

مدیریت ورزشی - پاییز ۱۳۹۹
دوره ۱۲، شماره ۳، ص: ۶۴۲ - ۶۲۱
تاریخ دریافت: ۹۵ / ۱۰ / ۰۷
تاریخ پذیرش: ۹۶ / ۰۱ / ۲۳

تحلیل سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی

احسان محمدی ترکمانی*^۱ - حسین معینی^۲ - قدرت اله باقری^۳ - حسن زارعی متین^۴ -

حسین خنیفر^۵

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، ۲. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه، قم، ایران ۳. دانشیار مدیریت ورزشی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران، ۴. استاد مدیریت، پردیس فارابی، دانشگاه تهران ۵. استاد مدیریت، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

چکیده

سبک زندگی مفهومی تمایز بخش در جوامع امروزی محسوب می‌شود. این پژوهش آمیخته با هدف تحلیل سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی و ارائه سنخ‌شناسی از سبک‌های زندگی ورزشکاران انجام گرفت. در مرحله کیفی با انجام مصاحبه‌های عمیق ساختارنیافته با ۱۹ نفر از خبرگان آشنا با سبک زندگی ورزشکاران ایرانی و بهره‌گیری از رویکرد گلیزری نظریه داده‌بنیاد مؤلفه‌های سبک زندگی شناسایی شد، سپس برای مرحله کمی پرسشنامه‌ای ۶۴ سوالی از کدهای مربوط به مؤلفه‌های سبک زندگی طراحی و توسط پنج نفر از خبرگان تأیید شد. از جامعه ۱۵۷۴ نفری ورزشکاران لیگ برتری در چهار رشته فوتبال، فوتسال، والیبال و بسکتبال ۳۰۸ نفر از ورزشکاران به صورت هدفمند و در دسترس پرسشنامه را تکمیل کردند. با اجرای تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار لیزرل ۸/۸۰ مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های سبک زندگی ورزشکاران نخبه آزمون شد و پس از اصلاح و تعدیل مورد برازش قرار گرفت. این مدل دارای ده مؤلفه تفکر حرفه‌ای، شایستگی‌های عاطفی، چشم‌انداز زندگی، سواد مالی، مسئولیت‌پذیری، مصرف مادی، تمایلات مصرف فرهنگی، فراغت و تفریح، مسائل شخصی و رفتارهای مذهبی بود. در ادامه از طریق تحلیل خوشه‌ای با نرم‌افزار Spss 23 پنج سبک غالب زندگی در بین ورزشکاران نخبه تحت عناوین مصرف‌گرا، روزمره، سودمند، حسابگر و حرفه‌ای شناسایی شد و با بررسی یافته‌های کیفی و کمی ویژگی‌های هر سبک زندگی بیان شد.

واژه‌های کلیدی

رویکرد گلیزری، زندگی حرفه‌ای، سبک زندگی، مصرف، ورزشکار نخبه.

مقدمه

موضوع سبک زندگی در جامعه ما از جمله موضوعات جدید به شمار می‌رود که چند سالی از عمر ورود آن به مباحث بومی نگذشته و هنوز به گفتمانی شاکله‌دار، مستحکم و تا حدودی اجماعی (به لحاظ مفهوم‌سازی) تبدیل نشده است (۱). در زبان انگلیسی نیز سبک زندگی اصطلاحی است که از دهه ۱۹۲۰ به بعد رواج یافته و به نظر می‌رسد تا پیش از آن جامعه و فرهنگ غربی نیازی به این مفهوم نداشته است. امروزه این اصطلاح کاربرد عامیانه زیادی دارد و بیشتر برای توصیف نوع و گونه خانه و اسباب و اثاثیه‌ای که فرد آن را مطلوب و ایده‌آل خود می‌داند، به کار می‌رود (۲). سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها بوده و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است (۳). در نظریه بوردیو (۱۹۸۴) نیز سبک زندگی شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است. در واقع سبک زندگی عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است (۴). نخستین بار لیزر در سال ۱۹۶۳ سبک زندگی را براساس الگوی خرید کالا تعریف کرد. به نظر او سبک زندگی دال بر شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروهی اجتماعی است؛ شیوه‌ای که بدان طریق مصرف‌کننده خرید می‌کند و شیوه‌ای که بدان طریق کالای خریداری‌شده مصرف می‌شود، بازتاب‌دهنده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است (۵). براساس تعریف لسلی^۲ و همکاران (۱۹۹۴) هم رفتارهایی که با قشریندی حیثیتی و اعتباری مرتبط است، سبک زندگی نامیده می‌شود. سبک زندگی فقط آنچه یک فرد دارد نیست، بلکه چگونگی نمایش آنها توسط فرد است. سبک زندگی هم الگوهای مصرف را شامل می‌شود و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می‌شود. سلیقه، آداب معاشرت و مد، نشانه‌های داشتن جایگاهی در نردبان اجتماعی و نمادهای مرتبط با سبک زندگی هستند (۶). بنابراین همان‌گونه که معلوم است، سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربرد ندارد، چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است، چنی^۴ (۱۹۹۶) نیز سبک زندگی را به‌مثابه گفتمانی در دوره مدرنیسم محسوب می‌کند (۷). جدای از

-
1. Bourdieu
 2. Lazer
 3. Leslie
 4. Chaney

وجود نظریه‌ها و تعاریف متعدد در حوزه سبک زندگی ریمر^۱ (۱۹۹۵) دهه ۱۹۸۰ میلادی را آغاز توجه دوباره به مفهوم سبک زندگی می‌داند (۸) و به نظر می‌رسد با گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی سبک زندگی به مثابه مفهوم و رویکرد تحلیلی تازه‌ای وارد مباحث قشریندی و تمایز اجتماعی شده و حوزه گسترده‌ای از پژوهش‌های اجتماعی را در بر گرفته است که به استفاده از کالاهای مصرفی برای تمییز و تثبیت هویت اجتماعی مربوط می‌شود.

از دهه ۱۹۵۰ به بعد با گرایش روزافزون مردم به انواع مختلف فعالیت‌های ورزشی، توجه بخش‌های مختلف جامعه به پدیده ورزش در برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی مانند بازی‌های المپیک، بازی‌های قاره‌ای و مسابقات جام جهانی رشته‌های مختلف نیز افزایش یافته است. رویدادها و مسابقات ورزشی موقعیت‌های کاملاً اختصاصی و ویژه هستند که در آن تعدادی از ورزشکاران برگزیده و نخبه هر رشته ورزشی به منظور کسب مقام‌های ورزشی به رقابت می‌پردازند و می‌توان گفت وجود ورزشکاران به عنوان افرادی که رقابت‌ها را شکل می‌دهند، برای برگزاری موفق هر رویداد ورزشی ضروری است و امروزه رقابت در بهترین و بالاترین سطح ورزش همراه با خلق صحنه‌های خارق‌العاده و جذاب ورزشی در مسابقات، توسط ورزشکاران برجسته هر رشته ورزشی از عوامل مهم لذت‌بخش ساختن ورزش برای افراد جامعه است که موجبات علاقه‌مندی اقشار مختلف مردم به تماشای مسابقات هر رشته ورزشی را نیز فراهم می‌کند. همچنین همواره وجود ورزشکاران و قهرمانان مطرح در جامعه نقش الگویی برای افراد مختلف جامعه به ویژه نوجوانان و جوانان دارد (۹) و بسیاری از کودکان و نوجوانان با الگو قرار دادن ورزشکاران محبوب خود آرزو دارند در آینده به ستاره‌هایی معروف در رشته‌های مختلف ورزشی تبدیل شده و از منافع همچون شهرت و محبوبیت و کسب درآمد بهره‌مند شوند. علاوه بر تأثیر نقش الگویی ورزشکاران در گرایش افراد مختلف به ورزش، رفتار و عقاید ورزشکاران محبوب و مطرح در جامعه نسبت به مسائل مختلف از جمله مصرف سیگار می‌تواند الگویی برای طرفدارانشان باشد و برعکس وجود عادات صحیح در زندگی ورزشکاران بر روی جوانان و نوجوانان تأثیر مثبت خواهد داشت (۱۰). در نهایت اینکه جذابیت‌های ورزش در جوامع امروزی و ظرفیت بالای رویدادهای ورزشی موجب شده است شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری از فرصت‌های بازاریابی مانند حامیان مسابقات ورزشی، حق پخش مسابقات و صحنه‌گذاری^۲ محصولات توسط ورزشکاران محبوب و معروف به منظور توسعه بازار و افزایش فروش بهره ببرند. برای مثال

1. Reimer
2. Endorsement

در حال حاضر در بیشتر کشورها ورزشکارانی از جمله دیوید بکهام به صحت‌گذاری محصولات مختلفی مانند اتومبیل، آژانس‌های هواپیمایی، محصولات الکترونیکی، شکلات و ... می‌پردازند و اصطلاح «مد بکهام» که برگرفته از ظاهر، تیپ و موی این فوتبالیست است، در بین دانش‌آموزان و دانشجویان طرفداران بی‌شماری پیدا کرده است (۱۱). بنابراین همان‌گونه که معلوم است همواره ورزشکاران نخبه و برگزیده یکی از گروه‌های مهم و مطرح در جامعه هستند که در مرکز توجه رسانه‌های ملی و افکار عمومی جامعه قرار دارند و با اینکه در بیشتر مواقع تعداد ورزشکاران نخبه و برگزیده در جامعه نسبت به کل جمعیت خیلی کم است، می‌توان گفت میزان تأثیرگذاری رفتار، عقاید و عادات و به‌طور خلاصه سبک‌های زندگی آنها بر اقشار مختلف مردم به‌ویژه کودکان و نوجوانان خیلی مشهود است.

از جمله پژوهش‌های حوزه سبک زندگی نزدیک به موضوع این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. تلاما، ناپونن و پرون^۲ (۲۰۰۵) در بررسی فعالیت بدنی جوانان در بافت سبک زندگی براساس شیوه‌های گذران اوقات فراغت افراد پنج سبک زندگی مختلف را شناسایی کردند. این محققان سبک‌های زندگی پنج‌گانه را با عناوین «اجتماعی آسان» (رفتن به مهمانی و ملاقات با دوستان، گذران وقت با دوست‌دختر/ پسر، خرید)، «فعالیت‌های وظیفه‌ای» (کمک به امور خانه، فعالیت‌های داوطلبانه و کسب درآمد)، «ورزشی» (شرکت در رقابت‌های ورزشی سازمان‌یافته و سازمان‌نیافته و رویدادهای ورزشی)، «بازی‌های کامپیوتری و تلویزیون» و «هنری مستقل» (موسیقی، انجام کارهای هنری و دستی) نام‌گذاری کردند (۱۲). جفریز^۳ (۲۰۰۶) برای مطالعه نیمرخ سبک زندگی ورزشکاران دبیرستانی یک ابزار ۲۸ سؤالی را طراحی کرد که شامل پنج مؤلفه الگوهای خواب، الگوی تغذیه، مدیریت زندگی، روابط اجتماعی و مسائل زندگی بود. ایشان معتقد است این عوامل چندگانه تأثیر مستقیم بر عملکرد ورزشکاران دارد و با اندازه‌گیری و کنترل این موارد می‌توان ورزشکاران را به‌نحو بهتری مدیریت کرد (۱۳). ابراهیمی و بهنوئی (۱۳۸۹) در بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی جوانان و مؤلفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر نشان دادند که گرایش جوانان دختر و پسر به رفتارهای مصرفی فرهنگ مدرن بیش از گرایش آنان به رفتارهای مصرفی فرهنگ سنتی است. همچنین تفاوت معناداری بین سبک زندگی دختران و پسران وجود داشت که این تفاوت‌ها در مؤلفه‌هایی مانند مصرف فرهنگی، فعالیت‌های زمان فراغت و مدیریت

-
1. Beckham Fashion
 2. Telama, Nupponen, & Pieron
 3. Jeffreys

بدن بود (۱۴). سوینین و استورم^۱ (۲۰۱۰) در مطالعه سبک زندگی جوانان فنلاندی بر پایه روابط و زندگی روزانه آنها چهار مؤلفه عشق و دوستی (به خانواده و دوستان)، ارزش‌ها (اعتقادات و احساسات)، داشته‌ها (استانداردهای زندگی، تلویزیون و اینترنت) و ابراز وجود (از طریق سرگرمی‌ها و اوقات فراغت) را به‌عنوان عوامل شکل‌دهنده سبک زندگی جوانان در نظر گرفتند. بخشی از نتایج این تحقیق نشان داد جوانان فنلاندی بسیار دوست‌محور به‌نظر می‌رسند و برای دوستی، تفریحات متعارف نظیر هم‌صحبتی با هم یا گوش دادن به موسیقی در کنار دوستان ارزش قائل‌اند. همچنین خانواده هنوز هم برای آنان بزرگ‌ترین معنا را در زندگی دارد (۱۵). زارع و فلاح (۱۳۹۱) در بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن چهار سبک زندگی متمایز زیبایی‌شناختی - لذت‌جویانه، کارکردگرایانه، خرده‌فرهنگی و منفعلانه را شناسایی کردند. همچنین هر سه نوع سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با انواع سبک‌های زندگی رابطه مثبت معنادار داشتند و نکته مهم برتری نقش سرمایه اقتصادی نسبت به سایر متغیرها بود (۱۶). قادرزاده و ایران‌دوست (۱۳۹۳) در مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی جوانان شهر مهاباد شش سبک زندگی متفاوت شامل پیشامدرن، مدرن، علمی، ورزش‌محور، شادزیست و جهان محلی را شناسایی کردند (۸). آرای، کو و راس^۲ (۲۰۱۴) در مطالعه مفهوم‌سازی تصویر برند ورزشکار مدلی دارای سه بعد شامل عملکرد ورزشکار، جذابیت‌های ظاهری و سبک زندگی قابل عرضه^۳ ارائه کردند. در این مطالعه منظور از سبک زندگی قابل عرضه ویژگی‌هایی از زندگی بیرون از زمین ورزشکاران است که در بازار قابل عرضه است. سبک زندگی قابل عرضه دارای سه زیرمؤلفه داستان زندگی، مدل نقش ورزشکار و کوشش‌های رابطه‌ای و منعکس‌کننده ارزش‌های شخصی ورزشکار، جذابیت‌ها، رفتارهای اخلاقی، نگرش مثبت نسبت به تعامل با هواداران، تماشاگران، حامیان مالی و رسانه‌ها است (۱۷).

با توجه به موضوعات مطرح‌شده تاکنون می‌توان گفت سبک زندگی مفهومی تازه در مطالعه تمایزات اجتماعی است و با رواج فرهنگ مصرفی در جوامع مختلف مطالعه آن بیش از گذشته اهمیت دارد. از طرفی همگام با سایر کشورها و جوامع در جامعه ایرانی نیز ورزشکاران نخبه از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین اقشار محسوب می‌شوند، از این‌رو پرداختن به مقوله سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی ضروری به‌نظر می‌رسد. همچنین همان‌گونه که چنی (۱۹۹۶) معتقد است، هرگونه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در

-
1. Soinin & Storm
 2. Arai, Ko, & Ross
 3. Marketable lifestyle

زمینه مدیریت اجتماعی، مستلزم کشف چشم‌اندازهای بی‌شمار سبک زندگی مردم یک جامعه است (۷). از این رو اگر در پی رصد و کنترل سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه کشور باشیم، این امر تنها در سایه مطالعه و تحلیل این سبک‌ها محقق خواهد شد، بنابراین با توجه به نبود تحقیقی مشابه در خصوص سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی و در راستای کسب آگاهی از نگرش‌ها، هنجارها و ارزش‌ها و عادت‌های زندگی ورزشکاران، تحقیق پیش رو به دنبال تحلیل سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی و ارائه یک سنخ‌شناسی از سبک‌های زندگی موجود آنان است.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه نظریه‌های متعدد سبک زندگی نمی‌توانند جنبه‌ها و ابعاد مختلف سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی را تبیین کنند، در مرحله اول تحقیق با استفاده از استراتژی نظریه داده‌بنیاد که روشی کیفی است، مؤلفه‌های موردنظر سبک زندگی شناسایی و در مرحله بعدی و با روش کمی تمایزات ورزشکاران نخبه در مؤلفه‌های به‌دست‌آمده بررسی شد تا سنخ‌شناسی از سبک‌های زندگی ورزشکاران ارائه شود. بر این اساس پارادایم‌های تحقیق در مرحله اول تفسیری و در مرحله آزمون‌های آماری اثبات‌گرایی بود. محققان استراتژی نظریه داده‌بنیاد را به دلیل نمونه‌برداری نظری و انجام مقایسه‌های مستمر ترکیبی از دو شیوه استقرا و قیاس یا به عبارتی شیوه استفهامی^۱ می‌نامند (۱۸). همچنین رویکرد نظریه داده‌بنیاد مورد استفاده ره‌یافت ظاهرشونده گلیزری^۲ بود، توجه و تمرکز به نگرانی مشارکت‌کنندگان، ماندن مدت زمان طولانی در محیط پژوهش به منظور کشف نگرانی اصلی مشارکت‌کنندگان و انعطاف‌پذیری کدگذاری‌ها و ظهور یک فرایند اجتماعی پایه پیرامون مقوله محوری از جمله ویژگی‌های این رویکرد است (۱۹).

جامعه آماری مرحله کیفی افرادی مانند خبرگان مدیریت ورزشی، جامعه‌شناسی ورزشی، مربیان و ورزشکاران پیشکسوت، مدیران ورزشی و روان‌شناسان ورزشی برای انجام مصاحبه‌های عمیق بودند، که از ۱۹ خبره به صورت هدفمند و گلوله‌برفی مصاحبه گرفته شد. انجام مصاحبه‌ها تا رسیدن به معیار اشباع نظری ادامه داشت و داده‌ها هم‌زمان با استفاده از مجموعه‌ای از کدگذاری‌های باز، نظری، انتخابی و یادداشت‌نگاری تحلیل و مقولات کیفی به‌دست‌آمده به سه طبقه کلی تقسیم شد. طبقه اول به ساختارهای

-
1. Abductive
 2. Glasserian Emergent Approach
 3. Basic Social Process

تأثیرگذار در شکل‌گیری سبک زندگی ورزشکار نخبه اشاره داشت؛ طبقه دوم نظام تمایلات نسبتاً بادوام در زندگی ورزشکاران نخبه یعنی همان مؤلفه‌های سبک زندگی را نشان می‌داد و طبقه سوم نیز فرایند اجتماعی پایه مربوط به مقوله محوری بود. در ادامه برای مرحله کمی تحقیق مقوله‌های مربوط به مؤلفه‌های سبک زندگی تبدیل به پرسشنامه‌ای ۶۴ سؤالی شد، این پرسشنامه در اختیار پنج نفر از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها نیز قرار گرفت و روایی صوری و محتوایی آن تأیید شد.

برای انجام تحلیل‌های کمی تمامی ورزشکاران لیگ برتری در چهار رشته فوتبال، فوتسال، والیبال و بسکتبال به‌عنوان جامعه آماری مدنظر قرار گرفتند. ملاک انتخاب ورزشکاران این چهار رشته ورزشی اشتیاق بیشتر مردم به این رشته‌ها و همچنین بازتاب رسانه‌ای بیشتر آنان بود. به‌طوری‌که از نظر برخی کارشناسان تقویت رشته‌های گروهی و تیمی سبب افزایش نشاط اجتماعی جامعه می‌شود و در کشور ما نیز مانند خیلی از کشورهای دنیا توجه ویژه‌ای به رشته‌هایی مانند فوتبال، والیبال و بسکتبال می‌شود. در مورد رشته فوتسال نیز با توجه به جایگاه برتر کشور ما در دنیا این رشته از رشته‌های مورد اقبال جامعه است و می‌توان گفت ورزشکاران این چهار رشته بیشتر از سایر رشته‌ها در مرکز توجه رسانه‌ها و مردم قرار دارند. حجم جامعه مذکور با در نظر گرفتن تعداد تیم‌ها در دو لیگ برتر آقایان و بانوان و تعداد بازیکنان یک تیم، ۱۵۷۴ نفر محاسبه شد و حجم جامعه آماری با کمک جدول مورگان ۳۱۰ نفر به‌دست آمد. شیوه نمونه‌گیری در این مرحله نیز به‌صورت ترکیبی از نمونه‌گیری‌های هدفمند و در دسترس بود و با توجه به این شیوه نمونه‌گیری محقق جمع‌آوری داده‌ها را تا تکمیل ۳۰۸ پرسشنامه کامل ادامه داد. همچنین پایایی ابزار با تحلیل ۳۰ پرسشنامه ابتدایی جمع‌آوری‌شده و با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۰ به‌دست آمد. داده‌های کمی با استفاده از نرم‌افزارهای Spss v.23 و لیزرل ۸/۸۰ تحلیل شد.

یافته‌ها

جدول ۱ خلاصه‌ای از توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی مرحله کمی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. توصیف متغیرهای جمعیت شناختی

متغیر	فراوانی	درصد	
رشته ورزشی	فوتبال	۱۱۵	۳۷
	فوتسال	۸۷	۲۸
	والیبال	۶۳	۲۱
	بسکتبال	۴۳	۱۴
جنسیت	مرد	۱۸۱	۵۸/۸
	زن	۱۲۷	۴۱/۲
سابقه عضویت در تیم ملی	بله	۱۱۳	۳۶/۷
	خیر	۱۹۵	۶۳/۳
	جمع	۳۰۸	۱۰۰

در ادامه داده‌های جمع‌آوری شده با پرسشنامه با بهره‌گیری از تحلیل عاملی تأییدی تحلیل شد. دلیل استفاده از تحلیل عاملی تأییدی این بود که براساس یافته‌های کیفی محققان از اینکه هر سؤال مربوط به کدام مؤلفه است، آگاه بودند. پس از اجرای مدل در گام اول بار عاملی گویه‌ها در حالت ضرایب استاندارد، شاخص تی به منظور تعیین معناداری، ضرایب تعیین گویه‌ها و سپس شاخص‌های برازش مدل بررسی شد. با توجه به متوسط بودن برخی از شاخص‌های برازش مدل، پایین بودن بار عاملی دو گویه کمتر از ۰/۴ و ضرایب تعیین چهار گویه کمتر از ۰/۲۵، محققان در پی اصلاح مدل و افزایش شاخص‌های برازش مدل برآمدند. از این رو در ادامه گویه‌های موردنظر به صورت کلی و تک‌تک حذف شد و در دفعات متعدد مدل مورد اجرا قرار گرفت. مقایسه خروجی اجراهای متعدد نشان داد مدل‌های اصلاح شده زمانی که هر شش گویه مذکور همزمان حذف می‌شوند، دارای بهترین شاخص‌های برازش است. این شاخص‌ها در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. شاخص‌های برازش مدل اصلاح شده

شاخص	مقدار استاندارد	مقدار محاسبه شده	تفسیر
X^2/df	۳-۱	۱/۹۸	بrazش عالی
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵۷	بrazش عالی
AGFI		۰/۷۲	بrazش متوسط
GFI		۰/۷۴	بrazش متوسط
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱	بrazش عالی
NNFI		۰/۹۵	بrazش عالی
IFI		۰/۹۵	بrazش عالی
CFI		۰/۹۵	بrazش عالی

در نهایت بررسی شاخص‌های برازش مدل در حالت اصلاح‌شده و توجه به بارهای عاملی، مقادیر تی و ضرایب تعیین نشان داد مدل اندازه‌گیری سبک زندگی ورزشکاران نخبه با ۵۸ سؤال و تحت ۱۰ مؤلفه مسئولیت‌پذیری، سواد مالی، مصرف مادی، تمایلات مصرف فرهنگی، فراغت و تفریح، تفکر حرفه‌ای، چشم‌انداز زندگی، شایستگی‌های عاطفی، رفتارهای مذهبی و مسائل شخصی دارای برازش مطلوب بوده و توان مدل بالاست. با توجه به اینکه در تحقیق حاضر تحلیل خوشه‌ای اصلی‌ترین آزمون آماری برای شناسایی سنخ‌های سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی است و با در نظر داشتن محدودیت حجم مقاله از ارائه جداول بارهای عاملی و مقادیر تی گویه‌ها صرف نظر می‌شود.

پس از انجام تحلیل عاملی و تأیید مؤلفه‌ها و گویه‌های مربوط به هر مؤلفه از روش خوشه‌بندی چندمیانگین استفاده شد. مشکل اصلی این تکنیک نیاز به مشخص بودن تعداد خوشه‌ها برای شروع است و از آنجا که انتخاب تعداد خوشه‌ها اهمیت زیادی دارد و اگر تعداد خوشه‌ها دقیق انتخاب نشود ممکن است نتایج به دست آمده با واقعیت مطابقت نداشته باشد، ابتدا با روش تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی^۲ و به کار بردن مربع فاصله اقلیدسی تعداد بهینه خوشه‌ها به دست آمد و در ادامه مناسب‌ترین ورودی تعداد بهینه خوشه وارد تحلیل خوشه‌ای چندمیانگین شد. در تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی یکی از روش‌های تصمیم‌گیری در زمینه تعداد بهینه خوشه‌ها استفاده از نسبت فاصله است، بهینه‌ترین تعداد خوشه‌ها زمانی است که تغییری بزرگ در نسبت فاصله مشاهده شود (۲۰). با انجام تحلیل خوشه‌ای سلسله‌مراتبی در نرم‌افزار Spss 23 نسبت فاصله‌های به دست آمده وارد نرم‌افزار اکسل شد و تغییرات فاصله بین مراحل مختلف خوشه‌بندی به دست آمد، بزرگ‌ترین فاصله به دست آمده بهترین مرحله برای توقف خوشه‌بندی بود که با تعداد ۵ خوشه این فاصله بیشترین مقدار بود، با ورود تعداد ۵ خوشه، تحلیل خوشه‌ای چندمیانگینی اجرا شد. جدول ۳ مراکز نهایی پنج خوشه را نشان می‌دهد. منظور از مراکز نهایی خوشه میانگین هر متغیر در داخل هر کلاستر است، به عبارتی می‌توان گفت این میانگین‌ها انعکاس‌دهنده پاسخ هر پاسخگوی واقع‌شده در هر خوشه برای متغیرهای مختلف است.

با توجه به داده‌های جدول ۳ در خوشه اول مؤلفه مصرف مهم‌ترین بعد سبک زندگی است، سواد مالی، مصرف فرهنگی و فراغت و تفریح نیز میانگین بالایی دارند، از این رو این خوشه تحت عنوان

-
1. K- mean cluster analysis
 2. Hierarchical Cluster Analysis
 3. Square Euclidean distance

«مصرف‌گراها» نام‌گذاری شد. در خوشه دوم میانگین همه مؤلفه‌ها نمره پایینی را به خود اختصاص داده است، البته در این خوشه نیز مصرف مهم‌تر از سایر مؤلفه‌هاست. به نظر می‌رسد پاسخگویان این خوشه تمایلی به انجام کاری خاص ندارند، از این‌رو عنوان «روزمره‌ها» به آنها اختصاص داده شد. پاسخگویان خوشه سوم دارای مسئولیت‌پذیری بالایی هستند، مؤلفه مصرف در آنها پایین‌تر از میانگین جامعه و مصرف فرهنگی بالاتر از میانگین جامعه است. عنوان «سودمندان» به این خوشه اختصاص یافت. پاسخگویان خوشه چهارم سواد مالی بالایی دارند، البته سایر مؤلفه‌ها نیز به جز چشم‌انداز زندگی برای آنها از میانگین بالاتر است، از این‌رو عنوان «حسابگران» برای نام‌گذاری این خوشه در نظر گرفته شد. پاسخگویان خوشه پنجم دارای تفکر حرفه‌ای بالا هستند، همچنین سواد مالی، چشم‌انداز زندگی و شایستگی‌های عاطفی در خوشه پنجم بالاست، از این‌رو عنوان «حرفه‌ای‌ها» به این خوشه اختصاص یافت.

جدول ۳. مراکز نهایی خوشه‌ها

مؤلفه‌ها	خوشه ۱	خوشه ۲	خوشه ۳	خوشه ۴	خوشه ۵
چشم‌انداز زندگی	۲/۵۴	۲/۴۰	۲/۳۱	۱/۸۴	۳/۴۴
سواد مالی	۳/۵۷	۲/۳۰	۳/۱۱	۴/۳۰	۳/۵۱
مسائل شخصی	۲/۸۹	۱/۸۵	۲/۷۲	۳/۵۲	۲/۷۱
مصرف	۴/۰۴	۳/۴۲	۲/۸۹	۳/۶۲	۲/۷۳
تمایلات مصرف فرهنگی	۳/۴۳	۲/۴۴	۳/۰۲	۳/۸۰	۳/۵۵
تفکر حرفه‌ای	۳/۲۱	۲/۳۵	۳/۳۲	۳/۷۱	۳/۸۲
مسئولیت‌پذیری	۳/۰۵	۱/۸۱	۴/۰۵	۳/۵۲	۲/۷۱
رفتارهای مذهبی	۲/۹۴	۲/۰۸	۲/۵۷	۳/۹۵	۳/۴۲
شایستگی‌های عاطفی	۲/۹۸	۲/۱۵	۲/۶۷	۳/۸۴	۳/۴۸
فراغت و تفریح	۳/۳۵	۲/۴۷	۳/۰۹	۳/۹۷	۳/۵۵

جدول ۴ نیز فاصله اقلیدسی بین مراکز خوشه‌ها را نشان می‌دهد، هرچه میزان این فاصله بین خوشه‌ها بیشتر باشد، نشان می‌دهد که تفاوت بین آنها بیشتر است و برعکس فاصله کمتر بر تشابه بیشتر خوشه‌ها با همدیگر دلالت دارد. با توجه به جدول مثلاً فاصله بین روزمره‌ها با حرفه‌ای‌ها ۳/۵۸ است، اما این فاصله بین حسابگران و حرفه‌ای‌ها ۱/۷۶ است. مقایسه این دو عدد نشان می‌دهد حسابگران و حرفه‌ای‌ها تشابه زیادی به هم دارند تا روزمره‌ها با حرفه‌ای‌ها.

جدول ۴. فاصله اقلیدسی بین مراکز خوشه‌ها

خوشه‌ها	۱. مصرف‌گراها	۲. روزمره‌ها	۳. سودمندان	۴. حسابگران	۵. حرفه‌ای‌ها
۱. مصرف‌گراها	۰	۳/۴۴	۱/۸۵	۲/۰۸	۱/۵۷
۲. روزمره‌ها		۰	۲/۰۸	۵/۱۳	۳/۵۸
۳. سودمندان			۰	۳/۲۸	۱/۹۱
۴. حسابگران				۰	۱/۷۶
۵. حرفه‌ای‌ها					۰

جدول ۵ نیز نشان می‌دهد که فراوانی پاسخگویان در هر خوشه چقدر است، مطابق جدول بزرگ‌ترین خوشه حسابگران است که ۳۰/۵۲ درصد از آزمودنی‌ها را در خود جای داده است. مصرف‌گراها با ۲۷/۶۰ درصد دومین خوشه بزرگ هستند، ۲۲/۴۰ درصد پاسخ‌دهندگان حرفه‌ای‌ها هستند، سودمندان ۱۲/۳۴ درصد و کوچک‌ترین خوشه نیز متعلق به روزمره‌ها با ۷/۱۴ درصد است.

جدول ۵. فراوانی پاسخگویان در هر خوشه

خوشه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
۱. مصرف‌گراها	۸۵	۲۷/۶۰
۳. روزمره‌ها	۲۲	۷/۱۴
۳. سودمندان	۳۸	۱۲/۳۴
۴. حسابگران	۹۴	۳۰/۵۲
۵. حرفه‌ای‌ها	۶۹	۲۲/۴۰
مجموع	۳۰۸	۱۰۰

در نهایت در جدول ۶ وضعیت قرار گرفتن پاسخ‌دهندگان رشته‌های ورزشی در داخل سبک‌های مختلف نشان داده شده است، برای مثال مطابق جدول ۴۴/۷۰ درصد فوتبالیست‌ها مصرف‌گرا و فقط ۲۶/۶۴ درصد از آنها حرفه‌ای هستند، در مقابل در رشته والیبال ۳۰/۴۳ درصد از بازیکنان در سبک حرفه‌ای و فقط ۱۴/۱۲ درصد از آنها مصرف‌گرا هستند.

جدول ۶. فراوانی پاسخگویان رشته‌های مختلف ورزشی در هر خوشه

جمع	حرفه‌ای	حسابگر	سودمند	روزمره	مصرف‌گرا	فوتبال	فوتسال	والیبال	بسکتبال	جمع
۱۱۵	۱۷	۲۶/۶۴	۳۷	۳۹/۳۶	۱۳	۳۴/۲۱	۱۰	۴۵/۴۵	۳۸	۴۴/۷۰
۸۷	۲۰	۲۸/۹۹	۲۹	۳۰/۸۵	۹	۲۳/۶۸	۳	۱۳/۶۴	۲۶	۳۰/۵۹
۶۳	۲۱	۳۰/۴۳	۱۷	۱۸/۰۹	۹	۲۳/۶۸	۴	۱۸/۱۸	۱۲	۱۴/۱۲
۴۳	۱۱	۱۵/۹۴	۱۱	۱۱/۷۰	۷	۱۸/۴۳	۵	۲۲/۷۳	۹	۱۰/۵۹
۳۰۸	۶۹	۱۰۰	۹۴	۱۰۰	۳۸	۱۰۰	۲۲	۱۰۰	۸۵	۱۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق برای تحلیل سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی و ارائه یک سنخ‌شناسی از سبک‌های زندگی موجود از رویکرد آمیخته بهره گرفته شد و مؤلفه‌های سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی با استفاده از رهیافت گلیزری نظریه داده‌بنیاد به دست آمد. مجموعه‌ای از کدگذاری‌های باز، نظری، انتخابی و یادداشت‌نگاری نه مقوله اصلی و بیست‌وشش مقوله فرعی را به‌عنوان مؤلفه‌های سبک زندگی استخراج کرد که شامل موارد زیر بود. «مسئولیت‌پذیری» که به میزان حساسیت و احساس وظیفه ورزشکاران در قبال جامعه و افراد آن اشاره می‌کند. مقولات فرعی مسئولیت‌پذیری شامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی و مسئولیت‌پذیری نسبت به ورزش بود. «سواد مالی» که به میزان توانایی‌های ورزشکار در زمینه مدیریت مسائل مالی زندگی اشاره دارد، این مقوله شامل سه مقوله فرعی آینده‌نگری مالی، مقتصد مالی و بهره‌گیرنده از مشاوران مالی است و تمامی اعمالی را در برمی‌گیرد که ورزشکار برای مدیریت بهتر دخل و خرج خود به کار می‌برد. «مصرف» که مقوله‌ای کلی است و شامل تمامی اعمال مربوط به انتخاب، خرید و استفاده از انواع مختلف کالاهاست. از این رو با در نظر گرفتن کالاها و خدمات فرهنگی، این مقوله اصلی شامل دو مقوله فرعی مصرف مادی و فرهنگی است. «فراغت و تفریح» که فراغت بخشی از ساعات روزانه افراد از جمله ورزشکاران است که با رضایت خاطر و انتخاب آزادانه به استراحت و تفریح یا سایر امور می‌پردازند. این مقوله بیشتر الگوهای گذران فراغت را در ورزشکاران مدنظر داشت و شامل چهار مقوله فرعی خانوادگی، مجازی، بسته و متمایز بود. «تفکر حرفه‌ای» که حرکت فرد در داخل چارچوب و اصول ورزش حرفه‌ای را نشان می‌دهد، یعنی دیدگاه فرد نسبت به فعالیت منظم و منطقی در حرفه‌ای که از آن کسب درآمد می‌کند. این مقوله خود از سه مقوله فرعی منش ورزشی، روابط حرفه‌ای و وقت‌شناسی

تشکیل شده است. «چشم‌انداز زندگی» که به دیدگاه فرد نسبت به مسائل مهم و اساسی زندگی اشاره دارد که دارای مقوله‌های فرعی تحصیلی، سیاسی، اقتصادی-شغلی و خوشنامی بود. «شایستگی‌های عاطفی» به مجموعه توانایی‌ها و الگوهای ویژه هر شخص در مدیریت مناسب موقعیت‌های مختلف زندگی جهت مراقبت از سلامت جسمانی و روانی خود اشاره دارد. این شایستگی‌ها دارای سه مقوله فرعی هوش عاطفی، خودمدیریتی و خودمراقبتی است. «رفتارهای مذهبی» به انجام پایدار اعمال مذهبی در شخص اشاره دارد. رفتارهای مذهبی با باورهای مذهبی متفاوت است. البته بدیهی است که باورهای مذهبی در بروز این رفتارها تأثیرگذارند. این مقوله دارای دو مقوله فرعی وظایف شرعی و روابط مذهبی بود. «مسائل شخصی» که دیدگاه فرد به مسائل روزمره زندگی را نشان می‌دهد و مقوله‌های فرعی وابستگی به دیگران و بهداشت زیرمجموعه آن هستند.

یکی از بخش‌های مهم هر تحقیق مقایسه نتایج و یافته‌ها با تحقیقات قبلی است و از آنجا که این تحقیق ماهیت بنیادی داشته و تفاوت‌های اساسی با تحقیقات قبلی حوزه سبک زندگی داشت، انجام چنین مقایسه‌هایی چندان مناسب نخواهد بود، اما می‌توان به برخی تحقیقات مشابه اشاره کرد. گسترده‌ترین مفهوم سبک زندگی موجب شده در طول یک قرن اخیر (از سال‌های ۱۹۲۰ که سبک زندگی مورد توجه قرار گرفته است)، محققان مختلف عناصر متنوعی را به‌عنوان مؤلفه‌ها و مصادیق عینی سبک زندگی پیشنهاد کنند و در مطالعات خود از آنها بهره ببرند. وینک^۱ (۲۰۰۲) در یک جمع‌بندی اشاره می‌کند که محققان در ابتدا سبک زندگی را معمولاً با استفاده از عبارات فعالیت‌ها، علایق و عقاید مطالعه می‌کردند. این محقق رویکرد جدیدی برای گونه‌شناسی سبک‌های زندگی را با استفاده از مفاهیم باثبات‌تری شامل ارزش‌ها، سبک‌های زیبایی‌شناختی، چشم‌انداز زندگی و ترجیحات رسانه‌ای ارائه می‌کند (۲۱). موسیس و اولاداپو^۳ (۲۰۱۳) در تحلیل سبک زندگی بازیکنان فوتبال لیگ زنان نیجریه پرسشنامه‌ای با شش مؤلفه رژیم غذایی و تغذیه، استرس، ورزش و کنترل وزن، مصرف دخانیات، استعمال داروها و الکل و بهداشت و ایمنی را برای ارزیابی سبک زندگی سلامت‌محور بازیکنان ارائه می‌کنند. مؤلفه‌های این پژوهش همپوشانی زیادی با مقولات فرعی پژوهش ما مانند خودمراقبتی و بهداشت دارد (۲۲). در تحقیق آرای، کو و راس (۲۰۱۴) نیز یکی از ابعاد مهم مدل برند ورزشکاران سبک زندگی قابل عرضه بود. سبک زندگی قابل عرضه

-
1. Vyncke
 2. Activities, Interests and Opinions
 3. Moses & Oladapo

دارای سه زیرمؤلفه داستان زندگی، مدل نقش ورزشکار و کوشش‌های رابطه‌ای است که هر کدام از این زیر مؤلفه‌ها به ترتیب منعکس‌کننده ارزش‌های شخصی ورزشکار و جذابیت‌های او، رفتارهای اخلاقی ورزشکار که از نظر جامعه قابل تقلید است و نگرش مثبت نسبت به تعامل با هواداران، تماشاگران، حامیان مالی و رسانه‌ها است، به عبارتی یک ورزشکار برای ایجاد تصویر مطلوبی از خود باید دارای این ویژگی‌ها باشد (۱۷). توجه به این مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها نیز بیانگر همخوانی آنها با مقوله‌ها و زیرمقوله‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، تفکر حرفه‌ای (روابط حرفه‌ای)، هدفمندی (خوش‌نامی) و شایستگی‌های عاطفی این پژوهش است.

در نهایت سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی با استفاده از تحلیل خوشه‌ای انجام گرفت، در تحلیل خوشه‌ای پاسخگویان براساس مشابهت‌های درون‌گروهی و تمایزات بین‌گروهی در خوشه‌های جداگانه قرار می‌گیرند، از این رو می‌توان گفت ورزشکاران واقع‌شده در یک خوشه سبک زندگی مشابهی دارند و در مقابل ورزشکاران خوشه‌های مختلف دارای سبک‌های زندگی متمایزند. با بررسی میانگین مؤلفه‌های ده‌گانه در هر خوشه اطلاعات مفیدی در مورد میزان اهمیت هر مؤلفه در هر خوشه به دست می‌آید. همچنین با بررسی دوباره کدهای تولیدشده از مصاحبه‌ها سعی شد ویژگی‌های هر خوشه از زبان مشارکت‌کنندگان استخراج شود. خوشه‌های به دست آمده و برخی از ویژگی‌های آنها به شرح زیر بود.

مصرف‌گراها: برای سبک زندگی مصرف‌گراها مؤلفه‌های سبک زندگی به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: مصرف مادی (۴/۰۴ درصد)، سواد مالی (۳/۵۷ درصد)، تمایلات مصرف فرهنگی (۳/۴۳ درصد)، فراغت و تفریح (۳/۳۵ درصد)، تفکر حرفه‌ای (۳/۲۱ درصد)، مسئولیت‌پذیری (۳/۰۵ درصد)، شایستگی‌های عاطفی (۲/۹۸ درصد)، رفتارهای مذهبی (۲/۹۴ درصد)، مسائل شخصی (۲/۸۹ درصد) و چشم‌انداز زندگی (۲/۵۴ درصد). توجه به میانگین این مؤلفه‌ها در سبک زندگی مصرف‌گراها نشان می‌دهد مصرف مادی اهمیت فراوانی بر این گروه دارد. بنا به اهمیت داشتن مصرف مادی سواد مالی نیز در این خوشه بالاست. فراغت و تفریح نیز البته به شکل متمایز که خودش را در مصرف بروز می‌دهد، در این خوشه بالاست. تفکر حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری این گروه نیز بالاتر از میزان متوسط است که با توجه به جامعه آماری ورزشکاران قابل درک است. در این سبک زندگی شایستگی‌های عاطفی، رفتارهای مذهبی، مسائل شخصی و چشم‌انداز زندگی میانگین پایین‌تری از حد متوسط دارند. این خوشه ۸۵ نفر از آزمودنی‌ها را در برمی‌گیرد که ۲۷/۶۰ درصد از نمونه آماری را شامل می‌شود و هنگام مقایسه با حجم سایر خوشه‌ها دومین

خوشه بزرگ بین ورزشکاران نخبه است. از ویژگی‌های ورزشکاران مصرف‌گرا این است که این گروه از ورزشکاران از مصرف به‌عنوان ابزاری برای ایجاد تمایز بین خود و سایرین بهره می‌برند، بررسی نمره گویه‌های مربوط به مصرف نشان می‌دهد در این سبک زندگی تمایل برای ایجاد تمایز بالاست و این افراد برای پوشش متفاوت، تغییر محل سکونت پس از معروفیت و خرید کالاهای لوکس اهمیت زیادی قائل‌اند. در مقابل تمایل برای خرید و استفاده از کالاهای بادوام در بین مصرف‌گراها کم است. از این رو می‌توان گفت نمایش مصرف برای این گروه اهمیت فراوانی دارد و مصرف‌گراها همان ورزشکارانی هستند که با به اشتراک‌گذاری زندگی لوکس و تجملی خود در شبکه‌های مجازی واکنش سایر افراد را برمی‌انگیزند.

روزمره‌ها: برای سبک زندگی روزمره‌ها مؤلفه‌های سبک زندگی به‌ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: مصرف مادی (۳/۴۲ درصد)، فراغت و تفریح (۲/۴۷ درصد)، تمایلات مصرف فرهنگی (۲/۴۴ درصد)، چشم‌انداز زندگی (۲/۴۰ درصد)، تفکر حرفه‌ای (۲/۳۵ درصد)، سواد مالی (۲/۳۰ درصد)، شایستگی‌های عاطفی (۲/۱۵)، رفتارهای مذهبی (۲/۰۸ درصد)، مسائل شخصی (۱/۸۵ درصد) و مسئولیت‌پذیری (۱/۸۱ درصد). در سبک زندگی روزمره‌ها تمامی مؤلفه‌های سبک زندگی به‌جز مصرف مادی میانگینی کمتر از متوسط (۳) دارند، به‌عبارتی می‌توان گفت ورزشکاران این خوشه تمایلی برای انجام هیچ کاری ندارند و به‌نوعی خسته‌اند. در این سبک زندگی برنامه خاصی وجود ندارد و اگر افراد خسته باشند، بیشتر استراحت می‌کنند و اگر گرسنه باشند، بیشتر غذا می‌خورند. روزمره‌ها تحت تأثیر محیط یا دوستان هستند و متناسب با آنها از خود واکنش نشان می‌دهند. بررسی نمرات گویه‌های مؤلفه‌های مختلف نیز نشان می‌دهد برای مثال بالا بودن اوقات فراغت و تفریح در این خوشه که در حالت کلی از فراغت و تفریح خوشه اول یعنی مصرف‌گراها پایین است، تفاوت‌های اساسی با فراغت و تفریح مصرف‌گراها دارد و روزمره‌ها تمایل زیادی به فراغت و تفریح بسته از خود نشان می‌دهند. به‌طور عامیانه می‌توان گفت این گروه از ورزشکاران آنهایی هستند که از همه کس و همه چیز بریده‌اند. ۲۲ نفر از آزمودنی‌ها یعنی ۷/۱۴ درصد از نمونه آماری در این سبک زندگی قرار دارند که خوشبختانه کوچک‌ترین خوشه به‌دست آمده است.

سودمندان: برای سودمندان مؤلفه‌های سبک زندگی به‌ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: مسئولیت‌پذیری (۴/۰۵ درصد)، تفکر حرفه‌ای (۳/۳۲ درصد)، سواد مالی (۳/۱۱ درصد)، فراغت و تفریح (۳/۰۹ درصد)، تمایلات مصرف فرهنگی (۳/۰۲ درصد)، مصرف مادی (۲/۸۹ درصد)، مسائل شخصی (۲/۷۲ درصد)، شایستگی‌های عاطفی (۲/۶۷ درصد)، رفتارهای مذهبی (۲/۵۷ درصد) و چشم‌انداز زندگی (۲/۳۱ درصد). مهم‌ترین ویژگی ورزشکاران سودمند بالا بودن متغیر مسئولیت‌پذیری در آنان است. ورزشکاران این سبک

دوست دارند نسبت به جامعه مفید باشند و در قبال جامعه و اعضای آن احساس وظیفه می‌کنند. حتی بررسی نمرات گویه‌های تفکر حرفه‌ای و فراغت و تفریح که در این خوشه بالاست، نشان می‌دهد ورزشکاران سودمند دوست دارند کانالی ارتباطی با هواداران داشته باشند و به‌طور منظم نیز به آنها پاسخ دهند. همچنین این افراد تمایل دارند اوقات فراغت خود را بیشتر با خانواده و سایر نزدیکان سپری کنند؛ به عبارتی برای آنان مفید واقع شوند. سودمندان تمایل کمی برای مصرف به‌ویژه مصرف متمایزکننده از خود نشان می‌دهند. می‌توان گفت این گروه همان ورزشکارانی هستند که تحت عنوان اسوه‌های اخلاق و جوانمردی شناخته می‌شوند. ۳۸ نفر از آزمودنی‌ها یعنی ۱۲/۳۴ درصد از نمونه آماری در این خوشه قرار می‌گیرند که در بین پنج خوشه شناسایی شده چهارمین خوشه است.

حسابگران: در سبک زندگی حسابگران اهمیت مؤلفه‌های سبک زندگی به ترتیب عبارت‌اند از: سواد مالی (۴/۳۰ درصد)، فراغت و تفریح (۳/۹۷ درصد)، رفتارهای مذهبی (۳/۹۵ درصد)، شایستگی‌های عاطفی (۳/۸۴ درصد)، تمایلات مصرف فرهنگی (۳/۸۰ درصد)، تفکر حرفه‌ای (۳/۷۱ درصد)، مصرف مادی (۳/۶۲ درصد)، مسئولیت‌پذیری (۳/۵۲ درصد)، مسائل شخصی (۳/۵۲ درصد) و چشم‌انداز زندگی (۱/۸۴ درصد). حسابگران افرادی هستند که امور مالی برای آنان اهمیت فراوانی دارد. این گروه از ورزشکاران آینده‌نگری مالی بالایی دارند و همواره سعی می‌کنند از شرایط موجود خود بهترین نفع مالی را ببرند. برای مثال این افراد با بهره‌گیری از مشاوران و متخصصان سعی می‌کنند بهترین قراردادهای مالی را با تیم‌های مختلف داشته باشند. به عبارتی بازاریابی و فروش سودآور قابلیت‌ها و توانایی‌های ورزشی برای این افراد مهم‌تر از خود ماهیت آن توانایی ورزشی است. از این رو همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تفکر حرفه‌ای که منش ورزشی، روابط حرفه‌ای و وقت‌شناسی را در برمی‌گیرد، در این افراد اهمیت کمی دارد. فراغت و تفریح بسته از دیگر ویژگی‌های حسابگران است، یعنی این افراد در مؤلفه فراغت برعکس مصرف‌گراها عمل می‌کنند و تمایلی برای نمایش تمایز از خود نشان نمی‌دهند و برای آنان رسیدن به نفع مالی مهم‌تر از مصرف تفاخری است. رفتارهای مذهبی بالا نشان می‌دهد ورزشکاران حسابگر همگامی و همسویی با جریان‌های مذهبی حاکم را برای موفقیت در عرصه‌های مالی و اقتصادی لازم می‌دانند و بالا بودن شایستگی‌های عاطفی نیز مبین این است که حسابگران دوست ندارند موقعیت مناسب مالی و رو به رشد خود را مثلاً با حضور در مهمانی نامناسب از دست بدهند. می‌توان گفت این گروه از ورزشکاران همان‌هایی هستند که تحت عنوان مغزهای اقتصادی شناخته می‌شوند. ۹۴ نفر از آزمودنی‌ها یعنی ۳۰/۵۲ درصد از نمونه آماری دارای سبک زندگی حسابگری هستند که بین پنج خوشه شناسایی شده بزرگ‌ترین خوشه

است، به احتمال زیاد بالا بودن حجم این خوشه از آنجا ناشی می‌شود که وجود مسائل و مشکلات اقتصادی در جامعه از یک طرف و کوتاه بودن دوران حرفه‌ای و کسب درآمد در ورزش از طرف دیگر سبب می‌شود ورزشکاران به آینده مالی خود حساس‌تر باشند و از این‌رو تمایل به فعالیت‌های اقتصادی و حسابگری در زندگی آنان افزایش یابد.

حرفه‌ای‌ها: برای حرفه‌ای‌ها مؤلفه‌های سبک زندگی به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: تفکر حرفه‌ای (۳/۸۲ درصد)، تمایلات مصرف فرهنگی (۳/۵۵ درصد)، فراغت و تفریح (۳/۵۵ درصد)، سواد مالی (۳/۵۱)، شایستگی‌های عاطفی (۳/۴۸ درصد)، چشم‌انداز زندگی (۳/۴۴ درصد)، رفتارهای مذهبی (۳/۴۲ درصد)، مصرف (۲/۷۳ درصد)، مسئولیت‌پذیری (۲/۷۱ درصد) و مسائل شخصی (۲/۷۱ درصد). حرفه‌ای‌ها کسانی هستند که تفکر حرفه‌ای برای آنان اهمیت زیادی نسبت به سایر مؤلفه‌های سبک زندگی دارد. این افراد برای روابط حرفه‌ای، منش ورزشی و وقت‌شناسی در فعالیت ورزشی خود اهمیت قائل‌اند. مصرف فرهنگی برای آنان از مصرف مادی مهم‌تر است و حتی مصرف مادی از متوسط جامعه پایین‌تر است. متناسب بودن انواع مختلف گذران اوقات فراغت نیز از دیگر ویژگی‌های آنان است؛ سواد مالی مناسب و بالاتر از متوسط جامعه دارند، اما همه چیز مثل حسابگران برای حرفه‌ای‌ها مالی نیست، یعنی این افراد به خود ورزش و حرفه‌ای بودن در آن اهمیت می‌دهند و معتقدند که باید این کار را درست و منطبق با اصول علمی و اخلاقی انجام دهند. شایستگی‌های عاطفی در آنان بالاست؛ از همه مهم‌تر اینکه در سبک زندگی حرفه‌ای نسبت به چهار سبک قبلی چشم‌انداز زندگی بالاست که این بالا بودن نیز بیشتر در مؤلفه خوشنامی بود. سبک زندگی حرفه‌ای دقیقاً همان واژه حرفه‌ای مورد استفاده توسط رسانه‌ها و ورزشکاران و حتی افراد عادی جامعه نیست، ورزشکاران و حتی سایرین از حرفه‌ای بودن در ورزش فقط قراردادهای با مبلغ بالا را در نظر دارند، اما سایر ملزومات و شرط‌های حرفه‌ای بودن را در نظر نمی‌گیرند، در حالی که می‌توان گفت حرفه‌ای بودن معادل پول گرفتن در ورزش نیست و ممکن است ورزشکاری از بابت فعالیت در ورزش پولی دریافت نکند، اما تفکر حرفه‌ای داشته باشد. مثل ورزشکاران نوجوانی که شاید در حال حاضر قراردادهای حرفه‌ای ندارند و پولی نیز در قبال فعالیت خود دریافت نمی‌کنند، اما با تفکر حرفه‌ای به دنبال پیشرفت در رشته ورزشی خود هستند. ۶۹ نفر از آزمودنی‌ها یعنی ۲۲/۴۰ درصد از نمونه آماری در سبک زندگی حرفه‌ای قرار داشتند و از نظر حجم خوشه حرفه‌ای‌ها سومین خوشه بزرگ محسوب می‌شوند.

در جمع‌بندی کلی با توجه به پنج سبک زندگی شناسایی شده و بررسی ویژگی‌های هر سبک زندگی می‌توان گفت باید تلاش شود ورزشکاران نخبه از سبک‌های زندگی روزمره و مصرف‌گرا به سمت سایر

سبک‌ها حرکت کنند که در این بین به‌نظر می‌رسد سبک‌های زندگی سودمند و حرفه‌ای مساعدترین و مطلوب‌ترین سبک برای ورزشکاران نخبه باشد. البته هرگونه قضاوت در مورد مطلوب یا نامطلوب بودن سبک‌های موجود نیازمند انجام تحقیقات بیشتر است، اما آنچه مسلم است ورزشکاران سبک روزمره حالت منفعل و خسته‌ای در زندگی دارند و تمایلی به انجام هیچ کاری از خود نشان نمی‌دهند، می‌توان گفت ورزشکاران سبک زندگی مصرف‌گرا همان افرادی هستند که تمایل دارند سبک زندگی خود را همراستا با سبک‌های زندگی مصرف‌زده تبلیغی نشان دهند، ویژگی‌ای که مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها نیز به آن اذعان کرده بودند؛ یعنی از نظر خبرگان تحقیق بیشتر ورزشکاران غرق در مصرف (بهتر است بگویم مصرف تجملی بیش‌ازحد) شده‌اند و مصرف را راهی برای ابراز وجود می‌دانند، البته تمایل مشارکت‌کنندگان برای برجسته کردن این سبک زندگی در بین ورزشکاران از آنجا ناشی می‌شود که ویژگی‌های این سبک زندگی بیش از ویژگی‌های سایر سبک‌ها به چشم می‌آید و حتی موجبات واکنش سایر شهروندان را در پی دارد، در عین حال از نظر آماری نیز سبک زندگی مصرف‌گراها دومین سبک زندگی غالب بود. همچنان‌که اشاره شد، به‌نظر می‌رسد سبک‌های زندگی سودمند و حرفه‌ای مساعد و مطلوب‌ترین سبک زندگی برای ورزشکاران باشند، اما بزرگ‌ترین سبک زندگی به‌دست‌آمده در تحقیق مربوط به سبک زندگی حسابگران بود. نسبت دادن عنوان مطلوب‌ترین سبک به سودمندان و حرفه‌ای‌ها بدین معنا نیست که سبک زندگی حسابگران مساعد یا مطلوب نیست و شاید بتوان گفت در شرایط جامعه ما که ورزشکاران حرفه‌ای با مشکلات عدیده‌ای از جمله روشن نبودن آینده پس از بازنشستگی از ورزش روبه‌رو هستند، سبک زندگی حسابگری منطقی‌ترین سبک زندگی باشد، سبکی که در آن فرد همه تلاش خود را بر تأمین مالی زندگی خود و خانواده‌اش در حال و آینده متمرکز می‌سازد. به‌عبارتی سبک زندگی حسابگری پاسخ و واکنشی به وجود مشکلات متعدد در زندگی ورزشکاران به‌ویژه پس از بازنشستگی از ورزش حرفه‌ای است. در تأیید این استدلال می‌توان به برخی مصاحبه‌های انجام‌گرفته توسط ورزشکاران اسبق اشاره کرد، برای مثال یکی از فوتبالیست‌ها که از او به‌عنوان اسطوره فوتبال یاد می‌شود و در زندگی شخصی و تحصیلات نیز همپای ورزش به موفقیت‌هایی دست یافته است، در پاسخ به انتخاب بین فوتبال و بیزینس و رمز موفقیتش در عرصه تجاری می‌گوید: من از ابتدای فوتبالیست‌شدنم وارد بیزینس شدم. اولین پولی که گرفتم مربوط به سال ۹۳ مقدماتی جام جهانی آمریکا می‌شود. آن موقع بهترین بازیکن و آقای گل شدم. با پول‌هایی که جمع کرده بودم، با شراکت دوستم، مغازه‌ای در منیریه خریداری کردیم. از سال ۹۳ تا الآن این شراکت ادامه دارد. من دنبال ماشین عوض کردن نبودم و با توجه به اینکه پدرم کار فرش می‌کرد و قبل از آن در

اردبیل برای خودش تجارتی داشت، با بیزینس غریبه نبودم و به آن علاقه داشتم. سالی که در هیروشیما مصدوم شدم، پرسپولیس تمام حق و حقوقم را قطع کرد. اگر بیزینسی برای خودم نداشتم چه می‌کردم؟ من از همان روزها به اینجا رسیدم (۲۳). هدف از آوردن این مصاحبه قرار دادن سبک زندگی این بازیکن اسبق و مربی فعلی در یکی از پنج سبک شناسایی شده در تحقیق حاضر نیست، بلکه فقط اشاره به اهمیت صرفه‌جویی و پس‌انداز در زندگی، نامناسب بودن سبک زندگی مصرف‌محور، روشن نبودن وضعیت ورزشکاران به‌خصوص در دوران آسیب‌دیدگی و توجه به سایر مهارت‌ها و توانایی‌ها در زندگی (مانند مهارت‌های کسبوکار) یا تحصیل است، از این رو می‌توان گفت سبک زندگی یک ورزشکار باید با یک دیدگاه آینده‌نگر شکل بگیرد تا در صورت بروز مشکلاتی در زندگی امکان مدیریت و حل آن مشکلات برای فرد ورزشکار وجود داشته باشد.

همچنین مطالعات متعدد موجود در خصوص ابعاد مختلف بازنشستگی و کناره‌گیری از ورزش، مشکلات آن یا واکنش‌های ورزشکاران در مواجهه با این پدیده، می‌تواند به درک اهمیت ایجاد تعادل در بین ابعاد مختلف سبک زندگی ورزشکاران نخبه کمک کند. برای مثال تجاری و مشکل‌گشا (۱۳۹۲) نشان دادند که ورزشکاران بازنشسته با سابقه عضویت در تیم‌های ملی در صورت داشتن برنامه‌ریزی و آمادگی قبلی، به‌طور معنادار درجه بی‌کفایتی، مشکلات مالی، کاهش جایگاه و شأن اجتماعی، فشار شغلی، مشکلات مربوط به مربی و مشکلات خانوادگی کمتری را هنگام کناره‌گیری از ورزش تجربه کرده‌اند (۲۴). در تحقیق صالحی و همکاران (۱۳۹۳) نیز مهم‌ترین مشکل ورزشکاران بازنشسته ایرانی مشکلات شغلی شامل مشکلات مالی، نداشتن دانش کافی در شغلی خاص به‌غیر از ورزش، مشکل یافتن شغل جدید و مشکل سازگاری با نیازهای شغل جدید بود (۲۵). در یکی از تحقیقات خارجی انجام‌گرفته در سال ۲۰۱۶ دوسانتوس^۱ و همکاران نیز نشان دادند که ۴۳/۲ درصد ورزشکاران برزیلی مورد مطالعه در مورد آینده خود نگرانی بالایی دارند، ۷۴/۷ درصد از آنها کمک‌ها و پشتیبانی‌های پس از بازنشستگی از ورزش را ناکافی می‌دانند و ۷۸/۳ درصد از آنها مشکلات جدی در مورد چشم‌انداز شغلی خود پس از بازنشستگی دارند (۲۶). تحقیقات اشاره‌شده مؤید این نکته مهم است که داشتن آمادگی قبلی و برنامه‌ریزی برای بازنشستگی، از مشکلات عدیده پس از کناره‌گیری از ورزش در ورزشکاران (داخلی و خارجی) جلوگیری خواهد کرد. با مقایسه این یافته‌ها و تحلیل سبک‌های زندگی به‌دست‌آمده در تحقیق حاضر و همچنین

توجه به ابعاد سبک زندگی می‌توان چنین استنباط کرد، اگر ورزشکاران نخبه بتوانند بین ابعاد مختلف زندگی تعادل ایجاد کنند و سبکی مطلوب را برای خود برگزینند، در این صورت می‌توانند رشد و توسعه همه‌جانبه‌ای را در ابعاد مختلف زندگی داشته باشند و این رشد همه‌جانبه می‌تواند علاوه بر ایجاد آرامش خاطر در زمان فعلی، از بروز مشکلات متعدد در زندگی پس از کناره‌گیری از ورزش نیز جلوگیری کند. برای درک رشد همه‌جانبه در تمامی ابعاد زندگی باید به مؤلفه‌های سبک زندگی به‌دست‌آمده در این تحقیق توجه کرد. یکی از ویژگی‌های مفهوم سبک زندگی تعریف‌شده در این تحقیق برای ورزشکاران نخبه ایرانی جامعیت آن است که همه ابعاد زندگی را تحت پوشش خود قرار می‌دهد. به‌عبارتی مؤلفه‌های مدنظر در این تحقیق برای سبک زندگی ورزشکاران نخبه تفاوت‌های اساسی با مؤلفه‌هایی مانند مصرف و فراغت و تفریح (شاخص‌های مهم در سنجش سبک‌های زندگی امروزی) دارد، بنابراین اگر برای ورزشکاری مؤلفه‌هایی مانند تفکر حرفه‌ای، چشم‌انداز زندگی، شایستگی‌های عاطفی، مسئولیت‌پذیری و سواد مالی اهمیت فراوانی داشته باشد، می‌توان گفت به احتمال زیاد سبک زندگی آن ورزشکار حرفه‌ای، سودمند یا حسابگر خواهد بود. در مقابل اگر مصرف مادی و فراغت و تفریح (از نوع متمایز) برای ورزشکار پراهمیت‌تر باشد، سبک زندگی به سبک مصرف‌گرا نزدیک خواهد بود و اگر برای ورزشکاری همه این مؤلفه‌ها اهمیت اندکی داشته باشند، سبک زندگی آن روزمره خواهد بود. از این‌رو در تحلیل کلی می‌توان گفت ورزشکار نخبه باید اهمیت بیشتری برای مسائل مهم‌تر زندگی یعنی تفکر حرفه‌ای، چشم‌انداز زندگی، شایستگی‌های عاطفی، مسئولیت‌پذیری و سواد مالی قائل باشد، به‌طوری‌که حتی مصرف و فراغت و تفریح ورزشکار نیز متناسب با این مؤلفه‌ها شکل بگیرد و در تعادل با آنها باشد، تنها در این صورت می‌توان از مناسب بودن سبک زندگی اطمینان حاصل کرد و این تناسب سبک زندگی فعلی می‌تواند حتی آینده ورزشکار را تأمین کند. در نهایت با توجه به یافته‌ها می‌توان گفت در راستای بهبود سبک زندگی ورزشکاران نخبه ایرانی باید ساختارهای ورزش حرفه‌ای در کشور ایجاد یا تقویت شود، البته ایجاد ساختارهای ورزش حرفه‌ای پدیده‌ای زمان‌بر است و لازم است عوامل مختلفی در کنار هم قرار گیرند. همچنین باید از ورزشکاران نخبه حمایت‌های مناسب اجتماعی صورت گیرد، بنا به دلایلی مانند معروفیت و کسب درآمدهای بالا ورزشکاران نخبه هر جامعه بیشتر در معرض آسیب‌های اجتماعی مختلف هستند و باید ترتیبی اتخاذ کرد که ورزشکاران نخبه در برابر آسیب‌های مختلف توانمندتر شوند، بنابراین علاوه بر آموزش‌های فنی و تخصصی رشته‌های ورزشی، باید آموزش مهارت‌های زندگی، مهارت‌های اجتماعی، مهارت‌های اقتصادی و مدیریت منابع مالی مورد توجه سازمان‌های مسئول، باشگاه‌ها و حتی دانشگاه‌ها قرار گیرد. همچنین باید

متناسب با شرایط فردی و خانوادگی، علایق، ظرفیت‌های بدنی و ورزشی و سایر عوامل حمایت‌های مناسب از ورزشکار به‌منظور هدف‌گزینی هرچه بهتر در زندگی انجام گیرد، به‌نحوی که علاوه بر ایجاد توازن در زندگی فعلی، مناسب بودن زندگی آینده ورزشکار نخبه حتی پس از دوران ورزش نیز تأمین شود.

منابع و مآخذ

1. Valizadeh, M.J. (2014). The need to provide a native Iranian Islamic definition of lifestyle. *Cultural Engineering*. 2014; 75, 55-30. (In Persian).
2. Poladi, R. A study of youth lifestyle patterns. Master Thesis in Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. 2014; pp. 9-10. (In Persian).
3. Giddens, A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. John Wiley & Sons. 2013.
4. Kaffashi, M. Structural Equation Modeling of Affective Life Style Indices on Social Identity (Case of Study: Students of Islamic Azad University). *Journal of Iranian Social Development Studies*. 2014; 6(3), 105-120. (In Persian).
5. Fazeli, M. An Image of students cultural Lifestyle. *Journal of Iranian Cultural Research*. 2008; 1(1), 175-198. doi:10.7508/ijcr.2008.01.007. (In Persian).
6. Leslie, G. R., Larson, R. F., & Gorman, B. L. *Introductory sociology*: Oxford University Press. pp. 35-37. 1994.
7. Chaney, D. *Lifestyles*: Routledge, pp. 1-12. 1996.
8. Irandoost, S. F., & Ghaderzadeh, O. Qualitative Study of Typology of Lifestyles: Study of the Youth in Mahabad City. *Journal of Applied Sociology*. 2014; 25(3), 135-161. (In Persian).
9. Jalali Farahani, M., & Ali Doost Ghahfarkhi, I. *Managing sports events and camps*. Tehran, University of Tehran, pp. 41-40. 2012. (In Persian).
10. Hesami, Z., Ramazan Khani, A., Sharif Kashani, B., Fallah Tafti, S., Heidari, G. Prevalence of tobacco use and knowledge and attitude towards it in male athletes of Iranian national teams 2008. *Hakim*. 2011; 13 (2), 120-115. (In Persian).
11. Rasooli, S. M., Saatchian, V., & Elahi, A. Prioritization the aspects of athlete's endorsement on costumers purchase intention. *Sport Management Studies*. 2014; 6(24), 59-74. (In Persian).
12. Telama, R., Nupponen, H., & Pieron, M. Physical activity among young people in the context of lifestyle. *European physical education review*. 2005; 11(2), 115-137.
13. Jeffreys, I. Lifestyle Profiling in High School Athletes. *Strength & Conditioning Journal*. 2006; 28(3), 77-79.
14. Ebrahimi, G., & Behnoei, A. Life Style and Its Dimensions among the Youth Studying Boys and Girls in the City of Babolsar. *Quarterly of Cultural Studies & Communication*. 2010; 6(18), 135-160. (In Persian).

15. Soyninen, M., & Storm, T. M. The life style of the youth, their everyday life and relationships in Finland. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2010; 2(2), 1665-1669.
16. Zare B, Fallah M. The Youth Life Style in Tehran and its Determining Factors. *Journal of Iranian Cultural Research*. 2013; 5(4):75-105 (In Persian).
17. Arai, A., KO, Y. J., & Ross, S. Branding athletes: Exploration and conceptualization of athlete brand image. *Sport Management Review*. 2014; 17(2), 97-106.
18. Danaee Fard, H., Alvani, S. M., & Azar, A. Quantitative research methodology in management: a comprehensive approach. Tehran: Saffar Publication. 2015. (In Persian).
19. Artinian, B. M., Giske, T., & Cone, P. H. *Glaserian Grounded Theory in Nursing Research: Trusting Emergence*: Springer Publishing Company. 2009; pp. 5-25.
20. Habibpour, K., Safari, Reza. *Comprehensive guide to using Spss*. Third Edition, Tehran, Loyeh Publishing. 2012; pp. 745-718. (In Persian).
21. Vyncke, P. Lifestyle segmentation from attitudes, interests and opinions, to values, aesthetic styles, life visions and media preferences. *European journal of communication*. 2002; 17(4), pp. 445-463.
22. Moses, M. O., & Oladapo, R. Y. Health and Wellness Lifestyles of Nigerian Women League Football Players. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*. 2013; 2(11), pp. 939-944.
23. Young Journalists Club (2015). What are Ali Daei's businesses? What is the income of Ali Daei's wife? Address: <http://www.yjc.ir/fa/news/5856382> Accessed 10/11/2016.
24. Tojari F, Moshgelgosha E. Process of Transition from Athletics to Retirement: Charner & Scholssberg Model. *Sport Management Studies*. 2013; 5(19):63-80. (In Persian).
25. Salehi H, Amirpour Najafabadi N, Namazizadeh M. Factors influencing the sports career termination process among retired Iranian athletes. *Motor Behavior*. 2014; 6(15):113-26. (In Persian).
26. Dos Santos, A. L. P., Maressa D'Paula, G., & Bohme, M. T. S. Elite athletes' perception of retirement support systems. *International Journal of Physical Education, Sports and Health*. 2016; 3(1), 138-145.

An Analysis of the Iranian Elite Athletes' Lifestyles

Ehsan Mohamadi Turkmani^{*1}- Hossein Moeini² - Qodratullah Bagheri³- Hasan Zarei Matin⁴ - Hossein Khanifar⁵

1. Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran 2. Assistant Professor in Business Management, Hazrate Masoumeh University 3. Associate Professor in Sport Management, College of Farabi, University of Tehran 4,5. Professor in Management, College of Farabi, University of Tehran

(Received: 2016/12/27; Accepted: 2017/04/12)

Abstract

Lifestyle is a distinctive concept in modern societies. This mixed study aimed to analyze the Iranian elite athletes' lifestyle and offer a typology of their lifestyle. In the qualitative phase, 19 experts familiar with Iranian athletes' lifestyle had unstructured deep interviews; then, lifestyle components were identified using the Glaserian approach of the grounded theory. In the quantitative phase, a questionnaire with 64 items consisting of the codes of lifestyle components was designed and approved by 5 experts. Out of the statistical population (1574 premier league athletes in soccer, futsal, volleyball and basketball), 308 athletes completed the questionnaire by convenience and purposive sampling methods. The model measuring elite athletes' lifestyle components was tested with confirmatory factor analysis in LISREL8.80 software and was fitted after modification. This model had 10 components: professional thinking, emotional competencies, life vision, financial literacy, responsibility, material consumption, cultural consumption tendencies, leisure, personal issues and religious behaviors. In addition, 5 dominant lifestyles among elite athletes were identified: consumerist, quotidian, beneficent, accountant and professional using cluster analysis in Spss23 software. Characteristics of each lifestyle were discussed by a review of the qualitative and quantitative findings.

Keywords

Consumption, elite athlete, Glaserian approach, lifestyle, professional life.

* Corresponding Author: Email: Ehsan.mohamadi@ut.ac.ir Tel: +989128542335