

Sociological Explanation of the Behavior of Sepahan Football Fans

Golara Kalatian¹, Kazem Ghojavand²

¹ Department of Sports Management, Faculty of Sport Sciences, Islamic Azad University, Esfahan (Khorasgan) Branch, Esfahan, Iran.

² Department of Social Work, Khomeini Shahr Branch, Islamic Azad University, Khomeini Shahr, Isfahan, Iran.

Received: 2024/03/30

Accepted: 2024/04/04

Original Research

Abstract

Objective: Society's perception of football fans is very different; some fans consider it a positive force for society and individuals, and others consider it a negative influence, so the purpose of this research is to provide a model of the behavior of Sepahan fans with a sociological approach.

Methodology: The current research was qualitative and based on foundation data theorizing. A semi-structured interview method was used to collect data. Data analysis was done by the Charms coding method. The research sample was used as a combination of snowball and theoretical sampling based on the collected data results. The participants were Sepahan football team fans, members of the fans association, sports reporters, a special unit stationed at the stadium, Sepahan club CEO, and members of the university's academic staff who follow football. A total of 22 interviews were conducted, and then the data were initially coded, central, and categorized in the MAXQDA2020 software.

Results: In this research, seven factors affecting the behavior of Sepahan team fans were identified. Based on the coding results, non-adapted behavior, psychological background, social background of emotions, abuse of media, corruption in football, legitimacy and safety background and equipment affect fans' behavior from a sociological perspective.

Conclusion: The results of this study have applications in improving the behavior of fans and the culture of fans for those in charge of organizing competitions.

Keywords: Fan abuse, Football fans, Sepahan club, Unadapted behavior

تبیین جامعه‌شناختی رفتار هواداران فوتبال باشگاه فرهنگی – ورزشی سپاهان

گلارا کلاتیان^۱، کاظم قجاوند^{۲*}

^۱ دانشکده مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
^۲ گروه مددکاری اجتماعی، واحد خمینی شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خمینی شهر، اصفهان، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۱۶

چکیده

هدف: تصور افراد جامعه در مورد هواداران فوتبال بسیار با هم متفاوت است؛ برخی، هواداران را نیروی مثبتی برای جامعه و افراد می‌دانند و برخی دیگر، آن را دارای تأثیر منفی می‌دانند؛ هدف این پژوهش دادن مدلی از رفتار هواداران سپاهان با رویکرد جامعه‌شناختی است.

روش‌شناسی: تحقیق حاضر به شیوه کیفی و مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد بود. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش کدگذاری چارمز انجام گرفت. انتخاب نمونه پژوهش به صورت ترکیبی از نمونه‌گیری گلوله برفی بود و سپس بر اساس نتایج داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه‌گیری نظری استفاده شد. مشارکت‌کنندگان، هواداران تیم فوتبال سپاهان، اعضای کانون هواداران، گزارشگران ورزشی، یگان ویژه مستقر در ورزشگاه، مدیر عامل باشگاه سپاهان، اعضای هیأت علمی دانشگاه که پیگیر فوتبالند، تشکیل دادند. در مجموع ۲۲ مصاحبه انجام شد و سپس داده‌ها در نرم افزار MAXQDA2020 کدگذاری اولیه، محوری و مقوله‌بندی شد.

یافته‌ها: در این پژوهش ۷ عامل تأثیرگذار بر رفتار هواداران تیم سپاهان شناسایی شد. بر اساس نتایج کدگذاری، رفتار سازگارنیافته، بستر روان‌شناختی، بستر اجتماعی احساسات، سوء استفاده از رسانه، فساد در فوتبال، قانون‌پذیری و بستر ایمنی و تجهیزات از منظر جامعه‌شناسی بر رفتار هواداران تأثیر دارد.

نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه در ارتقای رفتار هواداران و بهبود فرهنگ هواداری برای مسئولان برگزاری مسابقات کاربرد دارد. **واژه‌های کلیدی:** رفتار سازگارنیافته، هواداران فوتبال، سوء استفاده از هوادار، باشگاه سپاهان

مقدمه

ورزش در حوزه مطالعات اجتماعی به عنوان پدیده‌ای اجتماعی که کنش متقابل مشارکت‌کنندگان اعم از ورزشکاران، مربیان و هواداران و سازمان‌های اجتماعی در گیر را به همراه دارد، قابل بررسی است. همچنین به عنوان نوعی تولید دانش علمی برای بررسی و تبیین الگوهای رفتار انسانی قابل توجه است. امروزه دیگر نمی‌توان از پیوند ویژه ورزش با جامعه، فرهنگ، سیاست و اقتصاد غافل شد. ورزش، بازتاب بحران‌های اجتماعی، گرایش‌ها، شیوه‌های نگرش در یک جامعه است (Javanmard, 2022). ورزش از نظر خیلی از افراد ممکن است تنها یک سرگرمی به نظر آید ولی رویدادهای ورزشی علاوه بر ایجاد سرگرمی برای میلیون‌ها نفر، دارای کارکردهایی مانند شکل‌گیری انواع گروه‌های کوچک و بزرگ و شکل‌گیری روابط اجتماعی بین افراد است و می‌توان گفت ورزش دنیای کوچک شده جامعه است. در این حوزه ارتباطی، تأثیر و تعامل متقابل مردم و ورزش مطرح می‌شود. همه ساختارها، الگوها، سازمان‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی- فرهنگی مرتبط با ورزش در حوزه جامعه‌شناسی ورزش جای می‌گیرند (Movahedi, 2022). ورزش در جامعه مدرن این امکان را فراهم کرده است که افراد فارغ از طبقه، مذهب، جنسیت، حول هدفی واحد که هواداری از یک تیم ورزشی است، متحد شوند. بین فعالیت‌های گوناگون ورزشی رایج در سراسر دنیا بی‌تردید ورزش فوتبال پر شرکت‌کننده و پر بیننده‌ترین فعالیت و رشته ورزشی به شمار می‌آید. فوتبال با داشتن بیش از سه میلیارد هوادار، محبوب‌ترین ورزش جهان است که ویژگی منحصر به فرد برای این موفقیت سطح زیادی از غیر قابل پیش بینی بودن در هر مسابقه است، مسابقه‌ای که ظاهراً به نفع یک تیم است، می‌تواند ناگهان مسیر را تغییر دهد و با نتیجه‌ای کاملاً متفاوت به پایان رسد (Amann & Doidge, 2023). از سال ۱۹۶۰ که فوتبال دیگر به عنوان ورزشی گروهی مطرح نبود و حیات اجتماعی یافت، توجه محققان اجتماعی را به خود جلب نمود، تا جایی که فیلسوف مشهور ژان پل سارتر^۱ گفت: خصوصیات یک جامعه را در فوتبال آن کشور جستجو کنید. فوتبال مانند هر پدیده اجتماعی، خصوصیات خود را دارد و مانند سایر پدیده‌های اجتماعی هم اثرپذیر و هم اثرگذار و محلی برای تجلی رفتارها و جذب اقوام مختلف در جامعه ملی است (Bayir & Osmanoglo, 2022)؛ در صورتی که محیط یک استادیوم فوتبال، نمایشی از رفتارهای ناهنجار باشد این وضع به سایر تماشاگران منتقل می‌شود و ورزش و تماشای فوتبال به تغییر ارزش‌های جامعه منجر خواهد شد. حضور در ورزشگاه با شیوه‌های خاص رفتار هواداری مانند آواز خواندن، شعار دادن، کف زدن، حرکات بدن و استفاده از بمب‌های دودزا، از اجراهای مهم برای بالفعل کردن جامعه هواداران است (Sayan & Aksan, 2020). هواداران با طرفداری از یک تیم خاص از فرهنگ و موقعیت جغرافیایی خاص خود حمایت کرده و آن را برجسته می‌سازند. هوادار کسی است که رابطه روان‌شناختی عمیق‌تر و ارتباط درگیرانه‌تری با موضوع مورد طرفداری خود برقرار می‌کند. این افراد در طبقه اول استادیوم و در جایگاه ویژه و سکوهایی رو به روی جایگاه اصلی حاضرند تا تسلط بیشتری بر زمین مسابقه داشته باشند و به یک تیم یا باشگاه خاص تعصب می‌ورزند. این افراد نوعی هویت جمعی تولید می‌کنند که مسبب ایجاد پیوند میان اعضای یک جماعت و تمایز از دیگران می‌شود و در نهایت یک فرهنگ جمعی با هویتی همسان و مشخص پدید می‌آورند (Eman & Porjam, 2005). مفهوم هواداری به جمعی بودن این عمل اشاره دارد. هواداران با متحد کردن منظم احساسات خود در طرفداری از یک تیم در یک رقابت فوتبالی، پتانسیل تحریک کنش جمعی را بهتر نشان می‌دهند و نمونه‌ای مناسبند از رفتار جمعی که احساس تعلق قوی‌ای با تیم مورد علاقه خود دارند. اقدام جمعی برای رسیدن به رفتارهای ناپایدار و عین حال تبدیل کردن این رفتارها به رفتار پایدار لازم است. بر اساس

^۱ Jean paul sartre

یافته‌های امان و دوج^۱ (۲۰۲۳) هواداران فوتبال راهی عالی است برای درک اینکه گروه‌های اجتماعی چگونه ظهور پیدا می‌کنند و با یکدیگر تعامل دارند و از طریق تعهدی که با باشگاه خود دارند می‌توان در بحث‌های بشردوستانه مورد استفاده قرار گیرند. هواداران فوتبال ناهمگند و عشق مشترکی به باشگاه فوتبال مورد علاقه خود دارند. بسیاری از آن‌ها اذعان می‌کنند که حامی بودن، بخش کلیدی زندگی آن‌هاست، بخشی منظم و ساختارمند از وجودشان که آن‌ها را قادر می‌سازد در بی‌نظمی‌های شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی معاصر، احساس تعلق کنند. حضور در ورزشگاه در روز مسابقه، انرژی عاطفی جمعی و احساس تعلق ایجاد می‌کند که این حس عاطفی و احساس تعلق، به ساختار روابط و تعاملات در گروه هواداران خود، تعامل با سایر گروه‌های هوادار و سایر ارگان‌ها مانند پلیس و ارگان‌های حاکم کمک می‌کند (Biglari, Hoseeini nia & Bagheri, 2022). هواداران با هماهنگ کردن کوشش‌ها و فعالیت‌های خود، توفیق بیشتر تیم را دنبال می‌کنند که گاهی این هدف منجر به رفتارهای ناچار و آسیب‌های اجتماعی می‌شود (Dasgerdi, Dabir & SHariati, 2022). قضاوت در مورد رفتارهای افراد به شدت مبتنی و منحصر بر فرهنگ، آداب، رسوم و سنن افراد هر اجتماع بشری است (Doidge, Kossakowski & Mintert, 2019). با توجه به اینکه جامعه‌شناسی، به دنبال مفاهیم پنهان در پس رفتار انسان‌ها در جامعه است، از فرهنگ برای توضیح رفتار استفاده می‌شود؛ زیرا فرهنگ می‌تواند رفتارهای ناهنجار و هنجار جامعه را توصیف کند (Andam, salimi, 2014). همچنین باید در نظر داشته باشیم که هیجان یک رقابت فوتبال تماشاگران را در وضعیت‌هایی قرار می‌دهد که ممکن است قواعد و هنجارهای رایج را به آسانی نقض کنند؛ هواداران فوتبال در استادیوم به صورت کلیشه‌ای از طریق مفاهیم هولیگانیزم^۲ با خشونت درک می‌شوند و رفتار پر خاشگرانه اغلب به عنوان نشانگر اجتماعی آن‌ها شناخته می‌شود. البته یافته‌های تحقیق فیل و اورج^۳ (۲۰۲۳) که از طریق قوم‌نگاری انجام شده است این تصور را به چالش می‌کشد. بر اساس یافته‌های این تحقیق هواداران در استادیوم بر اساس خرده‌فرهنگ‌های متفاوت، گرایش‌های رفتاری متفاوتی را برجسته می‌کنند که درک این خرده‌فرهنگ‌ها برای درک گسترده‌تر ما از رفتار هواداران فوتبال لازم است. گروه‌بندی همه هواداران با عنوان «هولیگانیزم» تنها یک اقلیت کوچک است. همچنین با توجه به نتایج تحقیق رابسون^۴ (۲۰۰۰) که متوجه شد هواداران را می‌توان بر اساس تمایل شخصی در یک زنجیره قرار داد، تظاهرات هویت برای بسیاری از آن‌ها چندان مهم نبود و درگیری شخصی خیلی خاصی با باشگاه نداشتند و بسیاری از افراد مایل بودند بر رابطه خود با موفقیت‌های دیگران حتی زمانی که هیچ نقشی در موفقیت نداشتند تأکید کنند. رفتار هواداران با توجه به میزان وابستگی به تیم خود نیز متفاوت است؛ رفتار هواداران در تولید جو داخل و خارج زمین فوتبال مؤثر است. جوهای در حال تغییر در فضای داخلی و خارج از فوتبال که توسط حوادثی در زمین، فرهنگ هواداران و سایر عوامل ایجاد می‌شود، از طرف هواداران است که با تعلیق محدودیت عاطفی و اجتماعی نقش خود را در تشویق تیم بازی می‌کنند (Benkwita, Healy, 2019). نتایج تحقیق پیرسون^۵ (۲۰۱۲) روی گروه خاصی از هواداران در استادیوم بلکپول^۶ انگلستان که اغلب به دلیل رفتارهای عجیبشان به عنوان اوباش تلقی می‌شدند نشان داد که فرهنگ این هواداران برای ایجاد جو مسابقات با سرود خواندن، تکان دادن رنگ‌ها و تاب خوردن متفاوت بود که منجر به رفتارهای متفاوت نسبت به دیگران شده است و نمی‌توان آن‌ها را جزو گروه اوباش دسته‌بندی کرد. با توجه به نتایج تحقیقات انجام گرفته در پشت رفتار هواداران فوتبال به

¹ Amann & Doidge

². Hooliganism

³. File & Worlledge

⁴. Robson

⁵. Pearson

⁶. Blackpoul

عنوان یک جامعه، دلایل مختلفی وجود دارد که برای شناخت و تحلیل این جامعه، توجه به رفتارهای افراد از اهمیت بسیار برخوردار است. یافته‌های رجینتو و کولاتو (۲۰۲۴) نشان داد که رفتار افراد یک جامعه و فرهنگ حاکم بر آن‌ها، مدل‌های مدیریتی حاکم بر آن‌ها را در زمینه برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت تبیین می‌کند. بر همین اساس، با توجه به اینکه رفتار هواداران یک تیم، چه در بعد تشویقی و چه در بعد اعتراض، باعث شناسانده شدن یک تیم به سایر تیم‌ها می‌شود و انعکاسی از ساختار فرهنگی جامعه است. با درک گسترده فرهنگ هواداران و اینکه آن‌ها رفتارهای خود را چگونه تفسیر می‌کنند، می‌توان با هواداران ارتباط برقرار کرد و از منظر جامعه‌شناسی، رفتارهای آنان را مورد بررسی قرار داد که می‌تواند به تغییر دیدگاه و ایجاد تغییرات ساختاری در حوزه فرهنگ و رفتار هواداران کمک نماید. تغییرات کوچک در حوزه فوتبال که به صورت جمعی انجام شود با توجه به ماهیت پویا و فراگیر فوتبال، چشمگیرتر و توانمندترند. با توجه به اینکه از منظر جامعه‌شناسی هر فرد تحت تأثیر آداب و رسوم یا نهادهای اجتماعی رفتار می‌کند و اینکه رفتار هواداران فوتبال پیچیده و دارای ابعاد مختلفی است و همچنین خلأهای فرهنگی موجود بین هواداران فوتبال در استادیوم، شناخت این آداب و رسوم و فرهنگ و نهادهای اجتماعی در پیش‌بینی رفتارهای افراد، نظارت و کنترل آن‌ها در برگزاری منظم‌تر و ایمن‌تر مسابقات قبل از برگزاری بازی، حین بازی و بعد از بازی از اهمیت برخوردار است؛ زیرا رفتار هواداران دارای تأثیر قابل توجهی بر برقراری نظم و امنیت در استادیوم فوتبال است. در تحقیقات انجام شده در حوزه هواداری توجهی به تبیین جامعه‌شناختی رفتار هواداران صورت نگرفته است و از این منظر، جنبه نوآوری در تحقیق پیش رو محسوب می‌شود. باشگاه سپاهان از منظر فرهنگی و اجتماعی یک میراث ملموس مهم برای شهر اصفهان به شمار می‌آید و علاقه مردم این شهر به سپاهان، میراثی ناملموس است که ارتقای سرمایه اجتماعی را به همراه دارد. در میان تیم‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال، تیم فوتبال سپاهان به عنوان تیم شهرستانی موفق و رقیب سرسخت تیم‌های پایتخت در تمام زمینه‌های حرفه‌ای در فوتبال شناخته می‌شود که دارای هواداران پرشور و متعصب است. همچنین هواداران سپاهان ساعت‌ها قبل از خروج تیم از هتل محل اردوی این تیم پشت درب تجمع می‌کنند و اتوبوس تیم را تا ورزشگاه نقش جهان با وجود خطر تصادف در مسیر جاده همراهی می‌کنند، با توجه به اهمیت حضور تماشاگران و هواداران در این تیم و وجود برخی مشکلات و مسائل حاشیه‌ای به خصوص در مصاف با تیم پرسپولیس در ورزشگاه‌های فوتبال که به طور عمده هواداران را متأثر می‌کند، تحقیق پیش رو به دنبال مدلی برای تبیین جامعه‌شناسی رفتارهای هواداران فوتبال تیم سپاهان به عنوان راهنمایی برای تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، در افزایش پیشرفت کیفیت برگزاری مسابقه فوتبال و افزایش بازدهی و اثر بخشی آموزه‌های فرهنگی در رفتار هواداران کمک نماید.

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش به صورت کیفی و بر طبق نظریه داده‌بنیاد است که با هدف تبیین جامعه‌شناسی رفتار هواداران تیم فوتبال سپاهان صورت گرفت. به علت نبود پرسشنامه‌ای مرتبط در پاسخ به این سؤال که تبیین جامعه‌شناسی رفتار هواداران تیم فوتبال سپاهان چگونه است، از روش تحقیق کیفی بر اساس نظریه داده‌بنیاد با روش چارمز استفاده شد. در تحقیقات مرتبط الگوی جامعی برای تبیین رفتارهای هواداران تیم سپاهان وجود نداشت و با توجه به اینکه در روش تحقیق کیفی، بررسی عمیق و جامع موضوع و همچنین امکان بررسی جزئیات کوچک و روابط پیچیده، برای تبیین جامعه‌شناسی رفتار هواداران فراهم است؛ روش تحقیق کیفی، مناسب‌ترین روش برای اجرای این پژوهش است. به

^۱. Reginato & Collatto

^۲. Charmaz

تعبیر چارمز، نظریه داده‌بنیاد باید انعکاسی از تجارب، باورها و ارزش‌های مشارکت‌کنندگان باشد که پژوهشگر بر اساس باورها و ارزش‌های خود آن‌ها را روایتگری می‌کند. مراحل کدگذاری در رویکرد ساخت‌گرای چارمز، شامل کدگذاری اولیه، کدگذاری متمرکز و کدگذاری نظری است (Charmaz, 2006). قلمرو موضوعی و مکانی پژوهش در شهر اصفهان و قلمرو زمانی انجام پژوهش، از ۱ تیرماه ۱۴۰۰ تا ۱۵ بهمن ماه سال ۱۴۰۱ است. جامعه آماری پژوهش را هواداران تیم فوتبال سپاهان، اعضای کانون هواداران، گزارشگران ورزشی، یگان ویژه مستقر در ورزشگاه، مدیر عامل باشگاه سپاهان، اعضای هیأت علمی دانشگاه که پیگیر فوتبالیست‌ها، تشکیل دادند که از این بین، ۲۲ نفر از افرادی که بیشترین ارتباط و تعامل را با هواداران دارند به صورت هدفمند، به عنوان نمونه آماری در بخش مصاحبه انتخاب شدند. مطالعات و بررسی‌های کتابخانه‌ای به همراه مصاحبه، دو ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر بودند. ابتدا برای شناسایی عناصر و اجزای مؤثر بر رفتار، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و اسناد بالادستی، فهرستی مقدماتی از عوامل تهیه گردید. پس از انجام مطالعات کتابخانه‌ای، محقق به مصاحبه با مشارکت‌کنندگان پرداخت. روش انجام مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختاریافته بود. پس از پایان هر مصاحبه، مصاحبه‌ها تایپ و با نرم افزار MAXQDA ۲۰۲۰ کدگذاری شد. گفتنی است با توجه به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آن‌ها نیز انجام شد، به‌طوری که تحلیل هر مصاحبه به همراه یافته‌های قبلی به عنوان راهنمایی برای مصاحبه و ملاکی برای انتخاب افراد بعدی بود. فرآیند مصاحبه با افراد تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه داشت به گونه‌ای که تا بعد از مصاحبه هفدهم، اطلاعات جدیدی ارائه نشد (رسیدن به اشباع نظری) ولی برای اطمینان مصاحبه‌ها تا ۲۲ نفر انجام شد. مصاحبه با افراد به صورت حضوری انجام شد و مدت مصاحبه‌ها بین ۳۵ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود. محقق برای مصاحبه از طریق ارتباط با کانون هواداران تیم سپاهان و گرفتن شماره تلفن لیدرهای تیم و تماس با لیدرها، فرآیند مصاحبه را شروع کرد. مصاحبه با لیدرهای تیم به صورت تشکیل گروه کانونی در جلسات ۴ و ۵ نفره در مکان‌هایی (باغ غدیر و مغازه) که خودشان پیشنهاد داده بودند، انجام گرفت. مصاحبه با اعضای هیأت علمی و مدیر تیم سپاهان و سرهنگ یگان ویژه پس از انجام هماهنگی‌های لازم و گرفتن وقت قبلی در دفتر کار آن‌ها انجام شد. برای مصاحبه با سایر هواداران، محقق ۵ ساعت قبل از شروع بازی، مقابل هتل اسکان تیم (هتل کوثر) حضور یافت. همچنین برای کنترل عینیت (پایایی یافته‌ها) از شیوه پایایی بین دو کدگذار استفاده شد؛ به این منظور از بین مصاحبه‌های انجام‌شده، سه مصاحبه انتخاب و توسط دو پژوهشگر کدگذاری شد. برای این موضوع با استفاده از رابطه زیر، پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های این پژوهش، بیش از ۶۰ درصد است؛ بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری مورد تأیید قرار گرفت (Amiri, Norozi, 2020). نتایج قابلیت اعتماد در جدول ۱ نشان داده شده است.

$$\square \text{ درصد پایایی} = \frac{2 \times \text{توقعات تعداد}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

جدول ۱- نتایج بررسی پایایی دو کدگذار

شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی
۱	۴۸	۱۸	۶	۷۵
۱۲	۵۰	۲۰	۲	۸۰
۱۵	۶۰	۲۵	۹	۸۳/۳
کل	۱۵۸	۶۳	۱۷	۷۹/۷۴

همچنین در پایان برای روایی‌سنجی یافته‌ها، نتایج در قالب جدول و گزارش در اختیار چند تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و آنها نتایج را پس از بررسی تأیید کردند.

یافته‌های پژوهش:

مشارکت‌کنندگان پژوهش را هواداران تیم فوتبال سپاهان، اعضای کانون هواداران، گزارشگران ورزشی، یگان ویژه مستقر در ورزشگاه، مدیر عامل باشگاه سپاهان، اعضای هیأت علمی دانشگاه که پیگیر فوتبالند، تشکیل دادند. اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در بخش مصاحبه این پژوهش در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول ۲- اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

کد	جنس	سن	تحصیلات	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
p1	مرد	۴۷	لیسانس	کانون هواداران	۲۸
P2	مرد	۴۳	لیسانس	لیدر	۱۹
P3	مرد	۴۵	لیسانس	کانون هواداران	۱۸
P4	مرد	۴۸	لیسانس	بازیکن سابق	۲۰
P5	مرد	۳۹	لیسانس	خبرنگار	۱۵
P6	مرد	۴۱	فوق لیسانس	خبرنگار	۱۸
P7	مرد	۴۴	لیسانس	لیدر	۲۳
P8	مرد	۵۸	لیسانس	لیدر	۳۰
P9	مرد	۳۷	لیسانس	لیدر	۱۸
P10	مرد	۴۲	لیسانس	لیدر	۲۹
P11	مرد	۵۴	دکتری	مدیر ورزشی	۲۵
P12	مرد	۵۳	دکتری	هیأت علمی	۳۰
P13	مرد	۶۰	دکتری	هیأت علمی	۳۵
P14	مرد	۴۰	لیسانس	هوادر متعصب	۲۹
P15	مرد	۴۰	لیسانس	هوادر متعصب	۲۵
P16	زن	۲۰	لیسانس	هوادر متعصب	۲۰
P17	مرد	۳۲	لیسانس	لیدر	۳۸
P18	مرد	۶۰	دکتری	مدیر	۱۵
P19	مرد	۵۰	لیسانس	لیدر	۱۱
P20	مرد	۴۴	لیسانس	لیدر	۱۱
P21	مرد	۴۶	لیسانس	یگان ویژه	۱۶
P22	مرد	۶۷	فوق لیسانس	سرهنگ بازنشسته یگان ویژه	۳۰

قبل از شروع مصاحبه‌ها، محقق اطمینان مصاحبه‌شونده را در رعایت اصل امانت و اخلاق و مطرح نشدن نام هریک از افراد ایجاد نمود و پس از مصاحبه با هریک از افراد شرکت‌کننده و ضبط صدای او، بلافاصله مطالب مطرح شده در مصاحبه بارها توسط محقق شنیده شد و پس از اختصاص کد به هر مشارکت‌کننده، صحبت‌های او نوشته شد. در جدول ۲ نمونه‌ای از مصاحبه و کدهای اولیه استخراج شده از آن آمده است.

جدول ۳- نمونه مصاحبه و کدهای اولیه استخراج شده

کد اولیه	نمونه مصاحبه نوشته شده
شعارهای فحاشی- اجرا نشدن قانون برای رفتار هواداران- کاستی در فرهنگ هواداری- جهت‌گیری رسانه برای تیم‌های پایتخت- دسترسی آسان به امکانات رفاهی- صندلی راحت- تعصب اقلیمی- نقض قانون توسط مسئولین- موسیقی زنده- تنش‌های محیطی- رقابت همراه با رفاقت- تخلیه هیجان	فحاشی‌های روی سکو از کجا ریشه می‌گیره؟ موافق نیستم شعارهای فحاشی را بدهند ولی هوادار این حق را دارد که اگر تیم خراب کند در «حد حیا کن و رها کن» فحش بدهد. قبلاً هر تیمی که فحاشی می‌کرد، هوادار را محروم می‌کردند و این قانون باعث می‌شد که هواداران همدیگر را آرام کنند که فحش ندهند؛ ولی الان کمیته انضباطی برای اینکه پول گیرش بیاد تیم را جریمه می‌کند در صورتی که باید هواداران جریمه بشن و محروم از بازی خونگی و یا کسر امتیاز از تیم. خیلی عقیم از لحاظ فرهنگ‌سازی، صدا و سیما وقتی گوینده، لباس تیم مقابل را می‌پوشد مثلاً لباس قرمز یا آبی را می‌پوشد. هوادار باید با آرامش وارد ورزشگاه شود، یک ساعت زودتر پشت در نگه داشته می‌شوند؛ در گرما و سرما. در گیت یکی یکی وارد می‌شوند. تجهیزات آبخوری و دستشویی خیلی دور است و این همش روی هوادار تنش وارد می‌کند. سکوهای ورزشگاه تمیز نیست، وقتی بلند می‌شیم کلی خاک روی لباس‌هامون هست؛ در حال حاضر با اومدن آقای ساکت خیلی بهتر شده. برخورد شما با تیم‌های دیگر چگونه است؟ با شهرهای دیگه قبل بازی با لیدرها معاشرت داریم خونه همدیگه می‌ریم و یکدلی داریم ولی الان که می‌ریم ورزشگاه تهران بلندگو می‌گوید سپاهان به جهنم، پرسپولیس خوش آمد؛ این باعث اعصاب خوردی می‌شه چون سلامی‌نداره هوادار شروع به فحش دادن و سنگ‌پرانی می‌کنه. خودشون قانون را نقض می‌کنند و کسانی که محرومند را می‌بخشن قبل بازی، خب من هوادار هم می‌گم می‌بخشن طوری می‌شه فولاد پول داره می‌ده این قانون اصلاً درست نیست.

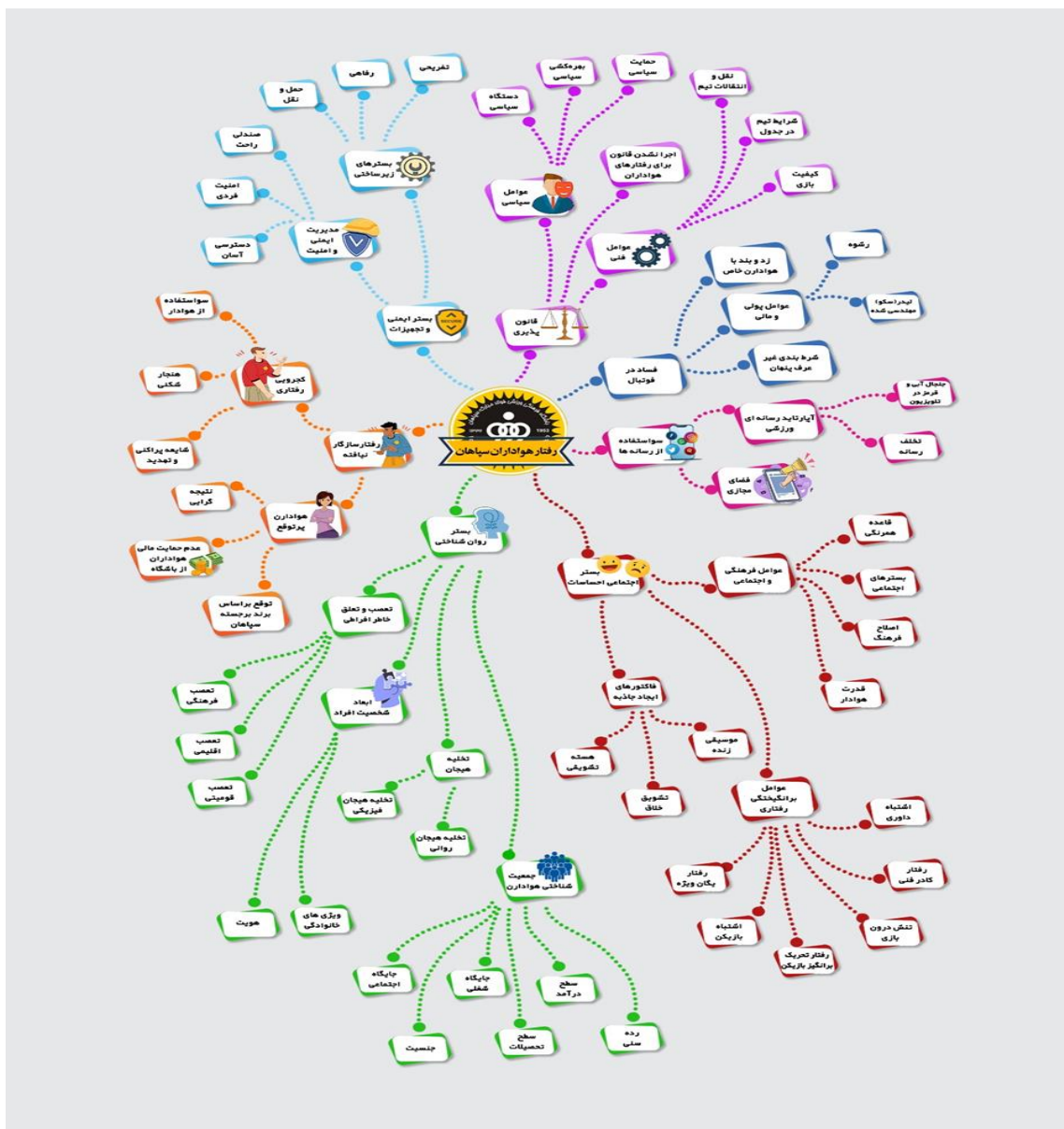
تمام ۲۲ مصاحبه مانند جدول شماره ۲ نوشته و کدهای اولیه آن‌ها خارج شد. نتایج این مرحله، ۵۲ مفهوم اولیه بود که در جدول شماره ۳ با عنوان کد اولیه آورده شده‌اند. در مرحله بعد با بهره‌گیری از تجربه و خلاقیت محققان و استفاده از ادبیات جمع‌آوری شده، کدهای اولیه شناسایی شده بر اساس قرابت و نزدیکی مفهومی به یکدیگر در برچسب‌های کلی‌تر دسته بندی شدند و تحت عنوان کد محوری در جدول شماره ۳ آورده شد. ۱۹ کد محوری در این مرحله استخراج شد که کدهای فضای مجازی، زد و بند با هواداران خاص، اجرا نشدن قانون برای رفتار هواداران و شرط‌بندی غیر عرف به دلیل نقش و اهمیت در رفتار هواداران به عنوان مؤلفه، وارد مدل استخراج شده از نرم‌افزار شدند.

جدول ۴- کدگذاری اولیه، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی	کد محوری	کد اولیه	منبع
روان‌شناختی	بستر جمعیت شناختی هواداران	تخلیه هیجان فیزیکی	P10, P13P16, P17, P20
		تخلیه هیجان روانی	P16, P17, P18, P19,
		جایگاه اجتماعی	P7, P13, P15, P16, P18
		جنسیت	P1, P4, P5, P6, P12, P13, P14, P15, P16, P17
		جایگاه شغلی	P4, P5, P6, P7, P14, P16, P17, P18, P19
		سطح تحصیلات	P15, P16, P17,
		سطح درآمد	P13, P14, P15, P16, P17, P19
		رده سنی	P17, P18, P19,
		تعصب و تعلق	P1, P2, P4, P5, P8, P9, P11, P12, P14, P16, P18
		تعصب اقلیمی	P1, P5, P11, P12, P16, P18,
		تعصب قومیتی	P1, P5, P11, P12, P16, P18,
		ابعاد شخصیت افراد	P4, P5, P11, P12, P14, P16
بستر اجتماعی احساسات	عوامل بر انگیزش رفتاری	ویژگی خانوندگی	P1, P3, P4, P11, P12, P14, P16
		فاکتورهای ایجاد جاذبه	P1, P4, P5, P8, P13, P19
		تشویق خلاق	P1, P5, P13, P18
		موسیقی زنده	P4, P5, P14, P16, P17, P19
		رفتار یگان ویژه	P10, P16, P17, P19
		اشتباه بازیکن	P4, P5, P12, P14, P16, P17, P18
		رفتار تحریک کننده بازیکنان	P1, P3, P4, P5, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17
		تنش درون‌زای بازی	P16, P17, P19
		رفتار کادر فنی	P16, P17, P18, P20
		اشتباه داوری	P16, P17, P20
		عوامل فرهنگی و اجتماعی	P5, P14, P16, P20
		بسترهای اجتماعی	P4, P5, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P15, P16, P17, P20
بستر ایمنی تجهیزات	مدیریت ایمنی و امنیت	اصلاح فرهنگ	P4, P5, P8, P11, P12, P13, P15, P16, P19
		قدرت هوادار	P13, P17, P20
		صندلی راحت	P11, P13, P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8
		امنیت فردی	P11, P17, P19, P20
		دسترسی آسان	P1, P3, P4, P5, P11, P12, P13, P14, P16, P19
		بستر تفریحی	P11, P13, P14, P15, P17, P20
		بستر رفاهی	P5, P6, P17, P18, P19, P20
		بستر حمل و نقل	P1, P4, P5, P8, P13, P19,
		سوء استفاده از هوادار	P4, P5, P6, P7, P13, P14, P16, P17, P20
		هنجار شکنی	P1, P2, P4, P5, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P17, P19
		شایعه پراکنی و تهدید	P16, P17, P19
		هواداران پرتوقع	P4, P5, P6, P7, P13, P14, P16, P22

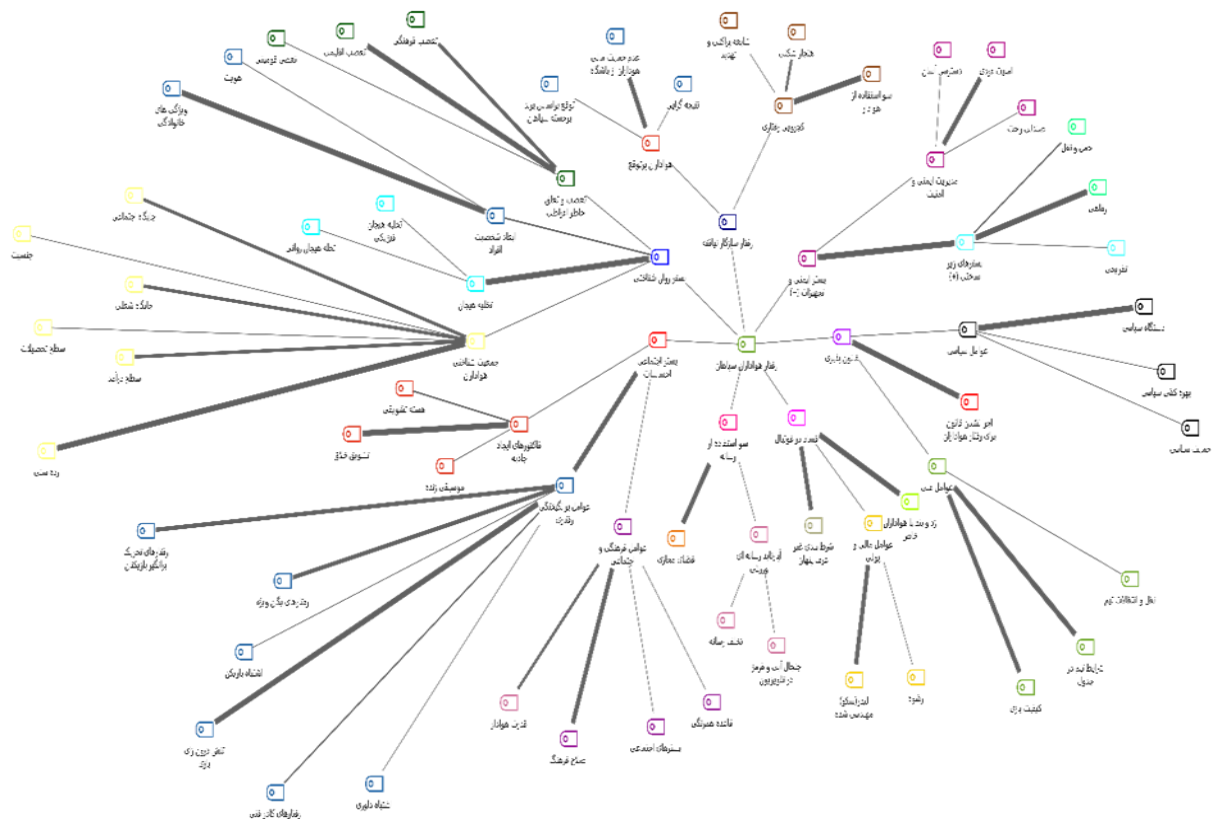
P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₆ , P ₁₇ , P ₂₂	عدم حمایت مالی هواداران از باشگاه		
P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇	توقع بر اساس برند برجسته سپاهان		
P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀ P ₁ , P ₂ , P ₄ , P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ ,	جنگال آبی و قرمز در تلویزیون	آپارتاید	سوء استفاده از
P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₇ , P ₂₀ P ₅ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₃ , P ₄	تخلف رسانه	رسانه‌ای ورزش	هوادر
P ₃ , P ₅ , P ₇ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₈		فضای مجازی	
P ₅ , P ₆ , P ₁₁ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₉ , P ₂₀ P ₁ , P ₂ , P ₄	رشوه	عوامل مالی و	فساد در فوتبال
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ ,	لیدر (سکو) مهندسی شده	پولی	
P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₆ , P ₂₀		زد و بند با هواداران خاص	
		شرط‌بندی	
P ₁₅ P ₂₂ P ₁₀		غیرعرف پنهان	
P ₁₆ , P ₁₇ , P ₁₉	کیفیت بازی	عوامل فنی	قانون‌پذیری
P ₁ , P ₂ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₂₀	شرایط تیم در جدول		
P ₁₀ , P ₁₄ , P ₁₇ , P ₂₀	نقل و انتقالات تیم		
P ₁ , P ₄ , P ₁₃ , P ₁₅ , P ₁₆ , P ₁₇	حمایت سیاسی	عوامل سیاسی	
P ₁ , P ₃ , P ₄ , P ₁₃	دستگاه سیاسی		
P ₃ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₈ ,	بهره‌کشی سیاسی		
P ₁ , P ₅ , P ₁₀ , P ₁₄	اجرا نشدن قانون برای رفتار هواداران		

برای تشکیل مقوله‌ها، کدهای محوری با یکدیگر مقایسه شدند تا مفاهیمی استخراج شود که مفاهیم قبل را پوشش دهد. در این مرحله پژوهشگر مجدداً به مرحله قبلی بازگشت و مفاهیم استخراج شده در این مرحله را مورد بازبینی قرار داد که در نهایت منجر به استخراج ۷ مقوله اصلی شد که در جدول ۳ با عنوان کدگذاری انتخابی آورده شده است.



شکل ۱ مدل کیفی عوامل مؤثر بر رفتار هواداران سپاهان

در شکل ۱ مدل کیفی به دست آمده از نتایج تحقیق، عوامل مؤثر بر رفتار هواداران سپاهان و مؤلفه‌های هرکدام از این عوامل نشان داده شده است. ۷ عامل مؤثر شناسایی شده و مؤلفه‌های آن‌ها عبارتند از: ۱- فساد در فوتبال از مؤلفه‌های زد و بند با هواداران خاص، عوامل مالی و پولی و شرط‌بندی غیر عرف پنهان تشکیل شده است. ۲- سوء استفاده از رسانه شامل مؤلفه‌های آپارات‌های رسانه‌ای ورزش، فضای مجازی است. ۳- بستر اجتماعی احساسات از مؤلفه‌های عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل برانگیختگی رفتاری و فاکتورهای ایجاد جاذبه تشکیل شده است. ۴- بستر روان‌شناختی شامل تعصب و تعلق خاطر افراطی، ابعاد شخصیت، تخلیه هیجان و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی است. ۵- رفتار سازگار نیافته شامل مؤلفه‌های کجروی رفتاری و هواداران پرتوقع ۶- بستر ایمنی و تجهیزات از مؤلفه‌های مدیریت ایمنی و امنیت و بسترهای زیرساختی و ۷- قانون‌پذیری شامل عوامل سیاسی، عوامل فنی و اجرا نشدن قانون



شکل ۲ مدل استخراج شده از نرم افزار مکس کیو دی ای ۲۰۲۰ است که پس از تکمیل هر سه دور کدگذاری به روش چارمز ۷ مقوله اصلی، ۱۹ کد محوری و ۵۲ کد اولیه قابل مشاهده است. خطوط پررنگ تر فراوانی بیشتر کدهای اولیه به دست آمده از مصاحبه ها را نشان می دهد. بیشترین فراوانی ها مربوط به مؤلفه های اجرا نشدن قانون، زد و بند با هواداران خاص، شرط بندی غیرعرف پنهان، فضای مجازی، عوامل برانگیختگی رفتاری، تخلیه هیجان و بسترهای زیرساختی است.

فوتبال یکی از جذاب‌ترین و پر طرفدارترین ورزش‌هاست که تأثیر بسیاری بر جامعه دارد (Zowski & Zelecki, 2023). هواداران فوتبال همانند تیغی دولبه‌اند که با رفتارهایی که در حمایت از تیم مورد علاقه خود نشان می‌دهند، هم می‌توانند ارزش‌های اجتماعی را مورد تشویق قرار دهند و هم کمر به نابودی آن‌ها ببندند. هدف از پژوهش حاضر تبیین جامعه‌شناختی رفتارهای هواداران تیم سپاهان بود که با استفاده از مصاحبه، داده‌ها با کدگذاری اولیه و نظری جمع‌آوری گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس مدل به دست آمده از داده‌های تحقیق، عوامل مؤثر بر رفتار هواداران سپاهان قانون‌پذیری، بسترایمنی و تجهیزات، رفتار سازگار نیافته، بستر روان‌شناختی، بستر اجتماعی احساسات، سوء استفاده از رسانه و فساد در فوتبال، شناسایی شد.

قانون‌پذیری شامل مؤلفه‌های عوامل سیاسی، اجرا نشدن قانون برای رفتار هواداران و عوامل فنی است. عوامل سیاسی به عنوان یکی از مؤلفه‌های مؤثر بر رفتار هواداران در این پژوهش شناسایی شد. در ایران فوتبال ورزشی است که ریشه‌های جامعه‌شناختی آن با قدرت و سیاست پیوند خورده است و از همان ابتدای شکل‌گیری، رابطه تنگاتنگی با دولت‌ها و قدرت‌ها برقرار نموده است و همواره حوزه‌های مختلف اجتماعی را از خود متأثر نموده است. برخی جریانات سیاسی، شعارهای مورد نظر خود را در زمین فوتبال به گوش مردم می‌رسانند یا به بهانه فوتبال دوستی و حمایت از فلان تیم، به ورزشگاه یا محل تمرین تیم‌های فوتبال می‌روند و از این طریق برای منافع سیاسی خود، محبوبیت دست و پا می‌کنند. نتایج این بخش با نتایج پاتریک و هی^۱ (۲۰۲۲) همسوست؛ زیرا آن‌ها نیز در تحقیق خود نشان دادند که فوتبال بر تشکیل تشکلهای سیاسی تأثیر مثبتی دارد. با توجه به پرهوادار بودن فوتبال، صاحبان قدرت، از قدرت سیاسی خود برای منافع خود استفاده می‌کنند که موجب تضاد و شکاف بین هواداران می‌شود. مقوله سیاسی در این پژوهش از اختلاط ورزش با سیاست و ورود و حمایت سیاسیون از تیم‌های رقیب تشکیل شده است و تا زمانی که سیاسیون به عرصه فوتبال وارد می‌شوند این سیاست‌زدگی بیشتر تقویت و موجب تحریک رفتارهای نامناسب هواداران در ورزشگاه می‌شود. نتیجه تحقیق ساجدی (۱۳۹۹) بیان می‌کند که فوتبال تأثیر منفی‌ای بر سیاست و جامعه گذاشته است که با نتایج تحقیق در این بخش همسویی دارد.

عوامل فنی از دیگر مقوله‌های تأثیرگذار بر رفتار هواداران است. هرگاه شرایط تیم در جدول مسابقات در وضعیت خوبی باشد و تیم بازی با کیفیت و مطلوبی را به نمایش گذارد، حس و حال هواداران روی سکوی ورزشگاه خوب و مناسب است و رفتارهای نامناسب و هنجارشکنی دیده نمی‌شود. مقوله دیگری که برای رفتار هواداران سپاهان شناسایی شد، اجرا نشدن قانون برای رفتار هواداران بود. این نتیجه با نتیجه تحقیق نادریان و اخوان^۲ (۲۰۲۱) که بیان می‌کند اجرای قوانین و نظارت بر رفتار هواداران تأثیر مثبتی دارد، همسوست. دانشمندان علوم اجتماعی برای تبیین رفتارهای تخلف‌آمیز افراد، بر اساس رویکردهای نظری، تعبیر و تفسیرهای مختلفی ارائه می‌دهند. از نظر کارکردگرایان، اعمال خلاف مقررات و بی قانونی برای قانون‌گریزان کارکرد مثبت و سازنده‌ای دارد و منافع آن‌ها را تأمین می‌کند. به گمان هواداران تیم سپاهان، رفتارهای نامناسب هواداران در نهایت منجر به جریمه شدن مالی باشگاه توسط کمیته انضباطی فوتبال می‌شود که این قانون هیچ بازدارندگی‌ای برای کنترل رفتار هواداران ایجاد نمی‌کند و از آنجا که برخی تصور می‌کنند با فحاشی و رفتارهای نامناسب برای منافع تیم و گرفتن نتیجه مطلوب از مسابقه قدم برمی‌دارند؛ درحالی که اگر کمیته انضباطی در برابر تخلف هواداران، قانون بازی بدون هوادار را اجرا کند اثر بیشتری روی بازدارندگی رفتارهای نامناسب هواداران دارد.

بستر اجتماعی احساسات شامل مؤلفه‌های عوامل برانگیختگی رفتاری، عوامل فرهنگی و اجتماعی و فاکتورهای ایجاد جاذبه است. عوامل برانگیختگی رفتاری در این پژوهش از رفتارهای کادر فنی، اشتباه بازیکنان و اشتباه داور، رفتارهای یگان ویژه، رفتارهای تحریک‌کننده بازیکنان و تنش درون‌زای بازی تشکیل شده است. این نتیجه تحقیق هولمز^۲ (۲۰۲۴) که معتقد است ترجیحات شخصی داور، عامل تعیین‌کننده‌ای در نتیجه مسابقه است که می‌تواند باعث تحریک هواداران و بروز رفتارهای ناهنجار شود، همسوست. افرادی که از رفتار جمعی پیروی می‌کنند، در برابر محرک خاصی که ممکن است شخص دیگر یا حادثه معینی باشد واکنش نشان می‌دهند که بر اثر واگیری اجتماعی به دیگران منتقل می‌شود. طبق نظریه کنترل اجتماعی هرچه افراد وابستگی و تعهد بیشتری به نهاد

^۱ Patrick & Hoey

^۲ holmz

اجتماعی‌ای که در آن عضویت دارند داشته باشند، کنترل بیشتری بر رفتار خود دارند و کمتر تحت تأثیر عوامل برانگیختگی رفتاری در ورزشگاه قرار می‌گیرند. نتیجه پژوهش عباس زاده و همکاران با این قسمت از تحقیق حاضر همخوان است. براساس مدل برخاسته از پژوهش، مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی، شامل کدهای قاعده هم‌رنگی، بسترهای اجتماعی و قدرت هوادار است. منظور از بسترهای اجتماعی، ورود بانوان به ورزشگاه و شناختن آن‌ها به عنوان سرمایه‌های اجتماعی است. زنان از منظر تربیتی و فرهنگی، نقش مهمی در جامعه‌ایفا می‌کنند که این نقش اگر با نقش ورزش در سلامتی فرد ترکیب شود، می‌تواند قشر عظیمی از جامعه را از نظر سلامتی جسم و روح بیمه کند. همچنین حضور بانوان در استادیوم منجر به کاهش شکاف بین دولت و خواسته‌های بخشی از مردم و کاهش فشارهای سیاسی در زمینه نقض حقوق بشر شود. این نتیجه با یافته فراهانی، شاه منصوری، مندعلی زاده (۱۳۹۹) همخوان است. تماشاگران فوتبال برای هم‌رنگی با جماعت و تحت تأثیر انبوه تماشاگران رفتار می‌کنند که با عنوان قاعده هم‌رنگی در این پژوهش از آن یاد شده است. هواداران، دارایی بسیار مهمی برای باشگاه‌ها؛ قدرت هوادار در راستای حمایت یا عدم حمایت از تیم و بازیکنان ایجاد می‌شود تا جایی که هواداران با حمایت‌های خود می‌توانند باعث موفقیت تیم و با حمایت نکردن و شعار دادن و هو کردن باعث باخت و تضعیف روحیه بازیکنان تیم شوند. در همین راستا مقوله دیگری در این تحقیق با عنوان فاکتورهای ایجاد جاذبه، شناسایی شدند که شامل کدهای موسیقی زنده، هسته تشویقی و تشویق خلاق است. منظور از طرح‌های تشویقی خلاقانه، استفاده از هنر خلق تشویق‌های جدید و دیده نشده برای جلب توجه هواداران در نقش جهان است. هر انسانی با هر سطحی از فرهنگ فکر و اندیشه، به این مسأله که هنر دارای یک ارتباط خاص با انسان‌هاست، واقف است. هنر پدیده‌ای است که از دیرباز نقش مؤثری در زندگی انسان داشته و از آن به عنوان وسیله‌ای مؤثر در ترویج اندیشه‌ها و رفتارها استفاده می‌شود.

سوء استفاده از رسانه شامل مؤلفه‌های فضای مجازی و آپارتاید رسانه‌ای ورزش است. امروزه فضای سایبر، فضای ارتباطی جدیدی را برای هواداران فوتبال ایجاد کرده است که طی آن می‌توانند گفتمان مد نظر خود را در اختیار تعداد کثیری از «هم هواداران» بدون توجه به موقعیت مکانی و زمانی قرار دهند. هوادارنماها و یا هواداران تیم حریف در پیچ‌های اینستاگرام عقاید و تفاسیر غیر عینی و سوگیرانه خود را درباره مسائل مختلف باشگاه با ادبیات عامیانه و هجوآمیز انتشار می‌دهند که منجر به واکنش‌های مثبت و منفی روی سکوها از جانب هواداران تیم حریف می‌گردد. نتیجه این قسمت از تحقیق با نتایج آندری (۲۰۱۹) همسوست؛ زیرا آنها نیز اشاره می‌کنند که فضای مجازی و اینستاگرام بر رفتار هواداران فوتبال اثر دارند. از دیگر مؤلفه‌های رفتاری هواداران، آپارتاید رسانه‌ای ورزشی است. تلویزیون ابزاری است که تأثیر بسیاری بر رفتار اجتماعی انسان دارد. تلویزیون می‌تواند بر ایده‌های افراد درباره هواداری از تیم خاص، روابط اجتماعی و اشاعه ارزش‌های خاص اثر بگذارد؛ در این راستا امتیاز حق پخش زنده تلویزیونی از شبکه سوم در اختیار دو تیم پرسپولیس و استقلال است. تبلیغ گسترده دربی پایتخت، از چند روز قبل از بازی و همچنین استفاده از رنگ آبی و قرمز در تبلیغات، اذهان را به سمت دو تیم پایتخت متوجه می‌کند و حق تیم‌هایی که از این امتیاز برخوردار نیستند ضایع می‌شود. چه بسا که در برخی از کارشناسی‌های داوری این تأثیرگذاری بیشتر قابل درک باشد که عامل تحریک رفتارهای تلافی‌جویانه در هواداران روی سکوها ورزشگاه می‌شود. نتایج تحقیق فتحی نیا (۱۳۹۸) با این قسمت از نتایج تحقیق حاضر همسوست.

بستر روان‌شناختی شامل مؤلفه‌های تعصب افراطی، ابعاد شخصیت، تخلیه هیجان و ویژگی جمعیت‌شناختی هواداران

^۱ Andrei

است. میل افراد برای حضور مستقیم در استادیوم، باعث ایجاد تجمعات اجتماعی می‌شود که فضای مناسبی برای تخلیه هیجانات درونی افراد جامعه و با توجه به نوع زندگی بشر امروزی، این امکان در چنین اماکنی امکان‌پذیر است. تعصب و تعلق خاطر افراطی، شکلی از ارتباط روانی هوادار با باشگاه ورزشی است و هرچه تعلق خاطر بیشتر باشد، رفتارهای متعصبانه‌تر و در عین حال افراطی‌تری را بروز می‌دهند. این نتیجه با نتیجه تحقیق ال جبوری^۱ (۲۰۱۹) همسوست؛ زیرا آن‌ها نیز بیان می‌کنند افراد از نظر عاطفی زمانی که در رویداد ورزشی حضور پیدا می‌کنند، تحت تأثیر تعصبی که از قبل داشته‌اند قرار می‌گیرند و این وابستگی ریشه‌های رفتار مثبت و منفی آن‌ها را توضیح می‌دهد. مؤلفه دیگر شناسایی شده، ابعاد شخصیت افراد بود؛ اگر باشگاه‌های ورزشی با توجه به هویت برندشان، سطح هویت تیمی هوادارانشان را افزایش دهند، سبب می‌شود هواداران باشگاه وارد جامعه بزرگتری شوند و احساس اجتماعی خود را توسعه دهند که به افزایش اعتماد به نفس و شخصیت اجتماعی آن‌ها کمک می‌کند. نتایج این بخش با نتیجه تحقیق باهنا^۲ (۲۰۱۹) که بیان می‌کند هواداری از تیم فوتبال لهستان، احساس وطن‌پرستی بیشتری را در بین هواداران ایجاد می‌کند همسوست. اغلب هواداران فوتبال از لحاظ جایگاه شغلی، درآمدی، سطح تحصیلات و جایگاه اجتماعی از سطوح پایین جامعه‌اند. هرچه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد پایین‌تر باشد، احتمال بروز رفتارهای نامناسب و انواع خطرها و تهدیدها بیشتر می‌شود. نتیجه این بخش از تحقیق با نتیجه تحقیق نادریان^۳ (۲۰۲۱) که بیان می‌کند هرچه سن و جایگاه اجتماعی پایین‌تر باشد رفتار نامناسب بیشتر است همسوست.

بستر ایمنی و تجهیزات شامل مدیریت ایمنی و امنیت و بسترهای زیرساختی است که مؤلفه بسترهای زیرساختی شامل حمل و نقل، تفریحی و رفاهی است. اگر در زمان حضور هواداران در استادیوم، تجهیزات مناسب رفاهی و تفریحی وجود داشته باشد، هواداران با آرامش بیشتری مسابقات را دنبال می‌کنند که می‌تواند زمینه‌ساز بروز هیجانات مثبت و رفتارهای مناسب آن‌ها باشد. منظور از مؤلفه مدیریت ایمنی و امنیت، تأمین امنیت جانی و مالی هواداران هنگام ورود ورزشگاه و خروج از آن و همچنین ایجاد و استفاده از صندلی‌های راحت برای هواداران باشد. نتیجه این بخش با نتیجه کیوانسا^۴ (۲۰۲۲) همسوست؛ زیرا آن‌ها نیز بیان می‌کنند برای توسعه فرهنگ هواداران در فوتبال، یکی از عوامل اثرگذار توسعه زیرساخت‌هاست. فساد در فوتبال شامل شرط‌بندی غیرعرف-زد و بند با هواداران خاص-عوامل مالی و پولی شناسایی شد که یک وجه اشتراک بین تمام آن‌ها می‌توان یافت و آن وجود انگیزه و منافع برای برخی افراد است. یکی از عوامل فساد در فوتبال، گردش پول زیاد و بدون برنامه و همچنین سوء مدیریت در برخورد با فساد است. نتایج این بخش با نتایج لوجیسیا^۴ (۲۰۲۴) همسوست؛ زیرا وی نیز بیان می‌کند فوریت پیشگیری فساد در فوتبال، شفافیت مالی باشگاه فوتبال و پاسخگو بودن در مدیریت وجوه مالی است. بعضی افراد هوادارنما با گرفتن مبالغه هنگفت از افراد ذی‌نفع به حمایت یا تخریب بازیکنان تیم، مربیان، کادر فنی و مدیریت روی سکوها می‌پردازند. این رفتار طبق قاعده همرنگی، انبوه تماشاگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد و دیگران نیز این رفتار را انجام می‌دهند.

رفتار سازگار نیافته شامل کجروی رفتاری و هواداران پر توقع است. به افرادی که از هنجارهای پذیرفته شده فراتر می‌روند کج رفتار گفته می‌شود و در این پژوهش از مؤلفه‌های رفتار پرخاشگرانه-شایعه‌پراکنی و تهدید تشکیل شده است. پرتاب سنگ و ترقه و شعارهای فحاشی از مصادیق رفتار پرخاشگرانه‌اند که در ورزشگاه دیده می‌شود. براساس نظریه جابه‌جایی در روان‌شناسی، افراد به دلیل عدم دسترسی به منبع ناکامی که می‌تواند عوامل اقتصادی، سیاسی،

¹ Al-Jubouri

² Bahna

³ Kweku quanasah

⁴ logisiya

اجتماعی. خانوادگی باشد و یا عدم توانایی در تلافی ناکامی خود، خشونت خود را با تخریب تجهیزات ورزشگاه - رفتارهای زننده و شعارهای فحاشی تهدید و شایعه‌پراکنی تخلیه می‌کنند. این نتایج با نتیجه تحقیق تیان، شی^۱ (۲۰۲۳) همسوست؛ زیرا آن‌ها نیز بیان می‌کنند افراد هیجانات خود را با کجروی رفتاری تخلیه می‌کنند

تیم فوتبال باشگاه سپاهان، اولین تیم شهرستانی است که توانسته دوقطبی فوتبال را که در انحصار تیم‌های استقلال و پرسپولیس تهران بود بشکند؛ در نتیجه، سطح انتظار هواداران از این تیم خیلی زیاد است که در این پژوهش موجب شناسایی مؤلفه‌های هواداران پرتوقع شده است. نتیجه‌گرایی، مؤلفه‌شناسایی شده در این مقوله است که باعث بروز رفتارهای نامناسب هنگام باخت و نتیجه نگرفتن تیم می‌شود. باید مهارت فردی و میان فردی مواجه شدن با چالش‌ها را در بین هواداران تقویت و توسعه داد و در این صورت است که می‌توان به توسعه فرهنگ هواداری امیدوار بود. تحقیق نجفی، حسینی، امیر نژاد (۱۴۰۲) نشان داد که نتیجه‌گرایی و تغییرات سریع سرمربی و کادر فنی اثر منفی بر باشگاه‌ها و رفتار هواداران داشته است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر آن بود که در یک مقطع از زمان (تیرماه تا بهمن ماه) انجام گردید؛ در این مقطع زمانی حساسیت جدول مسابقات و هیجانات هواداران نسبت به هفته‌های آخر فصل کمتر است؛ بنابراین میتوان گفت این پژوهش محدود به قلمرو زمانی بوده و رفتارهای هواداران می‌تواند نسبت به نتایج آخر فصل مسابقات لیگ دچار هیجانات محسوسی شود. از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر، ممنوعیت ورود بانوان به استادیوم بود که موجب محدودیت مطالعه رفتار آنان، حین برگزاری مسابقه و تأثیر هیجان بسیار مسابقه بر رفتار بانوان شده است.

باتوجه به نتایج تحقیق و مباحثی که مطرح شد می‌توان نتیجه گرفت در تبیین رفتارهای هواداران سپاهان عواملی از جمله ورود سیاسیون به عرصه فوتبال، تبعیض جنسیتی، نبود تجهیزات کافی و انحصاری بودن صدا و سیما و همچنین نبود نظارت کافی و صحیح بر رفتار افراد حاضر در ورزشگاه، محرک بروز رفتارهای نامناسب در ورزشگاه فوتبال است. برای توسعه فرهنگ هواداران و به دنبال آن بهبود رفتار، در درجه اول باید در برخورد با هواداران، در عمل فرهنگ و رفتار مناسب را اجرا کرد تا بازخورد مناسبی را در رفتار مناسب دریافت نمود. در ابتدا باید زیرساخت‌های رفاهی و امنیت هواداران تأمین شود. در زمینه تجهیزات ورزشگاه، تدمین امنیت پارکینگ ورزشگاه برای حفظ وسایل نقلیه آن‌ها، ایجاد تسهیلات رفاهی و خوراکی مناسب، مهیا کردن بستر ترافیک روان بعد از تمام شدن بازی برای جلوگیری از تجمع هواداران پر هیجان با همکاری یگان ویژه و پلیس راهور. از ایجاد حساسیت‌ها در حمایت جانبدارانه از یک تیم خاص به خصوص تیم فوتبال پرسپولیس چه از طریق تلویزیون و چه از طریق افراد مؤثر و مشهور خودداری نمود. آموزش، اجرا و نظارت پروتکل‌های اخلاقی و رفتاری هواداران هر سه باید سلسله‌وار عملی شود. نبود نظارت کافی و اجرای سلیقه‌ای قوانین، در سطوح بالای فوتبال تا سکوهای هواداری به وضوح دیده می‌شود با وضع قوانین تشویقی و حتی تنبیهی و همچنین آموزش افرادی برای نظارت نامحسوس روی سکوهای ورزشگاه، می‌توان گامی در نظارت بر رفتارهای نامناسب و هنجارشکنانه برداشت. با توجه به تعداد زیادی از هواداران خانم و منع ورود آن‌ها به داخل ورزشگاه، وضع قوانین لازم برای حضور خانم‌ها در ورزشگاه لازم به نظر می‌رسد. پیشنهاد می‌شود که مسئولان برگزاری مسابقات درصدد ارتقای این موارد برآیند. همچنین پیشنهاد می‌شود با استفاده از راهکارهای آموزشی، اجتماعی، فرهنگی در تبدیل سکوهای فوتبال به یک کالای اثرگذار فرهنگی اقدام نمایند. پیشنهاد می‌شود برای نهادینه کردن فرهنگ صحیح و مناسب روی سکوهای ورزشگاه، منشور اخلاقی برای رفتار هواداران باشگاه هنگام حضور در ورزشگاه

^۱ Tian & Shi

مشخص شود و آموزش‌های مستمر برای رعایت و احترام به منشور اخلاقی به لیدرهای باشگاه به عنوان افراد کلیدی در ایجاد هیجان روی سکوی ورزشگاه داده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود مدیران از طرح‌های تشویقی و تنبیهی در راستای اجرای صحیح پروتکل‌های اخلاقی و رعایت نکردن پروتکل‌ها توسط لیدرها، استفاده نمایند.

منابع

- Amiri, M., & Nowruzi Seyed Hosseini, R. (2020). An introduction to the method of qualitative research in sport. Tehran: University of Tehran public. (Persian)
- Amann, J., & Doidge, B. (2023). I hadn't realised that change is not a difficult thing: Mobilising football fans on climate change. *Sociology*, 1-17. doi.org/10.1177/00380385221142211
- Andam, R., & Salimi, M. (2014). Investigating the effective factors in creating behavioral abnormalities of fans of Iran's premier handball league. *Biannual Journal of Sports Management and Development*, 6(1). (Persian)
- Andrei, T. (2019). Aspects regarding the behavior of football supporters. *Annals of the Constantin Brâncuși, University of Târgu Jiu Economy Series*, Issue 5.
- Al-Jubouri, Z.H., Al-Janabi, S.A.A., Dweghir, M.A., Saad, O., & Ahmed, F.A. (2019). The psychology of sports intolerance and its relation to the low level of motivation for football fans.
- Bayir, T., & Osmanoglu, H. (2022). A Study on consumer animosity, negative WOM (nWOM), and boycott behaviours of rival football fans. *Sosyoekonomi*, 30(53), 227-242. DOI: 10.17233/sosyoekonomi.2022.03.12
- Bahna, M. (2019). Context matters: Measuring nationalism in the countries of the former Czechoslovakia. *Nationalities Papers*, 47(1), 2-19.
- Benkwita, A., & Healy, L. (2019). 'Think football': Exploring a football for mental health initiative delivered in the community through the lens of personal and social recovery. *Mental Health and Physical Activity*, 17, 100292.
- Biglari, N., Hoseeini nia, R., & Bagheri, R. (2022). Identifying and prioritizing factors affecting the fan crisis in the Premier League. *Sports Management*, 13(4), 1235- 1261. (Persian)
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory*. In SAGE publications.
- Dasgerdi, M., Dabir, A., & Shariati, M. (2020). Structural modeling of concepts of abnormality in Iranian sports. *Karafan Biannual Scientific Journal*, 45, 189- 206. (Persian)
- Doidge, M., Kossakowski, R., & Mintert, S. The impact of international football events on local, national and transnational fan cultures: A critical overview. *Soccer & Society*, 20(5), 711-720. DOI: 10.1080/14660970.2019.1616264.
- Eman, M., & Porjam, D. (2004). Investigating factors influencing students' tendency towards collective behavior. *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 1(4), 79-107. (Persian)
- Fathi nia, M. (2011). Pathology of television sports programs in terms of how to deal with Abnormalities in the behavior of football spectators. *Quarterly Journal of Communication Research*, 17(64), 105-131.
- File, K., & Worlledge, T. (2023). Fan identity and football culture: locating variation in the discursive performance of football fan identities in a UK stadium. *Soccer & Society*. DOI: 10.1080/14660970.2023.2250662
- Farahani, A., Shahmansori, E., & Mondalizade, Z. (2021). Analyzing and prioritizing obstacles to the presence of women in football sports stadiums. *Sports Management Studies*, 12(61), 147-170. (Persian)
- Holmes, B., McHale, K., & Zychaluk, I.G. (2024). Detecting individual preferences and erroneous verdicts in mixed martial arts judging using Bayesian hierarchical models. *European Journal of Operational Research*, 733-745. http://creativecommons.org/licenses/by/4.0
- Javanmard, K. (2022). Sports and social reflections from the perspective of Marcel Mouss. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 2(4), 345-358. Doi: 10.30486/4s.2022.1969317.1072
- Kweku Quansah, T. (2022). New sports stadia for Africa? The impact of sports cape features on attendance intentions in sub-Saharan African club football. *European Sport Management Quarterly*. DOI: 10.1080/16184742.2022.2125549
- Logisya, S. (2024). *Kewajiban Pemerintah Dalam Mencegah Tindak Kidana Korupsi Terhadap Penyaluran Dana Anggaran Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia*. Universitas Negeri Surabaya. ananta.19097@mhs.unesa.ac.id
- Movahedi, M. (2022). Sociology of sports. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 1(1). Doi: 10.30486/4s.2022.1950955.1015
- Naderian, M., & Akhavan, E. (2021). The study of fear of crime and its impact on fans' abnormal behavior at stadiums (A case study of football fans at Fooladshahr stadium in Isfahan, Iran). *Journal of New Studies in*

- Sport Management*, 2(2), 179- 184 Doi: 10.22103/jnssm.2021.17332.1025. (Persian)
- Najafi, A., Hossini, S., & Amirnejad, S. (2023). Identify and rank the factors affecting the instability of the management of football clubs in the premier league. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 3(2), 215- 225 Doi: 10.30486/4s.2023.1950186.1046. (Persian)
- Pearson, G. (2012). *An Ethnography of English Football Fans: Cans, Cops and Carnivals*. Manchester: Manchester University Press.
- Patrick, D. & Hoey, P. (2022). From fanzines to foodbanks: Football fan activism in the age of anti-politics. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(8). 1234–1252, DOI: 10.1177/10126902221077188
- Robson, G. (2000). *'No One Likes Us, We Don't Care'*. The Myth and Reality of Millwall Fandom (Oxford: Berg).
- Reginato, L., & Cisco Collatto, D. (2024). Culture and behavior of controllership leaders in Brazilian companies: An important relationship?. *Contaduría y Administración*, 69 (1), 50-76. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.3284>
- Sayan, A., & Aksan, G.E. (2020). *Fan Culture in the Digital Age: Online Football Fan Forums as the Virtual Extensions of Football Terraces*. Handbook of Research on the Impact of Fandom in Society and Consumerism. P:21
- Sajedi, A. (2020). Consequences of football's strategic commodity on politics and society. *International Studies Journal*, 4(64), 1-22. (Persian)
- Tian, y.Shi, Z.(2022). Chinese football violence: An extended theory of planned behavior model to predict fans' violent behavioral intentions. *behavioral intentions*. *Front. Psychol.* 13:977497. doi: 10.3389/fpsyg.2022.977497