



Research Article

## Explaining the Role of Identity Fusion in the Violence of Football Fans

Vajiheh Javani<sup>1</sup>, GholamReza Mirzamohammadi<sup>2</sup>, Fatemeh Abdavi<sup>3</sup>

1. Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

2. PhD Candidate, Department of Sports Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

3. Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran

**Received: 06/08/2024, Accepted: 15/09/2025, Online Published: 17/09/2025**

\* Corresponding Author: Vajiheh Javani, Email: [v.javani@tabrizu.ac.ir](mailto:v.javani@tabrizu.ac.ir)

**How to Cite:** Javani, V., Mirzamohammadi, GH. R., Abdavi, F. Explaining the Role of Identity Fusion in the Violence of Football Fans. *Sport Management Studies*, 17(91), 17-38. In Persian. Doi: [10.22089/smrv.2025.17049.4053](https://doi.org/10.22089/smrv.2025.17049.4053)

### Extended Abstract

#### Background and Purpose

Football fan violence has emerged as a significant challenge confronting modern sports management worldwide. This phenomenon transcends cultural and geographic boundaries, ranging from verbal aggression to physical confrontations that can result in serious injuries and property damage. Despite decades of research, the psychological and identity-based mechanisms driving fan violence remain insufficiently understood. Traditional studies have mainly focused on external causal factors such as crowd dynamics, alcohol consumption, rivalry intensity, and environmental triggers, often neglecting the underlying psychological processes motivating violent behaviors in football supporters. This study addresses this gap by applying identity fusion theory to explore the lived experiences of Iranian football fans and their association with violent conduct. Identity fusion theory, a pivotal framework in social psychology, explains how individual and collective identities can deeply merge, blurring boundaries between self and group, thereby generating powerful motivations for extreme pro-group behaviors.

#### Methods

A qualitative phenomenological methodology was employed to capture the nuanced psychological experiences of individuals deeply immersed in Iranian football culture. The study utilized Smith's Interpretive Phenomenological Analysis (IPA), well suited for examining complex psychological phenomena and participants' meaning-making processes. Data were primarily collected through semi-structured in-depth interviews, designed around identity fusion constructs and including questions on personal attachment to football teams, group identification, experiences with fan violence, and psychological drivers of extreme fan behavior. Interviews spanned approximately 60 to 90 minutes each and were audio-recorded with informed consent over a six-month period. A purposive sampling strategy ensured representation across diverse stakeholder groups within Iranian football, recruiting 70 participants including active football fans from numerous clubs, sports management experts, stadium and club academy managers, security



personnel, and other relevant actors. This multi-perspective approach enhanced the study's credibility and transferability. Selection criteria centered on direct involvement with Iranian football culture and capacity to provide rich, detailed narratives. Data analysis followed Smith's IPA process: detailed verbatim transcription, initial coding focused on significant statements, grouping codes into preliminary themes, and refining these into overarching categories. Member checking and peer debriefing techniques were employed to ensure trustworthiness.

## Results

The qualitative analysis uncovered a complex network of factors influencing football fan violence, organized into three principal thematic categories encompassing 21 subthemes and 196 primary codes. The first theme, "Contextual Factors," highlights environmental, social, and situational conditions fostering violent fan behavior. Subthemes include historical club rivalries, socioeconomic disparities reflected in football settings, media shaping fan perceptions, and external provocations inciting violence. Participants consistently reported how these contextual elements transform regular matches into emotionally charged events prone to conflict. The second theme, "Identity Convergence Mechanisms," elucidates psychological processes where individuals' identities become fused with their football group, producing profound emotional bonds that transcend conventional group membership. This fusion induces perceptions that threats to the team equate to personal attacks. Subthemes cover emotional investment in team success, symbolic embodiment of personal values via team affiliation, collective memory formation, and development of 'us versus them' mentalities that legitimize extreme behaviors defending the group. Participants often described experiences of profound unity with fellow fans, using expressions indicative of complete identification. The third theme, "Institutional Elements," addresses formal and informal organizational and societal structures that either mitigate or exacerbate fan violence. Subthemes include security protocols, club management policies, fan organization frameworks, and societal responses to football-related violence. Participants noted that institutional reactions can either escalate tensions or channel fan passion constructively. The findings identify identity fusion as a potent psychological mechanism capable of motivating both positive and negative fan behaviors, contingent upon its management and contextual framing.

## Conclusion

This study advances understanding of the intricate relationship between identity fusion and football fan violence, demonstrating that violent conduct is not merely reactive but rooted in deeply intertwined individual and collective identities. The findings challenge conventional external-control approaches by emphasizing identity-centered interventions. Identifying contextual, psychological, and institutional components yields a comprehensive framework for more effective prevention and intervention strategies. The research enriches theoretical knowledge of identity fusion within sports settings while offering actionable insights for sports managers, policymakers, and security professionals tackling fan violence. Successful prevention necessitates multi-dimensional strategies addressing identity processes alongside contextual and institutional determinants that either trigger or inhibit violence.

**Keywords:** Football Fans, Identity Fusion, Violence.

## Article Message

This research reveals that football fan violence originates from profound identity fusion processes rather than impulsive emotional reactions. Effective prevention thus requires identity-focused strategies in conjunction with traditional security measures.

### **Ethical Considerations**

The study adhered rigorously to ethical guidelines governing human subjects' research. All participants provided informed consent, and strict confidentiality was maintained throughout data collection and analysis.

### **Authors' Contributions**

Conceptualization: Vajihah Javani, Gholamreza Mirzamohammadi

Data Collection: Gholamreza Mirzamohammadi

Data Analysis: Vajihah Javani, Gholamreza Mirzamohammadi

Manuscript Writing: Vajihah Javani, Gholamreza Mirzamohammadi

Review and Editing: Vajihah Javani

Literature Review: Gholamreza Mirzamohammadi

Project Management: Vajihah Javani

### **Conflict of Interest**

The authors declare no conflicts of interest.




### **Acknowledgments**

The authors gratefully acknowledge the participants who generously shared their experiences and perspectives, enabling this research.





## تبیین نقش آمیختگی هویت در بروز خشونت هواداران فوتبال

وجیهه جوانی<sup>\*۱</sup> , غلامرضا میرزامحمدی<sup>۲</sup> , فاطمه عبدوی<sup>۳</sup> 

۱. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۲. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۳. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۴، تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۶/۲۶

\*نویسنده مسئول: وجیهه جوانی، E-mail: [v.javani@tabrizu.ac.ir](mailto:v.javani@tabrizu.ac.ir)

**How to Cite:** Javani, V., Mirzamohammadi, GH. R., Abdavi, F. Explaining the Role of Identity Fusion in the Violence of Football Fans. *Sport Management Studies*, 17(91), 85-106. In Persian. Doi: [10.22089/smrj.2025.17049.4053](https://doi.org/10.22089/smrj.2025.17049.4053)

### چکیده

در سال‌های اخیر، خشونت هواداران فوتبال، موضوع حیاتی در سطح جهانی شده است. با وجود تحقیقات گسترده درباره خشونت در ورزش، مطالعات پیشین عمدتاً بر عوامل علی تمرکز کرده‌اند و دیدگاه‌های ظریف ذی‌نفعان کلیدی، به‌ویژه هواداران را نادیده گرفته‌اند. همچنین تحقیقات درباره هواداران فوتبال در ایران عمدتاً توصیفی یا مدیریتی بوده‌اند و کمتر به نظریه‌پردازی درخصوص پیوند هویت و خشونت پرداخته‌اند؛ بر این اساس، در پژوهش حاضر با تکیه بر نظریه آمیختگی هویت، تلاش شد تا تجربه زیسته هواداران فوتبال ایرانی در رابطه با خشونت هواداری از منظر درونی و هویتی واکاوی شود. در این مطالعه، رویکردی نوین با استفاده از نظریه آمیختگی هویت اجتماعی برای تحلیل جامع پویایی رفتار هواداران به کار رفت. آمیختگی هویت اجتماعی نمایانگر شکلی عمیق از هویت گروهی است که در آن هویت‌های فردی و جمعی به طور عمیق درهم‌تنیده می‌شوند و نیروهای انگیزشی قدرتمندی را ایجاد می‌کنند که می‌توانند بسته به موقعیت، رفتارهای پرهزینه و گروه‌محور شامل رفتارهای حمایتی، همدلانه و حتی نمادین را تقویت کنند و در جهت منافع گروه برانگیزانند. با استفاده از روش‌شناسی کیفی پدیدارشناسانه، در این پژوهش نمونه‌ای متنوع متشکل از ۷۰ نفر از مشارکت‌کنندگان شامل هواداران فوتبال، کارشناسان ورزشی، مدیران استادیوم‌ها، مدیران آکادمی‌های باشگاهی و سایر ذی‌نفعان مرتبط با باشگاه‌های فوتبال ایران بررسی شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شده و با استفاده از روش پدیدارشناسی تفسیری اسمیت تحلیل شدند. تحلیل کیفی جامع، ۱۹۶ مضمون اولیه را آشکار کرد که به ۲۱ زیرمضمون و سه مضمون اصلی تلخیص شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد، عوامل زمینه‌ای، سازوکارهای همگرایی هویت و عناصر نهادی، چارچوب پیچیده‌ای را تشکیل می‌دهند که به تبیین ظهور و تجلی خشونت هواداران فوتبال کمک می‌کنند. این پژوهش مشارکت درخور توجهی در درک پویایی‌های روانی و اجتماعی رفتار هواداران دارد و با تمرکز بر آمیختگی هویت، نشان می‌دهد که خشونت هواداران صرفاً ناشی از هیجان یا تحریک لحظه‌ای نیست، بلکه می‌تواند ریشه در احساس عمیق یکی‌شدگی با گروه نیز داشته باشد و بینش‌هایی را فراتر از مدل‌های توضیحی سنتی پرخاشگری، نسبت به نقش پیوندهای هویتی در بروز رفتارهای افراطی مرتبط با ورزش ارائه می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** هواداران فوتبال، آمیختگی هویت، خشونت.



## مقدمه

ورزش به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای دنیای مدرن، ضمن کمک حفظ بقا و سلامت روحی و جسمی شهروندان نقش حیاتی در رفع نیازهای حرکتی، فیزیکی، روحی و جسمانی و ایجاد سلامت جوامع ایفا می‌کند؛ به طوری که شرایط مطلوبی را برای کیفیت زندگی شهروندان ایجاد می‌کند (حلاجیان و همکاران، ۲۰۲۰). ورزش، تجربه اجتماعی مداومی است که در آن بشر توانایی خود را نشان می‌دهد، سرمایه انسانی را انباشته می‌کند و بهبود می‌بخشد و ظرفیت خود را گسترش می‌دهد. ورزش با کارکرد رشدی، آموزشی، میهن‌پرستانه، ارتباطی، افراد و گروه‌های اجتماعی را هماهنگ کرده و به توسعه کشور کمک می‌کند (نیکلسون و هوی، ۲۰۰۸). همچنین ورزش برای ما گریزی فراهم می‌کند و این دریچه فرار پناهگاهی است که باعث می‌شود آسفتگی وجود روزانه خود را فراموش کنیم (سگریو، ۲۰۰۰). در بین رشته‌های ورزشی، فوتبال تقریباً در هر کشوری از نظر تفریحی بسیار محبوب است (هارپچ و شولتز، ۲۰۲۰). امروزه فوتبال از انجام فعالیت بدنی به صورت غیرحرفه‌ای فراتر رفته و توسعه‌ای همه‌جانبه در زمینه‌های مختلف داشته است (مورو و مورو، ۱۹۹۹). همگام با افزایش تمایلات به این رشته ورزشی، تغییرات زیادی در آن به وجود آمده است، تا جایی که فوتبال حرفه‌ای سال‌های اخیر مقایسه‌شدنی با دوران گذشته نیست. دادوستدهای چند میلیون دلاری برای نقل و انتقال بازیکنان، وجود حامیان مالی با سرمایه‌های کلان، خرید و فروش وسایل و کالاهایی با آرم باشگاه‌های حرفه‌ای، معامله‌های چند صد میلیون دلاری برای تبلیغات اطراف زمین، کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات، قرارگرفتن باشگاه‌ها در فهرست بازار بورس و بسیاری از موارد دیگر، همگی نقش بسزایی در توسعه اقتصادی فوتبال در بسیاری از کشورها ایفا کرده‌اند (فورمن، ۲۰۰۶).

طبق نظر هانس و گوئیر<sup>۶</sup> (۱۹۸۹)، مهم‌ترین عامل در رونق ورزش حرفه‌ای، افزایش تعداد تماشاگران است. تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای دارند، به صورت غیرمستقیم نیز سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جانبی دارند. بازدیدکنندگان فوتبال را می‌توان در سه گروه بزرگ شامل تماشاگران فوتبال، هواداران فوتبال و هولیگان‌های فوتبال تعریف کرد. سحاج<sup>۷</sup> (۲۰۰۷) بیان کرد که تماشاگران می‌توانند در طول چندین فصل یا حتی مسابقات طرفدار شوند؛ به‌خصوص اگر تیم فوتبال آن‌ها به‌خوبی بازی کند. علاوه بر این، هوریچ و شولتز<sup>۸</sup> (۲۰۲۰) بازدیدکنندگان را به چهار گروه تقسیم کردند: تازه‌کارها (۱۲ تا ۱۵ ساله که به تدریج به دنیای فوتبال کشیده می‌شوند)؛ کسانی که پیراهن می‌پوشند (هواداران سرسخت که با باشگاه خود شناخته می‌شوند)؛ کهنه‌سربازان (حدود ۲۵ ساله که به تدریج به تماشاگران فوتبال تبدیل می‌شوند)؛ هولیگان‌ها (حدود ۵ درصد از تازه‌کارها) می‌توانند طرفدار شوند یا کسانی که باشگاه را دوست دارند و با آن هم‌ذات‌پنداری می‌کنند و نمادهایی مانند پیراهن، شال و... را می‌خرند.

- 
1. Nicholson & Hoyer
  2. Segrave
  3. Hurych & Scholz
  4. Morrow & Morrow
  5. Foreman
  6. Hansen & Gauthier
  7. Sahaj
  8. Hurych & Scholz

با این حال، رایج‌ترین تقسیم بندی شامل تماشاگران، هواداران سنتی، اولتراها (حامیان) و هولیگان‌ها است (هودج<sup>۱</sup>)، ۲۰۱۶؛ شولز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸؛ دویج و لیزر<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). در برخی موارد خاص، تعیین دقیق مرز بین هواداران و اولتراها و در موارد معدودی نیز بین اولتراها و هولیگان‌ها آسان نیست، اما هوادار به کسی گفته می‌شود که به تیم ورزشی، ورزشکار یا ورزشی خاص علاقه‌مند است و از آن حمایت می‌کند (ریحانی و همکاران، ۲۰۱۳)، در محل مسابقات باشگاه حضور می‌یابد یا حداقل از رسانه‌ها تماشا می‌کند (ناپتون<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۸).

هواداران نه تنها به ارزش فوتبال می‌افزایند، بلکه مشارکت هواداران برای عملکرد بازیکنان نیز خوب است. بازیکنان زمانی که از انرژی جمعیت تغذیه می‌کنند، پیشرفت سریع‌تری دارند. ورزشکاران حرفه‌ای با تمرکز بر سروصدا، تشویق و حمایت جمعیت، ابزاری برای نادیده گرفتن درد و خستگی خود دارند که آن‌ها را قادر می‌سازد فراتر از حد معمول عملکرد خوبی ارائه دهند (پونزو و اسکوپا<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، رفتار خشونت‌آمیز و پرخاشگرانه نیز در میان هواداران وجود دارد که در واکنش به تصمیم داور، تسلط بر عملکرد حریف، هر حرکت یا ژست حریف، عملکرد ناامیدکننده طرف خودی و غیره بروز می‌کند. جامعه‌شناسان ورزشی همواره نگرانی خود را درباره اثرات سوء آن نشان داده‌اند (مروت<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۲).

سانز<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که پرخاشگری و خشونت تأثیر اجتماعی مخرب بر زندگی روزمره دارند. خشونت و پرخاشگری را می‌توان به‌عنوان اقدام غیرمعمول و تحریک‌نشدنی یک فرد یا گروه در جهت تحمیل وضعیت بداهه خود از طریق غیرقانونی به دیگران تعریف کرد. فورتیه<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که پرخاشگری اقدامی فیزیکی است که هدف آن مختل کردن روند عادی فعالیت از طریق آسیب‌رساندن یا تأثیرگذاری بر رقیب است. پرخاشگری و خشونت نتیجه نهایی وضعیت روانی معیوب و غیرقانونی است که قصد دارد اوضاع را به نفع خود منحرف کند. وقوع آن در ورزش قطعاً ممکن است عواقب منفی داشته باشد و امنیت ورزشکاران و همچنین تماشاگران را به خطر بیندازد. در واقع، پرخاشگری جنبه رفتاری احساسات را منعکس می‌کند؛ در حالی که خشونت تاحدودی با کنش فیزیکی بی‌دلیل مرتبط است (نیوسن<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹). هواداران در ورزشگاه‌ها به خشونت روی می‌آورند؛ این پدیده به‌ویژه در فوتبال روزبه‌روز مشهودتر می‌شود. در آفریقا، اروپا و در مناطق دیگر، خشونت در استادیوم‌ها افزایش یافته است و روزی نیست که شاهد خشونت در مراحل مختلف کره زمین نباشیم (الخاطیر<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). پذیرفتنی است که هواداران سرسخت (دوآتشه) بیشتر در خشونت تماشاگران شرکت کنند؛ زیرا آن‌ها به‌شدت با یک باشگاه فوتبال شناخته می‌شوند و شناسایی بیشتر با خشونت تماشاگر مرتبط است (پورات<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۰).

در دهه اخیر، خشونت ورزشی مسئله‌ای جهانی شده است و علت آن همجوشی هویت اجتماعی با پیوندهای گروهی است که بر رفتارهای شخصی تأثیرگذار است. روش جدیدی برای نگاه به این پدیده از نظریه آمیختگی هویت است؛ یعنی شکلی افراطی از پیوند اجتماعی است که انگیزه رفتارهای پرهزینه شخصی به نفع گروه را فراهم می‌کند (نیوسن، ۲۰۱۷)؛

1. Hodges
2. Scholz
3. Doidge & Lieser
4. Knapton
5. Ponzo & Scoppa
6. Marwat
7. Sáenz
8. Fortier
9. Newson
10. Elkhatir
11. Porat

برای مثال، در جریان رقابت‌های سنتی میان تیم‌های پرسپولیس و استقلال (موسوم به دربی تهران)، بارها رفتارهای خشونت‌آمیز هواداران دو تیم گزارش شده است. در مواردی، این خشونت‌ها به درگیری فیزیکی در ورزشگاه، تخریب اموال عمومی و تنش در فضای شهری انجامیده است. نوع شعارها و میزان تعصب هواداران، حاکی از احساس تعلق و هم‌ذات‌پنداری عمیق با تیم موردعلاقه‌شان است. در برخی بازی‌های تیم‌های متعلق به استان‌ها با قومیت‌های مختلف کشور، بخشی از هواداران با سردادن شعارهای قومیتی، هویت قومی خود را با هویت جمعی فوتبال گره می‌زنند. این مصادیق نشان می‌دهد که خشونت در میان هواداران می‌تواند ریشه در پیوندهای عمیق هویتی و جمعی داشته باشد؛ بنابراین همان‌طور که از واژه «خشونت» برمی‌آید، عمل فیزیکی خشونت‌آمیز و عمدی ذی‌نفعان برای رسیدن به منافع و اهداف مدنظرشان است. تحقیقات نشان دادند، فوتبال برای برخی از هواداران حس تعلق ایجاد می‌کند که خود را با دیگران و گروه را با ورزشگاه یا قلمرو مرتبط می‌کند. این وحدت درونی با گروه منجر به رفتارهای طرفدارگروه فوق‌العاده‌ای می‌شود که معروف‌ترین آن‌ها خشونت فوتبالی است (نیوسن، ۲۰۱۷)؛ با این حال، اثرات آمیختگی بسته به ماهیت چنین رفتارهای خشونت‌آمیز در مقابل غیرخشونت‌آمیز و عواملی که ممکن است افراد شدیداً آمیخته‌شده را به نمایش آن‌ها متمایل کند، هنوز کشف نشده است (سوان جی آر و طلائی فر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). در مقابل، افراد به شدت درهم‌آمیخته‌شده، خود را با جمع همسو می‌کنند، اما عامل شخصی خود را حفظ کرده و پیوندهای نزدیکی با اعضای گروه و اجتماع مربوط ایجاد می‌کنند (گومز<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). این پژوهش بر مبنای نظریه آمیختگی هویت<sup>۳</sup> سوان و همکاران (۲۰۰۹) است که بر درهم‌تنیدگی عمیق خود شخصی با هویت گروهی و نقش روابط نزدیک درون‌گروهی در بروز رفتارهای افراطی در جهت منافع گروه تمرکز دارد و توضیح می‌دهد چگونه افراد به‌گونه‌ای با گروه خود آمیخته می‌شوند که مرز میان «خود» و «گروه» برای آن‌ها محو می‌شود. همچنین این درهم‌تنیدگی می‌تواند زمینه‌ساز بروز رفتارهای شدید از جمله خشونت در حمایت از گروه شود. گفتنی است، نظریه‌های پیشین در حوزه هویت اجتماعی عمدتاً بر غلبه خود اجتماعی بر خود فردی و تمرکز بر روابط میان‌گروهی تأکید داشتند. افراد کاملاً آمیخته‌شده تمایل ویژه‌ای به تأیید اقدامات به نفع گروه دارند؛ چه زمانی که خود شخصی یا خود اجتماعی برجسته است و چه هنگامی که سطح برانگیختگی فیزیولوژیک بالا است و چه زمانی که درک می‌کنند اعضای گروه در ویژگی‌های اساسی با یکدیگر سهیم هستند. با وجود مطالعات گسترده‌ای که در زمینه نظریه آمیختگی هویت در بسترهای مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی صورت گرفته است (مانند مشارکت در رفتارهای ایثارگرانه، رفتارهای رادیکال و وفاداری به گروه)، کاربرد این نظریه در بستر هواداری فوتبال، به‌ویژه در زمینه فرهنگی و اجتماعی خاص ایران، که در آن هویت‌های قومی، منطقه‌ای و ملی در رفتارهای هواداری درهم‌تنیده می‌شوند، در مراحل ابتدایی خود قرار دارد. مطالعات انجام‌شده در ایران بیشتر به بررسی ابعاد اجتماعی یا روان‌شناختی خشونت ورزشی پرداخته‌اند و کمتر به ابعاد هویتی و فرایندهای درونی (پیوند هواداران با گروه، عوامل باشگاه یا قومیت) توجه داشته‌اند. به‌علاوه، در ادبیات پژوهشی داخلی، کمتر به صورت پدیدارشناسانه به تجربه زیسته و درک پدیده خشونت هواداران در ارتباط با هویت گروهی پرداخته شده است.

از این‌رو با توجه به اینکه تحقیقات در حوزه هواداران همچنان با ناشناخته‌های بسیاری در زمینه رفتار آن‌ها در تماشای ورزش محبوب فوتبال روبه‌روست، در پژوهش پیش‌رو به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستیم که نقش آمیختگی هویت در بروز خشونت هواداران فوتبال چگونه است؟ این مقاله با مطالعه فرهنگ‌های هواداران درباره راه‌هایی بحث می‌کند که در آن‌ها آمیختگی هویت می‌تواند به درک رفتار هواداران خشونت‌ورز فوتبال کمک کند و این موضوع همواره مدنظر

1. Swann Jr & Talaifar
2. Gómez
3. Identity Fusion Theory

جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و مدیران ورزش بوده است؛ اما پژوهشی که به طور کیفی به تبیین نقش آمیختگی هویت در بروز خشونت در هواداران فوتبال ایران پرداخته باشد، مشاهده نشد؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش آمیختگی هویت در بروز خشونت هواداران فوتبال، در مطالعه‌ای پدیدارشناسانه انجام شد.

### روشی پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل پدیدارشناسی تفسیری اسمیت و شاینبورن<sup>۱</sup>، انجام شد. تحقیق کیفی با داده‌هایی سروکار دارد که واقعیت‌های مورد مطالعه را به صورت کلامی، تصویری یا امثال آن نمایان و تحلیل می‌کند. طرح پژوهشی حاکم بر این پژوهش، طرح پدیدارشناختی با رویکرد تفسیری است. روش تحلیل پدیدارشناسی تفسیری به دنبال شناخت الگوهایی در داده است که در چارچوبی نظری قرار می‌گیرند؛ بر این اساس، بین پژوهشگر و مشارکت‌کنندگان برای فهم بیشتر در مورد یک پدیده جریان رفت و برگشتی وجود دارد (ون منن<sup>۲</sup>، ۱۹۹۰، ویلیامز<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱).

طرح پدیدارشناختی به طور گسترده در تحقیقات علوم اجتماعی به کار می‌رود. این روش شامل مجموعه‌ای از روش‌های تفسیری است که به دنبال توصیف و رمزگشایی و کشف تجربیات مختلف است. پژوهش پدیدارشناسی استقرایی است و نظریه‌ها از توصیف تجربیات افراد مورد مطالعه به دست می‌آید و هدف تحقیق نیز ارائه توصیفی عمیق برای فهم ماهیت و جوهره یک تجربه است (جوانی، ۲۰۲۳).

در مطالعه حاضر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، مبتنی بر هدف پژوهش از بین هواداران باشگاه‌های پرسپولیس، استقلال، سپاهان، تراکتور، نساجی مازندران و فولاد خوزستان انتخاب شدند. این باشگاه‌ها سابقه حضور در جام باشگاه‌های آسیا را داشتند. ملاک انتخاب باشگاه‌ها این بود که هواداران آن‌ها بیشترین آرای محرومیت از حضور در استادیوم توسط کمیته انضباطی فدراسیون فوتبال در سال‌های اخیر را داشتند و همچنین بر اساس اعلام سایت ترانسفر مارکت در چهارده هفته لیگ سال جاری (فصل بیست‌وسوم لیگ برتر خلیج فارس) در ارزیابی تعداد تماشاگران لیگ در هر بازی، بیشترین سهم از میزان حضور هواداران فوتبال در استادیوم‌ها را داشتند. با توجه به علاقه‌مندی به کسب اطلاعات بنیادی، وجود گروه‌های متفاوت مشارکت‌کننده در مطالعه، تنوع دیدگاه‌ها و غنابخشی به محتوای برآمده از پژوهش مطابق با هدف تحقیق در راستای کشف عمیق و درک پدیده مدنظر، در نهایت این افراد به روش هدفمند انتخاب شدند: ۵۱ تن از هواداران باشگاه‌های مذکور که در ورزشگاه‌ها برای حمایت و تماشای بازی تیم خود حضور داشتند؛ ۱۰ نفر از خبرنگاران ورزش؛ ۹ نفر از دست‌اندرکاران فوتبال (شامل مدیران استادیوم‌ها، مدیران آکادمی باشگاه‌ها و مدیران ارشد هیئت فوتبال استان‌ها) که دارای سابقه حضور در ورزشگاه‌ها و برگزارکننده مسابقات بودند. اشباع نظری در این پژوهش در مصاحبه با خبرنگاران، از مصاحبه هشتم مشاهده شد و مصاحبه تا نفر دهم ادامه یافت. در مصاحبه با دست‌اندرکاران، اشباع نظری از مصاحبه هفتم مشاهده شد و تا نفر نهم ادامه یافت. همچنین پژوهشگر در مصاحبه با هواداران، اشباع داده‌ها را در مصاحبه

چهل‌وششم دریافت کرد و به‌منظور اطمینان از کفایت داده‌ها تا مصاحبه پنجاه و یکم فرایند مصاحبه‌ها را ادامه داد. ملاک‌های انتخاب خبرنگاران، تخصص آن‌ها در رشته مدیریت ورزش (اساتید دانشگاه در مدیریت ورزشی) و دست‌اندرکاران با سابقه مدیریت مجموعه ورزشی فوتبال (ریاست ورزشگاه محل برگزاری بازی‌ها)، ریاست هیئت فوتبال استان، مدیر آکادمی باشگاه لیگ برتری و مربی فوتبال (مربی شاغل در لیگ برتر) بود. پژوهشگر پس از کسب اجازه

1. Smith & Shinebourne
2. Van Manen
3. Williams

و با هماهنگی آن‌ها، زمان و چگونگی انجام مصاحبه را مشخص کرد. در مرحله به‌کارگیری مشارکت‌کنندگان سعی شد تا حداکثر تنوع گروه‌های مختلف هواداری از نظر جغرافیایی، قومیتی، سن، تحصیلات و سابقه هواداری فوتبال صورت گیرد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها به شرح جدول (۱) است.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در مطالعه

Table 1- Demographic characteristics of study participants

تعداد Number	بازه تغییر Change Interval	متغیر Variable
7	کمتر از 20 سال	سن
18	بین 21 تا 30 سال	
27	بین 31 تا 40 سال	
15	بین 41 تا 50 سال	
3	بیشتر از 51 سال	
22	دیپلم	تحصیلات
9	فوق‌دیپلم	
21	لیسانس	
8	فوق‌لیسانس	
10	دکتری	سابقه هواداری
7	کمتر از 10 سال	
23	بین 11 تا 20 سال	
26	بین 21 تا 30 سال	
14	بیشتر از 31 سال	

مدت‌زمان مصاحبه برای هر یک از مصاحبه‌شوندگان به طور میانگین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه طول کشید. مصاحبه‌ها در مکان هماهنگ‌شده با شرکت‌کنندگان انجام گرفت. اکثر مصاحبه‌ها به صورت حضور در محل هماهنگ‌شده با افراد و در برخی موارد استفاده از مصاحبه‌های آنلاین انجام گرفت. همچنین مصاحبه‌ها مبتنی بر ایجاد ارتباط و جلب اعتماد مشارکت‌کنندگان انجام پذیرفت؛ بر این اساس، نخست یک سؤال باز مطرح شد و سپس سؤالات دیگری براساس راهنمای مصاحبه و پاسخ مشارکت‌کنندگان پرسیده شد. برحسب نیاز، در ادامه مصاحبه سؤالات پیگیری مطرح شد؛ مانند نظر شما راجع به ..... چیست؟ یا می‌توانید در این مورد بیشتر توضیح دهید؟ در پایان از مصاحبه‌شونده خواسته شد که اگر صحبتی باقی مانده است، بیان کند. این مصاحبه‌ها به دفعات و تا زمان دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. همه مصاحبه‌ها و مکالمه‌ها ضبط و سپس مکتوب شد. شایان ذکر است، در طول مصاحبه به پیام‌های غیرکلامی مصاحبه‌شوندگان نیز توجه شد و آن‌ها نیز ثبت شد. سپس داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها کدگذاری و تجزیه و تحلیل شدند. در ادامه به‌منظور انجام چرخه هرمنوتیکی و اجرای پدیدارشناسی تفسیری، پس از پایان هر مصاحبه، پژوهشگران برای تأیید نهایی محتوای درک‌شده از مصاحبه، خلاصه آن را با مصاحبه‌شونده مرور کردند. مصاحبه‌ها در همان ساعات‌های اولیه دست‌نویس شد. علاوه‌بر ضبط دیجیتالی مصاحبه، از یادداشت‌برداری نیز برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. فرایند تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی به روش اسمیت بود؛ بدین صورت که پس از گردآوری داده‌ها، هر مصاحبه به صورت مجزا و چندین بار مرور شد تا متن کامل مصاحبه‌ها عیناً نوشته شود. پس از پیاده‌سازی کامل مصاحبه‌ها روی

کاغذ، همه آن‌ها به صورت خطبه‌خط کدگذاری شد و مفاهیم اولیه شناسایی شدند. پس از کدگذاری، درون‌مایه‌هایی که مشخص‌کننده هریک از بخش‌های متن بودند، تعیین شدند و یک برچسب یا عنوان به آن‌ها تعلق گرفت. در مرحله بعد، درون‌مایه‌ها براساس ارتباطشان با یکدیگر در خوشه‌های مختلف قرار گرفتند و برای هر خوشه یک اسم در نظر گرفته شد؛ به این ترتیب، درون‌مایه‌های فرعی شکل گرفت. در مرحله بعد، عناوین مشترک در یک خوشه اصلی دسته‌بندی شدند تا به تجزیه و تحلیل داده‌ها و به تم‌های استخراج‌شده سازمان داده شود. در مرحله بعد، یک جدول خالص‌سازی از تم‌های سازماندهی شده تهیه شد. نقل‌قول‌هایی که نشانگر هریک از تم‌ها بودند و نیز نقل‌قول‌ها از متن مصاحبه، استخراج شده و در جدول جاگذاری شدند. برای تلفیق داده‌ها با یکدیگر یک جدول خالص‌سازی برای اولین شرکت‌کننده تشکیل شد و برای تجزیه و تحلیل موردهای بعدی از آن استفاده شد. در این فرایند، تم‌های جدید به جدول اولیه اضافه شدند؛ در نتیجه تم‌ها به صورت پیش‌رونده و در طول زمان تلفیق شدند و این کار با تجزیه و تحلیل آخرین دست‌نوشته به پایان رسید (ایتو و اسمیت، ۲۰۱۷). در آخر نیز با هدف اطمینان از صحت اطلاعات به‌دست‌آمده و منطبق بودن تفسیرها با نظرهای مصاحبه‌شوندگان، مجدد برای بازبینی توصیف تجربه‌شان به آن‌ها مراجعه شد و متناسب با بازخوردهای داده‌شده، اقدامات اصلاحی انجام شد. در پایان، محقق به دنبال کشف الگوی مشترک میان درون‌مایه‌های استخراج‌شده و خوشه‌های شکل‌گرفته از مصاحبه‌های گوناگون بود؛ اینکه کدام درون‌مایه غالب‌تر است و چگونه یک درون‌مایه به توضیح بیان مشارکت‌کنندگان می‌پردازد که باعث شکل‌گیری درون‌مایه‌های اصلی می‌شود. استحکام این مطالعه در بخش کیفی بر مبنای سه معیار اعتبار (صرف زمان کافی و به‌کارگیری دو کدگذار برای چند نمونه مصاحبه به‌منظور کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران)، انتقال‌پذیری (مشورت با متخصصان در خصوص یافته‌های پژوهش) و اطمینان‌پذیری بود.

## نتایج

بر مبنای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه با هواداران باشگاه‌های حاضر در لیگ برتر فوتبال ایران با موضوع تبیین نقش پدیده آمیختگی هویت در خشونت هواداران فوتبال ایران، ۱۹۶ مضمون، ۲۱ مضمون فرعی و ۳ مضمون اصلی به دست آمدند (جدول ۲). مدل مفهومی پژوهش نیز در شکل (۱) ارائه شده است.

جدول ۲- مضامین و تم‌های اصلی و فرعی پدیدارشناسی آمیختگی هویت در خشونت هواداران فوتبال ایران  
Table 2- Main and sub-themes and themes of the phenomenology of identity fusion in Iranian football fan violence

مضمون فرعی Sub-theme	نمونه‌هایی از مضامین (مفاهیم) Examples of themes (concepts)
عوامل جمعیت‌شناختی	تأثیر سن افراد، طبقه اجتماعی افراد، تأثیر سن بر احساس یگانگی با تیم هم طبقه بودن اجتماعی، خشونت در نوجوانی، کاهش یگانگی با افزایش سن هوادار
سابقه هواداری	سوابق کلی باشگاه، احساس یگانگی با افزایش سال‌های هواداری، سابقه فرهنگی باشگاه، احساس یگانگی حاصل از سابقه زیاد حضور در لیگ

جدول ۲- مضامین و تم‌های اصلی و فرعی پدیدارشناسی آمیختگی هویت در خشونت هواداران فوتبال ایران

Table 2- Main and sub-themes and themes of the phenomenology of identity fusion in Iranian football fan violence

مضمون فرعی Sub-theme	نمونه‌هایی از مضامین (مفاهیم) Examples of themes (concepts)
تنوع شخصیتی و فکری عوامل زمینه‌ای	احساسات مثبت و منفی، تنوع شخصیتی در بروز خشونت، تفاوت دیدگاه هواداری متفاوت بودن احساس یگانگی، خشونت حاصل از گوناگونی اقشار و طیف‌ها در هواداری تفاوت هواداری، متفاوت بودن احساس یگانگی، انگیزه متفاوت هواداری تفاوت نظر هواداری، گوناگونی اقشار و طیف‌ها در هواداری تفاوت بودن احساس یگانگی، متفاوت بودن یگانگی، متنوع و متغیر بودن احساس
تأثیر فرهنگ بر هواداری	نیازمندی به آموزش هواداری و فرهنگ هواداری، دور بودن از فرهنگ هواداری طرفداری از فرهنگ و تاریخ، خدمت به فرهنگ، نمایش فرهنگ سنتی احترام متقابل، احترام متقابل به حریف، تأثیر فرهنگ، تأثیر بر فرهنگ تیمی
جایگاه ورزش در جامعه	اهمیت ورزش در جامعه، جایگاه ورزش در اجتماع، اهمیت ورزش فوتبال اهمیت نوع رشته ورزشی، نگاه مردم به ورزش فوتبال، نفوذ ورزش در خانواده‌ها جایگاه ورزش در نهادهای اجتماعی، اهمیت ورزش در جامعه، خشونت و سطح اهمیت مسابقات جذابیت فوتبال، اهمیت نقش هواداران، اهمیت هوادار برای وجود تیم هواداران مالک اصلی باشگاه
احساس یگانگی با افتخارآفرینی	احساس شادی از برد تیم، افتخار و افتخارآفرینی احساس یگانگی از نتایج و موفقیت‌های باشگاه، احساس یگانگی با پیروزی و موفقیت کسب ارزش، احساس یگانگی حاصل از کیفیت تیم، احساس شادی از برد تیم احساس یگانگی حاصل از کیفیت بازی، احساس یگانگی حاصل از کیفیت بازیکنان احساس یگانگی حاصل از علاقه بازیکن خاص، حق دادن به تیم با کیفیت احساس یگانگی حاصل از مربی موردعلاقه، احساس یگانگی برای برنده شدن
احساس یگانگی با متعلقات تیم	احساس یگانگی با حمل پرچم تیم، احساس یگانگی با پوشش لباس یکسان احساس یگانگی با داشتن آلبوم عکس، احساس یگانگی با شعارها و جشن‌ها احساس یگانگی با خواندن سروده‌ها و شعارها، دریافت محصولات و لباس‌های تیم احساس یگانگی با تاریخچه و میراث تیم
احساس یگانگی با سودمندی اقتصادی	احساس یگانگی حاصل از اشتغال‌زایی احساس یگانگی حاصل از درآمدزایی برای خانواده حمایت از تیم کم‌هزینه مالی و غیردولتی، سودجویی اقتصادی احساس یگانگی با کمک به آسیب‌دیدگان، هم‌هدفی، احساس یگانگی با یکدلی
احساس یگانگی با همدلی	هم‌صدایی و همدلی، احساس یگانگی با یک‌صدایی هواداران، حس خوب از یکپارچگی هواداران احساس یگانگی با همدلی، خود را به جای کسی گذاردن، احساس یگانگی با جزئی از ذهن شدن احساس یگانگی با کمک به تیم، تشدید احساسات با هم‌حسی با دیگران، هم‌هدف شدن و تحت مدیریت باشگاه قرار گرفتن، یکپارچه شدن، احساس همدلی کردن

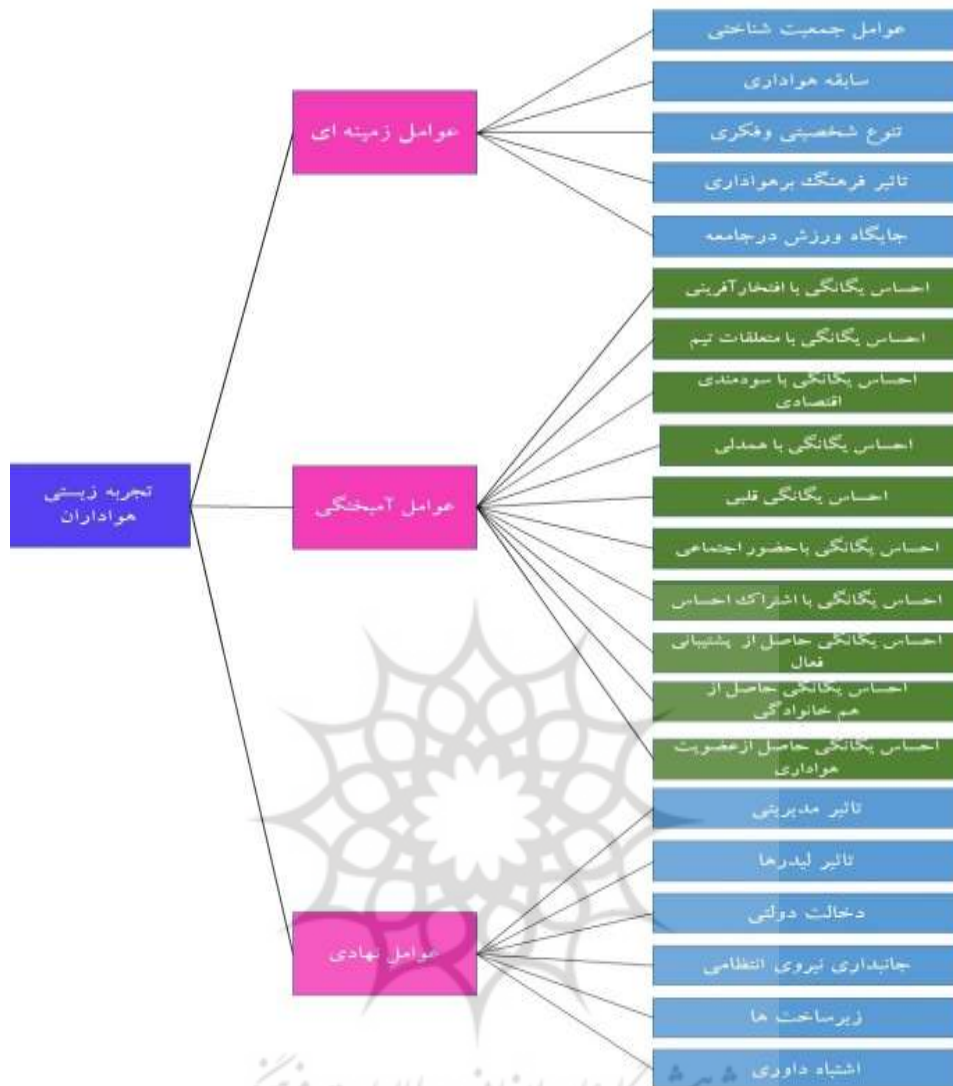
جدول ۲- مضامین و تم‌های اصلی و فرعی پدیدارشناسی آمیختگی هویت در خشونت هواداران فوتبال ایران  
 Table 2- Main and sub-themes and themes of the phenomenology of identity fusion in Iranian football fan violence

مضمون فرعی Sub-theme	نمونه‌هایی از مضامین (مفاهیم) Examples of themes (concepts)
عوامل آمیختگی هویت در هواداران	تجربه کردن جمع، تجربه اجتماعی، احساس یگانگی با مشارکت اجتماعی احساس یگانگی با حضور در جمع، تعلق به گروه اجتماعی احساس پیوند گروهی تعلق به گروه اجتماعی احساس یگانگی تقویت‌کننده هویت گروهی، تأثیر اجتماع احساس یگانگی و همراهی گروه، حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای هواداری شکل‌گیری هویت تیمی، احساس اتحاد با تجربه مثبت جمعی
احساس یگانگی با حضور اجتماعی	هم‌حسی خانوادگی، احساس یگانگی با احساس هماهنگ بودن، همبستگی مثبت احساس یگانگی با هم خانوادگی، احساس یگانگی با صفات مشترک احساس یگانگی با ایفای نقش و عضویت از گروه بودن احساس یگانگی با احساس نمادین، احساس یگانگی هم‌خانوادگی باهم بودن هوادار و عملکرد دقیق مسئولان هم‌حسی و همدلی خانوادگی، سهیم شدن هوادار احساس یگانگی، هم‌خانوادگی، احساس یگانگی تا حد مالکیت تیم احساس هویت و تعلق با دفاع از شرافت، اهمیت هوادار عضو از خانواده یگانگی حاصل از تماشای همه بازی‌ها از استادیوم، احساس حمایت همیشگی حیاتی بودن احساس یگانگی، احساس یگانگی با حضور در ورزشگاه احساس انرژی با تشویق کردن، تشویق افراد تأثیرگذار تیم دائمی شدن احساس یگانگی، تشویق در زمان مناسب، پرشوری هواداران احساس یگانگی با تشویق پرانرژی، پیگیری اخبار، احساس حمایت همیشگی پیگیری فعالانه اخبار، احساس یگانگی با تشویق پرانرژی
احساس یگانگی حاصل از هم‌خانوادگی	احساس یگانگی حاصل از عشق و ورزی قلبی، احساس یگانگی حاصل از اصالت هواداری، احساس یگانگی حاصل از حمایت حتی در شرایط سخت و رتبه‌فقر جدول احساس یگانگی حاصل از حمایت حتی در شرایط سخت، احساس یگانگی نهادینه‌شده در هواداران تعصبی، احساس یگانگی حاصل از اتحاد و همبستگی هواداران، انتخاب دوست با معیار هواداری جدایی از دوست به دلیل هواداری، احساس یگانگی حاصل از علاقه شدید، داشتن تعصب به تیم و احساس یگانگی، احساس یگانگی و صف‌ناپذیر احساس غرور بازیکنان و تأثیر حمایت هوادار، تعصب شدید و بر هم خوردن دوستی احساس یگانگی حاصل از حمایت حتی در شرایط سخت
احساس یگانگی قلبی احساس تعلق خاطر	ارتباط عاطفی هوادار با تیم، پیوند عمیق هواداران با تیم، تیم نیروی متحدکننده هوادار احساس یگانگی با هویت مشترک، احساس یگانگی حاصل از اشتراک‌گذاری نظر با هواداران انتقال احساس به هوادار، اشتراک تجربیات اشتراک گذاشتن احساس یگانگی و علایق، انتقال احساس به درون زمین
احساس یگانگی با اشتراک احساس	

جدول ۲- مضامین و تم‌های اصلی و فرعی پدیدارشناسی آمیختگی هویت در خشونت هواداران فوتبال ایران

Table 2- Main and sub-themes and themes of the phenomenology of identity fusion in Iranian football fan violence

مضمون فرعی Sub-theme	نمونه‌هایی از مضامین (مفاهیم) Examples of themes (concepts)
احساس یگانگی با عضویت هواداری	تأثیرگذاری شبکه مجازی، سپری شدن وقت در گروه هواداری، تأثیرگذاری شبکه مجازی احساس یگانگی با بحث و گفتگو در گروه هواداری، انتشار سریع اخبار از طریق فضای مجازی احساس یگانگی با ایجاد کمپین هواداری مجازی، ارتباطات شغلی هواداران احساس یگانگی با عضویت در کانال هواداری، احساس یگانگی با اتحاد گروه هوادار معمولی (همگرایی هواداران)، ارتباط با هواداران دیگر، یگانگی با ارتباط خاص داشتن اطلاع از هدف و علائق باشگاه، ارتباط از طریق کانون هواداران خشونت حاصل از ضعف اطلاعاتی هواداران، ورود به جزئیات باشگاه و دریافت اطلاعات
جانبداری نیروی انتظامی	خشونت حاصل از دخالت نامناسب انتظامی، جانبداری نیروی انتظامی خشونت درگیری پلیس و هوادار
تأثیر مدیریتی	اختلاف انگیزی عوامل مدیریتی تیم، ناکارآمدی در کنترل جمعیت ناکارآمدی مدیران، خشونت حاصل از مدیریت ضعیف، مدیریت ناکافی جمعیت تدابیر امنیتی ناکافی، تأثیر رهبران منفی، تأثیر مدیریت ورزش فقدان شفاف‌سازی مدیران، خشونت حاصل از مدیریت مالی نامناسب باشگاه دقت در انتخاب مدیران، اشتباهات مدیریتی و هیئت‌مدیره‌ها
تأثیر لیدرها	اختلاف بین لیدرها، نبود لیدرها، سازمان‌دهی لیدرها، خودخواهی لیدرها
دخالت دولتی	دخالت عوامل دولتی، دخالت سیاسی، تأثیر نهادی
عوامل نهادی	انتظار بیش از حد تا شروع بازی، زود آمدن به ورزشگاه محل استقرار نامناسب، تسهیل حمل و نقل خشونت حاصل از فراهم نبودن امکانات، ترافیک مسیر ورزشگاه توسعه حمل و نقل عمومی در مسیر، خشونت و فراهم نبودن زیرساخت شلوغ بودن بوفه‌های خرید، کمبود سرویس بهداشتی، دمای زیر صفر ورزشگاه اهمیت دادن به رفاه هواداران، محیط باز ورزشگاه برای ورود جمعیت
خشونت عوامل زیرساخت‌ها	
خشونت اشتباه داوری	خشونت حاصل از اشتباه داوری، تکرار اشتباه و عصبانی شدن، خشونت علیه داور اشتباه خشونت علیه داور، خشونت حاصل از ناداوری، داوری و خشونت کنترل‌نشده، خشونت علیه داور، ضعف داوری و ایجاد خشونت



شکل ۱- مدل برگرفته از یافته‌های کیفی پژوهش (محقق ساخته)

Figure 1- Model derived from qualitative research findings (researcher-made)

### بحث و نتیجه‌گیری

طبق یافته‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه، عوامل زمینه‌ای، عوامل آمیختگی هویت و عوامل نهادی به‌عنوان سه مضمون اصلی در الگوی بروز خشونت و شکل‌گیری آن در میان هواداران فوتبال استخراج شدند. اولین مضمون تأثیرگذار بر خشونت از عوامل زمینه‌ای، عوامل جمعیت‌شناختی شامل تأثیر سن و طبقه اجتماعی افراد است؛ به طوری که پاسخ‌دهنده‌ها اظهار داشتند که هواداران با سن کمتر و نوجوانان احساس یگانگی بیشتری با هواداران تیم خود دارند و بیشتر از سایر هواداران تحت تأثیر هیجانات و برد و باخت‌ها قرار می‌گیرند و آمیختگی هویتی بیشتری را نشان می‌دهند. بروز خشونت نیز در این هواداران بیشتر روی می‌دهد. این یافته با نتایج این مطالعات همسوست: براساس پژوهش رنجبری و همکاران (۲۰۱۹)، ازهم‌گسیختگی خانواده، گروه همسالان، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، نظارت

اجتماعی، انسجام اجتماعی-تیمی، باورهای مذهبی و خرده‌فرهنگ قومی اثر معناداری بر خشونت ورزشی دارند؛ طبق مطالعه عنبری (۲۰۰۷)، بخشی از دلایل خشونت‌گرایی و درگیری‌ها در میادین ورزشی را باید در عواملی مانند سن افراد (میانگین سن ۲۱ سال)، احساسی بودن رفتار و فعالیت‌ها در جمع تماشاگران، احساس علاقه و تعلق قطبی و افراطی به یک تیم خاص (تیم‌گرایی) دانست؛ پژوهش جعفروندلو و همکاران (۲۰۲۲) مبنی بر اینکه عوامل مؤثر سازمانی، عوامل مؤثر نهادی، عوامل مؤثر محیط و عوامل مؤثر فردی بر علل خشونت و انحرافات ورزشی در ایران تأثیر دارند؛ وثوقی و خسروی نژاد (۲۰۰۹) متغیرهای فرهنگی-اجتماعی را در علل بروز پرخاشگری مؤثر دانستند؛ پژوهش گلباغی (۲۰۱۸) مبنی بر رابطه بین هویت فردی اجتماعی با عملکرد ورزشکاران.

همچنین طبق یافته‌ها، این مطالعه نشان می‌دهد طبقه اجتماعی هواداران و پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد بر رفتار خشونت‌آمیز هواداران فوتبال تأثیر دارند. طبقه اجتماعی و اقتصادی با شکل دادن به هویت‌های گروهی، تشدید وفاداری‌های منطقه‌ای و درون‌گروهی و تقویت احساس محرومیت در جوامع به حاشیه رانده‌شده از نظر اقتصادی، بر خشونت هواداران فوتبال تأثیر می‌گذارند. درهم‌تنیدگی این هویت‌ها از طریق طبقه اجتماعی مشترک، وفاداری به باشگاه-های متضاد یا محرومیت تحمیل‌شده در بستر نابرابری‌ها، شرایط ناپایداری را ایجاد می‌کند که در آن خشونت راهی برای ابراز تعلق، اعتراض، ابراز ناامیدی یا دفاع از شرافت درک‌شده می‌شود. با توجه به بافت هواداری ایران در تیم‌هایی مانند تراکتور و فولاد که خاستگاه هواداران از طبقه اجتماعی و قومی مشترکی است که هیجان و تعهد هواداری را با هویت جمعی خود آمیخته‌اند، ضرورت احترام نسبت به قومیت‌ها و نهادینه شدن آن در هواداران تیم‌ها (نسبت به هوادارانی که با زبان مادری متفاوت تیم خود را جسورانه می‌ستایند) افزایش می‌یابد. بیشتر هواداران مراجعه‌کننده به ورزشگاه برای تماشای مسابقات تیم‌های موردعلاقه خویش به طبقات متوسط به پایین متعلق‌اند و وضعیت اقتصادی آن‌ها امکان دسترسی به امکانات متنوع مربوط به گذران اوقات فراغت و بهره‌گیری مناسب از تسهیلات و امکانات آموزشی و پرورشی و تفریحی را نمی‌دهد و در مقایسه با دیگران با محدودیت مواجه‌اند؛ بنابراین می‌توان با فراهم کردن امکانات مادی و فرهنگی برای حضور آنان در ورزشگاه، زمینه‌ای مهیا کرد تا اوقات فراغت خود را به صورت فرح‌بخش سپری کنند، به تشویق و حمایت از تیم موردعلاقه‌شان پردازند و از این طریق، تجربه‌ای هویت‌بخش و سرگرم‌کننده به دست آورند.

مضمون‌های فرعی دیگر عوامل زمینه‌ای شامل سابقه هواداری (سوابق کلی باشگاه، احساس یگانگی با افزایش سال‌های هواداری و...)، تنوع شخصیتی و فکری هواداران (احساسات مثبت و منفی، تنوع شخصیتی در بروز خشونت، تفاوت در دیدگاه هواداری و...)، تأثیر فرهنگ بر هواداران (نیازمندی به آموزش هواداران و فرهنگ هواداری، دور بودن از فرهنگ هواداری، طرفداری از فرهنگ و تاریخ و...) و جایگاه ورزش در جامعه (اهمیت ورزش در جامعه، جایگاه ورزش در اجتماع، اهمیت نوع رشته ورزشی، نگاه مردم به ورزش فوتبال و...) است. تجربه زیستی مشارکت‌کنندگان بیانگر آن است که عوامل زمینه‌ای مطرح‌شده، بر میزان آمیختگی هویت هواداران با یکدیگر و باشگاه موردعلاقه فرد مؤثرند؛ به طوری که بر ایجاد پدیده خشونت در هواداران فوتبال تأثیرگذارند و نشان می‌دهد که عوامل زمینه‌ای و محیطی پیرامون جامعه هواداری بر میزان آمیختگی هواداران و خشونت‌ورزی آنان در تماشای فوتبال نقش بسزایی دارند.

تاریخچه هواداری فرد، مانند حمایت دیرینه از یک باشگاه و انباشت خاطرات و تجربیات مشترک در طول زمان، به طور درخور توجهی در تقویت پیوندهای درون‌گروهی نقش دارد. طبق نظریه آمیختگی هویت (سوان و همکاران، ۲۰۱۲)، هرچه رابطه هوادار با باشگاه طولانی‌تر و از نظر احساسی معنادارتر باشد، احتمال آمیختگی هویت شخصی آن‌ها با هویت گروهی نیز بیشتر می‌شود. این حس یگانگی و سرمایه‌گذاری عاطفی می‌تواند منجر به تمایل بیشتر برای اقدام به نمایندگی از گروه شود و مشارکت در اعمال خشونت‌آمیز را افزایش دهد؛ به‌ویژه هنگامی که هویت گروه در معرض تهدید است.

این مضامین در مطالعات پژوهشگران دیگر نیز اذعان شده است؛ به طوری که ماسترو مارتینو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۸) گزارش کردند، پیشینه فرهنگی و تاریخی کشورها در شکل‌گیری فرهنگ ورزش نقش اساسی دارد. هواداران با طرفداری از تیم، از فرهنگ یا خرده‌فرهنگ و لهجه و گویش و مرام خاص خود حمایت کرده و آن را برجسته می‌کنند. سبک بازی فوتبال یک کشور شاید نشان‌دهنده فرهنگ یک کشور نباشد، اما حواشی آن مانند برخورد تماشاگرها، اتفاقات بعد از مسابقه و... به طور قطع، بیانگر مسئله فرهنگ یک جامعه است. تجربه نشان داده است وقتی فرهنگ اصلاح شود، سایر مقوله‌ها نیز اصلاح می‌شود. این نکته به طور مستقیم با نتایج پژوهش حاضر سازگار است؛ مبنی بر اینکه فرهنگ هواداری می‌تواند به تقویت هویت گروهی (وقتی تماشاگران خود را با تیم و فرهنگ هواداری آن هویت‌یابی می‌کنند، رفتارهای آن‌ها نه صرفاً فردی، بلکه از هویت گروهی ناشی می‌شود) و در نتیجه بروز خشونت بینجامد. چون وقتی فرهنگ هواداری از خرده‌فرهنگ‌ها، زبان، مرام و ارزش‌های خاص یک گروه شکل می‌گیرد، می‌تواند باعث تشدید مرزبندی «ما» و «آن‌ها» شود و این مرزبندی در بستر رقابت می‌تواند زمینه‌ساز خشونت باشد. وان<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) نیز بیان کردند که ما الگوهای رفتاری خود را یاد می‌گیریم و با توجه به اینکه فرهنگ ما این الگوها را در اختیارمان قرار می‌دهد، می‌توانیم با کاهش مؤلفه خشونت‌آمیز الگوهای فرهنگی، در هر کجا این مؤلفه پیدا شود، خشونت ناخواسته و رفتارهای خشونت‌آمیز دیگر را کاهش دهیم.

منظور از توسعه فرهنگ هواداری، گسترش هنجارها، ارزش‌ها، باورها، نمادها و... در هواداران، به دور از مسائل غیراخلاقی و ناهنجاری‌های رایج فعلی است؛ بنابراین توسعه فرهنگ هواداری تمامی ابعاد اجتماعی، سیاسی و هویتی هواداران را شامل می‌شود (کارلسون<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). همچنین این مطالعه بیان می‌کند که نگاه جامعه به ورزش و جایگاه آن، به‌ویژه فوتبال، با آمیختگی هویتی هواداران با باشگاه موردعلاقه‌شان و در نتیجه با رفتار آن‌ها در جریان مسابقات مرتبط است. هرچه ورزش در جامعه‌ای توسعه‌یافته‌تر تلقی شود، توانایی آن در ایجاد همدلی، یگانگی و تقویت هویت جمعی نیز بیشتر خواهد بود. در برخی موارد، باشگاه‌ها به نمادهای هویتی فراتر از یک تیم ورزشی تبدیل می‌شوند و در صورتی که این جایگاه به‌درستی مدیریت شود، می‌تواند موجب پیوند عمیق‌تر مردم با ورزش و باشگاه‌ها و شکل‌گیری احساس تعلق و هویت مشترک شود. این موضوع با نتیجه پژوهش جولیانوتی<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) که معتقد است هواداری فوتبال می‌تواند به بروز احساس تعلق اجتماعی و هویت جمعی منجر شود، همخوانی دارد.

دومین مضمون اصلی دربرگیرنده، عوامل نهادی است که نقش اساسی در شکل‌دهی شرایطی دارند که در آن آمیختگی هویت ممکن است منجر به خشونت هواداران شود. این عوامل نشان‌دهنده ابعاد ساختاری و سازمانی محیط فوتبال هستند و شامل تأثیر مدیریت (اختلاف‌انگیزی عوامل مدیریتی تیم، ناکارآمدی در کنترل جمعیت، ناکارآمدی مدیران و...)، تأثیر لیدرها (نبود لیدر، اختلاف بین لیدرها، فقدان سازماندهی لیدرها و...)، دخالت دولتی (دخالت عوامل دولتی، دخالت سیاسی، تأثیر نهادی)، جانب‌داری نیروی انتظامی (خشونت حاصل از دخالت نامناسب انتظامی، خشونت درگیری پلیس و هوادار) و عامل زیرساخت‌ها (انتظار بیش از حد تا شروع بازی، زود آمدن به ورزشگاه، محل استقرار نامناسب، ترافیک مسیر ورزشگاه و...) و خشونت حاصل از اشتباه داور (خشونت حاصل از اشتباه داور، تکرار اشتباهات و عصبانی شدن، خشونت علیه داور و...) است. شرکت‌کنندگان اغلب به ناکارآمدی‌ها و اختلافات داخلی در مدیریت باشگاه به‌عنوان عوامل تشدیدکننده اشاره کردند. هماهنگی ضعیف، نبود برنامه‌ریزی مناسب و سوءمدیریت در کنترل جمعیت، شرایطی را برای

- 
1. Mastromartino
  2. Wann
  3. Carlsson
  4. Giulianotti

تنش و تشدید احساسات ایجاد می‌کند. طبق نظریه اختلال عملکرد سازمانی (کاتز و کان، ۲۰۱۵)، چنین شکست‌های مدیریتی می‌تواند منجر به محیط‌های سازمانی شود که فاقد ایمنی، ساختار و انسجام هستند و در نتیجه خطر ناآرامی‌های جمعی را افزایش می‌دهند. علاوه بر این، ناتوانی مدیریت در تعامل سازنده با هواداران می‌تواند کنترل‌های اجتماعی رسمی را تضعیف کند و به افراد دارای آمیختگی شدید اجازه دهد تا بدون ترس از واکنش، در دفاع از گروه به طور تهاجمی‌تر عمل کنند. همچنین نتایج با یافته‌های این مطالعات مطابقت دارد: رحمتی و تبریزی (۲۰۰۴) بیان کردند، متغیرهایی مانند ناسازگاری، منطبق نبودن هدف‌ها و انتظارات در محیط ورزشگاه و رضایت از امکانات و تسهیلات ورزشگاه از جمله عامل‌هایی هستند که با اختلال و سوء‌کارکرد در ساختار عملکردی تماشاگران فوتبال بر تمایل طرفداران تیم‌های فوتبال به ارتکاب رفتارهای خشونت‌آمیز و پرخاشجویانه تأثیر می‌گذارد؛ جهانفر و همکاران (۲۰۰۴) گزارش کردند، وجود امکانات و تسهیلات کافی می‌تواند یکی از عوامل جلوگیری از خشونت هواداران باشد؛ مرادی و ستاری‌فرد (۲۰۱۹) ذکر کردند، عوامل مدیریتی شامل مدیریت برگزاری و میزبانی مسابقات، مدیریت جمعیت و تردد، سیستم و جو امنیتی و کیفیت امکانات و خدمات رفاهی، جو بازی و اتفاقات مربوط عملکرد داوری بین تیم‌ها است.

پیشنهاد می‌شود با توجه به نیاز هواداران، برگزارکنندگان مسابقات فوتبال اقدامات مناسبی را برای فراهم کردن تسهیلات و امکانات فیزیکی و خدماتی برای تماشاگران و هواداران فوتبال انجام دهند. محور این اقدامات باید معطوف به ایجاد امکانات مناسب برای دسترسی هواداران به تسهیلات گوناگونی مانند سرویس‌های بهداشتی، محل‌های غذاخوری، مکان‌های نشیمن، بلیت مسابقات و دسترسی به وسایل نقلیه عمومی مناسب برای رفت‌وآمد به ورزشگاه باشد.

همچنین دست‌اندرکاران برگزاری مسابقات مانند سازمان لیگ و نهادهای فرهنگی آن می‌توانند با ترویج اصول و روش‌های حمایتی مناسب هواداران از باشگاه‌ها و گسترش انگاره‌های رفتاری شایسته هواداری، با آموزش‌هایی چون کنترل واکنش - های طرفداران هنگام ابزار هیجان در مواقع کامیابی یا ناکامی تیم‌های موردعلاقه‌شان، اقداماتی برای انجام بازی‌ها دور از حواشی و مسابقات جذاب انجام دهند. همچنین فدراسیون فوتبال در کنار آموزش‌های فنی و اجرای آزمون‌های مربوط به آمادگی جسمانی برای ارزیابی عملکرد داوران باید به آموزش مسائل روان‌شناسی و جامعه‌شناسی مرتبط با فوتبال به داوران توجه کند. درواقع، داور هنگام قضاوت بازی فوتبال، نه فقط باید واجد شرایط فنی و فیزیکی برای داوری باشد، بلکه ضرورت دارد به دلیل تأثیر قضاوتش بر رفتار بازیکنان و تماشاگران، توانایی و مهارت لازم برای مدیریت روانی و اجتماعی رفتار هواداران و دوستداران تیم‌های فوتبال نیز داشته باشد.

سومین مضمون اصلی، عامل‌های آمیختگی هویت در هواداران فوتبال است. این مضمون شامل احساس یگانگی با افتخارآفرینی احساس یگانگی با متعلقات تیم، احساس یگانگی با سودمندی اقتصادی، احساس یگانگی با همدلی، احساس یگانگی با حضور اجتماعی، احساس یگانگی حاصل از هم‌خانوادگی، آمیختگی حاصل از پشتیبانی فعال، احساس یگانگی قلبی و تعلق خاطر (احساس یگانگی حاصل از حمایت و عشق‌ورزی قلبی، احساس یگانگی حاصل از اصالت هواداری و...)، احساس یگانگی با اشتراک احساس (پیوند عمیق هواداران با تیم، تیم نیروی متحدکننده هوادار و...) و احساس یگانگی با عضویت هواداری (احساس یگانگی با بحث و گفتگو در گروه هواداری، احساس یگانگی با ایجاد کمپین هواداری مجازی و...) است. عامل‌های نام‌برده از مهم‌ترین دلایلی‌اند که منجر به شکل‌گیری احساس یگانگی بین هواداران باشگاه می‌شوند. در بسیاری اوقات، هواداران تیم‌ها به دلیل افتخارات متعدد یک باشگاه ورزشی، تجربه کردن هیجان پیروزی تیمی و کسب نتیجه برد یا بازی کردن یک بازیکن خاص در تیم که برای هوادار محبوبیت خاصی دارد و دلیل همراهی فرد با

تیم است، به طرفداری از تیم می‌پردازند و با یکی شدن با هواداران به دلیل احساس اشتراک با آن‌ها، هویت خویش را با جمع هواداران یگانه می‌بینند.

احساس آمیخته شدن هویت فردی با هویت گروهی هواداران باشگاه، با حمل متعلقات تیم مانند پرچم و پوشیدن لباس یک‌رنگ تیم زمان حضور در ورزشگاه برای تماشای بازی‌ها نیز بروز داده می‌شود. همدل و هم‌هدف شدن هوادار با باشگاه در کسب برخی ارزش‌ها و فراهم آوردن موقعیت حضور در اجتماع، به واسطه حضور فرد در اجتماعات هواداری حمایتی از باشگاه صورت می‌گیرد و همگی باعث یکی شدن هویت فرد با هویت جمعی هواداران باشگاه می‌شود و تلفیق شدن هویت هوادار با باشگاه را توسعه می‌دهد. زمانی که طرفداری بیشتر ادامه می‌یابد، مرحله‌ای شکل می‌گیرد که هوادار خود را با سایر هواداران و بازیکنان و عوامل باشگاه، یک خانواده مشترک حس می‌کند و باشگاه و بازیکنان و مجموعه هواداران آن را به‌عنوان عضوی از خانواده می‌پذیرد و به آن تعلق خاطر نشان می‌دهد. تشویق تیم موردعلاقه در ورزشگاه و احساس انرژی گرفتن از این نوع حمایتگری و حضور در جمع پرشور هواداران و تجربه لذت‌بخش هیجان، فرد را تا جایی پیش می‌برد که حتی حاضر است مشکلات سایر هواداران را نیز به جان بخرد. پایدار شدن هواداری نوعی احساس حمایت و تعهد همیشگی برای هواداری از باشگاه را در فرد زنده می‌کند.

در این مطالعه، هواداران اعلام داشتند که در روزهای سخت باشگاه، باخت‌های مکرر و حتی موقعیت قعر جدول لیگ نیز باشگاه محبوب خود را تنها نمی‌گذارند و آن را همراهی می‌کنند. برخی اذعان کردند، احساس علاقه و صفاپذیری به باشگاه دارند که آن را در هیچ موقعیتی تجربه نکرده‌اند. این علاقه‌مندی‌های شگفت‌انگیز، احساس همبستگی و اتحاد را بین هواداران برجسته می‌کند، تعصب عاطفی آن‌ها به باشگاه را تقویت می‌کند، اشتیاق کودکان آن‌ها به حمایت از دوستان را سرعت می‌بخشد و آن‌ها هواداری از باشگاه مدنظر را به‌عنوان عاملی شورانگیز و هواداری را به‌عنوان قسمتی از تجربه لذت‌بخش زندگی خود قرار می‌دهند. احساس خشنودی حاصل از حمایت باشگاه و افزایش انگیزه درونی فرد، هواداری را عمق می‌بخشد، تا جایی که با ذوب شدن در آن، باشگاه را جزئی از وجود خویش حس می‌کند و با ایجاد محیطی رضایت‌بخش حاصل از هواداری ورزشی، فرد را تا حد ایثارگری در جهت حمایت از گروه و باشگاه خود پیش می‌برد.

ارتباط عاطفی هوادار با باشگاه، احساس پیدایش هویت مشترک هوادار با باشگاه و اشتراک نظر و تجربیات هواداران با همدیگر باعث شکل‌گیری موقعیت خارق‌العاده‌ای در راستای همراهی فرد با باشگاه می‌شود. پیگیری نتایج تیم و هزینه کردن وقت فرد برای پیگیری وضعیت روزانه باشگاه و اخبار لحظه‌ای آن، عضویت در کانال‌های هواداری مجازی (بحث و گفتگوی مجازی) و شرکت در کمپین‌های هواداری، علاقه به دریافت اطلاعات و جزئیات امور باشگاه (خرید و نقل و انتقال بازیکن، مربی، و...)، ارتباط برخی هواداران را تا حدی پیش می‌برد که احساس ارتباطی خاص با عوامل، دست‌اندرکاران و مدیران باشگاه دارند و این‌گونه موارد، احساس یگانه شدن هوادار با مجموعه باشگاه و تلفیق شدن هویت فردی هوادار با گروه هواداران را ایجاد می‌کند، تا جایی که هزینه‌های شخصی را نیز می‌پذیرند. بنابر اظهار نیوسن (۲۰۱۷)، این وحدت درونی با گروه منجر به رفتارهای طرفدار گروه فوق‌العاده‌ای می‌شود که معروف‌ترین آن‌ها خشونت فوتبالی است، اما می‌تواند در نوع دوستی‌های غیرخشونت‌آمیز مانند کار خیریه نیز تجلی یابد. فرد آمیخته شده در گروه به دلیل احساس پیوندهای مشترک با جمع گروه و حس آسیب‌ناپذیری مرتبط با آن، رفتارهای افراطی طرفدار گروه را از خود بروز می‌دهد.

نیوسن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶) اظهار کردند، براساس نظریه آمیخته شدن، هوادارانی که از پوشیدن پیراهن تیمی، خواندن شعارهای تیمی و تماشای بازی‌ها خوشحال هستند، در رابطه با آن دسته از هوادارانی که علاوه بر چنین رفتارهایی با احساس سرمایه‌گذاری عمیق شخصی نیز درگیرند، پدیده روانی متفاوتی را تجربه می‌کنند. رفتار فداکارانه و حمایت افراطی طرفدار گروه در دسته دوم از هواداران وجود دارد. همچنین بیان کردند، اگر گروه تهدید شود، هوادار به دلیل ادغام شدن خود فردی و اجتماعی‌اش، این موضوع را به‌عنوان حمله به گروه و خود تلقی کرده و احتمالاً موضعی خصمانه اتخاذ می‌کند. نتایج این مطالعه نیز با یافته‌های پژوهش نیوسن و همکاران همسوست.

آمیخته شدن هویت فردی با هویت جمعی هواداران ممکن است بروز رفتارهای پرهزینه‌تر مانند خشونت هواداران، به‌خصوص در مواقع عدم نتیجه‌گیری باشگاه را تقویت کند. هواداران فوتبال هویت خود را جدای از هویت باشگاه یا تیم فوتبال محبوب خود نمی‌دانند و این درگیری‌های ورزشی و جسمانی در زمین ورزش، زمینه‌ساز درگیری هویتی و دوقطبی‌های اجتماعی در بیرون از مستطیل سبز می‌شود که گاهی این دوقطبی‌ها و تنش‌ها در قالب‌هایی مانند قوم، مذهب، رنگ و... بروز می‌یابد. این دوقطبی‌ها و درگیری‌ها و تنش‌های خارج از زمین مسابقه ممکن است زمانی فوران کنند که کنش‌های درون زمین مسابقه غیرورزشی و توأم با بروز خشونت و پرخاشگری توهین و تحقیر باشد؛ اما رفتارهای پرهزینه شخصی مرتبط با آمیخته شدن هویت فرد با هواداران لزوماً منفی نیستند و در بسیاری از موارد شرکت هواداران در فعالیت‌های امور خیریه و کمک‌های هواداران در حمایت از آسیب‌دیدگان سیل و زلزله نیز تجلی می‌یابد و آن‌ها روح زیبای بازی فوتبال را به نمایش می‌گذارند.

این پژوهش نشان داد، خشونت هواداران فوتبال در ایران تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای (مانند ویژگی‌های جمعیت‌شناختی)، نهادی (ناکارآمدی مدیریتی) و آمیختگی هویتی با تیم است که در تعامل با یکدیگر رفتارهای پرخاشگرانه را تشدید می‌کنند. راهبردهای پیشنهادی شامل تسهیل دسترسی هواداران به ورزشگاه‌ها از طریق مکان‌یابی مناسب و بلیت‌های ارزان‌قیمت، آموزش فرهنگ هواداری از طریق رسانه‌ها، ایجاد فضاهای اشتراک دانش، پاداش به هواداران با رفتار مثبت و بهره‌گیری از هواداران پرشور در فعالیتهای فرهنگی برای هدایت انرژی هویتی به سمت رفتارهای سازنده است. با وجود محدودیت‌هایی مانند دشواری در تعمیم نتایج روان‌شناختی، این مطالعه چارچوبی عملی برای کاهش خشونت و ترویج فرهنگ هواداری مسئولانه ارائه می‌دهد که می‌تواند الگویی برای سایر مناطق ایران باشد.

پیامدهای این پژوهش برای بازاریابی ورزشی شامل تقویت وفاداری هواداران از طریق بهبود دسترسی و تجربه ورزشگاه، ترویج برند باشگاهی با برنامه‌های آموزشی و پاداش‌دهی و نیز استفاده از هواداران پرشور به‌عنوان سفیران برند است. از منظر سیاستی، اصلاح ساختارهای نهادی و تدوین برنامه‌های فرهنگی منطقه‌محور می‌تواند محیط‌های ورزشی ایمن‌تر و فراگیرتری را ایجاد کند که با اهداف توسعه پایدار هم‌راستا است. از حیث نظری، این مطالعه با تکیه بر نظریه آمیختگی هویتی، درک رفتار هواداران را عمیق‌تر کرده و به توسعه نظریه‌های بازاریابی ورزشی کمک می‌کند. از نظر اجتماعی، کاهش خشونت هواداری به جذب زنان و خانواده‌ها به ورزشگاه‌ها کمک کرده و نگرش‌های مثبت به ورزش را تقویت می‌کند.

## پیام مقاله

این پژوهش نشان می‌دهد که خشونت هواداران فوتبال ریشه در فرایندهای عمیق همجوشی هویت دارد، نه صرفاً واکنش‌های عاطفی لحظه‌ای؛ بنابراین مدیریت مؤثر آن نیازمند مداخلات هویت‌محور در کنار اقدامات امنیتی سنتی است.

## ملاحظات اخلاقی

این پژوهش با رعایت کامل اصول اخلاقی تحقیق بر روی انسان انجام شده است. کلیه شرکت‌کنندگان رضایت آگاهانه ارائه نمودند و محرمانگی اطلاعات در تمام مراحل پژوهش حفظ گردید.

## مشارکت نویسندگان

ایده‌پردازی: وجیهه جوانی و غلامرضا میرزامحمدی

جمع‌آوری داده‌ها: غلامرضا میرزامحمدی

تحلیل داده‌ها: وجیهه جوانی و غلامرضا میرزامحمدی

نوشتن مقاله: وجیهه جوانی و غلامرضا میرزامحمدی

بازبینی و ویرایش: وجیهه جوانی

مرور ادبیات: غلامرضا میرزامحمدی

مدیر پروژه: وجیهه جوانی

هرگونه مشارکت دیگر: تمامی نویسندگان در تفسیر یافته‌ها و نهایی‌سازی مقاله مشارکت داشتند.

## تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

## تشکر و قدردانی

نویسندگان از تمامی شرکت‌کنندگان در این پژوهش شامل هواداران فوتبال، کارشناسان ورزشی، مدیران استادیوم‌ها، مدیران آکادمی باشگاه‌ها و سایر ذی‌نفعان که با صبر و حوصله تجربیات و دیدگاه‌های خود را در اختیار محققان قرار دادند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌کنند. همچنین از دانشگاه تبریز به دلیل فراهم کردن امکانات لازم برای انجام این پژوهش تقدیر می‌شود.

## منابع

1. Anbari, M. (2007). Subculture and group factors influencing violence among football fans. *Cultural Studies & Communication*, 3(9), 17-44. [In Persian].
2. Carlsson, U., Tayie, S., Jacquinet-Delaunay, G., & Pérez Tornero, J. M. (2008). Empowerment through media education: An intercultural dialogue. Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.17231/comsoc>
3. Doidge, M., & Lieser, M. (2020). The importance of research on the ultras: Introduction. In *The Ultras* (pp. 1-8): Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003105688-1>
4. Eatough, V., & Smith, J. A. (2017). Interpretative phenomenological analysis. *The Sage handbook of qualitative research in psychology* (pp. 193-209). London: Sage.
5. Elkhatir, A., Chakit, M., & Ahami, A. O. (2023). Factors influencing violent behavior in football stadiums in Kenitra city (Morocco). *CEMJP*, 31(2), 795-801. <https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.31.2.85>

6. Foreman, J. A. (2006). *Corporate governance in the Australian Football League: A critical evaluation*. Victoria University.
7. Fortier, K., Parent, S., & Lessard, G. (2020). Child maltreatment in sport: smashing the wall of silence: a narrative review of physical, sexual, psychological abuses and neglect. *British Journal of Sports Medicine*, 54(1), 4-7. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2018-100224>
8. Giulianotti, R. (2002). Supporters, followers, fans, and flaneurs: A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of Sport and Social Issues*, 26(1), 25-46.
9. Gómez, A., Brooks, M. L., Buhmester, M. D., Vázquez, A., Jetten, J., & Swann Jr, W. B. (2011). On the nature of identity fusion: Insights into the construct and a new measure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(5), 918. <https://doi.org/doi.org/10.1037/a0022642>
10. Halajian, A., Mostahfizian, M., Mirsafian, H. R., & Zahedi, H. (2020). Evaluation of performance of isfahan municipality cultural and social sports organization based on CIPP model with citizenship sports approach. *Research in Sports Management and Motor Behavior*, 10(20), 203-227. <https://doi.org/10.29252/JRSM.10.20.203> [In Persian].
11. Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of Sport Management*, 3(1), 15-32. <https://doi.org/10.1123/jsm.3.1.15>
12. Haqi Golbaghi, M. (2018). The relationship between individual social identity and athletes' performance. Paper presented at the 6<sup>th</sup> Scientific Research Conference on Educational Sciences and Psychology, Social and Cultural Dangers in Iran. [In Persian].
13. Hodges, A. (2016). The hooligan as 'internal' other? Football fans, ultras culture and nesting intra-orientalisms. *International Review for the Sociology of Sport*, 51(4), 410-427.
14. Interesting experiences watching football in the most magnificent stadiums in the world. (2021). Retrieved from <https://www.mizanonline.ir/fa/news>
15. Hurych, E., & Scholz, P. (2020). Czech football fans and some aspects of their declared and applied approaches. *Journal of Physical Education and Sport*, 20(6), 3377-3383. <https://doi.org/10.7752/jpes.2020.06457>
16. Jafarvandnu, F., Navabakhsh, M., & khaki, A. A. (2022). The causes of Iranian violence and deviations of sport with a futuristic approach (Case study: Football). *Journal of Iranian Social Development Studies*, 14(1). <https://doi.org/10.30495/jisds.2022.47941.11071> [In Persian].
17. Jahanfar, M., Bagherzadeh, F., Sheikh, M., & Gholamalizadeh, R. (2004). Analysis of the factors of violence from the point of view of football organizers (in the context of sports sociology and physical education reforms of the country). *Movement* 20(6), 87-112.
18. Javani, V. (2023). *Qualitative research methods in sport studies*. Tabriz: University of Tabriz Publication Center.
19. Katz, D., & Kahn, R. (2015). The social psychology of organizations. In *Organizational behavior 2* (pp. 152-168). London: Routledge.
20. Keshavarz, L., Afarhani, A., & Bahramipour, B. (2019). Analysis of factors affecting the international sports seats by the representatives of Iran. *Sport Management and Development*, 7(4), 2-15. <https://doi.org/10.22124/jsmd.2019.3249> [In Persian].
21. Knapton, H., Espinosa, L., Meier, H. E., Bäck, E. A., & Bäck, H. (2018). Belonging for violence: Personality, football fandom, and spectator aggression. *Nordic psychology*, 70(4), 278-289. <https://doi.org/10.1080/19012276.2018.1430611>
22. Mansour, V. (2009). Investigating of the social-cultural factors of effective on the excitement behavior of football watchers. *Social Sciences Bulletin*, 3(1), 117-140. [In Persian].
23. Marwat, M. K., Nizami, R., & Muhammad, N. (2022). Aggression and violence in sports, its effects on sports performance. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 4961-4969.
24. Mastromartino, B., Chou, W.-H. W., & Zhang, J. J. (2018). The passion that unites us all: the culture and consumption of sports fans. In *Exploring the rise of fandom in contemporary consumer culture* (pp. 52-70): IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3220-0.ch004>.
25. Moradi, M., & Sattari Fard, S. (2019). Examining aggression and violence in football and providing preventive and control strategies. Islamic Council Research Center. [In Persian].

26. Morrow, S., & Morrow, S. (1999). Accountability within the football industry. In *The new business of football: Accountability and finance in football* (pp. 157-197). [https://doi.org/10.1057/9780230371743\\_6](https://doi.org/10.1057/9780230371743_6)
27. Newson, M. (2017). *United in defeat: The causes and consequences of identity fusion in football fans*. University of Oxford.
28. Newson, M. (2019). Football, fan violence, and identity fusion. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(4), 431-444. <https://doi.org/10.1177/1012690217731293>
29. Newson, M., Buhrmester, M., & Whitehouse, H. (2016). Explaining lifelong loyalty: The role of identity fusion and self-shaping group events. *PloS one*, 11(8), e0160427.
30. Nicholson, M., & Hoye, R. (2008). *Sport and social capital: An introduction*. In *Sport and social capital* (pp. 1-18). London: Routledge.
31. Ponzio, M., & Scoppa, V. (2018). Does the home advantage depend on crowd support? Evidence from same-stadium derbies. *Journal of Sports Economics*, 19(4), 562-582. <https://doi.org/10.1177/1527002516665794>
32. Porat, A. B. (2010). Football fandom: A bounded identification. *Soccer & Society*, 11(3), 277-290. <https://doi.org/10.1080/14660971003619594>
33. Rahmati, M. M., & Mohseni Tabrizi, A. R. (2004). The impacts of social factors on violence and aggression of football fans; a survey in Tehran. *Olympic*, 11(3-4), 77-92. [In Persian].
34. Ranjbari, S., Alam, Z., & Shojaei, V. (2019). Meta-analysis of sport violence in Iranian research. *Sport Psychology Studies*, 8(28), 179-192. <https://doi.org/10.22089/spsyj.2019.6678.1713> [In Persian].
35. Reyhani, M., Eydi, H., Ramezani-zad, R., Mirzayee, A., & Abbasi, H. (2013). Soccer fans Motives of the professional football league in Iran. *Sport Management Studies*, 5(20), 63-78. [In Persian].
36. Sáenz, A., Gimeno, F., Gutiérrez, H., Lacambra, D., del Bosque, R. A., & Marcén, C. (2015). Evaluación de la violencia y deportividad en el deporte: un análisis bibliométrico. *Cuadernos de psicología del deporte*, 15(1), 211-222.
37. Sahaj, T. (2007). *Fani futbolowi: Historyczno-spoŁ,eczne studium zjawiska kibicowania: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego*.
38. Scholz, P. (2018). Problematika fotbalového diváctví v České republice, aneb, "Quo vaditis, fotbaloví příznivci?". *Paido*. <https://doi.org/10.7752/jpes.2020.06457>
39. Segrave, J. O. (2000). Sport as escape. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(1), 61-77. <https://doi.org/10.1177/0193723500241005>
40. Swann Jr, W. B., & Talaifar, S. (2018). Introduction to special issue of Self and Identity on identity fusion. *Self and Identity*, 17(5), 483-486. <https://doi.org/10.1080/15298868.2018.1458646>
41. Swann Jr, W. B., Gómez, A., Seyle, D. C., Morales, J., & Huici, C. (2009). Identity fusion: the interplay of personal and social identities in extreme group behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 995.
42. Van Manen, M. (1990). Romantic roots of human science in education. *The Educational Legacy of Romanticism*, 115-140.
43. Wann, D. L., & James, J. D. (2018). *Sport fans: The psychology and social impact of fandom*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429456831>
44. Williams, H. (2021). The meaning of "Phenomenology": Qualitative and philosophical phenomenological research methods. *The Qualitative Report*, 26(2), 366-385. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4587>