

مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران

اسلام اسلامی آزاد^۱، مسعود ایمانزاده*^۲، مهرداد محرمزاده^۳، نسرين عزيزيان كهن^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۶

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۶/۵

ص ص: ۱۱۳-۷۹

چکیده

با توجه به اهمیت اخلاق در تماشاگری فوتبال، هدف از این تحقیق ارائه "مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران" است. این پژوهش کیفی به روش دلفی انجام شده است. محقق با مطالعه متون، مصاحبه با ۴۳ نفر از خبرگان ورزش فوتبال به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته است. تحلیل مصاحبه‌های حضوری و الکترونیکی، پژوهشگر را قادر به درک مفاهیمی ساخته است که یکپارچگی‌شان با یکدیگر امکان فهم عمیق‌تر چرایی و چگونگی مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران را مهیا کرده است. با استفاده از روش تحلیل دلفی، و ابزارهای مصاحبه‌های نیمه ساختار مند و سپس پرسشنامه در نهایت پس از اشباع نظری، با استخراج، طبقه بندی، و ابتکار محقق به کمک اساتید راهنما و مشاور، در بخش تحقیقات دلفی و پیمایش، نهایتاً ۱۲۴ مولفه در ۱۰ بعد اجتماعی، اقتصادی، علل فردی و روانی، رسانه‌ها و تلویزیون، عوامل قانونی و سیاست-گذاری فرهنگی، تسهیلات و امکانات، عوامل مدیریتی، آموزشی، جمعیت شناختی و چهره‌های ورزشی، در راستای بهبود فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران شناسایی شدند.

۱. دانشجوی مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
islamiaazad98@gmail.com

۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
mas.sport2010@gmail.com* (نویسنده مسئول)

۳. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
mmoharramzadeh@yahoo.com

۴. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
nasrinazizian@yahoo.com

بیشترین توجه به مولفه‌ها در ابعاد مدیریتی، قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری فرهنگی، آموزش و تسهیلات و امکانات بوده است. لازم است که خبرگان و تصمیم‌گیران ورزش به ویژه رشته ورزشی فوتبال، مدیران سازمان‌های ورزشی، صاحبان باشگاه‌ها و نیز مربیان و داوران و بازیکنان فوتبال ، به این ابعاد توجه بیشتری داشته باشند.

واژه های کلیدی: فرهنگ اخلاق مدار، فوتبال، تماشاگران لیگ برتر، دلفی.

Ethics Oriented -Culture Model among Iranian Football Premier League Spectators

Eslam Eslami Azad^{1*}, Masoud Imanzadeh^{2*}, Mehrdad Moharramzadeh³,
Nasrin Azizian Kohan⁴

Abstract

Due to the importance of ethics in football spectators, the purpose of this study is to present a "model of ethical culture among Iranian Football Premier League spectators. This qualitative research has been done by Delphi method. The researcher has collected information by studying the texts and interviewing 43 football sports experts. Analysis of face-to-face and electronic interviews has enabled the researcher to understand concepts whose integration with each other has enabled a deeper understanding of why and how the ethical culture-oriented culture model among Iranian Premier League football spectators. Using Delphi analysis method, semi-structured interviews and questionnaires, finally after theoretical saturation, with extraction, classification, and researcher initiative with the help of supervisors and consultants, in the Delphi research and survey section, finally 124 component in 10 dimension social, economic, personal and psychological causes, media and television, legal factors and cultural policy, facilities, management factors, education, demographics and well-known sports people in order to improve the ethics-oriented culture were identified among the spectators of the Iranian football pro league. The most attention has been paid to the components in the dimensions of management, legislation and cultural policy making, education and facilities .it is necessary

-
1. Student of Sports Management, Department of Physical Education, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran islamiAzad98@gmail.com
 2. Assistant Professor of Sports Management, Department of Physical Education, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran mas.sport2010@gmail.com
 3. Professor of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran mmoharramzadeh@yahoo.com
 4. Associate Professor of Sports Management, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran nasrinazizian@yahoo.com

that sports experts and decision-makers, especially in the field of football, managers of sports organizations, club owners, as well as coaches, referees and football players, pay more attention to these dimensions.

Keywords: Ethics-oriented culture, Football, Premier League spectators, Delphi

مقدمه

ورزش به عنوان فرایندی آموزشی- تربیتی در نظر گرفته می‌شود که نقش مؤثری در رشد و تعالی افراد دارد. ورزش قابلیت این را دارد که در بیشتر مقوله‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اجتماعی ایفای نقش کند و به‌راستی در جهان امروز کمتر پدیده‌های را می‌توان یافت که از چنین ویژگی و قابلیت‌های برخوردار باشد. اما این پدیده جهانی امروزه با چالشی جدی روبه‌روست؛ چالشی که ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی را هدف قرار داده است و به‌راستی نمی‌توان از کنار آن گذشت. این موضوع همان از دست رفتن روح ورزش و اخلاق ورزشی در بین جامعه عظیم ورزش است. بسیاری از متفکران اخلاق معاصر، معتقدند ورزش در رشد فردی و اجتماعی تأثیر دارد و ورزش هر جامعه، چون آیین‌های انعکاس‌دهنده فرهنگ آن جامعه است (صفری جعفرلو و قربانی، ۱۳۹۶: ۱). مهمترین ارزش‌هایی را که از طریق ورزش قابل ترویج و اشاعه است، شامل احترام، عدالت و صداقت است. البته تحقیقاتی نیز در داخل کشور در مورد ارزش‌های اخلاقی در ورزش صورت گرفته است. مثلاً احسانی و شجاع (۱۳۹۲) در کتاب خود با عنوان اخلاق در ورزش با رویکرد کاربردی، به برخی راهکارهای کاربردی در زمینه اشاعه ارزش‌های اخلاقی مانند منشورهای اخلاقی و فرهنگسازی اشاره دارند. همچنین پورسلطانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز به تأثیر محیط‌های فردی، سیاسی، قانونی و اقتصادی فوتبال ایران بر تصمیم‌گیری اخلاقی بازیکنان حرفه‌ای می‌پردازند و این تأثیر را معنادار می‌دانند. پورزنگار (۱۳۹۷) نیز تأکید کرده است میزان وقوع رفتارهای پرخاشگرانه در بین تماشاگران علاقه‌مند به فوتبال در حال افزایش است و باید بر نقش آموزش و فرهنگ تأکید داشت. همچنین علیزاده و انتشاری (۱۳۹۹) نیز بر آموزش، برنامه ریزی دقیق و مدون توسط مسئولین ذیربط و رسانه‌ها در جهت کاهش برآز خشونت در تماشاگران و بازیکنان فوتبال تأکید دارند.

از دیگر سو، با گسترش فناوری‌های ارتباطی و بویژه تلویزیون، ابعاد این مقوله پیچیده و شناخت همه‌جانبه ورزش مورد توجه قرار گرفته است (قاسمی و کشر، ۱۳۹۰). توسعه علوم ورزشی در ابعاد مختلف و انواع عملکردهای مورد بررسی در این حوزه، باعث شده است که مباحث اخلاقی مورد توجه بیشتری قرار گیرد (قره و شجاع، ۱۳۸۹). اما اگر چه ورزش و تربیت بدنی یک نهاد اجتماعی است که می‌تواند موجب تعالی جسم و روح گردد، ولی تجربه نشان داده‌است در عین حال در موقعیت‌هایی، افراد تشویق به نشان دادن رفتارهای غیر اخلاقی همانند تقلب، خشونت، استفاده از داروهای غیر

مجاز و ... در عرصه ورزش شده‌اند (لمیر و همکاران، ۱، ۲۰۰۲). توجه به اخلاقیات عمومی جامعه و توسعه آن یکی از آرمان‌های همه دولت‌ها و اجتماعات بشری است و اگر ورزش می‌تواند به عنوان ابزاری برای نیل به این هدف باشد، لازم است که حداکثر بهره‌برداری از آن به عمل آید (خیری، ۱۳۹۱). پس از این روست که توجه به مدیریت، کاهش و کنترل خشونت و پرخاشگری در ورزش، به ویژه در تماشاگران و طرفداران که درصد قابل توجهی از جامعه را تشکیل می‌دهند، باید محل توجه بزرگی برای تصمیم گیران، جامعه شناسان، مدیران بخش ورزش و ... باشد.

این موضوع به ویژه در ورزش فوتبال که به نوعی پر طرفدارترین و پر مخاطب ترین ورزش گروهی در دنیاست، پررنگ‌تر است. با رواج تب فوتبال در جوامع، حساسیت‌های کاذبی نسبت به این رشته شکل گرفته و به بی‌اخلاقی و بد اخلاقی‌ها در دو گروه تماشاگران و ورزشکاران انجامیده است. اعمالی همچون شرط بندی، تباخی، خشونت و ... از مهم‌ترین انواع بی اخلاقی و بد اخلاقی‌ها در میان تماشاگران این رشته ورزشی است که در سال‌های اخیر رخ داده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۸). امروزه در مسابقات فوتبال شاهد رفتارهای غیراخلاقی تماشاگران نسبت به بازیکنان، داور، اماکن و تجهیزات هستیم (پاپاس و همکاران، ۲، ۲۰۰۴، کانستنت و همکاران، ۲۰۲۰). از نظر سازمان بهداشت جهانی پرخاشگری یعنی استفاده عمدی از قدرت و نیروی فیزیکی به صورت تهدید یا اعمال واقعی آن علیه خود، فرد دیگر یا علیه یک گروه یا اجتماع، به طوری که موجب آسیب، صدمه، مرگ، آسیب روانی و محرومیت شود. این تعریف دربردارنده خشونت میان فردی، بین- فردی و اجتماعی است و دامنه‌ای از فعالیت‌ها و انواع پیامدهای آن را دربرمی‌گیرد (رحمتی، ۱۳۹۴). در همین راستا، پرخاشگری در عرصه فعالیت‌های ورزشی هم به شکل ابزاری و بازتابی یا کلامی و فیزیکی تجلی می‌یابد و از سوی افراد حاضر و شرکت کننده در رویدادهای ورزشی در قبال سایر بازیکنان، تماشاگران، مربیان، مقامات ورزشی، عامه مردم و اموال صورت می‌گیرد. بر اساس پژوهش گابلر ۳، سه نوع پرخاشگری را میان تماشاچی‌های ورزشی می‌توان از یکدیگر متمایز کرد: کلامی، غیرکلامی و بدنی. توهین‌های اهانت‌آمیز، سوت زدن، مسخره کردن و ... جزء پرخاشگری کلامی محسوب می‌شوند. هدف این نوع پرخاشگری، تحقیر بازیکنان و تماشاگران تیم حریف و داوران مسابقه است. پرخاشگری غیرکلامی تماشاگران ورزشی پرخاشگری‌هایی همچون تهدید با مشت گره‌کرده و ژست‌های اهانت‌آمیز است.

1. Lemyre, et al.
2. Papas, et al.
3. Gabler, 1998

پرخاشگری بدنی، با دست‌های خالی یا ابزار (اشیاء پرتابی، زنجیر، چاقو و ...) اغلب علیه داوران، بازیکنان حریف و گاهی علیه پیاده‌روندگان، سایر شهروندان و بعضاً علیه پلیس استفاده می‌شود (فتحی نیا، ۱۳۸۴).

در این میان اهمیت توجه همه جانبه به مدیریت، کنترل و کاهش پرخاشگری، خشونت و بد اخلاقی‌ها در تماشاگران فوتبال در همه جوامع از جمله جامعه ایرانی، به یک لزوم و اهمیت ملی و مدیریتی تبدیل شده و مدیران ورزشی و تصمیم‌گیران این ورزش در کنار علمای علوم مدیریت ورزشی و جامعه‌شناسی، با یکدیگر بر سر توسعه مدل‌های مدیریتی جامعی که بتواند عوامل ایجاد کننده خشونت و نیز عوامل ایجاد کننده یک فرهنگ اخلاقی در تماشاگران فوتبال را شناسایی و ارائه نموده و در کاهش اثرات زیانبار این پدیده منفی اثرات مثبت بر جای گذارد، متفق القول هستند. پس قبل از هر چیز باید دانست که فرهنگ اخلاقی یا اخلاق مدار چیست؟

باید دانست که فرهنگ اخلاقی به عنوان یک سیستم ارزشی در جامعه، به شهروندان آگاهی می‌دهد که نمی‌توانند به هر شکلی که می‌پسندند زندگی کنند و انجام همه امور برای آنان مجاز نیست، رفتار هر فرد عواقبی برای دیگران و برای جامعه‌ای که زندگی می‌کنند، دارد (سمرادوا، ۱۵، ۲۰۱۵). پس با همین دید باید به فعالیت‌های ورزشی نگریست. ورزش یک نهاد و فرایند غالب و اصلی در جامعه است و فرهنگ اخلاقی جامعه تمامی فرایندها و اقدامات ورزشی را نیز در بر می‌گیرد. اخلاق ورزشی مفهومی است که به ارزش‌های اخلاقی - اجتماعی موجود در ورزش نسبت داده می‌شود و توصیفی از رفتار بر وفق هنجارها، مقررات و انتظارات از سوی افراد یا گروه‌های جامعه در حوزه‌ی ورزش است (سزن و بالجیکلی، ۲۰۱۱، ۲). بنابراین می‌توان گفت که خشونت فوتبال - در تحلیلی جامعه‌شناختی - تابعی از ویژگی‌های خرده فرهنگی تماشاگران، ساختار گروهی جماعت تماشاگر و وضعیت عناصر مداخله‌گر در میدان مسابقه (اعم از داور، نیروهای انتظامی و...) است. موضوع هم‌نوایی با برنامه‌ریزی صحیح و همچنین استفاده از تنبیه و تشویق متناسب با بی اخلاقی و ایجاد همدلی نسبت به دیگران از راه‌های توسعه مولفه‌های اخلاقی در بین تماشاگران فوتبال است (جان بزرگی، ۱۳۹۰، ۹). رعایت اصول اخلاقی توسط بازیکنان و مسئولان باشگاه‌ها می‌تواند به عنوان مهم‌ترین عامل برای ایجاد یک فرهنگ اخلاقی در بین تماشاگران نباشد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۰، ۴). بنابراین راه کارهای تسهیلاتی مانند برگزاری مسابقات در زمان مکان و هوای مناسب، استفاده از داوران مجرب و رعایت اصول اخلاقی

توسط بازیکنان در حین برگزاری مسابقه، می‌تواند مهم‌ترین عامل کنترل خشونت و بی‌اخلاقی در ورزشگاه‌های فوتبال باشد (غلامی ترکسلویه و همکاران، ۱۳۹۰: ۶).

باید دانست که در مسابقات ورزشی از جمله ورزش فوتبال، حضار به سه دسته تقسیم می‌شوند:

همکنشان: مقصود از همکنشان کسانی هستند که در بازی یا رقابت مشارکت دارند که می‌توانند خود افراد تیم باشند، یا تیم رقیب. اینان در عملکرد تیم نقش فعال و مؤثر و غیرقابل انکاری دارند.

تماشاچیان: این‌ها تماشاگرانی هستند که خصلت بی‌طرفی نسبی بر آنان غالب است، یعنی برایشان هیچ اهمیتی ندارد که کدام یک از دو تیم برنده یا بازنده باشند.

تشویقگران یا هواداران: واژه fan به معنای مشوق است و مختصر شده کلمه fanatic یعنی متعصب می‌باشد. این گروه، تماشاگران تشویق کننده‌ای هستند که به نسبت به یک تیم یا باشگاه حاصل تعصب می‌ورزند. اینان پویایی بیشتری از تماشاچی عادی بروز می‌دهند (پارسا مهر و ترکان، ۱۳۸۹).

هانس و گوتیر (۱۹۹۲) معتقدند که مهم‌ترین عامل در رونق ورزش حرفه‌ای، افزایش تعداد تماشاگران است. تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای دارند، به صورت غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جنسی دارند (المیری و همکاران، ۱۳۸۸).

اصطلاح اوباشی‌گری و خشونت در فوتبال، برای برجسب زدن به رفتارهایی مانند اشکال متفاوت خشونت کلامی و فیزیکی، پرتاب اشیا به افراد، آسیب رسانی به وسایل و امکانات باشگاه‌ها و استادیوم‌ها، نزاع و درگیری و حتی نزاع با سلاح‌هایی مثل چاقو و اسلحه استفاده می‌شود. این گونه رفتارها هم پیرامون زمین فوتبال و هم نزاع و درگیری بین طرفداران وفادار تیم‌های باشگاهی اتفاق می‌افتد. این گونه رفتار که به اصطلاح علمی خشونت ورزشی، به ۳ دسته عمده تقسیم می‌شود: (۱) خشونت ورزشکاران؛ (۲) خشونت تماشاگران؛ (۳) خشونت داور و مجریان برگزار کننده مسابقات. هر چند این تقسیم‌بندی برای سهولت مطالعه و بررسی رفتارهای مذکور صورت گرفته است، ولی این رفتارها با هم تعامل دارند و خشونت در هر گروه ممکن است به گروه دیگر سرایت کند و به شورش اجتماعی مبدل شود (پاک نژاد

و درانی، ۱۳۸۸: ۴). بدون تردید عوامل متعددی بر بروز خشونت در رفتار تماشاگران فوتبال مؤثر است. دال لاگو (۲۰۰۰) عامل اصلی محرک رفتارهای خاص تماشاگران را به قرار زیر بیان می‌کند:

فوتبال به طرفدارانش اجازه می‌دهد تا عمیق‌ترین احساسات خود را نسبت به بعضی سبمبول‌ها و قراردادهای زبانی نشان دهند. همین امر زمینه‌ای برای ایجاد گروه‌بندی‌های اجتماعی از جمله تقسیم طرفداران به گروه‌های دوست و دشمن می‌شود.

فوتبال، بازی و دیداری ساده بین دو تیم نیست، از نظر طرفداران، مسابقه فوتبال به منزله فرصتی برای یک نبرد مجازی و تشریفاتی بین دوست و دشمن است. این رسم و تشریفات می‌تواند در موقعیت‌های خاص به زد و خورد‌های فیزیکی بی‌انجامد.

استادیوم مکانی برای بازی است نه محلی برای حضور افراد؛ اما از دیدگاه طرفداران بازی، میدان مسابقه، میدانی سمبولیک برای نبرد بین دو گروه دوست و دشمن است (استات و همکاران، ۱، ۲۰۱۲).

محققان معتقدند چارچوب بندی و مدلسازی اخلاق هواداران و تماشاچیان ورزشی بسیار کم مورد توجه پژوهش‌های علمی در حوزه مدیریت ورزشی واقع شده است و مطالعات انجام شده نیز پراکنده باقی مانده است. در مدل سازی اخلاقی قبل از هر چیز باید فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی و نیز فلسفه‌های اخلاقی افراد را شناخت. در فرایند تصمیم‌گیری اخلاقی باید گفت الگوهای تصمیم‌گیری اخلاقی بر تفکر شناختی افراد تمرکز می‌کنند. در این الگوها، تصمیم‌گیری غالباً به صورت یک فرایند پردازش شناختی متوالی است (پارک و استول، ۲، ۲۰۰۵). شیوه فرایند شناختی در تصمیم‌گیری اخلاقی مدت هاست مورد توجه دانشمندان می‌باشد. جونز (۱۹۹۱) الگوی اقتضایی - موردی تصمیم‌گیری اخلاقی را به صورت یک الگوی چهار مرحله‌ای طراحی کرده است. در این الگو برای انجام تصمیم‌گیری اخلاقی چهار مرحله طی می‌شود که عبارتند از: ادراک اخلاقی، قضاوت اخلاقی، تمایل اخلاقی و انجام عمل اخلاقی. عمده تحقیقات حوزه کژ رفتاری و پرخاشگری در داخل کشور به بررسی علل و عوامل پرخاشگری در فوتبال و ورزش از منظرهای مختلف پرداخته اند که جدیدترین، مهمترین و مرتبط ترین تحقیقات می‌توان به تحقیق غلامی و وحیدری‌نژاد (۱۳۹۴) که عوامل ایمنی و بهداشتی، دآوری، پوشش و برگزاری؛ وثوقی و خسروی نژاد (۱۳۸۸) که متغیرهایی فرهنگی و اجتماعی را به‌عنوان مهمترین علل بروز

1. Stott, et al.
2. Park and Stoel
3. Jones
4. Issue - Contingent Model

پرخاشگری معرفی کردند، عباسزاده و همکاران (۱۳۹۳) که گزارش کردند که بین متغیرهای یادگیری پرخاشگری و تحریک رسانه‌های جمعی با هر دو بعد فیزیکی و روانی پرخاشگری تماشاگران همبستگی مستقیم و معنادار وجود دارد ، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸) که دریافتند که متغیرهای چالش‌های روانی خانواده و گروه همسالان، فیلم‌های خشونت آمیز، کنترل پلیس، تحریک مطبوعات با متغیرهای پرخاشگری رابطه معناداری دارند، تحقیق محمدکاظمی و همکاران (۱۳۸۶) که نشان دادند که از بین متغیرهای گوناگون اثرگذار بر خشونت تماشاگران، سن، تحصیلات و وضعیت اقتصادی -اجتماعی، رابطه معکوس معنادار و عوامل محیطی رابطه مستقیم معنادار با بروز خشونت دارد. تحقیق جانبرزگی و همکاران (۱۳۹۰) که عنوان کردند که از میان رویکردهای مختلف کنترل پرخاشگری، اقدامات روانی و نامحسوس بیشترین میزان تأثیر را دارند .

در راستای پشتوانه نظریات گفته شده در مورد پرخاشگری در ورزش، در پژوهش حاضر سعی بر آن شده است تا به طراحی یک مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال در لیگ برتر کشور پرداخته شود. نگاهی به تحقیقات انجام شده داخلی و خارجی موید این مطلب است که عوامل مختلفی می‌توانند زمینه ساز ایجاد یک فرهنگ اخلاقی در این زمینه باشند. خاقانی آور و شانوزا (۱۳۹۵) به سه دسته عوامل اجتماعی (همسالان، خانواده و مدارس)؛ علل روانی (شرایط گروهی و محیطی ورزشگاه‌ها، عدم تخلیه هیجانات ، کاهش کیفیت و کمیت مکانهای ورزشی و ...)؛ و عوامل فرهنگی (نقش رسانه‌ها و تلویزیون در فرهنگ سازی، حمایت اخلاقی از مدیران فوتبال، اخلاق حرفه ای در میان بازیکنان و مدیران فوتبال و) در کاهش خشونت و پرخاشگری در فوتبال با تأکید بر بهبود فرهنگ هواداری اشاره کرده اند. رجبیلو و همکاران (۱۳۹۲) به نقش و اهمیت سیاستگذاری فرهنگی در بهبود فرهنگ هواداری در فوتبال و توجه به ابعادی چون توجه بیشتر به خصوصی سازی صحیح در بخش ورزش، ایدئولوژیزه کردن ورزش، افزایش اختیارات دولت در ورزش، و نظارت بر انتخاب مدیران و روسای ورزشی ، در ایجاد یک فرهنگ اخلاقی در تماشاگران ورزش فوتبال و نیز کاهش خشونت در این ورزش تأکید داشته‌اند. رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) بر راهکارهای اجتماعی، مدیریتی، اقتصادی، تسهیلاتی، آموزشی و قانونی در ایجاد مولفه‌های اخلاقی در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر کشور تأکید داشته و شیعیان و شفیع (۱۳۹۹) نیز علل بی‌اخلاقی در این ورزش از سوی تماشاگرانرا در حوزه های تسهیلات و امکانات، عرصه های مدیریتی، حوزه آموزش و حوزه وضع و اجرای قوانین از سوی دولت و نهادهای ذیربط دانسته اند. وثوقی و خسروی نژاد (۱۳۸۸) بر بهبود داوری، عملکرد رسانه ها، بهبود جو

تماشاگران، بهبود وضعیت استادیوم‌ها و خدمات رفاهی، بهبود رفتار مربیان، داوران و بازیکنان، رفتار پلیس و کنترل اوباش از سوی آنها، و تمرکز بر عوامل جمعیت شناختی (سن، درآمد، تحصیلات، طبقه اجتماعی و ...) به عنوان عوامل فرهنگی - اجتماعی موثر بر رفتار هیجانی تماشاگران تاکید کرده اند. قاسمی (۱۳۹۴) بر نقش رسانه‌ها به ویژه تلویزیون در ایجاد فرهنگ ورزشی برای بهبود رفتارهای تماشاگران تاکید نموده اند. همچنین دویس ۱ (۲۰۲۱) بر پیامدهای کار و رفاه داوران و همچنین کیفیت مسابقات فوتبال در میزان خشونت و رفتارهای خصمانه در فوتبال تاکید دارند؛ هدلستون ۲ (۲۰۲۱) نیز بر شکل‌گیری خاص فرهنگی اجتماعی مردانگی در فوتبال که سبب ساز طیف وسیعی از رفتارهای پرخاشگرانه و مضر با تمایلات غالب فرهنگی در فوتبال می‌گردد، را موثر دانسته‌اند. کانستنت (۲۰۲۰) بر عدم وجود یک سبک مدیریتی تحول آفرین و اخلاقی برای رفع خشونت در ورزش فوتبال تاکید داشته و نیوسون ۳ (۲۰۱۷) نیز در نتایج تحقیقات خود دریافته است که در کاهش خشونت‌گرایی و پرخاشگری در ورزش فوتبال، باید به نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی تاکید و تکیه نمود. از دیگر سو، باویس ۴ (۲۰۱۶) بر اهمیت بهبود مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در مدیران بخش ورزش و نیز داوران و بازیکنان در جهت بهبود خشونت‌گرایی در تماشاچیان این ورزش تاکید کرده‌اند. کواکلی و دانتلی (۲۰۰۴) نیز بر عواملی چون طبقه اجتماعی و نژادی، درجه اهمیت مسابقه برای تماشاگران، سابقه دیدارهای قبلی دو تیم با تماشاگران دو تیم، کنترل خشونت آمیز و پرخاشگرانه جمعیت، محل انجام مسابقه، زمین بی طرف در مقابل میزبانی یکی از تیم‌ها، نحوه رسیدن به مسابقه با ماشین شخصی با وسایل حمل و نقل عمومی، بروز بازی خشن از سوی بازیکنان، قضاوت ضعیف داور، و ... را از عوامل اصلی ایجادکننده پرخاشگری در فوتبال برشمرده‌اند.

بنابراین با توجه به تبیین مسئله پرخاشگری در تماشاگران و لزوم توجه به ایجاد یک فرهنگ اخلاق مدار در میان آنها که در بالا اشاره شد و نیز مروری بر نتایج برخی تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده، لزوم و اهمیت طراحی یک مدل فرهنگ اخلاق مدار با نظر به همه عوامل زمینه ساز یک فرهنگ اخلاق مدار برای بهبود رفتارهای روانی و احساسی و انسانی تماشاگران فوتبال در باشگاه‌های ورزشی کشور به شدت احساس می‌شود. به گونه‌ای که در ابتدا نسبت به بررسی و شناخت همه جانبه تمامی عواملی که بر طراحی یک مدل فرهنگ اخلاق مدار در تماشاچیان فوتبال از دیدگاه خبرگان و مدیران ورزشی اقدام شده و سپس به آزمون مدل طراحی شده از دیدگاه تماشاگران باشگاه‌های ورزشی بنام

1. Devis
2. Huddleston
3. Newson
4. Bavec

کشور در طی یک فرایند تحقیق علمی اقدام گردد. این مساله، روال اصلی تحقیق حاضر را تشکیل می- دهد و در این راستا سوال اصلی این تحقیق آن است که مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران چیست؟ عواملی که بر طراحی یک مدل فرهنگ اخلاق مدار بین تماشاگران لیگ برتر موثر هستند؛ کدامند؟ مدل فرهنگ اخلاق مدار بین تماشاگران لیگ برتر چگونه است؟ اعتبار و پایایی مدل طراحی شده برای فرهنگ اخلاق مدار بین تماشاگران لیگ برتر چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

بر اساس لایه‌های پیاز پژوهش (ساندرز، ۱، ۲۰۰۸) نگاه پژوهشگر در این تحقیق از نوع نگاه تفسیری و سپس اثبات‌گرای به پدیده‌ها است؛ یک تحقیق توسعه‌ای - اکتشافی است؛ از دو رویکرد کیفی تحلیل محتوای متون مرتبط با موضوع تحقیق جهت دستیابی به ابعاد موثر در ایجاد فرهنگ اخلاق مدار در تماشاچیان فوتبال لیگ برتر کشور در قدم اول و سپس رویکرد کیفی دلفی برای شناخت نهایی این ابعاد از دیدگاه خبرگان بهره برده شده است. همچنین از یک راند مصاحبه نیمه ساختار یافته جهت دریافت بیشتر نظرات خبرگان در زمینه ابعاد فرهنگ اخلاق مدار در تماشاچیان فوتبال لیگ برتر کشور علاوه بر ابعاد شناسایی شده از دل ادبیات نیز بهره برده شده است. محقق برای هر دو مرحله مطالعات نظری و طراحی مدل از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده کرده است. محقق در این پژوهش با رویکردی حال‌نگر، از شناسایی و تبیین و آزمون نتایج به دست آمده از پرسشنامه و مصاحبه استفاده کرده و بررسی متون ، مصاحبه با اساتید، مدیران و کارشناسان استفاده نموده است. لازم به ذکر است که فقدان چارچوب نظری، که به عنوان عمده ترین علت استفاده از روش دلفی در این تحقیق بوده است. گردآوری اطلاعات و داده‌ها در روش دلفی به روش مصاحبه با ۱۲ سوال باز و سنجش نظرات با پرسشنامه بسته با ۱۱۴ عامل پس از انجام مصاحبه ها انجام شده و محقق به هدایت تمامی مصاحبه‌ها اقدام کرده است. همچنین پرسشنامه برای امتیازدهی ابعاد فرهنگ اخلاق مدار مستخرج از ادبیات از دیدگاه خبرگان اقدام کرده است. نخستین منبع جمع‌آوری داده‌های پژوهش، مصاحبه با ۴۳ نفر از خبرگان و کارشناسان ورزشی برجسته و با سابقه در زمینه فوتبال بوده است. تحلیل این مصاحبه‌های حضوری و الکترونیکی، بوده است.

یافته های تحقیق

تحلیل محتوای ادبیات و متون

بر اساس پیشینه تجربی و تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده، عوامل تعیین کننده یک مدل فرهنگ اخلاق مدار در تماشاگران لیگ برتر فوتبال نیاز به بررسی بیشتر و مصاحبه با خبرگان ورزشی و جامعه شناسی و مدیریتی برای شناخت عوامل موثر بر کاهش خشونت و پرخاشگری و طراحی یک مدل فرهنگ اخلاق مداری وجود دارد. تحقیقات مختلف بررسی شده در ادبیات و پیشینه مطالعاتی تحقیق، در جدول ۱، به صورت دسته بندی ده گانه ابعاد مدل فرهنگ اخلاق محور در تماشاچیان و زیر ابعاد آنها و دسته بندی تحقیقات داخلی و خارجی پردازنده به آنها به عنوان مدل اولیه برای ورود به بخش دلفی اقدام شده است:

جدول ۱: دسته بندی ده گانه ابعاد مدل فرهنگ اخلاق محور در تماشاچیان و زیر ابعاد آنها و دسته بندی تحقیقات داخلی و خارجی پردازنده به آنها

ابعاد	زیر ابعاد	تحقیقات مرتبط با ابعاد
عوامل اجتماعی	تاثیرات همسالان، خانواده و مدارس؛ تاکید بر نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی در میان مدیران فوتبال، طبقه اجتماعی، کسب هویت و موفقیت های ظاهری در مقابل رقبا، رفع عقده گشایی ها و ابراز تنفر نسبت به رقبا و تیم های دیگر، عقاید سیاسی - اجتماعی، ارتباط با دوستان و بستگان دارای سابقه جرم، هویت یابی های منطقه ای و محلی، مدیریت فردی و جمعی شهرت، ایجاد احساس همبستگی و تعلق، قدرت و خود مختاری، کنترل عصیان اجتماعی و خودنمایی در اجتماع، مسئولیت اجتماعی تماشاچیان، رفتار شهروندی تماشاچیان	اسکات و همکاران (۲۰۱۲)، صفا بخش (۱۳۸۸)؛ حاتمی و همکاران (۱۳۹۷)؛ جان بزرگی و همکاران (۱۳۹۰)، نیازی پور و سهرابی (۱۳۹۲)، وثوقی و خسروی نژاد (۱۳۸۸)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)، محمد کاظمی و همکاران (۱۳۸۶)، اسپنج (۲۰۱۴)، کویان چوگال، گوکتاس و دمیر (۲۰۱۵)، اینو و همکاران (۲۰۱۵)،
عوامل اقتصادی	ایجاد بودجه برای بهبود امکانات و تسهیلات استاد یوم ها، ایجاد بودجه برای سامان دهی به تماشاچیان و طرفداران تیم ها، بودجه برای آموزش بهتر داوران و مربیان، ایجاد بودجه برای آموزش در	آقایی و صفاری (۱۳۹۸)، نیازی پور و سهرابی (۱۳۹۲)، صفا بخش (۱۳۸۸)؛ محمد کاظمی و همکاران (۱۳۸۶)، کویان چوگال، گوکتاس و دمیر (۲۰۱۵)، سلند و

کاشمور(۲۰۱۵)، ذوالاکتاف(۱۳۸۹)، کانستنت (۲۰۲۰). کانستنت (۲۰۱۹)، پاک نژاد و درانی (۱۳۸۸)، پارسا مهر و ترکان (۱۳۸۹)

آقایی و صفاری (۱۳۹۸)، عباسزاده و همکاران (۱۳۹۳)، جانبزرگی و همکاران (۱۳۹۰)، پارت و فورتیر (۲۰۱۸)، سیمون و جاناناتان (۲۰۰۷)، اسپنج (۲۰۱۴)، خاقانی آور و شانواز (۱۳۹۵)، فرجاد (۱۳۸۳)، صفری شیرکوهی و همکاران (۱۳۹۰)، کوراکیس (۲۰۰۴)

عباس زاده و همکاران (۱۳۹۳)، قاسمی (۱۳۹۴)، ترکسلویه و حیدری نژاد (۱۳۹۴)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)، هادلستون (۲۰۲۱)، کوراکیس (۲۰۰۴)، دوناهو و همکاران (۲۰۰۹)، گرنج و کر (۲۰۱۰)، کویان چوگال، گوکتاس و دمیر (۲۰۱۵)، بینجوید و همکاران (۲۰۱۵)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)،

عباس زاده و همکاران (۱۳۹۳)، دوپس (۲۰۲۱)، کانستنت (۲۰۱۹)، راکود و اسپاچی (۲۰۱۷)، نیوسون (۲۰۱۸)، اسمیت و لرد (۲۰۱۷)، رجبو و همکاران (۱۳۹۲)، صفری شیرکوهی و همکاران (۱۳۹۰)، صفاپخش (۱۳۸۸)، حیدرینژاد (۱۳۹۴)، وثوقی و خسروینژاد (۱۳۸۸)،

بخش ورزش‌های همگانی، بودجه برای فرهنگ- سازی در امر تماشاگری، توجه به امر بیکاری و تبعات اقتصادی آن.

نوع هیجانات افراد و گروه‌های تماشاچی و عوامل موثر بر عدم تخلیه هیجانات، و ...، هیجان‌طلبی، تیم‌گرایی، روحیه خشونت‌طلبی، عدم تخلیه هیجانات روحی و روانی، اضطراب، تنهایی، انتقام‌جویی، هیجان‌زدگی و برانگیختگی هیجانی خوشایند، ایجاد هویت مردانه و خشن،

فرهنگ‌سازی، حمایت اخلاقی از مدیران فوتبال، ترویج اخلاق حرفه‌ای در میان بازیکنان و مدیران فوتبال، تحریرات روزنامه‌نگاران ورزشی، جوسازی روزنامه‌های ورزشی، جنجال‌سازی مطبوعات در بازی‌های مهم و دربی‌ها با تیتراهای پررنگ، وارونه جلوه دادن گفته‌های چهره‌های محبوب دربی‌ها، تحریک روزنامه‌ها برای ایجاد شایعات، حاشیه‌ها، اختلافات و درگیری‌ها، خط و نشان کشیدن و کرکری خواندن‌ها

فرهنگ هواداری در فوتبال و توجه به ابعادی چون توجه بیشتر به خصوصی‌سازی صحیح در بخش ورزش، ایدئولوژیزه کردن ورزش، افزایش اختیارات دولت در ورزش، و نظارت بر انتخاب مدیران و روسای ورزشی، رفتار پلیس و کنترل اوباش از سوی آنها و ... قانون‌گذاری برای نحوه داوری، مدیریت جریان‌ات پس از شکست و ناکامی در مسابقه، رفتار ورزشکاران تیم مقابل، حساسیت رقابت، مسابقه مهیج و محرک

علل فردی و روانی

رسانه‌ها و تلویزیون

عوامل قانونی و سیاست‌گذاری فرهنگی

<p>رجب زاده و همکاران (۱۳۹۶)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)، بینجوید و همکاران (۲۰۱۵)، پاک نژاد و درانی (۱۳۸۸)، رحمتی (۱۳۹۲)، عنبران (۱۳۸۸)، شیخی و شریفیان (۱۳۹۶)، ترکسلویه و حیدری نژاد (۱۳۹۴)، شهلائی و همکاران (۲۰۱۴)، کواکلی و دانتلی (۲۰۰۴)،</p>	<p>نحوه رسیدن به مسابقه با ماشین شخصی با وسایل حمل و نقل عمومی، شرایط گروهی و محیطی ورزشگاه‌ها، کاهش کیفیت و کمیت مکان‌های ورزشی، بهبود وضعیت استادیوم‌ها و خدمات رفاهی، طراحی صحیح ورودی و خروجی‌ها، طراحی جایگاه‌های راحت و مناسب جهت تماشاگران، ساخت سرویس‌های بهداشتی مناسب و کافی، نرده‌کشی و حفاظ‌بندی مناسب، ایجاد امکان خریدن بلیط الکترونیکی به صورت آنلاین، ورودی مناسب برای استادیوم و محل مناسب پارک ماشین، و موقعیت جغرافیایی استادیوم</p>	<p>تسهیلات و امکانات (عوامل وضعیتی)</p>
<p>هادلستون (۲۰۲۱)، دوپس (۲۰۲۱)، نیوسون (۲۰۱۷)، رجب‌لو و همکاران (۱۳۹۲)، گای و همکاران (۲۰۱۷)، کانستنت (۲۰۱۹)، اسمیت و لرد (۲۰۱۷)، شیخی و شریفیان (۱۳۹۶)، سلیمی (۱۳۹۶)، شفیعی و همکاران (۱۳۹۵)، محمدی (۱۳۹۲)، جان بزرگی و همکاران (۱۳۹۰)، حیدرینژاد (۱۳۹۴)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)،</p>	<p>حوزه آموزش و حوزه وضع و اجرای قوانین از سوی دولت و نهادهای ذیربط برای مدیران و تصمیم‌گیران بخش ورزش فوتبال، مدیریت عدم تحمل تبعیض و آزار و اذیت؛ بازی جوانمردانه؛ تبعیت از قانون، قواعد و مقررات؛ جلوگیری از تعارض منافع؛ شفافیت و اطاعت؛ مسئولیت‌های اجتماعی و زیست-محیطی؛ مدیریت و کنترل رشوه و فساد؛ ممنوعیت شرط بندی و دستکاری نتایج؛ حضور و نقش پلیس در رویداد و حضور درمیان توده تماشاگران؛ هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی در میان مدیران فوتبال، مدیران باشگاه‌ها و ...؛</p>	<p>عوامل مدیریتی</p>
<p>باویس (۲۰۱۶)، آرمسترانگ و هریس (۲۰۰۴)، غلامی ترکسلویه و حیدری نژاد (۱۳۹۴)، حیدرینژاد (۱۳۹۴)، مارک و استون (۲۰۰۵)، رحمتی (۱۳۹۲)، سلیمی (۱۳۹۶)، یانگ (۲۰۱۵)، سلیمی (۱۳۹۶)،</p>	<p>ایجاد آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی برای بهبود داوری، بهبود رفتار مربیان، داوران و بازیکنان، بهبود مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در مدیران بخش ورزش، و ...؛ دخالت‌های بیرونی نیروهای پلیس، دستگاه قضایی، آموزگاران مدارس و سیاست-مداران که به منظور جلوگیری از عملکرد طبیعی عوامل ذاتی محدود کننده، ظرفیت‌ها و امکانات و فلسفه ایجاد رویدادها و رقابت‌های ورزشی، اطلاع-رسانی کامل، آموزش اخلاقی</p>	<p>آموزش</p>
<p>راکوود و اسپاچی (۲۰۱۷)؛ دانینگ</p>	<p>سن، درآمد، تحصیلات، طبقه اجتماعی و نژادی،</p>	<p>عوامل جمعیت</p>

<p>شناختی</p> <p>درجه اهمیت مسابقه برای تماشاگران ، بیکاری، داوری جانب دارانه،</p> <p>دو تیم با تماشاگران دو تیم، زمین بی طرف در مقابل میزبانی یکی از تیم ها، بروز بازی خشن از سوی بازیکنان، قضاوت ضعیف داور، کسب شهرت و منافع اقتصادی در ورزش؛ مدیران و اقوام برای رسیدن به سطوح کیفی بالاتر؛ عدم تأکید بر روحیه ورزشکاری و اهمیت کار تیمی در سطح آماتوری؛ تجاری شدن ورزش</p>	<p>(۲۰۰۰)، بویس (۲۰۱۶)، محمدکاظمی و همکاران (۱۳۸۶)، پاک نژاد و درانی (۱۳۸۸)، رحمتی (۱۳۹۲)، خاقانی و شانواز (۱۳۹۵)، آقایی و صفاری (۱۳۹۸)، کشکر و همکاران، (۱۳۹۰)، محمدی (۱۳۹۲)، صفابخش (۱۳۸۸)، بینجوید و همکاران (۲۰۱۵)، کوراکیس (۲۰۰۴)، دوناو و همکاران (۲۰۰۹)، گرنج و کر (۲۰۱۰)، پاک نژاد و درانی (۱۳۸۸)، رحمتی (۱۳۹۲)، کواکلی و دانтели (۲۰۰۴)</p>
<p>چهره‌های ورزشی</p>	<p>محمدی (۱۳۹۲)، صفابخش (۱۳۸۸)، بینجوید و همکاران (۲۰۱۵)، کوراکیس (۲۰۰۴)، دوناو و همکاران (۲۰۰۹)، گرنج و کر (۲۰۱۰)، پاک نژاد و درانی (۱۳۸۸)، رحمتی (۱۳۹۲)، کواکلی و دانтели (۲۰۰۴)</p>

کدهای استخراجی از مصاحبه های خبرگان

در جدول ۲ نمونه ای از کدهای استخراجی از مصاحبه‌های خبرگانی که به صورت شفاهی مصاحبه شدند و نکات تکمیلی پرسشنامه‌های باز خبرگانی که به صورت الکترونیکی نظر سنجی شدند، سازماندهی و معرفی شده‌اند؛

جدول ۲: نمونه ای از کدهای استخراجی از مصاحبه های خبرگانی

کدهای استخراجی	بعد مدل پیشنهادی
حضور والدین و کودکان و سالخوردگان موجب خود کنترلی می شود، حضور طیف‌های مختلفی از جامعه که سبب تک طیفی شدن حضور جوانان با روحيات پرخاشگرانه نشود، حضور بانوان و خانواده ها موجب کم شدن جایگاه ها با افراد با رفتار ناهنجار و افزایش نظارت می شود.....	اجتماعی
فراهم شدن یک فرصت شغلی به عنوان کسب درآمد مانند خرید سهام باشگاه برای تماشاگران، شرایط و تخفیفاتی برای تماشاگران، وضعیت مالی شخصی، تهیه راحت بلیط، شرایط اقتصادی بد افراد، سختی مالی در تهیه بلیط، دریافت خدمات در	اقتصادی

کدهای استخراجی

ازای قیمت پرداخت شده، و

خودکنترلی افراد، فراهم آوردن محیط با نشاط و منظم برای تخلیه انرژی تماشاگران، خصوصیات شخصی و فردی، علائق شخصی، وجود استعداد روانی پرخاشگری در فرد و

علل فردی و روانی

مثبت گرایی در انتشار اخبار برای آرامش در تماشاچیان، افکار عمومی جامعه را مهندسی نکنند، صرفا اطلاع رسانی و آموزش و آگاهی بدهند، پرهیز رسانه ها از بزرگنمایی مسائل و حواشی فوتبال، اخلاق مداری در رسانهها، نظارت بر رسانهها برای اخلاق مداری و ترویج فرهنگ مناسب فوتبال و نه افزایش درآمد تبلیغات با حاشیه سازی،

رسانه ها و
تلویزیون

عدم دخالت تماشاگران به عنوان فوتبال لیدر و رهبر و همه کاره باشگاهها یا خط دهی مدیر عامل و سرمربی، بهبود نحوه مدیریت کردن و سیاست گذاری ها، وضع قانون در مورد تشویق یا تنبیه تماشاچیان، رفع مشکلات اقتصادی مردم به عنوان تماشاگر، از طرف افراد بالا دستی سیاست گذاری برای بخش های مختلف فوتبال انجام شود، بهبود ساختار تشکیلاتی و مدیریتی کانون های هواداری، استفاده از پلتفرم های الکترونیکی برای جایگزینی ساختار معیوب فعلی کانون هواداران و توسعه آموزش فرهنگ هواداری از طریق آن و

عوامل قانونی و
سیاستگذاری
فرهنگی

طراحی و ساخت استادیوم های دارای امکانات رفاهی خانواده ها ، دسترسی به وسائل حمل و نقل آسان به مرکز شهر ، نزدیک به هتل های با کیفیت برای اسکان تماشاگران غیر بومی، الگو برداری از جام جهانی برای امنیت تماشاگران و برنامه های شاد و مطابق عرف جامعه و امکانات رفاهی، مد نظر قرار دادن دمای هوا و نور کافی استاندارد برای ورزشگاهها و استادیومها،

تسهیلات و امکانات

سازماندهی تماشاگران و هواداران تیم، در نظر گرفتن افراد متخصص به عنوان مدیر باشگاه، عدم داخل کردن سیاست در رشته مفرح و مهیج فوتبال، مدیریت نتایج غیر دلخواه مسابقات فوتبال در پشت پرده، عدم توجه و استقبال از خواسته های تماشاگران توسط فدراسیون، باید مدیریت دولت بر فوتبال پذیرفته شود و این امر با آموزش و همدلی با تماشاگران و مردم میسر است، و

عوامل مدیریتی

آموزش از طریق باشگاهها، آموزش از طریق رسانهها، آموزش از طریق فدراسیون، سازماندهی نحوه تشویق و شعار دادن توسط تماشاگران با اطلاع رسانی در سطح شهر، آموزش فرهنگ مواجه شدن با یک مسابقه ورزشی قبل و بعد بازی ، آموزش انتظارات واقعی از تیمها در مقابل بودجه و قابلیت های تیم و

آموزشی

تحصیلات، شغل فرد ، سن، بی تجربگی در فوتبال و هواداری، درآمد، فرهنگ و خرده فرهنگهای قومیت های مختلف

جمعیت شناختی

کنترل و نظارت بر رفتارهای غیر کلامی مربیان که تحریک کننده خشونت تماشاگران و بر هم زدن نظم ورزشگاه است، مربیان باید از این نظر آموزش، مدیریت و کنترل شوند، نباید تماشاچی ابزار دست تیم و مربیان شود برای رسیدن به مقاصدش، پرهیز مدیران از جهت گیری های یک جانبه ، عدم حمایت مدیران و چهره ها از تیم های خاص و بی توجهی به دیگر تیمها که روی رفتار تماشاگر اثر دارد، و

چهره های ورزشی

مراحل استخراج کدها در راند اول دلفی

در دور اول روش تحلیل اکتشافی دلفی، تمامی ابعاد امتیاز داده شده از سوی خبرگان و کارشناسان مصاحبه شده به صورت الکترونیک و ابعاد استخراجی از مصاحبه خبرگانی که به صورت شفاهی مصاحبه کردند، میزان موافقت یا مخالفت خبرگان مورد نظر سنجی در زمینه ابعاد مدل فرهنگ اخلاق مدار در راند اول، آندسته از شاخصهای ابعاد مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران که نظراتخبرگان و کارشناساندارای انحراف معیار بالاتر از ۱/۵ (سطح واقع بینانه) بوده است، حذف شده‌اند و بقیه عواملی که دارای انحراف معیار کمتر از ۱ بوده‌اند، پذیرفته شده‌اند و مبنای مرحله دوم یا راند دوم دلفی قرار گرفته‌اند. برخی نتایج این تحلیل در جدول ۳ آورده شده است:

جدول ۳: نتایج راند اول تحلیل دلفی

انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۶۶	تاثیرات همسالان، خانواده و مدارس	اجتماعی
۰/۷۵	رفتار شهروندی فرد	
۰/۶۱	تاکید بر نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی	
۰/۷۱	طبقه اجتماعی	
۰/۷۹	قدرت و خود مختاری،	
۱/۰۳	عصیان اجتماعی و خود نمایی در اجتماع،	
۰/۹۴	مسئولیت اجتماعی تماشاچیان	
۱/۱۲	ایجاد بودجه برای بهبود امکانات و تسهیلات استادیومها	اقتصادی
۱/۰۰	ایجاد بودجه برای سامان دهی به تماشاچیان و طرفداران تیمها	
۰/۸۲	بودجه برای آموزش بهتر داوران و مربیان،	

انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۸۹	ایجاد بودجه برای آموزش در بخش ورزش‌های همگانی	
۱/۰۷	بودجه برای فرهنگ سازی در امر تماشاگری،	
۱/۱۳	توجه به امر بیکاری و تبعات اقتصادی آن.	
۰/۷۸	نوع هیجانانگیز افراد و گروه‌های تماشاچی	علل فردی و روانی
۰/۷۲	تیم‌گرایی	
۰/۸۱	روحیه خشونت‌طلبی	
۰/۸۴	عدم تخلیه هیجانانگیز روحی و روانی	
۰/۵۶	هیجان‌زدگی و برانگیختگی هیجانی خوشایند	
۰/۷۵	ایجاد هویت مردانه و خشن	

در این مرحله تمامی معیارهای بررسی شده از دیدگاه خبرگان در حد مطلوبی قرار داشتند و انحراف معیار پاسخها در مورد هیچ‌یک از نظرات از ۱/۵ کمتر نشده است و بنابراین همه این عوامل به همراه عوامل غیر مشترکی که از مصاحبه‌های شفاهی از دیگر خبرگان بر طبق جدول ۴-۲ استخراج شده است، برای تحلیل در راند دوم دلفی که بررسی سخت‌گیرانه‌تری با دیدگاه‌های خبرگان با سابقه بالاتر و واردتر است، مبنای قرار گرفته است.

استخراج کدها در راند دوم دلفی

در دور دوم روش تحلیل اکتشافی دلفی، تمامی ابعاد امتیاز داده شده در پرسشنامه استخراجی از راند اول دلفی سطح انحراف معیار مجدد، منتهای اینبار با سطح سخت‌گیرانه‌تر بالاتر از ۰/۹ (سطح سخت‌گیرانه) قرار گرفتند و آندسته از معیارها در این پرسشنامه که دارای انحراف معیار بالای عدد ۱ بودند، حذف شده و مبنای طراحی پرسشنامه مرحله کمی تحقیق قرار گرفته‌اند. نهایتاً از راند دوم تحلیل دلفی، تعداد ۵۹ عامل به دلایلی دارا بودن انحراف معیار بالای ۰/۹ مورد تأیید قرار نگرفته‌اند و در نتیجه ۱۲۴ عامل به عنوان عوامل نهایی باقی مانده‌اند که در جدول ۴ مشاهده شده و مبنای طراحی مدل نهایی تحقیق قرار گرفته است:

جدول ۴: نمونه ای از ۱۲۴ عامل باقیمانده از هر دو راند دلفی برای طراحی مدل نهایی تحقیق

انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۷۳	تاثیرات همسالان، خانواده و مدارس	اجتماعی
۰/۶۱	رفتار شهروندی فرد	
۰/۵۷	تاکید بر نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی	
	کسب هویت و موفقیت‌های ظاهری در مقابل دیگر افراد به واسطه	
۰/۶۵	فوتبال	
۰/۳۹	رفع عقده گشاییها و ابراز تنفر نسبت به رقبا و تیم‌های دیگر	
۰/۷۳	ارتباط با دوستان و بستگان دارای سابقه جرم	
۰/۶۷	شهرت فردی و جمعی	
۰/۸۲	قدرت و خود مختاری،	
۰/۸۴	سطح پرخاشگری، عصیان اجتماعی و خود نمایی در اجتماع،	
۰/۸۴	مسئولیت اجتماعی تماشاچیان	
۰/۸۲	اختصاص بودجه برای بهبود امکانات و تسهیلات استادیوم‌ها	اقتصادی
۰/۵۷	بودجه برای آموزش بهتر داوران و مربیان،	
۰/۶۱	نوع علائق، هیجانات افراد و گروه‌های تماشاچی	علل فردی و روانی
۰/۶۱	تیم گرایی	
	وجود استعداد روانی پرخاشگری در فرد و عدم تخلیه هیجانات	
۰/۶۱	روحي و روانی	
۰/۵۷	هیجان طلبی	
۰/۶۵	اضطراب	

انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۶۷	تنهایی	
۰/۶۹	انتقام جویی	
۰/۶۳	هیجان زدگی و برانگیختگی هیجانی خوشایند	
۰/۶۱	ایجاد هویت مردانه و خشن	
۰/۵۷	عدم خودکنترلی افراد	
	نقش رسانه‌ها در اشاعه فرهنگ گرایش به ورزش و پرهیز از جو سازی، تیتراژ سازی، حاشیه سازی و بازی های روانی و آتش به معرکه	رسانه ها و تلویزیون
۰/۶۹	بردن رسانه ها علیه فوتبال	
۰/۷۷	بهبود الگوسازی فوتبال در رسانه‌ها، حمایت هیجانی، عاطفی تماشاچیان توسط رسانه‌ها برای تنظیم	
۰/۸۷	انرژی روانی آنان	
۰/۶۹	تقویت مثبت ورزشکاران غیرحرفه ای	
	مثبت گرایی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به ورزش حرفه‌ای و اخلاق ورزشی در رسانه ها برای ایجاد آرامش در تماشاگران	
۰/۸۵	تحریک خط و نشان کشیدن و کرکری خواندن‌ها	
۰/۶۱	تحریک روزنامه‌ها برای ایجاد شایعات، حاشیه ها، اختلافات و درگیری ها	
۰/۶۶	وارونه جلوه دادن گفته‌های چهره‌های محبوب دربی ها و مربیان تیم های ورزشی	
۰/۸۴	های ورزشی	
۰/۶۶	ترویج اخلاق حرفه ای در میان بازیکنان و مدیران فوتبال	
	توسعه فرهنگ هواداری در فوتبال و توجه به رفتار پلیس و کنترل	عوامل قانونی
۰/۸۲	اوباش	و سیاستگذاری فرهنگی
۰/۶۷	نظارت بر انتخابات روسای ورزش	
۰/۸۰	مدیریت رفتار ورزشکاران تیم مقابل	



انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۸۹	توجه مدیریتی بر حساسیت رقابت	
۰/۸۲	مدیریت ازدحام تماشاگران	
۰/۶۶	افزایش اختیارات دولت در ورزش	
۰/۸۴	سرمایه گذاری بر حرفه ای کردن فوتبال ایران، جلوگیری از ورود پول حرفه‌ای به فوتبال آماتور	
۰/۶۶	افزایش سیاست های دولت برای اخلاق مداری در فوتبال و تمرکز بر فرهنگ سازی برای آن	
۰/۸۴	لزوم ایجاد یک فرهنگ کاملا بومی برای اخلاق مداری در فوتبال که شبیه هیچ کشوری نباشد و دقیقا برای ایران و فوتبال ایرانی طراحی شده باشد.	
۰/۸۴	عدم توجه به حواشی و دنبال کردن اصل فوتبال توسط سیاست-مداران و دولتمردان	
۰/۸۷	طراحی صحیح ورودی و خروجی ها	تسهیلات و امکانات
۰/۶۹	ساخت سرویس‌های بهداشتی مناسب و کافی	
۰/۷۷	نرده کشی و حفاظب ندی مناسب	
۰/۷۷	ایجاد امکان خریدن بلیط الکترونیکی به صورت آنلاین	
۰/۷۲	موقعیت جغرافیایی استادیوم	
۰/۸۲	نزدیک به هتل های با کیفیت برای اسکان تماشاگران غیر بومی	
۰/۷۸	الگو برداری از جام جهانی برای امنیت تماشاگران و برنامه های شاد و مطابق عرف جامعه و امکانات رفاهی.	
۰/۷۴	مد نظر قرار دادن دمای هوا و نور کافی استاندارد برای ورزشگاه‌ها و استادیومها ،	
۰/۷۳	استانداردهای شماره گذاری صندلی‌ها،	

انحراف معیار	شاخص	بعد
۰/۷۷	آب آشامیدنی و تغذیه مناسب و سالم	
	صندلی های اختصاص یافته شماره دار به هر بلیط و با کیفیت به طوری که هر صندلی مخصوص به یک فرد باشد که در صورت عدم	
۰/۸۲	مراجعه به موقع خالی بماند،	
	وضع و اجرای قوانین از سوی دولت و نهادهای ذریبط برای مدیران و	عوامل
۰/۸۲	تصمیم گیران بخش ورزش فوتبال	مدیریتی
۰/۸۴	جلوگیری از تعارض منافع	
۰/۶۷	تبعیت از قانون، قواعد و مقررات	
۰/۸۷	مدیریت و کنترل رشوه و فساد	
	هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی در میان مدیران فوتبال، مدیران	
۰/۷۴	باشگاه ها و ...	
۰/۶۶	بهبود ارتباطات	
	پذیرش اجتماعی نظم مداری و قانون مداری در هواداری و تماشاگری	
۰/۶۶	فوتبال	
۰/۷۳	مدیریت نتایج غیر دلخواه مسابقات فوتبال در پشت پرده،	
۰/۷۳	نظارت مدیران باشگاه ها بر مخارج و هزینه های پشت پرده.	
	عدم سوء استفاده افراد غیر رسمی از پول زیاد فوتبال غیر حرفه ای	
۰/۷۳	کشور برای تحریک تماشاچیان،	
	جلوگیری از باج گیری لیدرهای تماشاگران از باشگاه ها یا تیم های	
۰/۶۱	خاص یا مربیان یا افراد پشت پرده برای تحریک تماشاگران،	
۰/۵۷	ایجاد آموزش های اجتماعی و فرهنگی برای بهبود داوری	آموزشی
۰/۸۲	بهبود رفتار مربیان، داوران و بازیکنان،	
۰/۶۹	رویکرد دستگاه های قضایی و پلیس	
۰/۷۳	افزایش آگاهی و دانش مردم در زمینه فرهنگ مشارکت ورزشی و	

انحراف معیار	شاخص	بعد
	برنامه‌های تحکیم اجتماعی در رویدادهای ورزشی	
۰/۶۷	آموزش اخلاقی و ترویج ورزش در فرهنگسراها،	
	آموزش از طریق باشگاه ها، آموزش از طریق رسانه ها ، آموزش از طریق فدراسیون	
۰/۸۲	ظرفیت‌ها و امکانات و فلسفه ایجاد رویدادها و رقابت‌های ورزشی	
۰/۸۲	سن	جمعیت
۰/۸۲	درآمد	شناختی
۰/۶۶	تحصیلات	
۰/۵۷	طبقه اجتماعی و نژادی	
۰/۶۳	درجه اهمیت مسابقه برای تماشاگران و بی تجربه‌گی در تماشگری و هواداری	
۰/۷۵	بیکاری	
۰/۷۲	شغل فرد	
۰/۷۷	فرهنگ و خرده فرهنگ‌های قومیت های مختلف	
۰/۷۴	عدم تأکید بر روحیه ورزشکاری و اهمیت کار تیمی در سطح آماتوری	چهره های ورزشی
۰/۶۱	تأکید بیش از اندازه بر اهمیت نقش ورزش در سطح جامعه	
۰/۷۷	تجاری شدن ورزش	
۰/۷۵	مدیران و اقوام برای رسیدن به سطوح کیفی بالاتر	
۰/۷۵	کسب شهرت و منافع اقتصادی در ورزش	
۰/۸۲		

بعد	شاخص	انحراف معیار
	قضاوت ضعیف داور یا داوری جانبدارانه	۰/۸۴
	بروز بازی خشن از سوی بازیکنان	۰/۷۴
	زمین بی طرف در مقابل میزبانی یکی از تیم ها	۰/۷۳

۱۲۴ عامل مذکور در ۱۰ بعد مد نظر اجتماعی، اقتصادی، علل فردی و روانی، رسانه‌ها و تلویزیون، عوامل قانونی و سیاستگذاری فرهنگی، تسهیلات و امکانات، عوامل مدیریتی، آموزشی، جمعیت شناختی و چهره‌های ورزشی، به عنوان ابعاد نهایی "مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران" تایید و نهایی شده اند که در شکل ۴-۱، این مدل مشاهده می‌گردد:



شکل ۱: مدل نهایی فرهنگ اخلاق مدار در تماشاچیان لیگ برتر فوتبال حاصل از تحلیل محتوای متون، دوراند تحلیل دلفی

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق به دنبال " طراحی مدل فرهنگ اخلاق مدار در بین تماشاگران فوتبال لیگ برتر ایران " بوده است. برای دستیابی به این هدف از روش تحقیق کیفی دلفی استفاده شده است. نتایج نشان داده است که در ابعاد دهگانه، مواردی به عنوان ابعاد مهم توسعه الگوی فرهنگی اخلاق مدار باید مورد توجه تصمیم‌گیران، مدیران باشگاه‌ها، مربیان و بازیکنان ورزش فوتبال قرار گیرد. از جمله در بعد اجتماعی توجه به مواردی چون تأثیرات همسالان، خانواده و مدارس، رفتار شهروندی فرد، تأکید بر نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی، کسب هویت و موفقیت های ظاهری در مقابل دیگر افراد به واسطه فوتبال، رفع عقده گشایی‌ها و ابراز تنفر نسبت به رقبا و تیم‌های دیگر و ... در بعد اقتصادی توجه به مواردی چون اختصاص بودجه برای بهبود امکانات و تسهیلات استادیوم‌ها، بودجه برای آموزش بهتر داوران و مربیان، در ابعاد فردی و روانی توجه به مواردی چون نوع علائق، هیجانات افراد و گروه‌های تماشاچی، تیم‌گرایی تماشاچیان، وجود استعداد روانی پرخاشگری در فرد و عدم تخلیه هیجانات روحی و روانی و هیجان‌طلبی؛ در بعد رسانه‌ها و تلویزیون، توجه به مواردی چون نقش رسانه‌ها در اشاعه فرهنگ‌گرایی به ورزش و پرهیز از جو سازی، تیتراژ سازی، حاشیه‌سازی و بازی‌های روانی و آتش به معرکه بردن رسانه‌ها علیه فوتبال و تیم‌ها و بهبود الگوسازی فوتبال در رسانه‌ها؛ در بعد عوامل قانونی و سیاست‌گذاری فرهنگی توجه به مواردی چون توسعه فرهنگ هواداری در فوتبال و توجه به رفتار پلیس و کنترل اوباش، نظارت بر انتخابات روسای ورزش، مدیریت رفتار ورزشکاران تیم مقابل، توجه مدیریتی بر حساسیت رقابت، مدیریت ازدحام تماشاگران، تسهیلات و امکانات، طراحی صحیح ورودی و خروجی‌ها، ساخت سرویس‌های بهداشتی مناسب و کافی، نرده کشی و حفاظ‌بندی مناسب و ...؛ در بعد عوامل مدیریتی توجه به مواردی چون وضع و اجرای قوانین از سوی دولت و نهادهای ذیربط برای مدیران و تصمیم‌گیران بخش ورزش فوتبال، جلوگیری از تعارض منافع، تبعیت از قانون، قواعد و مقررات، مدیریت و کنترل رشوه و فساد، هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی در میان مدیران فوتبال، مدیران باشگاه‌ها و ...؛ در بعد آموزشی توجه به مواردی چون ایجاد آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی برای بهبود داوری، بهبود رفتار مربیان، داوران و بازیکنان، بهبود رویکرد دستگاه‌های قضایی و پلیس و افزایش آگاهی و دانش مردم در زمینه فرهنگ مشارکت ورزشی و برنامه‌های تحکیم اجتماعی در رویدادهای ورزشی؛ در بعد جمعیت شناختی توجه به مواردی چون سن، درآمد، تحصیلات و طبقه اجتماعی و نژادی تماشاچیان؛ و نهایتاً در بعد چهره‌های ورزشی، توجه به مواردی چون عدم تأکید بر روحیه

ورزشکاری و اهمیت کار تیمی در سطح آماتوری، تأکید بر اهمیت نقش ورزش در سطح جامعه، کنترل نرخ تجاری شدن ورزش و ... مورد توجه و تأکید قرار گرفته است.

در جهت مقایسه نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات پیشین به طور مثال در مورد عوامل اجتماعی "تأثیرات همسالان، خانواده و مدارس، رفتار شهروندی فرد، تأکید بر نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی، کسب هویت و موفقیت های ظاهری در مقابل دیگر افراد به واسطه فوتبال، رفع عقده گشایی ها و ابراز تنفر نسبت به رقبای تیم های دیگر، ارتباط با دوستان و بستگان دارای سابقه جرم، شهرت فردی و جمعی، قدرت و خود مختاری، سطح پرخاشگری، عصیان اجتماعی و خود نمایی در اجتماع، مسئولیت اجتماعی تماشاچیان، ایجاد احساس همبستگی و تعلق، نحوه ابراز علاقه کردن به اطرافیان و شعار دادن برای تشویق تیم مورد علاقه، و ... مشاهده شد که این نتایج با نتایج تحقیقات اسکات و همکاران (۲۰۱۲)، صفا بخش (۱۳۸۸)، حاتمی و همکاران (۱۳۹۷)؛ جان بزرگی و همکاران (۱۳۹۰)، نیازی پور و سهرابی (۱۳۹۲)، وثوقی و خسروی نژاد (۱۳۸۸)، قاسمی و همکاران (۱۳۸۸)، محمدکازمی و همکاران (۱۳۸۶)، اسپیح (۲۰۱۴)، کویان چوگال، گوکتاس و دمیر (۲۰۱۵)، اینو و همکاران (۲۰۱۵)، خاقانی آور و شانواز (۱۳۹۵)، همخوانی دارد. همچنین در مورد رسانه ها و ... در این تحقیق نیز عوامل رسانه ها و تلویزیون " نقش رسانه ها در اشاعه فرهنگ گرایش به ورزش و پرهیز از جو سازی، تیر سازی، حاشیه سازی و بازی های روانی و آتش به معرکه بردن رسانه ها علیه فوتبال و تیمها، بهبود الگوسازی فوتبال در رسانه ها، حمایت هیجانی، عاطفی تماشاچیان توسط رسانه ها برای تنظیم انرژی روانی آنان، تقویت مثبت ورزشکاران غیرحرفه ای، مثبت گرایی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به ورزش حرفه ای و اخلاق ورزشی در رسانه ها برای ایجاد آرامش در تماشاگران و ... مورد تأیید قرار گرفت که با نتایج تحقیقاتی چون عباس زاده و همکاران (۱۳۹۳)، کانستنت (۲۰۲۰)، کانستنت (۲۰۱۹)، راکود و اسپاچی (۲۰۱۷)، نیوسون (۲۰۱۸)، اسمیت و لرد (۲۰۱۷)، رجبلو و همکاران (۱۳۹۲)، صفری شیرکوهی و همکاران (۱۳۹۰)، حیدرینژاد (۱۳۹۴)، همخوانی دارد. و یا در مورد عوامل قانونی و سیاستگذاری فرهنگی، عواملی چون " توسعه فرهنگ هواداری در فوتبال و توجه به رفتار پلیس و کنترل اوباش، نظارت بر انتخابات روسای ورزش، مدیریت رفتار ورزشکاران تیم مقابل، توجه مدیریتی بر حساسیت رقابت، مدیریت ازدحام تماشاگران، افزایش اختیارات دولت در ورزش، سرمایه گذاری بر حرفه ای کردن فوتبال ایران، جلوگیری از ورود پول حرفه ای به فوتبال آماتور، افزایش سیاست های دولت برای اخلاق مداری در فوتبال و تمرکز بر فرهنگ سازی برای آن، لزوم ایجاد یک فرهنگ کاملاً بومی برای اخلاق مداری در فوتبال که شبیه هیچ کشوری نباشد و دقیقاً برای ایران و فوتبال ایرانی طراحی شده باشد، و ... با نتایج تحقیقات نیوسون (۲۰۱۷)، رجبلو و همکاران (۱۳۹۲)،

گای و همکاران (۲۰۱۷)، کانستنت (۲۰۱۹ و ۲۰۲۰)، اسمیت و لرد (۲۰۱۷)، شیخی و شریفیان (۱۳۹۶)، سلیمی (۱۳۹۶)، شفیع و همکاران (۱۳۹۵)، محمدی (۱۳۹۲)، در این تحقیق نیز عوامل مدیریتی " وضع و اجرای قوانین از سوی دولت و نهادهای ذیربط برای مدیران و تصمیم-گیران بخش ورزش فوتبال"، جلوگیری از تعارض منافع، تبعیت از قانون، قواعد و مقررات، مدیریت و کنترل رشوه و فساد، هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی در میان مدیران فوتبال، مدیران باشگاهها و ...، بهبود ارتباطات، پذیرش اجتماعی نظم مداری و قانون مداری در هواداری و تماشاگری فوتبال، مدیریت نتایج غیر دلخواه مسابقات فوتبال در پشت پرده، نظارت مدیران باشگاهها بر مخارج و هزینه های پشت پرده، جلوگیری از باج گیری لیدرهای تماشاگران از باشگاهها یا تیمهای خاص یا مربیان یا افراد پشت پرده برای تحریک تماشاگران، و ...همخوانی دارند.

بنابراین بر اساس یافته‌های پژوهش به خبرگان در امر ورزش فوتبال، تصمیم‌گیران حوزه ورزش به‌ویژه حوزه ورزش فوتبال، مدیران سازمان‌های ورزشی، صاحبان باشگاهها و نیز مربیان و داوران و بازیکنان فوتبال توصیه می‌شود به تاثیرات همسالان، خانواده و مدارس افراد تماشاچی لیگ برتر در برنامه‌ریزی مدیریتی و سیاستگذاری لیگ برتر فوتبال توجه شود. همچنین به نقش هویت بخشی اجتماعی و فرهنگی افراد تماشاچی لیگ برتر در برنامه‌ریزی مدیریتی و سیاستگذاری لیگ برتر فوتبال در جهت ایجاد احساس همبستگی و تعلق، نحوه درست ابراز علاقه کردن به اطرافیان و شعار دادن برای تشویق تیم مورد علاقه اهمیت داده شود. ترتیباتی داده شود تا حضور والدین، کودکان، سالخورده‌گان و طیف-های مختلفی از جامعه در ورزشگاهها که موجب خود کنترلی شده و از تک‌طیفی شدن حضور جوانان با روحيات پرخاشگرانه جلوگیری می‌کند را مهیا سازند. در کنار این موارد نسبت به بهبود الگوسازی فوتبال در رسانه‌ها اقدامات بیشتری انجام شود و بر مثبت گرایی و ایجاد نگرش مثبت نسبت به ورزش حرفه‌ای و اخلاق ورزشی، در رسانه‌ها تاکید بیشتری انجام شود. کنترل و نظارت بر تحریک روزنامه‌ها و سایر رسانه‌ها برای کنترل نرخ اشاعه شایعات، حاشیه‌ها، اختلافات و درگیری‌ها انجام شود. توجه مدیران بخش ورزش فوتبال حتما بر کنترل حساسیت رقابت قرار گیرد و از دیگر سو سرمایه گذاری بر حرفه‌ای کردن فوتبال ایران حتما مد نظر مدیران فدراسیون فوتبال و مدیران تیم‌ها قرار گیرد.

این تحقیق نیز مانند در یگر پژوهش‌ها دارای محدودیت‌هایی بوده است. از جمله این تحقیق تنها در مورد تماشاگران فوتبال انجام شده است و ممکن است فضای تماشاگری در ورزش‌های دیگر متفاوت باشد که این موضع نیز در این پژوهش لحاظ نشده است. بازه زمانی پژوهش حاضر تک مقطعی بوده

است و متغیرها تنها در یک دوره زمانی بررسی شده است. ممکن است ابعاد فرهنگ اخلاق مدار در دوره‌های مختلف و سیاست‌های بالادستی نیز بر این مسئله اثر گذار باشد که می‌تواند زمینه بررسی‌های آتی باشد. به محققان آتی نیز پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش فرا ترکیب ابعاد و جنبه‌های پرهیز از پرخاشگری در محیط‌های اجتماعی با توجه به منابع اسلامی نیز بررسی گردد. همچنین با توجه به اینکه در این پژوهش تحقیق به صورت مقطعی بوده است: تحقیقات آتی را می‌توان بصورت طولی و بر اساس یافته‌های چند دوره زمانی مستمر به بررسی عوامل موثر بر فرهنگ اخلاق مدار در ورزش فوتبال در بین نسل‌های مختلف جامعه بررسی کرده و روند تغییرات مدل‌های آنها را بسط و گسترش داد.

منابع

- پارسامهر، م، ترکان، ر. (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر هواداری افراد از تیم‌های فوتبال لیگ ایران. مجله جامعه شناسی ایران، دوره ۱۰، شماره ۳، صص. ۸۵-۱۰۵.
- پاک نژاد، م، درانی، ک. (۱۳۸۸). رفتارهای رفتارهای تهاجمی تماشاگران فوتبال و علل روانی واجتماعی اجتماعی آن. رشد و یادگیری حرکتی - ورزشی، شماره ۳- صص: ۱۴۲ - ۱۱۷.
- پورزنگار، ج. (۱۳۹۷). بررسی دلایل پرخاشگری تماشاگران فوتبال شهر رشت در ورزشگاه ها و ارائه راهکارهایی جهت کاهش آن. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، شماره ۵.
- جان بزرگی، ا. (۱۳۹۰). عوامل روانشناختی موثر بر بروز رفتارهای تخریبی جمعی (مورد کاوی: تماشاگران فوتبال). فصلنامه مطالعات اجتماعی، شماره ۱۰، صص. ۲۳-۳۹.
- خادمی، ع. (۱۳۹۰). بررسی جامعه شناسانه خشونت و پرخاشگری تماشاگران در ورزشگاه ها، گزارش از دانشکده تربیت بندی نهاوند دانشگاه بوعلی سینا.
- خیری، ع. و همکاران. (۱۳۹۱). تحلیل سطوح اخلاق ورزشی، شخصیت و هدفگرایی دانشجویان ورزشکار کشور، ارائه مدل‌های علی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده تربیت بندی دانشگاه تهران.
- رحمتی، م. (۱۳۹۴). بررسی عامل‌های جامعه شناختی خشونت و پرخاشگری تماشاگران فوتبال (مطالعه موردی شهر تهران). فصلنامه المپیک، شماره ۳

- شعیبان، س.؛ شفیعی، ش. (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر بروز خشونت و پرخاشگری در تماشاگران فوتبال (مطالعه موردی: تماشاگران تیم های فوتبال رشت و انزلی). پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه گیلان، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- صفری جعفر لو، ح، قربانی، م. (۱۳۹۶). تحلیل کیفی اشاعه ارزش های اخلاقی ورزش در بین دانشجویان: مطالعه برخاسته از داده ها. مدیریت ورزشی، دوره ۹، شماره ۴، صص. ۶۴۸-۶۳۵.
- علیزاده ، ا.؛ انتشاری، ف. (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر شیوه های ابراز خشونت در تماشاگران و بازیکنان فوتبال. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی مهر آستان، گروه تربیت بدنی
- غلامی ترکسلویه، س، حیدری نژاد، ص. (۱۳۹۴). بررسی دیدگاه هواداران تیم های فوتبال اهواز درخصوص عوامل مؤثر بر بروز پرخاشگری. مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۷، شماره ۲۸، صص. ۱۲۱-۱۳۴.
- فتحی نیا ، ع. (۱۳۸۴). خشونت گرایی تماشاگران فوتبال و نقش رسانه ها در کنترل آن ، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجی، شماره ۱۱، صص. ۵۶-۴۱.
- قراملکی، ف. و نوچه فلاح، ر. (۱۳۸۶). موانع رشد اخلاق حرفه ای در سازمان ها. تهران: موسسه فرهنگی دین پژوهی بشرا.
- قاسمی، ح و کشکر، س. (۱۳۹۰). مبانی اجتماعی فرهنگی ورزش. تهران: بامداد کتاب.
- قاسمی، ح. (۱۳۹۴). نقش تلویزیون در اخلاق مداری در فوتبال از دیدگاه بازیکنان لیگ برتر و دسته یک. مقاله فصلنامه پژوهش های ارتباطی، شماره ۱.
- قاسمی، وح.، ذوالاکناف، و ، نورعلی وند، ع . (۱۳۸۸). توصیف جامعه شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشگری در ورزش فوتبال. فصلنامه المپیک. دوره ۱۷، شماره ۱، صص. ۷۹-۷۰.
- قره، م، شجسع، ر. (۱۳۸۹). بررسی قابلیت تصمیم گیری دانشجویان تربیت بدنی در وضعیتهای دشوار اخلاقی. فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۵، صص. ۴۶-۳۱.
- وثوقی، م.؛ خسروی نژاد، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی رفتار هیجانی تماشاگران فوتبال، پژوهش نامه علوم اجتماعی، دوره سوم، شماره اول، صص. ۱۴۰-۱۱۷.

محمدی، ز، براری، م، هنری، حو شجاهی، س (۱۳۹۰). بررسی تاثیر اخلاقی حرفه‌ای ورزشکاران و مربیان روی اعتماد تعهد هواداران نسبت به باشگاه (مطالعه موردی باشگاه سپاهان). همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران، صص. ۱-۱۲.

محمدی، ع. (۱۳۹۲). اخلاق حرفه ای در ورزش، گروه ورزشی باشگاه خبرنگاران جوان.

Anderson, C. A., & Carnagey, N. L. (2009). Causal effects of violent sports video games on aggression: It is competitiveness or violent content? *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 731-739. Anderson, C. A. (2004). An update on the effects of playing violent video games. *Journal of Adolescence*, 27, 113-122 .

Athanasopoulou, Pinelopi; Douvis, John; Skourtis, George; Zafeiropoulou, Gioula; Siomkos, George; ASSIOURAS, Ioannis (2012). Investigating the Importance of Sports Facilities & Staff for Football Fans, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2(1).

Bavec, C. (2016). Social Responsibility and Professional Ethics in Management: Some Empirical Evidence at Country Levels. *Managing Global Transitions*, 10 (4), 361–377.

Binjwaied, Mohammed, Richards, Ian, O'Keeffe, Lisa-Ann (2015). The Factors Influencing Fans' Attendance at Football Matches in the Kingdom of Saudi Arabia. *Athens Journal of Sports*, 2(2), 111-122.

Bruno, A. R. (2015). Ethics in Sport - Guidelines for Teacher Luso-Illyrian Institute for Human Development (iLIDH), 4, 133-135.

Caro, L. M., & Garcia, J. A. M. (2009). Consumer satisfaction with a periodic reoccurring sport event and the moderating effect of motivations, *Sport Marketing Quarterly*, 16(2): 70-81.

Cleland, Jamie, Cashmore, Ellis (2015). Football Fans' Views of Violence in British Football: Evidence of a Sanitized and Gentrified Culture. *Journal of Sport and Social Issues*, 40(2), 1-29.



Constandt, B. (2019). A global history of doping in sport: drugs, policy, and politics. *The International Journal of the History of Sport*, 36(9-10), 934-935.

Constandt, B., Parent, M. M., & Willem, A. (2020). Does it really matter? A study on soccer fans' perceptions of ethical leadership and their role as "stake owners". *Sport Management Review*, 23(3), 374-386.

Devís-Devís, J., Serrano-Durá, J., & Molina, P. (2021). "The Referee Plays to Be Insulted!": An Exploratory Qualitative Study on the Spanish Football Referees' Experiences of Aggression, Violence, and Coping. *Frontiers in psychology*, 12, 876.

Douglas P.C., Davidson R.A., Schwartz B.N., (2001). The Effect of Organizational Culture And Ethical Orientation on Accountants' Ethical Judgment. *Journal of business Ethics*, 34(2), 101-121.

Ethics Resource Center Working Values (2006). Critical elements of an organizational ethical culture.

Fallahi A., Asadi H., Khabiri M. (2011). Matches in Iranian Professional League Within Age Groups, *World Journal of Sport Sciences* 4 (2): 159-, 561.

Forsyth, D. R., (1980). Taxonomy Of Ethical Ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175 – 184.

Guy, Shlomit, Ronel, Natti (2017). How Can Governmental Positive Power Decrease Violence in Crime-Oriented Arenas? The Case of English Football. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 10, 1 –17.

Huddleston, W. (2021). Kicking off: Violence, honor, identity and masculinity in Argentinian football chants. *International Review for the Sociology of Sport*, 1012690220988651.

Jalali. O, Gholizade. M. R, Taghibigloo. N, Tarazi. Z (2012). A survey on violence in soccer spectators of Tehran city and the ways decreasing it. *International journal of Basic sciences & Applied Research*. 1(1), 22-25.

James, J.Y. (2010). Attitude Toward Advertising Through Sport: a Theoretical Framework. *Sport Management Review Elsevier*, 10, 98-107.

Javanmardi, Ehsan&Noghondarian, Kazem (2011). A Study of Factors Affecting the Demand for Watching Football in Stadiums, *Sport Management International Journal*, 7(2): 5.

Junk-uk won, and kaorukitamura, (2006). Motivation factors affecting sport consumption behavior of k-league spectators, *International journal of sport and health science*, 4, 233-251.

Karkon, h.; Mehdipoor, A.; Kashef, M.; Sifuriyan, M.; Mohamadi, R. (2014). Prioritization factors affecting presence of Tabriz Tractor Team audience in the Iran competitions league, *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology 2014*, The special issue in Management and Technology (Feb. , 233- 240, www.amiemt-journal.com

Lemyre, P. N., Roberts, G. C., & Ommundsen, Y. (2002). Achievement goal orientations, perceived ability, and sportsperson ship in youth soccer. *Journal of applied sport psychology*, 14(2), 120-136.

Majauskienė, D., Šukys, S., Lisinskienė, A. (2011). Spread of knowledge on olympism in school applying the integrated programmer of Olympic education. *LKKA*, 42, 21-39.

Marta, J., Singhapakdi, A., Jin L., Dong, Burnaz, Sebnem, T., Ilker, Y. (2012). The Effects of Corporate Ethical Values and Personal Moral Philosophies on Ethical Intentions in Selling Situations: Evidence from Turkish, Thai, and American Businesspeople, *J Bus Ethics*, 106, 229-241.

Melzer, M.; Elbe, A. & Brand. R. (2016). Moral and Ethical Decision-Making: A Chance for Doping Prevention in Sports? *Nordic Journal of Applied Ethics*, 4(1), 69- 85.

Naimo, J. (2014). Ethics and the Art of Sport Governance". Howard Harris (ed.) Achieving Ethical Excellence (Research in Ethical Issues in Organizations, 12, 91–112.

Nedaei, T., Alavi, Kh. (2007). Exercise ethics with a fair game approach (in Persian)]. Theological philosophical research of the tenth year, 2 (38).

Newson, M. (2017). Football, fan violence, and identity fusion. International Review for the Sociology of Sport, 54(4), 21-39 .

Pappas, NT. Mckenry, P.C. (2004). Athlete aggression on the rink and off the ice, Athlete Violence and aggression in hockey and interpersonal relationship Man and Masculinities, 6, 429-442.

Parent, Sylvie, Fortier, Kristine (2018). Comprehensive Overview of the Problem of Violence Against Athletes in Sport. Journal of Sport and Social Issues, 1(2), 1 –20.

Park, H., , Stole, L. (2005). A Model of Socially Responsible Buying /Sourcing Decision-Making Processes. International Journal of Retail & Distribution Management, 33(4), 235-248.

Patton, R., & Burlington, V. (2004). Factors affecting spectator attendance at means NCCA division one soccer games. International Sport Journal. 7(2), 23-33.

Pearson, G. (2006). Hooliganism, Football Industry Group. University of Liverpool, 1, 1-4.

Rookwood, Joel & Spaaij, Ramón (2017). Violence in Football (Soccer): Overview, Prevalence, and Risk Factors.
<https://doi.org/10.1002/9781119057574.whbva110>

Rulofs, Bettina (2015). Assessing the sociology of sport: On gender-based violence and child maltreatment in sport. International Review for the Sociology of Sport, 50(4-5), 580 –584

Semradova, Iлона&Hubackova, Sarka (2015). Observations on the development of ethical culture. *Social and Behavioral Sciences* 182: 55 – 59 .

Sezen-Balcikanli G, Yildiran I (2011). Professional soccer players sports person ship orientations and empathic levels. *Spirometer Physical Education and Sports Science Journal*, 14(2), 49-56

Smith B., Lord J. (2017). Personal Ethics of Today’s Sport Fans: Connecting Cultural Values, Ethical Ideologies, and Ethical Intentions. In: Campbell C.L. (eds) *The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham.

Stott, C., Hoggett, J., & Pearson, G. (2012). ‘Keeping the Peace’ Social Identity, Procedural Justice and the Policing of Football Crowds. *The British journal of criminology*, 52(2), 381-399.

Taylor, Ian (1987). Putting the Boot into Working Class Sport: British Soccer after Bradford and Brussels. *Sociology of Sport Journal*, 4(4), 171-191.

Torsten H. (1994). *International Encyclopedia of Education. Moral Education*, New York .

Turiel, E. (2002). *The Culture of Morality: Social Development, Context, and Conflict*. Cambridge University Press.

Young, Kevin (2015). Assessing the sociology of sport: On sports violence and ways of seeing. *International Review for the Sociology of Sport*. 50(4-5), 640 –644.