از متداول ترین روشهای مورد استفاده در گردهمایی ها و جلسات و کنگره ها است که مستلزم سخنرانی از جانب فرستنده برای گیرنده است. ارتباط شفاهی بهترین وسیله برای انتقال یک اندیشه به شخص دیگر و بهترین روش برای مذاکره در مورد تعهد نامه ها یا دستیابی افراد به یک هدف است. این روش به هنگامی که غرد با شخص دیگری روبرو میشود روش بسیار موثری است اما دامنه دسترسی آن بسیار محدود است. این روش برای تعداد زیاد مخاطبان پیشنهاد نمی شود. ارتباط نوشتاری: این نوع ارتباط روشهای متنوعی را در بر می گیرد و دارای اثرات طولانی مدت است تعداد گیرنده ها نا محدود بوده و آنها بدون واسطه مجذوب محتوای پیام میشوند. روزنامه ها - مجلات و بولتن های خبری از روشهای بسیار موثر ارتباط نوشتاری به شمار می آیند. ارتباط شنیداری و دیداری: این روش ارتباطات با پیدایش تلویزیون - امواج رادیویی - مخابرات و شبکه های ماهواره های گسترش پیدا کرده است این شیوه از روشهای بسیار پیشرفته و پر هزینه ارتباطات است که ارزش و تاثیر گذاری آن نسبت به سایر روشها بیشتر است آنها بر اذهان دریافت کنندگان غیر فعال تاثیر مستقیم دارند و دارای اثر روانی زیادی هستند. ارتباط الکترونیکی: این نوع ارتباط جزو جدید ترین روشهای ارتباطات محسوب میشود و روزی به پیشرفته ترین شکل خود در خواهد آمد. سخت افزار ها و نرم افزارهای خاصی مورد نیاز کاربران هستند. پست الکترونیکی میتواند به دو شکل بین سازمانهای مختلف و درون یک سازمان مورد استفاده قرار گیرد. کار کردن با رسانه ها: همکاری با رسانه ها فقط از طریق فعالیتهای روابط عمومی به منظور کمک به ایجاد برداشتی مناسب در میان روزنامه نگاران اصحاب تلویزیون و رادیو و سایر اشکال رسانه ای موثر است این موضوع نیازمند آن است که شما در مورد نیازهای رسانه ای و فعالیتهای روابط عمومی از شناخت و درک مناسب برخوردار باشید. برقراری ارتباط رسانه ها به منزله یک اولویت: شما باید ارتباطات نزدیکی با رسانه ها بر قرار کنید و هر چیزی را که باعث دور شدن از آنها میشود کنار بگذارید چرا که توسعه و تقویت یک رابطه ای حرفه ای با رسانه ها جزو اولویتهای و نیازهای اصلی یک فدراسیون ملی میباشد. مدیران ورزشی باید دانش و مهارتهای مورد نیاز برای ایجاد چنین رابطه ای را توسعه دهند و با رسانه ها همکاری داشته باشند. اخبار چیست: اخبار هنگامی رخ میدهند که مردم کار مهمی میکنند یا به چیز با ارزشی دست می یابند. اندازه جامعه تاثیر قابل ملاحظه ای بر وسعت گزار خبری رویدادهای خاص دارد علاوه بر این سازمانهای کوچک مجبورند سازمانهای ورزشی بزرگ و ورزشهای حرفه ای برای

یافتن مکانی در مطبوعات و رسانه های الکترونیکی رقابت کنند. رویارویی با رسانه ها: مدیران ورزشی باید چگونگی مواجهه با رسانه ها - توجه خاص به آنها و برخورد با مطبوعات را یاد بگیرند در رویارویی با رسانه ها باید به رفتارهای مطلوب و نامطلوب زیر توجه کرد: رفتارهای مطلوب با رسانه ها: از طریق تلفن یاری رسان و در دسترس باشید. همیشه زمانی را برای مطبوعات در نظر بگیرید حتی اگر برنامه زمانی شلوغی داشته باشید خودتان شخصا به روزنامه نگاران خبر بدهید. نماینده های رسانه ها را دعوت و با آنها ملاقات کنید تا در یابید که به چه چیزی و چه موقع نیاز دارند. با روزنامه نگاران به طور صحیح - صادقانه - و عادلانه رفتار کنید و در پاسخگویی به هر سوال بیشترین تدبیر خود را به کار ببرید. هم خبرهای مثبت و هم جنبه های منفی را ذکر کنید فقط اخبار خوب را گزارش نکنید. تصاویر مناسب اطلاعات درست و موضوعات جاری را برای مطالب خبری فراهم کنید رفتارهایی که در برخورد با مطبوعات باید از آنها اجتناب کرد: اظهارات ناشی از سهل انگاری و بی احتیاطی اعمال اغتشاش جویانه و جنجالی بیان اظهارات محرمانه و خصوصی در خواست از یک شخص برای مطالب خبری درون تهدید مطبوعات به وسیله خود داری از حمایت و پشتیبانی استفاده از طرفندهای تبلیغاتی که مطبوعات را گمراه کند ترویج موضوعات بی اهمیت - مصدود کردن خبرها با طغره رفتن - سانسور فشار یا نیرنگ بازاریابی ورزشی بازار یابی ورزشی بر روشهای مورد استفاده برای فروش یا توزیع خدمات ورزشی یا تولیدات ورزشی برای کسب پول نقد یا ارزش غیر نقدی اطلاق میشود. در خلال رقابتهای والیبال جهانی در سال ۱۹۹۸ در توکیو صاحبان بازیها در خواست این مجوز را کردند که لباسهای بازیکنان را بارنگ کشورها و نام بازیکنان تولید کنند و در معرض فروش قرار دهند. شناخت دقیق بازار یابی ورزشی برای رهبران ورزشی امری ضروری است زیرا آنها را قادر میسازد درک بهتری از نیازهای ورزشکاران حرفه ای برای هدایت بازاریابی مسابقات آنها داشته باشند. حمایت مالی شرکتی: این حمایت رویکردی در بازاریابی ورزشی است که بر مشارکت چندین شرکت تجاری برای حمایت مالی از رویداد ورزشی تاکید میکند این روش استفاده از ورزشکاران - رویدادهای ورزشی یا برنامه های مختلف ورزشی را در فعالیتهای بازاریابی و تبلیغ برای یک شرکت تجاری شامل میشود. این روش بر اساس دیدگاه شرکتی به وجود می آید. برای مثال بعد از ۱۹۸۸ کمیته بین المللی المپیک برنامه شرکتی المپیک را برای حمایت مالی از بازیهای المپیک تدوین کرد. چگونه یک مدیر ورزشی باشیم. اصول اساسی در مدیریت ورزشی: در دراز مدت ارزش یک سازمان به ارزش افراد تشکیل دهنده آن بستگی دارد. سازمانهایی که به منظور در اختیار داشتن افراد به آنها به منزله وسیله مینگرد و آنها را تحقیر میکند و کوچک میشمارد بلاخره میفهمد که با افراد کوچک هیچ چیز بزرگی به دست نخواهد آورد. برای اینکه بخواهید یک مدیر ورزشی اثر بخش باشید باید اصول کلی را راجع به مدیریت بدانید چگونگی سازگاری این اصول را با عرصه ورزشی در کنید و سپس آنها را در سازمان خود به کار بندید. شما در سراسر دوران حرفه ای خود به کرات با این اصول اساسی کار خواهید داشت مفاهیم مدیریت: وظایف مدیریتی اساسا در راستای برنامه ریزی - سازماندهی هماهنگی و کنترل جهت یافته اند یک مدیر خوب هم نیاز مند ای مهارتها و هم نیازمند قابلیت تصمیم گیری است. در جهان در زمانی که فکر میکنیم در حال هدایت کردن خود در حال هدایت شدیم. (لرد بایرون) مدیریت سنتی: اساسا با این تفکر به وجود آمده که هر مدیری باید از سطوح بالایی از مهارتهای برخوردار و علاوه بر آن دارای قابلیت در برنامه ریزی - سازماندهی هماهنگی و کنترل باشد این تفکر میتواند در مورد کار با کارکنان و همکاران سازمانهای محلی و منطقه ای اعضای باشگاهها لیگ ها و سایر سازمانهای وابسته مورد استفاده قرار گیرد. مفهوم مدیریت سنتی با تعاریف زیر ارتباطی تنگاتنگ دارد. برنامه ریزی: برقراری اهداف کلان اهداف راهبردی سازماندهی: انتخاب و گروه بندی فعالیتهای مناسب برای دسترسی به راهبردهای سازمان و طرح ریزی ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف کلان سازمان هماهنگی: برقراری ارتباطات و تعاملات بین افراد و بخشهای سازمان به منظور اطمینان از اینکه هر بخش سازمان با در نظر گرفتن کل سازمان به فعالیتهای خود میپردازد و فعالیتهای آن بخش در راستای اهداف کلان سازمان شکل میگیرد. کنترل: نظارت بر سلسله فعالیتهای سازمان اجرای کامل طرحها برنامه ها و اصلاح

اشتباهات. مدیریت رفتاری بر مبنای اصل انگیزش افراد استوار است که فراتر از برنامه ریزی سازماندهی هماهنگی و کنترل است بهره‌وری افراد هماهنگی که آنها به اندازه کاغذی بانیازها امیال و آرزوهایشان برانگیخته شده باشند بسیار ارتقا می‌یابد و در این حالت بیشتر به اهداف خود نزدیک میشود. برخورد احترام آمیز و با ملاحظه با اشخاص باعث میشود آنها همه جا خود را همراه با سازمانشان معرفی نکنند. مدیریت سیستمها: مفهوم مدیریت سیستمها بر مبنای هماهنگی تمامی کارکردهای مدیریت استوار است به طوری که این کارکردها بتوانند به خوبی به همراه یکدیگر همچون نظامی یکپارچه عمل کنند. هر چه این کارکردهای مدیریتی بهتر با یکدیگر هماهنگ شوند مدیریتی موفق به وجود خواهد آمد هر سازمان به مثابه یک سیستم است که از اجزای مرتبط به هم تشکیل شده است بنابراین مدیران باید اطمینان حاصل کنند که تمامی اعضا به منزله یک کل یکپارچه برای برآورده ساختن اهداف کلان سازمان در حال فعالیتند. مدیریت در محیط ورزشی: محیط سازمانهای ملی ورزشی از عوامل درونی و بیرونی تشکیل شده است عوامل بیرونی عواملی هستند که در خارج از سیستم قرار دارند و شامل شرایط اقتصادی سیاسی فرهنگی هستند که رودر روی افراد شرکت کننده در فعالیتهای ورزشی قرار دارند عوامل درونی نیز شرایط کاری و فعالیتهای اداری درون یک سازمان ورزشی را شامل میشود این گونه عوامل در دسترس سازمان هستند. عوامل درونی: عوامل درونی یک سازمان ورزشی با فعالیتهای اداری کارکنان اعضا برنامه های ورزشی و امکانات مرتبط است این عوامل در دسترس سازمان و مدیران است و مدیر میتواند بر آنها تاثیر گذار باشد از مدیران ورزشی انتظار میرود که: ساختار اداری خود را با کارکنان و تجهیزات مناسب هماهنگ سازند تا برنامه های راهبردی به طور موثر اجرا شوند. کارکنان شایسته را استخدام کنند و عمل کرد آنها را مورد نظارت قرار دهند. به منظور دسترسی و استفاده از امکانات ورزشی به دقت برنامه ریزی کنند. با در نظر گرفتن عوامل درون سازمانی و با توجه به سطوح مدیریتی و نیز موقعیتهای که مدیران با آن روبرو میشوند میتواند نقشها یا وظایفی را بپذیرند که به صورت ذیل است: تصمیم گیری

اجرائی اطلاعاتی عوامل بیرونی: شاید عوامل بیرونی برای ورزش امروزی حتی از اهمیت بیشتری برخوردار باشد ولی معمولا مدیران ورزشی این گونه عوامل را نادیده میگیرند. محیط بیرون یک سازمان ورزشی تشکیل شده از پیش رفتهای فنی در ارتباطات و امور اداری جو سیاسی محیط اجتماعی ورزش ثبات اقتصادی حامیان مالی وجود دیگر فعالیتهای ورزشی جذاب ادراک عمومی در مورد ورزش تمایلات و گرایشهای جوانان در مدارس دانشگاهها و... مدیران عالی در هنگام استخدام کارکنان شایسته (به کار گیری حامیان مالی پر تلاش برای به دست آوردن حمایت سیاسی باید از توانایی بسیار بالایی در مذاکره برخوردار باشند. آنها باید چشم اندازی کلی از سازمان و ساختار آن اهداف و ظرفیتهای آن را برای خود متصور کنند.

تعریف ورزش و مدیریت ورزشی

گردآورندگان: اعظم زشکی- گلپری اکبری مقدمه: مدیریت ورزشی یکی از مدیریتهای جدیدی است که از چند دهه پیش در دانشگاههای معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایشها و تخصص های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه ای برای خود یافته است. امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش دستاوردها و یافته های پژوهشگران و متخصصان این رشته می باشد. مدیریت ورزشی بیان سازماندهی، برنامه ریزی، هدایت و کنترل فعالیتهای ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است. فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد. پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثر بخش برای سازمانها و بویژه سازمانهای ورزشی امری بدیهی و اجتناب ناپذیر است. هدف از این تحقیق آشنایی با فرآیند مدیریت در حیطه تربیت بدنی و ورزش می باشد. فهرست مقدمه.....تعریف ورزش و مدیریت ورزشی

.....تعریف کاربرد ورزشیمدیریت ورزشی

.....تاریخچه ورزش حرفه ایمهارتهای

.....نظریه های عمومی در مدیریت و رهبری

.....مدیریت ورزشی

.....سبکهای مدیریت و رهبریمدیریت بین المللی

.....مدیریت ورزشی از دیدگاه جهانیحرفه ای شدن

.....نتیجه گیریمنابع و

.....مقدمه مدیریت ورزشی یکی از مدیرتهای جدیدی است که از چند

دهه پیش در دانشگاههای معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایشها و تخصص های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه ای برای خود یافته است. امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش دستاوردها و یافته های پژوهشگران و متخصصان این رشته می باشد. مدیریت ورزشی بیان سازماندهی، برنامه ریزی، هدایت و کنترل فعالیتهای ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است. فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد. پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثر بخش برای سازمانها و بویژه سازمانهای ورزشی امری بدیهی و اجتناب ناپذیر است. هدف از این تحقیق آشنایی با فرآیند مدیریت در حیطه تربیت بدنی و ورزش می باشد. □ تعریف ورزش □ بیشتر مردم با تجربه و تمرین به معنای ورزش پی برده اند همچنین از دیدگاه اکثر مردم، ورزش به مفهوم تفریح کردن است ولی در عین حال ممکن است نوعی کار (برای ورزشکاران حرفه ای) راهی برای استخدام شدن (تورهای ورزشی) و یا نوعی تجارت (آژانسهای بازاریابی ورزشی) به شمار آید. • شنایدر و اسپرایترز (۱۹۸۹) ورزش را فعالیت جسمی آدمی که تحت عنوان قوانین مدون انجام می گیرد تعریف کرده اند. • نظر لوئی (۱۹۹۸) دیدگاه نوعی را با این تعریف ارائه کرد که ورزش باید: * سرشت بازی داشته باشد * شامل پاره ای عناصر رقابتی باشد * مبتنی بر دلآوری جسمی باشد * شامل عناصری از مهارت، تدبیر و بخت باشد * نتیجه آن ناآشکار باشد • تعریف کاربردی ورزش: پیتز فلونیک و میلر با این تعریف ورزش که عبارت است از: هرگونه فعالیت، تجربه، فعالیتهای شرکتی تجاری در جهت ایجاد تناسب اندام تفریح فعالیتهای قهرمانی یا اوقات فراغت، تعریفهای پیشین ورزش را گسترش داده و جامعتر ساختند. از دیدگاه آنها ورزش رقابتی است که بر قوانین یا تجهیزات ویژه ای نیاز ندارد، ورزش شامل فعالیتهایی مانند تمرین بدنی، دویدن و حرکات موزون که در اینجا نیز به همان معنا به کار می رود، است. یعنی طیف گسترده ای از فعالیتهای جسمانی و فعالیتهای تجاری مرتبط با آن را در بر می گیرد • تعریف مدیریت ورزشی: مدیریت ورزشی عبارت است از فرآیند تنظیم برنامه ها و نظارت بر فعالیتهای ورزشکاران. اداره فعالیتهای ورزشی سرگرم کننده و امکاناتی که این فعالیتها در آنها انجام می شود نیازمند تواناییها و مهارتهایی است. سمتهای این بخش برای افرادی است که بتوانند مسابقات را برنامه ریزی کنند، نحوه کارکرد امکانات ورزشی را بدانند، بر بودجه امکانات ورزشی نظارت کنند. از مهارتها و تواناییهای بسیاری که در حوزه های تخصصی سایر رشته ها وجود دارد استفاده کنند • مدیریت ورزشی به ۳ حوزه تقسیم می شود: ۱- مدیریت مسابقه ورزشی ۲- مدیریت خطرات ۳- مدیریت مکانهای ورزشی ۱- مدیریت مسابقه ورزشی رویدادها در این حیطه می تواند یک رقابت یک رقابت ورزشی، اجرای یک سیرک یا اجرای یک اثر هنری مانند نمایشنامه، اجرای یک قطعه طولانی موسیقی یا برنامه حرکات موزون ساز و آواز باشد. هر رویداد در این حیطه موجودیت نمایشی خاص است. * مدیریت موفق هر مسابقه نیازمند توجه به نکات زیر است: - استخدام و آموزش کارکنان - برنامه ریزی جهت ارائه خدمات پزشکی و اورژانس - مدیریت خطرها

- اجازه امکانات لازم - مدیریت آموزش و نحوه استفاده از نوشیدنیها - مدیریت دفتر صندوق و امور مربوط به بلیط - مدیریت خدمات غذایی - حفظ و نگهداری ساختمانها - بازرگانی تبلیغ و ارتباط عمومی - حفظ صحیح اجازه نامه ها و گواهیهها - گفتگو جهت عقد قراردادها با حمایت کنندگان - بازاریابی و فروش اقدام تازه - مدیریت جمعیت - مدیریت پارکینگ جمعیت - ارزشیابی نتیجه نهایی ۱-۱

برنامه ریزی زمان مسابقه: برنامه ریزی این قسمت در بر دارنده تعیین نوع رویدادها، محل برگزاری و زمان برگزاری می باشد. هدف از ایجاد امکانات نوع و رویدادی که در آن برنامه ریزی می شود را تعیین می کند ممکن است در یک مجموعه چندین فضای فعالیت وجود داشته باشد. که در این شرایط امکان برنامه ریزی چند رویداد در یک محل و در یک زمان را فراهم می سازد. بنابراین افراد مسئول برنامه ریزی باید به جزئیات توجه داشته باشند و یاداشتهای دقیقی از محل تهیه کنند. ۱-۲ گفتگو و عقد قراردادها: هنگامی که یک رویداد به طور رسمی برنامه ریزی شد این رویداد ثبت می شود. تا در زمان تعیین شده به اجرا در آید. در این مرحله گفتگوهای مقدماتی هماهنگ کننده و حمایت کننده یا نماینده مسابقات انجام می شود. در این گفتگوها موضوع قرارداد مانند هزینه اجاره، امکانات و قیمت‌های بلیطها تعیین می شود. ۱-۳ ایجاد هماهنگی لازم: پس از عقد قراردادها، هماهنگ کننده مسابقات طرح انجام فعالیت‌های اجرائی و ترتیب انجام آنها را برای هر یک از کارکنان طراحی خواهند کرد. این روش وسیله طرح اجرای مسابقات است. هدف دیگر این روش ساختن ترتیب انجام کارها و مشخص ساختن زمان لازم برای انجام وظیفه یا کار مشخص است. با این روش پیشرفت کارها با مشکلات با توجه به قرارداد اصلی روشن خواهد بود. در این روش شرایط اغلب با مرور قرارداد و شرح وظایف مشکلات مرتفع می شود. ۱-۴ اجرای مسابقه: پس از برنامه ریزی و پیش بینی اقدامات روز مسابقه از راه رسیده در ساعات تعیین شده روز برگزاری درها باز میشود و جمعیت به داخل می آیند و مسابقه شروع می شود در این زمان هماهنگ کننده رویداد متوجه میشود که او در برنامه ریزی و هماهنگی وقایع و مواردی مانند پارکینگ، توزیع جمعیت و روشهای ارائه نوشیدنیها و کتال جمعیت موفق بوده و مؤثر عمل کرده است ۲- مدیریت خطر مدیریت خطر یک عنصر پیوسته با هر عمل مرتبط با مدیریت امکانات است و ما نمی توانیم اهمیت وجود یک مدیر خطر را نادیده بگیریم و مدیریت خطر مدتهاست که در صنعت بازرگانی مورد توجه است فهرست زیر حیطه هایی را روشن می کند که مدیران خطر در ورزش و مکانهای اجتماع عمومی روزانه در آنها حضور دارند • هدایت منطقه برنامه های آموزشی: از علائم ساده و قابل فهم برای اعلام سیاستهای استفاده از امکانات توسط هواداران استفاده شده است • برای کاهش مسئولیتهای احتمالی همه چیز ثبت شده است • از انجام فعالیتهایی که خلل زیاد و فایده اندک دارند خودداری گردیده است • تمام امکانات و وسایل بازی بازرسی شده است • اطمینان یابد که نظرات کافی و صحیح انجام شده است • اطمینان یابد تمام کارکنان آموزش ویژه و توانا هستند • پیش بینی انجام اقدامات اضطراری و پزشکی صورت گرفته است • راههای تخلیه اضطراری جمعیت مهیا و آماده استفاده است • گزارش حوادث افراد صدمه دیده و نحوه تخلیه جمعیت نوشته شده است نکته: مدیران مسابقات و مکانهای ورزشی از یک مدیر خطر تمام وقت استفاده می کنند ۲- مدیریت مکانهای ورزشی: مدیریت مکانهای ورزشی فرآیند برنامه ریزی اجرا، هماهنگی و ارزشیابی عملیات روزانه یک مکان ورزشی است. مفهوم مهم در مدیریت امکانات درک چگونگی انجام موفق این رویدادهاست که بستگی به مالکیت امکانات دارد. بسیاری از امکانات ورزشی دارای مالکیت خصوصی هستند که توسط یک فرد یا شرکت اداره می شود. نمونه اینگونه مکانهای ورزشی در اکثر نقاط جهان وجود دارد. وظایف عمومی مدیریت ورزش O مکاتبات * مدیریت اطلاعات نگارش * پیش برد اطلاعات * نگه داشتن یادداشتهای بازی و آمارها * مصاحبه * تشویق * تبلیغ * تامین بودجه O سخنرانی در مجامع: * دانش علم و تمرین و ورزش راهنمایی تمرینها * امتحان و ارزشیابی * تجویز تمرین * طراحی * برنامه های فعالیت * پایش برنامه های فعالیت * مربیگری

بدن سازی * هماهنگ سازی ورزش * مشاوره O ثبت مدارک ارتباط جمعی * مدیریت سازمان بودجه بندی *
 حسابداری * همانگ سازی * مدیریت پرسنل * مدیریت امکانات * کنترل * هدایت
 * ارزشیابی * راهنمایی • تاریخچه ورزش حرفه ای ریشه های ورزش حرفه ای را میتوان از یونان باستان دنبال کرد جایی که بازیهای المپیک در سال ۷۷۶ قبل از میلاد آغاز شد . در آن زمان گروهی از ورزشکاران حرفه ای به نام « اتلتای » وجود داشت این ورزشکاران مردانی بودند که حقوق خوبی دریافت می کردند و از میان سربازان ارتش به خدمت گرفته و به طور اختصاصی برای مسابقات خشن وجدی آن زمان تربیت می شدند . ورزشکاران در قبال شرکت در رقابت و برنده شدن اغلب پادشاهی به شکل جوایز یا پول دریافت می کردند . بیس بال اولین ورزشی است که رشته ورزشی تیمی است که حرفه ها را به کار گرفت . بعد از بیس بال حاکی و بعد از آن فوتسال و بعد از آن بستکبال به وجود آمد ورزش حرفه ای تیمی بیش از صد سال است که بوجود آمده است آغاز فعالیت حرفه ای زنان ۱۰۰ سال است که بوجود آمده است . جنبه های خاص ورزش حرفه ای ۴ ویژگی خاص دارد که ان را از سایر منابع جدا می سازد : ۱- وابستگی یکدیگر ۲- ساختار تشکیلات ارتباطی کار ۳- مدیریت ۴- نقش تلویزیون از جمله این ویژگیهاست • مهارتهای مدیریت مقوله مدیریت در قلمرو ورزش دارای نقش حساس تر و مهمتر از موقعیت مربیگری است مدیر لایق و کارآمد شخصی است که مافوق قدرت قانونی خود می تواند بر افراد تاثیر بگذارد . مدیر یعنی فردی که از ورزشکاران خود بیش از حد انتظار دارد . چرا که او با تاثیر گذاری بر ورزشکاران موجب می شود که آنها سخت تر و فعال تر تلاش کنند مربی در مقام و موقعیتی قرار دارد که می تواند برای ورزشکاران خود تصمیمات میزه ای اتخاذ کند به بیان دیگر مربی فردی است که برای اداره تیم دارای قدرت قانونی است اما این موضوع بیانگر این حقیقت نیست که شخص به صرف مبی بودن به طور خودکار مدیری مؤثر و شایسته نیز باشد . نکته : یک مربی در صورتی یک مدیر شایسته خواهد بود که مهارتهای لازم برای مدیریت و رهبری ورزشکاران را داشته باشد . در این حالت متوجه خواهد شد که پیشرفت قابل توجهی در اثر بخشی و کیفیت مربیگری خود کسب کرده است • نظریه های عمومی در مدیریت و رهبری ۱- نظریه مبتنی بر خصایص مدیریت رهبری بر اساس باورهای عمومی یک مدیر یا رهبر می باید دارای خصیصه هوشی و ذکاوت ، قاطعیت ، جذبه ، شجاعت و قدرت و اعتماد به نفس و از هر لحاظ کامل باشد نظریه مبتنی بر خصوصیات مدیریت به دلیل محدودیتهای ذاتی علل نامبرده ذیل موقعیت خود را از دست داده است . * این خصوصیات احتیاجات ورزشکاران یا افراد پیرو را نادیده میگیرد * این خصوصیات اهمیت نسبی ویژگیهای دیگر را نمی تواند به روشنی بیان کند * خصوصیات مورد نظر عوامل موقعیتی را نادیده می گیرد ۲- نظریه های رفتاری مدیریت و رهبری در این نظریه ۲ ساختار مورد بحث است : ساختار اولیه عامل تجربه * ساختار اولیه : در حوزه مربیگری زمانی است که مربی در تلاش برای دستیابی به یک هدف ، نقش تشکیلاتی خود را مشخص و آن را اجرا کند . او هنگامی می تواند پایه اولیه را پایه گذاری نماید که طرحهای تمرینی خود را سازماندهی کرده باشد ، مسئولیتها را واگذار کرده باشد ، راهبردهای تهاجمی و تدافعی تهیه و تنظیم کرده باشد و به طور کلی هدفهای فردی و گروهی را بهبود و توسعه داده باشد . * عامل توجه : به قابلیت شما در حیطه مربیگری با وجود توقعات و انتظارات بالایی ورزشکاران در عین حال احترام ، به عقاید و احساسات آنها گفته می شود • بهترین نکته ای که در رابطه با نظریه های رفتاری مدیریت می توان گفت این است که این تئوریا در مورد رفتارها ، ایده هایی را به ما می دهد که دیگران در ارزیابی خود را از مدیریت ، خیلی مهم می دانند ۳- نظریه اقتصادی در مدیریت و رهبری برای افرادی که ساهاست در زمینه مدیریت مطالعه و تحقیق می کنند این موضوع روشن شده است که پیشبینی مدیریت و رهبری موفق ، پیچیده تر از بررسی چند خصیصه رفتاری یا رفتار قابل ترجیح است . در هر صورت این موضوع به نتایج ثابتی دست نیافته و منجر به تمرکز نوری عوامل وضعی گردید . □

سبکهای مدیریت و رهبری ۱- سبک مدیریت دستوری وجه تمایز اصلی سبک مدیریت دستوری از دیگر سبکها در این است که

مربی ساختار اولیه وظایف و فعالیتهای ورزشکاران را تعیین و آنها را برای نیل به هدفهای وظیفه راهنمایی می کند. این نوع مدیریت و رهبری بسیار بر «وظیفه مداری» و «وظیفه گرایی» تاکید دارد و نتیجه نهایی آن توسعه و بهبود مهارتهای ورزشی است. در این سبک به عقاید و احساسات ورزشکاران کمتر عنایت می شود. * مربیانی که این سبک را به کار می برند معمولاً تمایل دارند که: - هدفهای اجرایی و ورزشکاران با تیمها را مشخص نمایند - واگذاری مسئولیتها به ورزشکاران برای عملکرد ورزشی - برقراری یک سلسله مراتب به طرز مفید و مناسب - هر ورزشکار را به صورت فردی و به منظور اجرای حرکات ورزش آموزش دهند - تمامی اطلاعات و آموزشهای ضروری را تهیه و تدارک نمایند - از دو روش تشویق و تنبیه جهت کنترل رفتار ورزشکاران استفاده نمایند ۲- مدیریت و رهبری حمایتی این سبک مدیریت یا رفتار دوستانه، در دسترس و با ملاحظه توصیف شده است. مربی در این روش مردم گرا می باشد و سعی دارد که ورزشکاران خود را با روحیه شاد و با نشاط نگهدارد. در این سبک وظایف و فعالیتهای اختصاصی بویژه توسعه مهارتها کمتر توجه می کند. نظریه های رفتاری و رهبری اینگونه مدیران را به عنوان مدیر « پر توجه» توصیف و مشخص نموده است مربیانی که از سبک مدیریت و رهبری استفاده می کنند تمایل دارند که: - علاقه قلبی خود را به ورزشکاران نشان می دهند - با ورزشکاران در ضمن کار بیشتر مشورت می کنند - سعی می کنند هماهنگی را در درون تیم برقرار سازند - با ورزشکاران دوستانه رفتار می کنند و در دسترس آنها باشند - ورزشکاران را به ابراز احساسات و علایق خود تشویق نمایند - بیشتر تاکید بر یاداشتهای مثبت داشته باشند تا عامل نتیجه ۳- مدیریت و رهبری مشارکتی: این سبک مدیریت و رهبری را «مدیریت تیمی» مینامند زیرا مربی نیز مانند ورزشکاران در قبول مسئولیتها شریک و سهیم است. در این شیوه مربی با به کار بردن سبک دموکراتیک تلاش می کند تا از اطلاعات و توان فکری ورزشکاران در روند اتخاذ تصمیم استفاده نماید. مربیانی که از سبک مدیریت و رهبری مشارکتی استفاده می کنند که تمایل دارند: - به اعضای تیم اجازه می دهند تا در تعیین هدفها نظرات خود را ابراز کنند - به ورزشکاران اجازه می دهند تا در خصوص چهارچوب تمرینات عقاید خود را بین نمایند - در ارتباط با مشکلات و اختلافات نظرات ورزشکاران به بحث و مذاکره می پردازند - شرایطی را ایجاد می کنند که ورزشکاران به میزان پیشرفت فعالیتهای ورزشی خود نظارت داشته باشند - از سیستم تشویق که چگونگی آن را تیم مشخص می کند (و نه مربی به تنهایی) استفاده می کنند - در موفقیتها و شکستهای تیم خود را شریک می دانند. a. مدیریت بین المللی ورزش بین المللی چیست؟ برای تعیین بین المللی بودن یک ورزش حداقل باید ۲ عامل مد نظر قرار گیرد: الف: سطح یا ساختار: اقدامی است که یک سازمان انجام می دهد و در آن به بین المللی بودن فعالیتها تاکید می کند. ب- محیطی که در آن فرد یا سازمان در درون یک تشکیلات ورزشی مشغول فعالیت هستند □ تاریخ ورزش بین الملل برخی معتقدند که بازیهای المپیک تابستانی سال ۱۹۷۳ تولد انقلابی جدید در بازیهای بین المللی است چندین رویداد مهم در این سال خاص به وقوع پیوست که اثر همیشگی بر صنعت و و میعادگاههای ورزش بین الملل باقی گذارد کشته شدن ۹ شرکت کننده در بازیها در دهکده المپیک حرکت تازه ای را در برپایی مسابقات ورزش بین المللی ایجاد کرد و موجب شد شیوه های امنیتی مسابقات المپیک و سایر بازیهای بین المللی برا همیشه دستخوش تحول شود قوانین و تحولات پس از فرو ریختن دیوار برلین در سال ۱۹۸۹ تاثیر گسترده ای بر تعریف تازه حوزه ورزش بین المللی گذاشته است. فروپاشی اتحاد شوروی و آلمان شرقی بطور واقعی تعدادی از قوی ترین ماتهای بازیهای المپیک را از گردونه بازیها خارج ساخت و تعداد قابل ملاحظه ای از ملت های جدید را به خانواده المپیک اضافه کرد. □ مدیریت ورزشی از دیدگاه جهانی دانشگاهها و کالج ها هم اکنون در حال تدوین برنامه های درسی برای مدیریت ورزش در بازارهای خارجی هستند این کار را می توانید با برنامه مدیریت ورزشی خود هماهنگ ساخته و یا آن را با شرکت در برنامه معادلات بین المللی که از ستوی دانشگاه ها ممکن است برگزار شود هماهنگ سازید دیگر اینکه نقش ورزش در بازارهای اروپا با توجه به تغییرات گسترده ای که در بازار ورزش اروپائی در حال روی دادن است هر روز اهمیت بیشتری می یابد فلسفه مدیریت و

تدابیری که در ورزش امریکای جنوبی بکار گرفته می شود شاید در خلق الگویی جدید در ورزش اروپا مؤثر باشد □ حرفه ای شده مدیریت ورزشی همانند سایر رشته ها مانند حقوق ، آموزش ، پزشکی و تربیت بدنی ، مدیریت ورزشی نیز کماکان فرآیند حرفه ای شدن را طی می کند . فرآیند رشد و پیشرفت هر حرفه ای شامل شامل ۳ برنامه مجزا است : * مرحله اول : کسب مبانی نظری مربوط به آن حرفه است که این خود شامل : تصمیم گیری برای انجام پژوهشهای تجربی و تخصصات علمی ، طی دوره های تخصصی دانشگاهی در بخشهای تخصصی و سمتهای دانشگاهی و ارائه مدارک پیشرفته علمی است * مرحله دوم : مستلزم ایجاد خرد فرهنگی متمایز است . این کار مشتمل است بر اجتماعی ساختن یا آموزش دادن کارشناسان آینده مانند خود شما * مرحله سوم : حرفه ای سازی ، شناسایی آن حرفه به وسیله جامعه است این مرحله در بر گیرنده این واقعیت است که بسیاری از افراد خارج از حرفه ، یا کلا در سطح جامعه از وجود چنین حرفه ای آگاهی دارند که شما باید کارشناسان را در آن جامعه شناسایی نمایید □ نتیجه گیری در جامعه کنونی ما متأسفانه به مقوله ورزش عنایت چندانی نشده است . امید است روز به روز این شناخت و آگاهی در این زمینه رشد یابد و اهمیت و ضرورت آن بر و بخصوص مسئولان رده فوقانی نظام آشکار گردد تا نابسامانیها و نارسایی ها بر طرف گردد در حال حاضر متأسفانه در زمینه مدیریت ورزش منابع چندانی وجود ندارد و می طلبد که استادان و صاحب نظران مدیریت ورزشی هر چه سریعتر آستین همت را بالا بزنند و کتابهایی را در این زمینه تالیف و ترجمه نمایند که تا اندازه ای جبران مافات شود و این خلغ چشمگیر تا اندازه ای پر شود منابع و ماخذ □ مدیریت ورزش معاصر نوشته : جانت بی پارکی ، بورلی آرکی زنگر مترجمان : سید محمد حسین رضوی ، محسن بلوریان □ مدیریت معاصر در ورزش نوشته : جانت بی پارکی ، بورلی آرکی زنگر ، جرومه کوآتر من مترجم : دکتر محمد احسانی □ مدیریت ورزش نوشته لاری ام لیت مترجم : دکتر هاشم کوزه چیان

کنشهای ورزشی و کنشهای اجتماعی

پی یو بوردیو

این گونه می اندیشم که بدون تحریف و مخدوش ساختن واقعیت می توان کل دامنه فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی را، مثل راگبی، فوتبال، شنا، دوومیدانی، تنیس، گلف و غیره، در مقام «عرضه» ای که در برابر یک «تقاضای اجتماعی قرار دارد، مورد بررسی قرار داد. اگر چنین الگویی به خدمت گرفته شود، دو دسته پرسش پیش رو قرار خواهد گرفت: اول آن که، آیا حوزه تولیدی که برخوردار از منطبق و تاریخ خاص خود باشد تا در آن «محصولات ورزشی» تولید شوند، بدین معنا که آیا چیزی به عنوان عالم فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی وجود دارد که از نظر اجتماعی درک شود و در برهه معینی از زمان، قابل دسترسی باشد؟ دوم آن که، در چه شرایط اجتماعی، امکان دستیابی به «محصولات ورزشی» مختلف در حال تولید، چیزهایی مثل گلف بازی، خواندن مجله «لوکیپ»، اسکی روی چمن و یا مشاهده مسابقات جام جهانی در تلویزیون، فراهم می شود؟ به بیان دیگر، چگونه این تقاضای «محصولات ورزشی» تولید می شود، چگونه مردم به «سلیقه» ای ورزشی می رسند حال چه در مقام فعالیت و چه در مقام چیزی تماشاچی و ورزشی را بر ورزش دیگر ترجیح می دهند؟ قطعاً از رویارویی با این پرسش گریزی نیست مگر آن که انسان معتقد باشد که اصولاً نیازی طبیعی نه فقط در جهت صرف انرژی عضلانی بلکه دقیقتر بگویم در جهت انجام این یا آن زورورزی و تلاش هست که به یک اندازه در همه زمانها، مکانها و محیطهای اجتماعی فرهنگی جریان دارد. (برای ذکر گویاترین نمونه در اثبات تز «نیاز طبیعی»؛ می دانیم که شنا، که احتمالاً اغلب مریبان هم به لحاظ کارکرد اصیلش یعنی «نجات یک زندگی» و هم به لحاظ تأثیرات فیزیکی اش از آن به عنوان ضرورترین فعالیت ورزشی یاد می کنند، و هرازگاهی هم مورد بی مهری و غفلت واقع شده، به ویژه در اروپای قرون وسطی، حتی امروزه نیز باید به لطف «رقابتهای» ملی ارضاء و در واقع تحمیل می شود.) به بیان دقیقتر، بر طبق

چه اصولی عاملان و کنشگران اجتماعی در لحظه ای معین از زمان، میان فعالیتها یا سرگرمیهای ورزشی به عنوان نمونه هایی ممکن که به آنها پیشنهاد شده، دست به انتخاب می زنند؟ تولید عرضه نظرم می رسد که در ابتدا لازم است که با شرایط اجتماعی و تاریخی امکان ظهور پدیده ای اجتماعی که همواره آن را بدیهی و مسلم فرض می کنیم، آشنا شویم: «ورزش مدرن». به بیان دیگر، چه شرایط اجتماعی، پی ریزی مجموعه ای از موءسسات و نهادهای ورزشی را ممکن می سازند که به طور مستقیم یا غیرمستقیم، به وجود فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی وابسته اند؟ این نظام، مجموعه ای از «انجمنهای ورزشی» خصوصی یا عمومی را در بر می گیرد که کارکردشان، ارائه و تأمین علائق اهالی ورزشی خاص و وضع و تعیین معیارهای حاکم بر آن فعالیت است، یعنی تولیدکنندگان و توزیع کنندگان کالاها (تجهیزات، ابزار و لباسهای ورزشی و دیگر وسایل...) و خدمات لازم برای رواج و اشاعه ورزش (معلمان، مدرسان، مربیان، پزشکان ورزشی، روزنامه نگاران مطبوعات ورزشی و دیگران...) و همچنین تولیدکنندگان و توزیع کنندگان سرگرمیها و کالاهای مربوطه (تی شرت، عکس ستارگان عالم ورزش و...). حال باید پرسید چگونه این سیاهه متخصصان، که مستقیم یا غیرمستقیم از طریق ورزش امرارمعاش می کنند، رفته رفته شکل گرفت؟ (سیاهه ای که حتی جامعه شناسان و مورخان ورزش نیز در آن جای دارند این مسأله احتمالاً به طرح این پرسش کمک نمی کند.) به بیان دقیقتر، از چه زمانی این نظام عاملان و موءسسات ورزشی در این حوزه، به عنوان «عرصه رقابت» و محل برخورد میان عاملانی که بسته به موقعیتشان در درون این عرصه از علائقی خاص برخوردارند، به کار افتاد. اگر مسأله، همان طور که سوءالات من حاکی از آن اند، این باشد که نظام عاملان و موءسساتی که علائقشان در گرو ورزش است، گرایش دارد که همچون یک میدان یا حیظه عمل کند، پس نمی توان به طور بی واسطه از طریق مرتبط ساختن پدیده های ورزشی به شرایط اقتصادی و اجتماعی یک کشور، دریافت که این پدیده ها در لحظه معینی از زمان و در یک محیط اجتماعی معین، به واقع چیستند. تاریخ ورزش، تاریخ نسبتاً مستقلی است که حتی وقتی با وقایع مهم تاریخی و اقتصادی و اجتماعی رقم بخورد، باز ضرباهنگ، قوانین تکاملی، بحران و خلاصه سخن آن که گاه شماری ویژه خود را داراست. یکی از وظایف عمده تاریخ اجتماعی ورزش، پی ریزی بنیانهای واقعی مشروعیت نوع علم اجتماعی ورزش به عنوان یک موضوع علمی متمایز است (که اصلاً خود آشکار و بدیهی نیست) آن هم از طریق تعیین این مسأله که با شروع از چه لحظه و از چه مجموعه شرایط اجتماعی، می توان به معنای واقعی کلمه، از ظهور پدیده ورزش سخن گفت (آن هم در تقابل با انجام ساده انواع بازیها معنایی که هنوز در لغت انگلیسی sport وجود دارد، اما همین واژه در کشورهای غیر آنگلساکسونی، در همان زمان، به معنای کلمه ای مصرف کنشهای اجتماعی جدید و رادیکالی رواج یافت) چگونه این عرصه با منطق خاص خود و در حکم محل بروز کنشهای اجتماعی کاملاً خاصی پی ریزی شد؟ کنشهایی که خود را در دل تاریخ خاصی تعریف کرده اند و تنها در نسبت با همین تاریخ خاص می توان آنها را دریافت. (به عنوان نمونه، تاریخ قوانین ورزشی یا تاریخ رکوردهای ورزشی، واژه جالبی که یادآور نقش مورخانی است که بر اساس رسالت ضبط و ثبت و تجلیل از فتوحات برجسته، در ساخت حوزه ای خاص با فرهنگی اسرارآمیز مشارکت دارند.) تکوین حوزه نسبتاً مستقلی از تولید و گردش محصولات ورزشیبه نظر مسلم و قطعی است که تحول از فرم بازی به ورزش، به معنای دقیق کلمه، در تشکیلات آموزش مهیاشده برای «نخبگان» جامعه بورژوازی یعنی مدارس خصوصی انگلستان، رخ داد. این مدارس، محل تربیت فرزندان خانواده های اشراف یا قشرهای فوقانی بورژوازی و آشنایی آنها با بازیهای مردمی یعنی مبتذل بودند و به طور همزمان معنا و کارکرد این بازیها را تغییر می دادند، دقیقاً به همان شکل که حوزه موسیقی علمی، رقصهای محلی را دستخوش تغییر ساخت و آنها را در زمره فرمهای ناب هنری مثل «سوئیت» گنجانده: رقصهایی محلی مثل «بوری» ۱، «ساربانده» ۲، «گه وات» ۳ و غیره. در توصیف مختصر ویژگیهای این دگردیسی یعنی در مورد «اصل» و جوهره آن می توان گفت که تمرینهای بدنی نخبگان از اعیاد اجتماعی معمولی که در آنها بازیهای محلی برگزار می شد، جدا می شوند (برای نمونه از جشنهای کشاورزی) و بدین ترتیب از کارکردهای اجتماعی خاصی محروم شدند (که پیش از هر چیز، کارکردهایی

مذهبی بودند) که هنوز با شماری از بازیهای آئینی پیوند داشتند (مثل بازیهای آئینی که در تعدادی از جوامع پیشا سرمایه داری در مواقع خاصی از سال زراعی برگزار می شدند). مدرسه، محل تحصیل و فراغت، جایی است که در آن کنشهای بهره مند شده از کارکردهای اجتماعی و ادغام شده در تقویم جیبی به صورت «تمرینهای بدنی» درمی آیند، فعالیتهایی که فی نفسه، به نوعی، هدف اند، نوعی «هنر برای هنر جسمانی»، که با قوانینی خاص اداره می شوند و ابدأً به هیچ ضرورت کارکردی تقلیل پذیر نیستند و در یک تقویم خاص جای می گیرند. مدرسه نمونه اعلاّی عرصه تحقق چیزی است که به آن «فعالیت الکی» می گویند، جایی که فرد در آن، موضع گیری یا نگرشی دور و خنثی نسبت به زبان و جهان اجتماعش اتخاذ می کند؛ ژیمناستیک استفاده ای از تن را در نظر دارد که درست همانند استفاده مدرسی از زبان، نوعی هدف فی نفسه است. (همین قضیه بی شک نشان می دهد که به چه علت فعالیت ورزشی، که شدت تناوبش همراه با سطح آموزش افزایش می یابد، هرگاه سطح تحصیلات فرد بالاتر باشد، همچون کنشهای فرهنگی، با گذشت عمر آهسته تر تنزل می یابد. مشخص شده است که اغلب در میان طبقات کارگر، انصراف از ورزش فعلیتی که خصلت بازی گونه اش به نظر می آید آن را به طور مشخص امری مناسب حال نوجوانان ساخته غالباً مصادف با ازدواج و ورود به دایره مسئولیتهای جدی دوره بزرگسالی است.) آن چه در خلال تجربه مدرسه و از آن به دست می آید، نوعی کناره گیری از جهان و دوری از عمل واقعی است، امری که مدارس شبانه روزی بزرگ طبقه «نخبگان»، شکل کاملاً پیشرفته آن را نمایش می دهند و آن گرایش به عملی بی هدف است، و این گرایش، خود یک جنبه بنیادی از منش «نخبگان طبقه بورژوا» است، کسانی که همواره به صفت «بی غرض بودن» خود می بالند و خود را با اتخاذ فاصله ای خودخواسته که هم در هنر و هم در ورزش جلوه می نماید از علائق مادی مشخص می سازند. «بازی منصفانه» به عنوان شکلی از بازی، ویژگی بازی کردن آنهاست که آن چنان در کار بازی غرق می شوند که فراموش می کنند این فقط یک بازی است؛ آنهاست که «فاصله نقش اجتماعی» شان را همواره حفظ می کنند، و همان طور که گافمن ۴ به آن اشاره دارد: این صفت در همه نقشهای اجتماعی که برای رهبران آینده جامعه طراحی شده نهفته است. مستقل ساختن حوزه ورزش، همچنین با فرآیند «عقلانی سازی» همراه است، همان طور که وبر بیان می کند، غایت این فرآیند فارغ از مسأله تفاوتهای محلی و خاص گرایشی، تضمین دو عنصر محاسبه پذیری و پیش بینی پذیری است. راهی آسان برای تشکیل فهرستی از قوانین ویژه و ارگانهای تخصصی هم تصمیم گیرنده که دست کم در آغاز اعضایشان از میان «بچه های قدیمی» همان مدارس خصوصی برگزیده می شوند. ضرورت و نیاز تنظیم فهرستی از قوانین ثابت و کاربست پذیر در سراسر جهان، درست زمانی حس می شود که «مبادلات ورزشی» میان موءسسات آموزشی مختلف و سپس میان نواحی مختلف برپا شود. استقلال نسبی حوزه ورزش، تقریباً به شکل روشنی در دو قوه «خودگردانی» (self-administration) و «قانون گذاری» تثبیت می شود؛ قوایی که بر سنتی تاریخی استوار است یا توسط دولت تضمین می شود و موءسسات ورزشی اجرای این قوانین را به عهده می گیرند. این نهادها واجد این حق هستند که معیارهای اداره و برگزاری بازیها و مراسم را وضع کنند و با برخورداری از حق کاربرد «قدرت تنبیهی» (توقیف، جریمه و غیره) از رعایت قوانین ویژه ای که نهاده اند اطمینان حاصل کنند. افزون بر این، آنها عناوین و القاب خاصی مثل «قهرمان مسابقات سراسری» در انگلیس و مقام «مربی» را به افراد و تیمها اعطاء می کنند. پی ریزی حوزه ای از کنشهای ورزشی، با گسترش و توسعه نوعی فلسفه ورزش که الزاماً فلسفه ای سیاسی هم هست، در ارتباط است. نظریه «آماتوریزم»، در واقع، یک جنبه از فلسفه آریستوکراتیک ورزش به عنوان کنشی بی قصد و غرض است، کنشی در حکم نوعی فرجام بدون غایت، نظیر کنش هنری، که در جهت تعیین فضائل مردانه رهبران آینده جامعه حتی شایسته تر از هنر است. (همیشه در باب هنر رگه ای زنانه وجود دارد: به پیانو و نقش آبرنگ، بانوهای نجیب و جوان همان دوره دقت کنید.) ورزش به عنوان سازوکاری آموزشی در جهت تقویت حس شجاعت و مردانگی شناخته می شود، سازوکاری برای «شکل دادن به شخصیت» و القای «اراده معطوف به برون»، که نشانه یک رهبر حقیقی است؛ البته اراده معطوف به بردن در چارچوب قوانین. این

همان «بازی منصفانه» است که به عنوان نگرشی آریستوکراتیک شناخته می‌شود که بالکل به تعبیر عوامانه «پیروزی به هر قیمتی» می‌تازد. به نظرم آنچه در این بحث (که پا به محدوده‌هایی فراتر از ورزش می‌گذارد) محل نزاع است، تعریفی از تعلیمات بورژوازی است که با تعریف آکادمیک و خرده بورژوازی در تضاد است: «انرژی»، «شجاعت»، «قوه اراده» فضائل پیشتانان و رهبران (نظامی یا صنعتی)، و شاید بیش از همه اینها، خلاقیت فردی و جسارتها(ی شخصی)، جملگی در تقابل با دانش، فضل و فرمانبرداری «مدرسی» قرار می‌گیرند که نماد آنها مدارس نظام فرانسوی و قوانین انضباطی آنهاست. خلاصه آن که اشتباه است اگر از یاد ببریم تعریف مدرن ورزش، بخشی ذاتی از یک «آرمان اخلاقی» است؛ یعنی همان منش اخلاقی اقشار مسلط طبقه مسلط که در مدارس خصوصی معظم به ثمر می‌نشیند، آن هم اساساً برای فرزندان روءسای صنایع خصوصی مثل مدرسه «اکول دو روش»^۵ که سرمشق اصلی تحقق این آرمان است. بها دادن بیشتر به آموزش علمی در برابر آموزش حرفه‌ای، به منش فردی یا قوه اراده در برابر هوش، به ورزش در برابر فرهنگ، در عالم آموزش و تربیت، وجود سلسله مراتبی را تأیید می‌کند که تقلیل‌پذیر به سلسله مراتب دقیقاً مدرسه‌ای (که از قطب دوم تقابلهای فوق طرفداری می‌کند) نیست. و این مسأله، به بیانی، یعنی بی‌قدر و اعتبار کردن ارزشهای اقشار دیگر طبقات غالب یا طبقات دیگر جامعه (به ویژه اقشار روشنفکر طبقه خرده بورژوا و «فرزندان معلمان» که رقیبان جدی فرزندان بورژوازی در عرصه استعداد سرشار تحصیلی هستند)؛ یعنی پیش کشیدن معیارهایی دیگر برای «موفقیت» و اصول دیگری برای مشروعیت بخشیدن بدان به عنوان آلترناتیوهای برای «موفقیت‌های آکادمیک». تجلیل از ورزش به عنوان «بستر تربیتی شخصیت» و غیره، همواره متضمن نوعی ضد روشنفکرگرای مشخص است. اگر به یاد آوریم که قشر مسلط طبقه مسلط همواره مایل است تا رابطه اش را با قشر تحت مسلط همان طبقه روشنفکران، هنرمندان، اساتید برحسب تقابل میان زن و مرد و محکم و ظریف تصور کند، که بسته به هر دوره تاریخی معنایی متفاوت دارد (مثلاً موی کوتاه / موی بلند، فرهنگ اقتصادی سیاسی / فرهنگ ادبی اشرافی و غیره در روزگار ما)، آن گاه درمی‌یابیم که یکی از مهمترین معانی و دلالت‌های اعتلا و رواج ورزش و به ویژه اعتلای ورزشهای «مردانه» ای مثل راگبی چیست و خواهیم دید که ورزش مثل هر کنش دیگر، موضوع کشمکش میان اقشار طبقه مسلط و همچنین میان طبقات اجتماعی است. در اینجا فرصت را غنیمت می‌شمارم تا در اشاره ای گذرا بر این نکته تأکید کنم که تعریف اجتماعی ورزش محل مناقشه است. حوزه کنشهای ورزشی، آوردگاهی است که در آن، آنچه بیش از همه مورد منازعه است، ظرفیت و قابلیت انحصارطلبانه در تحمیل تعریف مشروع و کارکرد مشروع فعالیت‌های ورزشی است: آماتوریسیم در برابر حرفه‌ای‌گرایی، ورزش به عنوان عرصه مشارکت در برابر ورزش به عنوان عرصه تماشا، ورزش نخبه پسند در برابر ورزش عامه پسند. این حوزه، فی‌نفسه، بخشی از حوزه وسیعتر کشمکشهایی بر سر تعریف «تن مشروع» و «استفاده مشروع از تن» است، منازعاتی که علاوه بر عاملان درگیر در کشمکش بر سر تعریف کاربردهای ورزشی تن، اشخاص دیگری را نیز شامل می‌شود نظیر اخلاق گرایان و به ویژه روحانیان، پزشکان (به ویژه متخصصان سلامت جسمانی)، معلمان در وسیعترین معنای کلمه (یعنی حتی مشاوران راهنمای مسائل ازدواج و غیره) و حتی پیشتانان عرصه مد و سلیقه عمومی (طراحان لباس و غیره). نهایتاً باید این مسأله تبیین شود که آیا منازعات جاری بر سر قدرت انحصاری در تحمیل تعریف مشروع طبقه‌ای خاص از کاربردهایش و کاربردهای ورزش، واجد ویژگیهای ثابت و لایتغیر است یا خیر. برای نمونه، می‌توان به تقابل میان حرفه‌ای‌های امر آموزش جسمانی (مربیان ژیمناستیک، ورزشکاران ژیمناستیک و غیره) و پزشکان اشاره کرد، به ویژه از لحاظ ارائه تعریف مشروع از تمرین ورزشی؛ تقابلی که میان دو گونه خاص از اقتدار یا تئوریت (تعلیمی در برابر علمی) که در ارتباط با دو گونه «سرمایه» خاص هستند، برقرار است. و یا می‌توان به تقابل همیشگی میان دو فلسفه آنتاگونیست در زمینه کاربرد تن اشاره کرد. فلسفه زاهدانه‌ای که با عبارت متناقض «فرهنگ جسمانی» (culture) (physique) بر فرهنگ ضد جسم (antiphysis)، ضد طبیعت، رفع انحراف، صداقت و تلاش و... تأکید می‌کند و فلسفه «هدونیستی» دیگری که طبیعت، جسم (physis) را متمایز می‌شمرد و فرهنگ را به تن و فرهنگ

جسم را به نوعی فرهنگ «هرچه بادا باد» (۶) "laiser-faire" تقلیل می دهد. به عنوان نمونه، امروزه مکتب «بیان جسمانی» ضد ژیمناستیک که به هوادارانش می آموزد که قوانین انضباطی زائد و موانعی را که به همراه قوانین و از طریق ژیمناستیک معمول وضع و تحمیل می شود برنتابند. از آنجا که استقلال نسبی حوزه کنشهای بدنی، بنا به تعریف، متضمن نوعی وابستگی نسبی است، در خواهیم یافت که افزایش گرایش به سوی یکی از دو قطب (یعنی قطب زهدگرایی یا قطب لذت طلبی) درون حوزه کنشهای اجتماعی تا حد زیادی مبتنی بر وضعیت مناسبات قدرت در درون حوزه مبارزه برای تعریف انحصاری «تن مشروع» و به صورتی گسترده تر در حوزه مبارزه میان اقشار طبقه مسلط و طبقات اجتماعی بر سر اخلاقیات است. لذا پیشرفت حاصله در هر آنچه که به «بیان جسمانی» تعبیر می شود تنها می تواند در رابطه با پیشرفت زمینه هایی چون روابط والدین و فرزند و از آن هم شایعتر کل مسائل تربیتی فهمیده شود، یعنی پیشرفتِ سنخ جدیدی از اخلاقیات بورژوایی و نوعی آزادیخواهی در امر پرورش کودک و روابط پایگانی و جنسیت که از سوی اقشار رو به رشد طبقه بورژوا (و خرده بورژوا) به عنوان جانشینی برای سختکوشی زاهدانه (که عاملی سرکوبگر به شمار می رود) تبلیغ می شود. مرحله اشاعه در میان عوامناگرای بودیم در اولین مرحله خطوط کلی بحث را ترسیم کنیم که به نظر تعیین کننده است، چرا که در عرصه های مختلف این حوزه، که مع الوصف کاملاً با هم تفاوت دارند، ورزش هنوز نشانه های خاستگاههایش را با خود دارد. ایدئولوژی آریستوکراتیک ورزش به عنوان فعالیتی بی قصد و غرض که از دورنمایه های آئینی گفتار تجلی (celebratory discourse) تغذیه می کند نه فقط به پنهان سازی سرشت حقیقی سهم رو به گسترش کنشهای ورزشی کمک شایانی می کند، بلکه ورزشهایی مثل تنیس، سوارکاری، قایقرانی و گلف، بی شک امروزه نیز بخشی از محبوبیتشان را درست مثل روزهای آغازین مرهون کارکرد متمایزکننده و، دقیقتر بگویم، مرهون دستاوردهایی هستند که در زمینه ایجاد تمایز به بار می آورند. (اتفاقی نیست که اکثریت برگزیده ترین یا غیرعامی ترین باشگاهها، گرداگرد فعالیتهایی ورزشی سازمان یافته اند که به منزله دستاویز یا کانونی برای تجمع برگزیدگان عمل می کنند.) حتی می توان گفت که فواید متمایز در زمانی افزایش می یابند که تمایز میان کنشهای تحسین برانگیز و اشرافی کنشهای متمایز و شاخصی مثل «ورزشهای زیبا» و کنشهای «مبتذل»ی که محصول مردمی و عامیانه شدن شماری از رشته های ورزشی اند که در آغاز ویژه «نخبگان» بودند، مثل فوتبال (و تا حد کمتری راگبی، که شاید تا مدتها منزلت دوگانه و عضوگیری اجتماعی دوگانه خود را حفظ کند) با تقابل روشنتری ترکیب شود، یعنی تقابل میان مشارکت در ورزش و مصرف صرف سرگرمیهای ورزش. می دانیم که احتمال انجام یک ورزش پس از دوره بزرگسالی (دقیقاً بعد از آغاز مردانگی یا در پیری) همزمان با تنزل فرد در سلسله مراتب پایگان اجتماعی اش کاهش می یابد (همان طور که احتمال پیوستن به یک باشگاه ورزشی نیز)؛ حال آن که احتمال تماشای به اصطلاح محبوبترین برنامه های ورزشی در تلویزیون، مثل فوتبال یا رگبی (البته پدیده حضور در استادیوم، از قوانین پیچیده تری تبعیت می کند) همزمان با ارتقای فرد در سلسله مراتب پایگان اجتماعی وی، به طوری چشمگیر کاهش می یابد. هرچند هرگز نباید از اهمیت مشارکت در ورزش به ویژه ورزشهای گروهی مثل فوتبال در میان طبقه کارگر و جوانان طبقه پایین متوسط غافل بود. لیکن نمی توان این واقعیت را نادیده گرفت که ورزشهای به اصطلاح مردم پسند مثل دوچرخه سواری، فوتبال یا راگبی نیز واجد کارکرد نمایشی اند (و بخشی عظیم از محبوبیت خود را مدیون مشارکت خیالی مخاطب هستند که بر تجربه قبلی از کنش و مشارکت واقعی استوار است). این رشته ها «محبوب» اند، اما بدین مفهوم که این صفت جا می افتد که به محصولات مادی یا فرهنگی تولید انبوه اطلاق شود: ماشین، اسباب و اثاثیه منزل یا ترانه های موسیقی. خلاصه آن که، ورزش، این فرزند بازیهای حقیقتاً مردمی یعنی بازیهایی که توسط مردم خلق شده اند مثل «موسیقی محلی»، به شکل برنامه هایی نمایشی که برای مردم ساخته شده اند نزد آنان بازمی گردند. از این رهگذر می توانیم ماهیت ورزش به عنوان یک برنامه نمایشی در هیأت یک محصول تولید انبوه را روشنتر درک کنیم. همچنین سازماندهی سرگرمیهای ورزشی به عنوان شاخه ای از «صنعت شو» میان برنامه های نمایشی نظیر بوکس حرفه ای یا شوهای تلویزیونی و شماری

از وقایع ورزشی معتبر مثل رقابتهای متنوع فوتبال اروپایی یا مسابقات اسکی بیشتر کمی است تا کیفی. این امر به ویژه زمانی تحقق می‌یابد که ارزش جمعی منتسب به رشته‌های ورزشی رایج به مخفی کردن مصرف و مشارکت در ورزش و نتیجتاً پنهان کردن کارکردهای مصرف انفعالی صرف کمک نکنند. می‌توان به صورت گذرا این پرسش را مطرح کرد که آیا برخی تحولات اخیر در حوزه کنشهای ورزشی، بعضاً نتیجه سیری تکاملی نیستند که من به سرعت خطوط کلی آن را ترسیم کردم. در نهایت، هر فرد باید به همه ابعاد مضمّر در این واقعیت بیندیشد که ورزشی مثل راگبی (در فرانسه هرچند همین امر در مورد وضعیت فوتبال آمریکایی در آمریکا نیز صدق می‌کند) از طریق تلویزیون به یک برنامه نمایش توده‌ای تبدیل شده که برای افراد بیرون از محفل مشارکان دیروز و امروز پخش می‌شود، یعنی برای مردمی که به شکلی نیم بند و ناقص از صلاحیت و استعداد ویژه لازم برای رمزگشایی درست آن برخوردارند. مخاطب «خبره» و آگاه، از آن میزان درک و فهم بهره‌مند است که بتواند آنچه را یک «آدم عادی» قادر به دیدن آن نیست، ببیند؛ آنجا که آدم بیگانه و خارج از گود، تنها خشونت و آشفتگی را می‌بیند، فرد خبره وجود ضرورت را تشخیص می‌دهد و بدین ترتیب در بطن صحت و درستی یک حرکت، اجتناب ناپذیری غیرقابل پیش‌بینی یک آرایش موفق یا ارکستراسیون معجزه‌آسای یک استراتژی تیمی و لذتی به همان میزان عمیق و فرهیخته کسب می‌کند که یک عاشق موسیقی از اجرای مشخصاً موفقیت‌آمیز یک قطعه محبوب خویش. هرچه ادراک سطحی باشد، از تعمق در نمایش، در خود و برای خود، لذت کمتری دستگیر فرد می‌شود و ما بیشتر به سوی جستجوی «هیجان» و کیش فتوحات بدیهی و مهارت‌عریان رانده می‌شویم و مهمتر از همه از این طریق ادراک ما به صورتی انحصاریتر به آن بُعد دیگر نمایش ورزشی یعنی «تعلیق و اضطراب در مورد نتیجه» معطوف می‌شود و از این رهگذر، بازیکنان و به ویژه سازمان‌دهندگان مسابقه، به کسب پیروزی به هر قیمتی ترغیب می‌شوند. به بیان دیگر، همه چیز نشان از آن دارد که در ورزش نیز، مثل موسیقی، گسترش حیطه مخاطبان همگی به ورای حلقه آماتورها، موجب تقویت حکومت حرفه‌ایهای تمام‌عیار می‌شود. در واقع، پیش از طرح هرگونه تحلیلی از تأثیرات، باید به شکلی دقیقتر علل و عوامل تعیین‌کننده تحولی را شناسایی کنیم که به موجب آن ورزش، به عنوان نوعی کنش‌نخبه‌گرای ویژه آماتورها، به نمایشی بدل شد که از سوی حرفه‌ایها برای مصرف توده‌ها تولید می‌شود. و در این راه، صرفاً به کار بستن منطق نسبتاً مستقل حوزه تولید کالا و خدمات ورزشی کفایت نمی‌کند، منطقی که به بیان دقیقتر عبارت است از رشد و بسط صنعت سرگرمیهای ورزشی در محدوده این حوزه که غایت آن افزایش کارآیی و درآمد در عین کاستن از خطرات و تهدیدهاست. این امر به طور خاص به ضرورت بهره‌گیری از کارکنان اجرایی یا متخصص و فنون علمی مدیریت منجر می‌شود، که به شکلی عقلانی تربیت و نگهداری سرمایه جهانی بازیکنان حرفه‌ای را سازمان می‌دهد. برای نمونه می‌توان به فوتبال آمریکایی اشاره کرد که در آن تعداد خدمه و گروه مربیان و پزشکان و اعضای روابط عمومی تیم از تعداد گروه بازیکنان بیشتر است، و تقریباً همواره به عنوان رسانه‌ای تبلیغاتی برای تبلیغ تجهیزات ورزشی و صنعت خدمات ورزشی عمل می‌کند. در عمل، توسعه فعالیت‌های ورزشی، حتی در میان اعضای جوانتر طبقه کارگر، بی‌تردید، خود تا حدی از این واقعیت ناشی می‌شود که ورزش از قبل گرایش داشت تا، در مقیاسی بس بزرگتر، دقیقاً همان کارکردهایی را تحقق بخشد که در پس امر «ابداع» ورزش در مدارس خصوصی انگلستان اواخر قرن نوزدهم نهفته بودند. حتی پیش از آن که آنها ورزش را، در راستای باور و ویکتوریایی، راهی برای «بهبود شخصیت فردی» تلقی کنند، دبیرستانهای خصوصی، یا در اصطلاح گافمن «نهادهای تام»، که باید در طول شبانه‌روز و هفت روز هفته به وظیفه نظارتی خود عمل کنند، ورزش را در حکم «راهی برای پُر کردن وقت» و راهی بصره و اقتصادی برای سرگرم کردن نوجوانانی تلقی می‌کردند که تربیت آنان مسئولیت تمام وقت این مدارس بود. وقتی شاگردان در زمینهای ورزش‌اند، نظارت بر آنها کاری ساده است. آنها مشغول فعالیتی سالم‌اند و بیش از آن که ساختمانها را تخریب کنند و یا معلمانشان را از پا بیندازند، خشم و خشونتشان را بر سر هم خالی می‌کنند. بدین سبب است که یان ویرگ ۷ نتیجه می‌گیرد: «ورزش سازمان یافته، تا وقتی مدارس خصوصی وجود

دارند، به حیاتش ادامه خواهد داد.» اگر این نکته را دریابیم که این «شیوه بی اندازه اقتصادی» بسیج کردن، مشغول ساختن و کنترل جوانان، از قبل واجد این گرایش بود که به ابزاری و همچنین هدفی در مبارزات میان همه نهادهایی بدل شود که، کلاً یا جزئاً، توجه به بسیج و تسخیر نمادین توده ها و در نتیجه رقابت برای تسخیر نمادین جوانان سازماندهی شده اند؛ در این صورت از فهم این مسأله نیز درمی مانیم که محبوبیت ورزش و رشد موءسسسات ورزشی که بدواً بر پایه مشارکت «داوطلبانه» نباشد چگونه تدریجاً تصدیق و شناسایی شدند و سپس از کمک مراجع عمومی بهره مند شدند. نهادهای مذکور شامل احزاب سیاسی، اتحادیه ها و کلیساهای، و البته روءسای پدرسالار صنعتی می شود، که با هدف تضمین مهار پیوسته و کامل جمعیت شاغل، نه تنها برای کارمندان، بیمارستان و مدرسه، بلکه استادیوم و تسهیلات ورزشی دیگر را فراهم کردند (شماری از باشگاههای ورزشی با کمک و تحت نظارت کارفرمایان خصوصی تأسیس شدند، کما این که از نام شماری از استادیومها چنین برمی آید). ما با رقابت و جدال بی وقفه در عرصه های مختلف سیاسی بر سر مسائل ورزشی آشنا هستیم، جدالی که از سطح روستا گرفته (که با چشم و هم چشمی میان کلوپهای مذهبی و سکولار، و حتی در نمونه تازه تر آن، با بحث و مناظره بر سر اولویت بندی تسهیلات ورزشی، که البته خود یکی از مقولات مورد بحث در کشمکشهای سیاسی در مقیاس شهری آن است، همراه است) تا سطح کشور، در مقام یک کل، در جریان است. (برای نمونه، به تقابل میان «فدراسیون ورزش فرانسه» که توسط کلیسای کاتولیک اداره می شود و «فدراسیون امور ورزشی و تربیت بدنی توروویل» که توسط احزاب دست چپی اداره می شود، توجه کنید.) مسلماً همزمان با افزایش اعتبار و یارانه های دولتی و بیطرفی ظاهری باشگاههای ورزشی و مقامات رسمی آنها، ورزش در هیأتی مبدل به موضوع مبارزه سیاسی بدل می شود. این رقابت یکی از مهمترین عوامل در توسعه نیازی اجتماعی یا مبتنی بر کشمکشهای اجتماعی است، یعنی نیاز به کنشهای ورزشی و همه تجهیزات و وسایل لازم و کارکنان و خدمات همراه با آنها. در نتیجه تحمیل نیازهای ورزشی در نواحی روستایی از همه جا آشکارتر است، یعنی ظهور تیمها و تسهیلات ورزشی، تغییر وضع «باشگاههای جوانان» و باشگاههای «سالمندان» ۸ در این دوره و زمانه، تقریباً همواره نتیجه عملکرد خرده بورژوازی یا بورژوازی روستایی است، طبقه ای که در این جا فرصتی می یابد تا خدمات سیاسی خود در زمینه سازماندهی و رهبری را بر همگان تحمیل کند و سرمایه سیاسی مبتنی بر «شهرت» و «افتخار» را، که همواره به شکلی بالقوه قابل تبدیل به قدرت سیاسی است، انباشت یا حفظ کند. تردیدی نیست که مردمی و عوامانه شدن مدارس «نخبگان» گرفته (جایی که مقام ورزش اکنون از سوی مشغولیات «روشنفکری» که خود محصول مقتضیات رقابت اجتماعی است زیر سوال رفته) تا موءسسسات ورزشی توده مردم، با تغییر کارکردهایی که ورزشکاران و مدیران آنان به عمل ورزشی منسوب کرده اند، ضرورتاً همراه است و همچنین با نوعی دگرذیسی در منطق کنشهای ورزشی که با دگرذیسی سطح توقعات و تقاضاهای عموم در رابطه با استقلال فزاینده برنامه های ورزشی در مقایسه با وضعیت کنونی یا پیشین متناظر است. ستایش از «مردانگی» و کیش «روح تیمی» که به بازی راگی مرتبط اند بگذریم از آرمان آریستوکراتیک «بازی منصفانه» معنا و کارکرد متفاوتی در مورد جوانان اشرافزاده و بورژوازی مدارس خصوصی انگلستان و پسران روستائیان و کارمندان جنوب غربی فرانسه دارد. دلیل این امر صرفاً آن است که برای نمونه، یک حرفه ورزشی، که عملاً از خط سیر قابل قبول برای یک بچه بورژوا خارج است و البته جدای از تنیس و گلف یکی از چند مسیر حرکت رو به رشدی است که جامعه پیش روی بچه های طبقات تحت سلطه می نهد. بازارهای ورزشی برای سرمایه جسمانی این پسران همان نقشی را ایفا می کنند که نظام ملکه زیبایی برای سرمایه جسمانی دختران. خاستگاه کیش کارگری ورزشکارانی که اصالتاً از طبقه کارگرند، بی شک بعضاً با این واقعیت توضیح داده می شود که این «قصه های موفقیت»، تنها مسیر سازمان یافته منتهی به شهرت و ثروت را برای جوانان طبقه کارگر نمادپردازی می کنند. همه چیز بیانگر آن است که علایق و منافع و ارزشهایی که اهالی ورزش در طبقات کارگر و متوسط پایین، به حوزه اخلاقیات ورزش می آورند، با ملزومات امر حرفه ای سازی (که البته می تواند با اشکال مختلف آماتورسم نیز همزیستی داشته باشد) هماهنگ اند و همچنین با

«عقلانی کردن» امر آمادگی و اجرای فعالیتهای ورزشی این فعالیتها به واسطه جستجوی حداکثر کارآیی (که میزان آن معیارهایی مثل «بردها» و «عناوین» و «رکورد» هاست) و به حداقل رساندن میزان ریسک و خطر تحمیل می شوند. (و این به حداقل رساندن خود با بسط یک صنعت تولید سرگرمیهای ورزشی خصوصی یا دولتی در ارتباط است.) منطبق تقاضا: نقش کنشها و سرگرمیهای ورزشی در وحدت بخشیدن به شیوه های زندگی در این بخش از گونه ای «عرضه» سخن خواهیم گفت، یعنی تعریف خاص کنش و سرگرمی ورزشی که در برهه خاصی از زمان، در جواب یک تقاضا، طرح می شود؛ یعنی آرزوها و علایق و ارزشهایی که عاملان یا کنشگران وارد حوزه ورزش کرده اند و در نتیجه برخورد و تعدیل پیوسته میان عرضه و تقاضا، کنشها و سرگرمیهای ورزش تکامل می یابند. البته هر عضو جدید این حوزه باید یک وضع معین تقسیم فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی و نحوه توزیع آن در میان طبقات اجتماعی را در نظر داشته باشد، وضعی که فرد تازه نمی تواند آن را تغییر دهد، وضعی که نتیجه تمامی تاریخ پیشین منازعات و رقابتهای میان عاملان و مؤسسات دست اندرکار حوزه ورزش است. برای نمونه، ظهور یک ورزش جدید یا راهی جدید برای انجام یک ورزش از پیش موجود (فی المثل «ابداع» شنای کراال توسط تراجن ۹ در سال ۱۸۹۸) موجب تجدید ساختار فضای کنشهای ورزشی و ارائه یک تعریف جدید تقریباً سراسری از معنای منتسب به کنشهای گوناگون خواهد شد. اما با این که واقعیت این است که عرصه تولید، در این جا هم مثل هر جای دیگری، به تولید تقاضای محصولاتش کمک می کند، با وجود این، منطقی که از طریق آن، عاملان به سوی این یا آن کنش ورزشی کشیده می شوند دریافت خواهد شد مگر از طریق ادغام مجدد مواضع و نگرشهای آنان نسبت به مواضعی که خود مبین یکی از ابعاد رابطه ای خاص با بدن هستند در نظام وحدت یافته مواضع و نگرشها، یا همان «منش» (habitas)، نظامی که شیوه های زندگی از دل آن برمی آیند. اگر کسی سعی داشته باشد تا اعمال ورزشی را بدون قرار دادن مجدد آنها در جهان کنشهایی که با این کنشهای ورزشی گره خورده اند مطالعه کند دچار اشتباه خواهد شد (و در مورد کنشهای ورزشی این اشتباه احتمالاً عمیقتر از سایر موارد خواهد بود، زیرا مبنا و موضوع آنها بدن آدمی است، همان عامل ترکیب کننده تمام عیاری که همه عناصری را که در بر می گیرد منسجم و متحد می کند). بنیاد یا خاستگاه مشترک همه کنشها، چه ورزشی و چه غیر ورزشی، نظام علایق و ترجیحاتی است که منش یک طبقه را شکل می بخشد. (برای نمونه می توان به سادگی همگونی و همخوانی میان رابطه با بدن و رابطه با زبان را، که خاص یک طبقه یا قشرند، اثبات کرد.) مادامی که «بدن برای دیگران» معادل تجلی آشکار فرد و «شخصیت» و «تصور از خود» (یعنی ارزشها و قابلیت‌های او) باشد، فعالیتهای ورزشی که هدفشان شکل دادن به بدن است، مبین صوری از تحقق نوعی زیباشناسی و نوعی اخلاق عملی و روزمره اند. کارکرد یک «هنجار» مربوط به رفتار بدن، نظیر راست ایستادن (راست بایست)، دقیقاً مثل نگاه مستقیم یا مدل موی کوتاه، واجد کارکرد نمادین ساختن مجموعه کاملی از «فضایل اخلاقی» مثل صداقت، درستکاری، وقار (رودرویی چهره به چهره برای طلب احترام) و همچنین نمادین ساختن فضایل فیزیکی مثل سلامتی و قدرت و زورمندی است. یک الگوی وصفی کارآمد و توضیح دهنده نحوه توزیع اعمال ورزشی در میان اقشار و طبقات جامعه، باید عوامل مثبت و منفی را به وضوح در نظر بگیرد؛ عواملی که مهمترین آنها «وقت آزاد» (شکل تغییر یافته سرمایه اقتصادی)، «سرمایه اقتصادی» (که بسته به رشته ورزشی امری کم و بیش الزامی است) و «سرمایه فرهنگی» (که آن هم بسته به رشته ورزشی امری کم و بیش الزامی است) هستند. با این حال چنین مدلی هم اگر واریاسیونهای معنا و کارکرد منتسب به اعمال مختلف طبقات و اقشار متنوع جامعه را در نظر نگیرد، در درک و دریافت اساسیترین عوامل شکست خواهد خورد. به بیان دیگر، در بررسی پراکندگی و توزیع اعمال ورزشی متنوع ناشی از طبقات اجتماعی، باید واریاسیونهای موجود در معنا و کارکرد ورزشهای مختلف در میان طبقات اجتماعی را به طور جدی مد نظر قرار داد؛ برای مثال واریاسیونها یا تغییرات مشهود در شدت و حدت رابطه آماری میان کنشهای مختلف و طبقات اجتماعی مختلف. نشان دادن این مسأله چنان دشوار نیست که طبقات اجتماعی مختلف بر سر موضوع آثار احتمالی تمرینهای بدنی با هم توافقی ندارند، چه در سطح بیرونی بدن (bodilyhexis) مثل قدرت

قابل روءیت عضلات برآمده و یا برعکس ظرافت و وقار و زیبایی بدن، و چه در داخل بدن مثل سلامتی و تعادل ذهنی و غیره. به بیان دیگر، واریاسیونهای طبقاتی این اعمال نه فقط از واریاسیونهای عواملی ناشی می شود که تأمین هزینه های فرهنگی یا اقتصادی را ممکن یا ناممکن می سازند، بلکه همچنین بر واریاسیونهایی در نحوه کسب و افزودن بر سودهای فوری یا به تأخیر افتاده ای استوار است، سودهایی که از اعمال ورزشی متفاوت عاید می شود. (از قضا می توان دید که متخصصان قادرند با بهره گیری از اقتدار مبتنی بر شأن و منزلت اجتماعی شان، شکل خاصی از کسب و افزایش را به منزله یگانه شکل مشروع مطرح کنند، آن هم در تقابل با شیوه های کسب و افزایشی که توسط موضعگیریهایی مبتنی بر نوعی منش طبقاتی ساختار و شکل می یابند. منظورم طرحها و برنامه های ملی برای تحمیل یک رشته ورزشی خاص مثل شناست که، علی الظاهر، بالاتفاق از سوی متخصصان تأیید گشته و به بهانه کارکردهای دقیقاً «فنی» این رشته بر آنانی که «فایده ای برایش قائل نیستند» تحمیل می شود.) در مورد سودهایی که عملاً کسب می شوند، ژاک دوفرانس ۱۵ به طور متقاعدکننده ای نشان می دهد که ژیمناستیک می تواند برای دو هدف به کار گرفته شود: تولید بدنی قوی که واجد نشانه های بیرونی قدرت است، یعنی هدف موردنظر طبقه کارگر که توسط ورزش بدن سازی تأمین می شود، یا تولید «بدنی سالم» که هدف موردنظر طبقه بورژواست که توسط ژیمناستیک و یا ورزشهای دیگری که کارکردشان اساساً «بهداشتی» است تحقق می یابد. اما این همه ماجرا نیست. منش طبقاتی معنای منتسب به فعالیت ورزشی را تعریف می کند و همچنین عوائدی را که از آن انتظار می رود. از جمله این عوائد، ارزشی اجتماعی است که از پیگیری ورزشهای خاص ناشی می شود، آن هم به لطف انحصاری و دور از دست بودن این ورزشها که محصول توزیع طبقاتی آنهاست. خلاصه آن که باید به فهرست عوائد «ذاتی» ورزش (عوائد واقعی یا تخیلی، که البته فرق چندانی با هم ندارند) برای بدن، باید عوائد اجتماعی را هم افزود، عوائدی که از هر کنش متمایزی حاصل می شود و به طور غیر یکسان توسط طبقات مختلف کسب و افزون می شود (طبقاتی که به صورتی نابرابر به این عواید دسترسی دارند). برای نمونه می توان دید که گلف، علاوه بر کارکردهای مشخصاً «سلامت بخش» خود همانند خاویار یا ویسکی از یک معنا و «دلالت توزیعی» برخوردار است (یعنی همان معنایی که کنشها از نحوه توزیع خویش در میان عاملان توزیع شده در طبقات اجتماعی کسب می کنند). یا می توان دید که وزنه برداری، که قرار است تنها عضلات را تقویت کند، سالهای سال، به ویژه در فرانسه، ورزش محبوب طبقه کارگر بود. این از سر تصادف نیست که سالها به طول می انجامد تا مسئولان برگزاری رقابتهای المپیک، وزنه برداری را به رسمیت بشناسند، ورزشی که در نظر موءسسسات اشرافی ورزش مدرن، تنها نمایش و نمادی از قدرت و توحش و فقر ذهنی و خلاصه نمادی از طبقه کارگر بود. حال می توانیم نحوه توزیع این کنشها را در میان اقشار و طبقات اجتماعی بررسی کنیم. احتمال انجام ورزشهای متفاوت، البته در مورد هر ورزش به میزانی متفاوت، اساساً به عوامل ذیل بستگی دارد: اولاً به سرمایه اقتصادی و ثانیاً به سرمایه فرهنگی و وقت آزاد. این احتمال همچنین به سنخیت میان موضع گیریهایی زیباشناختی و اخلاقی خاص هر طبقه یا قشر و ظرفیتهای عینی کمال اخلاقی و زیباشناختی ای بستگی دارد که در هر ورزش وجود دارد یا به نظر می آید وجود داشته باشد. ارتباط میان ورزشهای متفاوت و سن آدمی پیچیده تر است، چرا که این رابطه، تنها در چارچوب رابطه میان یک ورزش و یک طبقه تعریف می شود، یعنی از طریق شدت تلاش جسمانی مقتضی و موضع گیری نسبت به این تلاش، که خود جنبه ای از منش طبقاتی است. مهمترین ویژگی «ورزشهای مردمی» آن است که آنها به طور ضمنی در ارتباط با جوانی اند. جوانی به صورت خودانگیخته و ذهنی واجد نوعی «جواز موقت» قلمداد می شود، جوازی که در قالب شیوه های گوناگون از جمله تلف کردن مازاد انرژی فیزیکی (و جنسی) تجلی می یابد. این ورزشها خیلی زود کنار گذاشته می شوند (معمولاً در لحظه ورود به دوره بزرگسالی و از طریق ازدواج). در مقابل، ورزشهای بورژوازی که عمدتاً به خاطر کارکرد حفاظت جسمانی و منفعت اجتماعی حاصله انجام می شوند، همواره واجد این حقیقت مشترک اند که محدوده سنی آنها در فراسوی محدوده جوانی قرار دارد و احتمالاً هر چه این ورزشها اعتبار و انحصار بیشتری داشته باشند، مرز سنی متناظر با آنها

نیز جلوتر می رود (برای نمونه گلف). و این بدان معناست که انجام آن ورزشهایی که، چون فقط به «قابلیت»های جسمانی و استعدادهای بدنی متکی هستند و شرایط دوره آموزش مقدماتی آنها به طور یکسان میان همه توزیع شده است، بی شک در محدوده وقت آزاد همه به یکسان محتمل است. و در مرحله بعدی، انرژی فیزیکی موجود هم بی شک با ارتقای فرد در سلسله مراتب اجتماعی افزایش می یابد؛ البته اگر دغدغه تمایز و سنخیت اخلاقی زیباشناختی یا «ذوق و علاقه» به این ورزشها، اعضای طبقه مسلط را، بر حسب منطقی که در حوزه های دیگر هم دیده می شود (مثلاً عکاسی) دلزده نکند. بدین طریق، اغلب ورزشهای تیمی، مثل بسکتبال، راگبی، هندبال و فوتبال، که در میان کارمندان اداره، تکنسینها و دکانداران رایج اند، و همچنین نمونه وارترین ورزشهای فردی طبقه کارگر، مثل بوکس یا کشتی، همه دلایل را برای دلزدگی طبقات بالاتر گرد می آورند. از جمله این دلایل، ترکیب اجتماعی تماشاگران این ورزشهاست که موجب تقویت ابتذال منتسب به مردمی شدن آنها و ابتذال نهفته در ارزشها و فضائل خاص این ورزشها می شود (یعنی قدرت، استقامت، گرایش به خشونت، روح «فداکاری»، فرمانبرداری و اطاعت از نظام جمعی: آنتی تز مطلق نظریه «فاصله نقش اجتماعی» که در نقشهای اجتماعی بورژوازی نهفته است) و رقابت و تخاصم را ستودنی جلوه می دهد. اگر هدف ما درک چگونگی رواج یافتن متمایزترین ورزشها مثل گلف، سوارکاری، اسکی، تنیس و حتی ورزشهای معمولتر مثل ژیمناستیک یا کوهنوردی باشد، صرف بسنده کردن به تغییرات سرمایه اقتصادی یا فرهنگی یا وقت آزاد مشکل ساز است. اولاً به این سبب که سنت خانوادگی و تربیت اولیه و هم چنین نوع پوشش، رفتار و فنون جامعه پذیری (sociability)، دقیقاً مثل موانع اقتصادی در حکم شرایط ورودی پنهانی هستند که این ورزشها را از دسترس طبقه کارگر و افرادی برآمده از قشر پایین طبقه متوسط و حتی اقشار بالای این طبقه دور می کنند؛ و ثانیاً، به این سبب که فشارها و الزامات اقتصادی، حوزه احتمال و عدم احتمال را تعریف می کنند و بدون آن که در درون این حوزه جهت گیری مثبتی برای کنشگران به سوی این یا آن شکل خاص کنش تعیین کنند. در عمل، فارغ از این که بخواهیم وجوه تمایز را جستجو کنیم، رابطه هر کس با بدن اوست که یک جنبه بنیادین از نظام منش طبقاتی به شمار می آید که طبقات کارگر را از طبقات محروم مشخص می سازد، دقیقاً همان طور که در همین طبقات محروم هم اقشاری را که به واسطه کل سبک زندگیشان از دیگر اقشار جدا شده اند متمایز می سازد. در یک طرف، رابطه ابزاری با بدن است که طبقات کارگر در همه کنشهایی بروز می دهند که حول محور بدن می گردند چه در مراقبت از زیبایی و چه در رژیم غذایی، چه در نسبتشان با بیماری و درمان و این رابطه در عین حال در قالب انتخاب ورزشهایی نمود می یابد که متضمن سرمایه گذاری عظیم کار و کوشش، با درد و رنج (مثل بوکس) و قمار کردن با بدن (موتورسواری، سقوط آزاد، ورزشهای رزمی و غیره) است. در طرف دیگر، گرایش طبقات ممتاز قرار دارد که با بدن به مثابه یک «غایت فی نفسه» رفتار می کنند، غایتی که می تواند شکلهای مختلفی به خود گیرد، بسته به این که تأکید ما بر بدن در مقام یک ارگانسیم باشد، که به نوعی کیش میکروبیوتیک پرستش سلامتی منجر می شود، یا بر تجلی تن به عنوان یک «پیکربندی محسوس» یعنی «بدن برای دیگران». همه چیز نشان از آن دارد که دغدغه پرورش بدن، در بدویترین شکل خود، در شکل کیش پرستش سلامتی نمایان می شود که غالباً متضمن نوعی ستایش زاهدانه آرامش و «مراقبت غذایی» است، به ویژه در میان طبقات پایین متوسط، یعنی در میان مأموران دون پایه، کارمندان امور دفتری در خدمات موءسسات درمانی و خصوصاً معلمان دبستان، که همگی با شدت و حدت خاصی به ورزش ژیمناستیک می پردازند، یعنی عالیترین ورزش پارسایانه که نهایتاً در نوعی «پرورش به خاطر پرورش» خلاصه می شود. ژیمناستیک یا ورزشهایی که محدود به مسأله سلامتی اند، مثل پیاده روی یا دو آهسته، که برخلاف ورزشهای با توپ هیچ گونه حس «رقابتی» را در بر ندارند، فعالیتهایی شدیداً سازمان یافته و عقلانی اند. اولاً بدین سبب که پیشفرض آنها ایمانی راسخ به عقل و منافع آتی و غالباً نامحسوس عقل است، منفعی که عقل وعده آنها را می دهد (مثل جلوگیری از کهولت سن، موهبتی مجرد و بی فایده که تنها به واسطه ارجاع به یک مرجع نظری وجود دارد)؛ ثانیاً به این علت که این ورزشها

فقط به واسطه ارجاع به یک معرفت کاملاً نظری و تجریدی در مورد تأثیرات یک فعالیت معنا می‌یابند؛ فعالیتی که خود غالباً، همچون در ورزش ژیمناستیک، به مجموعه‌ای از حرکات تجریدی تقلیل می‌یابد که از طریق ارجاع به یک هدف، که از نظر فنی کاملاً مشخص است، سازمان یافته و ترتیب داده می‌شوند و این فعالیت در تقابل با کلیت حرکات روزمره است که اهدافی عملی را دنبال می‌کنند، درست همان طور که رژه رفتن نقطه مقابلِ قدم زدن عادی است. بنابراین فهم این نکته کاملاً روشن است که این فعالیتها صرفاً در نگرشهای زاهدانه افراد جاه طلبی ریشه دارند که حاضرند ارضای خود را در نفس تلاش بیابند و به ارضاهای به تعویق افتاده‌ای تن سپارند که نهایتاً ایثار کنونی آنان را پاداش خواهند داد این کل معنای هستی چنین افرادی است. در ورزشهایی مثل کوهنوردی (و تا حد کمتری، پیاده روی) که اغلب در میان مریبان دانشگاه و دبیرستان متداول اند، کارکرد «تأمین سلامتی» و کنترل بدن در تمامی ارضاهای نمادینی ادغام می‌شود که جزئی از انجام هر فعالیت کاملاً متمایز محسوب می‌شود. این مسأله به فرد، حسی از «تسلط بر بدن خویش» و تملک اختصاصی و آزاد چشم اندازی را می‌بخشد که برای عوام غیرقابل دسترسی است. در واقع، کارکردهای «تأمین سلامتی»، کم و بیش همیشه، با آنچه «کارکردهای زیباشناختی» نامیده می‌شود، مرتبط است (کارکردهایی به ویژه برای زنان که در قیاس با دیگران، نیاز هرچه بیشتری به رعایت هنجارهایی دارند که مشخص می‌کند بدن نه در پیکربندی قابل فهمش بلکه در نوع حرکت و خرامش چگونه باید باشد). بی شک در میان حرفه‌ها و کسب و کار جافتاده بورژوازی است که کارکردهای «تأمین سلامتی» و «زیباشناختی» با کارکردهای اجتماعی در هم می‌آمیزند و در آن وقت، ورزش در کنار بازیهای خانگی و بده بستانهای اجتماعی (شام، پذیرایی، ...) و در کنار فعالیتهای «بی غرض» و «بی فایده» که انباشت سرمایه اجتماعی را ممکن می‌سازند قرار می‌گیرد. این واقعیت که فعالیت ورزشی، به ویژه در شکل‌های افراطی آن نظیر گلف، تیراندازی و چوگان، صرفاً بهانه‌ای برای ملاقاتهای برگزیده‌ی، به زبانی دیگر، تکنیکی برای معاشرت (مثلاً بریج یا رقص) است، نکته فوق را تأیید می‌کند. فی الواقع، فارغ از کارکرد «اجتماعی کردن»، رقصیدن، در میان همه عملکردهای بدن، عملکردی است که در آن با بدن همچون یک «نشانه» رفتار می‌شود، نشانه‌ای از آسایش و وقار آدمی، یا تسلط آدمی بر بدن خویش؛ و این امر معرف عالیترین شکل تحقق کارکردهای بورژوایی بدن است. اگر این شکل از هدایت بدن به موفقیت‌آمیزترین شکل در رقص تثبیت می‌شود، برای آن است که رقص پیش از هر چیز توسط ضرباهنگش مشخص می‌شود، یعنی توسط آن کندی حساب شده و متکی به نفسی که در عین حال مشخصه کاربرد بورژوایی زبان است، آن هم در تقابل با صراحت لهجه طبقه کارگر و بی‌قراری طبقه بورژوا. یادداشتها: ۱. «بوری» (bourée)، نوعی رقص دونفره فرانسوی و یک ترکیب مشخص موسیقایی همراه با رقص، متعلق به قرن هفدهم، که در آن رقصنده با گامهای سریع و کوبیدن پاشنه چوبی کفش بر زمین تولید صدا و ریتم می‌کند. ۲. ساراباند یا ساراباند (saraband)، ریشه فرانسوی ساراباند و ریشه اسپانیایی ساراباندا، نوعی رقص جمعی متداول در قرن هفدهم و هجدهم با ریتمی کُند که شباهت بسیاری به رقص آهسته «مینوئت» دارد. ۳. «گه وات» (gavotte)، از لغت فرانسوی میانه در زبان قدیمی «پرووانسال» (ژاواتو) رقصی محلی است که در آن روستاییان رقصنده پاهایشان را بلند می‌کنند، پا بر زمین نمی‌لغزد و بند نمی‌شود. این نوع رقص با موسیقی‌ای با میزان ضربی ۴۴ اجرا می‌شود. این رقص تباری فرانسوی دارد. در قرن ۱۷ و ۱۸ در فرانسه و انگلیس به رقصی درباری تبدیل می‌شود. ۴. اروینگ گافمن (۵). Erwing Goffman. اکول دو روشه ((Ecole de Roches) ۶. laissez-faire. اصطلاحی است به مفهوم «بگذارید بشود» یا «مانع نشوید» و یا حکم «فضولی موقوف» و سپس حکم «هرچه بادا باد» است. این اصطلاح پس از رنسانس در مقابل دخالت کلیسا و حکومتها به میان آمد و در قرن هفدهم و هجدهم (توسط فیزیوکراتها) و در قرن هجدهم صراحتاً توسط آدام اسمیت (۱۷۹۰-۱۷۲۳ م) معروف شد. هدف از به کار بردن آن تأکید بر آزادی عمل در معاملات، تولید، توزیع و مصرف (در اقتصاد) و آزادی اندیشه و تفکر بود. ۷. یان ویرگ (۸). Ian Weiberg. «باشگاه شهروندان سالمند» (۹). The Senior Citizen Club. تراجن (۱۰). Trudgen. ژاک دو فرانس (Jacque de france).

مراجع:

Carey, J. (۱۹۹۲) *The Intellectuals and the Masses: Pride and Prejudice among the Literary Intelligentsia ۱۸۸۰-۱۹۳۹*. London: Faber & Faber. Menzies-Lyth, I. (۱۹۸۹) 'The driver's dilemma', in *The Dynamics of the Social*, London: Free Association Books, pp. ۱۲۴-۴۱. Richards, B. (۱۹۸۵) 'Reproductive technology and Left morality', *New Statesman* ۲۸۳۳, pp. ۲۳-۵. Walsh, M. (۱۹۹۰) 'Motor vehicles and the environment: a research agenda'. Paper presented at international conference on Automotive Industry and the Environment, Geneva, November ۱۹۹۰. Williams, H. (۱۹۹۱) *Autogeddon*. London: Cape

منابع مقاله: مجله ارغنون، شماره ۲۰، پی‌یر بوردیو / ترجمه محمدرضا فرزاد؛

درباره مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

بسم الله الرحمن الرحيم

جَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (سوره توبه آیه ۴۱)

با اموال و جانهای خود، در راه خدا جهاد نمایید؛ این برای شما بهتر است اگر بدانید حضرت رضا (علیه السلام): خدا رحم نماید بنده‌ای که امر ما را زنده (و برپا) دارد ... علوم و دانشهای ما را یاد گیرد و به مردم یاد دهد، زیرا مردم اگر سخنان نیکوی ما را (بی آنکه چیزی از آن کاسته و یا بر آن بیفزایند) بدانند هر آینه از ما پیروی (و طبق آن عمل) می کنند

بنادر البحار-ترجمه و شرح خلاصه دو جلد بحار الانوار ص ۱۵۹

بنیانگذار مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان شهید آیت الله شمس آبادی (ره) یکی از علمای برجسته شهر اصفهان بودند که در دلدادگی به اهل بیت (علیهم السلام) بخصوص حضرت علی بن موسی الرضا (علیه السلام) و امام عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف) شهره بوده و لذا با نظر و درایت خود در سال ۱۳۴۰ هجری شمسی بنیانگذار مرکز و راهی شد که هیچ وقت چراغ آن خاموش نشد و هر روز قوی تر و بهتر راهش را ادامه می دهند.

مرکز تحقیقات قائمیه اصفهان از سال ۱۳۸۵ هجری شمسی تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن امامی (قدس سره الشریف) و با فعالیت خالصانه و شبانه روزی تیمی مرکب از فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مختلف مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

اهداف: دفاع از حریم شیعه و بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام) تقویت انگیزه جوانان و عامه مردم نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی، جایگزین کردن مطالب سودمند به جای بلوتوث های بی محتوا در تلفن های همراه و رایانه ها ایجاد بستر جامع مطالعاتی بر اساس معارف قرآن کریم و اهل بیت علیهم السلام با انگیزه نشر معارف، سرویس دهی به محققین و طلاب، گسترش فرهنگ مطالعه و غنی کردن اوقات فراغت علاقمندان به نرم افزار های علوم اسلامی، در دسترس بودن منابع لازم جهت سهولت رفع ابهام و شبهات منتشره در جامعه عدالت اجتماعی: با استفاده از ابزار نو می توان بصورت تصاعدی در نشر و پخش آن همت گمارد و از طرفی عدالت اجتماعی در تزریق امکانات را در سطح کشور و باز از جهتی نشر فرهنگ اسلامی ایرانی را در سطح جهان سرعت بخشید.

از جمله فعالیت های گسترده مرکز:

الف) چاپ و نشر ده ها عنوان کتاب، جزوه و ماهنامه همراه با برگزاری مسابقه کتابخوانی

ب) تولید صداها نرم افزار تحقیقاتی و کتابخانه ای قابل اجرا در رایانه و گوشی تلفن همراه
 ج) تولید نمایشگاه های سه بعدی، پانوراما، انیمیشن، بازیهای رایانه ای و ... اماکن مذهبی، گردشگری و ...
 د) ایجاد سایت اینترنتی قائمیه www.ghaemiyeh.com جهت دانلود رایگان نرم افزار های تلفن همراه و چندین سایت مذهبی دیگر

ه) تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ... جهت نمایش در شبکه های ماهواره ای
 و) راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی (خط ۲۳۵۰۵۲۴)
 ز) طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و ...
 ح) همکاری افتخاری با دهها مرکز حقیقی و حقوقی از جمله بیوت آیات عظام، حوزه های علمیه، دانشگاهها، اماکن مذهبی مانند مسجد جمکران و ...

ط) برگزاری همایش ها، و اجرای طرح مهد، ویژه کودکان و نوجوانان شرکت کننده در جلسه
 ی) برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم و دوره های تربیت مربی (حضور و مجازی) در طول سال
 دفتر مرکزی: اصفهان/خ مسجد سید / حد فاصل خیابان پنج رمضان و چهارراه وفائی / مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان
 تاریخ تأسیس: ۱۳۸۵ شماره ثبت: ۲۳۷۳ شناسه ملی: ۱۰۸۶۰۱۵۲۰۲۶

وب سایت: www.ghaemiyeh.com ایمیل: Info@ghaemiyeh.com فروشگاه اینترنتی:
www.eslamshop.com

تلفن ۲۵-۲۳۵۷۰۲۳-۲۳۱۱ (۰۳۱۱) فکس ۲۳۵۷۰۲۲ (۰۳۱۱) دفتر تهران ۸۸۳۱۸۷۲۲ (۰۲۱) بازرگانی و فروش ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹ امور
 کاربران ۲۳۳۳۰۴۵ (۰۳۱۱)

نکته قابل توجه اینکه بودجه این مرکز؛ مردمی، غیر دولتی و غیر انتفاعی با همت عده ای خیر اندیش اداره و تامین گردیده و لی
 جوابگوی حجم رو به رشد و وسیع فعالیت مذهبی و علمی حاضر و طرح های توسعه ای فرهنگی نیست، از اینرو این مرکز به فضل
 و کرم صاحب اصلی این خانه (قائمیه) امید داشته و امیدواریم حضرت بقیه الله الاعظم عجل الله تعالی فرجه الشریف توفیق
 روزافزونی را شامل همگان بنماید تا در صورت امکان در این امر مهم ما را یاری نمایندانشالله.

شماره حساب ۶۲۱۰۶۰۹۵۳، شماره کارت: ۶۲۷۳-۵۳۳۱-۳۰۴۵-۱۹۷۳ و شماره حساب شبا: IR۹۰-۰۱۸۰-۰۰۰۰-۰۰۰۰-۰۶۲۱
 به نام مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان نزد بانک تجارت شعبه اصفهان - خیابان مسجد سید

ارزش کار فکری و عقیدتی

الاحتجاج - به سندش، از امام حسین علیه السلام: - هر کس عهده دار یتیمی از ما شود که محنت غیبت ما، او را از ما جدا کرده
 است و از علوم ما که به دستش رسیده، به او سهمی دهد تا ارشاد و هدایتش کند، خداوند به او می فرماید: «ای بنده بزرگوار
 شریک کننده برادرش! من در کرم کردن، از تو سزاوارترم. فرشتگان من! برای او در بهشت، به عدد هر حرفی که یاد داده است،
 هزار هزار، کاخ قرار دهید و از دیگر نعمت ها، آنچه را که لایق اوست، به آنها ضمیمه کنید».

التفسیر المنسوب إلى الإمام العسکری علیه السلام: امام حسین علیه السلام به مردی فرمود: «کدام یک را دوست تر می داری: مردی
 اراده کشتن بینوایی ضعیف را دارد و تو او را از دستش می رهایی، یا مردی ناصبی اراده گمراه کردن مؤمنی بینوا و ضعیف از
 پیروان ما را دارد، اما تو دریچه ای [از علم] را بر او می گشایی که آن بینوا، خود را ببدان، نگاه می دارد و با حجت های خدای متعال،
 خصم خویش را ساکت می سازد و او را می شکند؟».

[سپس] فرمود: «حتماً رها کردن این مؤمن بینوا از دست آن ناصبی. بی گمان، خدای متعال می فرماید: «و هر که او را زنده کند، گویی

همه مردم را زنده کرده است»؛ یعنی هر که او را زنده کند و از کفر به ایمان، ارشاد کند، گویی همه مردم را زنده کرده است، پیش از آن که آنان را با شمشیرهای تیز بکشد».

مسند زید: امام حسین علیه السلام فرمود: «هر کس انسانی را از گمراهی به معرفت حق، فرا بخواند و او اجابت کند، اجری مانند آزاد کردن بنده دارد».



مرکز تحقیقات و ترجمه

اصفهان

گام‌ها

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

