

مدیریت ورزشی - بهار ۱۴۰۰  
دوره ۱۳، شماره ۱، ص: ۸۳ - ۶۷  
تاریخ دریافت: ۹۴ / ۰۶ / ۲۶  
تاریخ پذیرش: ۹۵ / ۰۹ / ۲۶

## تحلیل اثر رویدادهای ورزشی بر روی نظام ارزشی تماشاچیان

قاسم مهربانی\*<sup>۱</sup> - محمدابراهیم رزاقی<sup>۲</sup>

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. دانش آموخته دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، تحلیل اثر رویدادهای ورزشی بر نظام ارزشی تماشاچیان بود. بدین منظور، ۳۸۵ نفر از تماشاچیان رویدادهای ورزشی لیگ برتر فوتبال، والیبال، کشتی و تکواندو به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع-آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته که روایی صوری و محتوی ابزار را ۱۲ نفر از صاحب نظران مربوط تأیید کردند، استفاده شد. برای محاسبه پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون تحلیل عاملی با چرخش متعامد استفاده شد. نتایج نشان داد تماشای رویدادهای ورزشی بر روی ده ارزش خیرخواهی، سنت، هم‌رنگی با اجتماع، امنیت، قدرت، پیشرفت، برانگیختگی، لذت جویی، خوداتکایی و جهان‌شمولی تماشاچیان تأثیرات مثبت و منفی دارد و از دیدگاه آزمون‌ها عبارات ارزشی تجربه‌خشنودی و خوشحالی از بیشترین اهمیت ( $1/36 \pm 78/2$ ) و احساس جهانی امن از کمترین اهمیت ( $1/52 \pm 43/2$ ) برخوردار است. به طور کلی یافته‌ها نشان داد، تماشای رویدادهای ورزشی تأثیرات تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده مهمی بر روی نظام ارزشی تماشاچیان دارد.

### واژه‌های کلیدی

ارزش، تحلیل، تماشاچی، رویداد، ورزش.

#### مقدمه

ارزش‌ها چارچوب‌های ویژه‌ای برای افراد جامعه تعیین می‌کنند تا بدانند در هر موقعیتی چه رفتار و پاسخی مناسب است؛ جهت‌دهنده و تعیین‌کننده رفتار در محیط کار و بیانگر باورهای اصولی‌اند که از نظر فردی یا اجتماعی نوعی رفتار برتر شمرده شده و پایه و اساس نگرش‌ها و انگیزش افراد هستند (۱). ارزش‌ها تحت تأثیر عوامل مختلف فرهنگی، عقیدتی، اقتصادی، سیاسی، علمی و طبقات اجتماعی شکل می‌گیرند. البته عوامل دیگری مانند یادگیری، عوامل تاریخی، نوع تعلیم و تربیت، خانواده، سن، زمان، مکان، رویدادهای مختلف و نقش‌های فردی انسان نیز در شکل‌گیری آنها بی‌تأثیر نیست (۲). ورزش امروزه به‌عنوان یک پدیده اجتماعی نقش تأثیرگذار و بسیار بااهمیتی در کیفیت زندگی افراد جامعه دارد و به یکی از دغدغه‌های اساسی افراد جامعه تبدیل شده است (۳). رویدادهای ورزشی می‌تواند تغییر شکل در نوع ارتباطات اجتماعی و بازار، تغییر و افزایش در اوقات فراغت، ارتقای کیفیت زندگی و فراهم شدن فرصت تعامل افراد با یکدیگر، احساس تعلق و انسجام اجتماعی را تقویت کند (۴). سرگرمی و دل‌تنگی برای میهن، استراحت و تفریح، رهایی از روزمرگی، فرصت سرگرمی، یادگیری، مشاهده و مشارکت یا به اشتراک گذاشتن محیط جشن، از تجربیات تماشاچیان رویدادهای ورزشی گزارش شده است (۵). یافته‌های مک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۷) نشان داد تماشای رویدادهای ورزشی موجب ارتقای ارزش‌های سختکوشی و فداکاری و بهبود آمادگی و سلامتی، لذت از خطرجویی و احساس سربلندی و افتخار تماشاچیان می‌شود (۶). بررسی حالت عاطفی تماشاچیان رویدادهای ورزشی نشان داد، وقتی تیم محبوب تماشاچیان بازی را می‌برد، تجربه غرور و تحسین و هنگامی که تیمی می‌بازد، تجربه ناراحتی را برای تماشاچیان فراهم می‌کند (۷). حالات عاطفی ناخوشایند، بی‌قراری، دلواپسی، ناراحتی، نگرانی (اضطراب)، ناکامی، غمگینی، افسردگی، ناامیدی، رنجیدگی، آزرده‌گی و دلخوری (عصبانیت)، از تجارب تماشای رویدادهای ورزشی است (۸). نتایج مطالعه لی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۱) نشان داد، برانگیختگی، هیجان، شادی، خوشرویی، خوشحالی، سرزندگی، اشتیاق و پرانرژی بودن، از تجارب کسب‌شده رویدادهای ورزشی است (۹). ویکتوریا<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) بر این باور است، تجربه آزادی و استقلال، اجازه داشتن در نحوه گذراندن وقت و سهیم شدن در فعالیت دیگر مردم، فراهم شدن زمینه سرگرمی و لذت بردن از زندگی، از نتایج تماشای رویدادهای ورزشی است

- 
1. Mak
  2. Lee
  3. Victoria

و رویدادهای ورزشی، نمایش‌های جذاب و زیبا، شرایط جست‌وجو بهتر و بهتر دیدن را برای تماشاچیان فراهم می‌کند (۱۰). بالگو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰) بیان کردند، رویدادهای ورزشی بزرگ، فرصت ارزشمندی را برای جامعه میزبان و جوامع محلی به‌منظور بهبود سرگرمی‌های ورزشی، بازشناسی نام و افزایش اعتمادبه‌نفس فراهم می‌آورد (۱۱). ترویج ارزش‌های اجتماعی (اتحاد و همبستگی)، افزایش انگیزه، اعتمادبه‌نفس، احساس شایستگی، عزت‌نفس، فراهم کردن تعاملات اجتماعی، سرگرمی و لذت، فرصت یادگیری ورزش‌ها، توسعه تجارب زندگی و عمیق‌تر شدن دوستی‌ها، یادگیری عوامل مؤثر بر شکست در موقعیت‌های مختلف، توسعه مهارت‌های زندگی را از تأثیرات تماشای ورزش می‌دانند (۱۲). به گزارش گایو<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، ورزش عرصه‌ای برای تمرین مسائل اخلاقی مختلف مانند نظم و انضباط، کار تیمی، فضیلت و برتری، تعهد و بازی جوانمردانه است و این ارزش‌های اخلاقی برجسته ورزش ممکن است از طریق تماشای آن آموخته شوند (۱۳). پژوهشگران براین باورند که دوست‌یابی، همدلی و رفاقت، امنیت و سلامت، استقامت و خلاقیت، الگوبرداری نوجوانان و جوانان از ویژگی و خصوصیات قهرمانان و ستاره‌های ورزشی در حین برگزاری، بهبود روحیه جامعه و کسب افتخار، همکاری و همگرایی بین اقشار مختلف، کسب غرور و افتخار از آثار رویدادهای ورزشی بر تماشاچیان است (۱۴). شواهد نشان می‌دهد، در تماشاچیان ورزش‌هایی مثل شطرنج، کسب دانش و آگاهی یک ارزش درونی یا یک هدف نهایی است (۱۵). یافته‌های ریچینز<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) نشان داد، عناصری مانند کاریزما، نیروی حرکت، اوج عملکرد و برتری در تماشای رویدادهای ورزش فرصتی را برای تماشاچیان فراهم می‌کند تا خودشان را بهتر درک کنند و آنچه هستند را تأیید کنند که این امر زمینه خودشناسی را در تماشاچیان فراهم می‌کند (۱۶). ارزش‌هایی مثل احساس بی‌طرفی، اختیار قانونی و مشروع، صداقت و امانت‌داری، عدالت، برابری و مساوات، احترام گذاشتن به قوانین، احترام گذاشتن به حقوق دیگران، همکاری و تعاون، رقابت و مسابقه، بازی جوانمردانه، اهمیت موفقیت، تلاش مجدانه، شجاعت و دل‌آوری، خودکنترلی، اطمینان، نوع‌دوستی، بلندهمتی، فداکاری، ثبات قدم و وفاداری به‌عنوان ارزش‌های اخلاقی از طریق تماشای رویدادهای ورزشی به‌طور یکسان به تماشاچیان قابل انتقال است (۱۳). نتایج بررسی‌های یائو<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) نشان داد، افزایش غرور شهروندان، فرصتی برای دیدن افراد مختلف، ایجاد فضای آرام و توأم با هیجان، افزایش سرمایه فرهنگی و برقراری رابطه دوستانه

- 
1. Balogu
  2. Gau
  3. Richins
  4. Yao

با جامعه جهانی از مزیت رویدادهای ورزشی بین‌المللی است (۱۷). به گزارش اندام و همکاران (۱۳۹۲) تجربه موفقیت نیابتی، فرصت برای پیشرفت‌های مدیریتی، افزایش شور و نشاط، ارتقای دوستی‌ها و ارتباطات با سایرین، افزایش انسجام اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی (کار داوطلبانه)، ملاقات با افراد خاص، آموزش مهارت‌های جدید، تقویت مبانی دینی، کسب شهرت و اعتبار، اشاعه فرهنگ ورزش، ارتقای وجهه اجتماعی، آشنایی با فرهنگ و آداب و رسوم مختلف، تبادل نظر در بین اقشار مختلف، تقسیم کار، اتحاد و یکپارچگی، افزایش انگیزه برای موفقیت، پرورش تعهد و مسئولیت‌پذیری، تقویت حس هویت، تعلق و وابستگی اجتماعی، انتقال میراث فرهنگی از تأثیرات رویدادهای ورزشی است (۳). افراد ممکن است پس از تماشای ورزش احساسی پاک، روشن و واضحی داشته باشند که می‌تواند نتیجه یک بارش معنوی از تماشای شواهد جذاب، اجراهای باورنکردنی، گذشتن ورزشکاران از قابلیت‌های فردی در حین رقابت و مسابقه باشد. یک تماشاچی ورزشی با حضور در یک رویداد می‌تواند نشان دهد که با دنیاست و در صحبت‌های ورزشی با دیگران اطلاعات مد روز را در حین تماشای رویداد ورزشی در حال برگزاری دریافت کند (۱۸). دوکزی (۲۰۰۸) بر این عقیده است، خیلی از تماشاچیان تمایل دارند در رویدادهایی حاضر شوند که موجب ارتقای وجهه و شهرت عمومی آنها شود (خریدن بلیت مسابقات مهم با قیمتی گزاف). براساس یافته‌های پژوهشگران سنت ارتباط معناداری با میزان حضور تماشاچیان در بازی‌های آن بی. ای دارد و سابقه گذشته تیم‌های هاکی بیش از ۱۵ درصد بر روی حضور تماشاچیان تأثیرگذار است (۱۹). براساس برخی شواهد بیشتر تماشاچیان شنا، شیرجه، ژیمناستیک، پاتیناژ و کشتی چوخه به سبب لذت بردن از زیبایی‌های ذاتی این رشته‌های ورزشی به تماشای آن می‌پردازند (۲۰). نیرومندی، قوت، خوش‌اندامی، ظرافت، هماهنگی، پیچیدگی، تمامیت انجام کار و ترکیب مجزا، عناصر زیبایی‌شناختی در ورزش‌اند که بینندگان جذب آن می‌شوند (۲۱). طمع‌ورزی عامل دیگری است که افراد به دنبال آن هستند، آنها احساس می‌کنند اگر چیزی را که خود ندارند به دست بیاورند، زندگیشان بهتر خواهد شد (۲۲). در مجموع، مطالعات انجام‌گرفته در زمینه تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای ورزشی بر روی تماشاچیان نشان می‌دهد که پژوهشگران بر این باورند که حضور در رویدادهای ورزشی سبب تغییر و تعدیل نظام ارزشی تماشاچیان می‌شود و عامل و عوامل متعددی در این زمینه دخیل‌اند که توافق جامع در این خصوص وجود ندارد. از سوی دیگر، برخی صاحب‌نظران بر این باورند که چون محصول سازمان‌های ورزشی

- 
1. Dóczy
  2. National Basketball Association

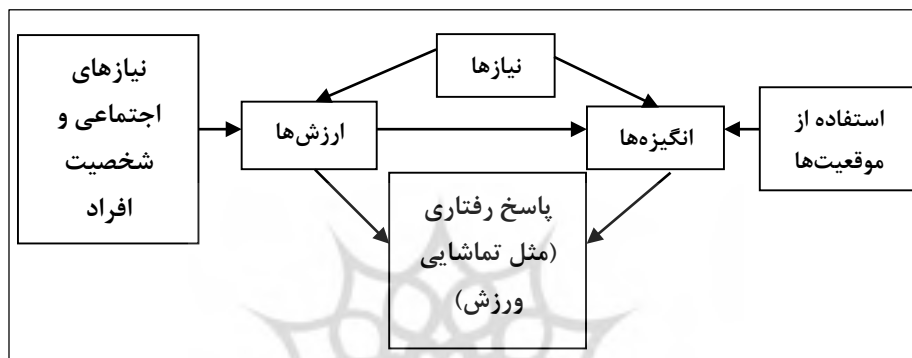
ارائه خدمات (محصولات نامحسوس و غیرعینی، تولید و مصرف همزمان، مشارکت مشتری در تولید یا ارائه خدمات ضروری) است، مشتریان یا مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی (تماشاچیان) بخش مهمی از منابع انسانی سازمان‌های ورزشی به‌شمار می‌روند و برای کسب فواید ماندگارتر سازمان‌ها باید منابع انسانی را به‌عنوان سرمایه ماندگار سازمان در نظر بگیرند و بکوشند تا رشد و پتانسیل آنها را ارتقا دهند که این خود به عملکرد و بهره‌وری سازمان کمک خواهد کرد. توجه به تغییرات به‌وجودآمده در ارزش‌ها و آگاهی تماشاچیان در سازمان‌های ورزشی که وظیفه ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه را بر عهده دارند، به‌عنوان یک مسئولیت اجتماعی مطرح است و مدیران ورزشی باید به‌نحو شایسته‌ای به این وظیفه پاسخ دهند (۲۳). وحدت ارزش‌ها در بین یک ملت سبب ایجاد هویت ملی می‌شود و هویت ملی را یک حس مشترک فرهنگی تعریف می‌کنند (۲۴). از این‌رو، آموزش ارزش‌ها همواره بخش مهمی از اهداف نظام‌های تربیتی است. اما مسئله بااهمیت در این میان، این است که چگونه می‌توان ارزش‌های مورد نظر را در جامعه هدف درونی کرد؟ و به‌طور مشخص، آیا رویدادهای ورزشی می‌توانند این امر را تسهیل کنند؟ از این‌رو در این مطالعه اثر تماشای رویدادهای ورزشی در محل برگزاری (استادیوم) بر نظام ارزشی تماشاچیان از منظر خودشان بررسی می‌شود.

## روش‌شناسی

پژوهش از نوع توصیفی است و جامعه آماری آن تماشاچیان لیگ برتر رشته‌های ورزشی فوتبال، والیبال، کشتی آزاد و تکواندو بودند و ملاک انتخاب لیگ‌های مورد نظر برگزاری منظم مسابقات لیگ، تماشاچیان پرشور و وفادار، و دسترسی تیم تحقیق به آزمودنی‌ها بود. براساس جدول مورگان ۳۸۵ تماشاگر به‌صورت تصادفی (هر رشته ورزشی ۷۷ نفر) به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که براساس مقیاس زمینه‌یاب ارزش‌های شوارتز<sup>۱</sup> (۳)(۲۰۰۶)، و مدل گایو و جفری (۱۵)(۲۰۱۳) که رابطه انگیزه‌ها، نیازها، ارزش‌ها و پاسخ رفتاری (مثل تماشای ورزش) را نشان می‌دهد (شکل ۱) و در این پژوهش از آن به‌مثابه چارچوب نظری استفاده شده است، طراحی شد که با ۵۷ عبارت ارزشی تجارب تماشاچیان را می‌سنجید. به‌منظور متناسب‌سازی گویه‌ها با هدف پژوهش، مقیاس مورد نظر در اختیار دوازده نفر از استادان صاحب‌نظر قرار گرفت و از نظرهای آنها در اصلاح پرسشنامه نهایی

1. Schwartz Values Survey (SVS)

استفاده شد. پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید شد. از کل پرسشنامه‌های توزیع شده ۳۷۹ پرسشنامه جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. برای شناسایی اولویت‌گویه‌ها از ضریب تغییرات استفاده شد. ضریب تغییرات که حاصل تقسیم انحراف معیار بر میانگین است، بیانگر میزان توافق پاسخگویان در گزینه مورد نظر است و هرچه مقدار آن کمتر باشد، نشان‌دهنده توافق بیشتر نسبت به یک گزینه است. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.



شکل ۱. چارچوب نظری ارتباط انگیزه‌ها، نیازها، ارزش‌ها و پاسخ رفتاری تماشای ورزش (گایو و جفری، ۲۰۱۳)

## یافته‌ها

نتایج آزمون کیزر-میر-اولکین و آزمون بارتلت در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. نتایج آزمون کیزر-میر-اولکین و آزمون بارتلت

آزمون <i>KMO</i>	
۰/۸۳۱	
آزمون کرویت بارتلت	
۱۷۱۶۵/۳۲۲	<i>X<sup>2</sup></i>
۰/۰۰۰	<i>Sig</i>

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد، مقدار آزمون کیزر-میر-اولکین ۰/۸۳۱ و بارتلت ۱۷۱۶۵/۳۲۲ است که نتایج تأییدی بر استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی برای استفاده از پرسشنامه پژوهش است. برای جداسازی عامل‌ها به صورت روشن‌تر، از چرخش عاملی به روش متعامد استفاده شد و گویه‌هایی که بار عاملی آنها کمتر از معیار مبنا (۰/۳۵۰) بود، از فهرست گزارش حذف شدند.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، از مجموع ۵۷ عبارت ارزشی تنها ۴ عبارت که بار عاملی کمتر از معیار مبنا داشتند، از فهرست گزارش حذف شدند و مابقی عبارات براساس مبانی نظری پژوهش در ۱۰ عامل خیرخواهی<sup>۱</sup>، سنت<sup>۲</sup>، هم‌رنگی با اجتماع<sup>۳</sup>، امنیت<sup>۴</sup>، قدرت<sup>۵</sup>، پیشرفت<sup>۶</sup>، برانگیختگی<sup>۷</sup>، لذت‌جویی<sup>۸</sup>، خوداتکایی<sup>۹</sup> و جهان‌شمولی<sup>۱۰</sup> جای گرفتند.

جدول ۲. عوامل و مؤلفه‌های هر عامل همراه با بار عاملی به‌دست‌آمده

عوامل	مؤلفه (گویه‌ها)	بار عاملی
لذت‌جویی	تجربهٔ خشنودی و خوشحالی (رسیدن به خواسته‌ها و آرزوها)	۰/۷۱۹
	تجربهٔ لذت، به خاطر دگرگونی در امور منظم روزانه (خروج از روزمرگی)	۰/۶۹۲
	سرگرمی و انبساط خاطر (انجام کارهای جدید یا روشن جدید انجام کار)	۰/۶۴۱
برانگیختگی	تجربهٔ زندگی مهیج (تجربهٔ برانگیختگی و هیجان)	۰/۶۹۸
	تجربهٔ زندگی متنوع و رنگارنگ (پراز چالش، تازگی و تغییر)	۰/۵۴۳
	تقویت شهامت و جست‌وجوی ریسک و مخاطره	۰/۴۵۳
خوداتکایی	افزایش عزت نفس (اطمینان از خود و افتخار به آنچه هستیم)	۰/۷۱۲
	فرصت کنجکاوی (علاقه‌مندی به کاوش در هر چیزی)	۰/۵۴۸
	تجربهٔ آزادانه فکر کردن و عمل کردن	۰/۵۱۰
	تجربهٔ داشتن برنامه و انتخاب اهداف و مقاصد	۰/۴۷۰
	افزایش استقلال (خوداتکایی و خودکفایی)	۰/۴۶۳
تجربهٔ خلاقیت (منحصربه‌فردی و ابتکار عمل در خلق ایده‌های جدید)	۰/۴۵۳	
پیشرفت	تجربهٔ رسیدن به اهداف و پیروزی	۰/۷۱۵
	درک اثرگذار بودن بر روی دیگران و رویدادها	۰/۶۶۳
	تجربهٔ شایستگی (صلاحیت، مؤثر بودن و کارایی)	۰/۶۶۰
	تقویت بلندهمتی (سختکوشی و داشتن آرزوی بزرگ)	۰/۵۰۳
	تجربهٔ هوشمندی و منطقی اندیشیدن	۰/۵۲۷

1. Benevolence
2. Tradition
3. Conformity
4. Security
5. Power
6. Achievement
7. Stimulation
8. Hedonism
9. Self-Direction
10. Universalism

## ادامه جدول ۲. عوامل و مؤلفه‌های هر عامل همراه با بار عاملی به دست آمده

عوامل	مؤلفه (گویه ها)	بار عاملی
سنت	پذیرش نقش سرنوشت در زندگی (پذیرش شرایط و موقعیت)	۰/۷۰۵
	تجربه میانه‌روی (اجتناب از افراط در احساس و عمل)	۰/۶۸۰
	فرصت احترام گذاشتن به رسم و رسوم گذشته	۰/۶۳۷
	تقویت شکست نفسی (تعدیل خودمحوری)	۰/۴۴۷
هم‌رنگی اجتماع	فرمانبرداری (وظیفه‌شناسی و پایبندی به نظر جمع)	۰/۷۰۲
	تقویت خویشتن‌داری (خودمهاری در مقابل وسوسه و ...)	۰/۶۸۳
	نشان دادن احترام (به بزرگ‌ترها و ...)	۰/۶۷۶
	تجربه مؤدب بودن (تواضع و خوش‌رفتاری با دیگران)	۰/۶۴۳
	گوش دادن به افرادی که عقاید متفاوت و مخالف با ما دارند	۰/۶۴۱
	پیروی از مقررات (حتی زمانی که کسی نظاره‌گر ما نیست)	۰/۵۴۳
	اجتناب از رنجاندن و مکدر کردن دیگران	۰/۵۴۲
امینیت	تجربه صلح و صفا (آشتی) میان گروه‌های مختلف	۰/۷۱۷
	تجربه نظم و انضباط اجتماعی (ثبات و پایداری اجتماعی)	۰/۵۱۰
	احساس آرامش خانواده (مهرورزی سالم به ...)	۰/۴۶۳
	تقویت امنیت ملی (محافظت ملت از دشمنان)	۰/۴۵۲
	تجربه مساعدت دوطرفه (اجتناب از زیاده‌خواهی)	۰/۴۴۵
	تجربه سلامتی (نداشتن بیماری جسمی و روانی)	۰/۴۳۰
بخش‌خواهی	تجربه مسئولیت‌پذیری (قابل اعتماد و قابل اتکا)	۰/۷۱۰
	افزایش صداقت (روراستی و بی‌ریایی)	۰/۶۶۰
	حس کمک (کار کردن برای رفاه دیگران)	۰/۶۶۳
	کمک به مدیریت بهتر زندگی (داشتن هدف در زندگی)	۰/۶۳۷
	افزایش وفاداری (وفاداری به تیم و دوستان)	۰/۵۴۸
	تقویت دوستی کامل (عواطف و صمیمیت عمیق)	۰/۵۰۲
	احساس بخشندگی (میل به عفو و معذرت خواستن از دیگران)	۰/۵۲۷
	تقویت دوستی حقیقی (دوستی نزدیک و صمیمی)	۰/۴۷۰
	تجربه یک دنیا زیبا (زیبای طبیعی و هنری)	۰/۷۲۳
جهان‌شمولی	فراهم شدن فرصت سازگاری با طبیعت (تناسب با طبیعت)	۰/۶۸۳
	فرصت تجربه عدالت اجتماعی (اصلاح بی‌عدالتی و کمک به ضعفا)	۰/۶۴۳
	تجربه برابری (فرصت مساوی برای همه)	۰/۶۰۴
	تقویت روشنفکری (داشتن عقاید و ایده‌های متفاوت)	۰/۵۴۳
	فرصت کسب معرفت (درک کامل از زندگی)	۰/۴۲۶



## ادامه جدول ۲. عوامل و مؤلفه‌های هر عامل همراه با بار عاملی به دست آمده

عوامل	مؤلفه (گویه‌ها)	بار عاملی
تجربۀ افزایش وجهۀ عمومی (حفاظت از تصویر مطلوب)	تجربۀ افزایش وجهۀ عمومی (حفاظت از تصویر مطلوب)	۰/۷۲۱
	کسب شناخت اجتماعی (تحسین شدن و احترام از سوی دیگران)	۰/۶۷۹
	احساس دارایی (شرمنده نشدن برای هیچ‌کس)	۰/۶۴۳
	کسب قدرت اجتماعی (نفوذ و کنترل بر دیگران)	۰/۶۰۴
	تجربۀ رهبری (هدایت و فرمان دادن)	۰/۵۴۳

## جدول ۳. اولویت‌بندی کم‌اهمیت‌ترین گویه‌ها که از فهرست گزارش حذف شد

گویه‌ها	میانگین	انحراف	ضریب	بار عاملی
	معیار	تغییرات		
تقویت احساس جهانی امن (عاری از تعارض و درگیری)	۲/۴۳	۱/۵۲	۰/۶۲۵	۰/۳۴۷
احساس تعادل درونی (رهایی از تعارضات درونی)	۲/۶۲	۱/۵۹	۰/۶۱۰	۰/۳۴۳
تجربۀ یک زندگی غیرمادی و روحانی	۲/۵۳	۱/۴۹	۰/۵۸۸	۰/۳۴۱
پایبندی بیشتر به دینداری (سهم باورها و اعتقادات مذهبی)	۲/۵۴	۱/۴۷	۰/۵۷۸	۰/۳۳۶

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد، عبارت‌های ارزشی «احساس جهانی امن و عاری از تعارض و درگیری» و «تعادل درونی و رهایی از تعارضات» از عامل جهان‌شمولی، «تجربۀ یک زندگی غیرمادی و روحانی» از عامل خیرخواهی و «پایبندی بیشتر به دینداری» از عامل سنت به‌علت ضریب تغییرات بالاتر (توافق جمعی کمتر) و همچنین داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۳۵۰، از فهرست گزارش حذف شدند.

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد عبارت‌های ارزشی «تجربۀ خشنودی و خوشحالی، رسیدن به خواسته‌ها و آرزوها»، «تجربۀ زندگی مهیج، تجربۀ برانگیختگی و هیجان»، «افزایش عزت نفس، اطمینان و افتخار به خود»، «تجربۀ رسیدن به اهداف و پیروزی» و ... از اهمیت بسیاری برخوردارند و توافق جمعی بیشتری بر روی آنهاست.

جدول ۴. اولویت‌بندی مهم‌ترین گویه‌ها

گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اهمیت
تجربه‌خشنودی و خوشحالی (رسیدن به خواسته‌ها و آرزوها)	۲/۷۸	۱/۳۶	۰/۴۸۹	۱
تجربه زندگی مهیج (تجربه برانگیختگی و هیجان)	۲/۸۷	۱/۴۴	۰/۵۰۱	۲
افزایش عزت نفس (اطمینان از خود و افتخار به آنچه هستم)	۲/۸۶	۱/۴۴	۰/۵۰۳	۳
تجربه رسیدن به اهداف و پیروزی	۲/۸۷	۱/۴۵	۰/۵۰۵	۴
تجربه افزایش وجهه عمومی (حفاظت از تصویر مطلوب)	۲/۷۶	۱/۴۱	۰/۵۱۰	۵
فرمانبرداری (وظیفه‌شناسی و پایبندی به نظر جمع)	۲/۸۵	۱/۴۶	۰/۵۱۲	۶
تجربه صلح و صفا (آشتی) میان گروه‌های مختلف	۲/۶۲	۱/۳۵	۰/۵۱۵	۷
تجربه مسئولیت‌پذیری (قابل اعتماد و قابل اتکا)	۲/۸۸	۱/۴۹	۰/۵۱۷	۸
تجربه یک دنیا زیبا (زیبایی طبیعی و هنری)	۲/۶۵	۱/۳۹	۰/۵۳۰	۹
پذیرش نقش سرنوشت در زندگی (پذیرش شرایط و موقعیت)	۲/۶۵	۱/۴۶	۰/۵۵۰	۱۰

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد، بااهمیت‌ترین ارزشی که با تماشای رویدادهای ورزشی تجربه می‌شود، «خشنودی و خوشحالی» از عامل لذت‌جویی است که این تجربه در پژوهش‌های بیسکایا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۲)(۸) و ویکتوریا (۲۰۱۲)(۱۰) نیز جزء مهم‌ترین عوامل تحریک‌کننده تماشاچیان رویدادهای ورزشی عنوان شده است. در رویدادهای ورزشی یک تماشاچی فرصت دارد حالت خوشحالی، سرزندگی، احساس سرخوشی به‌جای پرخاشگری و در نهایت سرگرمی را تجربه کند که این حالت عاطفی می‌تواند پادزهری برای احساس بی‌علاقه‌ای، بی‌حوصلگی و غفلت تولید کند تا افراد از کاهلی رهایی یابند و از زندگی لذت ببرند (20). به‌طور کلی انتظار می‌رود با تماشای رویدادهای ورزشی، خشنودی و خوشحالی، خروج از روزمرگی، سرگرمی و انبساط خاطر و در نهایت لذت بردن از زندگی تجربه شود (۱۳). براساس یافته‌های پژوهش، ارزش دیگری که از نظر تماشاچیان رویدادهای ورزشی از اولویت برخوردار است، «تجربه زندگی مهیج از عامل برانگیختگی» است که این تجربه در پژوهش‌های یائو (۲۰۱۰)(۱۷)، اندام و

همکاران (۳)(۱۳۹۲) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. به علت قرار گرفتن در جو مسابقه، نمایش جلوه‌های ورزشی، پیش‌بینی ناپذیری رویدادهای ورزشی و نامطمئن بودن نتایج رقابت‌ها شرایطی فراهم می‌شود که عواطف و احساسات تماشاچیان تحریک می‌شود و زندگی رنگارنگ و پر از شور و نشاطی برای آنها فراهم می‌شود (۸). کشف موقعیت‌های عدم قطعیت رویدادهای ورزشی فرصت فعالیت‌های ذهنی و تجربه زندگی پرچالش توأم با تغییر و تازگی را برای تماشاچیان به همراه دارد که این خود تقویت شهامت و جسارت برخورد با شرایط مخاطره را به همراه دارد (۷). به‌طور کلی انتظار می‌رود با تماشای رویدادهای ورزشی، تجربه زندگی متنوع و رنگارنگ، تجربه زندگی مهیج و تقویت قدرت شهامت و در نهایت برانگیختگی در زندگی مشاهده شود (۱۵). ارزش دیگری که از نظر تماشاچیان در اولویت قرار دارد، «تجربه افزایش عزت نفس از عامل خوداتکایی» است که این تجربه در پژوهش‌های ویکتوریا (۱۰)(۲۰۱۲)، بالگو<sup>۱</sup> و همکاران (۱۱)(۲۰۱۰)، چن<sup>۲</sup> و همکاران (۱۲)(۲۰۱۰) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. براساس تئوری هویت اجتماعی، هویت یک گروه بر عزت نفس افراد تأثیر می‌گذارد و تماشای ورزش می‌تواند خودپنداره مصرف‌کنندگان را افزایش دهد و منشأ خوبی از هویت‌بخشی باشد (۲). مهارت‌ها، راهبردها، نقش‌ها، تکنیک‌ها، تاکتیک‌ها، رکوردها، و پاداش‌هایی که تیم به سبب عملکردش دریافت می‌کند، از ارزش‌های ذاتی (درونی) یک تیم است و براساس برخی شواهد این عناصر موجب تقویت ارزش‌های خلاقیت، کنجکاوی، هوشمندی و روشنفکری تماشاچیان می‌شود (۱۳). به‌طور کلی انتظار می‌رود با تماشای رویدادهای ورزشی، تجربه افزایش عزت نفس، فرصت کنجکاوی، تجربه خوداتکای، خلاقیت، داشتن برنامه به‌خاطر عواطف و احساساتی که تیم‌های ورزشی در تماشاچیان فراخوانی می‌کنند، حاصل شود (۲۱). دیگر ارزش بااهمیت از نظر تماشاچیان، «تجربه رسیدن به اهداف و پیروزی از عامل پیشرفت» است که این تجربه در پژوهش‌های اندام و همکاران (۳)(۱۳۹۲)، ریچینز (۱۶)(۲۰۰۵)، چن و همکاران (۱۲)(۲۰۱۰) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. تجربه موفقیت نیابتی تماشاچیان که در اثر تماشای عملکرد خوب ورزشکاران حاصل می‌شود، بارها به‌عنوان تأثیرات رویدادهای گزارش شده است. برای مثال، وقتی ورزشکاران موفق از پتانسیل خود تخطی می‌کنند، ممکن است تماشاچیان نیز تجربه ذهنی مشابهی داشته باشند (۱۳). احتمالاً وقتی بچه‌ها و والدین با

---

1. Balogu  
2. Chen

هم رقابت‌های ورزش را تماشا می‌کنند، یکی از هدف‌های والدین این است که به فرزندانشان نشان دهند داشتن آرزوهای بزرگ و سختکوشی، پشتکار و غرور، اثرگذار بودن بر روی دیگران، منطقی اندیشیدن و تصمیم‌گیری آنی، تجربه پیروزی و در نهایت پیشرفت، از ارزش‌های مهم انسانی است (20). ارزش بااهمیت دیگر تماشاچیان رویدادهای ورزشی، «تجربه افزایش وجهه عمومی یا حفاظت از تصویر مطلوب از عامل قدرت» است که این تجربه در پژوهش‌های دوکزی (۱۹)(۲۰۰۸)، بودت و برناچ اسولانت (۱۸)(۲۰۱۱)، اندام و همکاران (۳)(۱۳۹۲) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. ورزش جهان کوچکی از اجتماع است و چون ارزش مقام و موقعیت باید به رسمیت شناخته شوند، تماشای ورزش می‌تواند وسیله‌ای برای پیگیری اهداف و مقامشان باشد. جایگاه‌های ویژه و تجملاتی نمونه‌ای از تقسیمات ما از موقعیت اقتصادی و اجتماعی است. برای مثال فردی با توان مالی بالا می‌تواند یک بلیت گران‌قیمت در جایگاه ویژه برای یک رویداد خاص یا ورزش مهم را بخرد و این امر نشان‌دهنده جایگاه و موقعیت اجتماعی اوست (۱۵). دوکزی (۲۰۰۸) بر این عقیده است، خیلی از تماشاچیان تمایل دارند در رویدادهای حضور داشته باشند تا وجهه و شهرت عمومی‌شان ارتقا یابد؛ آنها پول خود را به‌خاطر چیزی خرج می‌کنند که سودآور نیست و فقط به‌دنبال وجودگرایی یا شناساندن و ثابت کردن خود به دیگران هستند (۱۹). تصدیق اجتماعی، بر ذهن دیگران تأثیر گذاشتن، احساس پذیرفته شدن، ادراک شدن به‌وسیله دیگران، به‌دست آوردن عزت و احترام و نفوذ اجتماعی، شاخص‌های هستند که این افراد در تماشای رویدادهای ورزشی آن را دنبال می‌کنند. به‌طور کلی انتظار می‌رود افرادی که به مقام و موقعیت وابسته‌اند، سطح بالایی از شناخته شدن اجتماعی، نفوذ و کنترل بر دیگران، احساس دارایی، تحسین شدن از سوی دیگران و در نهایت توان را از طریق تماشای رویدادهای ورزشی تجربه کنند (۱۳). ارزش دیگری که از نظر آزمودنی‌های این پژوهش در اولویت قرار دارد، «تجربه فرمانبرداری و وظیفه‌شناسی از عامل هم‌نوابی و هم‌رنگی با اجتماع» است که این تجربه در پژوهش‌های اندام و همکاران (۳)(۱۳۹۲)، گایو (۱۳)(۲۰۰۷) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. ورزش عرصه‌ای برای تمرین مسائل اخلاقی مختلف مانند تواضع و خوش‌رفتاری با دیگران، خویشتن‌داری و خودمهاری، وظیفه‌شناسی و پایبندی به نظر جمع، اجتناب از رنجاندن و مکدر کردن دیگران است که در بازی ظاهر شده و از طریق تماشای ورزش آموخته می‌شود. مشارکت در ورزش نمایش کوچکی از زندگی

است و امیال و خواهش‌های اخلاقی و عاطفی به تماشاچیان و هواداران منتقل می‌شود و در رفتار آنها نمود پیدا می‌کند (۱۵). ارزش بااهمیت دیگر تماشاچیان رویدادهای مورد مطالعه، «تجربه صلح و صفا میان گروه‌های مختلف از عامل امنیت» است که این تجربه در پژوهش‌های زیاکس<sup>۱</sup> (۱۴) (۲۰۱۰)، یائو (۱۷) (۲۰۱۰)، گایو (۱۳) (۲۰۰۷) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. تماشای رویدادهای ورزشی محیط خوبی را برای اعضای خانواده، دوستان و نزدیکان به‌منظور تجربه احساس آرامش خانوادگی و فرصت پیوستن به گروه وقتی اوقات فراغت خود را صرف تماشای ورزش با دیگران می‌کنند، فراهم می‌سازد که از این طریق زمینه آشتی میان گروه‌های مختلف فراهم می‌شود (۱۱). تماشای ورزش شانس جامعه‌پذیری را از طریق تعدیل رسم و رسوم سنتی خانواده‌ای، نزدیکان، همسایگان و اقوام مختلف فراهم می‌کند و محیط جدید و سرزنده‌ای را به‌همراه رضایت فراهم می‌کند که گامی مثبت در جهت اتحاد و روحیه محافظت ملت از دشمنان خواهد بود (۱۲). نیاز به امنیت، هدفی کلی است که ارزش‌های مختلفی مانند هویت تیمی، ملی‌گرایی، سرافرازی هم‌نوعان و والدین و تحسین قهرمانان را تحت پوشش قرار می‌دهد. دیگر ارزش بااهمیت از نظر نمونه مورد بررسی، «تجربه مسئولیت‌پذیری از عامل خیرخواهی» است که این تجربه در پژوهش‌های بالگو و همکاران (۱۱) (۲۰۱۰)، زیاکس (۱۴) (۲۰۱۰)، و اندام و همکاران (۳) (۱۳۹۲) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. زبان ورزش راه نزدیک کردن نماها و مناظر زندگی را نشان می‌دهد و والدین، معلمان و نویسندگان نیز از استعاره و ضرب‌المثل‌های ورزشی در ارتباطات و تدریسشان بعد از دیدن رویدادهای ورزشی به‌نحو مطلوبی استفاده می‌کنند و تمامی عناصر اخلاقی و عاطفی موجود در رقابت‌های ورزشی می‌تواند هدف مطلوبی باشد که افراد با تماشای آن به‌دست می‌آورند (۲۱). بنابراین، انتظار می‌رود ارزش‌های وفاداری، صداقت، تعاون و کمک، مسئولیت‌پذیری، بخشندگی و میل به عفو و معذرت‌خواهی و در نهایت مدیریت بهتر زندگی با تماشای رویدادهای ورزشی بهبود یابد. ارزش دیگری که از نظر تماشاچیان در اولویت قرار دارد، «تجربه دنیایی زیبا از عامل جهان‌شمولی است که این تجربه در پژوهش‌های مهرابی و همکاران (۲۰) (۱۳۹۲)، و دووایز (۲۱) (۲۰۱۴) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. تماشای نمایش و صحنه‌های اوج برتری در ورزش و مراسم و تشریفات قبل، حین و بعد از بازی، فرصت تجربه‌ای ماندگار و زیبا را برای تماشاچیان فراهم می‌کند. افراد

ممکن است پس از تماشای رویدادهای ورزشی احساس پاک، روشن و واضحی داشته باشند که می‌تواند نتیجه تماشای شواهد جذاب، اجراهای باورنکردنی، گذشتن ورزشکار از قابلیت‌های خود، برابری و رعایت عدالت در نتایج رقابت باشد که به زیبایی معنوی اشاره دارد. آرامش درونی، قدرت درونی، بصیرت و روشنفکری، احساس انسان کامل، تجربه سعادت و خوشی در ورزش زمینه تجربه‌گرایی، را برای تماشاچیان فراهم می‌کند و رویدادهای ورزشی می‌تواند به‌عنوان پلی برای درک آن‌سوی تجارب مادی عمل کند (۱۵). انتظار می‌رود ارزش‌های برابری و مساوات، عدالت اجتماعی، سازگاری با طبیعت، زیبایی‌شناسی، روشنفکری، کسب معرفت و در نهایت جهان‌شمولی در تماشاچیان رویدادهای ورزشی تجربه شود (۱۳). ارزش بااهمیت دیگر تماشاچیان رویدادهای مورد مطالعه، «پذیرش نقش سرنوشت در زندگی از عامل سنت» است که این تجربه در پژوهش‌های ملیسا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۲)(۲۰۱۲)، لی و همکاران (۹)(۲۰۱۱) و اندام و همکاران (۳)(۱۳۹۲) نیز از عوامل مؤثر بر حضور تماشاچیان در رویدادهای ورزشی گزارش شده است. در رویدادهای ورزشی موقعیت‌هایی وجود دارد که ورزشکاران با تمام تلاش و شایستگی پیروزی، شکست می‌خورند و بازی را واگذار می‌کنند یا برعکس قرعه‌کشی می‌تواند نتیجه رقابت تیم‌های ورزشی را در یک فصل به‌نحوی مطلوب رغم بزند که این امر نقش شانس و پذیرش شرایط و موقعیت را به‌خاطر پیش‌بینی‌ناپذیری رویدادهای ورزشی و نامطمئن بودن نتایج رقابت‌ها نشان می‌دهد (۲۱). به‌طور کلی انتظار می‌رود با تماشای ورزش فرصت احترام به رسم و رسوم، تقویت شکست نفس، تجربه میانه‌روی و پذیرش نقش سرنوشت در زندگی که از ارزش‌های بعد سنت است، تجربه شود. یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد، پاسخگویان بر روی تقویت احساس جهانی امن، تعادل و رهایی از تعارضات درونی توافق کمتری داشتند و این عبارات ارزشی از گزارش تحلیل عاملی حذف شدند که به تأثیرات منفی رویدادها بر نظام ارزشی تماشاچیان اشاره دارد. برخی به‌سبب طبیعت تهاجمی ورزش، تماشای آن را موجب فاسد شدن فکر و ذهن می‌دانند و یک فمینیست<sup>۲</sup> ممکن است به تماشای ورزش به‌عنوان تولد مجدد ایدئولوژی مردانه نگاه کند که همه این افکار می‌تواند ارزش منفی تماشای ورزش را برای برخی افراد شکل دهد (۱۵). این افراد، ممکن است تماشای ورزش را به‌سبب رقابت و مسابقه، تعارض بردن و باختن، علت به هم خوردن تعادل درونی بدانند و به این ارزش نمره منفی بدهند. به‌نظر می‌رسد علت تجربه نشدن ارزش جهانی امن را باید در جامعه مورد مطالعه جست‌وجو کرد، چراکه در این مطالعه تنها رویدادهای ورزشی داخل کشور

---

1. Melissa  
2. feminist

بررسی شده و در این رویدادها ورزشکاران و تماشاچیان خارجی حضور نداشتند تا صلح جهانی احساس شود.

به‌طور کلی تحولات چند دهه اخیر جامعه نشان می‌دهد، ایران به‌عنوان جامعه‌ای در حال گذار، شاهد تغییر و تحولات نامتوازن در حوزه‌های مختلف همچون اقتصاد، فرهنگ، سیاست و مذهب در قالب چالش بین سنت و مدرنیته بوده و این تغییر و تحولات نامتوازن یا به تعبیری؛ چالش بین سنت و مدرنیته در نگرش، ارزش و رفتارهای افراد جامعه تأثیر گذاشته است. براساس یافته‌های این پژوهش، رویدادهای ورزشی تأثیرات تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده مهمی بر روی نظام ارزشی تماشاچیان دارد که مدیران و برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی باید از این مسئله آگاهی داشته باشند تا بتوانند برنامه‌ریزی مناسبی در این زمینه انجام دهند و زمینه شکل‌گیری ارزش‌های مثبت را فراهم سازند؛ چراکه وحدت ارزش‌ها در بین یک ملت موجب ایجاد هویت ملی می‌شود.

## منابع و مأخذ

1. Schwartz SH. (2006). "Basic human values: Theory, measurement, and application". *Revue Française de Sociologie*, Issue 47, PP: 929-968.
2. Vincent TN, Selvarani Ch. (2013). "Personal Values Approach for a Better Understanding of Consumer Behaviour". *International Journal of innovativeresearch & development*, 2(3), PP: 509-517
3. Andam, Reza; Mehdizadeh, Rahimeh; Taghipour Jahromi, Farideh (۲۰۱۳) " Study of the effects of sporting events on the host society", *Contemporary research in sports management*, ۶, pp. ۸۵-۷۳
4. Jalali Farahani, Majid; Ali Dost Qahfarkhi, Ibrahim (2011). " Management of events and sports camp", *University of Tehran Press*, pp. 31-20.
5. Masterman, Guy (2008). " Strategic management of sporting events with an international approach", translated by Seyed Mohammad Hossein Razavi, Mohsen Blourian, Mohammad Reza Boroumand, North Paydar Publications, PP 51-49.
6. Mak JY, Lee AN, Donahue J. (2007). " Sports spectator behavior for collegiate women's basketball", *Journal of Contemporary Athletics*, 2(4), PP: 357-365.
7. Kwak DE, Kim YK., Hirt ER. (2011). "Exploring the role of emotions on sport consumers' behavioral and cognitive responses to marketing stimuli", *European Sport Marketing Quarterly*, 11(3), PP: 225-250.
8. Biscaia R, Correia A, Rosado A, Maroco J, Ross S. (2012). "The effects of emotions on football spectators' satisfaction and behavioural intention", *European Sport Management Quarterly*, 12(3), PP: 227-242.

9. Lee D, Trail GT, Kwon HH, Anderson DF. (2011). "Consumer values versus perceived product attributes: Relationships among items from the MVS, PRS, and PERVAL scales" , *Sport Management Review*, 14, PP: 89-101.
10. Victoria W. (2012). " Understanding Loyalty and Motivation of Professional Sports Fans" . *UNLV Theses/Dissertations/Professional Papers/Capstones*, PP: 1367-1371.
11. Balogu S, Brown C, Busser A. (2010). " Sport tourists in a gaming destination: Predicting gaming and non-gaming expenditure" , *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 2, PP: 59-68.
12. Chen S, Snyder Sh, Magner M. (2010). " The Effects of Sport Participation on Student-Athletes' and Non-Athlete Students' Social Life and Identity" , *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 3, PP: 176-193.
13. Gau LS. (2007). " Examining The Values Associated With Spectator Sports And The Relationships Between The Values And Sport Spectator Behavior" , *Electronic Theses, Treatises and Dissertations*, PP: 12-198.
14. Ziakas V. (2010). " Understanding an event portfolio: The uncovering of interrelationships, synergies, and leveraging opportunities" , *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Issue 2, pp: 144–164.
15. Gau LS, Jeffrey DJ. (2013). " A Ten-Value-Type Framework Associated With Spectator Sports: A Qualitative Inquiry" . The online version of this article can be found at: [www.sagepublications.com](http://www.sagepublications.com), PP:1-13
16. Richins ML. (2005). " What consumer's desire: Goals and motives in the consumption environment" . In S. Ratneshwar & D. G. Mick (Eds.), *Inside consumption: Consumer motives, goals, and desires*, PP: 40-47.
17. Yao, j. (2010). " The effect of hosting the Olympics on national image: An analysis of US newspaper coverage of host countries with reputation problems" , *Graduate Theses and Dissertations, Iowa State University*, PP: 17-120.
18. Bodet G, Bernache-Assollant I. (2011). " Consumer loyalty in sport spectatorship services: The relationships with consumer satisfaction and team identification" , *Psychology and Marketing*, 28(8) , PP: 781-802.
19. Dóczy T. (2008). " Hungarian Sport and National Identity on the Global Sport Scene" , *Magyar Sporttudományi Szemle*, 9(36) , PP: 3-7.
20. Mehrabi, Qasim; Eidi, Hussein; Mahnani, Hoda (2013). " Identifying and Prioritizing the Motivation of Spectators and Wrestling Athletes" , *Sports Psychology Studies*, 5, pp. 114-101.
21. Douvis J. (2014). " What makes fans attend professional sporting events? A review" , *Advances in Sport Management Research*. 1, PP: 40-70.
22. Melissa A, Wolfson S, Neave N, Moss M. (2012). " Perspectives on the home advantage: A comparison of football player fans and referee" . *Journal of Psychology of Sport and Exercise*, 13, PP: 311-316.



23. Chaladori, Pakinatan (2008)." Human resource management in healthy sports and recreation ,translated by Mehdi Talebpour, Samad Zare, Ferdowsi University of Mashhad Press, PP: 39-45.
24. Karimi, Gholamreza (2010)." Values and Threats in Transition from International Security to Global Security ,Politics, 40, pp 215-197.



---

## An Analysis of the Effect of Sport Events on Value System of Spectators

Ghasem Mehrabi\*<sup>1</sup> - Mohammad Ebrahim Razaghi<sup>2</sup>  
1,2. PhD of Sport Management, Faculty of Physical Education,  
University of Tehran, Tehran, Iran  
(Received: 2015/12/17; Accepted: 2016/9/17)

### Abstract

The aim of this study was to analyze the effect of sport events on the value system of spectators. Therefore, 385 spectators of sport events of football, volleyball, wrestling and taekwondo premier leagues were randomly selected as the statistical sample. A researcher-made questionnaire was used to collect data. Face and content validity of this questionnaire was confirmed by 12 experts in this field. Cronbach's alpha coefficient was used to test the reliability of the questionnaire. Factor analysis test with a varimax rotation was used to analyze the data. The results showed that watching sport events had negative and positive effects on 10 values: benevolence, tradition, conformity, security, power, achievement, stimulation, hedonism, self-direction and universalism. In subjects' viewpoints, the most important value expressions were pleasure and happiness experience ( $2.78 \pm 1.36$ ) and a sense of safe world was the least important value expression ( $2.43 \pm 1.52$ ). In general, the findings indicated that watching sport events had important strengthening and moderating effects on the value system of spectators.

### Keywords

Analysis, event, spectator, sport, value.

---

\* Corresponding Author: Email: gh.mehrabii@ut.ac.ir ; Tel: +989119390595