

Organizational Behavior Management in Sport Studies

ORIGINAL ARTICLE

Identifying the Causal Factors of Sports to Create Lean Management in the Country

Seyed Abas Seyedian-shirvan¹, Shahryar Kharazian^{2*}, Seyed Mohammad Hoseiny Ravesh³,
Hosein Peymanizad⁴

¹ Ph.D Student in Sports Management, Department of Physical Education and Sport Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

² Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences Mashhad Branch, Mashhad, Iran.

³ Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences Mashhad Branch, Mashhad, Iran

⁴ Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Sciences Mashhad Branch, Mashhad, Iran

Correspondence

Shahryar Kharazian

Email:

kharazian.shahryar@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify the factors affecting the entry of athletes into the world of politics. The study was conducted qualitatively with a thematic analysis approach. Participants in the interview were selected through purposive sampling. The interviewees consisted of all experts with scientific background (professors of sports management), executive (managers and sports experts) and sports (professional athletes with a history of political activity). From the analysis of the interviews, 31 sub-categories were obtained, which were divided into 6 main categories: individual and family factors, professional backgrounds, contextual factors, organizational factors, supportive factors and media factors. These issues were summarized in the concept of "factors affecting the entry of athletes into the world of politics". The results can be used to complete the theoretical foundations of this field. Also, the results of this research can act as a roadmap for relevant organizations and athletes, which will result in productivity in the individual and social dimensions.

KEYWORDS

Lean management, Causal Factors, Sports, Government Organizations.

نشریه علمی

مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش

«مقاله پژوهشی»

شناسایی عوامل علی مؤثر بر ایجاد مدیریت ناب در ورزش کشور

سید عباس سیدیان شیروان^۱، شهریار خرازیان^{۲*}، سید محمد حسینی روش^۳، حسین پیمانی زاد^۴

چکیده

هدف این پژوهش بررسی شاخص‌های علی مؤثر بر مدیریت ناب در ورزش کشور می‌باشد. این پژوهش از نوع آمیخته‌ی کمی و کیفی بود. در بخش کیفی بر مبنای مدل گلیزر و اشتراوس و کوربین عمل شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه‌های باز نیمه ساختار یافته و در بخش کمی پرسشنامه بود. تعداد نمونه در بخش کمی با توجه به حجم زیاد جامعه که سازمان‌های ورزشی دولتی بود و با احتساب جامعه کل ایران، تعداد نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید. در بخش کیفی نیز روش نمونه‌گیری بر اساس اشباع نظری و در گروه نخبگان، نمونه به صورت گلوله برفی انجام شد. کدگذاری مصاحبه‌های در سه مرحله‌ی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی انجام شد و در نهایت ۲۲ کد محوری در چهار کد گزینشی تورم بالا، کاهش بودجه، نیاز به نیروی جدید، سازمان‌دهی بالا در ورزش دسته‌بندی شدند. تحلیل سلسله مراتبی نشان داد تورم بالا با امتیاز نرمال شده (۰/۵۵۳) مهم‌ترین عامل، در رتبه دوم کاهش بودجه با امتیاز نرمال شده ۰/۲۴۹ و در رتبه سوم متغیر سازمان‌دهی بالا در ورزش با امتیاز نهایی نرمال شده ۰/۱۳۴ و در رتبه چهارم نیاز به نیروی جدید با امتیاز نهایی نرمال شده ۰/۰۶۴ قرار داشت. با توجه به اینکه تغییرات زیاد هستند و نمی‌توان پیش‌بینی درستی از آینده داشت، لذا می‌بایست کنترل هزینه‌ها و موادها تا حد امکان در ورزش کشور کنترل شوند تا شاهد رشد و توسعه آن بود.

واژه‌های کلیدی

مدیریت ناب، عوامل علی، ورزش، سازمان‌های دولتی.

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت ورزش، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

^۱ استادیار مدیریت ورزش، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

^۳ استادیار مدیریت ورزش، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

^۴ دانشیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

نویسنده مسئول:

شهریار خرازیان

رایانامه:

kharazian.shahryar@yahoo.com

استناد به این مقاله:

سیدیان شیروان، سید عباس، خرازیان، شهریار، پیمانی زاد، حسین و حسینی روش، سید محمد. (۱۴۰۳). شناسایی عوامل علی مؤثر بر ایجاد مدیریت ناب در ورزش

کشور. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۱۱(۴): ۸۷-۱۰۴.

<https://fmss.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

بدون شک بروز حوادث در رویدادهای ورزشی، ناشی از هیجانات به وجود آمده در اثر حضور در این رویدادها می باشد و به دلایل مختلف، این هیجانات تخلیه نشده و در خارج از استادیوم به اشکال گوناگون، بروز پیدا می کند و منجر به رفتارهای غیرمعمول و خارج از عرف می گردد. لذا مدیریت هیجانات در رویدادهای ورزشی به دلیل حضور انبوه تماشاگران از اهمیت بیشتری برخوردار می باشد به همین دلیل برگزاری رویدادی امن و باشناط که منجر به تخلیه هیجان تماشاگران گردد از مهم ترین اهداف برگزارکنندگان این رویدادهای می باشد.

مدیریت هیجان ها (به کارگیری هوشمندانه هیجان ها و هدایت رفتار توسط فرد به منظور دستیابی به نتایج بهتر) یکی از روش هایی است که برای کمک به خود (وضعیت درون فردی) و دیگران (وضعیت بین فردی) به کار می رود و می تواند بسیاری از مشکلات رفتاری را کاهش دهد. مدیریت هیجان را دارای چهار مؤلفه است: الف- نشخوار یا درجه اندیشناکی (درگیری ذهنی) نسبت به رویدادهای نگران کننده هیجانی، ب- بازداري هیجانی یا تمایل به بازداري هیجان تجربه شده کنترل پرخاشگری یا بازداري خصومت ورزشی و کنترل خوش خیم که با تکانش گری ارتباط دارد که از کنترل عصبانیت متمایز گردد. افراد دارای کنترل خوش خیم، می توانند تکانه های فوری و تکانش گری خویش را کنترل نمایند. بر اساس این نظریه افرادی دارای کنترل هیجانی، کسانی هستند که نشخوار و بازداري هیجانی کمتر و در عوض کنترل پرخاشگری و خوش خیم بیشتری دارند. در هر صورت یکی از مؤلفه های مهم مدیریت هیجان، خودکنترلی است (صیدی پیری و همکاران، ۱۳۹۸). افراد دارای کنترل هیجانی افرادی هستند که توانسته اند خود را از دام تفکر مداوم نسبت به یک مسئله حل نشده رها نموده و می توانند از بروز رفتار پرخاشگرانه جلوگیری نمایند. آن ها همچنین قادرند از تسلیم شدن فوری به محرک ها اجتناب ورزند و هیجان های ناخوشایند خویش را بازداري نمایند (بدری و همکاران، ۱۳۹۴).

یکی از مهم ترین چالش سازمان دهندگان رویدادهای ورزشی، برگزاری رویدادی امن می باشد (ایزابالا، ۲۰۱۹)، دلیل آن نیز

توجه و حضور انبوه طرفداران این رویدادها در فضاهای ورزشی است، به دلیل وجود تهدیدات امنیتی، تمهیدات خاصی نیز نیازمند می باشد. «امنیت» به حالت فراغت نسبی از تهدید، تأمین و تضمین آسایش و آسودگی و حفاظت در مقابل خطر یا احساس ایمنی و رهایی از تردید اطلاق می شود (بوزان^۲، ۱۴۰۱) و مفهوم پایداری در امنیت، به معنای مقاومت، استقامت و پایداری به کار می رود و «امنیت پایدار» با این فرض که اگرچه نمی توان همه نتیجه ناامنی را کنترل کرد، باید در تلاش برای کشف و رفع علت ها بود (آدمی و همکاران، ۱۳۹۰). عوامل مختلفی در برقراری امنیت رویدادهای ورزشی و کنترل هواداران مؤثر می باشد که می توان؛ ابعاد فرهنگی و اجتماعی، ابعاد کنترل و نظارت، ابعاد شناخت خشونت و رفتارهای نابهنجار، ابعاد آموزشی یانپی و همکاران، ۱۳۹۹)، عوامل اطلاعاتی، امنیتی، آمادگی، هماهنگی، فناوری، مدیریتی، آموزشی و حقوق شهروندی برای مقابله با حملات گروه های تروریستی در رویدادهای ورزشی ایران را نام برد (کشاوری، ۱۳۹۷). در مجموع می توان گفت؛ تهدیدات هرگز به طور کامل از بین نمی رود، بلکه باید از بروز آن ها پیشگیری به عمل آید (سیلجاک^۳، ۲۰۱۶) به دلیل وجود این تهدیدات، برخی از افراد در استادیوم ها، احساس امنیت نمی کنند و این باعث شده که علاقه فزاینده ای در بین متولیان برای بهبود امنیت رویدادهای بزرگ ورزشی به وجود آید (سویر^۴، ۲۰۱۹).

ورزش یکی از مهم ترین، فعالیت ها برای گذراندن اوقات فراغت مردم جامعه محسوب می شود و موجب برانگیختن احساسات در بین تمامی جوامع به رویدادهای ورزشی شده (محمدی و همکاران، ۱۳۹۲) و با مدرن و فراگیر شدن این پدیده جدید قابلیت های مختلف و نقش های زیادی را در برخی از عرصه های سیاسی جوامع بازی می کند (شریعتی و علی دوست قهفرخی، ۱۴۰۰). از طرفی رویدادهای بزرگ ورزشی که دارای ابعاد بین المللی می باشند و مورد توجه رسانه ها هستند و هزینه ها و سرمایه گذاری زیادی برای آن صرف می شود و دارای مخاطبان بین المللی است (ربکا^۵، ۲۰۱۶). لذا بروز حوادث در این رویدادها تبعات بین المللی زیادی برای کشورهای میزبان به همراه خواهد داشت. هرچند رویدادهای بزرگ ورزشی از نظر زمانی محدود

بازی‌های زنده، از عوامل جواستادیوم هستند که بر تقاضای حضور مجدد تماشاگران و رضایت بالای آن‌ها اثرگذار می‌باشند (بالاجی و چاکربورتی^۵، ۲۰۱۵).

عملکرد رسانه‌ها مانند: روزنامه، تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی نیز بر جو استادیوم اثرگذار می‌باشد، بحث‌ها و ارزیابی‌های بی‌پایان روزنامه‌ها، یکی دیگر از علل منشأ خشونت در استادیوم‌ها است، به‌طوری‌که شمار روزنامه‌های ورزشی به گفته بسیاری از دست‌اندرکاران بسیار زیاد بوده و اصطلاحات و نحوه بیان بحث‌ها در روزنامه حاکی از ستیز و خشونت می‌باشد (افسر کشمیری، ۱۳۸۱؛ ربکا^۶، ۲۰۱۶) رسانه‌های عمومی در صورت استفاده مناسب می‌تواند در جذب تماشاگران به یک رویداد ورزشی مفید باشد. امروزه اصلی‌ترین و مؤثرترین راه برای تعامل باشگاه‌ها با تماشاگران، رسانه‌های اجتماعی هستند که این رسانه‌ها توانایی آن را دارند که تقریباً با هرکسی در جهان ارتباط برقرار کنند و این تحقیق رابطه قوی بین دنبال‌کننده‌های شبکه‌های اجتماعی و درآمد باشگاه‌ها را نشان داده است (ماجیوسکا و ماجیوسکوراتی^۷، ۲۰۲۲)، استفاده از فناوری و حضور رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی برای پوشش رویدادها و کسب منافع اقتصادی، تأمین اهداف سیاسی فرهنگی از مهم‌ترین اهداف برگزارکنندگان رویدادهای بزرگ ورزشی می‌باشد. رسانه‌ها تأثیر زیادی بر درک و هویت دادن به هواداران دارند و موجب شادی آنان نیز می‌گردد که احساس شادی تماشاگران اثر مستقیم مثبتی بر رضایت و نیز اثر غیرمستقیم بر انگیزه رفتاری تماشاگران، از طریق ایجاد رضایت دارد.

برای تنظیم مدیریت هیجان، بایستی به شناخت مدیریت هیجان بپردازیم؛ راجر و نجاریان دریافت که کاهش خشونت و پرخاشگری در بستر خانواده و رسانه‌های جمعی و از طرفی، افزایش کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی نقشی اساسی در جلوگیری و کاهش پدیده پرخاشگری در بین تماشاگران فوتبال ایفا می‌نماید (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۶). کیفیت درک شده و رضایت از رویداد در تماشاگران، اثر معنی‌داری بر حضور مجدد تماشاگران دارد و همچنین هیجانات مثبت و منفی در رویداد نیز

هستند (بورنر^۱، ۲۰۰۵)، اما چون تعداد زیادی تماشاگر و ورزشکار یا گروه‌های ورزشی در آن شرکت می‌کنند (جلالی فراهانی، ۱۳۹۷)، پیشگیری از بروز حوادث بسیار برای متولیان برگزاری این رویدادها چالش‌برانگیزتر می‌باشد. متولیان برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی از راه‌های مختلف به دنبال ایجاد جذابیت و هیجان در تماشاگران هستند تا بتوانند تعداد زیادی تماشاگر و گردشگر را به محل برگزاری رویداد جذب نمایند که این کار با برگزاری مراسم افتتاحیه، اختتامیه، حضور قوی رسانه‌ها و خدمات رفاهی بیشتر صورت می‌گیرد. رویدادهای بزرگ ورزشی را، هورن و زیمن^۲ (۲۰۰۲) رویدادهایی که تعداد تماشاگران را برحسب جمعیت شرکت‌کننده را به (کمتر از ۱۵۰۰۰، ۱۵۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰، بیشتر از ۴۰۰۰۰) طبقه‌بندی کردند (جلالی فراهانی، ۱۳۹۷). با توجه به ویژگی‌های رویداد بزرگ ورزشی و اینکه احتمال نافرمانی مدنی، نزاع و درگیری هواداران و هولیگان‌سیم وجود دارد (سیلجاک^۳، ۲۰۱۶)، دست‌اندرکاران موظف به تأمین ایمنی ورزشکاران، تماشاگران و شرکت‌کنندگان می‌باشند (جلالی فراهانی، ۱۳۹۷).

بروز حوادث در این رویدادها ناشی از هیجانات به وجود آمده در اثر حضور در این رویداد می‌باشد و به دلایل مختلف، این هیجانات تخلیه نشده و در خارج از استادیوم به اشکال گوناگون، بروز پیدا می‌کند و منجر به رفتارهای غیرمعمول و خارج از عرف می‌گردد. یکی از عوامل مؤثر بر هیجانات تماشاگران شرکت‌کننده در رویدادهای بزرگ ورزشی، جو استادیوم می‌باشد. جو استادیوم‌های ورزشی (SSA^۴) (به‌ویژه پاسخ‌های عاطفی)، به‌عنوان عناصر ارزش‌گذار مهم رویدادهای ورزشی شناخته‌شده‌اند که برانگیزاننده تماشاچیان بالقوه برای شرکت در رویدادها هستند (درویش زاده و همکاران، ۱۳۹۴). ساختار جو استادیوم ورزشی را اریچ و بنکن استابن، یک حالت عاطفی که تماشاگران از ویژگی‌های محیطی خاصی که از یک استادیوم ورزشی تعلق دارند تعریف کردند (اریچ و بنکن استابن^۵، ۲۰۱۰). عواملی مانند: داشتن شماره روی صندلی‌ها و دسترسی راحت به آن، معماری مناسب استادیوم، ویژگی‌های مسابقه، نگرش و رفتار برگزارکنندگان در حین

5. Uhrich & Benkenstein

6. Balaji & Chakraborti

7. Rebecca

8. Majewska & Majewskarti

1. Burner

2. Horn and zemann

3. Siljak

4. Atmosphere of sports stadiums

اثر غیرمستقیمی از طریق میانجی کیفیت درک شده و رضایت رویداد بر حضور مجدد تماشاگران دارد. مدیران باشگاه ورزشی باید تلاش کنند تا کیفیت خدمات ارائه شده، تیم و بازیکنان تیم را بالا ببرند و با کسب نتایج مناسب، هیجانات تماشاگران خود را تحت تأثیر قرار داده و تماشاگران را برای حضور در ورزشگاه برای بازی‌های آتی ترغیب کنند (محمودی و قبادی، ۱۴۰۱). برای ترغیب و حضور مجدد در فعالیتهای ورزشی و ورزش همگانی، مشارکت دختران تحت تأثیر بستر فرهنگی و اجتماعی موجود شکل می‌گیرد و با ایجاد انگیزش اجتماعی و فرهنگی و ارتقای سطح آگاهی جامعه از فواید ورزش، میزان مشارکت افزایش می‌یابد (جوانمرد و صنعت خواه، ۱۴۰۱).

یکی دیگر از مواردی که بر جو استادیوم تأثیرگذار می‌باشد، عملکرد بازیکنان در زمین بازی می‌باشد. نتایج تحقیق شمس و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که؛ گروه هیجان مثبت و خشی در بازیکنان، نسبت به گروه هیجان منفی به‌طور معناداری سرعت تصمیم‌گیری و دقت تصمیم‌گیری بهتری داشتند. علاوه بر این، گروه هیجان مثبت نسبت به گروه هیجان خشی از دقت تصمیم‌گیری بهتری برخوردار بود؛ بنابراین ایشان پیشنهاد می‌کند به مربیان فوتبال پیشنهاد می‌شود در کنار تمرینات مکرر تکنیک و تاکتیک، با ایجاد شرایط هیجانی مثبت به انجام تمریناتی که نیازمند تصمیم‌گیری سریع و دقیق است، بپردازند (شمس و همکاران، ۱۴۰۰).

تصمیم‌گیری درست بازیکنان منجر به نمایش عملکرد بهتر در زمین مسابقه می‌شود و همچنین می‌تواند از اقدامات تحریک‌کننده تماشاگران و رفتارهای غیراستاندارد آنان جلوگیری به عمل آورد. برابر پژوهش انجام شده، تماشاگران هنگام گل زنی تیمشان احساسات مثبت و برعکس، آن‌ها احساسات منفی را هنگام گل زنی تیم مقابل ابراز می‌کنند و با هر امتیاز بعدی از هر یک از تیم‌های موردعلاقه خود عادت می‌کردند که منجر به ابراز احساسات کمتری می‌شد. با این حال، زمانی که تیمی بلافاصله پس از گل زنی تیم مقابل گل می‌خورد، هواداران موجی از احساسات مثبت یا منفی را بروز می‌دادند. تجربه هم‌زمان تماشاگران از احساسات مثبت و منفی ممکن است به رضایت

طرفداران، حمایت مداوم و سلامت روان کمک کند (یونگ وان، ۲۰۱۹).

برای مدیریت هیجان، توجه به آموزش در جهت مدیریت و برخورد سازنده با هیجانات یکی از راهکارهایی است که چراغی (۱۳۹۵) در تحقیقی که روی کودکان انجام داده بود دریافت که آموزش کودکان در جهت شناخت هیجانات و افکار خود همراه با تمرین و مدیریت و برخورد سازنده با این هیجانات و مهارت‌های مقابله با هیجانات ناخوشایند بر کاهش پرخاشگری رابطه‌ای و آشکار کودکان مؤثر بود (چراغی بیدی و دهکردی، ۱۳۹۵). ادوارد^۳ (۲۰۲۱) نیز در همین راستا در پژوهشی دریافت که افزایش آموزش و آگاهی پیرامون سلامت روان در نحوه واکنش افسران پلیس به استرس اساسی می‌باشد (ادوارد و کوترا^۴، ۲۰۱۹). همچنین یافته‌های پژوهش محمودی (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که آموزش مدیریت خشم با رویکرد روانشناسی مثبت‌نگر، می‌تواند برای افراد با نشخوار خشم بالا، مفید باشد (محمودی و همکاران، ۱۳۹۵)، رحمانی خلیلی (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر دریافت که محیط پیرامون، هیجانات کاذب، امکانات رفاهی و شخصیت برون‌گرا بر هولیگانیزم مؤثر می‌باشند. دو متغیر محیط پیرامون و هیجانات کاذب تماشاگران فوتبال به‌طور مستقیم بر هولیگانیزم مؤثر است که این تأثیر مثبت و مستقیم است و متغیرهای امکانات رفاهی و شخصیت برون‌گرا به شکل غیرمستقیم بر متغیر وابسته اثر می‌گذارند. متغیر هیجانات کاذب علاوه بر تأثیر مستقیم به شکل غیرمستقیم، از طریق تأثیرگذاری بر محیط پیرامون نیز بر هولیگانیزم تأثیر می‌گذارد (رحمانی خلیلی و صفویان، ۱۳۹۸). عوامل دیگری نیز بر جو استادیوم اثرگذار می‌باشند که شامل؛ رویدادهای داخل زمین، فرهنگ هواداران که چنین فضاهایی تولید مشترک هواداران است که با اشتراک محدودیت‌های عاطفی و اجتماعی، نقش خود را در تشویق تیم خود ایفا می‌کنند (اندرسون^۵، ۲۰۱۵). در تحقیقی که صیدی پیری و همکاران (۱۳۹۹) در خصوص مدیریت هیجان انجام داده است دریافت که در الگوی مدیریت هیجان یگان‌ویژه، سه مؤلفه «اعتماد به نفس»، «خلاقیت» و «نگرش معنوی» در کنار شرایط مداخله‌گری چون رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد تیمی در بستر عامل زمینه‌ای استرس و تنش بر مؤلفه اصلی آن یعنی

(صیدی پیری و همکاران، ۱۳۹۹). از طرفی آقازاده (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی دریافت، بین هیجان خواهی و خشونت ورزشی رابطه مثبت و بین هوش فرهنگی و آستانه تحمل با خشونت ورزشی رابطه منفی وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که آستانه تحمل در رابطه هیجان خواهی و هوش فرهنگی با خشونت ورزشی نقش میانجی دارد. بر اساس نتایج می توان گفت که خشونت ورزشی در هواداران فوتبال متأثر از عوامل روان شناختی چون هیجان خواهی بالای افراد و میزان هوش فرهنگی آن ها است که از طریق میزان آستانه تحمل و تحریک پذیری آن ها میانجی می گردد (آقازاده و همکاران، ۱۴۰۰).

برای مدیریت هیجان می بایست اقداماتی صورت گیرد که، از دیدگاه جوان و صفری (۱۳۹۷)، با توجه به چالش هایی که حقوق کیفری در جهت مقابله با پدیده اوباشگری تماشاگران فوتبال با آن مواجه است، باید گفت یک راهبرد کارآمد و موفق برای مقابله با اوباشگری تماشاگران الزاماً نباید صبغه کیفری و سرکوبگرانه داشته باشد، از این رو پیشنهاد می دهد مقرون به صرفه ترین راه حل ها در این زمینه استفاده از تدابیر پیشگیرانه است (جوان جعفری، صفری، ۱۳۹۷).

از طرفی وثوقی و خسروی نژاد (۱۳۸۸) بیان می دارند که رفتار غیراخلاقی مربیان، عملکرد نامناسب مدیران باشگاه، عملکرد نامناسب لیدرها، رفتار پر خاشگرانه گروه های وندالیست، قضاوت نادرست داور، همچنین عدم رضایت از امکانات رفاهی استادیوم فوتبال و شرایط بحران های سیاسی از عوامل مؤثر بر رفتار خشونت آمیز - به عنوان مهم ترین هیجان منفی - تماشاگران فوتبال شناخته شد. (وثوقی، خسروی نژاد، ۱۳۸۸) هر چند که از نظر بالاجی (۲۰۱۵)، مدیران استادیوم توجه کم به جو استادیوم دارند و می توانند با تمرکز بر عوامل فضای ورزشگاه مانند دسترسی به صندلی و تخصیص فضاهای صندلی، معماری ورزشگاه، ویژگی های بازی و نگرش و رفتار کارکنان استادیوم در طول بازی های زنده انتظار حضور و رضایت بالایی را داشته باشند. (بالاجی و چاکربروتی، ۲۰۱۵).

در نهایت می توان نتیجه گرفت با توجه به اینکه جو ورزشگاه در زمان برگزاری رویدادی بزرگ ورزشی، متأثر از عوامل مختلفی است، بنابراین با توجه به پژوهش های انجام شده می توان چنین

شناخت و تنظیم هیجان تأثیر می گذارند که افراد بهره مند از شناخت و تنظیم هیجان به مدد راهبرد تاب آوری به انگیزش دست می یابند؛ انگیزشی که پس از تشکیل با مؤلفه اصلی الگوی مدیریت هیجان یعنی شناخت و تنظیم هیجان ارتباط تعاملی برقرار می کند (صیدی پیری و همکاران، ۱۳۹۹). یانگ و همکاران در پژوهشی دریافتند که ۷ عامل شامل خلق و خوی تماشاگران، گروه های آسیب پذیر، جمعیت واپس گرا، فرد غیرعادی، مواد قابل اشتعال و انفجار، مسیر پیاده روی در استادیوم و بازه زمانی خاص، احتمال بیشتری برای ایجاد حوادث ازدحام جمعیت دارند. وضعیت خلق و خوی مخاطب، از هیجان زده تر تا دیوانه تر، بیشترین حساسیت را نسبت به ازدحام دارد (یانگ و همکاران، ۲۰۲۲).

مصلحی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود پیشنهاد کردند که برای اجرای راهکارهای پیشگیرانه در بروز خشونت، باید ترکیبی از راهکارهای وضعی و اجتماعی، با تأکید بر راهکارهای وضعی بکار گرفته شود. برای دستیابی به نتایج مطلوب در مورد راهکارهای وضعی، افزایش دشواری ارتکاب جرم و در مورد راهکارهای اجتماعی، بهبود امکانات رفاهی باید در اولویت اقدامات قرار گیرد (مصلحی و همکاران، ۱۳۹۸). فرجی و شبانی (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی دریافت، نیروی انتظامی یکی از بازیگران اصلی در بهبود فضا و محیط ورزشگاه های فوتبال است و می تواند با توسعه فرهنگ و آداب حضور در ورزشگاه ها، سطح خشونت و پر خاشگری تماشاگران و سایر افراد حاضر در ورزشگاه ها را کاهش دهد و موجب ارتقای سطح امنیت ورزشگاه و ایجاد احساس امنیت افراد حاضر در آن شود (فرجی و شبانی، ۱۴۰۰)، با توجه به اهمیت و نقش مهم نیروی انتظامی در ایجاد امنیت و کاهش خشونت در ورزشگاه ها می توان به نتیجه پژوهش صیدی پیری و همکاران (۱۳۹۹) نیز اشاره کرد که دریافتند: سه مؤلفه «اعتماد به نفس»، «خلاقیت» و «نگرش معنوی» در کنار شرایط مداخله گری چون رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد تیمی در بستر عامل زمینه ای استرس و تنش بر مؤلفه اصلی آن یعنی شناخت و تنظیم هیجان تأثیر می گذارند که افراد بهره مند از شناخت و تنظیم هیجان به مدد راهبرد تاب آوری به انگیزش دست می یابند؛ انگیزشی که پس از تشکیل با مؤلفه اصلی الگوی مدیریت هیجان یعنی شناخت و تنظیم هیجان ارتباط تعاملی برقرار می کند

استنباط نمود که تاکنون مطالعه جامعی و مدلی برای مدیریت هیجانات هواداران در ایجاد امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی ایران انجام نشده است و مطالعات خارجی نیز با موضوع موردنظر همپوشانی ندارد. از این رو، هدف از مطالعه حاضر واکاوی مدیریت هیجانات در ایجاد امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی است که همه این عوامل را در قالب مدلی گردآوری نماید تا بتوان با استفاده از این شیوه بهترین نتیجه را از این شیوه در برقراری امنیت رویداد ورزشی به دست آورد.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش کیفی استفاده شد و به دلیل نیاز به بررسی و کنکاش لازم بود برای کشف جنبه‌های نامحسوس موضوع، از روش نظریه داده بنیاد (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰) استفاده شود؛ این پژوهش از نوع پژوهش‌های اکتشافی در گروه پژوهش‌های بنیادی بوده و پاداریم پژوهش مبتنی بر منطق استقرایی-تفسیری و بر اساس منطق تفسیرگرایی اجتماعی چارچوب مفهومی آن شکل گرفته است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش به صورت هدفمند از نوع ملاکی^۱ انتخاب شدند. ملاک‌های انتخاب مشارکت‌کنندگان عبارت‌اند از: الف) متخصصان دانشگاهی مرتبط با مسابقات ورزشی و رفتار تماشاگران فوتبال شامل اساتید مدیریت ورزشی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و اساتید دانشگاه علوم انتظامی امین، ب) مسئولین برقراری نظم و امنیت در ورزشگاه‌ها، مدیران فرماندهان مسئولین امنیتی - انتظامی وزارت کشور، فدراسیون فوتبال، سازمان لیگ فوتبال، فرماندهان انتظامی و یگان ویژه، بر این اساس و با در نظر گرفتن ملاک‌های یادشده و رعایت اصل اشباع نظری مشارکت‌کنندگان انتخاب شده‌اند.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها تعداد ۱۷ نفر از اساتید، خبرگان روانشناسی، جامعه‌شناسی، امنیتی و ورزشی [مدیران ورزشی (۵ نفر)، انتظامی و ورزشی (۵ نفر) نخبگان روان‌شناسی اجتماعی (۷ نفر)] مشارکت نموده‌اند که از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته استفاده شد که مصاحبه‌ها مدت زمانی بین ۳۰ تا ۶۵ دقیقه و گروه کانونی طی یک جلسه ۱۲۰ دقیقه‌ای به طول انجامید. پس از اجرای مصاحبه، فایل صوتی ضبط و به صورت فایل متنی پیاده‌سازی و کدها دسته‌بندی شده و مصاحبه‌های بعدی بر اساس داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های قبلی تنظیم و اجرا می‌شد.

در این پژوهش از سه مرحله کدگذاری (باز و محوری و انتخابی) استفاده شد. کدگذاری باز، برای مفهوم‌سازی داده‌ها و تحلیل اطلاعات و برای تبدیل داده‌ها به مقوله‌های فرعی اشاره دارد. در کدگذاری محوری فرایند توسعه مقوله‌های اصلی و تعیین مقوله‌های فرعی آن‌ها اشاره دارد. در نهایت، کدگذاری انتخابی با تلفیق مقوله‌هایی مرتبط است که برای شکل‌گیری چهارچوب نظری اولیه توسعه داده شدند. به صورت کلی برای تحلیل داده‌ها نه گام به شرح زیر استفاده شده است؛ ۱- کدگذاری مجموعه داده‌ها، ۲- کار مستمر روی کدها و تغییرات مکان‌ها و پاسخ‌دهندگان موردنیاز برای احصای اطلاعات، ۳- مقایسه و تجدیدنظر در کدها، ۴- بازبینی طبقه‌های ظهور یافته، ۵- شکل‌دهی مجموعه طبقه‌ها، ۶- کار روی داده‌ها و اصلاح طبقه‌ها و عناصر آن‌ها، ۷- ارزشیابی سطح دقیق بودن طبقه‌ها و عناصر آن‌ها، ۸- تشریح مبنای مفهومی یا روشن‌سازی مفاهیم شکل‌گرفته، ۹- توصیف و روشن‌سازی خرد مایه تحلیلی برای فرایند پژوهش. فعالیت‌های تحلیل بعد از گردآوری و مقایسه مستمر داده‌ها انجام شد و تا زمانی که پژوهش‌گر به اشباع برسد، تحلیل داده‌ها تکرار گردید تا نوعی نظریه باکفایت از داده‌ها ظهور کرده باشد.

برای ارتقای اعتبار پذیری یافته‌ها، از فنون و راهبردهایی نظیر حضور طولانی‌مدت در محیط پژوهش و صرف زمان طولانی با شرکت‌کنندگان و بازبینی کدها توسط مشارکت‌کنندگان، مصاحبه با افراد با تخصص‌ها، رشته‌های مختلف و مرتبط و رعایت اصل حداکثر تنوع در انتخاب مشارکت‌کنندگان از نظر دانش و تجربه و همچنین ادامه دادن جمع‌آوری یافته‌ها تا حصول اشباع داده‌ها استفاده شد. همچنین، برای افزایش قابلیت ثبات^۲، داده‌ها به وسیله خبرگان غیر شرکت‌کننده در پژوهش نیز بررسی و نظرات آنها در خصوص کدگذاری داده‌ها اعمال شد. همچنین برای حصول تاییدپذیری^۳، درخصوص فرایند انجام پژوهش با ۳ نفر از اساتید روش‌شناس مشورت و در نحوه اجرای پژوهش تیم تحقیق را یاری کردند.

یافته‌های پژوهش

در ادامه ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه مشارکت‌کننده در پژوهش گزارش شده است.

جدول ۱. مشخصات و ویژگی‌های جامعه مشارکت‌کننده

ردیف	نوع ارتباط با موضوع	تحصیلات	مرتبه علمی	سابقه خدمت	شغل
۱	استاد دانشگاه	دکتری روان‌شناسی	دانشیار	۲۵	عضو هیئت‌علمی
۲	استاد دانشگاه	دکتری مدیریت ورزشی	استادیار	۳۰	عضو هیئت‌علمی
۳	استاد دانشگاه	دکتری مدیریت ورزشی	مربی	۲۰	عضو تأمین‌کننده امنیت استادیوم آزادی
۴	استاد دانشگاه	کارشناسی ارشد روان‌شناسی	مربی	۱۵	عضو هیئت‌علمی
۵	استاد دانشگاه	دکتری مدیریت ورزشی	دانشیار	۲۸	عضو هیئت‌علمی
۶	استاد دانشگاه	دکتری روان‌شناسی ورزشی	دانشیار	۲۸	عضو هیئت‌علمی
۷	استاد دانشگاه	دکتری امنیت ملی	دانشیار	۲۰	عضو هیئت‌علمی دانشگاه
۸	روان‌شناس	دکتری روان‌شناسی	استادیار	۳۰	عضو هیئت‌علمی
۹	سازمان لیگ	کارشناسی ارشد	مربی	۳۰	سازمان لیگ فوتبال
۱۰	خبره ورزشی	کارشناسی ارشد	مربی	۲۸	فدراسیون فوتبال
۱۱	روان‌شناس	دکتری روان‌شناسی	دانشیار	۲۵	عضو هیئت‌علمی
۱۲	روان‌شناس	دکتری روان‌شناسی	دانشیار	۲۹	عضو هیئت‌علمی
۱۳	روان‌شناس	کارشناسی ارشد روان‌شناسی	استادیار	۳۰	عضو هیئت‌علمی
۱۴	جامعه‌شناس	دکتری	دانشیار	۳۰	عضو هیئت‌علمی
۱۵	جامعه‌شناس	دکتری	دانشیار	۲۵	عضو هیئت‌علمی
۱۶	فعال در امورات امنیتی فدراسیون فوتبال	دکتری مدیریت ورزشی	مدرس	۲۰	کارمند وزارت ورزش و جوانان
۱۷	مربی و فعال در امنیت رویداد	دکتری مدیریت ورزشی	استادیار	۳۰	مربی تیم‌های ملی

بعد از انجام مصاحبه، استراتژی کدگذاری نظرات مصاحبه‌شوندگان به همراه مشاهدات محقق و برداشت سطر به سطر انجام شد. کدگذاری داده‌های اولیه شامل مفاهیم اصلی، ۵۹، زیر مقوله‌ها ۱۷ کد و ۶ مقوله اصلی به‌دست آمده است.

جدول ۲. عوامل زمینه‌ای مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی

مقوله‌های اصلی	زیر مقوله‌ها	مفاهیم اصلی
عوامل زمینه‌ای: تغییرات فرهنگی و اجتماعی	فرهنگ هواداری	تقویت ارزش‌های هواداران، تقویت زیبایی‌شناسی در هواداران، مدیریت تعصبات تماشاگران، شناخت فرهنگ محل رویداد، فرهنگ ضعیف در تخلیه هیجان
	تغییرات اجتماعی	تأثیر شرایط اجتماعی جامعه، تغییرات اجتماعی جامعه، مشکلات اجتماعی محل رویداد

شرایط علی (ضرورت‌ها و چالش‌ها) مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی در قالب ۲ مفهوم کلی که عبارت‌اند از: اقدامات انتظامی و امنیتی و اقدامات روان‌شناختی

جدول ۳. مقوله های اصلی

مقوله های اصلی	مقوله های فرعی	متن مصاحبه
اقدامات انتظامی، امنیتی	برخورد قضایی و انضباطی	افراد خاطی را باید در همان محل استادیوم آنها را جریمه کنیم.
		کاری کنیم افراد خاطی سابقه دار روز مسابقه خودشان را به کلاتری معرفی کنند
	کنترل اطلاعاتی تماشاگران	هوادار نماها باید قبل از برگزاری مسابقه شناسایی شوند
		سامانه ای را باید برای شناسایی افراد خاطی طراحی و استفاده کنیم
		چند نفر افراد خاطی که وارد ورزشگاه می شوند، باید تحت شناسایی اطلاعاتی قرار گیرند
اقدامات روان شناختی	اجرای دقیق طرح های انتظامی	باید برای تردد آسان تماشاگران مدیریت ترافیک داشته باشیم
		اقدامات انتظامی مناسب در رویدادهای بزرگ بسیار مهم و تأثیر گذار است
	بالا بردن آستانه تحریک هواداران	همیاران پلیس را باید برای برگزاری رویداد امن استفاده کنیم
		پلیس ویژه مسابقات باید تشکیل دهیم
		تماشاگران احساس پرخاشگری دارند باید کاری کنیم تحملشان را بالا ببریم
	شناخت تیپ های شخصیتی روانی تماشاگران	تعدادی از تماشاگران دارای علائم اختلالات روانی هستند
		عوامل موثر بر تشکیل شخصیت زمینه ساز بروز رفتار در ورزشگاهها می شود را باید شناسایی کنیم
	اقدامات روان شناختی	ویژگی شخصیتی از مهمترین عوامل موثر بر کنترل هیجانات در ورزشگاهها است
		باید ویژگی شخصیتی عموم تماشاگران حاضر در ورزشگاه را در بیاوریم
		افرادی که دارای افکار ضد اجتماعی هستند بیشتر علاقه به تخلیه هیجانات در ورزشگاه می آیند.
	برنامه ریزی روانی تماشاگران	افراد دارای تیپ شخصیتی یک، معمولاً به استادیوم نمی آیند.
		برای تماشاگران باید کارت سلامت روانی تهیه شود.
	اقدامات روان شناختی	بیماران روانی را نباید به ورزشگاهها اجازه ورود دهیم
		تیپ های شخصیتی مختلف راه تخلیه هیجان متفاوت دارند باید برای هر کدام برنامه ریزی کنیم
		باید قبل از بازی روی ویژگی شخصیتی هواداران کار کنیم و برنامه ریزی کنیم

جدول ۴. عوامل علی مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی

مقوله های اصلی	زیر مقوله ها	مفاهیم اصلی
شرایط علی: اقدامات انتظامی و روانی	اقدامات انتظامی و امنیتی	اجرای طرح های انتظامی و امنیتی، کنترل اطلاعاتی تماشاگران، برخورد قضایی و انضباطی،
	اقدامات روان شناختی	شناخت تیپ های شخصیتی روانی تماشاگران، بالا بردن آستانه تحریک تماشاگران، برنامه ریزی روانی تماشاگران

در قسمت بعد به ارائه عوامل مداخله گر مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی می پردازیم. در این بخش مفهوم کلی به عنوان «موانع» شناخته شد که عبارتند از: ضعف های امنیتی رویداد، ضعف مدیریت تماشاگران و ضعف های هماهنگی سازمان ها.

جدول ۵. عوامل مداخله‌گر مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی

مقوله‌های اصلی	زیر مقوله‌ها	مفاهیم اصلی
شرایط مداخله‌گر:	ضعف‌های امنیتی رویداد	ضعف افسران امنیتی رویداد، ضعف در اجرای طرح‌های انتظامی
ضعف‌های مدیریتی و امنیتی	ضعف مدیریت تماشاگران	ضعف در سازماندهی هواداران، ضعف کانون هواداران، ضعف در ارتباط با هواداران، ضعف در سازماندهی لیدرها
	ضعف‌های هماهنگی سازمان‌ها	ضعف در تعامل دستگاه‌ها، موازی کاری دستگاه‌ها، ضعف آموزش در دستگاه‌ها

پس‌ازاینکه بسترهای مدیریت هیجان شناسایی شد، به راهکارهای مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی پرداختیم. مدیریت علمی روانی رویداد، فراهم کردن بستر تخلیه هیجان، فناوری، تقویت خدمات رفاهی، آموزش، بهره‌برداری از رسانه، مدیریت روانی یکپارچه شناسایی شدند.

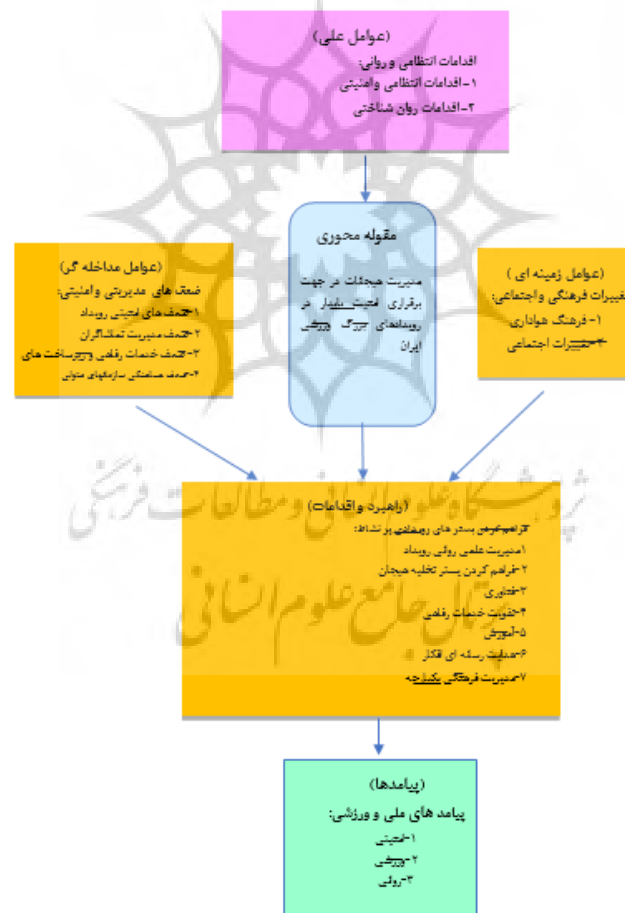
جدول ۶. راهبردهای مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی

مقوله‌های اصلی	زیر مقوله‌ها	مفاهیم اصلی
مدیریت علمی روانی	تشکیل تیم مدیریتی علمی، مسئله یابی روانی رویداد، مدیریت مناسب رویداد	برگزاری رویداد، مدیریت جمعیت هواداران
فراهم کردن بستر تخلیه هیجان	آزادی تخلیه هیجان در رویداد، تقویت سواد هیجانی هواداران، جهت‌دهی هیجانات در رویداد، تقویت هیجانات مثبت	
فناوری	داشتن اشراف اطلاعاتی بر تماشاگران، به‌کارگیری سامانه‌های روان‌شناختی تماشاگران، به‌کارگیری تجهیزات امنیتی	
تقویت خدمات رفاهی	بلیط فروشی الکترونیکی رویداد، تقویت امکانات رفاهی برای هواداران، بهبود زیرساخت‌های خدماتی، تسهیل تردد هواداران	
راهبردها و اقدامات:	آموزش	آموزش روانی پلیس و متولیان رویداد، آموزش هواداری مثبت از خانواده‌ها، آموزش روانی لیدرها
فراهم کردن بسترهای رویدادی پرنشاط	هدایت رسانه‌ای افکار	جهت‌دهی افکار هواداری با رسانه، هماهنگی امنیتی رسانه و پلیس، پوشش رسانه‌ای رویداد، مدیریت محتوای رویداد با رسانه
مدیریت فرهنگی یکپارچه	ترویج فرهنگ زیبایی طلبی هواداران، ترویج اخلاق در بین هواداران، استفاده از طرح‌های آرام‌ساز در فضای داخل استادیوم، اجرای برنامه‌های مفرح قبل مسابقه، تقویت ارزش‌های اجتماعی مثبت، مدیریت روانی یکپارچه	

درنهایت، در جدول شماره ۷ به بررسی اثرات مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی پرداختیم و اثر کلی (امنیتی، ورزشی، روانی) شناسایی شد که بر توجه به مدیریت هیجان متمرکز می‌شود.

جدول ۷. پیامدهای مدیریت هیجانات در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی

مقوله‌های اصلی	زیر مقوله‌ها	مفاهیم اصلی
پیامدها: پیامد ملی و ورزشی	امنیتی	موجب آرامش روانی در رویداد می‌شود. موجب برگزاری رویدادی امن در کشور می‌شود.
	ورزشی	موجب لذت بردن هواداران از شرکت در رویداد می‌شود. موجب بهبود حضور مجدد هواداران می‌شود. موجب بهبود کسب منافع مالی از رویداد می‌شود.
	روانی	موجب تخلیه هیجانات تماشاگران می‌شود. موجب ارتقاء فرهنگی هواداران و بازیکنان می‌شود. موجب بروز زیبایی‌های حضور در یک رویداد خواهد شد



بحث و نتیجه‌گیری

عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل بازدارنده، راهبردها و پیامدها و اثرات مدیریت هیجان در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی می‌باشد. در ادامه درباره یافته‌های پژوهش بحث می‌کنیم.

این پژوهش باهدف طراحی مدل مدیریت هیجان در جهت برقراری امنیت پایدار در رویدادهای بزرگ ورزشی در ایران بر اساس نظریه داده بنیاد انجام شد. شش بخش اصلی یافته‌های این مدل شامل

تأثیرگذار می‌باشد، اما شناخت تیپ غالب شخصیتی تماشاگران در استادیوم، به متولیان برگزاری رویداد و هدایت‌کنندگان فضای روانی استادیوم کمک می‌کند تا بتوانند برنامه‌ریزی صحیح را برای برخورد مناسب با حوادث احتمالی و نوع واکنش احتمالی تماشاگران داشته باشند. با توجه به اینکه شخصیت روانی تماشاگران در فضای استادیوم ورزشی متأثر از رفتار سایر تماشاگران می‌باشد، لذا شناخت اولیه از تیپ‌های شخصیتی افراد با کمک ابزارهای سنجش می‌تواند در تصمیم‌گیری‌ها کمک‌کننده باشد. برای سنجش تیپ‌های شخصیتی می‌توان از روش‌هایی مانند؛ الزام به تکمیل پرسشنامه‌های شخصیت‌شناسی در زمان خرید بلیط، استفاده از ظرفیت کانون هواداران و یا در تکمیل پرسشنامه در زمان ورود به استادیوم استفاده نمود.

بعد از شناخت اولیه از تیپ‌های شخصیتی تماشاگران، باید برنامه‌ریزی لازم برای بالا بردن آستانه تحریک تماشاگران انجام گردد. به دلیل ضعف در امکانات رفاهی، خدماتی و دسترسی به سایر نیازمندی‌های رفاهی تماشاگران، نارضایتی از وضعیت میزبانی در استادیوم در تماشاگران به وجود می‌آید که این امر باعث کاهش آستانه تحریک تماشاگران می‌شود که زمینه را برای هرگونه پرخاشگری و رفتارهای خارج از عرف فراهم می‌نماید؛ بنابراین برای مدیریت آستانه تحریک، می‌بایست برنامه‌ریزی‌های لازم را قبل از برگزاری رویداد و حضور تماشاگران در استادیوم به عمل آورده شود. در مورد عوامل زمینه‌ای (تغییرات فرهنگی و اجتماعی) مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، مهم‌ترین عوامل را؛ فرهنگ هواداری، تغییرات اجتماعی تشکیل داده اند.

فرهنگ هواداری یکی دیگر از عوامل مهم در مدیریت هیجان تماشاگران در کشور ما می‌باشد. به دلیل ضعف باشگاه‌ها در جذب، سازماندهی و هدایت هواداران و لیدرها، شاهد رهاشدگی هواداران می‌باشیم که منجر به بروز رفتارهای غیرمعمول و گاهی ضدارزش از آنان می‌باشیم.

سازماندهی دقیق هواداران و آموزش روش تخلیه مثبت هیجان به آن‌ها، یکی از روش‌هایی می‌باشد که در مدیریت هیجانات مؤثر می‌باشد، بطوری که همه دست‌اندرکاران رویدادهای ورزشی به دنبال تحقق این موضوع می‌باشند. به دلیل عدم پرداختن صحیح به راه‌های تقویت فرهنگ تخلیه هیجان به شکل صحیح توسط هواداران، این موضوع محقق نشده است که نیاز به پژوهش‌های کاربردی و برنامه‌ریزی دقیق و اجرای درست آن می‌باشد.

در مورد عوامل علی (ضرورت‌ها و چالش‌ها) مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، مهم‌ترین عوامل را؛ اقدامات انتظامی و امنیتی، اقدامات روان‌شناختی تشکیل دادند.

اقدامات انتظامی و امنیتی در رویدادهای بزرگ ورزشی، یکی از مهم‌ترین عوامل مدیریت هیجان برای برقراری امنیت پایدار در این رویدادها می‌باشد، بطوری که اگر اقدامات انتظامی و امنیتی رویداد با مدیریت ورزشی رویداد، به‌طور موازی انجام شود باعث می‌گردد زمینه‌های نارضایتی تماشاگران کاهش‌یافته و بستر برای مدیریت هیجان تماشاگران فراهم گردد. نتایج پژوهش مهرعلی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، سادات حسینی (۱۳۸۹)، کشاورز (۱۳۹۷)، جیمی کلند (۲۰۱۸)، نیز نشان داد که مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح ورزشی و اقدامات انتظامی و امنیتی نقش مهمی در برگزاری رویداد امن دارند. اقدامات انتظامی و امنیتی یکی از ابزارهای مهم برای مشخص کردن محدوده تخلیه هیجان می‌باشد، بطوری که اگر تخلیه هیجان تماشاگران در داخل استادیوم انجام نشود و به محیط اطراف استادیوم کشیده شود، منجر به بروز حوادثی خواهد شد، لذا اقدامات انتظامی و امنیتی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای جلوگیری از بروز حوادث در خارج از محل استادیوم خواهد بود. برای دستیابی به این هدف اقداماتی مانند؛ کنترل‌های امنیتی در ورودی‌های ورزشگاه، نظارت بر فضای استادیوم و رصد اطلاعاتی برای مدیریت هیجان تماشاگران، ممنوعیت ورود اشیاء ممنوعه به داخل استادیوم، جداسازی هواداران تیم‌ها، استفاده از همیاران پلیس، هواداران داوطلب، افسران امنیتی باشگاه‌ها، نیروهای حراست استادیوم و سایر روش‌های انتظامی نیز استفاده می‌شود.

یکی دیگر از عوامل مهم در مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، انجام اقدامات روان‌شناختی می‌باشد. اقدامات روان‌شناختی شامل؛ شناخت تیپ‌های شخصیتی روانی تماشاگران، بالا بردن آستانه تحریک تماشاگران، برنامه‌ریزی روانی تماشاگران می‌باشد.

شناخت تیپ‌های شخصیتی تماشاگران، یکی از راه‌های مدیریت فضای روانی جو استادیوم می‌باشد. با توجه به اینکه افراد با تیپ‌های شخصیتی متفاوت وارد ورزشگاه می‌شوند، تهیه دستورالعمل روانی خاص برای هدایت فضای روانی استادیوم ممکن نمی‌باشد، اگرچه عواملی مانند؛ تحصیلات تماشاگران و تحصیلات والدین آن‌ها، داشتن روحیه خشونت‌طلبی (که هر دو در بین تماشاگران فوتبال رابطه همبستگی مثبت و معنی‌داری با بروز رفتارهای تهاجمی دارد) (پاک‌نژاد و درانی، ۱۳۸۸)، در بروز رفتارهای هیجانی تماشاگران

(۱۳۹۹) در پژوهشی دریافت که تفاوت معناداری در انگیزه‌های حمایت (غرور جمعی، وابستگی به تیم، وابستگی به بازیکن، وابستگی به ورزش، وکالتی، زیبایی شناسانه و هویت قومی) هواداران دو تیم والیبال شهرداری تبریز و شهرداری ارومیه مشهود است، انگیزه‌های حمایت در هواداران تیم والیبال شهرداری تبریز به ترتیب عبارت‌اند از: غرور جمعی، هویت قومی، زیبایی شناسانه، وابستگی به تیم، وکالتی، وابستگی به بازیکن، وابستگی به ورزش بود. با توجه به اینکه امنیت جامعه در صدر اهداف مسئولان کشور قرار دارد، برای ایجاد شادی و نشاط در ورزشگاه‌ها باید فرهنگ شعار دادن و نوع تخلیه هیجان به صورت کلامی، در کشور ما مورد بازنگری و تقویت قرار گیرد و در این راستا نیاز است پژوهش‌های لازم صورت گرفته و باید در عمل نیز به نتایج این پژوهش‌ها توجه جدی شود.

جهت تقویت فرهنگ شعار دادن‌ها و تخلیه هیجانی کلامی هواداران، استفاده از رسانه‌های دیداری، شنیداری، نوشتاری و فضای مجازی مانند: سایت‌ها، کانال‌های اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای بر این موضوع دارد.

برابر یافته‌های رزم پوش و همکاران (۱۴۰۱)، جو حاکم بر استادیوم‌ها قبل و بعد مسابقات، هواداران و بازیکنان در شرایطی قرار می‌گیرند که امکان دارد به خاطر نقص قوانین و هنجارها به تقابل پرخاشگرانه و خشونت‌آمیز کلامی، مجازی روی‌آورند. چنین تقابل‌ها به وضوح نشان‌دهنده اهمیت رسانه‌های اجتماعی جدید برای رفتار جمعی است که نیاز به نظارت بیشتری را می‌طلبد (رزم‌جو و همکاران، ۱۴۰۱، ۹۷۸).

برای این منظور می‌بایست، از طریق رسانه در خصوص فرهنگ شعارها و نوع تشویق تیم‌ها برنامه‌های آموزشی و فرهنگی ارائه شود. کنترل هیجان و مدیریت استرس، باید در عناوین آموزشی وزارت آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، وزارت ورزش، فدراسیون و باشگاه‌ها قرار گیرد به طوری که آموزش اصول و قوانین حضور در ورزشگاه به افراد داده شود (اتقیا، بخشی زاده و مختاری، ۱۴۰۱، ۲۸۳).

یکی دیگر از عوامل مهم در مدیریت هیجان، ضعف در خدمات رفاهی و زیرساخت‌های موجود در ورزشگاه‌ها می‌باشد. زیرساخت‌های رفاهی موجود در ورزشگاه‌های کشور مناسب نبوده و علاوه بر اینکه موجبات نگرانی‌های اولیه هواداران را فراهم می‌نماید که باعث کاهش آستانه تحریک آنان می‌شود از طرف دیگر به دلیل ضعف زیرساخت‌ها، هواداران کمتری در ورزشگاه حاضر

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر مدیریت هیجان، تغییرات فرهنگی می‌باشد. اهداف هواداران برای شرکت در یک رویداد ورزشی متفاوت است ولی تماشای بازی جذاب فوتبال از مهم‌ترین اهداف آنان در حضور در ورزشگاه می‌باشد. به دلیل تغییرات فرهنگی، اجتماعی و تغییر ذائقه نسل امروز و حوادث مختلف سیاسی و اجتماعی جوامع بشری، اهداف هواداران نیز تغییر پیدا کرده است، لذا توجه به این اصل که تماشای یک بازی جذاب به همراه سایر برنامه‌های جانبی بانشاط، فرصت تجربه اوقات فراغتی بانشاط را فراهم کند، این یکی از خواسته‌های انکارناپذیر هر تماشاگری می‌باشد؛ بنابراین متولیان باشگاه‌ها باید، ضمن بازنگری در اهداف خود، حرکت در این مسیر و با ارائه خدمات جانبی و فراهم کردن رویدادی جذاب، کمک شایانی به جذب تماشاگران و تخلیه مثبت هیجانات هواداران و کسب رضایت آنان را نمایند.

در مورد عوامل مداخله‌گر (ضعف‌های مدیریتی و امنیتی) مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، مهم‌ترین عوامل را: ضعف‌های امنیتی رویداد، ضعف مدیریت تماشاگران، ضعف خدمات رفاهی و زیرساخت‌های، ضعف هماهنگی سازمان‌های متولی تشکیل دادند.

یکی از موانع مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، ضعف‌های امنیتی در این رویدادها می‌باشد که باید برنامه‌ریزی دقیق امنیتی برای مدیریت هیجانات تماشاگران، بازیکنان، مربیان و کلیه افرادی که در استادیوم حضور دارند صورت گیرد. لذا یکی از عواملی که بایستی مورد توجه قرار گیرد این است که؛ در صورتی که هیجان هواداران از کنترل خارج شد، توان آرام‌سازی جو و کنترل امنیتی استادیوم را داشته باشیم بتوانیم از بروز حوادث پیشگیری به عمل آید.

یکی دیگر از موانع مدیریت هیجان، ضعف مدیریت برگزاری رویدادهای ورزشی در خصوص تخلیه هیجان در ورزشگاه‌های کشور به دلیل مسائل فرهنگی، قومیتی و سیاسی و محدودیت‌های دیگر می‌باشد. چالش استفاده هواداران از برخی شعارها و کلمات خاص می‌تواند از سوی سایر هواداران توهین تلقی گردد و مشکلات امنیتی را به وجود آورد؛ بنابراین در این راستا می‌بایستی برای اینکه هواداران بتوانند با شعار دادن و حمایت کلامی و با تشویق تیم خود به نوعی هیجان خود را تخلیه کنند، مسئولان برگزاری باید در خصوص نوع شعارها و مسائلی که احتمال بروز آن وجود دارد به یک آمادگی کاملی رسیده باشند و هواداران را نیز در این مسیر آموزش دهند و آنان را در خصوص توجه به اهمیت مسئله امنیت در کنار شادی و نشاط آموزش دهند. در همین راستا، رسولی هرزند

استفاده از روش‌های علمی می‌بایست میزان هیجان تماشاگران را در محدوده طبیعی قرار دهیم تا از کنترل خارج نگردد، ضمن اینکه با برگزاری برنامه‌های شاد و مفرح بخشی از هیجانات تماشاگران را نیز باید تخلیه نماییم و در حین برگزاری مسابقه نیز باید از لیدرهای آموزش دید شده استفاده کرد تا ضمن ایجاد شورونشاط، هدایت روانی هواداران را نیز تحت کنترل داشته باشند.

بعد از مسابقه بایستی بر آماده‌سازی روانی هواداران برای رویدادهای بعدی و همچنین کنترل فرایندهای علمی انجام‌شده در مراحل قبل بررسی‌های علمی انجام‌شده و نقاط ضعف را اصلاح نمود. برای مدیریت هیجان به‌صورت علمی نیاز به فراهم کردن بسترهای لازم برای تخلیه هیجان مانند؛ آزادی تخلیه هیجان در رویداد، تقویت سواد هیجانی هواداران، جهت‌دهی هیجانات در رویداد، تقویت هیجانات مثبت می‌باشد. لذا برای فراهم آوردن این بسترها باید با استفاده از خبرگان عرصه علمی و فرهنگی و ورزشی کمیته‌ای تشکیل و در خصوص شیوه‌های علمی تخلیه هیجان به جمع‌بندی رسیده و جهت وضع قوانین و مقررات متناسب با این روش‌ها اقدامات لازم را به عمل آورند. علاوه بر وضع قوانین، در اجرای این قوانین باید سازوکارهای لازم را نیز فراهم نمود.

یکی دیگر از راه‌های دستیابی به مدیریت هیجان، استفاده از فناوری و تکنولوژی می‌باشد که با نتایج تحقیق همتی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، کوشا (۱۳۹۶)، همخوانی دارد. با گسترش تکنولوژی، کسب اطلاعات برای اشراف اطلاعاتی بر هواداران آسان شده و استفاده از فناوری‌های جدید در ارتقا فعالیت‌های اوقات فراغت ورزشی مهم‌ترین گویه در میان عوامل فنی بوده و به نظر می‌رسد در مسیر بهبود فعالیت‌های اوقات فراغت ورزشی نیاز است تا بستر فنی در این خصوص نیز ایجاد گردد (اکبرپور و همکاران، ۱۴۰۱ ص ۱۵). با تجمیع اطلاعات به‌دست‌آمده از سامانه‌های مختلف می‌توان اطلاعات لازم را برای تحلیل وقایع و پیش‌بینی حوادث کسب کرد و بر طبق این اطلاعات برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام داد. یکی از سامانه‌های موردنیاز برای مدیریت هیجان، طراحی سامانه روان‌شناختی هواداران می‌باشد. برای این منظور باید از راه‌های مختلف اطلاعات روانی هواداران را کسب و تیپ‌شناسی شخصیتی و سوابق آنان را در یک سامانه تجمیع نمود تا در زمان حضور تماشاگران بتوان تیپ‌های شخصیتی حاضر در ورزشگاه را تشخیص و احتمالات رفتاری و نوع برخورد روانی را برای آنان در نظر گرفت. همچنین برای رصد هواداران در زمان برگزاری رویداد

که این باعث کاهش درآمد باشگاه‌ها شده و اثر معکوسی بر خدمات رسانی مجدد به هواداران می‌شود. لذا تخلیه هیجان هواداران به شکل رفتارهای خشونت‌آمیزی بروز می‌نماید؛ بنابراین برای تخلیه هیجانات به شکل مثبت بایستی خدمات رفاهی و تفریحی استادیوم‌ها بهبود یابد تا بخشی از هیجانات از این طرق تخلیه گردد. یکی دیگر از موانع مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، ضعف هماهنگی سازمان‌های متولی در برگزاری رویدادی با نشاط می‌باشد. به همین دلیل دستگاه قانون‌گذار و مجریان رویدادهای ورزشی، وزارت ورزش و جوانان که به‌عنوان پل بین ورزشکاران، دولت و مجلس، ایفای نقش می‌کند باید تمام تلاش خود را در جهت تدوین قوانین مناسب و هماهنگی‌های دقیق برای برگزاری رویدادی با نشاط برای هدایت فضای رسانه‌ای به عمل آورند.

در مورد راهبردهای (فراهم کردن بسترهای رویدادی پر نشاط) مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی، مهم‌ترین عوامل را؛ مدیریت علمی روانی رویداد، فراهم کردن بستر تخلیه هیجان، فناوری، تقویت خدمات رفاهی، آموزش، هدایت رسانه‌ای افکار، مدیریت فرهنگی یکپارچه تشکیل دادند

برای مدیریت هیجانات در ورزشگاه‌ها، یکی از راه‌های کسب موفقیت استفاده از روش‌های علمی برای مدیریت هیجان، مانند؛ تشکیل تیم مدیریتی علمی، مسئله‌یابی روانی رویداد، مدیریت مناسب برگزاری رویداد، مدیریت جمعیت هواداران و استفاده از متخصصان حوزه روان‌شناسی و جامعه‌شناسی می‌باشد. با توجه به اینکه تماشاگران به عوامل بیرونی هیجان مثبت و منفی همچون هیجانی که در اثر افراد دیگر و بازی مسابقه ایجاد می‌شود، بیشتر مهیج شده و هیجان بیشتری را از احساسات درونی خودشان همچون بشاش و خوشحال بودن که در درونشان به‌احتمال زیاد شاید مربوط به قرارگیری در ورزشگاه و جمع هم نباشد تجربه می‌کنند (محمدی و قبادی، ۱۴۰۱، ۹۲)، بنابراین شناخت علمی محرک‌های بیرونی می‌تواند مؤثر می‌باشد.

مدیریت علمی رویداد ورزشی در سه حوزه؛ قبل، حین و بعد از مسابقه می‌بایست به کار گرفته شود. قبل از برگزاری رویداد ورزشی با استفاده از روش‌های علمی، روش‌های تخلیه هیجان به شکل مثبت را به هواداران آموزش دهیم تا در زمان رویداد شاهد رفتار آموخته از آنان باشیم.

یکی از مهم‌ترین راه‌های مدیریت هیجان فراهم کردن بستر تخلیه هیجان برای هواداران می‌باشد. در زمان برگزاری رویداد ورزشی با

استفاده از دوربین‌های نظارتی می‌تواند برای رصد لحظه‌ای آنان بسیار کمک‌کننده باشد.

از دیگر عوامل مؤثر بر مدیریت هیجانات هواداران، ارائه خدمات رفاهی مناسب در رویداد ورزشی می‌باشد. برابر یافته‌های تحقیق حسامی (۱۳۹۳)، استادیوم‌های ورزشی کشور با ۶۷ درصد ایمنی در وضعیت خوبی قرار داشتند، لیکن پیشنهاد می‌کند که به‌منظور ایمن کردن محیط استادیوم برای تمامی استفاده‌کنندگان، در ساخت استادیوم‌های جدید یا بازسازی استادیوم‌های موجود به مسئله ایمنی توجه بیشتری شود (حسامی، جلالی فراهانی و سلیمانی ۱۳۹۳، ۳۴۳). علاوه بر ایمنی، زیرساخت‌های رفاهی موجود در ورزشگاه‌های کشور مناسب نبوده و موجبات نگرانی‌های اولیه هواداران را فراهم می‌نماید و باعث کاهش آستانه تحریک آنان می‌شود و در زمان تخلیه هیجان به شکل رفتارهای خشونت‌آمیزی بروز می‌نماید؛ بنابراین برای تخلیه هیجانات به شکل مثبت بایستی خدمات رفاهی و تفریحی استادیوم‌ها بهبود یابد تا بخشی از هیجانات از این طرق تخلیه گردد و زمانی که تماشاگر از ورزشگاه خارجی می‌شود، هیجانات آن‌ها کاهش یابد در غیر این صورت ممکن است هیجانات در خارج از ورزشگاه به شکل‌های دیگری بروز نماید

یکی دیگر از مواردی که می‌تواند در مدیریت هیجانات هواداران در ورزشگاه‌ها مؤثر باشد، هدایت رسانه ای افکار یا بالابردن سواد رسانه‌ای ورزشی در جامعه هواداری می‌باشد که این امر از طریق، ایجاد کانال‌های آموزشی سواد رسانه‌ای برای هواداران میسر می‌باشد. ضعف مدیریت فرهنگی در ورزشگاه‌ها که متأثر از عوامل فرهنگی می‌باشد، در نتایج تحقیق، دوستدار (۱۳۹۰)، کوشا (۱۳۹۶) و همتی نژاد (۱۳۹۵) نیز همخوانی دارد.

اقدامات مهمی که می‌بایست در زمان رویدادهای ورزشی صورت گیرد این است که رسانه ملی از تهییج منفی هواداران به خاطر حضور کارشناسی ضعیف در برنامه‌های ورزشی، پرهیز نماید. با توجه به اینکه در فضای مجازی، به دلیل اینکه قوانین بازدارنده و نظارت کافی اعمال نمی‌شود، تهییج منفی زیادی توسط افراد و

گروه‌ها ایجاد می‌شود، بنابراین مسئولان رویدادها می‌بایست در جهت تقویت فرهنگ هواداری، قوانین متناسب با ورزش کشور تدوین نمایند تا بخشی از موانع موجود بر سر راه فرهنگ هواداری مرتفع گردد.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر مدیریت هیجان در رویدادهای ورزشی مدیریت فرهنگی یکپارچه در این رویدادها می‌باشد. با توجه به اینک+ه دستگاه‌های مختلفی در ارائه خدمات به تماشاگران مشارکت دارند و عدم هماهنگی این دستگاه‌ها می‌تواند بر هیجان تماشاگران تأثیر منفی بگذارد، لذا انجام عملیات روانی و کاهش عوامل استرس‌زای تماشاگران و کمک به تخلیه مثبت هیجانات نیاز به مدیریت یکپارچه برای انجام اقدامات روان‌شناختی دارد؛ که نتایج حاصله با پژوهش‌های مهر علی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، عیدی (۱۳۹۵) و جیمی کلند (۲۰۱۸) نیز همخوانی دارد.

یکی دیگر از راه‌های مؤثر در مدیریت هیجان، آموزش هواداران و بازیکنان و همچنین سایرمتولیان مشارکت‌کننده در خصوص راه‌های تخلیه هیجان تماشاگران و ارائه خدمات به‌موقع و همچنین آمادگی برای هدایت رویداد به سمت رویدادی بانشاط می‌باشد. درنهایت باید ذکر کرد، با توجه به پیچیده بودن مسئله مدیریت هیجانات در جهت امنیت پایدار رویداد ورزشی، توجه به تیپ‌شناسی شخصیتی هواداران، می‌تواند مؤثر باشد تا برنامه‌ریزی لازم را برای اجرای طرح‌های انتظامی، روان‌شناختی و عملیات روانی به عمل آورده و زمینه‌های لازم را برای فراهم نمودن بسترهای رویدادی بانشاط فراهم نمایند. درنهایت توجه کلان به مدیریت هیجان در راستای اهداف برگزارکنندگان می‌تواند به همه شرکت‌کنندگان آرامش و اطمینان برگزاری یک رویداد بانشاط و خاطره‌انگیز را فراهم نماید و هیجان تماشاگران را کاهش و از بروز هرگونه حادثه تلخ امنیتی و جانی جلوگیری به عمل آورد.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام تحقیق، محققین را همراهی نموده‌اند، تشکر و قدردانی نمایند.

References

- Aghazadeh, A., Hosseini, B., & Ebadi Barbin, H. (2021). Sport Violence in Football Fans: The Role of Sensation Seeking and Cultural Intelligence by Mediating Tolerance Threshold. *Sport Psychology Studies*, 10(37), 85-106. doi: 10.22089/spsyj.2019.7662.1825 .[In Persian]

- akbarpoor, H., jamshidain, L., torkfar, A., & amirhoosini, S. E. (2023). Investigating the effective factors on improving sports leisure with emphasis on the Iranian-Islamic model. *Sport Psychology Studies*, 11(42), 1-22. doi: 10.22089/spsyj.2020.9441.2041. [In Persian]
- Ali Dost Qahfarkhi, A., & Shariati, J. (2021). Analyzing the role of cyberspace in crimes against national security with emphasis on the sports environment. *Quarterly of Order & Security Guards*, 14(4), 145-172. doi: 10.22034/osra.2022.205047.1309. [In Persian]
- Alimohammadi H, Tondnevis F, Hadavi F. Comparison of Factors Affecting on Sport Spectators` Attendance among Football, Basketball and Volleyball Professional Leagues in Iran. *JRSM* 2013; 3 (5) :99-111. [In Persian].
- Atghia, N., Bakhshizade, S., & Mokhtari Dinani, M. (2021). Modeling of Effective Factors on Aggression between Esteghlal and Perspolis Fans. *Sport Psychology Studies*, 9(34), 283-304. doi: 10.22089/spsyj.2020.9474.2043. [In Persian]
- Badri, R., Beyrami, M., Vahedi, S., & Eynipour, J. (2015). Relationship between Emotional Control and Procrastination in High School Students. *Journal of Modern Psychological Researches*, 10(37), 169-184. [In Persian]
- Balaji, M.S. & Chakraborti, R. (2015). Stadium atmosphere: scale development and validation in Indian context. *Journal of Indian Business Research* 7(1):45-66.
- Buzan, Bari. (1401). People, government and fear. Translator of Strategic Studies Research Institute, Tehran: Strategic Studies Research Institute. Fifth Edition. [In Persian]
- Cheraghi Bidghi, Farshad; Ali, Mahnaz; Akbari Dehkordi. (2015). Teaching emotion management skills on children's aggression. Third National Congress of Social Psychology of Iran, Tehran- 27 and 28 Ardibehesht, 332-337. [In Persian]
- Dostdar, Reza. (1390). The role and function of the armed forces in realizing sustainable national security in the landscape (case study: Iran's J.A. Police Force). *Quarterly Journal of Police Order and Security*. 4(3). 81- 106. [In Persian].
- Edensor Tim, (2015). Producing atmospheres at the match: Fan cultures, commercialisation and mood management in English Emotion, Space and Society, 15, 82-89. football,
- Edwards, A.-M., & Kotera, Y. (2021). Mental health in the UK police force: A qualitative investigation into the stigma with mental illness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(4), 1116-1134..
- Eydi, H., & Yousefi, B. (2016). SWOT of Hosting Mega Sport Events in Iran. *Sport Management Studies*, 8(39), 171-188. doi: 10.22089/smrj.2016.899. [In Persian].
- Faraji, R., & Shabani, S. (2021). Police Role in Promoting the Culture and Etiquette of Spectators in Attending Football Stadiums. *Police Management Studies Quarterly*, 16(1), 151-170. doi: 10.22034/pmsq.2021.96063. [In Persian].
- Hemati nezhad, M., Taylor, T., Gholizadeh, M. H., & Faraji, R. (2016). Prioritizing Factors Affecting the Security of Iranian Football Stadiums Using Analytical Hierarchy Process. *Sport Management Journal*, 8(1), 69-85. doi: 10.22059/jsm.2016.58249. [In Persian].
- Hesami, L., Jalali Farahani, M., & Soleimany, K. (2014). The Investigation of the State of Safety in Stadiums of Iran Professional Football League. *Sport Management Journal*, 6(2), 343-359. doi: 10.22059/jsm.2014.50473. [In Persian].

- Izabella, S., & Slawomir, K. (2019). Safety of sports mass events in the context of creating a marketing product, *czoto* 2019. 1, (1), 851-858.
- Jalali Farahani, Majid; Ali Dost Ghafarakhi, Ibrahim. (2017). Management of sports events and camps. Tehran. Tehran University Publications,. [In Persian].
- Jamie, C. 2018, Sports fandom in the risk society: Analyzing perceptions and experiences of risk, security and terrorism at elite sports events *Sociology of Sport Journal* Human Kinetics, Inc. Tonnes, Ferdinand, Community and Association, London, Routledge and Kegan Paul. 13-29.
- javanmard, K., & sanatkah, A. (2022). Qualitative explanation of the grounds and conditions of participation of female students in public sports (Case study: Payame Noor University of Kerman). *Woman in Development & Politics*, 20(3), 365-388. doi: 10.22059/jwdp.2022.335488.1008125
- Keshavarz, L. (2018). Designing the Model of Factors Affecting the Managers' Behavior to Confront Attacks of Terrorist Groups in Sporting Events. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 5(3), 21-32. doi: 10.30473/fmss.2018.5120
- Klatt, S., & Smeeton, N. J. (2020). Visual and Auditory Information During Decision Making in Sport. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 42(1), 15-25.
- Koosha, M., Eydi, H., & Yousefi, B. (2018). Gap Analysis of Sport Industry from Bidding Sport Mega-Events Perspective. *Sport Management Studies*, 10(49), 15-36. doi: 10.22089/smrj.2017.4347.1834
- Mahmoodi, T., Bassak Nejad, S., & Mehrabizadeh Honarmand, M. (2016). The effectiveness of anger management based on positive psychology on cognitive emotion regulation and aggression rumination in female students. *Psychological Achievements*, 23(2), 137-156. doi: 10.22055/psy.2017.12584
- Majewska, A. Majewska, Al.(2022).Are social media matter for the football club finance?, *Procedia Computer Science*, 207, 2068-2076.
- mohammadi, S., & ghobadi, A. (2022). The Role of Excitement in the Reappearance of the Spectators in Football Premier League Matches with Mediating Role Perceived Quality and Satisfaction of the Event. *Consumer Behavior Studies Journal*, 9(1), 92-112. doi: 10.34785/J018.2022.664
- moslehi, L., soltanhoseini, M., & Salimi, M. (2020). Identifying and Prioritizing Crime Prevention Strategies in the Field of Offenses Caused by Football Spectators' Violence. *Journal of Social Order*, 11(4), 69-90.
- Paknejad, M., & Darani, K. (2009). Violent Behaviors of Football Fans and its Psychosocial Factors. *Journal of Sports and Motor Development and Learning*, 1(3), 117-142.
- Rahmani Khalili, E., & Safavian, S. M. (2019). A Sociological Explanation of the Phenomenon of Soccer Hooliganism Case Study: Soccer Spectators of Tehran. *Social Sciences*, 26(86), 123-156. doi: 10.22054/qjss.2020.43661.2116
- Rasouli Harzand, M., & Janani, H. (2020). Comparing the Support Motives in Volleyball Fans of Tabriz Municipality Team and Urmia Municipality Team. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 19(49), 163-176.
- Razmposh, M., farzan, F., & bastam, M. (2022). The connection between fan discourse on social media and violent acts. *Political Sociology of Iran*, 5(10), 977-1008. doi: 10.30510/psi.2022.325281.2971

- Rebecca, P. (2016). The impact of mega-sport events on host residents 'quality of life. Technical University of munich tum school of management.
- Sadat Hosseini M. (1389). Football spectators' understanding of security management in Azadi Stadium. Master's thesis. Payam Noor university
- safari, S. (2018). challenges of criminal law in the face of hooliganism football fans. *Criminal law and Criminology Studies*, 48(1), 47-62. doi: 10.22059/jqclcs.2018.206941.1116
- Seydi Piri, J., Einipour, J., Jannesari, H., & Amiri, & S. (2020). Designing Emotion Management Model for Police Special Forces (Case Study: Kurdistan Province). *Police Knowledge Journal*, 22(1), 167-194.
- shams, Z., Tahmasebi Boroujeni, S., & bohloul, A. (2021). The Effect of Positive and Negative Emotions on Decision Making of Football Players. *Sport Psychology Studies*, 10(35), 259-280. doi: 10.22089/spsyj.2020.9267.2009
- Siljak, V., & Djokovic, D. (2017). Historical Development of the Olympic Movement. 15 (3), 43-46. Of the Olympic Movement. https://www.academia.edu/34800687/Historical_Development
- Sowier-Kasprzyk, I. & Kowalski, S. (2019) Safety of Sports Mass Events in the Context of Creating a Marketing Product, volume 1, issue 1, pp. 851-858
- Thaoqi, Mansour; and Khosrovinejad, Mohsen. (1388). Investigating cultural-social factors of emotional behavior of football spectators. Publication: Research Journal of Social Sciences, Volume 3, Number 1, 117-140.
- Winand, M. Schneiders, C. Merten, S. M. (2021). Sports fans and innovation: An analysis of football fans' satisfaction with video assistant refereeing through social identity and argumentative theories, *Journal of Business Research*, 136, 99-109
- Yanpi, T., Doosti, M., Zare Abandansari, M., & Darvishi, ., A. (2021). Investigating the Effective Factors on Improving the Performance of the Police Force in Controlling Violence and Maintaining the Security of Spectators in Iranian Premier Football League Competitions. *Police Knowledge Journal*, 22(4), 173-200. doi: DOR:20.1001.1.17359252.1399.22.4.7.0
- Ying Lu, Xinyv Shi, Xuepeng Jiang, Jiapeng Tang, (2022). Analyzing dynamic risk of stampede in stadium: A quantitative method considering the various status of risk factors in whole process, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, Volume 82, 103339
- Yonghwan, C. (2019). Spectators' emotional responses in tweets during the Super Bowl 50 game, *Sport Management Review*, 22, (3), 2019, 348-362.