

## Analysis of the Causal Relationship Between Fans' Loyalty and Types of Riots Among Fans of Iran's Premier Football League Clubs

Davood Nasr Esfahani\*, Narges Rafiei, Rezvan Masaeli

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

Received: 2023/04/29

Accepted: 2023/07/26

Original Research

### Abstract

**Purpose:** This research aimed to analyze the causal relationship between fan loyalty and types of riots among fans of Iran's premier football league clubs in the 22nd round of this tournament.

**Methodology:** The research method, which was conducted as a survey, was applied in terms of purpose and correlation-causal nature. Since the exact number of the statistical population of the research was not available, the sample size was considered equal to 425 people, and finally, 381 questionnaires were completed, returned and analyzed. The samples were selected using a stratified random sampling method based on geographical regions. In order to collect data from two standard questionnaires, Loyalty of fans and all kinds of riots were used. The validity and reliability of the questionnaires were confirmed (Cronbach's alpha coefficient was 0.84 on the fan loyalty scale and 0.87 on the chaos scale). In order to analyze the data, statistical tests, including the structural equation model, and SPSS version 23 and Smart PLS version 3 software were used.

**Results:** The results of the research showed that the level of fan loyalty is higher than the average level ( $x=3.14$ ,  $t=4.01$ ,  $p\leq 0.001$ ), and the amount of riots among the fans of Iran's premier football league teams is lower than the average level. ( $x=2.82$ ,  $t=3.32$ ,  $p\leq 0.001$ ). In addition, the findings indicate that fan loyalty significantly affected the reduction of riots among fans of the Iranian Premier League ( $\beta=0.66$ ,  $t=22.67$ ,  $p\leq 0.001$ ). Therefore, it was found that increasing the loyalty of football fans can effectively control and reduce all types of chaos among them.

**Conclusion:** Therefore, the managers and officials of the league organization and the clubs participating in the competitions should develop programs to promote the fans' loyalty so that they can control them well in case of riotous behavior.

**Keywords:** Fans, Football Premier, Iran League, Loyalty.

---

\* Corresponding author's e-mail address: Davood\_nasr\_esfahani@yahoo.com

## تحلیل رابطه علی وفاداری هواداران با انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران

داود نصر اصفهان\*، نرگس رفیعی، رضوان مسائلی

گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۵

### چکیده

**هدف:** هدف این تحقیق، تحلیل رابطه علی وفاداری هواداران با انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران در بیست و دومین دوره این مسابقات بود.

**روش‌شناسی:** روش این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیتی از نوع تحقیقات همبستگی- علی بود که به صورت پیمایشی انجام گرفت. از آنجا که تعداد دقیقی از جامعه آماری تحقیق در دسترس نبود، حجم نمونه برابر با ۴۲۵ نفر در نظر گرفته شد که در نهایت ۳۸۱ پرسشنامه به طور کامل تکمیل و عودت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و بر اساس مناطق جغرافیایی انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از دو پرسشنامه استاندارد وفاداری هواداران و انواع آشوب استفاده گردید. روایی و پایایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت (ضریب آلفای کرونباخ در مقیاس وفاداری هواداران ۰/۸۴ و در مقیاس آشوب ۰/۸۷). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری از جمله مدل معادلات ساختاری و از نسخه ۲۳ نرم‌افزار SPSS و نسخه ۳ اسمارت پی ال اس استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج تحقیق نشان داد که میزان وفاداری هواداران از سطح متوسط بیشتر ( $X=۳/۱۴$ ,  $t=۴/۰۱$ ,  $p\leq ۰/۰۰۱$ ) و میزان آشوب در بین هواداران تیم‌های لیگ برتر فوتبال ایران از سطح متوسط کوچکتر است ( $X=۲/۸۲$ ,  $t=-۳/۳۲$ ,  $p\leq ۰/۰۰۱$ )؛ به علاوه، یافته‌ها حاکی از این است که وفاداری هواداران بر کاهش انواع آشوب در بین هواداران لیگ برتر فوتبال ایران تأثیر معناداری داشت ( $\beta=۰/۶۶$ ,  $t=۲۲/۶۷$ ,  $p\leq ۰/۰۰۱$ )؛ از این رو مشخص شد که افزایش وفاداری در هواداران فوتبال می‌تواند بر کنترل و کاهش انواع آشوب در میان آن‌ها مؤثر باشد.

**نتیجه‌گیری:** مدیران و مسئولان سازمان لیگ و باشگاه‌های حاضر در مسابقات باید برنامه‌هایی برای ارتقای وفاداری هواداران تدوین نموده تا در صورت احتمال بروز رفتارهای آشوبگرانه بتوانند آنها را به خوبی کنترل نمایند.

**واژگان کلیدی:** وفاداری، آشوب، رفتارهای پرخاشگرایانه، هواداران، لیگ برتر، فوتبال ایران.

## مقدمه

در دنیای امروز ورزش پدیده‌ای فرهنگی است که در زندگی روزمره حضور گسترده‌ای دارد (Lewis & Gantz, 2019). با نگاهی اجمالی به مسیر پیشرفت رشته‌های مختلف ورزشی و همچنین مقایسه رویدادهای ورزشی امروز با رویدادهای ورزشی گذشته، مشاهده می‌کنیم که رویدادهای ورزشی در دوراهی جدید ظهور چالش‌های اخلاقی قرار دارند (Bostaki, Ghafouri, & Kargar, 2019). در این مسیر بسیاری از رشته‌های ورزشی و به‌خصوص ورزش فوتبال، درگیر چالش‌های و مسائل اخلاقی مانند رفتارهای خشونت‌گرایانه و پرخاشگری اند (Klimczak, Kalina, & Jagiello, 2015). بر طبق آمار و ارقام، فوتبال محبوب‌ترین ورزش دنیا و بالطبع دارای علاقه‌مندان و طرفداران بسیاری است (Abbaszadeh, Saadati, Kabiri, & Ashairi, 2016). هواداری به عنوان بخش مهمی از پدیده فوتبال در جامعه امروزی نیز به عنوان سکه‌ای دورو با واقعیتی زشت و زیبا تعبیر می‌شود و جنبه‌های مثبت آن با کارکردهای فوق‌العاده ارزشمند با رویکرد منفی و عوارض زینبار آن آمیخته و طبیعی است که یکی از عوارض منفی آن، پرخاشگری و اوباشگری تماشاگران است (Rahmati, 2010). یکی از مشکلات همیشگی و مورد بحث در این رشته، خشونت و پرخاشگری تماشاگران و هواداران حاضر در استادیوم‌هاست. خشونت به کرات به عنوان رفتار پرخاشگرایانه در ورزش و به‌ویژه فوتبال تجربه و ابراز می‌گردد و هیجانی تکرار شونده است که در ورزش رقابتی می‌تواند به رفتارهای پرخاشگرایانه منجر شود (Lapa, Aksoy, Certel, Özçelik, & Çelik, 2013; Steffgen, 2017).

حوادث آشوبگرایانه در مسابقات فوتبال مانند مسابقه آرژانتین و پرو در سال ۱۹۶۴ با ۳۱۸ کشته، شروع جنگ بین هندوراس و السالوادور در سال ۱۹۶۹ به علت برگزاری مسابقه فوتبال در چهارچوب مسابقات مقدماتی جام جهانی فوتبال، مرگ و زخمی شدن تعداد زیادی در مسابقه بین دو تیم سلطیک و گلاسکوردنجرز اسکاتلند، زخمی شدن تماشاگران دو تیم رقیب در ترکیه، حوادث مربوط به دیدار لیورپول و یونتوس از بازی‌های جام باشگاه‌های اروپا و تحریم بازی فوتبال در دادگاه منچستر و صدها مورد دیگر تا به امروز، شاهدهی بر وجود رفتارهای پرخاشگرایانه و حتی شورش‌های بعد از مسابقات فوتبال است (Anvaral - Khawli, 2003). آشکارترین نمونه رفتار خشونت‌آمیز بین هواداران رشته‌های مختلف ورزشی، پدیده موسوم به «اوباشگری و آشوب» است که امروزه به شکل نسبتاً سازمان یافته‌ای در کشورهای که در ورزش پیشرفت چشمگیری داشته‌اند، به‌ویژه در اروپا رواج دارد (Rahmati, 2010). پژوهشگران و نظریه پردازان علوم اجتماعی دلایلی را مطرح و تفسیرهای متفاوتی در مورد رفتار اوباشگرانه و خشونت تماشاگران مسابقات ارائه داده‌اند که گستره آن، از دگرگونی‌های کلان اجتماعی تا عامل‌های خرد را دربر می‌گیرد (Ghasemi, Zulaktaf, & Nur Ali Vand, 2009). با گسترش تدریجی فرهنگ هواداری در ورزش، مسائل آشوبگرایانه آن، نظر محققان و پژوهشگران را در سال‌های اخیر به خود معطوف داشته است (Rahmati, 2010). به اعتقاد مک دونالد (۲۰۰۶) خشونت‌ورزی نوعی بیماری اجتماعی است که در روند حرکت نامتعادل یک جامعه، به اعضای آن جامعه عارض می‌گردد. همچنین به اعتقاد پیرسون (۲۰۰۶) خشونت را می‌توان به مثابه تجلی افراطی و شدید خشم و عصبانیت به شکل احساسی یا کلامی در نظر گرفت. پرخاشگری، شامل رفتاری است که از روی قصد و برای صدمه زدن به خود و یا دیگری انجام می‌شود و می‌تواند دارای جلوه‌های مختلفی باشد و از بدرفتاری کلامی که سبب آسیب روانشناختی شده تا خشونت فیزیکی را دربرمی‌گیرد و متضمن بی توجهی صرف به سلامت خود و یا دیگران است (Fatma, Khan, & Husain, 2017)؛ بنابراین طبق نظر بارون و بیرن<sup>۱</sup> (۱۹۹۴)، پرخاشگری کنشی است که شامل هر

<sup>۱</sup> - Baron and Byrne

دو شکل آسیب‌رسانی بدنی و روانی، جنبه‌ی تعمدی دارد، امری تصادفی به شمار نمی‌آید، تنها شامل افراد انسانی می‌گردد و در آن آسیب‌رسانی به اشیا، مورد نظر نیست (Baron & Byrne, 1994).

بروز رفتارهای خشونت‌آمیز و نابهنجار از سوی تماشاگران، ورزشکاران، مربیان و گاهی مسئولان تیم‌های ورزشی از قبیل فوتبال، بسکتبال، کشتی، والیبال، و فوتسال، یکی از مشکلات اساسی این ورزش‌هاست که علاوه بر مشکلات و ضررهای اقتصادی، از لحاظ اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هم آسیب‌های زیادی را در پی دارد (Khagani, Avar & Shanvaz, 2015). در بروز خشونت در استادیوم‌ها عوامل مختلفی مانند نیروهای امنیتی، ورزشکاران، مربیان، تماشاگران، داوران و مسئولان باشگاه‌ها می‌توانند به طور مستقیم و غیرمستقیم نقش داشته باشند (Acuña, Delgado & Acuña Gómez, 2019). در بین عوامل تأثیرگذار در ایجاد خشونت، تماشاگران، توجه بیشتری را به خود جلب کرده‌اند و نمود بیشتری دارند. علل خشونت تماشاگران شامل علل مربوط به رقابت در مسابقات، علل مربوط به محیط استادیوم و علل مربوط به مسائل خارج از مسابقه است (Bartlett & Abrams, 2019; Sofia & Cruz, 2017). در همین راستا، رفتارهایی که گه‌گاه در حواشی مسابقات ورزشی مشاهده می‌شود بعضاً آشوب یا شورش<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. آشوب‌کنشی است که شامل هر دو شکل آسیب‌رسانی بدنی و روانی، جنبه‌ی تعمدی دارد، امری تصادفی به شمار نمی‌آید و به صورت جمعی است (Rahmati, 2010)؛ در حالی که شباهت‌هایی میان آشوب و پرخاشگری وجود دارد ولی تفاوت آن در جنبه‌ی جمعی بودن آن است؛ به طوری که اگرچه رویکردهای جامعه‌شناختی ذکر شده در مورد شورش ارزش بسیار دارند، اما این نوع‌شناسی می‌تواند برای شناخت و طبقه‌بندی انواع خاصی از رفتار جمعی مؤثر باشد. به طوری که مان<sup>۲</sup> (۱۹۸۹) یک نوع‌شناسی برای طبقه‌بندی آشوب‌های (شورش‌های) ورزشی بر اساس تجزیه و تحلیل‌های موردی و اطلاعات بایگانی شده مطرح و ایجاد کرد. کلمه‌ی مخفف اختصاص داده شده به فورس<sup>۳</sup>، نوع‌شناسی پنج نوع آشوب را مشخص می‌کند که هر یک بر اساس ویژگی‌های غالب آشوبگران است (Mann, 1989)؛ این پنج نوع عبارتند از: آشوب‌های ناامیدی، غیرقانونی، اعتراضی، تقابلی، و احساسی. آشوب‌های ناامیدی: آشوب‌هایی که توسط هواداران ناامید ایجاد می‌شود که می‌خواهند در مقابل منبع درک ناامیدی تلافی کنند. آشوب‌های غیرقانونی: آشوب‌های ناشی از گروه‌های بزهکار که برای شرکت در رفتارهای تهدیدآمیز و مخرب، در رویدادهای ورزشی جمع می‌شوند. آشوب‌های اعتراضی: آشوب‌هایی که نمایانگر اعتراض گروه‌هایی است که مایل به استفاده از استادیوم ورزشی برای بیان نارضایتی‌های سیاسی یا عقیدتی خویشند. آشوب‌های تقابلی: آشوب‌هایی که با گروه‌های هواداران مخالف با سابقه‌ی خصومت و نارضایتی همراه است. آشوب‌های احساسی: آشوب‌هایی که مستقیماً مربوط به احساسات خوشحالی یا عصبانیت و افسردگی تماشاگران است و در واکنش به نتیجه‌ی یک رویداد ورزشی انجام می‌شود (Wann & James, 2018)؛ از این رو محققان پژوهش حاضر را به مدل علمی مان محدود کرده‌اند، به این دلیل که این مدل بسیار جامع است و سایر مدل‌ها همپوشانی بسیاری با این مدل دارند.

نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی خشونت ورزشی از جمله آزادگان و همکاران (۱۴۰۰)، دعاگویان و همکاران (۱۳۹۸)، عباس زاده و همکاران (۱۳۹۶)، خاقانی آور و شانواز (۱۳۹۵)، حسین پور و همکاران (۱۳۹۳)، کیانی (۱۳۹۲)، اسکندری و بجانی (۱۳۹۱) و قاسمی و همکاران (۱۳۸۸) نشان می‌دهند که به طور کلی هواداران ورزشی خشونت بیشتری را نسبت به افراد غیرهوادار در رفتار خود بروز می‌دهند (Abbaszadeh et al., 2016; Azadegan, Bahrami, & Veysi, 2021; Doaguyan, Abdolrahmani, & Parvizi, 2020; Eskandari & Bejani, 2011;

<sup>1</sup> - Rebellion

<sup>2</sup> - Mann

<sup>3</sup> - Force

<sup>4</sup> - Wann & James

Ghasemi et al., 2009; Hoseinpoor, Niazipoor, Kashef, Bagarei, & Mangashti, 2014; Kayani, 2012; Khagani Avar & Shanvaz, 2015). رقابت‌های ورزشی پرتطرفدار شاهد خشونت و آشوبگری هواداران این رقابت‌ها در سراسر جهان است. این نوع آشوب‌ها به مقوله بسیار زاینباری تبدیل شده است که در زمان رخداد آن، خسارات جانی و مالی بسیاری بر جامعه تحمیل می‌شود (Abbaszadeh et al., 2016).

در حالی که هواداران ورزش به عنوان افرادی که به ورزش، تیم و یا ورزشکاری علاقه‌مندند و آنها را دنبال می‌کند، تعریف می‌شوند (Milovanović et al., 2020)؛ هواداران اغلب به امید پیروزی تیم محبوبشان به استادیوم‌ها می‌روند؛ اما اگر با شکست و ناکامی روبه‌رو شوند، این پتانسیل عظیم وجود دارد که هواداران ناامید و برخی از آنها ممکن است عصبانی و پرخاشگر شوند. طبق گفته اسپایچ<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) سرخوردگی، عصبانیت و ناراضی‌ها منجر به بی‌نظمی در استادیوم‌ها و ایجاد آشوب می‌شود و ممکن است آسیب‌های جدی برای استادیوم‌ها، محیط‌های پیرامونی و افراد حاضر در این مکان‌ها داشته باشد (Waltes, Chiocchetti, & Freitag, 2016). همچنین در بستر ورزش، هواداران وفادار اهمیتی ورای تعهدشان نسبت به خرید مجدد کالاها و حق عضویت در باشگاه یا تماشای مسابقات باشگاه‌های محبوب خود دارند. باشگاه‌های ورزشی می‌توانند از هواداران وفادار خود به عنوان اهرمی برای تضمین پخش رسانه‌ای استفاده کنند؛ این امر خود باعث افزایش در معرض نمایش بودن باشگاه ورزشی می‌شود و توانایی باشگاه را در کسب درآمد و پول بیشتر از حامیان مالی افزایش می‌دهد (Rashid Lamir, Montazeri, & Feizi, 2018)؛ به علاوه، وفاداری هوادار به عنوان سنجش رفتار تعیین شده است. وفاداری عبارت است از ایجاد تعهد در هوادار برای ایجاد پیوند و ارتباط عمیق با باشگاه خاص و استفاده از خدمات باشگاه به صورت مکرر. وفاداری، زمانی اتفاق می‌افتد که هواداران احساس کنند باشگاه مورد نظر به بهترین وجه، نیازهای آنها را برآورده می‌کند. بازاریابی، وفاداری به برند است که نقش مهمی در ایجاد منافع بلندمدت باشگاه دارد؛ زیرا هواداران وفادار نیازی به تلاش‌های ترویجی گسترده ندارند و با کمال میل حاضرند مبالغ بیشتری برای کسب مزایا و کیفیت برند مورد علاقه خود بپردازند. باشگاه‌ها می‌توانند سهم بیشتری از هواداران را با کمک وفاداری هواداران به دست آورند؛ زیرا هواداران وفادار به طور مکرر به باشگاه توجه و در برابر عوامل موقعیتی و تلاش‌های بازاریابی دیگر باشگاه‌ها مقاومت می‌کنند (Yoo, 2008). یکی از فعالیت‌های اصلی بازاریابی، حفظ مشتریان و همچنین افزایش وفاداری آنان به محصولات و یا خدمات سازمان است؛ زیرا مشتریان وفادارتر باعث می‌شوند تا سازمان سهم بیشتری از بازار را داشته باشد؛ احتمال خرید مشتریان وفادار از همان برند یا خدمات بیشتر است. آنها همچنین تبلیغات شفاهی مثبتی را در مورد آن برند ارائه می‌دهند و متمایل به پرداخت قیمت بیشتری نیز هستند. در صنعت ورزش، می‌توان به باشگاه ورزشی به عنوان برند و به هواداران به عنوان مشتری نگریست؛ از این رو، مدیران ورزشی باید باشگاه‌ها، لیگ‌ها و دارایی‌های خود را از منظر یک برند مدیریت کنند (Bridgewater, 2010). در این راستا توجه و ایجاد وفاداری در هواداران باشگاه‌ها مهم است و باشگاه‌ها باید به میزان راه‌های مؤثر در ایجاد وفاداری در هواداران خود تلاش نمایند. از آنجا که زیربنای اکثر برنامه‌های بازاریابی مربوط به وفاداری مشتری این است و نگهداری مشتری قدیمی بسیار ارزانتر از جذب مشتری جدید است، باشگاه‌ها باید برنامه‌های بازاریابی متنوعی را برای نگهداری مشتریان خود اجرا کنند؛ به همین دلیل، بازاریابان ورزشی در تلاشند، در رفتار و نگرش مصرف‌کنندگان ورزشی تغییر به وجود آورند و یا تمایلات واکنشی و پاسخ‌های تماشاگران و هواداران را تغییر دهند (Rashid Lamir et al., 2018). از سوی دیگر، کنترل جو استادیوم‌ها از سوی نیروهای امنیتی و ارتباط مناسب با لیدرهای باشگاه‌ها اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد و بررسی رفتارهای پرخاشگرانه و خشونت‌آمیز تماشاگران

<sup>۱</sup> - Spaji

فوتبال در نقاط مختلف جهان نشان می‌دهد که الگوی رفتاری یکسان و واحدی بر آنان حاکم نیست. شواهد نشان می‌دهد اکثر قریب به اتفاق موارد برخوردهای خشونت آمیز و پرخاشجویانه تماشاگران فوتبال، متأثر از جریان‌های اجتماعی است و با توجه به متفاوت بودن خاستگاه جریان‌های اجتماعی خشونت‌آمیز در جوامع مختلف، ریشه آشوب‌های هواداران فوتبال در کشورها با یکدیگر متفاوت است. در کشورهای اروپایی مثل انگلستان، ایتالیا و اسکاتلند، تقابل‌های طبقاتی و دینی مثل تقابل کاتولیسیسم با پروتستانیسم، منجر به آشوب در فوتبال می‌شود. در آفریقا خصومت‌های دیرینه قومی و قبیله‌ای، نقش مهمی در بروز برخوردهای خشونت‌آمیز ایفا می‌کنند؛ به هر حال در تمام دنیا عوامل زیر نقش اساسی دارند. خاستگاه طبقاتی پایین و رواج بیکاری بین آنان، تحصیلات کم و جوان بودن تماشاگران، سناریوی آشوب را به راحتی ایجاد می‌کنند و نمایش آن را کلید می‌زنند. علاوه بر این نکات، هواداران افراطی و خشونت‌گرای فوتبال در تمام کشورها، دارای نوعی خرده‌فرهنگ خاص خودند که حول محور هواداری از باشگاه‌های مورد علاقه‌شان شکل گرفته است؛ اما در اکثر موارد فاقد سازماندهی رسمی و اغلب از ساختاری غیررسمی برخوردار است (Rahmati, 2010).

نتایج پژوهش طاهری کیا و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد ارتباط معناداری بین کیفیت تیمی و وفاداری نگرشی هواداران وجود دارد. همچنین کیفیت تیمی، قابلیت تبیین حدود ۲۰ درصد از تغییرات وفاداری نگرشی هواداران را داشت. نتایج حاکی از تحت تأثیر قرار گرفتن کیفیت تیمی توسط وفاداری نگرشی بود؛ پس می‌توان با جذب بازیکنان و مربیان نامی، ارائه مسابقات جذاب و مواردی از این قبیل، وفاداری هواداران زن را افزایش داد (Taheri Kia, Asad, 2018). یوشیدا و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی اثرات نگرش مصرف‌کنندگان بر وفاداری رفتاری هواداران فوتبال پرداختند؛ نتایج نشان داد هویت باشگاهی، اثرات مثبت و معناداری بر نیت‌های رفتاری هواداران دارد، در حالی که هویت باشگاهی با رفتار واقعی هواداران و میزان حضور آنان ارتباط معناداری نداشت. بسیاری از باشگاه‌های ورزشی در سطح دنیا دارای هوادارانی وفادارند، نه به این دلیل که همیشه در زمین بازی برنده می‌شوند بلکه به این دلیل که بین هواداران خود ارتباط تنگاتنگی ایجاد کرده‌اند (Yoshida, Heere, & Gordon, 2015). نتایج تحقیق اوستروکی<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) حاکی از آن است که عوامل مختلف روانشناختی و اجتماعی می‌تواند در بروز رفتار خشونت‌آمیز تماشاگران و هواداران ورزشی نقش آفرین باشد که از جمله این عوامل می‌توان هیجان‌خواهی، تکانشگری، ناکامی، خشم، آسیب روانی، اتفاق نظرهای کاذب، هم‌ذات‌پنداری تیمی و انتظارات ناشی از مصرف نوشیدنی‌های غیرمجاز را نام برد. این عوامل با کاهش آستانه تحمل افراد، منجر به رفتارهای خشونت‌آمیز می‌شوند (Ostrowsky, 2014). همچنین نتایج پژوهش دبیر و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که عوامل هشت‌گانه محیطی (امنیت، بلیط، امکانات و رفاه ورزشکاران، مسیرهای حمل و نقل) و خدماتی (وضعیت جوی، شرایط بازی، فرهنگ جامعه و رسانه، شرایط تماشاگران) اهمیت زیادی دارد و می‌تواند در رضایت و نارضایتی و در نتیجه بروز خشونت و پرخاشگری تأثیر بسزایی داشته باشد؛ به علاوه توجه به هر کدام از مؤلفه‌های یاد شده می‌تواند بر بهبود وضعیت تماشاگران و ایجاد محیطی آرام، به حضور تمامی اقشار به‌خصوص خانواده‌ها کمک شایانی کند (Dabir, Zabihi, & Jamshidi, 2020). مروات و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) بیان می‌کنند که پرخاشگری و خشونت، یکی از اجزای ذات انسان بوده و جوهر آن در ذات اجتماعی تنیده شده است. نقش مؤثر رسانه‌ها در جلوگیری از رفتار خشونت‌آمیز در بین هواداران، رعایت دقیق قوانین و مقررات بازی، سیستم نظارت عاطفی و جلوگیری از ورود افراد پرخاشگر به اجتماعات ورزشی است. علاوه بر آن، تصمیم به‌موقع، بیطرفانه و عادلانه داور و نظارت سریع بر روند بازی، از اقداماتی

<sup>1</sup> - Ostrowsky

<sup>2</sup> - Marwat

است که ممکن است خطر پرخاشگری و خشونت را در ورزش کاهش دهد (Marwat, Nizami, & Muhammad, 2022). زمانی نوکآبادی و عبدی (۱۴۰۲) بیان کردند که هوش معنوی با آموزش رشد می‌نماید و می‌تواند بر کاهش پرخاشگری مربیان زن والیبال تأثیر مثبتی داشته باشد (Zamani Nukaabadi & Abdi, 2023). جهان پرور و عشایری (۱۴۰۱) در پژوهشی به مطالعه کنش‌های وندالیسم ورزشی در دهه ۱۳۹۸-۱۳۸۸ پرداختند. نتایج تحقیق این محققان نشان می‌دهد که محرومیت اجتماعی، خانواده‌از هم گسیخته و تحریک رسانه‌ای (با تأثیر بسیار)؛ سرمایه فرهنگی، تعصب اجتماعی تیمی- قومی، احساس بی‌هنجاری، انسجام قومی- تیم، هم‌نشینی افتراقی و ناکامی اجتماعی (با تأثیر متوسط)؛ نظارت غیررسمی، عملکرد رسانه جمعی، نارضایتی اجتماعی، تعلق به خرده‌فرهنگ قومی، سابقه رفتار مجرمانه، نظارت رسمی و سرمایه اقتصادی (با تأثیر کم) تأثیر معناداری بر کنش خشونت ورزشی دارند (Jahan Parvar & Ashayeri, 2022). همچنین نتایج تحقیق رزم‌پوش و همکاران (۱۴۰۱) در مورد ارتباط گفتمان هواداران در رسانه‌های اجتماعی با اقدامات خشونت‌آمیز نشان داد که میان اقدامات خشونت‌آمیز هواداران و بازیکنان و انواع گفتار، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد؛ به عبارتی انواع گفتار، ۲۸ درصد تغییرات متغیر وابسته خشونت هواداران را بیان می‌کنند (Razmposh, Farzan, & Bastam, 2022)؛ بنابراین با توجه به مطالب ارائه شده و نتایج تحقیقات در این زمینه و خلأ دانشی که در زمینه امکان وقوع انواع آشوب‌ها در زمان‌های قبل، حین و بعد از مسابقات و حتی در خارج از استادیوم‌ها وجود دارد و توجه به وفاداری به عنوان مقوله‌ای مهم در نظام باشگاه داری و اینکه وفاداری هواداران باشگاه‌ها چقدر می‌تواند در این شروع و گسترش آشوب‌ها نقش داشته باشد؛ پرداختن به تحلیل ارتباط علی وفاداری هواداران با انواع آشوب‌ها در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران بسیار ضروری و با اهمیت به نظر می‌رسد.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و از منظر ماهیت از نوع همبستگی- علی بود که به صورت پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه هواداران تیم‌های حاضر در بیست و دومین دوره لیگ برتر فوتبال ایران (۱۴۰۱-۰۲) بودند. با توجه به مشخص نبودن حجم جامعه آماری به طور دقیق، ضمن استفاده از جدول کرجسی و مورگان در برآورد حجم نمونه آماری، پرسشنامه‌ها ۱۰ درصد بیشتر از میزان برآورد شده (۴۲۵ پرسشنامه) در بین جامعه آماری تحقیق توزیع شد. روش نمونه‌گیری تحقیق، تصادفی طبقه‌بندی شده براساس مناطق جغرافیایی بود؛ بدین معنا که از بین ۱۶ تیم حاضر در لیگ برتر فوتبال، ۷ تیم براساس منطقه‌بندی جغرافیایی انتخاب شدند و از بین هواداران تیم‌های منتخب به طور تصادفی هوادارانی که در روز مسابقه تیم مورد علاقه خود به استادیوم آمده بودند و یا در کانال‌ها و صفحات مجازی این باشگاه‌ها عضو بودند، انتخاب شدند و پرسشنامه‌ها بین آنها توزیع و گردآوری شد. در نهایت، از ۴۲۵ پرسشنامه توزیع شده در بین هواداران تیم‌های انتخاب شده، ۳۸۱ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت (استقلال تهران، تراکتورسازی تبریز، پرسپولیس تهران، سپاهان اصفهان، فولاد خوزستان، مس رفسنجان، نساجی مازندران). گفتنی است با توجه به شرایط این دوره از لیگ برتر، پرسشنامه‌ها در استادیوم‌ها به صورت حضوری و هم به صورت آنلاین توزیع گردید؛ تیم پژوهش در مورد توزیع حضوری پرسشنامه‌ها، ساعاتی قبل از شروع مسابقات در مبادی ورودی استادیوم‌ها نسبت به توزیع پرسشنامه‌ها اقدام می‌کرد تا نتیجه مسابقه، تأثیر کمتری بر داده‌ها داشته باشد. همچنین درباره توزیع پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین، روز قبل از مسابقات باشگاه‌ها نسبت به توزیع پرسشنامه‌ها در کانال‌ها و صفحات رسانه‌ای باشگاه‌های منتخب اقدام می‌شد. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه‌های استاندارد شامل پرسشنامه استاندارد انواع آشوب وان

و جمیز (۲۰۱۸) و پرسشنامه استاندارد وفاداری هواداران رشیدلمیر و همکاران (۲۰۱۷) بود که اعتباریابی و روایی آنها را محققان تأیید کرده‌اند و بر اساس طیف لیکرت نمره ۱ تا ۵ به آنها تعلق گرفت (Rashid Lamir et al., 2018; Wann & James, 2018). بخش اول پرسشنامه، سؤالاتی در زمینه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان و در بخش دوم پرسشنامه، انواع آشوب با ۱۸ گویه و پرسشنامه وفاداری هواداران با ۱۲ گویه بود. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، ابتدا پرسشنامه‌های تأیید شده تعدادی از استادان گروه تربیت بدنی و مدیریت ورزشی، در بین نمونه ۳۰ نفری از هواداران باشگاه‌های مورد نظر توزیع و جمع‌آوری شد، سپس ضریب پایایی یا ثبات درونی پرسشنامه‌ها براساس داده‌های به دست آمده با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که مقدار آن در مقیاس وفاداری هواداران ۰/۸۴ و در مقیاس انواع آشوب ۰/۸۷ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، توزیع‌های فراوانی و درصدی) استفاده گردید. همچنین برای آمار استنباطی از آزمون‌های کولموگروف اسمیرنوف، تی تک نمونه‌ای و مدل معادلات ساختاری، استفاده شد. در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار آماری نسخه ۲۳ SPSS و نسخه ۳ اسمارت پی ال اس استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

بنا بر اطلاعات جدول شماره ۱، بیشترین اعضای گروه نمونه، ۲۸۳ نفر مرد و کمترین اعضای گروه نمونه، ۹۸ زن بودند. بیشترین اعضای گروه نمونه، ۲۵۱ نفر مجرد و کمترین اعضای گروه نمونه، ۱۳۰ نفر متأهل بودند. بیشترین فراوانی بر اساس میزان سن مربوط به گروه سنی ۳۴ سال و کمتر با تعداد ۱۷۱ نفر و کمترین فراوانی مربوط به رده سنی ۴۵-۵۴ سال با تعداد ۳۱ نفر بود. بیشترین اعضای گروه نمونه بر اساس میزان تحصیلات ۱۳۷ نفر دیپلم و کمتر و کمترین اعضای گروه نمونه دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر با تعداد ۵۳ نفر بودند. بیشتر افراد گروه نمونه با تعداد ۱۲۲ نفر دارای میزان مدت هواداری ۱۰-۶ سال و کمترین افراد گروه نمونه دارای میزان مدت هواداری ۲۰-۱۶ سال با تعداد ۳۸ نفر بودند (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی گروه نمونه بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۸۳	۷۴
زن	۹۸	۲۶
وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
مجرد	۲۵۱	۶۶
متاهل	۱۳۰	۳۴
سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۳۴ سال	۱۷۱	۴۵
۳۵-۴۴ سال	۱۰۶	۲۸
۴۵-۵۴ سال	۳۱	۸
۵۵ سال به بالا	۷۳	۱۹
میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم و کمتر	۱۳۸	۳۶
فوق دیپلم	۹۱	۲۴
کارشناسی	۹۹	۲۶
کارشناسی ارشد و بالاتر	۵۳	۱۴



۱۴	۵۴	کمتر از ۵ سال	مدت هواداری
۳۲	۱۲۲	۶-۱۰ سال	
۲۵	۹۵	۱۱-۱۵ سال	
۱۹	۷۲	۱۶-۲۰ سال	
۱۰	۳۸	بیش از ۲۰ سال	

با توجه به جدول ۲ سطح معناداری آزمون برای متغیرهای وفاداری هواداران و انواع آشوب بیشتر از ۰/۰۵ به دست آمد؛ بنابراین توزیع همه متغیرها طبیعی است.

جدول ۲. بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

نام متغیر	وفاداری هواداران	انواع آشوب
Z	۰/۷۴	۰/۴۸
سطح معناداری	۰/۶۱	۰/۹۴

از آزمون پارامتریک تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش استفاده گردید که در آن به مقایسه میانگین با عدد ثابت (میانگین فرضی ۳) پرداخته شد. براساس یافته‌های جدول ۳، میانگین متغیر وضعیت وفاداری هواداران، بزرگتر از سطح متوسط است؛ پس می‌توان گفت وضعیت وفاداری هواداران تیم (باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران مطلوب است؛ در حالی که در مورد بررسی وضعیت آشوب و انواع آن، میانگین متغیر مذکور، کمتر از متوسط است؛ بنابراین می‌توان گفت آشوب و انواع آن در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران از سطح متوسط کمتر و از وضعیت مناسبی برخوردار است.

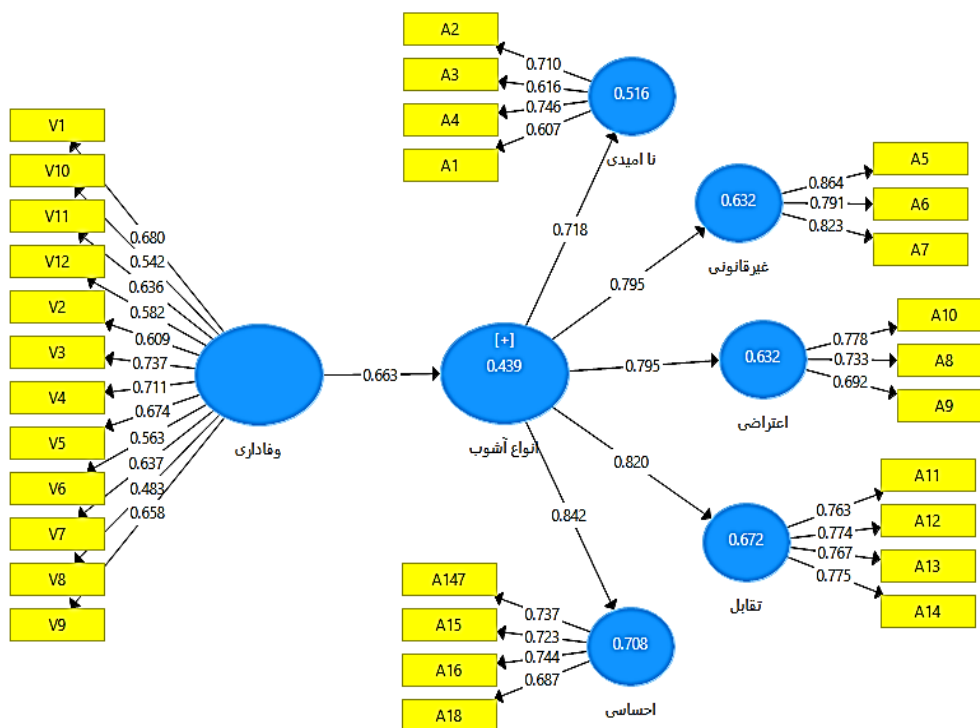
جدول ۳ آزمون تی تک نمونه‌ای متغیرهای وفاداری هواداران، آشوب و انواع آن

متغیر	تعداد	میانگین	آماره t	سطح معناداری (sig)
وفاداری	۳۸۱	۳/۱۴	۴/۰۱	۰/۰۰۱
آشوب	۳۸۱	۲/۸۲	-۳/۳۲	۰/۰۰۱
آشوب‌های ناامیدی	۳۸۱	۲/۹۴	-۲/۲۸	۰/۰۰۱
آشوب‌های غیرقانونی	۳۸۱	۲/۸۹	-۲/۴۱	۰/۰۰۱
آشوب‌های اعتراضی	۳۸۱	۲/۸۵	-۳/۳۹	۰/۰۰۱
آشوب‌های تقابل	۳۸۱	۲/۸۸	-۲/۸۱	۰/۰۰۱
آشوب‌های احساسی	۳۸۱	۲/۹۲	-۴/۱۸	۰/۰۰۱

به علاوه بر طبق اصول و مبانی مدلسازی معادلات ساختاری در نرم افزار اسمارت پی ال اس نسخه ۳، تحلیل‌ها انجام گردید.

وقتی که ماتریس کوواریانس ضمنی مدل با ماتریس کوواریانس داده‌های مشاهده شده هم‌ارز (معادل) باشد، مدل مورد نظر با یک دسته از داده‌های مشاهده شده متناسب است؛ یعنی وقتی ماتریس باقیمانده و عناصر آن نزدیک صفر باشند. البته این تناسب به روش تخمین، به مدل، ویژگی‌های داده‌های مشاهده شده و غیره بستگی دارد. آزمون مجذور کای مهمترین شاخص تناسب مدل است البته استفاده از این آزمون، متضمن رعایت دسته‌ای مفروضات است که در برخی موارد، امکان نقض این مفروضات وجود دارد. تفاوت مهم بین آزمون تناسب مجذور کای و شاخص‌های

تناسب ثانویه، این است که آزمون مجذور کای به واقع شاخص عدم تناسب مدل است و هرچه ارزش آن کمتر باشد، نشان می‌دهد که مدل تناسب بهتری دارد؛ در مقابل شاخص‌های تناسب ثانوی مانند ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، شاخص برازش تطبیقی و شاخص برازش تطبیقی مختصرند؛ در این شاخص‌ها هرچه ارزش آنها بیشتر باشند، مدل تناسب بهتری دارد (Davari & Rezazadeh, 2014). براساس شکل شماره ۱، مدل مفهومی پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است. پیش از برازش جزئی مدل به بررسی برازش کلی مدل مفهومی پرداخته می‌شود. مدل PLS برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری، شاخص‌های میانگین واریانس استخراج‌شده<sup>۱</sup> (AVE) و پایایی مرکب<sup>۲</sup> (CR) را ارائه می‌دهد و شاخص  $R^2$  (ضریب تعیین) را به عنوان معیاری برای برازش مدل‌های ساختاری گزارش می‌کند. مقادیر بیشتر از ۰/۵ برای میانگین واریانس استخراج‌شده و بیشتر از ۰/۷ برای پایایی مرکب، بیانگر برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری است.



شکل ۱: مدل ساختاری پژوهش (نمودار ضرایب مسیر مدل فرضیه‌های پژوهش)

نتایج حاصل از جدول شماره ۴ نشان داد مقدار پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج‌شده برای متغیر پنهان مدل، مقدار مناسبی را نشان می‌دهد. از طرفی در بررسی اعتبار اشتراک یا روایی متقاطع (CV-Communality) اعداد مثبت، نشانگر کیفیت مناسب مدل است که این شاخص برازش مناسب مدل را نشان داد. همچنین شاخص  $R^2$  که تنها برای متغیرهای پنهان درون‌زای مدل (متغیرهای پنهانی که نقش متغیر وابسته در مدل داشته باشند) محاسبه و گزارش می‌شود، برای متغیر «انواع آشوب» که متغیر وابسته مدل مفهومی اصلی پژوهش بود گزارش شده است که در نهایت یافته‌ها نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است.

1- Average Variance Extracted-  
2- Composite Reliability-

جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل

متغیر	AVE	پایایی مرکب	R <sup>2</sup>	CV-Com
وفاداری	۰/۵۴	۰/۹۰	-	۰/۲۱
انواع آشوب	۰/۵۲	۰/۸۸	۰/۴۳	۲۷۰

به‌علاوه، یافته‌های حاصل از مدل پژوهش بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون t نشان می‌دهد بارهای عاملی گویه‌های مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار شده‌اند و در اندازه‌گیری سازه‌های خود سهم معناداری را ایفا کرده‌اند. در این راستا با توجه به شکل شماره ۱ و جدول ۵، ضریب مسیر وفاداری هواداران بر کاهش انواع آشوب در میان هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران برابر با ۰/۶۶ است که مقداری مثبت داشت و همچنین مقدار آماره t برابر با ۲۲/۶۷ است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود تأثیر معنادار و مثبت وفاداری بر کاهش انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران تأیید می‌شود و می‌توان گفت وفاداری بر کاهش انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران نقش مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۵ ضرایب تخمین برآورد شده تأثیر وفاداری هواداران بر کاهش انواع آشوب

متغیرها	ضریب استاندارد	آماره t	سطح معناداری
وفاداری هواداران بر کاهش انواع آشوب	۰/۶۶	۲۲/۶۷	۰/۰۰۱

### بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، جایگاه فوتبال به گونه‌ای است که به عنوان بخشی از زندگی اغلب افراد شناخته می‌شود. در این دنیای رقابتی، وفاداری هواداران ورزشی، نوعی نگرش مثبت به یک باشگاه فوتبال است که بر اثر استفاده مکرر از آن به وجود می‌آید و می‌توان دلیل آن را فرآیندهای روانی دانست؛ به بیان دیگر، تکرار علاقه به باشگاه، تنها یک واکنش اختیاری نیست بلکه نتیجه عوامل روانی، احساسی و هنجاری است. وفاداری به یک باشگاه می‌تواند از راه عملکرد بیشتر از انتظار هوادار به دست آید؛ به نحوی که هوادار از ارزشی که کسب کرده است، احساس شادی و شگفتی کند و آن ارزش را مافوق انتظارات خود تشخیص دهد. از طرف دیگر حواشی این ورزش رقابتی و هیجانی، ناکافی و شکست است که یکی از دلایل خشونت و آشوب است. خشونت و پرخاشگری در فوتبال پدیده‌ای تازه و جدید نیست و در گذشته نیز این پدیده وجود داشته است. تأکید بیش از حد به پیروزی و نتیجه، تأثیرپذیری از مربیان و ورزشکاران پرخاشگر، انگیزتگی بیش از حد و گاهی فشار مطبوعات و رسانه‌های تصویری، می‌تواند هواداران را به سمت رفتارهای نامناسب سوق دهد. هدف از این پژوهش تحلیل ارتباط علی وفاداری هواداران با انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران در بیست و دومین دوره این رقابت‌ها بود.

یافته‌های حاصل از پژوهش در خصوص وضعیت وفاداری هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران نشان داد که متوسط نظر پاسخ‌دهندگان نسبت به وضعیت وفاداری در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران برابر با ۳/۱۴ است که از میانگین فرضی بزرگتر است. مقدار سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۱ است که از ۰/۰۵ کمتر و همچنین مقدار آماره t برابر با ۴/۰۱ بوده که مقداری مثبت است؛ بنابراین می‌توان گفت وفاداری در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران مطلوب است. این نتیجه از پژوهش تاحدودی با نتایج پژوهش کیانی (۱۳۹۲)، ابراهیمی و همکاران

(۲۰۱۵)، رشید لمیر و همکاران (۲۰۱۷)، یوشیدا و همکاران (۲۰۱۵)، و طاهری کیا و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا بود (Rashid, Akbar, Morteza, & Siavash, 2015; Ebrahimi, Rezaei, & Khodaparast, 2015; Kayani, 2012; Lamir et al., 2018; Taheri Kia et al., 2018; Yoshida et al., 2015). نتایج تحقیق یوشیدا و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد که هویت تیمی، اثرات مثبت و معناداری بر نیت رفتاری هواداران دارد؛ درحالی که هویت تیمی با رفتار واقعی هواداران و میزان حضور آنان ارتباط معناداری نداشت. همچنین این محققان بیان کردند بسیاری از تیم‌های ورزشی در سطح دنیا دارای هواداران وفاداری‌اند نه به این دلیل که همیشه در زمین بازی برنده می‌شوند بلکه به این دلیل که بین هواداران خود ارتباط تنگاتنگی ایجاد کرده‌اند؛ پس به نظر می‌رسد، هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران به دلیل علاقه و تعصبی که به تیم محبوب خود دارند از میزان وفاداری زیاد و مطلوبی برخوردارند (Yoshida et al., 2015)؛ از این رو، شناخت دقیق نیازها و انتظارات هواداران، می‌تواند یکی از عوامل تأثیرگذار در وفاداری هواداران باشد. در نتیجه مهم است بدانید که برای هوادار باشگاه چه چیزی مهم است، چه چیزی او را خوشحال‌تر می‌کند و چه چیزی باعث ناراحتی و نارضایتی او می‌شود. گاهی اعمال تغییراتی جزئی با وجود اینکه هزینه زیادی برای شما ندارد، رضایت هوادار را چند برابر می‌کند.

همچنین یافته‌های حاصل از پژوهش در مورد وضعیت انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران در بیست و دومین دوره لیگ، نشان داد که متوسط نظر پاسخ‌دهندگان نسبت به وضعیت انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران برابر با ۲/۸۲ است که از میانگین فرضی کوچکتر است. مقدار سطح معناداری برابر با ۰/۰۱ است که از ۰/۰۵ کمتر و مقدار آماره  $t$  برابر با ۳/۳۲- بوده که مقداری منفی است؛ بنابراین می‌توان گفت انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران از سطح متوسط پایین‌تر بود. این نتیجه از پژوهش تاحدودی با نتایج پژوهش اسکندری و بجانی (۱۳۹۱)، اوستروکی (۲۰۱۴)، و طاهری کیا و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا بود (Eskandari & Bejani, 2011; Ostrowsky, 2014; Taheri Kia et al., 2018). اسکندری و بجانی (۱۳۹۱) بیان کردند که تبعیض فرهنگی، تعصبات فرهنگی، عوامل سخت افزاری و نرم افزاری استادیوم، وضعیت تیم، وضعیت مربی و بازیکنان، مسائل داوری، تقلید یا واکنش به تماشاگران دیگر تیم‌ها از عوامل بروز خشونتند (Eskandari & Bejani, 2011). نتایج تحقیق جیولیانونتی (۱۹۹۹) بیانگر رابطه معنادار بین عواملی مانند قوم‌گرایی، نارضایتی از عملکرد داوران، عملکرد رسانه‌ها، عوامل خانوادگی نظیر ارتباط با والدین، ارتباط با خرده‌فرهنگ‌های بزهکار و اوباش، با متغیرهای پرخاشگری است (Giulianotti, 1999). همچنین آذربایجانی و همکاران (۱۴۰۲) بیان می‌کنند که توسعه فرهنگ هواداری، مستلزم آمادگی برای مواجهه با چالش‌هایی است که بخش عمده‌ای از آن با افزایش مهارت‌های فردی و میان فردی و توسط هواداران قابل انجام است و تقویت و بازسازی نگرش مدیران و برنامه‌ریزان کانون‌های هواداری در توسعه فرهنگ هواداری تأثیرگذار خواهد بود (Azarbayejani, Sharifi, & Rashipoor, 2023)؛ بنابراین با توجه به نتایج تحقیق که حاکی از میزان آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران در سطح پایین‌تر از متوسط بود؛ این امر می‌تواند به این دلیل باشد که اکثر باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران، اقدام به ایجاد کانون‌های هواداری نموده و برخی از این کانون‌ها به صورت فعالانه مشغول به فعالیتند و برنامه‌هایی را برای مدیریت هواداران خود اجرا کرده‌اند.

نتایج حاصل از پژوهش در مورد مدل مفهومی پژوهش و ارتباط علی وفاداری هواداران با انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال، نشان داد مقدار پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج‌شده برای متغیر پنهان مدل، مقدار مناسبی را نشان می‌دهد. همچنین شاخص  $R^2$  که تنها برای متغیرهای پنهان درون‌زای مدل (متغیرهای پنهانی

که نقش متغیر وابسته در مدل داشته باشند) محاسبه و گزارش می‌شود، برای متغیر «انواع آشوب» که متغیر وابسته مدل مفهومی اصلی پژوهش بود گزارش شده است؛ بنابراین یافته‌ها نشان‌دهنده برآزش مناسب مدل است. این نتیجه از پژوهش تاحدودی با نتایج پژوهش‌های یوشیدا و همکاران (۲۰۱۵)، کیانی (۱۳۹۲)، و رشیدلمیر و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا بود. با توجه به نتایج تحقیقات، به نظر می‌رسد به دلیل مهم بودن و اهمیت میزان وفاداری هواداران می‌توان بیان گفت رابطه آن با کاهش و کنترل انواع آشوب‌های هواداران می‌تواند قابل پیش‌بینی باشد (Kayani, 2015; Rashid Lamir et al., 2018; Yoshida et al., 2012).

یافته‌های حاصل از مدل پژوهش در مورد وفاداری هواداران با انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران و بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون t، نشان می‌دهد بارهای عاملی گویه‌های مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار شده‌اند و در اندازه‌گیری سازه‌های خود سهم معناداری را ایفا کرده‌اند. ضریب مسیر وفاداری بر انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران برابر با ۰/۶۶ است که مقداری مثبت داشت و همچنین مقدار آماره تی (t) برابر با ۲۲/۶۷ است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود تأثیر معنادار و مثبت وفاداری بر کاهش انواع آشوب در هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران تأیید می‌شود؛ پس می‌توان گفت وفاداری هواداران بر کاهش انواع آشوب در بین هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران، نقش مثبت و معناداری وجود دارد. این نتیجه از پژوهش تاحدودی با نتایج پژوهش کیانی (۱۳۹۲)، رشید لمیر و همکاران (۲۰۱۷)، یوشیدا و همکاران (۲۰۱۵)، اوستروکی (۲۰۱۴)، جهان پرور و عشایری (۱۴۰۱)، دبیر و همکاران (۱۳۹۹) و طاهری کیا و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا بود (Dabir et al., 2020; Jahan Parvar & Ashayeri, 2022; Kayani, 2012; Ostrowsky, 2014; Rashid Lamir et al., 2018; Taheri Kia et al., 2018; Yoshida et al., 2015). نتایج تحقیق کیانی (۱۳۹۲) نیز نشان داد که مؤلفه‌هایی مانند میزان وفاداری، کنش و تعامل اجتماعی، میزان علاقه به فوتبال، هویت ورزشی، میزان خشونت و... بر بروز پرخاشگری کلامی هواداران فوتبال تأثیر می‌گذارد (Kayani, 2012)؛ بنابراین با ارتقا و بهبود وفاداری نگرشی و رفتاری در هواداران لیگ برتر فوتبال ایران، می‌توان شاهد کاهش رفتارهای پرخاشگریانه و آشوب‌های احتمالی در میان آن‌ها بود.

در نهایت می‌توان گفت رقابت‌های ورزشی بزرگ و مهم، هواداران را در وضعیت‌هایی قرار می‌دهد که ممکن است قواعد و هنجارها را به آسانی نقض کرده و به سوی رفتارهای پرخاشجویانه و آشوبگرانه بروند. آشکارترین نمونه رفتار خشونت‌آمیز بین هواداران، پدیده اوباشگری و آشوب است که امروزه به شکل نسبتاً سازمان یافته‌ای در اکثر کشورهای مختلف دیده می‌شود (Mohseni, 2009). از طرفی با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در پژوهش حاضر مشخص شد انواع مختلفی از آشوب‌های هواداران با قدرت و شدت مختلف در ورزش فوتبال ایران وجود دارد؛ آشوب‌های ناامیدی، آشوب‌های غیرقانونی، آشوب‌های تقابل و آشوب‌های احساسی. بر طبق این یافته‌ها توجه به هر کدام از این آشوب‌ها و علل به وجود آمدن آنها می‌تواند مهم و حیاتی باشد؛ برای مثال آشوب‌های ناامیدی، آشوب‌هایی است که توسط هواداران ناامید شده ایجاد می‌شود که می‌خواهند در مقابل منبع درک ناامیدی تلافی کنند. همچنین آشوب‌های غیرقانونی آشوب‌های ناشی از گروه‌های بزهکار که برای شرکت در رفتارهای تهدیدآمیز و مخرب، در رویدادهای ورزشی جمع می‌شوند و آشوب‌های اعتراضی، آشوب‌هایی که نمایانگر اعتراض گروه‌هایی است که مایل به استفاده از استادیوم‌ها برای بیان نارضایتی‌های سیاسی یا عقیدتی خویشند؛ در حالی که آشوب‌های تقابل، آشوب‌هایی است که با گروه‌های هواداران مخالف با سابقه خصومت و نارضایتی همراه است و در نهایت آشوب‌های احساسی، آشوب‌هایی که مستقیماً مربوط به احساسات خوشحالی یا عصبانیت و افسردگی تماشاگران است، در واکنش به نتیجه یک رویداد ورزشی انجام می‌شود؛ پس شناخت و مدیریت هر کدام از این آشوب‌ها، نیازمند توجه و تحلیل درست است. از طرف دیگر، همانطور که نتایج

تحقیقات نشان می‌دهد وفاداری به باشگاه ورزشی توسط هواداران، نقش بسزایی در ایجاد منافع بلندمدت برای باشگاه ایفا می‌کند؛ زیرا هواداران وفادار به باشگاه نیاز به فعالیت‌های ترویجی کمتری دارند؛ در نتیجه، توجه به توسعه وفاداری و کنترل میزان پرخاشگری در هواداران، می‌تواند در کنترل آشوب‌های احتمالی در استادیوم‌ها بسیار مؤثر باشد؛ بنابراین، به مدیران و مسئولان سازمان لیگ و باشگاه‌های ورزشی حاضر در لیگ برتر فوتبال پیشنهاد می‌شود برنامه‌های جامع‌تر و خلاقانه‌ای را برای مدیریت و ارتقاء وفاداری هواداران فوتبال و باشگاه‌های خود که به عنوان مشتریان اصلی خود شناخته می‌شوند، تدوین نمایند و پیش‌بینی‌ها و اقدامات لازم را نسبت به رفتارهای نامناسب و احتمالاً گروهی هواداران در مسابقات حساس انجام دهند. باشگاه‌ها باید به مطالعه و بررسی روش‌های مدیریت و کنترل آشوب‌ها و اقدامات پرخاشگریانه باشگاه‌های مطرح دنیا بپردازند و نسبت به بومی‌سازی آنها اقدام کنند تا در مجموع بتوانند کنترل بهتری بر رفتارهای هواداران باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران داشته باشند. همچنین با در نظر گرفتن نیازها و خواسته‌های هواداران خود به توسعه کانون‌های هواداری و سازماندهی لیدرهای خود پرداخته و با برگزاری کلاس‌های آموزشی مستمر، همکاری با متخصصان روانشناسی و جامعه‌شناسی ورزش، تولید فیلم‌های آموزشی، ارائه مطالب و محتوای آموزشی و فرهنگی مناسب به هواداران برای توسعه فرهنگ هواداری و کاهش رفتارهای پرخاشگریانه و آموزش مسئولان کانون‌های هواداری و هواداران وفادار به باشگاه، در کنترل جو مسابقات و جریان رقابت‌ها اقدام نمایند.

## منابع

- Abbaszadeh, M., Saadati, M., Kabiri, A., & Ashairi, T. (2016). Sociological investigation of factors affecting aggression among Football spectators. *Entezam - e - Ejtemaei*, 9(4), 35-70. (Persian)
- Acuña Delgado, Á., & Acuña Gómez, G. (2019). Manifestaciones de violencia en el estadio de fútbol: El caso del Granada Club de Fútbol.
- Akbar, E., Morteza, R., & Siavash, K. (2015). *Relationship Marketing, Communication Quality, Customer Loyalty, Sports Teams*. (Master's Thesis), Gilan.
- Anvaral - Khawli, A. H. R. S. (2003). *Sports and Society*, Astan Qas Razavi and Samet Publications.
- Azadegan, P., Bahrami, S., & Veysi, K. (2021). Investigating the effect of social media on athletes' mental conflict of athletes. *Sport Psychology Studies*, 10(36), 145-164. (Persian)
- Azarbayejani, S., Sharifi, S., & Rashipoor, A. (2023). Analyzing fans' lived experience of challenges of developing Football fan culture study of Foulad Mobarake Sepahan Cultural and Sport Club. *Strategic Sociological Studies in Sport*, 3(2), -. doi:10.30486/4s.2023.1971278.1074
- Baron, R., & Byrne, D. (1994). Interpersonal attraction: Getting acquainted, becoming friends. *Social Psychology: Understanding Human Interaction*, edited by B. Allen and G. Smith. Boston: Allyn and Bacon, 262-303.
- Bartlett, M. L., & Abrams, M. (2019). Anger and Aggression in Sport.
- Bostaki, M., Ghafouri, F., & Kargar, G. (2019). Measuring off-field factors affecting the technical and ethical performance of professional Football athletes. *New Approaches in Exercise Physiology*, 1(1), 169-188.
- Bridgewater, S. (2010). Football Brands, Warwick Business School. *University of Warwick, UK, Printed and bound in Great Britain by CPI Antony Rowe, Chippenham and Eastbourne ISBN, 978-970*.
- Dabir, A., Zabihi, I., & Jamshidi, A. (2020). Exploring environmental and service factors influencing violence and aggression in spectators of Iran Popular Premier League Football Teams. *New Trends in Sport Management*, 8(29), 9-24.
- Davari, A., & Rezaadeh, A. (2014). *Structural Equation Modeling with PLS*. Tehran: Academic Jihad Publishing Organization.
- Doaguyan, D., Abdolrahmani, R., & Parvizi, G. (2020). Role of media in Football games violence. *Cultural- Social Studies of Olympic*, 1(2), 45-65. (Persian)
- Ebrahimi, A., Rezaei, M., & Khodaparast, S. (2015). *Relationship Marketing, Communication Quality, Customer Loyalty, Sports Teams*. Master's Thesis, Payam Noor University, Gilan. (Persian)
- Eskandari, H., & Bejani, A. (2011). Studying the factors influencing the occurrence of violence from the perspective of the Tabriz Tractor Sazi Football team spectators in the season of 1390-1391 Iran Premier League. *The First National Conference of Physical Education and Sports Sciences, Najaf Abad*. (Persian)
- Fatma, H., Khan, T. F., & Husain, M. (2017). Psychobiology of aggression in sports. *Indian Journal of Health and Wellbeing*, 8(7), 744-747.

- Ghasemi, V., Zulaktaf, V., & Nur Ali Vand, A. (2009). Sociological description of factors affecting vandalism and hooliganism in Football. *Olympic Quarterly*, 17(1), 69-79. (Persian)
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A Sociology of the Global Game* (Vol. 160): Polity Press Cambridge.
- Hoseinpour, E., Niazipoor, M. A., Kashaf, S. M., Bagarei, G., & Mangashti, Y. (2014). The role of social media in developing hooliganistic behavior among Football spectators. *Communication Management in Sports Media*, 2(1), 10-17. (Persian)
- Jahan Parvar, T., & Ashayeri, T. (2022). The study of sport vandalism actions (Violence): during 2012-2022. *Journal of Sports Sciences*, 14(47), 13-49. (Persian)
- Kayani, M. (2012). *Social typology of football fans and its formation process (case study of Damash Gilan team spectators)*. Master's thesis, Gilan University, Gilan. (Persian)
- Khagani Avar, F., & Shanvaz, B. (2015). Investigating the verbal and virtual violence of soccer spectators in Iran. *Physical Education and Sports Science Studies*, 1(4), 1-10. (Persian)
- Klimczak, J., Kalina, R. M., & Jagiello, W. (2015). Fun forms of martial arts in diagnosing and reducing aggressiveness-mental effects of a one-day course for Polish animators of sport. *Health and Martial Arts in Interdisciplinary Approach*, 187-189.
- Lapa, T. Y., Aksoy, D., Certel, Z., Özçelik, E. Ç. M. A., & Çelik, G. (2013). Evaluation of trait anger and anger expression in taekwondo athletes in relation to gender and success. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 1976-1979.
- Lewis, N., & Gantz, W. (2019). An online dimension of sports fanship: Fan activity on NFL team-sponsored websites. *Journal of Global Sport Management*, 4(3), 257-270.
- Mann, L. (1989). Sports crowds and the collective behavior perspective. *Sports, Games, and Play: Social and Psychological Viewpoints*, 2, 299-331.
- Marwat, M. K., Nizami, R., & Muhammad, N. (2022). Aggression and violence in sports, its effects on sports performance. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 4961-4969.
- Milovanović, I., Gentile, A., Gutović, T., Kezić, A., Matošić, D., Kreivytė, R., . . . & Radjo, D. (2020). Prosocial and aggressive behavior occurrence in young athletes: field research results in six European countries. *Sustainability*, 12(12), 5085.
- Mohseni, R. A. (2009). The analysis of sport violence and aggression with emphasis on social psychology approach. *Sociological Studies*, 2(3), 51-72. (Persian)
- Ostrowsky, M. K. (2014). The social psychology of alcohol use and violent behavior among sports spectators. *Aggression and Violent Behavior*, 19(4), 303-310.
- Rahmati, M. M. (2010). A reflection on the violence and aggression of Football spectators. *News Interview*. (Persian)
- Rashid Lamir, A., Montazeri, A., & Feizi, S. (2018). The role of team identification in fans loyalty of Iranian Football industry. *Applied Research in Sport Management*, 7(1), 57-68.
- Razmposh, M., Farzan, F., & Bastam, M. (2022). The connection between fan discourse on social media and violent acts. *Political Sociology of Iran*, 5(10), 977-1008. (Persian)
- Sofia, R., & Cruz, J. F. A. (2017). Unveiling anger and aggression in sports: The effects of type of sport, competitive category and success level. *Revista de Psicología Del Deporte*, 26(2), 21-28.
- Steffgen, G. (2017). Anger management-evaluation of a cognitive-behavioral training program for table tennis players. *Journal of Human Kinetics*, 55, 65.
- Taheri Kia, M., Asad Zadeh, A., & Elahi, A. (2018). Prediction of attitudinal and behavioral loyalty of Esteghlal and Persepolis fans by considering the team quality :A case study of female students in Tehran universities. *Research in Sport Management and Motor Behavior*, 8(15), 1-8. doi:10.29252/jrsm.8.15.1
- Walters, R., Chiochetti, A., & Freitag, C. (2016). The neurobiological basis of human aggression: a review on genetic and epigenetic mechanisms. *American Journal of Medical Genetics Part B: Neuropsychiatric Genetics*, 171(5), 650-675.
- Wann, D. L., & James, J. D. (2018). *Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Fandom*. Routledge.
- Yoo, B. (2008). Cross-national invariance of the effect of personal collectivistic orientation on brand loyalty. *Journal of Internet Research*, 16(4).
- Yoshida, M., Heere, B., & Gordon, B. (2015). Predicting behavioral loyalty through community: Why other fans are more important than our own intentions, our satisfaction, and the team itself. *Journal of Sport Management*, 29(3), 318-333.
- Zamani Nukaabadi, A., & Abdi, F. (2023). The effect of spiritual intelligence training on the development of spiritual intelligence and aggression of Isfahan's Women Volleyball Coaches. *Strategic Sociological Studies in Sport*, 3(2), -. doi:10.30486/4s.2022.1960123.1045