

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۱۱، شماره ۴۰، بهار ۱۴۰۲

ص: ۱۱۷-۱۳۴

تدوین مدل کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک

داود نصر اصفهانی^۱ - سمیه رهبری^{۲*} - علی اکبر داستانی^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران ۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم انسانی، موسسه آموزش عالی نقش جهان، بهارستان، اصفهان، ایران ۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۹، تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۱۱/۱۰)

چکیده

این پژوهش با هدف تدوین مدل کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نوع راهبرد، کیفی بود که از رویکرد گراند تئوری (نظریه برخاسته از داده‌ها) و رهیافت ظاهرشونده مربوط به اثر گلیر (۱۹۹۲) برای ارائه نتایج بهره گرفته شد. جامعه هدف پژوهش شامل ۲۱ نفر از نخبگان (اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های برجسته کشور، مدیران مجموعه‌های بازی‌های الکترونیک، مدیران کمیته‌های ورزش الکترونیک در فدراسیون و هیئت ورزش‌های همگانی، و داوران و مربیان ورزش‌های الکترونیک) بودند. مصاحبه‌ها به صورت گلوله برفی و تا حد اشباع نظری ادامه یافت. پایایی مصاحبه‌ها از طریق درصد توافق درون‌موضوعی مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق اجرای سه فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. با استناد به کدبندی باز از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام گرفته با افراد مشارکت‌کننده در تحقیق ۷۴ کد باز شناسایی گردید. در ادامه با توجه به نتایج کدبندی محوری و روابط بین مقوله‌های شناسایی شده ۱۲ مقوله فرعی شامل جذابیت، فشار گروه همسالان، حضور اجتماعی، نیازهای روانی، نیازهای مالی، پشتیبانی، صرفه اقتصادی، تبلیغات، شکوفایی فردی، وابستگی نهادینه شده، محدودیت‌ها، و بسترسازی تشکیل گردید. در مرحله آخر با توجه به نتایج حاصل از کدگذاری نظری چهار مقوله اصلی به نام‌های خلق زیست فضای مستقل، تطبیق با اقتضائات، استمرار انگیزش‌های انسانی، تلاش ساختارگرایانه استنتاج گردید. عوامل و زیرمؤلفه‌های شناسایی شده در پژوهش حاضر چهارچوبی جامع در اختیار متولیان امر ورزش‌های الکترونیک قرار می‌دهد که با برنامه‌ریزی منسجم در راستای توسعه مشارکت افراد در این گونه فعالیت‌ها گام مهمی در جهت توسعه مشارکت جامعه در ورزش‌های الکترونیک در کشور بردارند.

واژه‌های کلیدی

پژوهش کیفی، رویکرد گلیر، مشارکت، ورزش‌های الکترونیک.

مقدمه

با ورود اینترنت به دنیای امروزی، ورزش‌های الکترونیک^۱ یکی پس از دیگری پدیدار و تبدیل به جنبه‌ای مهم از مصرف ورزش در دنیای مجازی شد. تقاضای مصرف‌کنندگان برای ورزش‌های الکترونیک بخش قابل توجهی از صنایع مرتبط با ورزش و سرگرمی را به خود جلب کرده است، به‌ویژه دهه اخیر را می‌توان دهه رشد و شکوفایی فرصت‌های بالقوه تجاری در این حوزه دانست (۱۳). در سال‌های اخیر گزارش‌ها بیانگر رشد چشم‌گیر ورزش‌های الکترونیک در صنعت ورزش و سرگرمی از جنبه‌های مختلف است؛ به طوری که در طی یک دهه گذشته، این میزان رشد به حدود یک میلیارد دلار درآمد در سال ۲۰۱۹ رسیده است، و در همین راستا توانسته از پذیرش بین‌المللی برخوردار گردد (۲۰). در این شرایط، بسیاری از سرمایه‌گذاران به دنبال فرصت سرمایه‌گذاری در این صنعت هستند و تیم‌های جدیدی از ورزش‌های الکترونیک را برای رقابت در مسابقات رسمی ایجاد کرده‌اند. به‌طور معمول، اصطلاح ورزش‌های الکترونیک، به ورزش‌های رقابتی و سازمان‌یافته بین بازیکنان حرفه‌ای اشاره دارد. به علاوه، باید تأکید کرد که هر سه معیار «سازمان‌یافته، رقابتی، و حرفه‌ای» باید رعایت شود تا بتواند با تعریف ورزش‌های الکترونیک متناسب باشد (۳۰). به عبارت دیگر ورزش‌های الکترونیک حوزه‌ای از فعالیت‌های ورزشی است که در آن افراد با توانایی‌های ذهنی یا جسمی با استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به رقابت می‌پردازند (۳۸).

در طول سال‌های اخیر، ورزش‌های الکترونیک همچنین به‌عنوان شکل جدیدی از فرهنگ و سرگرمی ظاهر شده است که در مقایسه با سایر انواع سرگرمی بی‌نظیر هستند،

زیرا این ورزش‌ها به‌طور کامل به تعامل رایانه، انسان و اینترنت وابسته است (۳۶، ۲۱). همچنین ورزش‌های الکترونیک نمونه‌ای از تعاملات انسان و رایانه را شکل می‌دهند و ورودی و خروجی بازیکنان و تیم‌ها با وساطت رایانه شکل گرفته است (۲۱). به عبارتی عملی‌تر، ورزش‌های الکترونیک معمولاً به بازی‌های ویدیویی رقابتی (حرفه‌ای و آماتور) اطلاق می‌شود که اغلب توسط لیگ‌ها و تورنمنت‌های مختلف هماهنگ شده، و در آن‌جا بازیکنان به‌طور معمول به تیم‌ها یا سایر سازمان‌های ورزشی ملحق می‌شوند که توسط شرکت‌های مختلف تجاری مورد حمایت مالی قرار می‌گیرند (۲۷). ارتباط ورزش‌های الکترونیک با ورزش‌های سنتی و ویژگی‌های تعریف شده برای حمایت از نقش ورزش‌های الکترونیک به‌عنوان یک محصول ورزشی به‌گونه‌ای است که در حوزه سرگرمی‌های ورزشی توسط این صنعت شناخته می‌شوند و این نشان‌دهنده یک فرصت رشد قابل توجه برای ورزش و سازمان‌های مرتبط است (۲۴). همانطور که پژوهش‌ها و فعالیت‌ها به منظور همسان‌سازی ورزش‌های الکترونیکی با ورزش‌های سنتی ادامه داشت، جوناسون و تیپورگ (۲۰۱۰)، ورزش‌های الکترونیکی را به مدل ورزش‌های مدرن گاتمن^۲ (۲۰۰۴) اضافه کردند (۲۹). سئو و ژانگ^۳ (۲۰۱۴) مصرف ورزش‌های الکترونیکی را به‌عنوان «مجموعه‌ای از شیوه‌های مصرف، که در آن مصرف‌کنندگان با ارتباطات متقابل بازی، تماشا و مدیریت ورزش‌های الکترونیکی به‌هم پیوسته و واقعی می‌شوند و آن را پایدار می‌کنند، توصیف کرد» (۳۵). شرکت تحلیلی نیو زو^۴ که در بازار ورزش‌های الکترونیک فعالیت می‌کند، پیش‌بینی درآمد ۳۴۵ میلیون دلاری را از این ورزش‌ها برای آمریکای شمالی ارائه داده است. به‌علاوه، درآمد ورزش‌های الکترونیک در خارج از این

3. Seo and Jung
4. Newzoo

1. ESports
2. Guttman

شایان ذکر است طرفداران لیگ ملی فوتبال^۴ در این نظرسنجی، تنها ۲ درصد بیشتر بوده‌اند (۳۸). همچنین در حال حاضر داده‌های جدید از تحقیقات شرکت تحقیقاتی بازار آمریکایی^۵ نشان می‌دهد ورزش الکترونیک طی چند ماه اخیر رشد فوق العاده‌ای داشته و کاربران بسیاری را به خود جذب کرده است (۱۶).

هاماری و سوبلوم (۲۰۱۷) در تحقیق خود بیان نمودند ورزش‌های الکترونیک نوعی از ورزش است که در آن جنبه‌های اصلی ورزش توسط سیستم‌های الکترونیکی تسهیل می‌شود. ورودی آن، بازیکنان و تیم‌ها و همچنین خروجی سیستم ورزش‌های الکترونیک توسط رابط‌های انسان و یارانه انجام می‌شود. این مطالعه برای درک بهتر این پدیده و مصرف‌کنندگان درگیر، یکی از اولین تلاش‌ها برای مقایسه تماشای آنلاین و حضور زنده را ارائه می‌دهد. از آنجا که پیش‌بینی می‌شود رشد ورزش‌های الکترونیک در سال‌های آینده ادامه داشته باشد، درک بیشتری از این پدیده برای گروه‌های ذینفع وجود دارد (۲۷). پژوهش بنار و همکاران (۱۳۹۸) با هدف طراحی مدل توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب و کار و اشتغالزایی در استان گیلان انجام شد و بر اساس نتایج پژوهش بیان شد مدیران اقتصادی استان می‌توانند با توجه و تقویت راهبردهای توسعه ورزش‌های الکترونیک، با ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و توسعه کسب و کارهای جدید، نیروی انسانی بالقوه موجود را به کار گیرند (۴). همچنین بنار و همکاران (۱۳۹۷) طی پژوهش دیگری بیان کردند برای توسعه مشارکت ورزشی مؤلفه‌های فردی تعیین‌کننده نهایی، هستند و زمینه‌یابی محیطی، عملیات مدیریتی و کیفیت بخشی خدمات باید از طریق تقویت متغیرهای فردی سبب افزایش تقاضا محوری و استمرار مشارکت

قاره نیز بیش از نیم میلیارد دلار برآورد شده است. این شرکت پیش‌بینی کرده است که صنعت ورزش‌های الکترونیک تا سال ۲۰۲۱ به ارزش ۱٫۷ میلیارد دلار برسد. در بخش مخاطبان نیز رویدادهای بزرگ ورزش‌های الکترونیک رکوردهای جالبی از خود بر جای گذاشته‌اند. به‌عنوان مثال، مسابقات سال ۲۰۱۷ با عنوان لیگ لیجند^۱ حدود ۱۰۶ میلیون بیننده داشت که بیش از ۹۸ درصد آنها از داخل کشور چین، مسابقات را تماشا می‌کردند. این تعداد از مخاطبان، تقریباً با بینندگان مسابقات مشهور فوتبال آمریکایی سوپر بول^۲ در سال ۲۰۱۸ برابر بوده است. در آماری دیگر، مجموع بینندگان مسابقه قهرمانی دوتا^۳ در سال ۲۰۱۸، تقریباً با بینندگان دربی مشهور آمریکا یعنی دربی کنتاکی برابر بوده است. به‌علاوه، این تعداد از مخاطبان از مخاطبان پربیننده‌ترین مسابقات ویمبلدون، دایوتونا ۵۰۰، یواس اوپن و تور دوفرانس، بسیار بیشتر بوده است. البته اکثر بینندگان این مسابقات از کشور چین بوده‌اند. در حالی که تعداد مخاطبان این مسابقات در آمریکا، به‌عنوان یکی از پیشگامان دنیای فناوری در حال حاضر کم است، اما نظرسنجی‌ها نشان از افزایش محبوبیت آن‌ها در میان نسل جوان این کشور دارد. به‌عنوان مثال، نظرسنجی سال جاری دانشگاه ماساچوست نشان داد که ۵۸ درصد از نوجوانان ۱۴ تا ۲۱ سال، مسابقات بازی‌های ویدیویی را به‌صورت آنلاین مشاهده کرده یا آن‌ها را ضبط کرده‌اند. آمار افرادی که خودشان نیز در این مسابقات شرکت کرده‌اند، در حدود همین درصد است. این آمار برای بینندگان بیشتر از ۲۱ سال، حدود ۱۶ درصد است. همچنین نتایج یک نظرسنجی بیانگر این است که ۳۸ درصد از آمریکایی‌های جوان، به‌عنوان طرفداران ورزش‌های الکترونیک یا بازی‌های ویدیویی رقابتی شناخته می‌شوند.

4. NFL (The National Football League)
5. NPD; formerly National Purchase Diary Panel Inc. and NPD Research Inc.

1. League of Legends
2. Super Bowl
3. DOTA 2

ورزشی در افراد شود (۳). به علاوه، ژوزف و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی این موضوع پرداختند که آیا تماشای ورزش‌های الکترونیک بر مصرف بازی تأثیر دارد؟ این تحقیق به اثبات تجربی رابطه بین تماشای ورزش و مصرف بازی کمک می‌نماید، و به نظر می‌رسد رابطه بین تماشای بازی و قصد به بازی به صورت معنی‌داری وجود دارد (۳۰). ایرج و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به بررسی تأثیر ورزش‌های الکترونیکی و ورزش‌های غیرالکترونیکی بر کیفیت زندگی و شاخص‌های وابسته به مهارت‌های آمادگی جسمانی پرداختند، در بخش متغیرهای آمادگی جسمانی نتایج نشان داد که اختلاف معناداری بین پیش‌آزمون و پس‌آزمون متغیرهای چابکی، پرتاب توپ، عکس‌العمل، بالا بردن شانه و بارفیکس وجود دارد (۲). همچنین فانک و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان مدیریت ورزش‌های الکترونیکی: پذیرش فرصت‌های تحقیق و آموزش ورزش‌های الکترونیکی بیان کردند که ارتباط ورزش‌های الکترونیکی با ورزش‌های سنتی و ویژگی‌های تعریف شده برای حمایت از نقش ورزش‌های الکترونیکی به عنوان یک محصول ورزشی به گونه‌ای است که در حوزه سرگرمی‌های ورزشی توسط این صنعت شناخته می‌شوند و این نشان دهنده یک فرصت رشد قابل توجه برای ورزش و سازمان‌های مرتبط است (۲۴).

به علاوه ورزش‌های الکترونیک به یک اکوسیستم پیچیده از مصرف‌کنندگان، بازیکنان، سازمان‌ها و سایر سهامداران تبدیل شده است، جایی که بازیکنان و مصرف‌کنندگان متداول‌ترین موضوعات تحقیق برای محققان حوزه بازاریابی و تجارت هستند. با این وجود تاکنون، تحقیقات در مورد تعاملات مصرف‌کننده، عمدتاً بر روی عوامل درون بازی متمرکز بوده است. با این حال، قصد بازی و خریدهای درون بازی تحت تأثیر عوامل بیرونی، از جمله

جریان بازی و جوامع بازی، محور این فرایند است. به طور خاص، رشد بازی‌های رقابتی، معروف به ورزش‌های الکترونیکی، کانال جدیدی را برای مشارکت مشتری فراهم می‌کند. همچنین امروزه متوسط زمانی که برخی گروه‌های سنی به بازی اختصاص می‌دهند، بیشتر از تلویزیون، سینما، کتاب و غیره است و به نوعی اجتماعی شدن این گروه سنی با بازی گره خورده است.

در شرایط رقابتی امروز یکی از صنایعی که با تقاضای روبه رشد مواجه شده و فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاری فراهم آورده، صنعت بازی و سرگرمی‌های آنلاین است. به نحوی که آمارها نشان می‌دهد در دوران شیوع کرونا، بازی آنلاین، مشاهده فیلم‌های آنلاین، نمایش‌های تلویزیونی و فیلم‌های کوتاه رشد قابل توجهی را تجربه کرده است (۵). از آنجا که پیش‌بینی می‌شود رشد ورزش‌های الکترونیکی در سال‌های آینده ادامه داشته باشد، درک بیشتر این پدیده برای گروه‌های ذینفع متعدد، محوری به نظر می‌رسد. تقاضای مصرف‌کنندگان برای ورزش الکترونیک و رشد رقابت‌های سازمان‌یافته‌ی بازی‌های ویدئویی، توجه زیادی را از صنایع ورزشی، رویدادی و سرگرمی به خود جلب کرده است.

مشارکت روزافزون مردم در ورزش‌های الکترونیک، توجه جهانی به این ورزش‌ها و برگزاری رقابت‌های ملی و بین‌المللی که می‌توان به بازی‌های آسیایی ۲۰۲۳ هانگژو و برگزاری ورزش‌های الکترونیک در این دوره از بازی‌ها اشاره کرد، تشکیل تیم‌های باشگاهی در سطح بین‌المللی در این ورزش‌ها، نگاه و توجه ویژه بخش خصوصی به حضور در این صنعت و اشتغال‌زایی و کسب درآمد از این بازار همگی بیانگر اهمیت و ضرورت مطالعه در این زمینه است. مطالعه علمی در این حوزه می‌تواند منجر به شناخت بیشتر در

تدوین مدل کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش-
های الکترونیکی طراحی شد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نوع راهبرد، پژوهشی کیفی است. از حیث روش اجرای پژوهش نیز از رویکرد گراندتئوری (نظریه برخاسته از داده‌ها) بهره گرفته شده است. روش نظریه برخاسته از داده‌ها شامل سبک‌های متعددی است که در این پژوهش از رهیافت ظاهرشونده^۱ مربوط به اثر گلیزر^۲ (۱۹۹۲) برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. هدف نظریه داده بنیاد، تولید یک نظریه در قالب مجموعه‌ای از فرضیه‌های مربوط به هم است که از طریق مقایسه مستمر داده‌ها به دست آمده و بسیار انتزاعی است (۲۵). جامعه هدف صاحب نظران در زمینه ورزش الکترونیک از دو حیطه علمی و اجرایی بودند که در بخش‌های مختلف آموزشی، پژوهشی و اجرایی موضوع تحقیق آگاه و مشغول به فعالیت بوده‌اند و گروه تحقیق با بررسی سوابق، آن‌ها را متخصص و مناسب مشارکت در این پژوهش دانستند. دسته‌بندی جامعه آماری تحقیق به صورت زیر بود: اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های برجسته کشور، مدیران مجموعه‌های بازی‌های الکترونیک، مدیران کمیته‌های ورزش الکترونیک در فدراسیون و هیئت ورزش-های همگانی، و داوران و مربیان ورزش‌های الکترونیک. ابتدا مصاحبه‌شوندگان به‌طور کلی در جریان موضوع مصاحبه قرار گرفتند و سپس به بیان نظرات و دیدگاه‌های خود درباره سؤال‌های مصاحبه پرداختند. پس از اتمام مصاحبه از هر یک از افراد درخواست شد، سایر خبرگان در زمینه موضوع تحقیق را به محقق معرفی نمایند، این کار تا زمانی ادامه یافت که با تمام افراد معرفی شده از سوی خبرگان، مصاحبه انجام شد. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها ۲۰-۵۰

جهت شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در این ورزش-ها شود. بنابراین از طریق مطالعات علمی می‌توان ضمن ترغیب و تشویق صحیح افراد به این گونه فعالیت‌ها، بستر کشف استعدادها و پرورش آن‌ها را به همراه آورد. همچنین با توسعه زیرساخت‌ها و امکانات، اوقات فراغت مردم را غنا بخشید و در سطح محلی تا ملی فرصت‌های اشتغال و درآمدزایی را فراهم نمود و در سطوح بین‌المللی نیز با بهره‌مندی از استعدادهای ورزشی باعث افتخار و غرور ملی شد. همچنین ورزش‌های الکترونیکی این امکان را فراهم می‌نماید تا اجتماعی دوستانه ایجاد شود، دوستان (جدید و قدیمی) دور هم جمع شوند و فرصتی برای یادگیری مهارت‌های جدید مهیا شود و به‌علاوه با برگزاری رقابت‌ها شور و هیجان بسیاری از بازیکنان برطرف شود. کشورهای علاقمند به کسب مدال در سطح بین‌الملل و همچنین دارای جمعیت جوان علاقمند و فعال در حوزه‌های دیجیتال در حال حاضر برای کسب افتخارات بین‌المللی در حال تغییر جهت به این سو و ابراز علاقه زیاد به ورزش‌های الکترونیک هستند.

با توجه به اینکه ورزش‌های الکترونیک، نمایانگر حوزه‌ای بدیع و محبوب برای محققان مدیریت ورزش به منظور انجام تحقیقات علمی، و راهنمایی و آموزش دانشجویان رشته‌های مختلف است، همچنین با در نظرگرفتن رشد فزاینده این ورزش‌ها و پذیرش آن از سوی مصرف‌کنندگان و دست‌اندرکاران، با این حال شکاف‌هایی در رابطه با دانش و اطلاعات علمی محققان در مورد عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک وجود دارد. این شکاف علمی بایستی از طریق تحقیقات علمی تکمیل گردند تا بتوان دستورالعمل‌ها و استراتژی‌های مرتبط را با توجه به این عوامل توسعه داد. بنابراین این پژوهش با هدف

دقیقه بود. در مجموع نمونه‌گیری این پژوهش به صورت گلوله برفی با ۲۱ نفر تا حد رسیدن به اشباع نظری به شرح جدول ۱ مصاحبه به طور ساختارنیافته انجام شد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در تحقیق

کل	جنسیت		تحصیلات			سن		
	زن	مرد	دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	بیش از ۵۱ سال	۳۱ تا ۵۰ سال	کمتر از ۳۰ سال
فراوانی	۲۱	۴	۱۷	۵	۸	۸	۲	۱۲
درصد	۳۳	۵۸	۹	۳۸	۳۸	۲۴	۲۰	۱۰۰

جدول ۲. موقعیت شغلی مشارکت‌کنندگان در تحقیق

موقعیت شغلی	فراوانی	درصد
بازیکنان، مربیان و داوران ورزش‌های الکترونیک	۵	۲۴
رؤسا و مسئولین هیئت‌ها و کمیته‌های استان‌ها	۶	۲۸
اساتید و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها	۵	۲۴
مدیران مجموعه‌های ورزش‌های الکترونیک	۵	۲۴
کل	۲۱	۱۰۰

گوبا و لینکلن^۱ (۱۹۹۴) معتقدند برای تأیید روایی و دقت علمی در پژوهش‌های کیفی با استفاده از مفهوم قابلیت اعتماد و عناصر چندگانه آن، راهبردهای متعددی نظیر بازبینی در زمینه کدگذاری، تأیید نتایج با مراجعه به آزمودنی‌ها، و تأیید همکاران پژوهشی وجود دارد (۲۶). در پژوهش حاضر نیز به منظور افزایش اعتبار پژوهش به کسب نظر اساتید و متخصصان امر در مورد روند پژوهش اقدام گردید. جهت بررسی پایایی ابزار از ضریب پایایی هولستی^۲ برای تعیین روایی در پژوهش‌های تحلیل محتوا استفاده شد. بر این اساس میزان اشتراکات دو کدگذاری انجام شده و تعداد کل دو کدگذاری تعیین و سپس بر اساس فرمول زیر، میزان درصد توافق مشاهده شده (PAO) یا شاخص هولستی^۳ اندازه‌گیری شد (۲۸):

$$PAO = 2M / (N1+N2)$$

در رویکرد گلیزر (ساخت گرا)، پژوهشگر نقش فعالی در تفسیر و معنی بخشی به مفاهیم و مقوله‌ها دارد و از منابع موجود داده‌ها تفسیرهای کنشگرانه‌ای را ارائه می‌کند. فرایندهای همپوش در تحلیل ساخت‌گرای نظریه داده بنیاد وجود دارد که عبارت‌اند از: کدگذاری اولیه، کدگذاری متمرکز شده و کدگذاری نظری. در اجرای پژوهش، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به طور آگاهانه همزمان انجام شد. در این راستا، منابع نظری اشاره شده در مصاحبه‌ها و مکتوبات واکاوی شدند و برخی از متون به عنوان منبع کدهای اولیه تحلیل شدند. با این کار برای پژوهشگر فرصت‌هایی فراهم شد تا میزان کفایت مقوله‌های مناسب را افزایش دهد (۸). جهت تأیید روایی و اطمینان‌پذیری داده‌ها، یافته‌ها به تعدادی از مصاحبه‌شوندگان ارائه شد و نظراتشان دریافت و دوباره پرسیده شد.

3. Percentage of Agreement Observation
4. Holsti index

1. Guba & Lincoln
2. Holsti's coefficient of reliability

M = تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار،
 $N1$ و $N2$ = تعداد موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم.

در فرمول هولستی، مقدار PAO یا شاخص پایایی بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و اگر این میزان از $0/7$ بزرگتر باشد، پایایی ابزار مطلوب است. در پژوهش حاضر، کدهای برگرفته از مصاحبه‌ها توسط دو کدگذار کدگذاری شد و میزان درصد توافق مشاهده شده در کدگذاری یا ضریب هولستی $0/83$ محاسبه گردید که نشان دهنده پایایی مطلوب ابزار است.

یافته‌ها

داده‌های حاصل از مصاحبه در طی ۳ گام مورد تحلیل قرار گرفت که به شرح زیر است. نخستین مرحله در تحلیل نظریه داده‌بنیاد انجام کدبندی باز است. کدهای باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، یا پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه جداگانه انجام می‌شود. در ادامه به جای ارائه تمامی صفحات نگارش شده از مصاحبه‌ها، فقط مفاهیم اولیه که از مرحله کدگذاری باز احصاء شده است، ارائه می‌گردد. با استناد به کدبندی مرحله

اول که به کدبندی باز معروف است، از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام گرفته با صاحب‌نظران ۷۴ مفهوم شناسایی گردید. حال که تمامی داده‌ها کدبندی شده و کدها یا مفاهیم اولیه متعددی ساخته شدند، مرحله دوم کدبندی داده‌ها با نام کدبندی محوری آغاز می‌شود.

مرحله دوم کدبندی داده‌ها به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مفاهیم به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همانگونه که ملاحظه می‌شود در ضمن انجام تجزیه و تحلیل، پژوهش‌گر به مفاهیم اولیه متعددی دست یافته است. با استناد به نتایج کدبندی مرحله دوم و روابط بین مفاهیم شناسایی شده ۱۲ مقوله فرعی تشکیل گردید. لازم به ذکر است این مفاهیم مبتنی بر قرابت معنایی و موضوعی تشکیل شده‌اند و در انتخاب نام برای این مقوله مبانی تحقیق مدنظر قرار گرفت. در این مرحله مقولات اصلی ساخته می‌شود. ساخت مقولات اصلی عبارت است از چینش مقولات فرعی در کنار هم براساس منطق و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند.

جدول ۳. اقتباس کدگذاری گزینشی مبتنی بر کدگذاری محوری

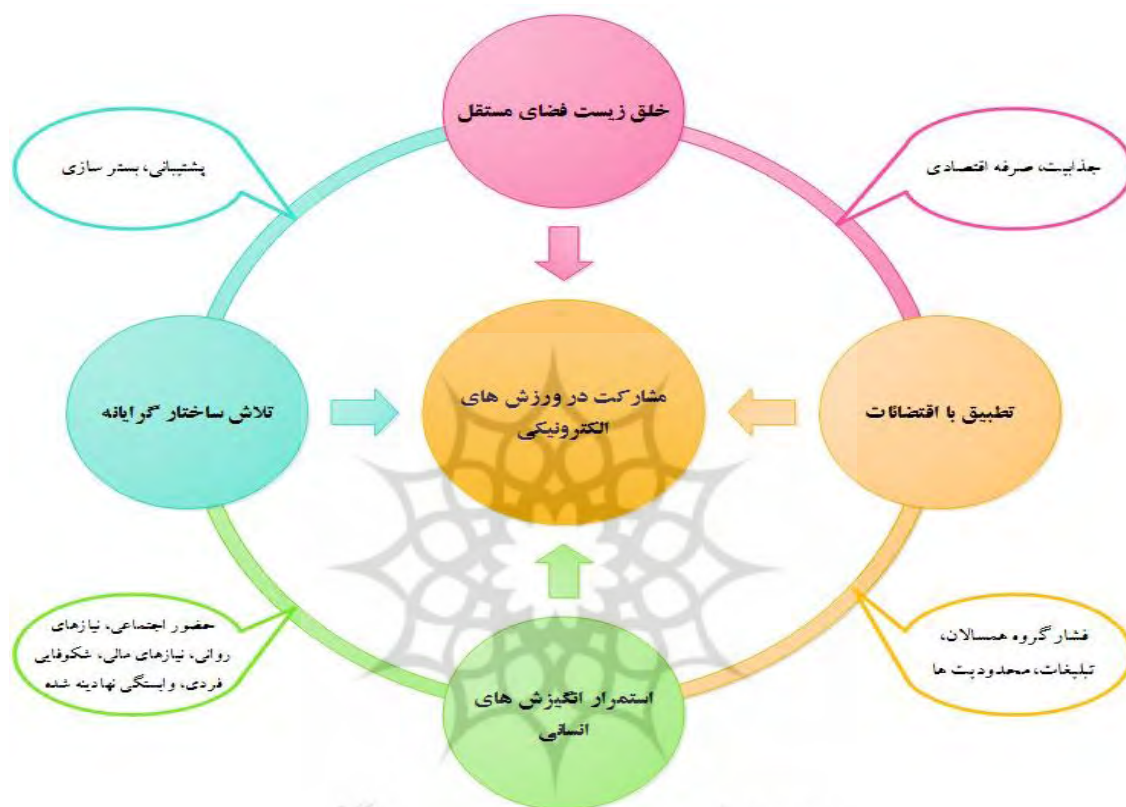
نشانگر	مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
P11, P14	قابلیت آنلاین بودن ورزش‌های الکترونیک	جذابیت	خلق زیست فضای مستقل
P3	شبانه روزی بودن امکان اجرای ورزش‌های الکترونیک		
P1, P10	سنخیت با علاقه جوانان		
P5	دسترسی آسان		
P6	تقویت ذهن و حافظه		
P3	راحتی استفاده		
P1, P4	به روز بودن		
P3, P12	انجام ورزش‌های الکترونیک به صورت انفرادی		
P6, P7	نداشتن گروه سنی خاص		
P11, P14, P16, P19	جاذبه‌های هیجان انگیز		
P11, P18	رقابت سالم (عدم دخالت داوری نامناسب و غیره)		

صرفه اقتصادی	کم هزینه بودن ورزش‌های الکترونیک	P2, P4, P12, P14, P15, P16, P17, P18, P19
	گران نبودن تجهیزات مورد نیاز	P19, P20, P21
	پتانسیل درآمدزایی بالا	P14, P15, P18, P20
فشار گروه همسالان	چشم و هم‌چشمی	P8
	لذت از بازی به صورت گروهی	P2, P8
	همراهی دوستان و همسالان	P4, P5, P9, P11, P12, P19, P20
	اقبال عموم مردم به انجام آن	P3, P7, P14
	حس رقابت طلبی	P2
	تشویق دیگران	P13
	تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی	P7
	آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی	P1, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P12, P14, P16, P18, P20
	ایجاد شبکه‌های اجتماعی مختص ورزش‌های الکترونیک	P2
	استفاده از آمیخته ترویج	P4, P5, P8
تبلیغات	پیشبرد فروش و فروش شخصی	P4, P9
	تبلیغات دهان به دهان	P4, P3, P10, P11, P13
	صحه‌گذاری ورزشکاران شاخص	P5, P6, P10, P11, P12
	فرهنگ‌سازی در جامعه	P1, P3, P4, P11, P16, P18
	آموزش و استعدادیابی	P1
	تولید محتوای ایرانی	P1
	برگزاری مسابقات و جشنواره‌ها	P1, P8
	اطلاع‌رسانی در شبکه‌های مجازی	P2, P6, P20, P21
	شناخته شدن این ورزش در کل جهان	P6
	پوشش رسانه‌ای	P3, P6, P20
محدودیت‌ها	انجام پذیر بودن در دوران کرونا	P1, P2, P4, P7, P9, P10, P14, P17, P19, P21
	کم شدن فضای بازی فیزیکی	P8
	لغو مسابقات ورزشی	P10, P21
	به اندازه نبودن اماکن ورزشی	P8
	عدم دسترسی آسان به اماکن ورزشی	P8
	محدودیت در انجام سایر ورزش‌ها	P5, P6, P9, P19, P21
	دوست‌یابی	P1, P2, P3, P5, P8, P11, P12, P14, P16, P18, P19, P20, P21
استمرار انگیزش‌های انسانی	حضور اجتماعی	
	ارتباط‌گیری سریع	P18
	معرفی و شناخت افراد	P6, P8, P13, P20
	متفاوت بودن فضای تعاملات اجتماعی	P15
	ارتباط فرا مرزی	P6, P14, P18

نیازهای روانی	تعاملات اجتماعی	P4, P8, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P18, P19
	تخلیه هیجانات	P1, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P13, P14, P17, P18, P19, P20, P21
	پاسخ به نیازهای روحی و عاطفی	P1, P3, P5, P8, P9, P10, P13, P16, P19
	شور و نشاط	P8, P16
	کسب تجربه جدید	P8, P18
	تقویت اعتماد به نفس	P13, P14
	فاصله گرفتن از سختی‌های روزمره زندگی	P2, P5, P18, P19
	علاقه فردی	P8, P9, P10, P12, P13, P14, P17, P18
	کنجکاوی	P10
	کسب جایزه	P1, P3, P7, P10, P11, P12, P14, P15, P16, P17, P20, P21
نیازهای مالی	درآمدزایی	P2, P3, P5, P10, P14, P16, P17
	کسب مقام	P1, P3, P4, P5, P7, P10, P11, P14, P15, P16, P17, P20, P21
	افتخار آفرینی	P18, P20
شکوفایی فردی	کسب شهرت	P10, P14
	به چالش کشیدن توانایی‌های خود	P11, P15, P17, P18
	اشتیاق به موبایل، تبلت و رایانه از دوران کودکی	P8, P18, P20
وابستگی نهادینه شده	استفاده از آن به عنوان تفریح و سرگرمی	P8, P9, P13, P15, P18, P19
	پرکردن اوقات فراغت	P5, P6, P7, P12, P14, P16, P19, P21
	استفاده از رایانه جهت بازی و سرگرمی	P8
	عادت	P5, P8
تلاش ساختارگرایانه	حمایت مادی و معنوی خانواده	P1, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P13, P16, P21
	پشتیبانی	
	به رسمیت شناختن ورزش‌های الکترونیک	P15, P19
	حمایت دولت	P3
	فراهم بودن زیرساخت‌ها	P1, P3, P4, P6, P7, P8, P9, P11, P12, P16, P17, P18, P19, P21
	ایجاد باشگاه‌های مجهز به ورزش‌های الکترونیک	P4, P17
	تلقی شدن آن به عنوان یک کسب و کار جدید	P2, P3, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P18, P19, P21
	بسترسازی	
	سرمایه‌گذاری	P12
	مجهز بودن گیم‌نت‌ها	P12, P16, P17, P19

ارائه الگوی تحقیق

در این تحقیق برای نمایش کدهای نظری و قابل فهم بودن آن‌ها مدل کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک ارائه می‌شود.



شکل ۱. الگوی کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت ورزش‌های الکترونیک مفید باشد. در تحقیق حاضر به بررسی ارائه مدل کیفی عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک پرداخته شد. مقوله‌های اصلی تحقیق در چهار بخش خلق زیست فضای مستقل، تطبیق با اقتضات، استمرار انگیزش‌های انسانی، تلاش ساختارگرایانه دسته بندی شدند. خلق زیست فضای مستقل شامل دو مقوله فرعی جذابیت و صرفه اقتصادی بود.

کدهای باز مقوله فرعی جذابیت، قابلیت آنلاین بودن ورزش‌های الکترونیک، شبانه روزی بودن امکان اجرای

ورزش‌های الکترونیک به عنوان یک بخش اقتصادی و تجاری رو به رشد در ارتباط با اوقات فراغت و رقابت ظاهر شده‌اند که ویژگی‌های غیرقابل انکاری را ارائه می‌دهد. علاوه بر این، این درجه از ارتباط، هم‌افزایی‌هایی را توضیح می‌دهد که ورزش‌های سنتی برای ایجاد و ارائه محصولات ورزش‌های الکترونیک یا کسب درآمد از دارایی‌ها در بخش ورزش‌های الکترونیک به دنبال آن هستند (۲۲). بنابراین، رویکردها و ابزارهای اعمال شده در مدیریت ورزش می‌تواند برای درک فرآیندهای ایجاد ارزش و ارائه محصول در

ورزش‌های الکترونیک، سنخیت با علاقه جوانان، دسترسی آسان، تقویت ذهن و حافظه، راحتی استفاده، به روز بودن، انجام ورزش‌های الکترونیک به صورت انفرادی، نداشتن گروه سنی خاص، جاذبه‌های هیجان انگیز، و رقابت سالم (عدم دخالت داور نامناسب و غیره) بود. یافته‌های این بخش با یافته‌های مطالعات حاجی حیدری و کیانوش (۱۳۹۸)، زارع و جهان آرا (۱۳۹۲)، فرهودی^۱ (۲۰۰۸)، و گنر (۲۰۰۶)، بار و همکاران^۲ (۲۰۲۱) همسو بود (۷، ۱۱، ۱۸، ۲۳، ۳۹). زارع و همکاران (۲۰۱۱)، ورزش‌های الکترونیک را عاملی برای افزایش حافظه، تمرکز، مدیریت اجرایی و راهی برای بهبود ضایعه‌های مغزی بیان کردند. حاجی حیدری و کیانوش (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان سنخ‌بندی نظریات مربوط به بازی‌های رایانه‌ای این سؤال را پاسخ داد که آیا بازی‌های رایانه‌ای، گیم‌پلی و زیست‌فضای مستقل خود را خلق می‌کنند، و افراد با قرار گرفتن در این زیست‌فضا خود را با اقتضائات آن تطبیق می‌دهند و تبدیل به بازی‌باز آن بازی‌های رایانه‌ای می‌شوند؟ با توجه به نتایج این بخش پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی اصولی و مناسب با توجه به عوامل اجتماعی و اقتصادی همراه با فراهم نمودن زیرساخت‌های فن‌آورانه، ارتباطی و مخابراتی، حقوقی و اجرایی تدوین شود تا هم مخاطبان این ورزش‌ها بتوانند به نحو بهتر و گستره‌تری به این ورزش‌ها بپردازند و هم ایجادکنندگان این ورزش‌ها به مشتریان بالقوه بسیاری دسترسی یافته و به منافع ارزشمندی دست یابند.

صرفه اقتصادی با کدهای باز کم‌هزینه بودن ورزش‌های الکترونیک، گران نبودن تجهیزات مورد نیاز، پتانسیل درآمدزایی بالا نامگذاری شد. یافته‌های این بخش با افروزه و همکاران (۱۳۹۸)، هاماری و سوبلوم (۲۰۱۷) همسو بود (۲۷، ۱). براساس نتایج پژوهش افروزه و همکاران (۱۳۹۸)

هزینه، تنش روحی، فرصت، حق انتخاب و لذت محال از عواملی بودند که دانشجویان در مواجهه با آن‌ها بازی‌های رایانه‌ای را انتخاب می‌کردند. بنابراین، با توجه به تغییرات گسترده در فضای فکری و درک متفاوت از ورزش، باید به بسترسازی‌های مناسب بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر فعالیت بدنی، ورزش یا رونق ورزش‌های سنتی در تعامل با بازی‌های رایانه‌ای اهتمام بیشتری ورزید. نتایج هاماری و سوبلوم (۲۰۱۷) نشان داد که فرار از زندگی روزمره، کسب دانش از ورزش‌های الکترونیک، تازگی (پدیده نوظهور)، و لذت بردن از پرخاشگری به‌طور مثبت و آماری با فراوانی تماشای ورزش‌های الکترونیک ارتباط معناداری داشتند. اما توصیه می‌شود نتایج مربوط به متغیر تازگی باید با احتیاط تفسیر شود. در کنار دیدگاه‌های منفی به این گونه بازی‌ها، برخی بازی‌ها جنبه‌های مثبتی از آن را نشان داده‌اند، از جمله کثیری دولت‌آبادی و همکاران (۲۰۱۱) بیان کردند که انجام بازی‌های رایانه‌ای در مدت زمان کم و کنترل شده زیر نظارت والدین می‌تواند آثاری مثبت بر کیفیت زندگی کاربران نوجوان داشته باشد (۱۴). در سال‌های اخیر و پس از پاندمی کرونا، ورزش‌های الکترونیکی در جامعه فراگیر شده است. ورزش‌های محبوب و موتوری از این بیماری همه گیر به عنوان فرصتی برای سرمایه‌گذاری در ورزش‌های الکترونیکی استفاده کردند. سباستین و فلوریان^۳ (۲۰۲۱) در این راستا بیان نمودند که شبکه عظیم پشت ورزش‌های سنتی (شرکت‌ها، باشگاه‌های ورزشی، حامیان مالی و غیره) استنباط می‌کنند که ورزش‌های الکترونیکی برای این جریان اصلی درآمدزایی آماده هستند، ویژگی دیجیتالی ورزش‌های الکترونیکی نشان داده است که در این بحران، یک خروجی رقابتی ارزشمند با مزیت بزرگ نسبت به ورزش‌های سنتی است (۳۴)، و نتایج این بخش در مقوله

3. Sebastian & Florian

1. Farhoudi

2. Bar et al

فرعی صرفه اقتصادی این یافته را تأیید می نماید. لازم به ذکر است که پتانسیل عظیمی در بازارهای دست نخورده از جمله ورزش‌های الکترونیکی وجود دارد و به سرعت در حال رشد است. اقتصادهای نوظهور به سرعت در حال توسعه هستند اما هنوز در ورزش‌های الکترونیکی عقب هستند و بسیاری از کشورهای دارای جمعیت بالایی در سنین جوانی از این پتانسیل در جهت درآمدزایی استفاده می‌کنند و سرمایه‌گذاری در این رشته مهیج به سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان ورزش‌های الکترونیکی توصیه می‌شود.

تطبیق با اقتضائات شامل سه مقوله فرعی فشار گروه همسالان، تبلیغات، و محدودیت‌ها بود. فشار گروه همسالان شامل کدهای باز چشم و هم‌چشمی، لذت از بازی به صورت گروهی، همراهی دوستان و همسالان، اقبال عموم مردم به انجام آن، حس رقابت طلبی، تشویق دیگران بود. یافته‌های این بخش با نتایج مطالعات شمسی و همکاران (۱۳۹۴)، میرزازاده و نظری (۱۳۹۹) همسو بود (۱۵، ۱۲). نتایج تحلیل شمسی و همکاران (۱۳۹۴) نشان داد که متغیر خانواده قویترین تأثیر را در تبیین توسعه مشارکت ورزشی جوانان داشته است. به عنوان نتیجه‌گیری نهایی این که توسعه مشارکت ورزشی جوانان از یک کانال خاص صورت نمی‌گیرد و عوامل مختلفی در آن تأثیر دارند. خواستن در بازی یعنی نوعی حس رسیدن به هدف توأم با اشتیاق و دوست داشتن همان احساس خوشی و لذت و لحظات پرابهت بازی است که باعث دوست داشتن آن می‌شود. چشم و هم‌چشمی و حس رقابت طلبی افراد باعث می‌شود که زود به زود به سراغ این نوع بازی‌ها روند و به دفعات بازی می‌کنند و مدت زمان بازی‌شان افزایش یابد و حتی با دیگران در موردش صحبت کنند. چند دلیل عمده شناسایی شد که افراد را به سمت بازی‌های رایانه‌ای ورزشی سوق می‌دهد اما بعضی از آن‌ها جای بحث بیشتری دارد. بزرگترین تحریک برای افراد از نظر علم عصب شناسی،

دیگران هستند و این چیزی است که در بسیاری از بازی‌ها افراد را هیجان زده و درگیر می‌کند. اصلی‌ترین عامل انجام دادن کارها با همتایان و در برابر چشمان دیگران است، فرآیندی که در بازی‌های آنلاین گروهی به شدت تقویت می‌شود.

تبلیغات از دیگر مقوله‌های فرعی این بخش بود که شامل کدهای باز تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی، آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی، ایجاد شبکه‌های اجتماعی مختص ورزش‌های الکترونیک، استفاده از آمیخته ترویج، پیشبرد فروش و فروش شخصی، تبلیغات دهان به دهان، صحنه‌گذاری ورزشکاران شاخص، فرهنگ‌سازی در جامعه، آموزش و استعدادیابی، تولید محتوای ایرانی، برگزاری مسابقات و جشنواره‌ها، اطلاع‌رسانی در شبکه‌های مجازی، شناخته شدن این ورزش در کل جهان، پوشش رسانه‌ای بود. از جمله تحقیقات همخوان با این بخش از تحقیق می‌توان به پژوهش بنار و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان طراحی مدل توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب و کارها و اشتغالزایی در استان گیلان اشاره نمود که بر اساس نتایج پژوهش بیان شد مدیران اقتصادی استان می‌توانند با توجه و تقویت راهبردهای توسعه ورزش‌های الکترونیک، با ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و توسعه کسب و کارهای جدید، نیروی انسانی بالقوه موجود را به کار گیرند (۴). در این خصوص خاطرنشان می‌شود که صنعت و برنامه های ورزش‌های الکترونیک مملو از فرصت‌های تبلیغاتی متفاوت از پخش های ورزش‌های سنتی است، و می‌بایست روش های تبلیغات در ورزش‌های الکترونیک با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد زیرا این صنعت هنوز در حال رشد است و پتانسیل استفاده از فناوری‌های انطباقی و پیچیده‌تر را دارند.

محدودیت‌ها شامل کدهای باز انجام‌پذیر بودن در دوران کرونا، کم شدن فضای بازی فیزیکی، لغو مسابقات ورزشی،

به اندازه نبودن اماکن ورزشی، عدم دسترسی آسان به اماکن ورزشی، محدودیت در انجام سایر ورزش‌ها بود. برابری و روتر^۱ (۲۰۰۳) به علل گرایش زنان پرداختند که این بازی‌ها توانسته‌اند بر فضاهای ورزشی و فراغتی مردانه غلبه کنند. آن‌ها به تأثیرات مثبت بازی‌های رایانه‌ای بر تحکیم خانواده اشاره کرده‌اند: البته در صورتی که این بازی‌ها به صورت خانوادگی طراحی شوند (۱۹). به عنوان مثال یکی از بزرگترین رویدادهای ورزش الکترونیک آلمان، به دلیل کووید-۱۹ لغو شد و به جای آن یک قالب آنلاین ایجاد شد (۳۳)، با این وجود، ویژگی‌های دیجیتالی ورزش‌های الکترونیکی در طول پاندمی کروناویروس یک مزیت بزرگ بوده است، زیرا اکثر رویدادها می‌توانند به صورت آنلاین نیز برگزار شوند. در طول سال‌های گذشته، سخت‌افزار ارزان‌تر مانند رایانه‌ها، گوشی‌های هوشمند و کنسول‌های بازی، ورزش‌های الکترونیکی را تقریباً برای همه در دسترس قرار داده است. بسیاری از کشورها هنوز به دلیل زیرساخت‌ها و ثروت خود محدود هستند. با این وجود با گسترش اینترنت و فناوری ارزان، بسیاری از کشورها و همچنین ایران زمینه رشد ورزش‌های الکترونیکی فراهم شده است و پتانسیل این بازار می‌تواند به یک فرصت میلیاردی تبدیل شود.

استمرار انگیزش‌های انسانی شامل پنج مقوله فرعی حضور اجتماعی، نیازهای روانی، نیازهای مالی، شکوفایی فردی، وابستگی نهادینه شده بود. حضور اجتماعی شامل کدهای باز دوست‌یابی، ارتباط‌گیری سریع، معرفی و شناخت افراد، متفاوت بودن فضای تعاملات اجتماعی، ارتباط فرامرزی، و تعاملات اجتماعی بود. نتایج پژوهش جالوند و همکاران (۱۳۹۵) حاکی از آن بود که بین انگیزه مصرف مجازی ورزشی با مؤلفه‌های رقابت طلبی، تمایل به پیروزی، هدف‌گرایی، هویت شخصی، هویت اجتماعی، انحصارگرایی و هیجان‌پذیری منفی نیز رابطه معنی‌داری

وجود داشت (۶). در این زمینه می‌توان بیان داشت برخی بازی‌ها را دارای خشونت می‌دانند و معتقدند که خشونت را به فرد القا می‌کند و در نهایت، به امنیت اجتماعی خدشه وارد می‌شود (۹). نتایج هاماری و سوبلوم (۲۰۱۷) نشان داد که از نظر آماری هیچ ارتباط معناداری بین بقیه انگیزه‌ها (تعامل اجتماعی، مهارت بازیکنان/ ورزشکاران، محتوا و سناریوی بازی (نمایشنامه)، جذابیت فیزیکی و دستیابی به پیروزی در بازی) و دفعات تماشای ورزش‌های الکترونیک وجود نداشت (۲۷) که با این بخش از تحقیق همخوان نبود. بنابر نتیجه حاصل شده، افراد ممکن است تحت تأثیر دوستان خود به بازی رایانه‌ای ورزشی گرایش پیدا کنند. مواردی که توسط مصاحبه‌شوندگان ذکر شد نشانگر این است که این انگیزه محکمی برای ادامه روند بازی برای آن‌ها باشد و اگر دوستانشان بازی نکنند ممکن است انگیزه‌های برای بازی نداشته باشند یا اگر دوستانشان بازی کنند و خودش بازی نکند، ممکن است از طرف گروه دوستی خود طرد شود و به همین دلیل است که به این سمت گرایش پیدا کنند و این یک عامل قوی برای وفاداری آنها به مراجعه بیشتر و زمان بیشتر برای بازی کردن می‌باشد.

کدهای باز مقوله نیازهای روانی شامل تخلیه هیجانات، پاسخ به نیازهای روحی و عاطفی، شور و نشاط، کسب تجربه جدید، تقویت اعتماد به نفس، فاصله گرفتن از سختی‌های روزمره زندگی، علاقه فردی، و کنجکاوی بود. یافته‌های این بخش با نتایج مطالعات زارع و جهان آرا (۱۳۹۲)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۴)، و آلانا لبلانس و همکاران (۲۰۱۳) همسو بود (۱۱، ۱۰، ۱۷). نتایج تحقیق زارع و جهان آرا (۱۳۹۲) با عنوان تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر چگونگی پردازش اطلاعات نوجوانان حاکی از بهبود پردازش اطلاعات خودکار و تلاش نوجوانان در نتیجه بازی‌های رایانه‌ای فکری بود، ولی در بازی‌های خشن تأثیر به صورت افت و کاهش

عملکرد مشاهده گردید. لبلانس و همکاران (۲۰۱۳) که به بررسی فعالیت بازی‌های ویدئویی و شاخص‌های بهداشت و درمان در کودکان و نوجوانان پرداختند، نتایج حاکی از آن بود که بازی‌های ویدئویی نشان دهنده نویدی مورد استفاده در یادگیری و توانبخشی در جمعیت‌های خاص است و شواهد مربوط به شاخص‌های دیگر محدود و بی‌نتیجه بود. بازی‌های ویدئویی با افزایش حاد در مصرف انرژی همراهند، اما اثرات آن بر فعالیت همیشگی بدنی مشخص نیست. با این حال سابرامانیام و همکاران (۲۰۰۱) نشان دادند که بازی‌های رایانه‌ای بر مهارت اجتماعی تأثیر چندانی ندارند. علاوه بر بیم و امید و نقش این بازی‌ها در روح و روان، باید این نکته را در نظر داشت که بیشتر پژوهشگران جنبه‌های ناسالم بازی‌ها مانند یادگیری خشونت را مدنظر قرار داده اند که این تحلیل برخاسته از نظریه کاشت بود که توسط گریتر و گرون^۱ (۱۹۷۶) در مورد القای تأثیرات خشونت از طریق تلویزیون مطرح شد (۳۷). نیازهای مالی با سه کد کسب جایزه، درآمدزایی، کسب مقام نامگذاری شد. میرزازاده و نظری (۱۳۹۹) نیز ۶ مقوله اعتیاد به بازی، تصویرسازی ذهنی، حس رقابت، هیجان، گروه کانون و حس برتری را به عنوان دلایل اصلی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای شناسایی نمودند (۱۵). بنابراین، افراد با پاداش‌ها و جوایزی که در حین بازی کردن دریافت می‌کنند به آن‌ها این حس را القا می‌شود که نسبت به افرادی که این بازی را بلد نیستند یا بازی نمی‌کنند، برتری دارند و این یک انگیزه و مشوق اصلی بر جذب و وفاداری به این نوع بازی‌ها است. به نظر می‌رسد آن چه می‌تواند در حال حاضر کمک کننده باشد جذب و مدیریت حضور افراد و نوجوانان در فضای بازی‌های رایانه‌ای ورزشی بر اساس این گونه مشوق-هاست.

تلاش ساختارگرایانه شامل دو مقوله فرعی پشتیبانی، و بسترسازی بود. کدهای باز حمایت مادی و معنوی خانواده، به رسمیت شناختن ورزش‌های الکترونیک، و حمایت دولت تحت مقوله پشتیبانی دسته بندی شد. نوانا و همکاران (۲۰۰۷) دلایل محبوبیت این بازی‌ها را چنین بیان می‌دارد: حدود ۳۵ درصد مردم کل جهان از این بازی‌ها استفاده می‌کنند، گیم‌نت‌ها سومین مکان محبوب در بین نوجوانان و جوانان در سراسر جهان است، رسمیت دادن دولت‌ها به این بازی‌ها از طریق برگزاری لیگ‌های دیجیتال فوتبال و پوشش‌های رسانه‌ای، محبوبیت این بازی‌ها را دوچندان کرده است، باشگاه‌های ورزشی و ستارگان ورزشی منافع زیادی را از طریق صحنه‌گذاری بر این بازی‌ها کسب می‌کنند (۳۲). بر این اساس پیشنهاد می‌شود که با حمایت بخش دولتی و خصوصی باشگاه‌های مجهز به ورزش‌های الکترونیک در سطح شهرها احداث شود، و یا گیم‌نت‌ها تجهیزات ورزش‌های الکترونیک را در مجموعه خود ایجاد نمایند و اوقات فراغت مخاطبان این ورزش‌ها به نحو بهتری گذرانده شود.

دومین مقوله تلاش ساختارگرایانه، بسترسازی با کدهای باز فراهم بودن زیرساخت‌ها، ایجاد باشگاه‌های مجهز به ورزش‌های الکترونیک، تلقی شدن آن به عنوان یک کسب و کار جدید، سرمایه‌گذاری، مجهز بودن گیم‌نت-ها، اینترنت پرسرعت نامگذاری شد. بار و همکاران (۲۰۲۱) هفت روشی که بازی‌ها بر بازیکنان تأثیر می‌گذارد، از جمله ارائه محرک شناختی و فرصت‌های معاشرت و انواع مزایای مربوط به سلامت روان، شامل کاهش اضطراب و استرس را تأیید نمود (۱۸). بنابراین، جذابیت و هیجانی که از عدم اطمینان نتایج بازی، از عدم تکرارپذیری شیوه‌ها و تاکتیک-های بازی، کیفیت بالای بازی‌ها، تخلیه انرژی افراد و غیره شکل می‌گیرد، انگیزه اصلی برای بسیاری از افراد است که

الکترونیک با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی نیز از دیگر پیشنهاد‌های پژوهشی این تحقیق برای سایر محققین است.

به این بازی‌ها روی می‌آورند. ممکن است فردی با بازی کردن بسیار آسان این ورزش‌ها از مسائل روزمره زندگی دور شود و این نوع بازی‌ها برای تنوع و پر کردن اوقات فراغت آن‌ها مؤثر باشد که این یافته پژوهش حاضر را قابل توجیه می‌کند.

در نهایت، مؤلفه‌های مطرح شده در پژوهش حاضر را به لحاظ نظری می‌تواند گامی مهم در جهت توسعه مشارکت جامعه در ورزش‌های الکترونیک در کشور دانست. همچنین این عوامل و زیرمؤلفه‌هایشان چهارچوبی جامع در اختیار متولیان امر ورزش قرار می‌دهد که عوامل مؤثر در این زمینه را به خوبی بشناسند. براین اساس با برنامه ریزی منسجم در راستای توسعه مشارکت افراد در ورزش‌های الکترونیک می‌توان بر گروه‌ها و عناصر جمعی مخصوصاً در شرایط خاص مانند دوران کرونا، آثار و پیامدهای مثبت متعددی بجا گذاشت. بنابراین به مدیران و مسئولان ورزش در بخش‌های دولتی و خصوصی، و به طور خاص ورزش‌های الکترونیک، پیشنهاد می‌شود که به ورزش‌های الکترونیک توجه بیشتری داشته باشند و با برگزاری رویدادها و لیگ‌های ورزش الکترونیک در سطوح مختلف، ضمن شناسایی استعدادها و توسعه آن‌ها، در جهت پرکردن اوقات فراغت جامعه به شکلی مناسب و سالم برنامه‌ریزی و اقدام نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود تحقیق مشابه در جامعه آماری متفاوت با فرهنگ‌های مختلف انجام شود تا بتوان نتایج تحقیق حاضر را مقایسه کرد. همچنین در این مطالعه از تئوری داده بنیاد با رویکرد گلیزر استفاده شد که محصول نهایی آن نظریه‌ای زمینه‌ای برخاسته از داده‌ها بود، با این حال راهبرد مورد استفاده امکان آزمودن این نظریه را در اختیار نگذاشت. بر این اساس پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی، این مدل با استفاده از راهبردهای کمی آزمون شود تا اعتبار آن افزایش یابد. بررسی تجارب‌زیسته مشارکت‌کنندگان در ورزش‌های

منابع و مآخذ

۱. افروزه، محمد صادق؛ زارعیان، حسین؛ افروزه، حکیمه. (۱۳۹۸). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر در انتخاب بازی‌های رایانه‌ای در مقایسه با فعالیت‌های بدنی در بین دانشجویان، مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۱(۵۸): ص ۱۶۳-۱۸۲.
۲. ایرج، فریده؛ نیک آئین، زینت؛ زارعی، علی؛ اشرف گنجویی، فریده. (۱۳۹۹). مقایسه کیفیت زندگی و مهارت‌های آمادگی جسمانی کاربران بازی‌های ورزشی الکترونیکی و غیر الکترونیکی (مورد مطالعه: دانش آموزان دختر پایه دوازدهم، مطالعات مدیریت ورزشی doi: 10.22089/smrj.2020.7722.2689, -), (۰).
۳. بنار، نوشین؛ دستوم، صلاح؛ گوهر رستمی، حمیدرضا؛ محدث، فاطمه. (۱۳۹۷). طراحی مدل توسعه مشارکت ورزشی (مطالعه موردی استان گیلان)، مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۵(۲): ص ۲۱۷-۲۳۴.
۴. بنار، نوشین؛ سعیدی، فاطمه؛ خسروی، آذر؛ پشنگ، میلاد. (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه ورزش‌های الکترونیک با رویکرد ایجاد کسب و کار و اشتغالزایی در استان گیلان، مجموعه مقالات سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت، گیلان.
۵. گزارش گروه مطالعات اقتصادی پژوهشگاه فضای مجازی. (۱۳۹۹). قابل دسترس در سایت مرکز ملی فضای مجازی، شورای عالی فضای مجازی.
۶. جلالوند، الهام؛ عیدی، حسین؛ عباسی، همایون. (۱۳۹۵). بررسی رابطه انگیزه مصرف مجازی ورزشی با جهت‌گیری و هویت ورزشی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهرستان نهاوند، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی - مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۷. حاجی حیدری، حامد؛ اکرم، کیانوش. (۱۳۹۸). سنج‌بندی نظریات مربوط به بازی‌های رایانه‌ای، فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۳(۳۱): ص ۲۷۱-۳۰۷.
۸. دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار.
۹. راسخ، کرامت اله؛ حسنی، ابراهیم. (۱۳۹۴). "تأثیر بازی‌های خشن رایانه‌ای بر رفتار دانش‌آموزان پسر دبیرستان‌های شهرستان کوار"، تغییرات اجتماعی - فرهنگی، ۱۲(۱): ص ۴۹-۳۶.
۱۰. رحیمی، جلیل؛ شریفیان، اسماعیل؛ قهرمان تبریزی، کوروش. (۱۳۹۴). مقایسه اثرات روانی-اجتماعی بازی‌های رایانه‌ای و فعالیت‌های ورزشی از دیدگاه دانش‌آموزان پسر دوره اول متوسطه شهر یزد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی، مدیریت ورزشی، مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی.
۱۱. زارع، حسین؛ جهان‌آرا، عبدالرحیم. (۱۳۹۲). تاثیر بازی‌های رایانه‌ای بر چگونگی پردازش اطلاعات نوجوانان. تفکر و کودک، ۴(۱): ص ۲۷-۴۹.
۱۲. شمسی، عبدالحمید؛ سلطان حسینی، محمد؛ روحانی، میثم. (۱۳۹۴). تبیین نقش عوامل جامعه‌پذیری در توسعه مشارکت ورزشی جوانان مطالعه موردی: شهر اصفهان، مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۸: ص ۷۱-۸۸.

۱۳. عسگری گندمانی، زهرا؛ الهی، علیرضا. (۱۴۰۱). تعامل ورزش‌های الکترونیک و بازاریابی ورزشی: مفاهیم نظری و کاربردهای پژوهشی، مدیریت و توسعه ورزش، doi: 10.22124/jsmd.2021.18939.2518 , () ,
۱۴. کشیری دولت آبادی، نیره؛ اسلامی، احمدعلی؛ مصطفوی فیروزه؛ حسن زاده، اکبر؛ مرادی، اعظم (۱۳۹۰). ارتباط بازی‌های رایانه‌ای بر کیفیت زندگی در نوجوانان ۱۵-۱۲ ساله شهرستان برخوار، تحقیقات نظام سلامت، ۷(۳): ۲۹۱-۳۰۰.
۱۵. میرزازاده، زهراسادات؛ نظری ترشیزی، احمد. (۱۳۹۹). طراحی مدل مفهومی گرایش جوانان به بازی‌های رایانه‌ای ورزشی با استفاده از نظریه داده بنیاد، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۳۲: ص ۱۲۵-۱۳۶.
16. Adam, E. (2020). Game on: How COVID-19 became the perfect match for gamers, Quartz, Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/09/covid19-coronavirus-pandemic-video-games-entertainment-media/>
17. Allana G LeBlanc, Jean-Philippe Chaput, Allison McFarlane, Rachel C Colley, David Thivel, Stuart J H Biddle, Ralph Maddison, Scott T Leatherdale, Mark S Tremblay. (2013). "Active video games and health indicators in children and youth: a systematic review" , PloS one 14;8(6):e65351. doi :10.1371/journal.pone.0065351.
18. Barr, Matthew., Copeland-Stewart Alicia. (2021). Playing Video Games During the COVID-19 Pandemic and Effects on Players' Well-Being", Games and culture, <https://doi.org/10.1177/15554120211017036>.
19. Bryce, J., & Rutter, J. (2003). Gender dynamics and the social and spatial organization of computer gaming, Leisure Studies, 22(1), 1-15.
20. Business Insider . (2019). Available at <https://www.businessinsider.com/free-to-play-games-fortnite-earnings-2018-data-2019-1>.
21. Chikish, Y., Carreras-Simó, M., & Garci, J. (2019). eSports: A New Era for the Sports Industry and a New Impulse for the Research in Sports (and) Economics? In : pp. 477-508.
22. Cunningham, G. B., Fairley, S., Ferkins, L., Kerwin, S., Lock, D., Shaw, S. and Wicker, P. (2018). eSport: construct specifications and implications for sport management. Sport Management Review, 21(1), pp. 1-6.
23. Farhoudi, H. (2008) The Effect of Using Computerized Educational Games on Creativity Enhancement in Third-Year High School Children, National Conference.
24. Funk, D.C., Pizzo, A.D., & Baker, D.J. (2018). eSport management: Embracing eSport education and research opportunities. Sport Management Review, 21(1): 7-13.
25. Glaser, B. G. (1992). "Basic of grounded theory analysis: Emergence vs". forces. Mill Valley, CA: Sinology Press.
26. Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Rresearch, Handbook of Qualitative Research. London: Sage.
27. Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? Internet Research, 27(2): 211-232.
28. Holsti, O.R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Vol. 2, Addison Wesley, London.

29. Jonasson, K. & Thiborg, J. (2010): Electronic sport and its impact on future sport, *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 13:2, 287-299
30. Joseph Macey, Ville Tyrväinen, Henri Pirkkalainen & Juho Hamari. (2020). Does esports spectating influence game consumption?, *Behaviour & Information Technology*, DOI: 10.1080/0144929X.2020.1797876
31. Mangelaja, E. (2019). Economics of Esports. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 24(4), 34-42. <https://esportsresearch.net/literature/items/show/525>
32. Nevena, V.; Žarko, M. & Aleksandar, D. (2007). *Video Games in South Korea*. Tehran, University of polytechnique.
33. Rosinski, N. (2020, April 15). ESL One Cologne at risk of being cancelled due to coronavirus. *Daily Esports*. Retrieved from: <https://www.dailyesports.gg/esl-onecologne-at-risk-of-being-cancelled-due-to-coronavirus/>
34. Sebastian B, Florian H. (2021). eSports: a new industry, *The 20th International Scientific Conference Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020*, 13 January 2021, **DOI** : <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219204002>
35. Seo, Y., Jung, S. (2016). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports, *Journal of Consumer Culture*, 2016, 16(3) 635–655.
36. Sjöblom, M., Macey, J. and Hamari, J. (2020), Digital athletics in analogue stadiums: Comparing gratifications for engagement between live attendance and online esports spectating, *Internet Research*, Vol. 30 No. 3, pp. 713-735. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2018-0304>.
37. Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2001). The impact of computer use on children's and adolescents development. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 22(1), 7-30.
38. Tristão, H. (2022). The Esports Audience Will Pass Half a Billion in 2022 as Revenues, Engagement, & New Segments Flourish, Retrieved from: <https://newzoo.com/insights/articles/the-esports-audience-will-pass-half-a-billion-in-2022-as-revenue-engagement-esport-industry-growth>.
39. Wagner, M.G (2006). On the Scientific Relevance of eSports. *Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development, ICOMP 2006, Las Vegas, Nevada, USA, June 26-29*.

Developing a Qualitative Model of Factors Affecting People's Participation in E-sports

Davood Nasr Esfahani^{*1} - Somayeh Rahbri² - Ali Akbar Dastani³

1. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences, Islamic Azad University, Isfahan (Khorasgan) Branch, Isfahan, Iran 2. Assistant Professor of Sports Management, Department of Humanities, Naghshejahan Institute of Higher Education, Baharestan, Isfahan, Iran 3. Master of Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran

(Received: 2022/06/19; Accepted: 2023/01/30)

Abstract

The aim of this study was to develop a qualitative model of factors affecting people's participation in e-sports. The research method was applied in terms of purpose and quality in terms of strategy, which used the grounded theory approach and the apparent approach of Glaser (1992) to present the results. The statistical population of the study included 21 elites (physical education professors of the country's leading universities, managers of e-sports committees in the federation and the board of public sports, and referees and coaches of e-sports). The interviews continued in the form of snowball and to the point of theoretical saturation. The reliability of the interviews was confirmed by the percentage of agreement within the topic. Data analysis was performed by performing three processes of open, axial and selective coding. Based on open coding, 74 open codes were identified by reviewing the interviews conducted with the participants in the study. In the following, according to the results of centralized coding and the relationships between the identified 12 sub-categories, including attractiveness, peer pressure, social presence, psychological needs, financial needs, support, economic efficiency, advertising, individual prosperity, institutionalized dependence, limitations, and bedding was formed. In the last stage, according to the results of theoretical coding, four main categories under the headings of creating independent living space, adaptation to requirements, continuity of human motivations, and structuralist efforts were inferred. The factors and sub-components identified in the present study provide a comprehensive framework for sports authorities to take an important step towards developing community participation in electronic games in the country with integrated planning in order to develop people's participation in e-sports.

Keywords:

E-Sports, glaser approach, participation, qualitative research.

* Corresponding Author: Email: davood_nasr_esfahani@yahoo.com