

Identifying the Factors Threatening the Team Identity of the Fans of the Iranian National Football Team

Abed Mahmoudian¹, Saeed Sadeghi Boroujerdi², Bradlly J Baker³

1. Corresponding Author, Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran. E-mail: a.mahmoudian@uok.ac.ir
2. Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran. E-mail: sboroujerdi@uok.ac.ir
3. School of Sport, Tourism and Hospitality Management, Temple University, Philadelphia, PA, USA. E-mail: bradley.baker@temple.edu

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
25 November 2021
Received in revised form:
4 March 2022
Accepted:
17 April 2022
Published online:
23 October 2023

Keywords:
*Content Analysis,
Football Fans,
Identity Threat,
National Team,
Team Identity.*

ABSTRACT

Introduction: Threatening team identity is a new field in the literature of sports management and marketing that has recently been considered by researchers in this field. In this regard, the present study was conducted with the aim of identifying the factors threatening the team identity of national football team fans.

Methods: The method of the present research was qualitative research in the form of content analysis and the statistical population included national team fans that followed the Iranian Football Federation's Instagram page. The sampling method was purposeful and in-depth interviews were conducted with 16 participants until theoretical saturation. Coding technique and NVivo version 10 software were used to analyze the data.

Results: The results showed the factors threatening the team identity of national team fans in seven themes; weak financial management, poor executive management and illegitimate management of the federation, improper selection of players, improper selection of technical staff, poor brand of invited players and poor performance of the team are categorized.

Conclusion: The results of this study, on the one hand, eliminate the huge scientific gap in the literature threatening team identity in domestic and foreign research, and on the other hand, Managers can recognize their inappropriate actions and weaknesses in the field of threatening the team identity of national team fans and put effective strategies and strategies on their agenda to at least be able to reduce the number and amount of these factors.

Cite this article: Majmoudian, A., Sadeghi Boroujerdi, S., & Baker J, B. (2023). Identifying the factors threatening the team identity of the fans of the Iranian national football team. *Sport Management Journal*, 15 (3), 251-267.

[DOI:http://doi.org/10.22059.2022.334547.2855](https://doi.org/10.22059.2022.334547.2855).



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under CC BY-NC 4.0
| web site: <https://jrm.ut.ac.ir/> | Email: jrm@ut.ac.ir.

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

Extended Abstract

Introduction

Although sports have the ability to deeply engage fans, create intense emotional experiences, and form attachments for athletes and teams, this bond can be threatened by a number of actions or incidents. Team identity threat is a new field in sports management and marketing literature that has recently attracted the interest of sports consumer behavior researchers. The noteworthy point here is that previous researches have focused on the empirical investigation of only one factor that threatens team identity in club teams, and no research has been done inside or outside the country regarding the factors that threaten the team identity of the fans of the national football team. In this regard, the present research was conducted with the aim of identifying the factors that threaten the team identity of the fans of the Iranian national football team.

Methods

The current research has a qualitative nature in terms of practical purpose and based on data search, and was carried out with interpretive content analysis method. The statistical population of this study included all the followers of the official page of the Iranian Football Federation on the Instagram social network. In this research, the purposeful sampling method was used to identify the samples, and the sampling was done until the theoretical saturation stage, and to ensure data saturation, interviews were also conducted with two more samples. In order to analyze the data, the coding technique was used and NVivo version 10 software was used to categorize the data.

Results

The results of examining the demographic characteristics of the participants in the research interview show that 11 of the participants were male (69%) and 5 were female (31%). Their average age was 32 years and their average fan experience was 14 years. The findings of the research indicate that the factors and conditions that threaten the team identity of the national football team fans are categorized into two main themes of macro-level management weakness and micro-level management weakness, which include 7 sub-themes and 27 primary codes. The main theme of macro-level management weakness refers to the factors and conditions that at the macro-management level of the Ministry of Sports and the Football Federation have threatened the team's identity for the fans of the national team, and includes three sub-themes; The weakness of the executive management of the federation is the weakness of the financial management of the federation

and the illegitimate management of the federation. Also, the main theme of the weakness of micro-level management refers to the factors that threaten the team identity of the national team's fans at the level of individuals and personnel of the national team. The four sub-themes of improper selection of players, improper selection of technical staff, weak brand of invited players and poor performance of the team are the factors that threaten the team identity of the national team fans at this level.

Conclusion

The results of this research in both theoretical and practical parts have provided important applications for sports management researchers and football officials of the country. In the theoretical part, considering that the present research is the first study conducted in the field of the threat to the team identity of the national team fans, the importance of the obtained results is very important and has contributed to the scientific body of this field and is a new, interesting and practical field of study. In the football industry, it has brought the country to interested researchers. Also, in the practical part, the results of this research can be used for sports organizations, sports policy makers, officials and those involved in football in the country. Because, they can provide a coherent view and a complete understanding of the factors that threaten the team identity of the fans of the national football team of the country.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: The authors undertake that all ethical issues have been observed in this research.

Funding: The research was done without using financial resources

Authors' contribution: The authors have contributed equally

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest

Acknowledgments: The authors consider it necessary to thank the referees of the journal for providing constructive and scientific opinions. Also, all the participants in the interview and all the people who cooperated in the implementation of this article are appreciated and thanked.



مدیریت ورزشی



شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

عابد محمودیان^۱، سعید صادقی بروجردی^۲، برادلی جی بیکر^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. رایانامه: a.mahmoudian@uok.ac.ir

۲. گروه مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. رایانامه: sboroujerdi@uok.ac.ir

۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ورزش، دانشگاه تمپل، فیلادلفیا، آمریکا. رایانامه: bradley.baker@temple.edu

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: تهدید هویت تیمی حوزه جدیدی در ادبیات مدیریت و بازاریابی ورزشی است که به تازگی مورد توجه محققان این حوزه قرار گرفته است. در این زمینه پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال انجام پذیرفت.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۴	روش پژوهش: روش تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کیفی و به صورت تحلیل مضمون بوده و جامعه آماری شامل هواداران تیم ملی بودند که صفحه اینستاگرام فدراسیون فوتبال را دنبال می کردند. روش نمونه گیری به صورت هدفمند بود و مصاحبه عمیق با ۱۶ شرکت کننده تا اشباع نظری صورت گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک کدگذاری و نرم افزار ان ویوو استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۲/۱۳	یافته ها: نتایج نشان داد عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی در هفت مضمون؛ ضعف مدیریت مالی، ضعف مدیریت اجرایی و مدیریت نامشروع فدراسیون، انتخاب نامناسب بازیکنان، انتخاب نامناسب کادر فنی، برند ضعیف بازیکنان دعوت شده و عملکرد ضعیف تیم دسته بندی می شوند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۸	نتیجه گیری: نتایج این پژوهش از یک طرف، شکاف علمی عظیم ادبیات تهدید هویت تیمی در تحقیقات داخلی و خارجی را برطرف می کند و از طرف دیگر، مدیران می توانند به اقدامات نامناسب و نقاط ضعف خود در زمینه تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی پی ببرند و راهکارها و راهبردهای مؤثری را در دستور کار خود قرار دهند تا حداقل بتوانند تعداد و میزان این عوامل را کاهش دهند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۸/۰۱	
کلیدواژه ها: تحلیل مضمون، تهدید هویت، تیم ملی، هواداران فوتبال، هویت تیمی	

استناد: محمودیان، عابد؛ صادقی بروجردی، سعید؛ و برادلی، جی بیکر (۱۴۰۲). شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران. نشریه مدیریت ورزشی، (۳) ۱۵، ۲۶۷-۲۵۱.

DOI: <http://doi.org/10.22059/2022.334547.2855>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی رایت (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jrm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jrm@ut.ac.ir



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

فوتبال محبوب‌ترین، هیجان‌انگیزترین و در عین حال با داشتن هزاران بازیکن و نزدیک به ۳/۵ میلیارد هوادار در سراسر جهان، پرطرفدارترین رشته ورزشی جهان به‌شمار می‌رود (یگیت^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). در دنیای معاصر کنونی، این واقعیت را نمی‌توان انکار کرد که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و پیامدهای مثبتی که ورزش فوتبال برای یک کشور به‌همراه دارد، خلق و تقویت هویت ملی^۲ در جامعه آن کشور است (اخوان کاظمی و شاه‌قلعه، ۲۰۱۳).

یکی از ارکان اصلی صنعت فوتبال، هواداران^۳ هستند که مهم‌ترین ذی‌نفع به‌شمار می‌روند (گوتیرز^۴، ۲۰۱۹). هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران در واقع مشتریان تیم ملی فوتبال محسوب می‌شوند و با توجه به اینکه موفقیت هر سازمان و شرکتی در حفظ مشتریان آن سازمان یا شرکت است، حفظ هواداران تیم ملی فوتبال یکی از راه‌های کسب موفقیت برای تیم ملی فوتبال ایران محسوب می‌شود (موسوی و سلیمی، ۲۰۰۵). هواداران ورزش افرادی هستند که به تیم، ورزشکار و یا ورزش مورد علاقه خود عواطف شدیدی دارند (کیم و همکاران، ۲۰۲۰). حضور هواداران در ورزشگاه‌ها و تشویق تیم‌ها و ورزشکاران محبوبشان، نه تنها جذابیت و هیجان مسابقه را بالا می‌برد، بلکه از نظر روحی و روانی نیز تأثیر زیادی در عملکرد تیم و ورزشکاران دارند (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳a)؛ محمودیان و همکاران، ۲۰۲۱). این ارتباط روانی بین هواداران و یک ورزشکار یا تیم ورزشی، هویت تیمی^۵ نام دارد (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳b). اگرچه محققان تعاریف متعددی از هویت تیم ارائه داده‌اند، اما لوک و هیر^۶ (۲۰۱۷) استدلال کردند که مطالعات با استفاده از هویت تیمی (و نه هویت فردی هوادار) باید از توضیح تاجفل^۷ (۱۹۸۲) در مورد هویت اجتماعی به‌عنوان «عضویت ادراک‌شده فرد در یک گروه مرتبط با یک تیم ورزشی است که بخشی از خودپنداره فرد است و برای فرد دارای ارزش و اهمیت عاطفی است»، تعریف شود. هویت تیمی عنصری کلیدی در همه مدل‌های مصرف ورزش بوده (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۲) و به دلیل تأثیر مستقیم و غیرمستقیم آن بر رفتارهای مصرف ورزش بیشترین حوزه مورد بررسی در ادبیات رفتار مصرف‌کننده ورزشی است (کاتز^۸ و همکاران، ۲۰۲۰). اهمیت هویت تیمی به‌خوبی در میان دانشمندان مدیریت ورزشی بررسی (۲۱) و تأکید شده است که هویت تیمی مزایای زیادی برای هواداران، ورزشکار، تیم و سازمان ورزشی دارد (وگنر^۹ و همکاران، ۲۰۲۰).

هویت تیمی با ویژگی‌های گروه پیوند خورده است و ویژگی‌های تعریف یک گروه با گذشت زمان تغییر می‌کند. در نتیجه هرگونه هویت اجتماعی در معرض تهدید هویت^{۱۰} است (مانسفیلد^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۰). با انتقال این مفهوم به زمینه ورزش، باید پذیرفت هویت هواداران انعطاف‌پذیر بوده و مستعد تغییر در طول زمان است، زیرا عواملی می‌توانند ارتباط تیم و ورزشکار با هوادار را مختل و هویت هوادار را تهدید کنند (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳c). به‌عبارت دیگر، هرچند ورزش این توانایی را دارد که هواداران را به‌شدت درگیر کند، تجارب شدید احساسی ایجاد کند و دلبستگی‌هایی را برای ورزشکاران و تیم‌ها شکل دهد، اما این ارتباط توسط تعدادی از اقدامات یا حوادث قابل تهدید است (وستبرگ^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۰).

1. Yigit
2. National identity
3. Fans
4. Gutierrez
5. Team identification
6. Lock & Heere
7. Tajfel
8. Katz
9. Wegner
10. Identity threat
11. Mansfield
12. Westberg

با توجه به وجود وقایع منفی در صنعت ورزش، هویت هواداران خطر مواجه شدن با موقعیت‌های نامطلوب مانند، جابه‌جایی تیم (دیلیا؛ ۲۰۱۹؛ وگنر و همکاران، ۲۰۲۰)، رسوایی‌ها (دیلیا و جیمز؛ ۲۰۱۸) یا عملکرد ضعیف (دویل^۳ و همکاران، ۲۰۱۷) را دارند. همچنین اغلب ارگان‌های حاکم بر فوتبال، باشگاه‌ها یا بازیکنان متهم یا محکوم به سوء رفتارهای مانند رشوه‌خواری، فساد و دوپینگ، خشونت خانگی، سوءاستفاده از درآمد، برده‌داری مدرن، نژادپرستی، رابطه نامشروع و کلاهبرداری مالیاتی هستند (هویسزون^۴، ۲۰۱۹). برای هواداران این رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی ممکن است بر میزان هویت آنان به ورزش، تیم یا ورزشکار تأثیر بگذارد (هویسزون و همکاران، ۲۰۱۸). به عبارت دیگر، چنین شرایطی در ادبیات به‌عنوان تهدیدهای هویت تیمی شناخته می‌شوند (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰).

تهدید هویت تیمی حوزه جدیدی در ادبیات مدیریت و بازاریابی ورزشی است که به‌تازگی علاقه محققان رفتار مصرف‌کننده ورزشی را به خود جلب کرده است. نکته شایان توجه اینکه پژوهش‌های قبلی بیشتر به بررسی تجربی تنها یک عامل تهدیدکننده هویت تیمی در تیم‌های باشگاهی پرداخته‌اند و هنوز در داخل و خارج کشور در خصوص عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال پژوهشی صورت نگرفته است. با وجود این، تهدیدهای هویت تیمی به اشکال مختلف وجود دارند. محققان می‌بایست به بررسی و واکاوی تأثیر انواع دیگر تهدیدهای هویت تیمی مانند، تصمیمات مدیریت تیم پردازند (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰). تحقیقات بعدی همچنین باید هواداران را در محیط‌های مختلف ورزشی و در تعداد وسیعی از کشورها مشاهده کنند (دویل و همکاران، ۲۰۱۷). با توجه به جدید بودن تحقیقات حوزه تهدید هویت تیمی، فضای زیادی برای پرداختن به این حوزه وجود دارد، زیرا برای تکامل تحقیقات تهدید هویت تیمی به برخی ساختارها و وضوح نیاز است و این حوزه در حال توسعه است (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین مدیران ورزشی باید تهدیدات مربوط به هویت را به حداقل برسانند، زیرا از نظر اخلاقی باید نگران تهدید هویت هواداران سازمان‌های خود باشند (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳).

مرور گسترده ادبیات نشان می‌دهد علی‌رغم پژوهش‌های زیادی که در زمینه هویت تیمی، پیشایندها و پیامدهای آن در صنعت ورزش کشور هم در زمینه تیم ملی و هم باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال انجام شده، محققان حوزه مدیریت ورزشی داخلی به بررسی تهدید هویت تیمی پیشایندها و پیامدهای آن در صنعت ورزش کشور تمایلی نشان نداده‌اند. علاوه بر این، این حوزه تحقیقاتی در میان محققان مدیریت ورزشی خارجی نیز به‌تازگی مورد توجه قرار گرفته و بیشتر تمرکز تحقیقات روی تیم‌های باشگاهی است (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳). برای مثال دویل و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «من از ابتدا آنجا بودم: راهبردهای حفظ هویت که هواداران برای مقابله با تهدید استفاده می‌کنند»، بیان کردند شکست‌های مداوم تیم، هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند. همچنین نتایج پژوهش دیلیا (۲۰۱۷) با عنوان «غم مارس: کنار آمدن با تهدید هویت هوادار» نشان داد اقداماتی که به رسوایی تیم منجر می‌شوند، می‌توانند هویت تیمی هواداران را تهدید کنند. نتایج پژوهش مانسفیلد و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان «طیف‌های مبهم تهدید هویت تیم»، حاکی از آن است عملکرد ضعیف طولانی‌مدت تیم می‌تواند در نهایت هویت تیمی هواداران را تهدید کند. این محققان همچنین، طیف‌های مدت تهدید، برجستگی آن، تأثیر آن بر معنای هویت، سرعت توسعه تهدید و رابطه تهدید در سطح خرد و کلان را در یک پیوستار از دامنه کم تا زیاد به‌عنوان طیف‌هایی که تهدیدهای هویت تیمی هواداران را در برمی‌گیرد، معرفی کردند. در نهایت، نتایج پژوهش وگنر و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان «پاسخ هواداران به تهدید هویت ناشی از جابجایی تیم» نشان داد جابه‌جایی تیم از شهری به شهر دیگر، هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند.

در ایران نیز فوتبال اولین و مهم‌ترین ورزش کشور به‌شمار می‌رود، اما در چند سال گذشته موارد و اتفاقات حائز اهمیتی در سازمان‌ها و فوتبال کشور رخ داده است. برای مثال می‌توان به جدا شدن کپروش از سمت سرمربی تیم ملی، جذب ویلموتس و نتایج نه‌چندان مطلوب تیم ملی و قرارداد غیرحرفه‌ای و ضرر مالی هنگفت فدراسیون فوتبال، ناتوانی فدراسیون فوتبال در کسب امتیاز میزبانی مسابقات

1. Delia
2. Delia & James
3. Doyle
4. Huiszoon

مقدماتی، انتخابات فدراسیون فوتبال و عدم پیروزی کریمی، نامزد ریاست فدراسیون در این انتخابات، جذب اسکوچیچ به عنوان سرمربی تیم ملی (که با واکنش برخی از بازیکنان و کارشناسان مطرح فوتبال کشور مبنی به چرایی جذب یک سرمربی غیر مطرح و کلاس جهانی برای تیم ملی فوتبال ایران همراه بود) و درگیری وی با طارمی و عدم دعوت وی به اردوی تیم ملی در بازی با سوریه و لبنان اشاره کرد. به عقیده محقق و با توجه به مطالب بیان شده، پرداختن به چالش‌هایی که فرایند هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال را مختل می‌کنند، در چنین شرایطی حائز اهمیت است. از این رو پژوهش حاضر با هدف پاسخگویی به این پرسش که عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال کدامند؟، انجام پذیرفت.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و بر مبنای جست‌وجوی داده‌ها، دارای ماهیت کیفی است و با روش تحلیل مضمون تفسیری انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل همه دنبال‌کنندگان صفحه رسمی فدراسیون فوتبال ایران در شبکه اجتماعی اینستاگرام بودند (۶۴۱ هزار نفر دنبال‌کننده). در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند برای مشخص کردن نمونه‌ها استفاده شد و نمونه‌گیری تا مرحله اشباع نظری صورت گرفت و برای اطمینان از اشباع داده‌ها با دو نمونه بیشتر نیز مصاحبه انجام گرفت. با توجه به شرایط موجود کرونایی، محقق برای دستیابی به هواداران تیم ملی و مصاحبه با آنان، پیام متنی تحت عنوان «فراخوان همکاری» تنظیم کرد و از اول دی‌ماه ۱۳۹۹، تا ۲۵ آبان‌ماه ۱۴۰۰ (پایان دور رفت مسابقات مقدماتی جام جهانی ۲۰۲۲ قطر)، این پیام را برای همه پست‌های مربوط به تیم ملی فوتبال در صفحه رسمی شبکه اجتماعی اینستاگرام در بخش نظرها گذاشت. در متن پیام از هوادارانی که در طی پنج سال گذشته تصمیم به عدم هواداری از تیم ملی فوتبال گرفته بودند (حتی برای چند لحظه)، خواسته شده بود که در یک مصاحبه شرکت کنند. راه‌های ارتباطی با محقق از جمله آیدی اینستاگرام، آیدی تلگرام، شماره تماس و ایمیل در متن پیام قرار داده شده بودند. همچنین در متن پیام ذکر شده بود که به قید قرعه به چند شرکت‌کننده در مصاحبه کارت هدیه ۲۰۰ هزار تومانی تعلق خواهد گرفت.

انتخاب این بازه زمانی برای فراخوان شرکت در مصاحبه برای دنبال‌کنندگان شبکه اجتماعی اینستاگرام فدراسیون به دلیل پوشش اخبار مربوط به میزبانی مسابقات و بازی‌های مقدماتی تیم ملی، پرونده ویلموتس، نتایج مطلوب تیم ملی در مسابقات مقدماتی جام جهانی، درگیری اسکوچیچ و طارمی و غیره از طریق شبکه اجتماعی اینستاگرام بود که همین مسئله سبب شده بود، فدراسیون فوتبال در این بازه زمانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام نسبتاً فعال باشد. در نهایت، ۳۴ نفر از طریق راه‌های ارتباطی اعلام همکاری کردند. محقق اقدام به ثبت اطلاعات این افراد (از جمله جنسیت، سن، سابقه هواداری از تیم ملی، استان محل سکونت و سطح هویت تیمی) و پس از اتمام بازه زمانی مشخص شده، ۲۵ نفر از آنان برای مصاحبه مناسب تشخیص داده شدند. در واقع جهت تعمیم بهتر نتایج به جامعه آماری، چند متغیر توصیفی کنترلی از جمله سابقه هواداری (بیشتر از ۵ سال)، پراکندگی محل سکونت (استان‌های کشور)، سطح هویت تیمی (هویت بالا) و جنسیت (زن و مرد) در انتخاب هواداران واجد شرایط برای مصاحبه مدنظر قرار گرفته شد.

با توجه به شرایط موجود کرونایی و فاصله زیاد جغرافیایی، با هماهنگی‌های به عمل آمده با هواداران، از طریق شبکه اجتماعی واتساپ و به صورت تماس تصویری مصاحبه‌ها انجام گرفتند. این روش مصاحبه آنلاین با پژوهش مانسفیلد و همکاران (۲۰۲۰) سازگار است. در نهایت با ۱۶ نفر (۲+۱۴) از جامعه آماری مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و عمیق صورت گرفت و داده‌ها گردآوری شدند. تری و همکاران (۲۰۰۶) معتقدند تجربه زیسته ملاک روش تحقیق کیفی است. به عبارت دیگر، تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان در پژوهش‌های کیفی، ملاک خبرگی آنان در حوزه موردنظر است، در نتیجه، هواداران فوتبال را می‌توان مشارکت‌کننده خبره در پژوهش‌های تهدید هویت تیمی هواداران دانست، زیرا دارای تجربه زیسته کافی در این حوزه هستند. در این زمینه در پژوهش حاضر هواداران تیم ملی فوتبال به عنوان مشارکت‌کننده خبره در نظر گرفته شدند و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. هر مصاحبه حدود یک ساعت به طول

¹ Terry

انجامید و هر شرکت کننده خود را به عنوان هوادار تیم ملی فوتبال ایران معرفی می کرد. در روند مصاحبه سؤالاتی مانند آیا طی چند سال گذشته تجربه این را داشتید که از تیم ملی ناراحت شده باشید؟ آیا برای شما اتفاق افتاده که تمایلی به حمایت و هواداری از تیم ملی نداشته باشید؟ چه چیزی سبب شده که دلسردی در شما شکل بگیرد؟ آیا در چند سال گذشته تصمیم گرفتید که پیگیر بازیها و اخبار تیم ملی نباشید؟ چه مواردی موجب شدند که شما این تصمیم را بگیرید؟ برای دستیابی به پاسخ پرسش پژوهش از آنان پرسیده می شد.

علاوه بر این، از آنجا که دعوت به شرکت در مصاحبه با گذاشتن متن فراخوان در بخش نظرها پستهای اینستاگرامی بود، هوادارانی فراخوان را دیده و تمایل به همکاری ابراز کرده اند که به دنبال خواندن یا نوشتن نظراتی مربوط به پستها بوده اند، پس می توان گفت هواداران شرکت کننده در مصاحبه ها از هویت بالایی برخوردار بوده اند، زیرا کامنتها نشان دهنده شکل قوی تری از تعامل و درگیری هواداران با پستهای اینستاگرام تیم و ورزشکار نسبت به لایکها هستند (چو و همکاران، ۲۰۱۴؛ محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳a). برای تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک کدگذاری و نرم افزار ان ویوو نسخه ۱۰ جهت دسته بندی داده ها استفاده شد. ابتدا داده ها با استفاده از دستورالعمل راسمن و رالیس (۲۰۱۲) به صورت دستی کدگذاری شده و سپس کدها برای اهداف سازمانی، در نرم افزار تجزیه و تحلیل داده های کیفی ان ویوو ثبت شدند. برای اطمینان از اعتمادپذیری و انتقال پذیری (روایی)، ابتدا شرایطی فراهم شد که پژوهش مشارکتی باشد، یعنی همزمان از برخی مشارکت کنندگان در تحلیل و تفسیر داده ها کمک گرفته شد. سپس برای تطبیق توسط اعضا، دو نفر از افراد خبره مرحله نخست، فرایند تحلیل و مقوله های به دست آمده را بازبینی کردند. در ادامه برای اتکاپذیری (پایایی) پژوهش، سه اقدام اساسی صورت گرفت.

۱. کدگذاری مجدد توسط محقق، پس از یک هفته از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً جهت کدگذاری داده ها اقدام کرد. پایایی بازآزمون این تحقیق برابر ۸۳ درصد به دست آمد. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد بوده، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاریها مورد تأیید است. ۲. برای تحلیل داده ها از نرم افزار ان ویوو استفاده شد. کرسول یکی از راه های رسیدن به پایایی در پژوهش کیفی را استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی می داند. در نهایت برای کسب اطمینان بیشتر برای تعیین پایایی، از فرمول ویلیام اسکات استفاده شد. بدین منظور ۱۰ درصد از مصاحبه ها به همراه تعاریف عملیاتی، برای کدگذاری به پژوهشگر دیگر داده شد. کدگذاری مقوله ها و زیرمقوله ها و نیز شاخصها، برابر دستورالعمل صورت گرفت (کرسول و کرسول، ۲۰۱۷). درصد توافق میان دو کدگذار از طریق ضریب پایایی اسکات محاسبه شد. از آنجا که میزان ضریب پایایی اسکات ۸۰ درصد به دست آمد، این عدد نشان دهنده اتکاپذیری بسیار بالای پژوهش است، زیرا در صورتی که ضریب توافق بین آنان بیش از ۷۰ درصد باشد، می توان ابراز کرد که بین کدگذاران توافق وجود دارد.

یافته های پژوهشی

جدول ۱، فهرست افراد مصاحبه شونده و برخی از ویژگی های جمعیت شناختی آنان را نشان می دهد. نتایج بررسی ویژگی های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در مصاحبه پژوهش نشان می دهد ۱۱ نفر از شرکت کنندگان مرد (۶۹ درصد) و ۵ نفر نیز زن (۳۱ درصد) بودند؛ میانگین سنی آنان ۳۲ سال و میانگین سابقه هواداری ۱۴ سال بود.

1. NVIVO

2. Creswell

3. Creswell & Creswell

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش

مشارکت‌کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	استان	هواداری	شغل	مشارکت‌کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	استان	هواداری	شغل
P ₁	مرد	۳۶	ارشد	تهران	۲۰	آزاد	P ₉	مرد	۵۲	دکتری	تهران	۲۵	دبیر
P ₂	مرد	۱۸	دیپلم	آذربایجان شرقی	۵	دانش‌آموز	P ₁₀	زن	۲۰	فوق دیپلم	کردستان	۸	خانه‌دار
P ₃	زن	۲۲	کارشناسی	خراسان رضوی	۸	دانشجو	P ₁₁	مرد	۲۷	ارشد	همدان	۱۶	کارمند
P ₄	مرد	۵۹	کارشناسی	کرمان	۱۵	بازنشسته	P ₁₂	مرد	۳۷	دکتری	هرمزگان	۲۱	کارمند
P ₅	زن	۱۵	سیکل	فارس	۷	دانش‌آموز	P ₁₃	مرد	۲۹	کارشناسی	بوشهر	۱۴	آزاد
P ₆	مرد	۱۹	کارشناسی	اصفهان	۸	دانشجو	P ₁₄	زن	۳۰	دکتری	سمنان	۱۸	دانشجو
P ₇	مرد	۴۱	کارشناسی	لرستان	۲۰	کارمند	P ₁₅	مرد	۴۰	ارشد	مازندران	۲۵	آزاد
P ₈	مرد	۲۱	کارشناسی	گیلان	۹	دانشجو	P ₁₆	زن	۱۸	دیپلم	ایلام	۷	دانش‌آموز

ابتدا محقق اقدام به خواندن چند باره مصاحبه‌ها کرد تا عواملی را که هویت تیمی هواداران شرکت‌کننده در مصاحبه را تهدید می‌کنند، به‌طور کامل درک کند. این مرحله از تجزیه و تحلیل را می‌توان استقرایی در نظر گرفت، زیرا محقق در وهله اول علاقه‌مند است تا بیانات شرکت‌کنندگان را درک و سپس بر اساس سؤالات پژوهش، کدهایی را استخراج کند که بهره‌گیری از آنها، نتایج ثمربخش‌تری در فرایند تحقیق دارند (دیلیا، ۲۰۱۹). برای تهیه عنوان و نام کدها، سعی شده است تا عناوینی که از هر لحاظ معرف و براننده مقولات خود است، انتخاب شوند. از آنجا که فرایند تحقیق کیفی ماهیتی غیرخطی دارد، فرایند کدگذاری بارها و بارها تکرار شد تا در نهایت پس از کدگذاری‌های چندمرحله‌ای، کدهای استخراجی به‌صورت مفاهیم، زیرمضمون و مضامین اصلی به شرح جدول ۲-۵ و شکل ۱ به‌دست آمدند.

جدول ۲. کدهای باز عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

ارجاعات	منابع	کدهای اولیه
۴	۴	انتخاب افراد غیرمطرح در کادر فنی
۵	۴	انتخاب کادر فنی از یک تیم خاص
۳	۳	بازی دوستانه با تیم‌های ضعیف و غیر مطرح
۳	۳	باندبازی در انتخاب ریاست فدراسیون
۵	۴	بدهی‌های هنگفت مالی
۷	۶	جذب سرمربی غیرمطرح و ناشناس
۷	۵	حضور افراد سیاسی در مدیریت فدراسیون
۵	۴	حضور مدیران ناکارآمد در مدیریت فدراسیون
۹	۷	دعوت بازیکنان غیر مطرح و با عملکرد فنی پایین
۱۰	۸	دعوت سلیقه‌ای بازیکنان
۳	۳	دعوت کردن بازیکن خاصی
۵	۴	دعوت نکردن بازیکن خاصی
۴	۴	سیک بازی غیر جذاب
۷	۵	شانیه عدم دعوت بازیکنان با اقلیت قومی و دینی
۳	۳	شخصیت بازیکنان دعوت شده
۴	۴	ضعف در تأمین امکانات، تجهیزات، فناوری، ...
۳	۳	طراحی نامناسب لباس تیم ملی
۶	۵	ناتوانی در گرفتن امتیاز میزبانی رویدادها
۵	۵	عدم شخصیت کارزماتیک کادر فنی و سرمربی
۷	۶	عدم شفافیت در انتخاب بازیکنان
۶	۶	عدم شفافیت در انتخاب سرمربی
۳	۳	عدم شفافیت در درآمدها و بدهی‌ها
۷	۶	صعود نکردن به جام جهانی
۵	۵	عملکرد ضعیف در مسابقات مختلف
۶	۵	قراردادهای غیر حرفه‌ای با کادر فنی
۵	۵	نبود بازیکنان شاخص و اسطوره
۵	۴	وجود بازیکنان بی‌تعصب

جدول ۳. کدهای محوری عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

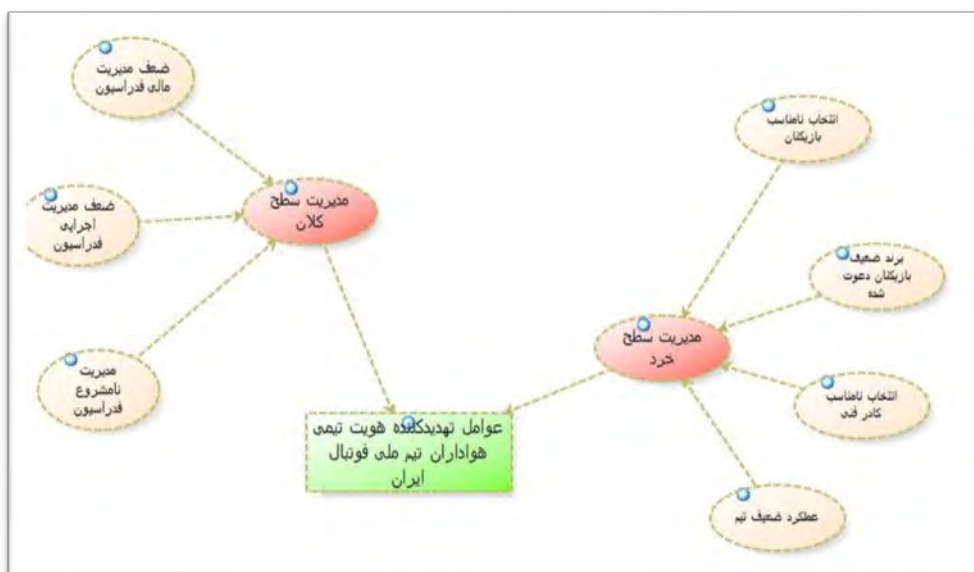
ارجاعات	منابع	مضمون‌های فرعی
۴۱	۲۳	انتخاب نامناسب بازیکنان
۲۰	۱۵	انتخاب نامناسب کادر فنی
۱۲	۱۰	برند ضعیف بازیکنان دعوت شده
۲۰	۱۵	ضعف مدیریت اجرایی فدراسیون
۱۴	۱۰	ضعف مدیریت مالی فدراسیون
۱۹	۱۳	عملکرد ضعیف تیم
۱۵	۱۰	مدیریت نامشروع فدراسیون

جدول ۴. کدهای گزینشی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

مضامین اصلی	منابع	ارجاعات
ضعف مدیریت سطح خرد	۲۵	۹۲
ضعف مدیریت سطح کلان	۲۱	۴۹

جدول ۵. دسته‌بندی نهایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کدهای اولیه	گزاره‌های مفهومی - منطقی
ضعف مدیریت سطح کلان	ضعف مدیریت اجرایی فدراسیون	جذب سرمربی غیر مطرح و ناشناس، طراحی نامناسب لباس تیم ملی، ناتوانی در گرفتن امتیاز میزبانی رویدادها، ضعف در تأمین امکانات، تجهیزات، فناوری، غیره	انتخاب اسکوپ‌چپ با سابقه عملکرد نامطلوب در لیگ برتر و دسته‌های پایین‌تر فوتبال ایران فاجعه بود، ناتوانی در تهیه VAR نگران‌کننده است، ناکامی در کسب میزبانی غیرقابل تحمل است، قراردادهای غیرحرفه‌ای با تولیدکننده البسه (آل اشپورت) نامیدکننده است، و غیره
	ضعف مدیریت مالی فدراسیون	قراردادهای غیرحرفه‌ای با کادر فنی، عدم شفافیت در درآمدها و بدهی‌ها، بدهی‌های هنگفت مالی	قرارداد ویلموتس مضحک بود، عدم شفافیت در پاداش‌های فیفا وجود دارد، اخبار مربوط بدهی به شرکت شستا غیرقابل تصور بود، و غیره
	مدیریت نامشروع فدراسیون	حضور افراد سیاسی در مدیریت فدراسیون، حضور مدیران ناکارآمد در مدیریت فدراسیون، باندبازی در انتخاب ریاست فدراسیون	عدم حضور پیشکسوتان فوتبالی در رأس فدراسیون دلسردکننده است، عدم پیروزی علی کریمی در انتخابات تأسف بار بود، حضور افراد نظامی شرم‌آور است، و غیره
	انتخاب نامناسب بازیکنان	دعوت سلیقه‌ای بازیکنان، دعوت نکردن بازیکن خاصی، عدم شفافیت در انتخاب بازیکنان، دعوت کردن بازیکن خاصی، دعوت بازیکنان غیر مطرح و با عملکرد فنی پایین، شائبه عدم دعوت بازیکنان با اقلیت قومی و دینی	دعوت نشدن غفوری با عملکرد عالی جای سؤال دارد، تغییر فهرست تیم ملی در قبل و بعد از بازار نقل و انتقالات شائبه‌برانگیز است، دعوت بازیکنان با عملکرد فنی پایین نگران‌کننده است، و غیره
ضعف مدیریت سطح خرد	برند ضعیف بازیکنان دعوت‌شده	نبود بازیکنان شاخص، وجود بازیکنان بی‌تعصب، شخصیت بازیکنان دعوت‌شده،	دعوت از کنعانی‌زادگان با وجود مسائل اخلاقی و توهین به هواداران تیم رقیب صحیح نبود، برخی از بازیکنان (مانند شیرینی) در حد تیم ملی نیستند، و غیره
	انتخاب نامناسب کادر فنی	عدم شفافیت در انتخاب سرمربی، عدم شخصیت کاریزماتیک کادر فنی و سرمربی، انتخاب افراد غیرمطرح در کادر فنی، انتخاب کادر فنی از یک تیم خاص	انتخاب ویلموتس و اسکوپ‌چپ شک‌برانگیز بود، انتخاب دستیارهای با سطح دانش پایین ناامیدکننده است، انتخاب کادر از تیم پرسپولیس شائبه‌برانگیز بود، و غیره
	عملکرد ضعیف تیم	عملکرد ضعیف در مسابقات مختلف، بازی دوستانه با تیم‌های ضعیف و غیرمطرح، سبک بازی غیرجذاب، عدم صعود به جام جهانی	عملکرد ضعیف در دوران ویلموتس فاجعه‌بار بود، برگزاری بازی دوستانه با تیم‌های سطح پایین دور از سطح فوتبال ایران است، شک و شبهه در صعود به جام جهانی استرس‌زاست، و غیره



شکل ۱. مدل استخراجی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران

بحث و نتیجه‌گیری

محققان روش‌های فراوانی را برای تأثیرگذاری بر رفتار هواداران فوتبال ارائه کرده‌اند، به طوری که ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران را از مهم‌ترین راهکارها برشمرده‌اند (نعمت‌زاده و همکاران، ۲۰۲۱). هرچند بارها مشاهده شده است که هواداران ورزشی درباره عملکرد تیم، سرمربی، کیفیت بازیکنان و وضعیت استادیوم شکایت کرده‌اند، اما علی‌رغم این شکایات، همچنان هواداران در ورزشگاه حضور می‌یابند، بنابراین به نظر می‌رسد حلقه اتصال هواداران به باشگاه‌های فوتبال، هویت تیمی آنان است (پورکیانی و همکاران، ۲۰۲۰). محققان معتقدند هویت تیمی در معرض تهدید است، زیرا به‌طور مداوم نیروهای داخلی و خارجی ارتباط هوادار با تیم را مختل و هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کنند (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۳). در این زمینه هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران بود. با توجه به اینکه تحقیقی که به‌صورت ویژه، عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال را در خارج و داخل کشور بررسی کرده باشد، یافت نشد، تحلیل متغیرها بر اساس یافته‌های پژوهش صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عوامل و شرایط تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال در دو مضمون اصلی ضعف مدیریت سطح کلان و ضعف مدیریت سطح خرد که ۷ مضمون فرعی و ۲۷ کد اولیه را در برمی‌گیرند، دسته‌بندی می‌شوند. مضمون اصلی ضعف مدیریت سطح کلان به عوامل و شرایطی اشاره دارد که در سطح کلان مدیریتی وزارت ورزش و فدراسیون فوتبال، موجبات تهدید هویت تیمی را برای هواداران تیم ملی رقم می‌زند و دربردارنده سه مضمون فرعی؛ ضعف مدیریت اجرایی فدراسیون، ضعف مدیریت مالی فدراسیون و مدیریت نامشروع فدراسیون است. همچنین مضمون اصلی ضعف مدیریت سطح خرد به عواملی اشاره دارد که در سطح افراد و پرسنل تیم ملی موجبات تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی را فراهم می‌کند. چهار مضمون فرعی انتخاب نامناسب بازیکنان، انتخاب نامناسب کادر فنی، برند ضعیف بازیکنان دعوت‌شده و عملکرد ضعیف تیم عامل‌های تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی در این سطح هستند.

مضمون ضعف مدیریت اجرایی فدراسیون به مدیریت ضعیف، تصمیم‌های نادرست و برنامه‌های ناکارآمد فدراسیون فوتبال اشاره دارد. این مضمون دربردارنده چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی، جذب سرمربی غیر مطرح و ناشناس، طراحی نامناسب لباس تیم ملی، ناتوانی در گرفتن امتیاز میزبانی رویدادها و ضعف در تأمین امکانات، تجهیزات، فناوری و غیره است. این یافته می‌تواند بر

اساس پیشنهاد وگنر و همکاران (۲۰۲۰) که بیان کرد تصمیمات مدیریت در تهدید هویت تیمی هواداران ارزیابی شود، تأیید می‌شود. در این زمینه برخی از تصمیمات وزارت ورزش و جوانان یا فدراسیون فوتبال در خصوص تیم ملی را می‌توان عاملی تهدیدکننده برای هویت هواداران تیم ملی برشمرد. ریشلو^۱ و همکاران (۲۰۱۱) سرمربی تیم را به‌عنوان یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران گزارش کردند. در پژوهش حاضر از نظر هواداران شرایط قرارداد ویلموتس و انتخاب اسکوچیچ عامل‌های تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی بودند. همچنین حواشی کیفیت لباس تیم ملی در جام جهانی ۲۰۱۸ (تأخیر در رونمایی لباس تیم ملی) و انتقاد بازیکنان از کیفیت کمیت لباس تمرین و مسابقه در بازی با لبنان و سوریه از دیگر مواردی بود که هواداران را نگران و از هواداری تیم ملی دلسرد کرده بود. در نهایت، ناتوانی در کسب میزبانی مسابقات و تهیه و استقرار کمک‌داور ویدئویی عواملی بودند که هواداران تیم ملی در مصاحبه‌ها به‌عنوان عوامل تهدیدکننده هویت تیمی خود برمی‌شمردند. در نتیجه مسئولان وزارت ورزش و سیاستگذاران ورزشی می‌بایست با تسهیل روند حضور مدیران ورزشی در انتخابات فدراسیون و انتصاب مدیران توانمند از بروز عواملی که در این زمینه هویت تیمی هواداران تیم ملی را تهدید می‌کنند، جلوگیری به‌عمل آورند تا هواداران از حمایت تیم ملی دست برندارند.

مضمون ضعف مدیریت مالی فدراسیون به مدیریت ضعیف و آشفتگی اقتصادی فدراسیون فوتبال اشاره دارد. این مضمون نیز شامل سه عامل تهدیدکننده هویت تیمی یعنی قراردادهای غیرحرفه‌ای با کادر فنی، عدم شفافیت در درآمدها و بدهی‌ها و بدهی‌های هنگفت مالی است. از دیدگاه هواداران این عوامل موجب تهدید هویت تیمی آنان نسبت به تیم ملی فوتبال می‌شوند. نوروزی و همکاران (۲۰۱۸) به ضعف امور مالی در لیگ برتر ایران اشاره و وضعیت آن را اسفناک توصیف کردند. بهنام و همکاران (۲۰۰۷) و قبادی یگانه و همکاران (۲۰۲۰) نیز معتقدند عدم شفافیت مالی، باشگاه‌های فوتبال ایران را از حرفه‌ای‌گرایی دور کرده است. در چند سال اخیر در فدراسیون فوتبال اتفاقاتی رخ داده است که بازگوکننده این مضامین هستند. برای نمونه، پرونده مارک ویلموتس نمونه بارز یک قرارداد غیرحرفه‌ای همراه با ضرر هنگفت مالی برای فوتبال کشور بود. انتصاب مدیران متخصص و کارآمد در کنار سایر مسائل مدیریتی، می‌تواند با فعال‌سازی کمیته بازاریابی اقدام به تدوین راهبردهای بازاریابی مختلف کرده و بخش اقتصادی باشگاه را نیز به بهترین شکل ممکن اداره کنند و نه تنها به میزان کفایت، درآمد و تراز مالی مثبت ایجاد کرده، بلکه از بروز عوامل مالی که هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند، نیز پیشگیری کنند تا همچنان از حمایت پایگاه میلیونی هواداران فوتبال کشور برخوردار باشند.

مضمون مدیریت نامشروع فدراسیون نیز یکی دیگر از مضامین تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال و دربردارنده سه عامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران یعنی حضور افراد سیاسی در مدیریت فدراسیون، حضور مدیران ناکارآمد در مدیریت فدراسیون و باندبازی در انتخاب ریاست فدراسیون است. از دیدگاه هواداران تصمیمات وزارت ورزش و جوانان برای تأیید و اجازه حضور این‌گونه افراد در انتخابات فدراسیون، شرایط تهدید هویت تیمی را فراهم می‌سازند. به‌عبارت دیگر، حضور مدیران ناکارآمد و ناموفق، با سابقه سیاسی و عدم استفاده از پیشکسوتان فوتبال یا فارغ‌التحصیلان مدیریت ورزشی در رأس فدراسیون، هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند. طباطبائیان و همکاران (۲۰۱۸) بیان کردند لیگ برتر فوتبال ایران از نبود مدیران و نیروی انسانی مجرب رنج می‌برد. همچنین یانپی و همکاران (۲۰۲۱) معتقدند فقدان تخصص لازم دو چالش اساسی برای فوتبال کشور است. در نهایت، قبادی یگانه و همکاران (۲۰۲۰) انتصاب و گزینش مدیران بر اساس مسائل سیاسی و عدم حضور مدیران مجرب را از موانع حرفه‌ای‌گرایی فوتبال کشور برشمردند. همچنین ریشلو و همکاران (۲۰۱۱) شخصیت و رفتار مالک یا مدیرعامل تیم را یکی از مؤلفه‌های تسهیل‌کننده توسعه هویت تیمی هواداران باشگاه‌های فوتبال می‌دانند. بر کسی پوشیده نیست که بسیاری از اتفاقاتی که در فدراسیون فوتبال رخ می‌دهند، زمینه و شرایط تهدید هویت تیمی را برای هواداران به ارمغان می‌آورند، به‌دلیل مدیریت ناکارآمد فدراسیون است. بسیاری از هواداران مصاحبه‌شونده مدیران غیرفوتبالی را عامل اصلی برای عدم هواداری از تیم ملی بیان می‌کردند و عدم انتخاب علی کریمی در انتخاب فدراسیون را نمونه بارز اتفاقات تهدیدآمیز مثال می‌زدند. در نتیجه مسئولان وزارت ورزش و سیاستگذاران ورزش کشور می‌بایست با اصلاح اساسنامه

¹ Richelieu

انتخابات فدراسیون فوتبال از ورود افراد سیاسی و ناکارآمد جلوگیری کرده و با انتخاب مدیران توانمند و پیشکسوتان فوتبالی شرایط و عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی را کنترل و رفع کند.

عملکرد ورزشی ضعیف تیم، اولین مضمون فرعی تهدیدکننده هویت تیمی در سطح خرد از دیدگاه هواداران تیم ملی بود. این مضمون خود دربردارنده چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی؛ عملکرد ضعیف در مسابقات مختلف، بازی دوستانه با تیم‌های ضعیف و غیر مطرح، سبک بازی غیر جذاب و عدم صعود به جام جهانی است. بر همگان آشکار است که تیم ملی فوتبال ایران حتی در زمان سرمربیگری کیروش هم با تیم‌های نه‌چندان مطرح در فوتبال بازی دوستانه برگزار می‌کرد. همچنین خیلی از مردم و کارشناسان نگران عدم صعود تیم ملی به جام جهانی ۲۰۲۲ قطر به دلیل عملکرد ضعیف در زمان ویلموتس بودند. هرچند عملکرد تیم ملی تحت هدایت اسکوچیچ، بسیار مطلوب بوده و به‌عنوان سرگروه شرایط صعود به جام جهانی را تا حدودی فراهم کرده است، اما بسیاری از مصاحبه‌شوندگان به موفقیت تیم ملی در جام جهانی و بازی با تیم‌های قوی و صاحب سبک در فوتبال امیدوار نبودند. علاوه بر این، ریشلو و همکاران (۲۰۱۱) سبک بازی جذاب را به‌عنوان یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران یک تیم فوتبال گزارش کردند. در این زمینه بسیاری از هواداران مصاحبه‌شونده از سبک بازی تیم ملی رضایت کافی نداشتند. در نهایت، دوئل و همکاران (۲۰۱۷) و مانسفیلد و همکاران (۲۰۲۰) نیز معتقدند عملکرد ضعیف تیم از مهم‌ترین عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران است. از این‌رو مدیران و مسئولان فدراسیون فوتبال می‌بایست از یک طرف، با جذب و به خدمت گرفتن کادر فنی قوی و سرشناس با فلسفه بازی جذاب و از طرف دیگر، با دعوت از تیم‌های قوی و مطرح در فوتبال و بازی دوستانه با آنها و عملکرد مطلوب در مسابقات مختلف سعی کنند شرایط و عواملی را که ممکن است هویت تیمی هواداران تیم ملی را تهدید کند، کاهش دهند تا همچنان از حمایت هواداران تیم ملی برخوردار شوند.

مضمون انتخاب نامناسب بازیکنان از دیگر مضامین و عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی بود. این مضمون نیز دربردارنده شش عامل تهدیدکننده هویت تیمی دعوت سلیقه‌ای بازیکنان، دعوت نکردن بازیکن خاصی، عدم شفافیت در انتخاب بازیکنان، دعوت کردن بازیکن خاصی، دعوت بازیکنان غیر مطرح و با عملکرد فنی پایین و شائبه عدم دعوت بازیکنان با اقلیت قومی و دینی است. به عبارت دیگر، مصاحبه‌شوندگان به کرات این موارد و اتفاقات را شرایط و عوامل تهدیدکننده هویت تیمی خود بیان می‌کردند. محتوای صحبت‌های نقادانه بسیاری از کارشناسان فوتبال پیرامون تیم ملی اشاره به برخی از این موارد (برای مثال حضور چندین بازیکن در لیست تیم ملی در قبل از بازار نقل و انتقالات و حذف اسامی آنان از فهرست تیم ملی بعد از بازار نقل و انتقالات، دعوت از بازیکنان با عملکرد فنی پایین در بازی‌های لیگ، چرایی عدم دعوت بازیکنانی با سطح عملکرد بالا و غیره) است. همان‌طور که حضور بازیکنان ستاره یکی از مهم‌ترین عناصر ایجاد، تقویت و توسعه هویت تیمی هواداران برای تیم‌های فوتبال است (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۱)، حضور بازیکنان با سطح عملکرد پایین نیز می‌تواند هویت تیمی هواداران را کاهش دهد. در نتیجه، مسئولان فدراسیون فوتبال می‌بایست با نظارت کافی بر کادر فنی، در انتخاب و دعوت بازیکنان جای هیچ شک و شبهه‌ای باقی نگذارند، زیرا هرگونه شک و شبهه‌ای در شبکه‌های اجتماعی به شدت به اشتراک گذاشته شده و نه تنها شرایط تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی را تسهیل می‌کند، بلکه نگرش منفی در عموم مردم نیز شکل می‌دهد و پیامدهای ناگواری برای فوتبال کشور به همراه می‌آورد.

مضمون انتخاب نامناسب کادر فنی از دیگر مضامین و عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی بود. این مضمون چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی، عدم شفافیت در انتخاب سرمربی، عدم شخصیت کاریزماتیک کادر فنی و سرمربی، انتخاب افراد غیر مطرح در کادر فنی و انتخاب کادر فنی از یک تیم خاص را پوشش می‌دهد. از نظر هواداران این قبیل تصمیمات مدیریت فدراسیون در خصوص سرمربی تیم ملی هویت آنان را تهدید کرده بود. ریشلو و همکاران (۲۰۱۱) سرمربی تیم را به‌عنوان یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران گزارش کردند. بر کسی پوشیده نیست که انتخاب اسکوچیچ به‌عنوان سرمربی تیم ملی از سوی هواداران، کارشناسان و پیشکسوتان فوتبال به شدت مورد نقد واقع شد. از این‌رو پیشنهاد می‌شود مسئولان فدراسیون با انتخاب سرمربی و کادر فنی قوی و سرشناس و در سطح کلاس جهانی و تیم ملی، از ایجاد هرگونه شائبه پیرامون انتخاب و شخصیت سرمربی و کادر فنی جلوگیری کنند تا زمینه بروز اتفاقات و شرایط تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی به‌وجود نیاید.

مضمون برند ضعیف بازیکنان دعوت شده آخرین مضمون و عامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی بود. این مضمون خود دربردارنده سه عامل تهدیدکننده هویت تیمی، نبود بازیکنان شاخص و اسطوره، وجود بازیکنان بی تعصب و شخصیت بازیکنان دعوت شده است. این یافته با نتایج پژوهش‌های پارکر و فینک (۲۰۱۲) و دیلیا (۲۰۱۷) همراستاست. این محققان در پژوهش‌های خود بیان داشتند که تخلف و رسوایی ورزشکار زمینه تهدید هویت تیمی هواداران را فراهم می‌نماید. همچنین محمودیان و همکاران (۲۰۲۱) معتقدند بازیکنان ستاره و برند شده، زمینه تقویت و توسعه هویت تیمی هواداران را ایجاد می‌کنند. از این رو حضور بازیکنان با رفتار و شخصیت نامناسب می‌تواند موجبات بدبینی نسبت به تیم ملی را ایجاد کرده و زمینه کاهش هویت تیمی هواداران را تسهیل کند. به طوری که در طی روند مصاحبه، هواداران از شخصیت، رفتار و بی‌تعصبی برخی از بازیکنان دعوت شده گلهمند بودند و بیان می‌کردند که حضور این قبیل بازیکن در تیم ملی آنان را نسبت به هواداری از تیم ملی دلسرد کرده است.

نتیجه‌گیری نهایی

فوتبال، ورزش نخست بیش از ۸۰ کشور دنیاست و هواداران، رکن اصلی و دارای بیشترین اهمیت در این ورزش هستند و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های اصلی به فوتبال هر کشوری هویت می‌دهند (موسوی و سلیمی، ۲۰۰۵). در این زمینه پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی تیم ملی فوتبال انجام گرفت. نتایج این پژوهش در دو بخش نظری و عملی کاربردهای حائز اهمیتی را برای محققان مدیریت ورزشی و مسئولان فوتبال کشور فراهم کرده است. در بخش نظری، بخشی از شکاف علمی عظیم حوزه تهدید هویت تیمی را نه تنها در تحقیقات داخلی، بلکه در تحقیقات خارجی نیز پر شده است، زیرا پژوهش‌های خارجی قبلی در این زمینه به صورت خیلی محدود، تنها یک عامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران را در سطح باشگاهی بررسی کرده بودند، اما پژوهش حاضر در سطحی گسترده‌تر تمامی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال ایران را شناسایی کرد. همچنین با توجه به اینکه پژوهش حاضر، اولین تحقیق صورت گرفته در زمینه تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی است، اهمیت نتایج به دست آمده بسیار حائز اهمیت بوده و به بدنه علمی این حوزه کمک کرده و زمینه مطالعاتی جدید، جالب و کاربردی در صنعت فوتبال کشور را برای محققان علاقه‌مند به ارمغان آورده است.

در بخش عملی نیز نتایج پژوهش حاضر برای سازمان‌های ورزشی، سیاستگذاران ورزشی، مسئولان و دست‌اندرکاران فوتبال کشور قابل استفاده است، زیرا می‌تواند دیدگاهی منسجم و درک کاملی از عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی فوتبال کشور را ارائه دهد. همچنین گستره وسیعی از اقدامات لازم مدیریتی را برای مدیریت، نظارت و کنترل هرچه بهتر عوامل تهدیدکننده هویت تیمی، رفع، کاهش و تسهیل آنها و نهایتاً ایجاد، تقویت و توسعه هویت تیمی هواداران فوتبال کشور و بهره‌مندی از مزایای آن ارائه می‌دهد. از یک طرف، علی‌رغم جو هواداری در فوتبال کشور، سازمان‌ها، مسئولین و مدیران از ناآگاهی و عدم آموزش در زمینه مدیریت هویت تیمی هواداران رنج می‌برند و نمی‌توانند با برنامه‌ریزی و اقدامات مناسب، زمینه لازم برای تقویت و توسعه آن را ایجاد کنند. از طرف دیگر، همین سازمان‌ها، مسئولان و مدیران با تصمیمات غیرحرفه‌ای، رفتارهای نامناسب و اقدامات ناکارآمد زمینه و بسترهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم ملی را نیز فراهم می‌آورند.

مسئولان و مدیران فدراسیون فوتبال می‌توانند به اقدامات نامناسب و نقاط ضعف خود در زمینه مفهوم تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی پی ببرند و با برنامه‌ریزی و عملکرد مناسب تعداد و میزان این عوامل را کاهش دهند و نه تنها ملی، بلکه بازیکنان، لیگ برتر فوتبال کشور، حامیان مالی تیم ملی و سلامت روحی و روانی هواداران (زیرا بر اساس مفهوم معماری برند همه این موارد از ارکان اکوسیستم ورزش هستند) را از پیامدهای منفی تهدید هویت تیمی محفوظ بدارند. در این زمینه مسئولان و مدیران فدراسیون می‌توانند با به‌کارگیری مفاهیم، راهکارها و پیشنهادهای محققان ارتباطات تیمی را تعدیل کنند تا از تأثیر کلی تهدید بر هویت تیم هواداران کاسته شود (۳۴). برای این امر، به‌کارگیری و استفاده از دو نظریه همدلی و نظریه ارتباطات وضعیت بحرانی می‌تواند موجبات ارتباطات مناسب

تیمی را تعدیل کند. بر اساس نظریه همدلی می‌توان به مسئولان فدراسیون فوتبال پیشنهاد کرد، از آنجا که ورزش و ورزشکاران سطح بالایی از هویت تیمی را از طریق هواداری ایجاد می‌کنند، این امر به نوبه خود یک محیط و شبکه مساعد برای بیان همدلی در شرایط نامساعد و بحرانی هواداران با تیم‌های ورزشی و ورزشکاران ایجاد می‌کند. همچنین به مدیران تیم‌های ورزشی توصیه می‌شود با به‌کارگیری راهبردهای نظریه ارتباطات وضعیت بحرانی (عذرخواهی، انکار، اقدامات اصلاحی، تقویت و غیره)، عواملی را که هویت تیمی هواداران تیم ملی را تهدید کرده و شرایط بحرانی برای تیم‌های ورزشی هواداران ایجاد کرده‌اند، مدیریت کنند تا ضمن بازسازی شهرت و تصویر تیم، از تهدید بیش‌ازحد هویت تیمی هواداران پیشگیری کنند.

در نهایت، هر پژوهشی با محدودیت‌هایی همراه بوده و پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنا نیست و دارای چند مورد محدودیت است که محققان می‌توانند ضمن رفع این موارد، در آینده پژوهش‌های قوی‌تر و کاربردی‌تری ارائه دهند. اول، از آنجایی که پژوهش حاضر تنها به شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیم هواداران تیم ملی اکتفا کرده، پژوهش‌های بعدی می‌توانند با اولویت‌بندی و وزن‌دهی عوامل شناسایی‌شده، اهمیت هر یک از این عوامل را شناسایی و به‌طبع نقشه راه و پیشنهادهای کاربردی‌تری برای سازمان‌ها و مدیران مربوطه فراهم آورند. دوم، محققان می‌توانند ضمن ساخت و روایی‌سنجی ابزار تهدید هویت تیمی هواداران تیم ملی، برازش مدل معادلات ساختاری عوامل تهدیدکننده هویت تیمی را در سطح گسترده‌تری از هواداران تیم ملی بررسی کنند. سوم، با توجه به اهمیت تفاوت‌های فردی در مفهوم هویت تیمی، محققان می‌توانند با در نظر گرفتن جنسیت هواداران، اقدام به ارائه جزئیات بیشتری از مفهوم تهدید هویت تیمی و عوامل تهدیدکننده هویت تیمی کنند. چهارم، محققان می‌توانند رویکرد پژوهش حاضر را برای هواداران تیم ملی سایر رشته‌های ورزشی نیز تکرار کنند. پنجم، محققان می‌توانند در آینده به شناسایی راهبردهای مقابله‌ای هواداران تیم ملی در شرایط تهدید هویت تیمی اقدام کنند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از داوران محترم نشریه به‌سبب ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری کنند. همچنین از همه مشارکت‌کنندگان در مصاحبه و تمامی افرادی که در اجرای هرچه بهتر این مقاله همکاری کردند، تقدیر و تشکر می‌شود.

References

- Akhavan K. M; Shah Q. S (2013). The effect of football on the components of national identity. *Culture Studies - Communication*, 4 (23). 21-1. (In Persian).
- Aronson, J., & McGlone, M. S. (2009). Stereotype and social identity threat. *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*, 153-178.
- Behnam, M., Ahmadi, H. R., & Bekhshandeh, H. (2013). Has a change of coach improved the performance of professional football teams? A comparative study of the teams of the Iranian Football Premier League and five prestigious European leagues. *Sports Management Publishing*. 5(3): 191-206 (In Persian).
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Cho, M., Schweickart, T., & Haase, A. (2014). Public engagement with nonprofit organizations on Facebook. *Public Relations Review*, 40(3), 565-567.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*: Sage publications.

- [Delia, E. B. \(2017\). March sadness: Coping with fan identity threat. Sport management review, 20\(4\), 408-421.](#)
- [Delia, E. B. \(2019\). "You can't just erase history": Coping with team identity threat. Journal of sport Management, 33\(3\), 203-214.](#)
- [Delia, E. B., & James, J. D. \(2018\). The meaning of team in team identification. Sport management review, 21\(4\), 416-429.](#)
- [Doyle, J. P., Lock, D., Funk, D. C., Filo, K., & McDonald, H. \(2017\). 'I was there from the start': The identity-maintenance strategies used by fans to combat the threat of losing. Sport management review, 20\(2\), 184-197.](#)
- [Ghobadi Yeganeh, A; Yousefi, B; Eidi, H \(2018\). A Study of the Problems of Professionalism in the Iranian Football Premier League, Year 8, Number 1, Consecutive 7, 218-205. \(In Persian\)](#)
- [Gutierrez, D. \(2019\). Impact of Special Events and Fan-Player Bonding on Identified Fan Consumption-A Study of Professional Soccer in the United States. Creighton University.](#)
- [Huiszoon, P. \(2019\). Spectator loyalty towards sport organisations—the creation of truly new fan relationship management. Laboratoire sur les Vulnérabilités et l'Innovation dans le Sport.](#)
- [Huiszoon, P., Martinent, G., & Bodet, G. \(2018\). Sport governing bodies' influence on non-transactional fan behaviours. Managing Sport and Leisure, 23\(1-2\), 123-138.](#)
- [Hyatt, C. G & Foster, W. M. \(2015\). Using identity work theory to understand the de-escalation of fandom: A study of former fans of National Hockey League teams. Journal of sport Management, 29\(4\), 443-460.](#)
- [Katz, M., Baker, T. A., & Du, H. \(2020\). Team identity, supporter club identity, and fan relationships: A brand community network analysis of a soccer supporters club. Journal of sport Management, 34\(1\), 9-21.](#)
- [Kim, A., Qian, T. Y., Lee, H.-W., Mastromartino, B., & Zhang, J. J. \(2020\). Growth in sport media and the rise of new sport fandom Multidisciplinary perspectives on media fandom \(pp: 150-171\) IGI Global.](#)
- [Lock, D., & Heere, B. \(2017\). Identity crisis: A theoretical analysis of 'team identification' research. European Sport Management Quarterly, 17\(4\), 413-435.](#)
- [Mahmoudian, A; S. Boroujerdi, S; Heidari T, M \(2023\). Analysis of fans' responses to the brand characteristics of sports teams on the Instagram social network \(Case study: Esteghlal and Persepolis Tehran football teams\). Communication Management in Sports Media, 10.30473 / JSM.2021.56800.1492. \(In Persian\)](#)
- [Mahmoudian, A; S. Boroujerdi, S; Mahmoudian, F \(2022\). The effect of sports team reputation on team identity and the intention of football spectators \(Sample: Persepolis football team\). Sports Management Studies. 14\(72\), 82-47. \(In Persian\)](#)
- [Mahmoudian, A; S. Boroujerdi, S; Mohammad, N; I. F. Mahmoud, A \(2021\). The role of team identity in the intention of football spectators to mediate the presence restrictions \(Case study: Esteghlal Club of Tehran\). Contemporary Research in Sports Management, 11 \(21\), 49-35. \(In Persian\)](#)

- [Mahmoudian, A., Boroujerdi, S. S., Ko, Y. J., & Delshab, V. \(2023\). The Impact of Perceived Team Reputation on Team Identification in the Context of European Football League Teams. *Corporate Reputation Review*, 1-16.](#)
- [Mahmoudian, A.; Sadeghi Boroujerdi, S.; Baker, J. Bradley \(2023\). Identificatie van de factoren die de teamidentiteit van voetbalfans bedreigen \(casestudy: Esteghlal Club van Teheran\), *sport management studies*, <https://doi.org/10.22089/smrj.2022.11702.3531>. \(In Persian\).](#)
- [Mansfield, A. C., Delia, E. B., & Katz, M. \(2020\). The blurry spectrums of team identity threat. *Sport management review*, 23\(3\), 414-427.](#)
- [Mousavi, Z; Salimi, M \(2005\). Evaluation and Prioritization of Barriers to the Development of Professional Ethics in Players and Coaches of the Iranian Football Premier League, *Strategic Studies of Sports and Youth*, No. 31, 147-170. \(In Persian\)](#)
- [Nematzadeh, S; Rudbay, H; Saffari, M; Sang S, A \(2021\). The Relationship between National Team Social Responsibility and the Face and Identity of the Iranian National Football Team, *Sports Science Quarterly*, Online Publication. \(In Persian\)](#)
- [Nowruz, M., Memari, J., & Askari Far, K. \(2018\). Determining the optimal policy in increasing the income of sports competitions based on ticket prices, using the system dynamics approach, studied in the Iranian Football Premier League. *Journal of Economic Research*. 53\(1\):224-209. \(In Persian\)](#)
- [Parker, H. M., & Fink, J. S. \(2012\). Arrest record or openly gay: The impact of athletes' personal lives on endorser effectiveness. *Sport Marketing Quarterly*, 21\(2\), 70.](#)
- [Purkiani, M; Boroumand, M. R; Hosseini, S. E; Afrozeh, A \(2020\). The effect of emotions on the satisfaction, support and behavioral goals of the fans of Iranian Premier League clubs. *Sports Marketing Studies*, Volume 1 \(2\), 148-133. \(In Persian\)](#)
- [Richelieu, A., Pawlowski, T., & Breuer, C. \(2011\). Football brand management: Minor league versus champions league. *Journal of Sponsorship*, 4\(2\), 178-189.](#)
- [Rocha, C. M., & Fleury, F. A. \(2017\). Attendance of Brazilian soccer games: The role of constraints and team identification. *European Sport Management Quarterly*, 17\(4\), 485-505.](#)
- [Rossman, G. B., & Rallis, S. F. \(2012\). *Learning in the field: An introduction to qualitative research*, \(3rd ed.\) Los Angeles, CA: Sage.](#)
- [Snyder, C. R. \(1999\). *Coping: The psychology of what works*: Oxford University Press, USA.](#)