

Original Article

Identifying Causal Factors Affecting the Occurrence of Vandalistic and Hooliganistic Behaviors in Football

Hossein Shahr Abadi¹, Mohammadreza Esmaeelzadeh Ghandehari^{2*}, Hasan FahimDavin³, Hossein Peymani Zad⁴

1. Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
2. Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.
3. Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
4. Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Received: 26/09/2024, Accepted: 19/02/2025

*Corresponding Author: Mohammadreza EsmaeelZadeh Ghandehari, Associate Professor, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran, Email: reza_ismaeelzadeh@yahoo.com

How to Cite: shahrabadi, H., Esmailzaddehghandehari, M., Fahimdevin, H., Peymanizad, H.(2025). Identifying causal factors Affecting the occurrence of vandalistic and hooliganistic behaviors in football. *Journal of Management and Organizational Behavior in Sport*, 14(18), 80-94. In Persian.

Extended Abstract

Introduction

According to research by the SBR, football is the most popular sport in the world. About 3.5 billion people follow football matches held at various levels around the world every week. As this sport has become the most watched sport and even a global phenomenon, and according to Boychuk, the average attendance at football games is relatively high compared to other sports competitions (Boychuk et al, 2016). With these descriptions, it can be said that professional football has become an important entertainment industry in economic and social terms (Pache, 2020). Several factors are directly or indirectly related to the performance of various sports disciplines: players, fans, technical committees, clubs, federations and media, etc. Although the importance of these factors in sports is known (Andre, 2018), with the passage of time and the prevalence of professional sports in different societies, false sensitivities towards this sport have been formed, which has led to the emergence of some abnormalities and deviant behaviors in both groups of athletes and spectators. Acts such as doping, betting, collusion, and violence are among the most important types of deviant behaviors and abnormalities that have occurred in sports fields over the past years to this day (Qasemi et al, 2009). Over time, the two terms vandalism and hooliganism have penetrated into circles and scientific literature related to sports, especially football (Deriemaeker & De Maere, 2016). Arianpourkashani (1997) defines vandalism in the literal sense as opposition to industry and the effects of technology and barbarity. In the sociology of deviance and social pathology texts, vandalism is frequently used to mean having a kind of pathological mentality and expressing a tendency to consciously, intentionally, and voluntarily destroy property, facilities, and public belongings. Despite the broad concept of the word vandalism, in the present study this word is used in its limited meaning and refers only to those types of vandalistic behaviors that occur in the country's sports. For example, we can refer to incidents such as; destruction of property of stadiums, city buses, subways, telephone booths, bank windows, or assaults in and around sports venues. Regarding hooliganism, which has been translated as hooliganism (Qasemi et al, 2009), it should be said; this phenomenon is a social problem and one of the most obvious manifestations of violence in sports, especially in football, which has attracted the attention of social science researchers. Pearson (2006) defines football hooliganism as disturbances caused by football fans. This definition usually includes criminal activities and in most cases occurs before or after a match. These hooligan behaviors are carried out in groups. These groups are often spontaneous, although some of them are pre-planned. These groups sometimes associate themselves with clubs to cause clashes and conflicts. Bodin, Heath, and Ruben (2004) believe that hooliganism



means violent behaviors that occur with a group of football fans, inside and outside stadiums, and are most often committed by young people. Giulianotti (1999) calls spontaneous and spontaneous conflicts resulting from spectator violence that are carried out competitively, especially by fans of football clubs, hooliganism. According to Spag (2006), football hooliganism essentially involves aggressive and competitive behaviors between groups of supporters. However, hooliganism is not limited to these specific behaviors, as it may include throwing objects, fighting against modern world symbols, attacking police, or racial slurs. Therefore, as mentioned, spectators play an important role in the development and performance of sports, so in this study, we will focus on them with regard to their role in the occurrence of vandalism and hooliganism. We also seek a solution to prevent and control such behaviors in sports in the country.

Methodology

The present study is qualitative research based on the data-based theory or ground-finding approach of Strauss and Corbin (2008), which is considered a descriptive-survey type from the perspective of the fundamental objective and from the perspective of the data collection method. The statistical population of this study consisted of football stakeholders in Mashhad, including referees, players, coaches, managers and researchers, spectators, executive agents, and football media. The data collection method is library studies and document study and in-depth and open live interviews with individuals of the statistical sample. In this regard, in-depth and semi-structured qualitative interviews were conducted with the statistical sample. In order to record the information obtained from the interviews, in addition to note-taking, a special audio recording device was also used. Due to ethical issues, the researcher had obtained permission from the interviewees to record the interviews before starting each interview. The duration of the interviews varied and the location of the interviews was at a location agreed upon by the interviewee and the researcher. In this study, exploratory and semi-structured interviews were conducted with 22 people. The initial theoretical categories of the study were developed at the end of the 17th interview, and from the 17th interview onwards, the interviews were used as a criterion for evaluating the previous concepts and categories. Since no valuable data was observed in the new interviews, theoretical saturation was achieved in the 22nd interview. In this study, sources such as interviews with professors, doctoral students, and experts in the field of sports were used to examine the validity and reliability of the findings. This study was studied and reviewed by three professors, and cases for correcting or changing the theory were stated. With the experts' careful audit of all raw and analyzed data, codes, categories, study process, primary objectives, and questions, the reliability of the data and the correctness of all research steps were confirmed. In addition, in the current study, the intra-subject agreement method was used to calculate the reliability of the interviews conducted. To calculate the reliability of the interview, using the intra-subject agreement method between two coders (evaluators), an expert was asked to participate in the research as a research associate (coder).

Research findings

Open Coding Results

The data analysis process began with open coding. Open coding is an analytical process in which concepts are identified and the features and dimensions related to each concept are discovered. According to Strauss and Corbin (1998), some concepts can be categorized into categories that are more abstract than those concepts. Categories can be used to describe things that are happening. Once a category is identified, the researcher focuses on understanding the specific features and dimensions of that category. The features of a category represent general or specific characteristics that are combined to identify that category.

Axial Coding Results

In axial coding, one of the open coding categories is selected as the main category or phenomenon and is placed at the center of the process, and then other categories (subcategories) are related to it. According to Strauss and Corbin (1998), a major phenomenon is a title that can be attributed to the answer to the question "What is happening here?" When searching for a major phenomenon, the researcher should look for recurring patterns of events, occurrences, or actions—reactions that individuals or organizations, alone or together, exhibit in response to problems and situations. According to Strauss and Corbin (1998), axial coding is the linking of categories to subcategories

along their characteristics and dimensions. Axial coding helps to form relationships between the major phenomenon and the category and to answer questions related to the major phenomenon (subcategories) such as when, where, why, who, how, and with what consequences.

2.1 Causal conditions

These conditions cause the formation of a phenomenon or a category. These conditions are a set of categories and their characteristics that affect the main category. The causal conditions in this study included concepts that were obtained from the question, what factors do you think cause vandalism and hooliganism in football?

The causal conditions studied in this study indicate the existence of 66 conceptual codes and 11 subcategories including “sports modernism”, “general popularity of sports”, “general attractiveness of the game”, “entertaining programs”, “physical distance”, “stadium welfare”, “modern technology”, “cost of attendance”, “incentives”, “perceived attractiveness” and “social pain”.

Discussion and Conclusion

The causal conditions studied in this study indicate the existence of 66 conceptual codes and 11 subcategories including “sports modernism”, “overall popularity of sports”, “overall attractiveness of the game”, “entertaining programs”, “physical distance”, “stadium welfare”, “modern technology”, “cost of attendance”, “incentives”, “perceived attractiveness” and “social pain”.

According to the results of this study, professionalization and modernism of sports, by increasing consumerism, competitiveness, and increasing the general attractiveness of games, can play a significant role in the emergence of vandalistic and hooliganistic behaviors of fans. Therefore, one of the practical suggestions for reducing these behaviors is to carefully examine the effects of modernism and commercialization on the experience of fans in the stadium. Improving stadium amenities and facilities, adjusting ticket prices to make them more accessible to a wider range of people, and creating educational programs that encourage fans to behave calmly and respectfully can all help reduce the motivation for violence. Promoting responsible behavior by sports officials and listening to fan feedback to reduce feelings of inequality and humiliation can also help improve the sporting atmosphere and reduce tensions.

Keywords: Football, Vandalism, Hooliganism, Foundation data theory

شناسایی عوامل علی موثر بر بروز رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی در فوتبال

حسین شهرآبادی^۱، محمدرضا اسماعیلزاده قندهاری^{۲*}، حسن فهیمدوین^۳، حسین پیمانی زاد^۴

۱. گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
۲. گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
۳. گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
۴. گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۷/۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۱

* نویسنده مسئول: محمدرضا اسماعیلزاده قندهاری، دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران، پست الکترونیکی: rezaismaeelzadeh@yahoo.com

How to Cite: shahrabadi, H., Esmailzaddehghandehari, M., Fahimdevin, H., Peymanizad, H.(2025).Identifying causaf factors Affecting the occurrence of vandalistic and hooliganistic behaviors in football. *Journal of Management and Organizational Behavior in Sport*, 14(18), 80-94. In Persian.

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی عوامل علی موثر بر بروز رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی در فوتبال است. روش تحقیق این پژوهش از منظر ماهیت داده‌ها از نوع کیفی نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین، از منظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی و از منظر هدف بنیادی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق هدفمند با افراد حاضر در نمونه آماری استفاده شد. در نهایت پس از مصاحبه با ۲۲ نفر اشباع نظری مورد نظر حاصل و داده‌ها از طریق دو مرحله کدگذاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و عوامل علی تأثیرگذار بر پدیده هولیگانیسم و وندالیسم در فوتبال شناسایی شد. شرایط علی مورد مطالعه در این پژوهش، حاکی از وجود ۶۶ کد مفهومی و ۱۱ مقوله فرعی شامل «مدرنیسم ورزشی»، «محبوبیت کلی ورزش»، «جذابیت کلی بازی»، «برنامه‌های سرگرم‌کننده»، «فاصله فیزیکی»، «رفاه ورزشگاه»، «فناوری روز»، «هزینه حضور»، «مشوق‌ها»، «جذابیت ادراک شده» و «درد اجتماعی» می‌باشد. طبق نتایج، مدرنیزه شدن و حرفه‌ای‌سازی ورزش، با افزایش رقابت و تجاری‌سازی، به بروز مصرف‌گرایی بیشتر در میان هواداران انجامیده که در نهایت به خشونت و پرخاشگری منجر می‌شود. همچنین، احساس نابرابری و تحقیر تیم‌ها یا بازیکنان از سوی هواداران به عنوان یک عامل مهم در ایجاد انگیزه‌های خشونت‌آمیز شناسایی شده است. برای کاهش این رفتارها، بهبود زیرساخت‌های رفاهی و امکانات استادیوم‌ها، تنظیم قیمت‌های بلیط به گونه‌ای که امکان دسترسی برای طیف گسترده‌تری از افراد فراهم شود، و ایجاد برنامه‌های آموزشی که هواداران را به آرامش و رفتار محترمانه ترغیب کند، می‌تواند به کاهش انگیزه‌های خشونت‌آمیز منجر شوند.

کلمات کلیدی: فوتبال، وندالیسم، هولیگانیسم، نظریه داده بنیاد



مقدمه

تلقى می‌شد (روک وود و اسپاج^۷، ۲۰۱۷). اما بعد از دو حادثه؛ "تراژدی هیزل"^۸ که سی‌ونه هوادار پس از سردرگمی‌های ایجاد شده توسط هواداران لیورپول قبل از مسابقه فینال لیورپول مقابل یوونتوس در جام باشگاه‌های اروپا در ۱۹۸۵، در بلژیک درگذشتند و حادثه مربوط به ورزشگاه هیلزبورو^۹ در شفیلد انگلیس، که در آن نودوشش هوادار در مسابقه بین شفیلد مقابل ناتینگهام فارست در فینال جام حذفی انگلیس در سال ۱۹۸۹ جان باختند. دولت انگلیس وادار شد نسبت به خشونت هواداران قبل، حین و بعد از مسابقات در استادیوم‌های انگلیس شدت عمل نشان دهد (کارنیلا و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۷)

به مرور زمان دو واژه وندالیسم و هولیگانیسم در محافل و ادبیات علمی مربوط ورزش و بویژه فوتبال رسوخ کرد (دریمیکر و دی ماریه^{۱۱}، ۲۰۱۶). آریانپورکاشانی (۱۳۷۶) وندالیسم را در لغت به معنای ضدیت با صنعت و آثار فناوری و وحشی‌گری تعریف می‌کند. در متون جامعه‌شناسی انحرافات و آسیب-شناسی اجتماعی، وندالیسم به دفعات به مفهوم داشتن نوعی روحیه بیمارگونه به کار رفته و مبین تمایل به تخریب آگاهانه، ارادی، و خودخواسته اموال، تأسیسات، و متعلقات عمومی است. علی‌رغم گستردگی مفهوم واژه وندالیسم، در پژوهش حاضر این واژه در معنای محدود آن به کار رفته است و صرفاً به آن دسته از رفتارهای وندالیستی ای اشاره دارد که در ورزش کشور اتفاق می‌افتد. برای مثال، می‌توان به حوادثی از قبیل؛ تخریب اموال ورزشگاه‌ها، اتوبوس‌های شهری، مترو، باجه‌های تلفن، شیشه‌های بانک‌ها، و یا ضرب و جرح در مکان‌های ورزشی و اطراف آن می‌انجامد اشاره کرد. در رابطه با هولیگانیسم که به اوباشگری ترجمه شده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۷). باید گفت؛ این پدیده، مسئله‌ای اجتماعی، و از آشکارترین

طبق تحقیقات موسسه اس، بی، آر، آی^۱، فوتبال محبوب‌ترین ورزش جهان است. حدود ۳/۵ میلیارد نفر هر هفته مسابقات فوتبال را که در سطوح مختلف و در سراسر جهان برگزار می‌شود پیگیری می‌کنند. چنانکه این ورزش به عنوان پرتماشگرترین ورزش و حتی پدیده جهانی تبدیل شده و طبق گفته بوچوک، میانگین حضور تماشاگران در بازی‌های فوتبال در مقایسه با سایر مسابقات ورزشی نسبتاً زیاد است (بوچاک و همکاران^۲، ۲۰۱۶). با این توصیفات به واقع باید گفت؛ فوتبال حرفه‌ای از نظر اقتصادی و اجتماعی به یک صنعت سرگرمی مهم تبدیل شده است (پاچ^۳، ۲۰۲۰). عوامل متعددی به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم با عملکرد رشته‌های مختلف ورزشی مرتبط هستند: بازیکنان، هواداران، کمیته‌های فنی، باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و رسانه‌ها و غیره. اگرچه اهمیت این عوامل در ورزش شناخته شده است (پینهال^۴، ۲۰۱۸). اما با گذر زمان و با رواج ورزش حرفه‌ای در جوامع مختلف، حساسیت‌های کاذبی نسبت به این رشته ورزشی شکل گرفته، به طوری که به بروز برخی نابهنجاری‌ها و کج رفتاری‌ها در دو گروه ورزشکاران و تماشاگران انجامیده است. اعمالی همچون دوپینگ، شرط بندی، تبانی، و خشونت از مهم‌ترین انواع کج رفتاری و نابهنجاری‌هایی است که طی سالیان گذشته تا به امروز در میدانی ورزش رخ داده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۷). برای مثال در مورد تماشاگران باید اذعان داشت؛ رفتار هواداران فوتبال از دهه ۱۹۶۰ به عنوان یک مشکل رو به رشد اجتماعی در بسیاری از کشورها مطرح گردید (داویس^۵، ۲۰۱۵). رفتارهای نابهنجاری که قبل از این دوره، به طور معمول توسط مطبوعات انگلیس به عنوان "رفتار فعال و انگیزاننده"^۶

7 Rook wood & Spaajj
8 Heysel Stadium Tragedy
9 Hillsborough
10 Carnibella
11 Deriemaeker & De Maere

1 Statistic Brain Research Institute
2 Boychuk et al
3 Pache
4 Pinhal
5 Davis
6 High-spirited

راهکاری جهت جلوگیری و کنترل اینگونه رفتارها در ورزش کشور هستیم. به طور خلاصه خشونت در ورزش به عنوان یکی از معضلات عمومی در جامعه شناخته می‌شود و از آن به عنوان مسئله‌ای یاد می‌شود که راه حل آن در تغییر رفتار طرفداران نهفته است. در مواجهه با این معضل، دولت‌ها اغلب از قوانین و مجازات‌های سخت‌گیرانه بهره می‌گیرند، اما این اقدامات به طور مستقیم بر رفتار فرد تمرکز ندارند. از آنجایی که پدیده‌های وندالیسم و هولیگانیسم به عنوان بخشی از مسائل اجتماعی به شمار می‌روند، این مقاله در پی بررسی و تبیین راهکارهایی است که می‌توانند در کاهش خشونت طرفداران و ارتقای رضایت، رفاه و کیفیت زندگی هواداران در ورزشگاه‌ها مؤثر باشند. در این راستا، مدلی برای پیشگیری از رفتارهای وندالیستی و هولیگانیسم در فوتبال ارائه می‌شود که با استفاده از راهبردهای نوین به این هدف دست می‌یابد.

روش شناسی

پژوهش حاضر از نوع کیفی نظریه داده‌بنیاد یا زمینه-یابی^۵ با رویکرد اشتراوس و کوربین^۶ (۲۰۰۸) است که از منظر هدف بنیادی و از منظر روش گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی - پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری این پژوهش را ذینفعان ورزش فوتبال در شهر مشهد شامل؛ داوران، بازیکنان، مربیان، مدیران و پژوهشگران، تماشاگران، عوامل اجرایی، رسانه‌های فوتبال تشکیل می‌داند. روش جمع‌آوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعه اسناد و مصاحبه‌های زنده عمیق و باز با افراد نمونه آماری است. در این راستا مصاحبه‌های کیفی عمیق و نیمه‌ساختارمند با نمونه آماری انجام داد. به منظور ثبت اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، علاوه بر نکته‌برداری، از دستگاه ویژه ضبط صدا نیز استفاده شد. به دلیل مسائل اخلاقی پژوهشگر قبل از شروع هر مصاحبه، برای ضبط

جلوه‌های خشونت در ورزش و به خصوص در فوتبال است که توجه محققان علوم اجتماعی را به خود جلب کرد. از ابتدای به وجود آمدن پدیده هولیگانیسم تا به امروز، جامعه‌شناسان و محققان علوم اجتماعی هرگز تعریف واحد و ساده‌ای از آن نکرده‌اند. پیرسون^۱ (۲۰۰۶) اوباشگری فوتبال را اغتشاشاتی می‌داند که هواداران فوتبال به راه می‌اندازند. معمولاً این تعریف شامل فعالیت‌های جنایی است و در بیشتر موارد قبل یا بعد از مسابقه رخ می‌دهد. این رفتارهای اوباشگرایانه گروهی انجام می‌شوند. این گروه‌ها اغلب خودجوش‌اند، هر چند برخی از آن‌ها از پیش برنامه‌ریزی شده‌اند. این گروه‌ها گاه خود را به باشگاه‌ها مرتبط می‌سازند تا برخورد و درگیری ایجاد کنند. بودین، هیت، و روبن^۲ (۲۰۰۴) معتقدند اوباشگری به معنای رفتارهای خشونت‌آمیزی است که با گروهی از هواداران فوتبال، در داخل و خارج استادیوم‌ها بروز می‌کند و بیشتر اوقات افراد جوان مرتکب آن می‌شوند. جولیانوتی^۳ (۱۹۹۹)، درگیری‌های خودانگیخته و خودجوش حاصل از خشونت تماشاگران را که به صورت رقابت‌طلبانه و به خصوص توسط هواداران باشگاه‌های فوتبال صورت می‌گیرند اوباشگری می‌نامند. از دیدگاه اسپاج^۴ (۲۰۰۶)، نیز اوباشگری فوتبال اساساً شامل رفتارهای پرخاشگرانه و رقابتی بین گروه‌های مدعی هواداری است. با این حال، اوباشگری محدود به این نوع رفتارهای خاص نمی‌شود، چرا که ممکن است شامل پرتاب اشیاء، ستیز با مظاهر دنیای مدرن، حمله به پلیس یا فحاشی نژادی باشد. بنابراین همانطور که ذکر شد، تماشاگران نقش مهمی در توسعه و عملکرد ورزش دارند، از این رو در این پژوهش با توجه به نقش آنها در بروز وندالیسم و هولیگانیسم، بر روی آنها متمرکز خواهیم شد. همچنین به دنبال

1 Pearson

2 Bodin & Heas and Robene

3 Giulianetti

4 Spaij

5 Grounded Theory

6 Strauss and corbin

اساتید مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفته و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه بیان شده است. با حسابرسی دقیق صاحب نظران از تمامی داده‌های خام، تحلیل شده، کدها، مقولات، فرایند مطالعه، اهداف اولیه و سؤالات، پایایی داده‌ها و درستی تمام گام‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر این، در تحقیق کنونی از روش توافق درون موضوعی - برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته - استفاده شده است. برای محاسبه پایایی مصاحبه، از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک کارشناس خبره درخواست شد تا به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند.

مصاحبه از مصاحبه‌شوندگان اجازه گرفته بود. مدت زمان مصاحبه‌ها متفاوت و مکان مصاحبه در مکان مورد توافق مصاحبه‌شونده و پژوهشگر بود. در این پژوهش، با ۲۲ نفر مصاحبه اکتشافی و مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام شد. مقوله‌های نظری اولیه تحقیق در پایان مصاحبه هفدهم ساخته شدند و از مصاحبه هفدهم به بعد، از مصاحبه‌ها به عنوان معیار ارزیابی مفاهیم و مقوله‌های قبلی استفاده گردید و از آن جایی که در مصاحبه‌های جدید داده‌های با ارزش مشاهده نگردید در مصاحبه بیست و دوم به اشباع نظری دست یافته شد. در این پژوهش، از منابعی نظیر مصاحبه با اساتید و دانشجویان دکتری و خبرگان حوزه ورزش جهت بررسی روایی و پایایی یافته استفاده شده است. این پژوهش توسط سه نفر از

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

رشته تحصیلی	حوزه فعالیت	سطح تحصیلات	جنسیت	کد مصاحبه‌شونده
مدیریت ورزشی	خبره ورزشی	کارشناسی ارشد	زن	P ₁
مهندسی برق	تماشاگر	کارشناسی	مرد	P ₂
مدیریت ورزشی	پژوهشگر ورزشی	دکتری	مرد	P ₃
علوم سیاسی	تماشاگر	کارشناسی ارشد	مرد	P ₄
تربیت بدنی	برگزار کننده رویداد	دکتری	مرد	P ₅
تربیت بدنی	تماشاگر	کارشناسی	زن	P ₆
روانشناسی	تماشاگر	کارشناسی	مرد	P ₇
مدیریت ورزشی	تماشاگر	دکتری	مرد	P ₈
مهندسی مکانیک	تماشاگر	کارشناسی	مرد	P ₉
تربیت بدنی	بازیکن	کارشناسی	مرد	P ₁₀
تربیت بدنی	خبره ورزشی	ارشد	مرد	P ₁₁
ارتباطات	مربی	کارشناسی ارشد	زن	P ₁₂
جامعه‌شناسی	مربی	دکتری	مرد	P ₁₃
مدیریت ورزشی	پژوهشگر ورزشی	دکتری	مرد	P ₁₄
تربیت بدنی و علوم ورزشی	مربی	کارشناسی	زن	P ₁₅
تربیت بدنی	مربی	کارشناسی	مرد	P ₁₆
مدیریت ورزشی	ورزشکار	دکتری	مرد	P ₁₇
مدیریت	خبره ورزشی	دکتری	زن	P ₁₈
مدیریت ورزشی	ورزشکار	کارشناسی ارشد	زن	P ₁₉
مدیریت ورزشی	داور	دکتری	مرد	P ₂₀
مدیریت ورزشی	پژوهشگر ورزشی	دکتری	مرد	P ₂₁
مدیریت ورزشی	برگزار کننده رویداد	کارشناسی	زن	P ₂₂

نتایج

۱. نتایج کدگذاری باز

فرایند تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز آغاز شد. کدگذاری باز فرایندی تحلیلی است که طی آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد مربوط به هر مفهوم کشف می‌شود. در کدگذاری باز، وقایع یا چیزهای مشاهده شده در داده‌ها نام‌گذاری می‌شوند و بر فهم مشخصه‌هایی تمرکز می‌شود که موجب منحصر به فرد شدن این وقایع شده است. در کدگذاری باز، دو فعالیت کلیدی شامل مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی وجود دارد. شکل‌گیری یک نظریه با مفهوم‌سازی آغاز می‌شود. مفهوم‌سازی به کوشش محقق برای کاوش عمیق در یک مشاهده، جمله، پاراگراف یا یک صفحه و برگزیدن یک نام برای هر رویداد یا اتفاق اطلاق می‌شود. نام‌گذاری پدیده‌ها به محقق کمک می‌کند تا وقایع، ایده‌ها یا رویدادهای مشابه را تحت عنوانی واحد یا در قالب دسته‌ای واحد گروه‌بندی کند. اسامی داده شده به پدیده‌ها باید موقتی فرض شوند، زیرا معمولاً با تحلیل بیشتر مشاهدات این نام‌ها اصلاح شده یا تغییر می‌کنند. نکته کلیدی در هنگام مفهوم‌سازی این است که پدیده‌ها بلافاصله نام‌گذاری شوند. ضمن آنکه به پدیده‌های مشابه باید اسامی یکسان داده شود. پدیده‌هایی که برای آن‌ها اسمی انتخاب می‌شود را اصطلاحاً مفهوم می‌نامند. مفاهیم، زیربنای

نظریه به حساب می‌آیند. یکی از نکات مهم در تخصیص اسامی به مفاهیم واضح بودن آن‌ها برای محقق است. رعایت این موضوع باعث می‌شود تا محقق مفاهیم را به راحتی به خاطر آورد و در حین یادداشت‌برداری قادر به تشریح آن‌ها با جزئیات بیش‌تری شود. هنگامی که داده‌ها باز شد و مفاهیم از درون آن‌ها سر برآورد، محقق به دنبال مصداق‌هایی می‌گردد که بتواند با کمک آن‌ها، مفاهیم را در قالب مقوله‌هایی دسته‌بندی کند. طبق دیدگاه اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، برخی از مفاهیم را می‌توان در قالب مقوله‌ای که از انتزاع بالاتری نسبت به آن مفاهیم برخوردار است، دسته‌بندی کرد. به کمک مقوله‌ها می‌توان چیزهای در حال وقوع را توصیف کرد. هنگامی که یک مقوله شناسایی شد، محقق تمرکز خود را به سمت فهم ویژگی‌ها و ابعاد خاص آن مقوله سوق می‌دهد. ویژگی‌های یک مقوله نمایانگر مشخصه‌های عمومی یا خاصی هستند که برای شناسایی آن مقوله با یکدیگر ترکیب شده‌اند. برای یک مقوله، می‌توان با طرح سوالاتی نظیر چه کسی، چه چیزی، چه موقع، چگونه، چه مدت و چرا به شناسایی ویژگی‌های آن پرداخت. علاوه بر این، فهم نوسانات و تغییرات ویژگی‌های یک مقوله از اهمیت زیادی برخوردار است. این نوسانات نشان می‌دهند که مشخصه‌ها می‌توانند در طول یک پیوستار تغییر کنند.

جدول ۲- یک نمونه از مصاحبه‌ها و استخراج کدهای اولیه

کد	نقل قول
عوامل درونی خودکنترلی	عواملی که باعث این اتفاق‌ها همیشه خشمه‌نفرته و حالا عقده‌های درونی که حالا باید ببینیم عواملش چیه و طرز فکر اون شخصه که فکر میکنه با این کار می‌تونه به نتیجه خوبی برسه و به نظر من نوع فکر اون آدم هم می‌تونه باعث این بشه که بعضی‌ها با اینکه خیلی خشمگین باشند ولی فکر نمیکنند این کار کار درستی باشد و این کار را انجام نمی‌دهند (مصاحبه ۱).
فرهنگ افزایی گزینش مناسب افراد عدالت محوری نیروهای امنیتی کارآمد گفتگوی ذینفعان	راه‌هایی که می‌تونه جلوگیری کنه از این موضوع در واقع فرهنگ‌سازی هستش که افراد متوجه بشن که این کارها نتیجه مثبتی را به دنبال نداره ریشه یابی علت‌ها و عوامل خشم و تنفر و عقده‌ها هستش که با برطرف کردن آنها مثلاً بازی استقلال پرسپولیس این فرهنگ‌سازی باید بشه که هم داور باید خیلی خوب انتخاب بشه و جلوی یک سری بی‌عدالتی‌ها گرفته باشه که سوء تفاهم برای تماشاچی‌ها ایجاد نکنه و از طرفی حالا نیروهایی که امنیتی هستند و با کوچکترین برخوردی اگر مقابله بکنن و جلوش رو بگیرند بقیه هم به خودشون اجازه نمیدن که راحت سر موضوعات اینچنینی بززن همه چی رو دربو داغون بکنن و به مرور زمان نشون دادن جنبه‌های مثبت این کار که با گفتگو و صحبت کارشو آدم پیش بیره خیلی بهتره نتیجه مفید تری داشته باشد (مصاحبه ۵).

نقل قول	کد
نتیجه هم اینکه مسلماً علاوه بر اینکه داخل کشور مردم نسبت به هم دیگه همش با خشونت برخورد می کنند و ناامنی به وجود میاد چهره کشور روهم در دنیا در واقع زشت نشون میده و قضاوت هایی که نسبت به کشور میشه خیلی منفیه و مدل انسانهای اولیه به ما نگاه می کنند و حالا تا جایی که به ذهنم رسید خدمتون گفتم امیدوارم مفید بوده باشه (مصاحبه ۱۳).	کاهش امنیت هویت سازی برای کشور

ویژگی ها و ابعاد مترتب بر آن ها است. کدگذاری محوری به شکل گیری روابط بین پدیده- مقوله اصلی و پاسخ به سوالات مترتب بر پدیده اصلی (زیرمقوله ها) نظیر چه موقع، کجا، چرا، چه کسی، چگونه و با چه پیامدهایی کمک می کند.

۱-۲ شرایط علی

این شرایط باعث شکل گیری پدیده یا طبقه محوری می شوند. این شرایط مجموعه ای از طبقه ها و ویژگی- هایشان است که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می- دهد. شرایط علی در این تحقیق شامل مفاهیمی بود که از سوال به نظر شما چه عواملی باعث بروز رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی در فوتبال می شود به دست آمد. در جدول (۳) نتایج حاصل از کدگذاری محوری در مورد شرایط علی بیان گردیده است.

۲. نتایج کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری، یکی از مقوله های کدگذاری باز به عنوان مقوله یا پدیده اصلی انتخاب و در مرکز فرایند قرار می گیرد و سپس سایر مقوله ها (زیر مقوله- ها) به آن ربط داده می شود. طبق نظر استرواس و کوربین (۱۹۹۸)، پدیده اصلی عنوانی است که می توان به پاسخ سوال «اینجا چه در حال رخ دادن است؟» نسبت داد. در هنگام جستجو برای یافتن پدیده اصلی، محقق باید به دنبال الگوهایی تکراری از رویدادها، اتفاقات یا کنش ها- واکنش هایی باشد که افراد یا سازمان ها، به تنهایی یا با یکدیگر، در پاسخ به مشکلات و موقعیت های پیش رو از خود بروز می- دهند. به عقیده استرواس و کوربین (۱۹۹۸)، کدگذاری محوری ربط دادن مقوله ها به زیرمقوله ها در امتداد

جدول ۳- نتایج حاصل از کدگذاری محوری در مورد شرایط علی رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی در فوتبال

ردیف	مفاهیم	مقولات	پارادایم (سازه اصلی)
۱	بی هویتی		شرایط علی
۲	تجاری سازی ورزش		
۳	رقابت شدید	مدرنیسم ورزشی	
۴	فرهنگ مصرف گرایی		
۵	مجزا بودن تماشاگران از شرکت کنندگان		
۱۰	حجم جمعیت		محبوبیت کلی ورزش
۱۱	صدای جمعیت (ازدحام و شلوغی)		
۱۲	محبوب بودن ورزش		
۱۳	فرصت تماشای بازی از تلویزیون		
۱۴	محبوب بودن بازیکنان		
۱۵	میزان تبلیغات		جذابیت کلی بازی
۱۷	سرعت بازی		
۱۸	کیفیت بازی رقیب		
۱۹	کیفیت تیم میزبان		
۲۰	راهبرد به نمایش گذاشته شده		

ردیف	مفاهیم	مقولات	پارادایم (سازه اصلی)
۲۱	ورزش گرایی		
۲۲	مهارت به نمایش گذاشته شده		
۲۳	موفقیت باشگاه		
۲۴	تی شرت رایگان		
۲۵	بلیت رایگان	برنامه های سرگرم کننده	
۲۶	حق امتیاز		
۲۷	اجرای موسیقی		
۲۸	میزان نزدیکی تماشاگران دو تیم		
۲۹	میزان نزدیکی نیمکت دو تیم	فاصله فیزیکی	
۳۰	میزان فاصله با زمین بازی		
۳۱	چیدمان صندلی ها		
۳۲	مکان صندلی ها		
۳۳	امکانات رفاهی محوطه پارکینگ	رفاه ورزشگاه	
۳۴	دسترس بودن امکانات رفاهی		
۳۵	سقف متحرک		
۳۶	نصب علائم راهنما		
۳۷	وجود نمایشگرهای بزرگ		
۳۸	اینترنت وایرلس	فناوری روز	
۳۹	کیفیت صدای ورزشگاه		
۴۰	نحوه خرید بلیط اینترنتی		
۴۱	قیمت بلیط		
۴۲	خرید		
۴۳	هزینه رسیدن به ورزشگاه	هزینه حضور	
۴۴	هزینه مواد خوراکی		
۴۵	تصور کیفی پایین		
۴۶	موفقیت غیرمستقیم		
۴۷	کسب دانش		
۴۸	حس زیباشناختی		
۴۹	تعامل اجتماعی	مشوق ها	شرایط علی
۵۰	هیجان و کنش		
۵۱	رهایی		
۵۲	خانواده		
۵۳	جذابیت فیزیکی شرکت کنندگان		
۵۴	کیفیت مهارت بدنی ورزشکاران		
۵۵	تقویت عزت نفس		
۵۶	استرس مفید		
۵۷	ارزش سرگرمی		
۵۸	ارزش اقتصادی	جذابیت ادراک شده	
۵۹	ایجاد پیوند دوستانه		
۶۰	حضور ستاره ها در تیم		
۶۱	جایگاه تیم در جدول		
۶۲	نوع مسابقات (حذفی، دوره ای و ...)		

ردیف	مفاهیم	مقولات	پارادایم (سازه اصلی)
۶۳	سطح مهارت ورزشکاران		
۶۴	تحقیق تیم / ورزشکار خود		
۶۵	نادیده گرفته شدن تیم و یا خود تماشاگر	درد اجتماعی	
۶۶	احساس گمنامی		

شرایط علی مورد مطالعه در این پژوهش، حاکی از وجود ۶۶ کد مفهومی و ۱۱ مقوله فرعی شامل «مدرنیسم ورزشی»، «محبوبیت کلی ورزش»، «جذابیت کلی بازی»، «برنامه‌های سرگرم‌کننده»، «فاصله فیزیکی»، «رفاه ورزشگاه»، «فناوری روز»، «هزینه حضور»، «مشوق‌ها»، «جذابیت ادراک شده» و «درد اجتماعی» می‌باشد.

صرفنظر از ارزش‌هایی که زیربنای آنها است، دارای ارتباط متقابل با آنها نیز هستند (فالن و اسکیل^۶، ۲۰۱۷). به همین دلیل، هر گونه تغییر در سازماندهی ورزش بر اثر حرفه‌ای‌سازی و حرکت به سوی تجاری-سازی و مدرن‌سازی آن عواقب مورد نظر و ناخواسته را ایجاد خواهد کرد. به این معنا، و همانطور که توسط ناگل و همکاران (۲۰۱۵) پیش‌بینی شده‌است، فرآیندهای حرفه‌ای شدن در یک حوزه ممکن است نتایج مطلوب و مورد نظر را داشته باشد، در عین حال به طور همزمان پیامدهای ناخواسته و بالقوه نامطلوبی را در یک بخش به ظاهر نامرتب از همان سازمان یا سیستم سازمانی ایجاد کند. بنابراین حرفه‌ای بودن یک نوع فرآیند تغییر است که یک پتانسیل ذاتی برای تولید اثرات موجی سطح متقاطع غیرقابل پیش‌بینی دارد. در این پژوهش نیز به اعتقاد مصاحبه شونده‌گان، حرفه‌ای شدن ورزش از طریق تجاری‌سازی ورزش باعث تزریق پول به ورزش شده است که شدت رقابت‌ها را زیاد می‌کند و از سوی دیگر فرهنگ مصرف‌گرایی را افزایش می‌دهد. به زعم ویلکینسون و پیکت^۷ (۲۰۱۴) افزایش مصرف‌گرایی باعث افزایش نابرابری می‌شود و البته این نابرابری‌ها به افزایش خشونت و پرخاشگری می‌انجامد. پژوهش حاکی از آن است که مدرنیزه شدن و حرفه‌ای‌سازی ورزش، با افزایش رقابت و تجاری‌سازی، به بروز مصرف‌گرایی بیشتر در میان هواداران انجامیده که در نهایت به خشونت و پرخاشگری منجر می‌شود. همچنین، احساس نابرابری و تحقیر تیم‌ها یا بازیکنان از سوی هواداران به عنوان یک عامل مهم در ایجاد انگیزه‌های خشونت‌آمیز

شرایط علی مورد مطالعه در این پژوهش، حاکی از وجود ۶۶ کد مفهومی و ۱۱ مقوله فرعی شامل «مدرنیسم ورزشی»، «محبوبیت کلی ورزش»، «جذابیت کلی بازی»، «برنامه‌های سرگرم‌کننده»، «فاصله فیزیکی»، «رفاه ورزشگاه»، «فناوری روز»، «هزینه حضور»، «مشوق‌ها»، «جذابیت ادراک شده» و «درد اجتماعی» می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

شرایط علی مورد مطالعه در این پژوهش، حاکی از وجود ۶۶ کد مفهومی و ۱۱ مقوله فرعی شامل «مدرنیسم ورزشی»، «محبوبیت کلی ورزش»، «جذابیت کلی بازی»، «برنامه‌های سرگرم‌کننده»، «فاصله فیزیکی»، «رفاه ورزشگاه»، «فناوری روز»، «هزینه حضور»، «مشوق‌ها»، «جذابیت ادراک شده» و «درد اجتماعی» می‌باشد.

در رابطه با شرایط علی، ناگل^۱ و همکاران (۲۰۱۵)، به نقل از استلینگ و سام^۲ (۲۰۲۰) اذعان داشتند که حرفه‌ای‌سازی و حرکت به سوی مدرنیسم در ورزش پیامدهای خواسته و ناخواسته‌ای دارد. اصول سازماندهی نوین می‌تواند اثرات غیرمنتظره‌ای داشته باشند که به خوبی در حوزه علوم اجتماعی، سیاست و ادبیات مدیریت به آن اشاره شده است (ساجمن^۳، ۱۹۹۵). و در مطالعات ورزشی، این دیدگاه برای مثال توسط ودینگتون^۴ (۲۰۱۶)، آگوستال و فالن^۵ (۲۰۱۵) و فالن (۲۰۱۷)، ارائه شده است. به عبارتی، در حرفه‌ای‌سازی پیش‌فرض این است که کلیه اصول آن،

1 Nagel
2 Stenling & Sam
3 Suchman
4 Waddington
5 Aggestål & Fahlén

6 Fahlen & Skille
7 Wilkinson & Pickett

شناسایی شده است. در این راستا، یافته‌ها با نظریه‌هایی همسو هستند که نابرابری و تحقیر را از علل اصلی خشونت اجتماعی می‌دانند. در رابطه با سایر عوامل علی باید گفت؛ به نظر می‌رسد یکی از روش‌های پی بردن و شناسایی عوامل موثر بر خشونت و پرخاشگری در ورزش بررسی عوامل مزاحم بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها است. به عبارتی به نظر می‌رسد هر مانعی که باعث شود میزان کیفیت و لذت حضور در ورزشگاه کاهش پیدا کند به عصبانیت و تنش روانی تماشاگران می‌انجامد (گرو^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). در این راستا طبق تحقیقات انجام شده توسط جیولانی و آرمسترانگ^۲ (۲۰۰۲)، عواملی نظیر محبوبیت کلی ورزش، جذابیت کلی بازی، برنامه‌های سرگرم کننده، فاصله فیزیکی، رفاه ورزشگاه، فناوری روز، هزینه حضور، مشوق‌ها جزء عوامل تاثیرگذار بر حضور افراد در ورزشگاه‌ها است. که البته به طور کم و بیش در صحبت‌های مصاحبه شونده‌گان نیز با عناوین دیگر اشاره شد. هشت عامل مشخص و تاثیرگذار بر حضور در بازی وجود دارد؛ عامل اول، یعنی محبوب بودن ورزش شامل هشت زیرمجموعه مجزا و مهم مانند: حجم جمعیت، صدای جمعیت (ازدحام و شلوغی جمعیت)، محبوب بودن ورزش، فرصت تماشای بازی از تلویزیون، محبوب بودن بازیکنان، میزان تبلیغات، رقابت و سرعت است. عامل دوم، دارای ویژگی‌های مرتبط با جذابیت کلی بازی شامل؛ کیفیت بازی رقیب، کیفیت تیم میزبان، راهبرد به نمایش گذاشته شده، ورزش‌گرایی^۳ و مهارت‌های به نمایش گذاشته شده می‌باشد. عامل سوم بر مبنای کالاهای تبلیغی و هدایای رایگانی مانند، تی‌شرت‌های رایگان، بیلط‌های رایگان و حق امتیاز^۴ می‌باشد. عامل چهارم نشان‌دهنده برنامه‌های سرگرم کننده، قبل و حین بازی مانند اجراهای گروهی، موسیقی است. عامل

5 Physical contact

6 Cost

7 Trail

8 Social and psychological needs

9 Vicarious achievement

10 Acquisition of Knowledge

11 Aesthetics

12 Social interaction

13 Drama/Excitement

14 Escape

15 Wann

1 Grove

2 Giulianotti & Armstrong

3 Athleticism

4 Concessions

استادیوم است. بهبود زیرساخت‌های رفاهی و امکانات استادیوم‌ها، تنظیم قیمت‌های بلیط به گونه‌ای که امکان دسترسی برای طیف گسترده‌تری از افراد فراهم شود، و ایجاد برنامه‌های آموزشی که هواداران را به آرامش و رفتار محترمانه ترغیب کند، می‌تواند به کاهش انگیزه‌های خشونت‌آمیز منجر شوند. همچنین، ترویج رفتارهای مسئولانه از سوی مسئولان ورزشی و توجه به بازخورد هواداران برای کاهش احساس نابرابری و تحقیر می‌تواند به بهبود فضای ورزشی و کاهش تنش‌ها کمک کند.

ورزش این متغیرها خودنمایی کردند. بنابراین از این دیدگاه دی ریک و دی بوچر^۱ (۲۰۱۹)، آرمسترانگ و جولیاتی (۲۰۰۲)، بیلینگز و همکاران^۲ (۲۰۱۳) و چوپرا^۳ (۲۰۱۴) نیز با ما هم عقیده اند که حرفه ای شدن ورزش و بالطبع مطرح شدن عواملی نظیر رفاه تماشاگران، جذابیت بازی ها و ... به خشونت می انجامد.

آخرین متغیری که بر اساس نظرات مصاحبه شوندگان تحت عنوان عوامل علی موثر بر رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی تماشاگران طبقه بندی شد عامل درد اجتماعی است. مصاحبه شوندگان در پاسخ هایشان اشاره داشتند که تحقیر تیم و ورزشکار محبوب تماشاگران، احساس نادیده گرفته شدن تیم و ورزشکار توسط مسئولان برگزاری مسابقات و حتی در سطح کلان تر توسط مسئولان سیاسی باعث انگیزه پرخاشگری و خشونت تماشاگران و هواداران ورزش بویژه فوتبال خواهد شد. با توجه به اتفاقات اخیر در فوتبال ایران در باب ادعای هواداران و حتی بعضی از بازیکنان باشگاه استقلال تهران مبنی بر حمایت مسئولان سیاسی و وزارت ورزش و جوانان از باشگاه پرسپولیس در واقع بازتاب همین احساس تحقیر و یا نادیده گرفته شدن است. در این رابطه استدلال ویلکینسون و پیکت (۲۰۱۴) این است نابرابری‌ها باعث احساس تحقیر می‌شود که یکی از علت‌های اصلی خشونت نیز ممکن است باشد. این نتیجه با نتایج پژوهش دی ریک و دی بوچر (۲۰۱۹) نیز همسو است. با توجه به نتایج این تحقیق، حرفه‌ای‌سازی و مدرنیسم ورزشی با افزایش مصرف‌گرایی، رقابت‌جویی، و افزایش جذابیت عمومی بازی‌ها می‌تواند نقش بسزایی در بروز رفتارهای وندالیستی و هولیگانیستی هواداران داشته باشد. از این رو، یکی از پیشنهادات کاربردی برای کاهش این رفتارها، بررسی دقیق اثرات مدرنیسم و تجاری‌سازی بر تجربه حضور هواداران در

1 De Rycke & De Bosscher

2 Billings

3 Chopra

References

- Aggestål, A., & Fahlén, J. (2015). Managing sport for public health: approaching contemporary problems with traditional solutions. *Social inclusion*, 3(3), 108-117. DOI: <https://doi.org/10.17645/si.v3i3.197>
- Andreasen, A. R. (Ed.). (2006). *Social marketing in the 21st century*. Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781483329192>
- Arianpour Kashani, M. *Arianpour Advanced Dictionary*. (Persian). DOI: <https://www.gisoom.com/book/1298413/>
- Billings, A. C., Brown, N. A., Brown, K. A., Guoqing, Leeman, M. A., Ličen, S., ... & Rowe, D. (2013). From pride to smugness and the nationalism between: Olympic media consumption effects on nationalism across the globe. *Mass Communication and Society*, 16(6), 910-932. DOI: <https://doi.org/10.1080/15205436.2013.822519>
- Bodin, D., Héas, S., & Robene, L. (2004). Hooliganism: on social anomie and determinism. *Champ pénal/ Penal field*, 1. DOI: <https://doi.org/10.4000/champpenal.71>
- Boychuk, V., Sukharev, K., Voloshin, D., & Karbovskii, V. (2016). An exploratory sentiment and facial expressions analysis of data from photo-sharing on social media: the case of football violence. *Procedia computer science*, 80, 398-406. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.05.340>
- Carnibella, G., Fox, A., Fox, K., McCann, J., Marsh, J., & Marsh, P. (2017). *Football Violence in Europe: A Report to the Amsterdam Group*. Social Issues Research Centre. DOI: https://read-me.org/s/football_violence-europe.pdf
- Chopra, R. (2014). The Role of FC Barcelona in Fuelling Catalan Nationalism: Football and Regional Identity. *International Journal of Sport & Society*, 4(3). DOI: <https://doi.org/10.18848/2152-7857/CGP/v04i03/53980>
- Corner, A., & Randall, A. (2011). Selling climate change? The limitations of social marketing as a strategy for climate change public engagement. *Global environmental change*, 21(3), 1005-1014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.05.002>
- Da Silva, E. C., & Las Casas, A. L. (2019). Social Marketing for Restraining the Violence of the Supporters by Behaviour Change. *International Journal of Business Administration*, 10(4). DOI: <https://doi.org/10.5430/ijba.v10n4p64>
- Davis, L. (2015). Football fandom and authenticity: A critical discussion of historical and contemporary perspectives. *Soccer & Society*, 16(2-3), 422-436. DOI: <https://doi.org/10.1080/14660970.2014.961381>
- De Rycke, J., & De Bosscher, V. (2019). Mapping the potential societal impacts triggered by elite sport: a conceptual framework. *International journal of sport policy and politics*, 11(3), 485-502. DOI: <https://doi.org/10.1080/19406940.2019.1581649>
- Deriemaeker, A., & De Maere, D. *Football hooliganism in England: Is football hooliganism still as active now as it was*. DOI: https://www.researchgate.net/profile/Dominik-De-Maere/publication/298789327_Football_Hooliganism_in_England/links/56ebbee408ae9dcdd82afe73/Football-Hooliganism-in-England.pdf
- Fahlén, J. (2017). The trust–mistrust dynamic in the public governance of sport: Exploring the legitimacy of performance measurement systems through end-users' perceptions. *International journal of sport policy and politics*, 9(4), 707-722. DOI: <https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1348965>
- Fahlén, J., & Skille, E. Å. (2017). State sport policy for indigenous sport: inclusive ambitions and exclusive coalitions. *International journal of sport policy and politics*, 9(1), 173-187. DOI: <https://doi.org/10.1080/19406940.2016.1232297>
- Ferreira, M., & Armstrong, K. L. (2004). An exploratory examination of attributes influencing students' decisions to attend college sport events. *Sport Marketing Quarterly*, 13(4), 194-208. DOI: <https://doi.org/10.1177/106169340401300405>
- Ghasemi V, Zolaktaf V and Noor Ali Vand A. (2009). *Sociology of Sport (Vandalism and Mobility in Football)*, Tehran: First Edition; Sociologists Publications. (Persian). DOI: <https://www.30book.com/book/136089/>
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A sociology of the global game* (Vol. 160, No. 5). Cambridge: Polity Press. DOI: <https://doi.org/10.2307/2654108>
- Giulianotti, R., & Armstrong, G. (2002). Avenues of contestation. *Football hooligans running and ruling urban spaces*. *Social Anthropology*, 10(2), 211-238. DOI: <https://doi.org/10.1017/S096402820200149>
- Grove, S. J., Pickett, G. M., Jones, S. A., & Dorsch, M. J. (2012). *Spectator rage as the dark side*

- of engaging sport fans: Implications for services marketers. *Journal of Service Research*, 15(1), 3-20. DOI: <https://doi.org/10.1177/1094670511428166>
- Nagel, S., Schlesinger, T., Bayle, E., & Giauque, D. (2015). Professionalisation of sport federations—a multi-level framework for analysing forms, causes and consequences. *European sport management quarterly*, 15(4), 407-433. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1062990>
- PachÃ, G., & Ika, L. (2016). European Professional Football Club Image and Human Capital Management. *International Journal of Business Administration and Management Research*, 2(3), 31-34. DOI: <https://ideas.repec.org/p/hal/journal/hal-01436427.html>
- Pearson, G. (2006). Fig Fact Sheet Four: Hooliganism. Football Industry Group. DOI: <https://static1.squarespace.com/static/5b7ea2794cde7a79e7c00582/t/62e2e1c4d2841a20f2ce7b5a/1659036105359/football-hooliganism.pdf>
- Pinhal, C. A. G. D. (2018). How to prevent verbal violence in football stadiums: creation of a social marketing plan for Sporting Clube de Portugal (Doctoral dissertation). DOI: <https://comum.rcaap.pt/bitstreams/a7af2e06-cb29-4f9d-ad06-865ed2cf285d/download>
- Rookwood, J., & Spaaij, R. (2018). *The Wiley Handbook of Violence and Aggression*. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119057574.whb.val10>
- Spaaij, R. (2006). Aspects of hooligan violence: A reappraisal of sociological research into football hooliganism. DOI: <https://vuir.vu.edu.au/24947/>
- Stenling, C., & Sam, M. (2020). Professionalization and its consequences: How active advocacy may undermine democracy. *European Sport Management Quarterly*, 20(5), 577-597. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1637915>
- Stott, C., & Pearson, G. (2006). Football banning orders, proportionality, and public order policing. *The Howard journal of criminal justice*, 45(3), 241-254. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2311.2006.00419.x>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Trail, G. T., Anderson, D. F., & Fink, J. S. (2000). A theoretical model of sport spectator consumption behavior. *International journal of sport management*, 1(3), 154-180. DOI: <https://doi.org/10.2307/2654108>
- Waddington, I. (2016). Theorising unintended consequences of anti-doping policy. *Performance Enhancement & Health*, 4(3-4), 80-87. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.peh.2016.03.004>
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social issues*, 19(4), 377-396. DOI: <https://doi.org/10.1177/01937239501900404>
- Ward R.(2002). Fan violence: Social problem or moral panic?. *Aggression and Violent Behavior*. (7): 453-475. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1359-1789\(01\)00075-1](https://doi.org/10.1016/S1359-1789(01)00075-1)
- Wilkinson R, Pickett P. (2009). *The Penalty of Inequality: Why Equality Benefits Everyone*. DOI: <https://equalitytrust.org.uk/the-spirit-level/>
- Wong, F., Huhman, M., Asbury, L., Bretthauer-Mueller, R., McCarthy, S., Londe, P., & Heitzler, C. (2004). VERB™—a social marketing campaign to increase physical activity among youth. *Preventing chronic disease*, 1(3). DOI: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15670431>