



## پیامدهای کالای استراتژیکی فوتبال بر سیاست و جامعه جهانی: مطالعه موردی فوتبال ایران



دکتر امیر ساجدی\*

### چکیده

فوتبال مشهورترین و جذاب‌ترین ورزش دنیاست. ورزش فوتبال از جنبه یک فرهنگ ملی خارج و به یک فرهنگ بین‌المللی تبدیل و به‌عنوان یک صنعت پرطرفدار نه تنها از سوی مخاطبین این رشته ورزشی بلکه از سوی دولت‌ها، گروه‌های اقتصادی-تجاری، رسانه‌ها، روانشناسان، جامعه‌شناسان و غیره دنبال می‌گردد. پدیده ورزش فوتبال در جهان به‌عنوان یک کالای استراتژیکی مورد پذیرش قرار گرفته و از قالب یک ورزش صرف خارج و تاثیر فراوانی بر ابعاد مختلف زندگی بشر گذاشته است. در ایران فوتبال ورزشی است که ریشه‌های جامعه‌شناختی آن با قدرت، سیاست و تجارت پیوند خورده است. ماهیت جذاب فوتبال از همان ابتدای شکل‌گیری یک رابطه تنگاتنگی با دولت‌ها و قدرتها در ایران برقرار نموده و همواره حوزه‌های مختلف اجتماعی را از خود متأثر نموده است. با فزونی جذابیت و اهمیت ورزش فوتبال در ایران، این ورزش تبدیل به یک کالای استراتژیکی و همواره در اختیار نظام‌های سیاسی قرار داشته و این امر باعث گشته تا این ورزش در جایگاه اصلی خود قرار نگیرد. این مقاله در صدد تشریح و تبیین این مسئله است که کالای استراتژیکی فوتبال ایران چگونه تاثیری بر حوزه‌های سیاست و جامعه ایران گذاشته است؟ نتایج یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ورزش فوتبال ایران در جایگاه واقعی خود قرار نگرفته و بدین سبب تاثیر منفی بر حوزه سیاست و جامعه کشور گذارده است. برای دستیابی به این هدف با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و بکارگیری نظریه رفتارگرایانه به بررسی ابعاد و زوایای تاثیر فوتبال بر حوزه‌های مختلف جامعه پرداخته است.

### کلیدواژگان

فوتبال، سیاست، جامعه، رسانه، تجارت، ایران

\* نویسنده مسئول، استادیار علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.  
ایمیل: amir\_sajedi2001@yahoo.com

## مقدمه

کالا محصولی است که می‌تواند برای جلب توجه، درآمد، استفاده یا مصرف به بازار عرضه گردد تا نیاز یا خواسته‌ای را برآورده نماید. کالای استراتژیک کالایی است که وجود آن برای کشور مهم و نبود آن می‌تواند مشکلات حادی را برای جامعه به وجود آورد. بدون شک در حال حاضر از میان تمامی رشته‌های ورزشی، ورزش فوتبال از محبوب‌ترین و جذاب‌ترین ورزش‌های دنیا می‌باشد و از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. چرا که این ورزش به صورت یک پدیده فراگیر با بسیاری از حوزه‌های اجتماعی (مانند خانواده، آموزش و پرورش، فرهنگ، مذهب، رسانه، اقتصاد، سیاست) افراد دارای ارتباط نزدیکی است. ورزش فوتبال به عنوان یک کالای مهم و استراتژیکی در تمامی نقاط دنیا مورد قبول واقع گردیده و از قالب یک ورزش صرف خارج و تاثیر زیادی بر شئون زندگی مردم جهان از جمله ملت ایران گذارده است. بدین سبب است که بسیاری از اندیشمندان اظهار می‌نمایند که این ورزش در حوزه‌های مختلف جامعه به عنوان یک پدیده فراگیر دخالت داشته و تاثیرات شگرفی بر آنها می‌گذارد. همان گونه که بر همگان آشکار است حضور موفق هر کشور در صحنه بین‌الملل در گرو پیشرفت اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، علمی و ورزشی آن می‌باشد. یکی از مهمترین صحنه‌های بین‌المللی در رویدادهای ورزشی، ورزش فوتبال می‌باشد. در دنیای ورزش، ورزش فوتبال از جنبه یک فرهنگ ملی خارج و به یک فرهنگ بین‌المللی تبدیل و به عنوان یک صنعت پر طرفدار نه تنها از سوی مخاطبین این رشته ورزشی بلکه از سوی دولت‌ها، گروه‌های اقتصادی-تجاری، رسانه‌ها، روانشناسان، جامعه شناسان و غیره دنبال می‌گردد. متأسفانه این رشته ورزشی پر مخاطب مدت زمانی است که از آرمان و اهدافش دور گشته و نفوذش در قدرت، سیاست، اقتصاد و دیگر بخش‌های جامعه آنچنان ریشه دوانیده که در بسیاری از اوقات این حوزه‌ها و خود فوتبال تحت تأثیر یکدیگر قرار گرفته‌اند.

فوتبال یک پدیده جهانی است و در طول نیم قرن گذشته توانسته یک زبان مشترکی را به وجود آورد. بسیاری معتقدند که با جهانی شدن فوتبال، آثار و قدرت آن بر همه بخش‌های جامعه قابل مشاهده بوده و بدین سبب تمام حکومت‌ها (از جمله حکومت ایران) سعی بر آن دارند تا یک نقش کلیدی در کنترل و هدایت این ورزش را دارا باشند. جامعه ایران مانند بسیاری از جوامع دیگر، پدیده ورزش فوتبال را در میان دیگر ورزش‌ها مهمترین پدیده ورزشی دانسته و بدین سبب حوزه‌های مختلف در جامعه ایران در طول این مدت تحت تاثیر این پدیده ورزشی قرار گرفته است. هدف این مقاله تشریح و تبیین این واقعیت است که ورزش فوتبال در ایران از قالب و جایگاه اصلی خود دور گشته و در کنار تاثیراتش بر بخش‌های مختلف جامعه، متأسفانه ناهنجاری‌هایی را در برخی از حوزه‌های جامعه ایران برجای گذارده است. این پژوهش در پی کشف این حقیقت است که فوتبال ایران پس از تبدیل شدن به یک کالای استراتژیک در دست

دولت چگونه تأثیری بر قدرت، سیاست، اقتصاد و فرهنگ جامعه ایرانی گذاشته است؟ فرضیه پژوهش بر این اساس است که پدیده فوتبال در ایران به صورت یک کالای استراتژیکی بر حوزه‌های قدرت، سیاست و اقتصاد و دیگر شئون ملت ایران دارای تأثیر زیاد و اغلب سبب ناهنجاری‌هایی در حوزه‌های مختلف جامعه گردیده است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد. علت انتخاب این روش، توصیف وضع موجود ورزش فوتبال و ویژگی‌ها و تأثیرگذاری آن بر ابعاد مختلف جامعه ایران می‌باشد. استفاده از روش توصیفی-تحلیلی در پژوهش حاضر دارای جنبه کاربردی بوده که بعد کاربردی در نتایج این تحقیق می‌تواند کمک موثری در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های ورزشی باشد. از آنجایی که مدیران جامعه ورزشی تصمیم‌گیرندگان اصلی در مورد ورزش به‌ویژه ورزش جذاب فوتبال می‌باشند، پس بدون آگاهی مدیران از وضعیت و ویژگی‌های ورزش فوتبال و تأثیر آن بر ابعاد جامعه، تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری صحیح در این امر کار بسیار مشکلی خواهد بود. بنابراین برای آگاهی بخشی در این امور، تحقیقات توصیفی لازم و بسیار مهم می‌باشد. چرا که با آگاهی و اطلاع از وضع موجود است که برنامه ریزی صحیح در موارد ورزشی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و رسانه‌ای صورت می‌گیرد. برای برنامه ریزی صحیح دانستن وضع گذشته و حال ورزش فوتبال ایران نیاز به دانستن رفتار متغیرها و پارامترها و تعیین ضریب تغییرات آنها و شاخص‌سازی دارد. دستیابی به این شاخص‌ها مستلزم تحقیقات توصیفی است تا امکان یک برنامه ریزی صحیح را میسر نماید. بدین منظور این پژوهش به توصیف و بررسی سیاست‌ها و راهبردهای ورزش فوتبال ایران پرداخته تا اثرات این ورزش در توسعه جامعه ورزشی ایران را مورد بررسی قرار دهد. یکی از دلایل مهم استفاده از روش توصیفی در پژوهش حاضر استفاده ناصحیح از ورزش فوتبال در جامعه ایران می‌باشد که دارای پیامدهای اجتماعی و اثرات زیانبار بر دیگر ورزش‌ها را به همراه دارد که این مهم از منظر آسیب شناسی کمتر مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۱- پیشینه تحقیق

تحقیقات زیادی به صورت موردی در مورد ورزش فوتبال در ایران و اثر آن بر رسانه، اقتصاد، سیاست و جامعه نوشته شده اما کمتر اثری وجود دارد که تأثیر این ورزش جذاب را در ابعاد مختلف جامعه مورد بررسی قرار داده باشد. در اینجا به چند پژوهشی که تا حدودی نزدیک به تأثیر ورزش فوتبال در جامعه ایران انجام شده به صورت مختصر اشاره می‌شود. در مقاله‌ای (۱۳۹۷) با عنوان «ورزش، سیاست و روابط بین‌الملل» توسط فاطمه شاهرزایی و رضا شیرزادی که در فصلنامه مطالعات بین‌المللی به چاپ رسیده و نویسندگان با بهره‌گیری از روش تحلیلی-توصیفی به مفهوم ورزش پرداخته و اشاره می‌نمایند که مفهوم ورزش تنها در

فعالیت‌های جسمانی و ذهنی نبوده و دیگر ابعاد را نیز دربر می‌گیرد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که حوزه ورزش با تکیه بر قابلیت‌های نرم افزاری خود، در مولفه‌هایی چون سیاست، امنیت، منافع ملی، همبستگی و همگرایی، اقتصاد، قدرت، ایدئولوژی، صلح، تأثیرگذاری داشته و نقش مهمی را در روابط بین دولت‌ها و سایر بازیگران ایفا می‌کند (شاهرزایی و شیرزادی، ۱۳۹۷: ۸۹-۱۱۴). این مقاله به زوایای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری فوتبال در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی وارد شده ولی از نقش نظامیان در این رشته ورزشی ورودی پیدا نکرده است.

در پژوهشی تحت عنوان «تعیین رویکرد مناسب توسعه فوتبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با رویکرد چند کشور منتخب» که توسط مهدی نادری نسب، محمد احسانی، محمد خیری و مجتبی امیری صورت گرفته، نویسندگان از روش توصیفی- پیمایشی بهره برده‌اند. در نمونه آماری این مقاله از ۹۲ نفر مدیران فداراسیون فوتبال، کارشناسان و خبرگان مدیریت فوتبال کشور استفاده گردیده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داده که مناسب‌ترین رویکردهای حاکم بر توسعه ورزش فوتبال کشور، رویکرد تربیتی- اخلاقی و جامعه‌گرا می‌باشد و این رویکرد در توسعه فوتبال و جامعه ورزشی ایران نقش اساسی دارد (نادری نسب، ۱۳۹۰: ۱۱۹-۱۰۳). مقاله در خصوص دستاوردهای چند منظوره فوتبال در جامعه ایران به صورت مسبوط بحث نموده ولی از مشارکت عمومی جامعه زنان در این رشته غافل است.

مقاله‌ای با عنوان «الگوی تبیینی اثر منابع سازمانی و مزیت رقابتی بر سودآوری باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران» نوشته مصطفی سلطانی؛ غلامعلی کارگر؛ فرزاد غفوری و سارا کاشگر به بررسی تأثیر سودآوری باشگاه‌های فوتبال از منابع سازمانی و مزیت رقابتی پرداخته‌اند. آنها از روش توصیفی- همبستگی (روش آمیخته) استفاده نموده‌اند. در این پژوهش از دو بخش کیفی و کمی بهره گرفته شده و با ۱۴ مصاحبه شونده در بخش کیفی و ۱۰۰ نفر از مدیران و نخبگان آگاه صنعت فوتبال در بخش کمی به بررسی تأثیر منابع سازمانی در سودآوری باشگاه‌های کشور پرداخته شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که منابع سازمانی و مزیت رقابتی بخوبی می‌تواند میزان سودآوری باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران را بهبود بخشد. این مقاله به باشگاه‌های فوتبال ایران پیشنهاد می‌کند برای سودآوری بیشتر و بهبود وضعیت‌شان از منابع سازمانی و توسعه مزیت رقابتی قافل نباشند و هرچه سریعتر اقدامات لازم را به عمل آورند (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۵۰-۲۳۱). اما متأسفانه مقاله به انتقاد از هزینه‌های سنگین منابع سازمانی در فوتبال حرفه‌ای ایران و تأثیر آن بر دیگر رشته‌های ورزشی در ایران ورود پیدا ننموده است.

مقاله‌ای (۱۳۹۳) با عنوان «تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت و حضور تماشاگران در ورزشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران» نوشته مهدی عمادی و مهتاب ناصح با استفاده از روش

پیمایشی و جامعه آماری و همچنین با بهره‌مندی از چارچوب نظری و پرسشنامه تئودور اکیس عوامل مؤثر بر تماشاگران فوتبال در بازی‌های لیگ برتر فوتبال ایران را مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که از بین عوامل متعدد، رضایت تماشاگران از کیفیت مسابقه و عملکرد تیم‌ها بیشترین تاثیر را در لیگ برتر فوتبال کشور دارد (عماد و ناصح ۱۳۹۳: ۷۵-۶۳). این مقاله بیشتر رضایت تماشاگران جوان را مد نظر قرار داده و از عواملی که منجر به خشونت‌زایی در بین جوانان مشتاق تماشای این رشته ورزشی شده بحثی ننموده است.

## ۲- تاریخچه فوتبال

واژه فوتبال از ترکیب دو کلمه انگلیسی پا و توپ<sup>۱</sup> درست شده که تا بحال معادل فارسی آن ایجاد نشده است. ورزش فوتبال محبوب‌ترین و مردمی‌ترین ورزش در سطح جهان شناخته شده و دارای چنین تعریفی است: دو تیم یازده نفره در یک زمین با دو دروازه و یک توپ که دارای اندازه‌های مشخص و معین می‌باشد. هریک از افراد دو تیم بر اساس قوانین تعریف شده سعی می‌نماید تا توپ را به دروازه مقابل وارد نماید (شیرازی، ۱۳۹۱: ۷). بسیاری از جامعه‌شناسان، ورزش را یک رشته نوپایی می‌دانند. چرا که مدت زیادی نیست که ورزش در چارچوب تشکیلات سازمان یافته مهم در امور مختلف زندگی انسان حضور یافته است. گرچه مدتها قبل از میلاد مسیح، افلاطون در کتاب «جمهور» به مسائل اجتماعی ورزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی نگریسته و اظهار داشته که زمامداران باید سالم و تندرست باشند. ولی بیشتر جامعه‌شناسان ورزشی از اواخر قرن نوزده و اوایل قرن بیستم به پدیده ورزش و مطالعات ورزشی روی آوردند. بدلیل تأثیرگذاری زیاد ورزش در ابعاد مختلف زندگی انسان، اخیراً برخی از جامعه‌شناسان ورزش را به‌عنوان یک پدیده فرهنگی - اجتماعی با اهمیت برشمارده‌اند. امروزه نهاد ورزش به‌ویژه رشته فوتبال به‌صورت یک پدیده مهم و فراگیر درآمده و همانند دیگر پدیده‌های اجتماعی به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی در ساختار جامعه تأثیرگذار و تأثیرپذیر از مسائل و جریانات سیاسی و اجتماعی می‌باشد. فوتبال ورزشی است با پیشینه تاریخی بسیار غنی که از گذشته‌های دور در بین ملت‌های مختلفی چون چین، یونان، روم و مصر به اشکال مختلف انجام می‌شده و مورد استقبال دولتمردان آنها قرار می‌گرفت. با وجود این که این ورزش از قرن‌ها پیش مورد استفاده برخی از ملل جهان قرار داشت ولی اولین انجمن رسمی فوتبال در سال ۱۸۶۳ تأسیس و رسمیت یافت. ورزش فوتبال به‌صورت امروزی در قاره اروپا گسترش و سپس به قاره آمریکا و بعدها در دیگر قاره‌ها مورد استقبال قرار گرفت. هیأت ریسه فوتبال (فدراسیون بین‌المللی انجمن‌های فوتبال) که

<sup>1</sup> - Foot

<sup>2</sup> - Ball

به اختصار فیفا (FIFA) خوانده می‌شود در سال ۱۹۰۴ شکل یافت و چهار سال بعد نخستین دور از این نوع ورزش در المپیک ۱۹۰۸ برگزار شد (رایلی و ویلیامز، ۱۳۹۴: ۱۵).

ورود فوتبال ایران به یکصد و یازده سال پیش باز می‌گردد یعنی زمانی که کارکنان شرکت نفتی داری برای اکتشاف نفت به ایران و به شهر مسجد سلیمان آمدند و در زمان فراغت به ورزش فوتبال می‌پرداختند. ورزش فوتبال از این شهر به دیگر شهرهای ایران ورود پیدا نمود و در سال‌های پایانی حکومت قاجار در ایران، این ورزش در تهران جان گرفت و اولین سازمان و تشکیلات فوتبال با عنوان انجمن ترقی و ترویج فوتبال در سال ۱۹۲۱ م. (۱۳۰۰ش.) تشکیل گردید. تشکیلات ورزشی ایران به‌صورت سازمانی به امر رضا شاه در سال ۱۹۳۴ م. (۱۳۱۳ش.) سازمان یافت و حکیم الملک مسئول تشکیل آن شد. طی سال‌های ۱۳۱۳ تا ۱۳۲۵ افرادی که در امر رهبری ورزش ایران ورود پیدا نمودند جملگی افراد سیاست‌پیشه بودند و رونق نسبی ورزش ایران مترادف و همساز با استقبال دولت از آن بود (صدر، ۱۳۸۹: ۴۵-۴۰). فوتبال ایران با رفتن رضا شاه وارد دوره جدیدی گردید به‌طوری که این ورزش در دوره‌های ۱۹۴۶-۷۹ در انقیاد نظامیان قرار داشت و فقط سه غیر نظامی در طول این مدت در میان روسای چهارده‌گانه سازمان تربیت بدنی دیده شد. در این مدت ورزش فوتبال و بازتاب‌های سیاسی و رسانه‌ای شدن نتایج آن، آنچنان در فرهنگ عامه گسترش یافت که نه تنها برای نظامیان بلکه برای سایر اقشار جامعه ایران دارای اهمیت گشته بود. به‌عبارتی ورزش فوتبال دیگر انکارناپذیر و همگان تمایل داشتند تا به سراغ آن بروند. در این دوران با پوشش تلویزیونی بازیهای فوتبال و اخبار و تصاویر آن در مجلات و روزنامه‌ها، عصر رسانه‌ای فوتبال در ایران آغاز گشت و یک پیوند ناگسستی بین این ورزش با ملت ایران برقرار شد که در بیشترین حوزه‌ها اجتماعی تأثیر فوتبال نمایان بود. مسابقات فوتبال نه تنها در دل فوتبال دوستان هیجان ایجاد می‌کرد بلکه در برخی از مسابقات با مسائل سیاسی گره می‌خورد. برای مثال دیدار بازی نهایی فوتبال بین ایران و اسرائیل در قبل از انقلاب هم آزمون ورزشی بود و هم آزمون سیاسی (صدر، ۱۳۹۲: ۴۲-۲۳). در دهه ۱۳۵۰ش. با وجود اینکه ریاست فدراسیون فوتبال ایران (کامبیز آتابای) نظامی نبودند ولی به دلیل نفوذ زیادش در دربار و انتظار نظام سیاسی از تأثیر فوتبال در مقبولیت سیاست داخلی باعث گردید تا همه امکانات به‌خدمت فوتبال در آید. این‌گونه توجه و با کمک مالی زیاد بود که ایران توانست در جام جهانی ۱۹۷۸ راه پیدا کند. می‌توان به‌درستی اظهار نمود که تا قبل از انقلاب بسیاری از ورزش‌ها و بخصوص ورزش فوتبال بیشتر به‌صورت ابزاری در دست دولت بودند تا بر کارآرایی نظام صحه گذارند.

با وقوع انقلاب اسلامی در ایران و سرنگونی نظام پهلوی بسیاری از ورزش‌ها از جمله فوتبال برای مدتی روبه افول رفتند (صدر، ۱۳۹۱، ۹۰). در جریان انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ ورزش فوتبال

یکی از مظاهر منفی رژیم شاه قلمداد شد و حتی برای مدتی بعد از انقلاب نه تنها به آن بهایی داده نشد بلکه فعالیت برخی از ورزشکاران یا تیم‌های ورزشی از دریچه و صافی انقلاب مورد بررسی قرار می‌گرفت. برای مثال زمانیکه تیم ملی فوتبال در بوشهر در اردو بسر می‌برد انجمن تبلیغات اسلامی بوشهر در باره اردوی تیم ملی نوشته بود که «آیا مسائل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ما حل شده که به فوتبال پرداخته‌ایم» (کیهان ورزشی، ۱۳۵۸: ۸). جنگ ایران و عراق نیز مزید بر علت گردید تا کمتر به این ورزش پرداخته شود. اما از آنجاییکه ورزش فوتبال جهانشمول شده بود و تقریباً هیچ نیروی امکان حذف آنرا در شرایط عادی نداشت، با پایان یافتن جنگ درخواست انجام و برگزاری مسابقات فوتبال دوباره فزونی گرفت. بدین سبب باشگاه‌های فوتبال مجدداً فعال تر شدند و زمان بازگشت و حضور تیم ملی فوتبال ایران در عرصه‌های بین‌المللی فراهم گشت. حال انتظار می‌رفت تا ورزش فوتبال با جنبه‌های اخلاقی متفاوت با گذشته در ایران دنبال گردد. ولی این ورزش در نظام جمهوری اسلامی ایران بر خلاف آرمانهای انقلاب با همان ساختار قبلی و با همان اهداف به خدمت گرفته شد و در کنار تأثیرات مثبت اندک آن، اثرات منفی زیادی را در حوزه‌های مختلف جامعه ایران از خود بر جای گذارد. ما در این پژوهش سعی می‌نماییم تا از نظریه اندیشمندان بهره‌مند و نشان دهیم که ورزش فوتبال چگونه تأثیری بر سیاست، تجارت و مسائل فرهنگی-اجتماعی ایران از خود بر جای گذارده است.

### ۳- مبانی نظری

مدتی است که گرایش زیاد به ورزش باعث پیدایش مسائل و موضوعات مختلف در جوامع شده است. شکی نیست که میان ورزش و نیروهای گوناگون اجتماعی تأثیرات متقابلی وجود دارد. بدین سبب دیدگاه‌های اجتماعی-فرهنگی و سیاسی و اقتصادی ورزش مورد بررسی و مطالعه بسیاری از جامعه‌شناسان، روانشناسان، اقتصاددانان، فیلسوفان و اندیشمندان علوم سیاسی قرار گرفته است.

در نزد بسیاری از اندیشمندان جامعه‌شناس، یک تعریف واحدی برای ورزش موجود نمی‌باشد و بدین سبب هر یک از جامعه‌شناسان ورزشی سعی نموده‌اند تا با دیدگاه خود تعریفی از ورزش ارائه دهند. برای مثال اسپریتزر<sup>۱</sup> و اسنایدر<sup>۲</sup> ورزش را فعالیتی می‌دانند که از قوانین معینی تبعیت می‌کند، البته زمانیکه بین افراد و گروه‌ها رقابت بدنی صورت گیرد. در فرهنگ کمبریج ورزش «یک بازی، رقابت یا فعالیت مشابهی است که برای لذت یا انجام یک شغل فیزیکی صورت می‌گیرد» (www.dictionary.cambridge.org). در یک تعریف ساده، ورزش به تمامی گونه‌های

<sup>۱</sup> - Spritzer

<sup>۲</sup> - Snyder

فعالیت فیزیکی بدن گفته می‌شود و تمامی شرکت کنندگان ورزش می‌توانند به‌صورت منظم و سازمان یافته یا گاه‌به‌گاه در آن شرکت کنند و از آن برای بهبود تناسب اندامشان یا فراهم آوردن سرگرمی و تفریح بهره ببرند. ورزش می‌تواند به‌صورت رقابتی برگزار شود که در این صورت باید بر پایه رشته قوانین معینی قرار گیرد که مورد توافق همه می‌باشد و یک یا چند برنده در آن مشخص می‌شود. در این گونه ورزش‌ها، شرکت کنندگان باید درجه‌ای از توانمندی‌های مربوط به آن رشته به‌ویژه در رده‌های بالا را دارا باشند. در تعریف سازمان یونسکو آمده که ورزش عبارت است از هر نوع فعالیت جسمی که مشخصه بارزی داشته و مستلزم مبارزه با خود یا با دیگران یا مواجه شدن با پدیده‌های طبیعی می‌باشد (اشرافی و محمدی، ۱۳۸۰: ۱۱۹-۱۱۲). ذکر این نکته ضروری است که امروزه در دنیای ورزش تنها فعالیت جسمانی مورد اهمیت نبوده بلکه فعالیت ذهنی نیز از جایگاه بسیار مهمی در ورزش برخوردار می‌باشد.

در نظریه آلن گاتمن آمده که تکوین ورزش‌ها بدلیل عقلانی شدن زندگی اجتماعی در دنیای صنعتی است. او هفت شاخصه مهم تاثیرگذار در ورزش امروزی را برمی‌شمارد که عبارتند از عقلانیت، تخصص‌گرایی، مساوات طلبی، سکولاریسم، سازمان یافتگی و بروکراسی، شمارش‌پذیری و ثبت رکوردها (قاسمی، ذوالاکتاف و نورعلی‌وند: ۱۳۸۸: ۳۲). در بین نظریه‌های متعدد در ورزش فوتبال، ما با استفاده از نظریه رفتارگرایی سعی می‌نماییم تا جامعه فوتبالی ایران را مورد بررسی قرار دهیم. این مکتب که توسط سه تن از استادان دانشگاه آکسفورد (مارش،<sup>۱</sup> روسر<sup>۲</sup> و هاری<sup>۳</sup>) با بهره بردن از نظریه اریک فروم<sup>۴</sup> آلمانی «در جستجوی طبیعت انسان»، و با روش مطالعات میدانی (مصاحبه با طرفداران فوتبال و بهره‌گیری از دوربین‌های ویدیویی) ارائه گردیده است. این نظریه «پرخاشگری و خشونت را ابزاری برای گرفتن امتیازات برمی‌شمارد و فرد در می‌یابد که از طریق پرخاشگری و خشونت می‌تواند به برخی از خواسته‌های خود دست یابد» (فروم، ۱۳۶۴: ۸۲-۸۰). در نظریه این محققین گرچه پرخاشگری دارای شالوده زیست‌شناختی است ولی اهداف و نحوه پیشگیری از آن اجتماعی است. آنها اظهار می‌دارند می‌باید بین پرخاشگری (خشونت نمادین) و خشونت واقعی تفاوت قائل شد. چرا که یکی کنایه‌ای یا نمادین و دومی ضرب و جرح است. به عبارتی اولی فقط در تحقیر و کوچک کردن حریف است ولی دومی می‌تواند به درگیری و ضرب و جرح و حتی قتل منتهی گردد. منتقدین نظریه رفتارگرایی

<sup>1</sup> - Allen Guttmann

<sup>2</sup> - Marsh

<sup>3</sup> - Rosser

<sup>4</sup> - Harre

<sup>5</sup> - Erich Fromm



در ورزش مانند اریک دنینگ<sup>۱</sup> و گولیانوتی<sup>۲</sup> اظهار می‌دارند که رفتارگرایان در اوباشیگری به عوامل پیچیده تاریخی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اشاره خاصی ننموده و همچنین به پدیده اوباشیگری در ورزش فوتبال به‌عنوان یک خشونت واقعی توجه کافی نکرده و امروزه اگر در جلوگیری از آن اعمالی صورت نگیرد، بسرعت تبدیل به خشونت واقعی خواهد شد که این تأثیرات زیادی بر حوزه‌های مختلف جامعه می‌گذارد (محسنی تبریزی، ۱۳۸۳: ۲۰۰). همچنین برخی از جامعه‌شناسان بر نظریه رفتارگرایی مارش و همکارانش انتقاد نموده و مدعی هستند که این نظریه باعث می‌گردد تا اوباشیگری در ورزش فوتبال مجوزی برای اعمال خشونت شود.

امروزه بسیاری از کارشناسان ورزشی اظهار می‌دارند که ورزش فوتبال نه تنها تأثیرگذار بر روابط میان دولت‌ها بوده و از آن به‌عنوان دیپلماسی ورزش نام می‌برند بلکه در بسیاری از کشورها عامل مهم و تأثیرگذار بر نهادهایی چون سیاست، اقتصاد، و اجتماع جامعه می‌دانند. آنها اظهار می‌دارند که چنانچه از این ورزش درست و صحیح استفاده شود نه تنها لذت بخش و پیام‌آور صلح و دوستی در جهان خواهد بود بلکه می‌تواند هنجارها و ارزش‌های خوب را به ملت‌ها را آموزش دهد.

**۴- بررسی پیامدهای کالای راهبردی فوتبال بر سیاست، جامعه جهانی و ایران**  
در این بررسی تلاش می‌شود در بخش‌های مختلفی پیامدهایی که کالای راهبردی فوتبال بر سیاست، جامعه جهانی و جامعه ایرانی دارد، مورد بررسی قرار گیرد.

#### ۴-۱- فوتبال و سیاست

ورزش فوتبال ظاهراً یک امر غیر سیاسی اعلام شده ولی در واقعیت فوتبال دارای کارکردهای سیاسی زیادی در جوامع بوده و سیاست آن را یک ابزاری برای پیشبرد اهداف سیاسی قلمداد می‌کند. به عبارتی در حوزه سیاسی، هیچ ابزاری مانند ابزار ورزش نمی‌تواند تا این اندازه به دولت‌ها مشروعیت ببخشد. کسب نتایج خوب ورزشی برای دولت‌ها نشان از قدرت ورزشی آنهاست و این به منزله نماد قدرت سیاسی آنها نیز محسوب می‌گردد. کارکرد ورزش فوتبال در مقایسه با دیگر پدیده‌ها با کمترین هزینه و زمان، تأثیرات شگرفی بر جامعه باقی می‌گذارد که دیگر پدیده‌ها تا این اندازه قادر به تأثیرگذاری نیستند (شجاع، ۱۳۹۶: ۱). برخی از نویسندگان معتقدند که ورزش فوتبال دارای ملاحظات اقتصادی- سیاسی مهمی می‌باشد و از این ورزش به‌عنوان ابزاری برای ارتقای کشورها استفاده می‌گردد (Benghida, 2014: 234-237). نظام‌های سیاسی در طول تاریخ با کسب نتایج خوب در مسابقات ورزشی به نوعی این نتایج را به

<sup>1</sup> - Eric Dunning

<sup>2</sup> - R. Giulianotti

مشروعیت خود پیوند می‌زند و بدین سبب است که آنها همواره سعی می‌کنند تا به‌صورت مستقیم و غیر مستقیم از تأثیرات مسابقات ورزشی مخصوص مسابقات فوتبال بیشترین بهره را کسب نمایند. در این راه بیشتر حکومت‌ها در تلاش‌اند تا با ترویج نمادسازی در ورزشگاه، آهنگ‌های ورزشی، قهرمان‌پروری، پوشش گسترده رسانه‌ای و استفاده از گزارشگران خاص (افرادی که هیجان بیشتری برای مخاطبین ایجاد می‌نمایند)، در جهت مشروعیت بخشیدن و پیشبرد سیاست داخلی و خارجی خود استفاده نمایند. دولت‌ها همچنین از ورزش فوتبال به‌عنوان سوپاپ اطمینان برای تخلیه انرژی و هیجان‌ات و همچنین کنترل تنش‌ها و مخالفت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. به‌عبارتی برخی مواقع حکومت‌ها از ورزش با کمک رسانه به‌عنوان ابزار سرگرم‌کننده استفاده می‌کنند تا افکار عمومی را از مسائل و مشکلات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی که در نتیجه سوء مدیریت آنها به‌وجود آمده، دور نمایند. در بُعد خارجی نیز دولت‌ها از ورزش فوتبال برای کسب پرستیژ بیشتر خود در صحنه بین‌الملل استفاده می‌کنند. این درست است که بیشتر مواقع دولت‌ها بهره‌های زیادی از انواع ورزش‌ها به‌ویژه ورزش فوتبال نصیب خود می‌کنند، ولی گهگاهی نیز با تمام تلاشی که آنها برای کسب نتایج موفقیت‌آمیز انجام می‌دهند، سکوی ورزشگاه‌ها تبدیل به اعتراضات و مخالفت‌ها بر علیه آنها می‌شود. اگر در گذشته استعمارگران از طریق جنگ و لشکر کشی قدرت خویش را بر ملت‌های تحت استعمار تحمیل می‌کردند، ولی امروزه از طریق جلوگیری از بیداری اذهان عمومی ملت‌ها از طریق استعمار نو یعنی مشغول‌نگه داشتن اذهان عمومی مردم به سرگرمی‌ها و مسابقات ورزشی تا آن اندازه‌ای که ملت‌ها از مسائلی اقتصادی و سیاسی و اجتماعی جامعه خود غفلت ورزند، استفاده و بهره می‌برند. بدین سبب است که برخی از اندیشمندان علوم اجتماعی، این‌گونه سوء استفاده‌ها از کالای استراتژیکی مسابقات ورزشی توسط دولت‌ها را در جهت انحراف افکار عمومی جامعه دانسته و آنرا را یک استعمار نو و به‌ویژه این فوتبال را افیون قرن بیست و یکم برای ملت‌ها برمی‌شمارند.

توسعه ورزش در بسیاری از کشورها بدور از سیاسی کردن و با نگاه علمی در حال تحقق است و اگر دولت‌ها در ایران در حوزه تربیت بدنی و علوم ورزشی با این نگاه به تمام رشته‌های ورزشی بیندیشند، آنگاه است که می‌توانند نقش مهمی در توسعه ورزش کشور ایفا کنند. ولی متأسفانه توجه مسئولین ایران بیشتر به ورزش قهرمانی بوده و سالانه بخش قابل توجهی از بودجه کشور صرف این امر می‌گردد. بنابراین در نبود الویت بندی صحیح و دقیق در ورزش کشور نمی‌توان انتظار برنامه‌های مناسب برای توسعه ورزش داشت (گرین و هولیهان، ۱۳۸۷: ۵۵). در ایران مانند دیگر کشورهای خاورمیانه، گرایش‌های گوناگون سیاسی سعی می‌نمایند تا با تاکید ورزیدن بر اهمیت و ترویج ورزش و حتی با انجام فعالیت‌های داوطلبانه در زمینه ورزشی بتوانند در بین گروه‌های مختلف جامعه نفوذ و سکان کشتی ورزش را در جهت دلخواه خود بحرکت در

آورند (انورالخولی، ۱۳۸۳: ۱۱۹-۱۱۵). بدین جهت بسیاری معتقدند که سیاست دارای رابطه عمیقی با ورزش و بلعکس است. ورود برخی از ورزشکاران در مناصب مهم کشور بدون اینکه دارای تخصص و آگاهی‌های لازمه باشند (مانند ورود برخی از ورزشکاران به شوراها شهر) نمونه روشنی از رابطه ورزش و سیاست است. یکی از ویژگی‌های فوتبال ایران برخورداری افراد صاحب منصب دولتی از حمایت مالی فراوانی است که دولتی بودن فوتبال تشدید کرده است. از دیگر ویژگی‌های فوتبال ایران سادگی آن است که اجازه می‌دهد تا افراد زیادی بدون داشتن سطح ضروری تخصص در این رشته ورزشی به آن ورود نمایند. نهادینه شدن چنین تفکری در فرهنگ فوتبال ایران در کنار قدرت رسانه‌ای این ورزش این امکان را برای سیاستمداران و افراد با نفوذ در نظام جمهوری اسلامی فراهم می‌کند تا با ورود به صحنه ورزش فوتبال و با سوار بر موج رسانه ورزشی مشروعیت سیاسی دستگاه خود را در بین هواداران این ورزش بیشتر کسب نمایند. برای مثال ورود یکی از سرداران سپاه به تیم پرسپولیس و به دست گرفتن رهبریت تیم بیشتر برای مشروعیت بخشی به بخش نظامی جمهوری اسلامی بود تا خدمت به بهبودی وضعیت تیم پرسپولیس. مثال دیگری که می‌توان آورد از دست دادن مدال طلای کشتی‌گیر ایران به علت پوشیدن لباس نامناسب (تی شرت) در زمان دریافت مدال در مسابقات کشتی در کشور ایتالیا بود (ایسنا، ۱۳۹۸: ۱). آنچه در این داستان یعنی از دست دادن مدال مهم بود و رسانه‌ها در راستای رفتار صحیح (آگاهی بخشی به جامعه) می‌بایستی به آن بیشتر می‌پرداختند، نشان دادن عدم آگاهی و تخصص لازمه سرپرست تیم کشتی (یکی از اعضای مجلس جمهوری اسلامی) از قوانین و مقررات این ورزش بود. در پاسخ به این اتفاق آنچه برای سرپرست تیم کشتی مهم بود، نه از دست دادن مدال و هزینه‌های سفر تیم کشتی به ایتالیا (در شرایط بد اقتصادی به علت تحریم‌های یکجانبه اقتصادی از طرف امریکا)، بلکه حضور او برای دو دوره در مجلس جمهوری اسلامی بود.

#### ۴-۲- فوتبال و اخلاق

تربیت روانی، معنوی و اخلاقی انسان در هر جامعه‌ای از اهمیت زیادی برخوردار است. چرا که بیشتر نابسامانی‌های بشر از عدم تربیت صحیح روانی و اخلاقی انسان سرچشمه می‌گیرد. به عبارتی هدف ورزش رساندن انسان به کمال و تربیت یک جامعه با ارزش‌های انسانی است. اصل دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تمامی مسئولین را موظف نموده تا برای تربیت انسانی کریم، با ارزش‌های والای انسانی، آزاد و مسئول در برابر خدا همت گمارند (آقای طوق، ۱۳۹۶: ۳۰). از آنجایی که در بین ورزش‌ها، فوتبال محبوب‌ترین و بیشترین مخاطب را به دنبال دارد، پس نقش این ورزش در انتقال ارزش‌های اخلاقی و انسانی جامعه بیش از سایر ورزش‌های دیگر دارای اهمیت می‌باشد. مسایل اخلاقی در ورزش فوتبال اغلب یک سری مقررات و قوانینی هستند که اجازه نمی‌دهد تا بازیکنان با هر روشی (تقلب یا خشونت) برای رسیدن به هدف اقدام نمایند. تقلب در

بازی فوتبال به معنی شکستن قوانین بازی است که بازیکن با انجام آن جریمه می‌شود. اما گهگاهی برخی از بازیکنان به دور از چشمان داور با تقلب تیمش را به پیروزی می‌رساند که از نظر اخلاقی نه شایسته و نشانه برتری این تیم در مقابل حریفانش است (مانند با دست گل زدن فوتبالیست آرژانتینی، دیگو مارودونا در جام جهانی ۱۹۸۶ به دور از چشمان داور). بسیاری از اندیشمندان و جامعه شناسان این قبیل اعمال را مورد نکوهش قرار داده و اظهار می‌دارند که بدون بازی جوانمردی، ورزش تهی و بی معنی خواهد بود. چرا که فلسفه ورزش احترام به قوانین ورزش و نهاد ورزش است و مهمترین هدف کمیته بین‌المللی المپیک نیز تشویق و پشتیبانی از رواج اخلاق ورزشی اعلام شده است (فراهانی، ۱۳۹۱: ۱۴۰-۱۳۲). از این زمان اندیشه بازی جوانمردانه در فوتبال به عنوان یک مفهوم درک شده جهانی بیشتر مورد توجه ورزشکاران و فوتبال دوستان قرار گرفت.

در فرهنگ ایرانی، سابقه اخلاق صحیح و جوانمردانه در ورزش از پشتوانه خوبی برخوردار است. ورزش پهلوانی ایران که به اخلاق اهمیت زیادی داده، شاهدی بر این ادعاست (کاشف، ۱۳۸۰: ۸-۳). اگر ورزش به درستی و در یک رقابت خوب و اخلاقی برآمده از یک بازی جوانمردانه انجام شود، تأثیرات مثبتی بر اخلاق مردم جامعه می‌گذارد. اما متأسفانه مدت زمانی است در ورزش فوتبال کشورمان به مسایل اخلاقی و بازی جوانمردانه کمتر اهمیت داده شده و برای خارج کردن حریفان در مسابقه از خشونت‌های فیزیکی و کلامی استفاده می‌گردد. انجام تکل‌های خشن در مسابقات حساس باشگاهی فوتبال ایران تقریباً امری عادی شده و کمتر ورزشکاری برای انجام این عمل در خارج از بازی (در بخش قضایی جامعه) مورد مواخذه قرار می‌گیرد.

#### ۴-۳- خشونت در فوتبال

در بازی فوتبال خشونت زمانی صورت می‌گیرد که رفتار یک فوتبالیست با هدف ناکار کردن فیزیکی بازیکن، وارد کردن جراحت و یا اهانت به رقیب صورت می‌گیرد. گرچه فیفا تا اندازه زیادی موفق شده تا در بازی‌های بین‌المللی از خشونت بازیکنان فوتبال و مسائل نژادپرستی بکاهد ولی هنوز در بازی‌های لیگ‌های داخلی ما شاهد خشونت زیادی از طرف بازیکنان می‌باشیم. این گونه خشونت‌ها که آسیب‌زا هستند نه تنها با اهداف ورزشی مغایرت دارد بلکه سبب بسط و رواج رویدادهای پرخاشگرانه در جامعه می‌گردد. به عبارتی امروزه پدیده خشونت و پرخاشگری در ورزش به اندازه‌ای گسترده شده که برخی مواقع آسیب‌های جدی به ساختار جامعه وارد می‌آورد. این پدیده در ورزش فوتبال ایران مدت زمانی است که بتوسط رسانه‌ها پررنگ شده و آنها با آب و تاب زیادی به خشونت‌های ورزشی می‌پردازند. این نحوه پرداختن به خشونت‌های ورزش فوتبال باعث می‌گردد تا فوتبالیست‌ها با هدف بیشتر نشان داده شدن و کسب شهرت دست به

اقدامات خشونت آمیز در زمین فوتبال بزنند. آنچه یک ورزشکار فوتبالی به تماشاگر در زمین ورزشی نشان می‌دهد بیش از اجرای مسابقه فوتبال در چارچوب مقرر در این ورزش است. رفتار گرایانه متقدمند که هرآنچه رفتار یک ورزشکار محبوب در زمین مسابقه نشان داده می‌شود، تماشاگران به‌ویژه نوجوانان به تقلید از آن گرایش پیدا می‌کنند (وودز، ۱۳۸۶: ۹۲). انجام اعمال خشونتی در مسابقات فوتبال سبب می‌گردد تا تماشاگران حاضر در استادیوم و هواداران تیم‌ها دچار هیجان شوند و اقدام به پرخاشگری و حرکت‌های خشونت آمیزی مانند پرتاب کردن سنگ و بطری بطرف داوران یا هواداران تیم مقابل کنند که گهگاهی این خشونت‌ها سبب مجروح شدن و فوت برخی از تماشاچیان می‌گردد مانند دیدار تیم پرسپولیس و تراکتورسازی تبریز که منجر به زخمی و مجروح شدن ۲۹۰ نفر و فوت یک تماشاچی گردید (www.mashreghnews.ir). درست است که ورزش فوتبال بخودی خود تا حدی یک ورزش خشنی است و امکان حوادث خشن در آن وجود دارد ولی این نباید مجوزی برای رفتار فوتبالیست‌های ورزشی قلمداد شود که روحیه ورزشکاری و بازی جوانمردانه را فراموش و به‌دنبال کسب پیروزی از طریق خشونت ورزشی باشد. پرخاشگری و انباشت خشم تبدیل به خشونت شده و این اعمال تأثیر بسزایی در رفتار اجتماعی مردم به‌ویژه در بین جوانان از خود باقی می‌گذارد. به‌عبارتی تأثیر این‌گونه رفتارها در جامعه گسترش عصبانیت و پرخاشگری می‌باشد که پیامدهای آن در مرحله بعد می‌تواند تبدیل به خشونت (ضرب و جرح) منتهی گردد.

#### ۴-۴- فوتبال و رسانه‌ها

اگرچه رسانه‌ها به عنوان وسایل ارتباط جمعی، پدیده اجتماعی تازه‌ای با عمر چند صد ساله هستند ولی امروزه رسانه یکی از عوامل مهم برقراری ارتباط بین انسان‌ها و به‌عنوان یکی از مهمترین عناصر زندگی اجتماعی انسان مورد استفاده قرار می‌گیرد. رسانه مهمترین ابزار دیپلماسی عمومی ورزش در سیاست بین‌الملل محسوب می‌گردد. رسانه در یادگیری دانش و مهارت و تغییر نگرش جوامع سهم بسزایی دارد. نقش رسانه‌ها تنها بیان و ارسال پیام نبوده و شامل تمام فرایندهایی است که مردم از طریق آنها بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. رسانه ورزشی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و اینترنت) رسانه‌ای است که رویدادهای ورزشی را انعکاس و پوشش می‌دهد. از تأثیرگذارترین نقش‌های مثبت رسانه ورزشی بر جامعه همانا نقش تأکید بر حوزه ورزش و برجسته‌تر کردن ارزش‌های اخلاقی ورزش در جامعه می‌باشد. رسانه‌های ورزشی در کنار نقش مثبت و سازنده‌ای که برای ورزش دارند، در صورت استفاده ناصحیح و نادرست می‌توانند اثر مخربی بر جامعه باقی گذارند (قاسمی، ۱۳۸۷: ۱۳-۹). برای مثال ورزش همگانی که با بطن جامعه در ارتباط است و هدفش بالا بردن نشاط و سلامتی در جامعه می‌باشد، نه تنها در حد و اندازه ورزش قهرمانی به آن نگاه نشده بلکه در برخی مواقع رسانه‌ها از آن غفلت ورزیده‌اند

(جوادی‌پور، ۱۳۹۷: ۲۳-۱۸). سند راهبردی ورزش کشور، ورزش را به پنج بخش همگانی، قهرمانی، حرفه‌ای، پرورشی و ساختاری تقسیم کرده است. گاتمن اظهار می‌دارد که هر پنج بخش می‌باید بطور یکسان به جامعه معرفی گردند. اما ساختار رسانه‌های ورزشی کشور ایران مانند بیشتر کشورهای خاورمیانه بنحوی تدوین شده‌اند که تمایل به انعکاس بیشتر ورزش قهرمانی و حرفه‌ای دارد و سه بخش دیگر از انعکاس کمتر و جذابیت کمتری برخوردار می‌شوند (اسدی و کشاورز، ۱۳۹۲: ۱۰). همچنین برخی از رشته‌های ورزشی به‌ویژه فوتبال به دلیل مخاطبین زیاد و برگزاری مسابقات متعدد بیشتر مورد توجه رسانه‌ها (به‌ویژه رسانه تلویزیون صداوسیما جمهوری اسلامی ایران که بطور زنده مسابقات مهم را پخش می‌کند) قرار می‌گیرد. این عمل رسانه‌ای باعث گردیده تا دیگر رشته‌های ورزشی تحت تأثیر انعکاس ورزش فوتبال از اهمیت کمتری برخوردار شوند و یا بسیار کمتر از ورزش فوتبال مورد استقبال عموم قرار گیرند. به‌عبارتی پیوند رسانه و ورزش نه بدلیل وظیفه خدمت‌رسانی و افزایش آگاهی مردم بلکه از جهت نشر و پخش اخبار و مسابقات ورزشی برای جذب مخاطب بیشتر شکل گرفته است. چرا که رسانه‌های ورزشی، فوتبال را نه یک کالای فرهنگی ورزشی صرف بلکه بیشتر به‌عنوان یک کالای استراتژیکی که تأمین‌کننده منبع مالی آنهاست، تلقی می‌کنند.

رسانه‌های ورزشی به دلیل کناره‌گیری از اخبارهای مرتبط با جنگ، تروریسم، شیوع بیماری‌های واگیردار، قحطی یا بحران اقتصادی در نزد بسیاری از محبوبیت زیادی در سطوح و لایه‌های اجتماعی برخوردار بوده و به همین دلیل همواره مورد توجه سیاستمداران قرار دارد. رسانه‌های ورزشی این قدرت را دارند که یک مقام سیاسی را در میان طرفداران یک رشته ورزشی، به‌ویژه ورزش فوتبال، محبوب و مشهور و افزایش اعتماد بیشتر مردم به فرد سیاسی مذکور را به‌وجود آورند (شاهرزایی و شیرزادی، ۱۳۹۷: ۱۲۶). گرچه ارزش‌های اخلاقی یک فرهنگ متفاوت از فرهنگ‌های دیگر جوامع می‌باشد ولی در فرهنگ بین‌المللی ورزشی سعی و تلاش شده تا اخلاق و همبستگی در درون ملت و بین ملل مختلف تقویت گردد و رسانه‌ها بر اساس روح و اهداف ورزش موظف به رعایت اصول پنج‌گانه هستند. رسانه‌های ورزشی که بخش مهمی از هویت ملی را شکل می‌دهند، باید رقابت‌ها و مسابقات ورزشی را بنحوی پوشش دهند که مبلغ صلح و دوستی در جهان قلمداد گردند. امروزه پیوند ورزش و رسانه باعث گردیده تا رسانه‌های ورزشی مرجعی مهم در فرآیند اجتماعی شدن مردم قلمداد گردند. براین اساس ارتباط رسانه ورزشی و نقش رسانه‌ها در گزارش دهی مسابقات و فعالیت‌های ورزشکاران تأثیر بسزایی در هدایت و رفتار مردم یک جامعه دارد. ولی متأسفانه در اغلب مسابقات مهم برای ایجاد هیجان بیشتر در بین مخاطبین خود، رسانه‌ها و مفسرین ورزشی در ایران از مفاهیم و عبارتی (مانند جنگ دو تیم یا کلمات نژاد پرستانه) استفاده می‌کنند که این باعث تضاد بیشتر بین هواداران تیم‌ها یا ملت‌ها شده

که این در تضاد با روح و منشور صلح دوستی ورزش است. به عبارتی استفاده از این ابزار (مفاهیم نادرست) از طرف رسانه‌های ورزشی باعث نفوذ ناهنجاری‌ها در ساختار جامعه و نتیجتاً تغییرات رفتاری نامناسب را در بین هواداران تیم‌ها به وجود می‌آورد. برای نمونه یکی از عوامل پرخاشگری در حوزه ورزش همانا درشت‌نمایی اوباشیگری و بکار بردن اصطلاحات نظامی به واسطه رسانه‌ها است که منجر به تهییج افراد و بازی با احساسات مردم می‌شود (صدیق‌سروستانی، ۱۳۸۱: ۶۹-۶۱). علت این‌گونه انعکاس رسانه‌ای برای جذب مخاطب بیشتر و داغ کردن بازار خود رسانه با این کالای ورزشی (به‌ویژه ورزش فوتبال که مخاطب و طرفدار زیادی را دارد) برای تأمین درآمد و منابع مالی مورد نیاز این صنعت رسانه‌ای است. برای نمونه در بازی‌های دو تیم پرتفدار استقلال و پرسپولیس رسانه‌های ایران از واژه‌های خاصی (که از نظر جامعه‌شناسی دارای بار منفی و تأثیر نامطلوب در رفتار و گفتار مردم جامعه می‌گذارد) برای گزارش استفاده می‌کنند که آنچه برای طرفداران این دو تیم مهم است تنها نتیجه برد بازی برای آنهاست و نه یک بازی زیبا و جوانمردانه. مثال دیگر برنامه ورزشی نود (با مجری مجرب و محبوب) که بیشتر به امر فوتبال می‌پرداخت، یکی از پر بیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی ایران می‌بود. این رسانه ورزشی همه‌بخش‌های ورزشی (همگانی، پرورشی و ساختاری) را تحت پوشش قرار نمی‌داد و بیشتر به نتایج مسابقات ورزش فوتبال و حواشی‌های ایجاد شده در مسابقات می‌پرداخت. بدین سبب بیشتر هواداران ورزش فوتبال به سمت حواشی‌های مسابقات سوق داده می‌شدند. این‌گونه رسانه‌های ورزشی بیشتر کمک به یک ورزش حرفه‌ای خاص را می‌کنند و از تقویت بخش‌های دیگر ورزش که تأثیر زیادی در شکل‌دهی فرهنگ جامعه دارند تا حدودی زیادی غفلت می‌ورزند و از رسالت رسانه‌ای خود فاصله می‌گیرند.

#### ۴-۵- جایگاه زنان جهان در ورزش فوتبال

یکی از شاخص‌های توسعه در هر جامعه‌ای مشارکت زنان در محیط‌های اجتماعی است. ورزش یکی از حوزه‌های است که این امکان را برای زنان فراهم می‌آورد تا در همه سطوح ورزشی (مدیر، ورزشکار، مربی، داوری و غیره) بتوانند مشارکت فعال داشته باشند. اما در کشورهای اسلامی و به‌ویژه ایران زنان در این ارتباط با محدودیت‌های مواجه هستند (شاه‌رضایی و شیرزادی، ۱۳۹۷: ۱۲۲). تصور می‌گردید که رضایت کشورهای اسلامی با پیوستن به کنوانسیون رفع تبعیض علیه زنان، این محدودیت‌ها برداشته شود. «پیوستن کشورهای اسلامی به کنوانسیون فوق بیشتر ناشی از مصلحت‌جویی‌های سیاسی دولت‌های اسلامی بود» (اعلایی، ۱۳۹۴: ۹۱). فوتبال در کشورهای اسلامی همانند دیگر کشورها از اهمیت بالایی برخوردار است به‌طوری که از آن به‌عنوان یک ورزش ملی یاد می‌شود. چرا که در جریان دیدارهای تیم ملی فوتبال کشورها، در هر یک از هواداران تیم احساس وحدت و یگانگی به وجود می‌آید. اما تا چندی پیش این ورزش تنها یک ورزش مردانه محسوب و فقط در قلمرو مردان بود و زنان در عرصه فوتبال دارای جایگاهی

نبودند و همین مسئله تعریف ملت یا ملی بودن از دریچه این ورزش را دشوار می‌ساخت و تناقض در اصطلاح ورزش ملی را نشان می‌داد. به عبارتی جایگاه زنان در قلمرو این ورزش پرتطرفدار حتی در کشورهایی که دم از برابری زن و مرد می‌زدند تاریک و مبهم بود (کوپر، ۱۳۸۹: ۵۵-۴۵). تنها از اواخر دهه شصت قرن بیستم بود که در برخی از کشورهای غربی و کمونیستی زنان بتدریج پا در عرصه ورزش فوتبال نهادند و رسانه‌ها مقدار اندکی در رابطه زنان و فوتبال قلم زدند (Duke, 1996: 89). اتحادیه فوتبال زنان در ۱۹۶۹ م. (۱۳۴۸ ش.) تأسیس و در سال بعد فوتبال غیر رسمی جام جهانی زنان در ایتالیا با شرکت شش تیم برگزار شد. ورود و گسترش زنان در عرصه فوتبال باعث فزونی زنان تماشاگر فوتبال نیز گردید.

بدلائل اجتماعی- فرهنگی، زنان در جمهوری اسلامی برای مدت‌ها نتوانسته بودند مشارکت فعالی در ورزش به‌ویژه ورزش فوتبال نمایند. تا چندی قبل در اغلب جوامع اسلامی به‌صورت سنتی مشارکت ورزشی منحصر به مردان می‌بود. چرا که بسیاری فضای فرهنگی- اجتماعی ایران مسابقات ورزشی را صرفاً مردانه می‌دانستند. حتی برخی از علمای اسلامی معتقدند که برخی از فعالیت‌های ورزشی را زنان نباید پیشه کنند. کوکلی اظهار می‌دارد که زن در دنیای ورزش از وضعیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که به‌صورت سنتی زمینه ورزشی متعلق به مردها می‌باشد. بدین سبب است که بیشتر نوشته‌ها و تفسیرات ورزشی پیرامون ورزشکاران مرد دور می‌زند (عسگری و تجاری، ۱۳۹۲: ۹۳-۹۲).

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ۱۹۷۹ م. (۱۳۵۷ ش.) ورزش فوتبال زنان همانند دیگر رشته‌های ورزشی تقریباً تعطیل گشته بود و اولین فوتبال سالنی زنان سال ۱۹۹۳ م. (۱۳۷۲ ش.) در دانشگاه الزهرا برگزار شد. در دوره ریاست جمهوری محمد خاتمی اندک نگاه مثبتی به فوتبال زنان شد و زنان توانستند به محیط سبز ورزشگاه بدون حضور مردان قدم گذارند. مسابقه تیم فوتبال زنان ایران با تیم برلین و کسب تساوی در این بازی اولین قدم محکم زنان فوتبال ایران بود که نشان دادند توانایی فیزیکی برای بازی نود دقیقه‌ای و حتی بیشتر را دارند. این افتخار در زمانی اتفاق افتاد که زنان اجازه راهیابی به ورزشگاه جهت دیدن فوتبال مردان را پیدا نکرده بودند. در سال ۲۰۱۱ م. (۱۳۸۵ ش.) محمود احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور ایران با ارسال نامه‌ای به رئیس سازمان تربیت بدنی خواستار فراهم کردن امکانات حضور زنان در ورزشگاه‌ها شد که با مخالفت صریح گروهی از روحانیون در شهر قم مواجه و این درخواست عملی نگردید و کماکان حضور زنان تماشاچی در ورزش فوتبال همچنان ممنوع باقی ماند. اما فشار کنفدراسیون‌های ورزشی آسیایی و جهانی برای پایان دادن به این ممنوعیت در سال‌های بعد ابعاد تازه تری به این موضوع داد. در بخش جامعه مدرن ایران نیز تلاش‌های بسیاری برای این امر از سوی زنان و به‌ویژه در عرصه هنر (فیلم آفساید) صورت گرفت تا زنان ایران بتوانند در ورزشگاه برای دیدن فوتبال حضور یابند.



کسب جایگاه ۵۵ فوتبالیست‌های زن ایران در فوتبال جهان (بالا تر از رتبه فوتبال مردان ایران) در سال ۲۰۱۴ م. (۱۳۸۹ ش.) باعث گردید تا نگاه مثبت تری در جامعه ورزشی ایران نسبت به ورزش فوتبال زنان کشور صورت گیرد (فوتبال زنان، ۱۳۹۰). هر چند با وجود کسب برخی از موفقیت‌ها در ورزش فوتبال زنان ایران، هنوز بخشی از طیف جامعه سنتی ایران آمادگی گذار به توسعه اجتماعی در تمام حوزه‌ها را نداشته و حاضر به پذیرش زنان در عرصه این ورزش نمی‌باشد. توسعه اجتماعی در برگیرنده فرایند انباشت همراه با اصلاح در حوزه‌هایی مانند بهداشت، آموزش و پرورش، ورزش، کیفیت زندگی و امنیت اجتماعی است. به عبارتی توسعه اجتماعی به معنی گذار از جامعه سنتی به جامعه مدنی است و مفاهیمی چون برابری زن و مرد، عدم تبعیض جنسیتی، قومی و مذهبی است (ساجدی، ۱۳۹۷: ۲۸). مسأله حجاب ورزشکاران زن ایرانی در ورزشگاهها و نوع نگاه ایدئولوژیکی مسئولان به این مسأله و عدم هماهنگی صحیح و دقیق با قوانین و دستورات فیفا موجب گردیده تا زنان ایران در مسابقات ورزش فوتبال، نتواند به جایگاه رفیع و واقعی خود در جامعه فوتبال دست یابند.

#### ۴-۶- فوتبال و تجارت

ورزش همواره با تجارت جهانی ارتباط داشته ولی از سه دهه گذشته میزان ارتباط بین این دو بشدت افزایش یافته است. در بازراریابی ورزشی، مفهوم ورزش به منزله فعالیت‌ها، تجارب یا اقدامات تجاری، سلامتی، رفاه، سرگرمی و تمرکز بر اوقات فراغت می‌باشد. امروزه از مشخص‌ترین جنبه‌های ورزش مدرن وابستگی آن به موسسات مالی و تجاری است (شوارتز و هانتز، ۱۳۹۲: ۱۸-۱۶). تبلیغات در زمین‌های ورزشی، لوگوها، نوشته‌های تبلیغاتی روی تی‌شرت ورزشکاران و استفاده از مارک‌های خاص در وسایل ورزشی همگی نشان از ارتباط قوی ورزش با تجارت را نشان می‌دهند. رسانه‌ها نقش مهمی در صنعت تجاری ورزش دارند که در بین رسانه‌های مختلف، تلویزیون مهمترین نقش را در تغییر ساختار تجاری ورزش ایفا نموده است. ورزش فوتبال از لحاظ مشارکت کنندگان در بازی و تماشاگرانش، از پرطرفدارترین ورزش‌ها می‌باشد. میلیون‌ها نفر به صورت زنده در استادیوم و از طریق رسانه تلویزیونی و اخیراً اینترنت مسابقات مهم فوتبال را تماشا می‌کنند. پخش فینال بازی‌های فوتبال جام جهانی بیش از یک میلیارد بیننده تلویزیونی دارد که این نشان از اهمیت این رسانه در این ورزش دارد. حامیان مالی ورزش که غیر دولتی می‌باشند با استفاده از رسانه‌ها و به ویژه رسانه تلویزیون، توانسته‌اند با ارتباط دادن نام تجاری خود با مشخصه‌های مسابقات فوتبال، به صورت عمیق و گسترده‌ای بر بسیاری از افراد جامعه اثر گذارند (اسلک، ۱۳۹۱: ۴۲۰-۳۹۶). در این راه مهمترین هدف حامیان ورزش تقویت مداوم ارتباطشان با مشتریان است. گسترش ارتباطات بین‌المللی و پخش فرامرزی شبکه‌های تلویزیونی در خصوص مسابقات فوتبال باعث شده تا ابعاد رابطه و تعامل فوتبال و تلویزیون نیز گسترش یابد و تلویزیون به مهمترین رسانه تجاری جهانی تبدیل شود. بدین سبب

است که بسیاری از نویسندگان اظهار می‌دارند که فوتبال به دلیل برخورداری از نظام علائم و سپهر نشانه‌شناختی جهانی و زبان بین‌المللی نقش مهمی در تبدیل رسانه‌های ملی به رسانه‌های فراملی ایفا نموده است (رضایی، ۱۳۹۳).

در ایران همانند دیگر کشورها تلاش گردیده تا با رشد صنعت ورزش، تجاری سازی ورزش در اشکال مختلف توسعه یابد. در این راه درآمدی که از پخش تبلیغات رسانه‌ای (به‌ویژه رسانه‌های دولتی) بدست می‌آید، دولت باید سهم مهمی از این درآمد و منابع را در اختیار جامعه ورزشی ایران برای توسعه بیشتر ورزش قرار می‌داد که این‌گونه نیست. در بین رشته‌های مختلف ورزشی، منابع مالی که از فوتبال ایران کسب می‌گردد به تنهایی بیش از سایر ورزش‌ها است. ضعف فوتبال کشور ایران به علت وابستگی شدید به منابع مالی دولتی و ضعف در بازاریابی و جذب حامیان غیر دولتی باعث گردیده تا گهگاهی تیم‌های ورزشی بر اثر عدم پرداخت بموقع هزینه‌ها از طرف دولت دچار مشکل گردند. اعلام دولت در واگذاری دو تیم باشگاهی پرترفدار فوتبال پرسپولیس و استقلال بدلائل مشکلات مالی به علت جدی نبودن دولت در این امر (نگرش یک کالای استراتژیکی به این دو باشگاه فوتبال) یا ضعف در صنعت بازاریابی فوتبال تا این زمان نتوانسته مؤسسات تجاری را برای این مهم به میدان کشاند. با برنامه ریزی صحیح در صنعت فوتبال ایران و میزان منافع تجاری آن می‌توان این انتظار را داشت تا ورزش فوتبال ایران دیگر به-عنوان یک کالای استراتژیکی دولتی محسوب نگردد و تاثیرات مثبتی در تولید ناخالص داخلی کشور گذارد.

### نتیجه‌گیری

ورزش تاثیر به‌سزایی در سلامت و تحکیم و گسترش ارزش‌های انسانی در جامعه دارد. بدون شک در میان ورزش‌ها، ورزش فوتبال جذاب‌ترین و پرترفدارترین ورزش است و بیشترین تأثیر را بر نیروهای گوناگون اجتماع از خود باقی می‌گذارد. فوتبال تیغی دو لبه است که هم می‌تواند ارزش‌های اجتماعی را مورد تشویق و ترغیب قرار دهد و هم می‌تواند کمر به نابودی آنها بیند. در پرتو جهانی شدن، فوتبال به یک پدیده مهم جهانی تبدیل شده است و حتی از پدیده‌هایی چون دموکراسی در صحنه بین‌الملل فراتر رفته است. چنانچه تاثیر و اهمیت ورزش در عرصه‌های گوناگون اجتماعی و ایفای نقش بی‌چون و چرایش در بالا بردن سلامت اجتماعی و همچنین تاثیر و کمک آن به صلح و دوستی جهانی به درستی درک شود، آن زمان است که غفلت از این مهم کنار گذاشته خواهد شد و از هزینه‌ها و خسارت‌های احتمالی که بر جامعه تحمیل می‌کند، می‌توان جلوگیری نمود. در این راستا ورزش فوتبال می‌تواند نوید دهنده صلح و دوستی جهانی باشد، امری که در سیاست جهانی، شاید دولتمردان هرگز نتوانند بدرستی آن را انجام دهند. نوع

نظام سیاسی و توجه آن به توسعه ورزش و پیشرفت رشته‌های ورزشی مختلف از جمله ورزش فوتبال می‌تواند تأثیر بسزایی در حوزه‌های مختلف جامعه برجای گذارد. حمایت نظام سیاسی از ورزش در اهداف پنجگانه آن (همگانی، قهرمانی، حرفه‌ای، پرورشی و ساختاری) باعث کسب پرستیژ در داخل و خارج برای آن نظام می‌گردد.

در ایران ورزش دولتی بوده و بیشتر ورزش قهرمانی مورد علاقه دولتمردان ایران است. بدین سبب بخش قابل توجهی از بودجه دولت‌ها، بیشتر برای این منظور در نظر گرفته می‌شود. با این دیدگاه متأسفانه دولت ایران اولویت بندی دقیقی در کل ورزش کشور را به درستی ارائه نداده و نتیجتاً برنامه صحیحی برای توسعه ورزش در ایران شکل نگرفته است. ورزش فوتبال در ایران متأثر از بستر اجتماعی و سیاسی کشور می‌باشد و با توجه به دخالت گسترده دولت در این ورزش و عجزین کردن فوتبال با مباحث قدرت و ایدئولوژی، سبب گردیده تا فیفا از دولت ایران بخواهد تا در این ورزش دخالت ننماید و در صورت ادامه دخالت، فیفا تهدید به تعلیق ورزش فوتبال ایران کرده است. این نشان دهنده این واقعیت است که فعالیت‌های ورزشی بدون درک صحیح از ورزش و چشم انداز روشن از سوی دولتمردان پیشه شده است. برابر اصل ۴۴ قانون اساسی سیاست خصوصی سازی در بخش‌ها و نهادهای مختلف به معنی واگذاری امور از جمله امور ورزشی به بخش غیر دولتی برای کاستن از بزرگی دولت است. پدیده ورزش به ویژه ورزش فوتبال، به عنوان یک مقوله مهم اجتماعی مورد اهمیت اقبال مختلف مردم ایران قرار دارد و با اعمال سیاست‌های خصوصی سازی و مشارکت مردمی، می‌تواند بیش از پیش در کشور توسعه یابد. بخش‌های ورزش کشور به ویژه ورزش فوتبال تا زمانیکه عمده منابع مالی خود را از منابع دولتی تأمین می‌کنند و تحت تأثیر دخالت‌های بیش از حد دولت در امور اداره نهاد فوتبال قرار دارد، نمی‌تواند انتظار برون رفت از شرایط موجود را داشته باشد. در کشور ایران، امر توسعه ورزش زمانی می‌تواند موفق باشد که با نگاه علمی به ورزش نگریده و نگرش بنیادین توسعه‌ای در ورزش فوتبال از طرف مدیران به وجود آید. به عبارتی برنامه ریزی صحیح و تخصصی برای رشته فوتبال بسیار مهم و ضروری است تا این ورزش بتواند از یک کالای استراتژیکی صرف دولتی خارج و در جایگاه واقعی خود قرار گیرد. برای این منظور باید موانع زیادی که در مسیر رشد صنعت فوتبال ایران وجود دارد را برطرف نمود. برخی از این موانع عبارتند از ورود افراد سیاسی به عرصه مدیریت فوتبال، وابستگی فوتبال کشور به منابع مالی دولتی، فقدان شایسته‌سالاری مدیران فوتبال، تبعیض جنسیتی، عدم سرمایه‌گذاری کلان از طرف بخش خصوصی، نبود تجهیزات ورزشی کافی و انحصاری بودن ورزش در سازمان صدا و سیما و عدم توزیع عادلانه درآمدهای ورزشی در صنعت ورزش. بدون شک با برطرف کردن این مشکلات و با استفاده از راهکارهایی مانند آموزش اصحاب رسانه در خصوص تفسیر و گزارشات مسابقات فوتبال به همراه

راهکارهای آموزشی، اجتماعی و فرهنگی برای کاهش اوباشگیری و خشونت می‌توان ورزش فوتبال ایران را از یک کالای استراتژیک صرف اقتصادی - سیاسی خارج و به یک کالای استراتژیک فرهنگی - ورزشی باارزش باز گرداند. چنانچه ورزش فوتبال در جایگاه صحیح خود قرار گیرد آن زمان است که می‌توان گفت، این ورزش در خدمت رفتار درست و اخلاق شایسته انسانی جامعه قرار دارد.

### منابع فارسی

- **ایسنا** (۱۳۹۶)، «پایان حضور ۱۷ساله چهره‌های ورزشی در شورای شهر تهران»، ۱۰ خرداد، در: <https://www.isna.ir/fa/news/4518142>
- اسدی، حسن و لقمان کشاورز (۱۳۹۲)، **پیوند رسانه و ورزش**، تهران: انتشارات حتمی.
- اسلک، ترور (۱۳۹۱)، **تجاری سازی ورزش**، مترجمین سید محمد حسین رضوی و سکینه نوبختی، آمل: نشر شمال پایدار.
- اشرافی، محمود و اصغر محمدی (۱۳۸۰)، «نگاهی جامعه شناختی به پدیده ورزش»، **فرهنگ اصفهان**، شماره ۲۲، زمستان، صص ۱۱۹-۱۱۲.
- اعلائی، مصطفی (۱۳۹۴)، «ابعاد مختلف حق شرط، معاهدات حقوق بشری و تحلیلی اجمالی بر حق شرط کشورهای اسلامی بر کنوانسیون منع تبعیض علیه زنان»، **فصلنامه مطالعات بین‌المللی**، سال یازدهم، شماره ۴، صص ۹۴-۷۵.
- آقایی طوق، مسلم (۱۳۹۶)، **قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران**، تهران: خرسندی.
- انورالخولی، امین (۱۳۸۳)، **ورزش و جامعه**، ترجمه حمید رضا شیخی، تهران: سمت، چاپ دوم/
- **ایسنا** (۱۳۹۸)، خانم ادیت طلای ایران را پس گرفت و لایک نشان داد»، مصاحبه با هادی حبیبی سرپرست کشتی آزاد، ۷ خرداد، در: <https://www.isna.ir/news/98030702839>
- **باشگاه خبرنگاران جوان** (۱۳۹۱)، «نگاهی به تاریخچه فوتبال زنان در ایران»، ۱۷ تیر، در: <https://www.yjc.ir/fa/news/4007068>
- بی‌نام، (۱۳۵۸)، «جامعه‌شناسی فوتبال»، **کیهان ورزشی**، ۲۱ بهمن، ص ۸
- **تابناک** (۱۳۹۶)، «تاریخچه پر ماجرای فوتبال زنان در ایران»، ۶ تیر، در: <https://www.tabnak.ir/fa/news/173440>
- رایلی، توماس و مارک ویلیامز (۱۳۹۴)، **علم و فوتبال**، مترجمان عباسعلی گابینی، فتح اله مسیبی، و محمد فرامرز، تهران: نشر ورزش.

- رضایی بایندر، محمدرضا (۱۳۹۳)، «پنج گفتار در تحلیل روابط و مناسبات رسانه‌ها و ورزش، فوتبال و تلویزیون چه رابطه‌ای با هم دارند؟»، **خبرآنلاین**، ۲۲ تیر، در: <https://www.khabaronline.ir/news/365081>
- ساجدی، امیر (۱۳۹۷)، **گنبدی توسعه خاورمیانه**، قم: انتشارات نسیم کوثر.
- سلطانی، مصطفی؛ غلامعلی کارگر، سارا کشگر و فرزاد غفوری (۱۳۹۶)، «الگوی تبیینی اثر منابع سازمانی و مزیت رقابتی بر سودآوری باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران»، **مطالعات مدیریت ورزشی**، شماره ۴۵، آذر و دی ۱۳۹۶، صص ۲۵۰-۲۳۱.
- شاهرضایی، فاطمه و رضا شیرزادی (۱۳۹۷)، «ورزش، سیاست و روابط بین‌الملل»، **فصلنامه مطالعات بین‌المللی**، دوره ۱۵، شماره ۳، شماره پیاپی ۵۹، زمستان ۱۳۹۷، صص ۱۱۴-۸۹.
- شجاع، رضا (۱۳۹۶)، «رابطه فوتبال و سیاست در ایران»، **ماهنامه دنیای فوتبال**، ۲۰ اردیبهشت، صص ۱-۳.
- شوارتز، اریک‌سی و جسون‌دی هانتز (۱۳۹۲)، **ثوری و عمل در بازاریابی ورزشی پیشرفته**، مترجمان فرشاد تجاری و دیگران، تهران: انتشارات حتمی.
- شیرازی، حبیب‌الله ابوالحسن (۱۳۹۱)، **نیم قرن با فوتبال استان تهران، از آماتورسیم تا حرفه‌ای‌گری**، تهران: نشر علم و حرکت.
- صدر، حمیدرضا (۱۳۸۹)، **روزی روزگاری فوتبال**، تهران: نشر چشمه.
- صدر، حمیدرضا (۱۳۹۱)، **نیمکت داغ**، تهران: نشر چشمه.
- صدر، حمیدرضا (۱۳۹۲)، **پسری روی سکوها**، تهران: زاوش.
- صدیق سروستانی، رحمت‌اله (۱۳۸۱)، «تخلیه منفعل هیجان یا تزریق فعال خلجان»، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۱۹، صص ۹۱-۶۹.
- عسگری، سید جلال و فرشاد تجاری (۱۳۹۲)، **مزایای اجتماعی، اقتصادی و سلامتی مشارکت ورزشی شهروندان**، تهران: نشر شهر.
- عماد، مهدی و مهتاب ناصح (۱۳۹۳)، «تحلیل عوامل موثر بر رضایت و حضور تماشاگران در ورزشگاه لیگ برتر فوتبال ایران»، **دو فصلنامه مدیریت توسعه ورزش**، شماره، پاییز و زمستان، صص ۷۵-۶۳.
- فراهانی، ابوالفضل، عبدالمهدی نصیرزاده و مریم وطن دوست (۱۳۹۱)، **حقوق ورزشی**، تهران: انتشارات حتمی.
- فروم، اریک (۱۳۶۴)، **آناتومی ویرانسازی انسان**، ترجمه ا. صبور، تهران: نشر فرهنگ.
- قاسمی، حمید، فرشید تجاری؛ مهدی کهندل و عباس خدایاری (۱۳۸۷)، **فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش**، تهران: بامداد کتاب.

- قاسمی، وحید، وحید ذوالاکتاف و علی نورعلی‌وند (۱۳۸۸)، *جامعه‌شناسی ورزش، وندالیسم و اوباشگیری در ورزش فوتبال*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- کاشف، مجید (۱۳۸۰)، «اخلاق، بازی‌های المپیک و مقایسه آن با ورزش باستان ایران»، *فصلنامه المپیک*، دوره ۹، شماره ۴-۳ (پیاپی)، صص ۸-۳.
- کوپر، سایمون (۱۳۸۹)، *فوتبال علیه دشمن*، ترجمه عادل فردوسی‌پور، تهران: نشر چشمه.
- گرین، مایک و باری هولیهان (۱۳۸۷)، *سیاست‌گذاری و اولویت‌بندی در توسعه ورزش قهرمانی*، مترجمین رضا قراخانلو و احسان قراخانلو، تهران: انتشارات کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران.
- محسنی‌تیریزی، علیرضا (۱۳۸۳)، *وندالیسم، مبانی روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی رفتار وندالیستی در مباحث آسیب‌شناسی و کثرت‌فکاری اجتماعی*، تهران: انتشارات آن.
- *مشرق نیوز* (۱۳۹۸)، بازتاب دیدار خونین لیگ ایران در رسانه‌های خارجی، ۸ اردیبهشت، در: <https://www.mashreghnews.ir/news/954502>
- نادری‌نسب، مهدی، محمد احسانی، محمد خبیری و مجتبی امیری (۱۳۹۰)، «تعیین رویکرد مناسب فوتبال جمهوری اسلامی ایران و مقایسه آن با رویکرد چند کشور منتخب»، *نشریه مدیریت ورزشی*، شماره ۱۰، پاییز، صص ۱۱۹-۱۰۳.
- وودز، باربارا (۱۳۸۶)، *روان‌شناسی ورزشی*، مترجم فتح‌اله مسیعی، تهران: بامداد کتاب.
- <https://www.bartarinha.ir/fa/news/523188/>

### English References

- Benghida, Sonia (2014), "World Cup Football in International Relations: The 2009 Algerian-Egyptian Football Conflict", *International Journal of Innovation and Applied Studies*, Vol. 9, No. 1, November, pp. 234-238
- Boyle, Raymond & Hanes (2004), *Football in the New*, London: Routledge.
- Duke, V. and Crolley, I. (1996), *Football Nationality and the State*, Essex: Longman.
- Kuhn, Gabriel (2019), *Soccer vs. the State: Tackling Football and Radical Politics*, Second Edition, PM Press.
- Miles, Lovella and Rines Simon (2004), *Football Sponsorship and Commerce*, Publisher: International Marketing Reports Ltd.