

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی

دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش مدیریت ورزشی

عنوان :
اندازه گیری ملی گرایي
بعنوان انگیزه هواداران تیم ملی فوتبال ایران

استاد راهنما :
دکتر فرزاد غفوري

استاد مشاور:
دکتر حمید قاسمي

پژوهشگر :
علي اصغر خليلي

تابستان ۱۳۹۰



ISLAMIC AZAD UNIVERSITY
Central Tehran Branch

Faculty of physical Education and Sport Science

"M.A" Thesis
On Sport Management

SubJECT:
Measuring Nationalism AS the National football team
fans Motive In Iran

Advisor:
Dr.Farzad Ghafouri

Consulting Advisor:
Dr.Hamid Ghasemi

By:
Ali Asghar Khalili

Summer ۲۰۱۱

((تشکر و قدرانی))

حمد و سپاس خالق هستی را که به انسان قدرت تفکر عطا فرمود .
ضروری می دانم مراتب سپاس خود را از راهنمایی های بی دریغ و ارزشمند استاد محترم
راهنما جناب آقای **دکتر فرزاد غفوری** ابراز نمایم . زیرا در تمامی مراحل این پژوهش با
حوصله و دقت نظر مرا تحمل کردند و علاوه بر راه و رسم پژوهش ، درس زندگی به من یاد
دادند و همچنین از مساعدت های بسیار ارزشمند استاد محترم مشاور جناب آقای **دکتر حمید**
قاسمی که نهایت ذوق و علاقه را نسبت به این پژوهش داشته اند تشکر و قدردانی نمایم . بی شک
بدون مساعدت های این دو بزرگوار انجام این پژوهش میسر نبوده است . ضمناً جا دارد که از
زحمات دلسوزانه استاد محترم داور جناب آقای **دکتر فرشاد تجاری** قدردانی نمایم .

تقدیم به :

پدر و مادر عزیزم :

که در طول دوران زندگی همواره مرا مورد لطف و محبت خود قرار داده اند و

همسر عزیزم :

که با صبر و بردباری و حمایت خود ، چراغی فراروی دستیابی به اهداف عالییه بوده است و

اساتید و دانشجویان :

پرتلاش مدیریت و برنامه ریزی ورزشی

فصل اول : مقدمه و معرفی

۱-۱-۱	چکیده	۱
۲-۱	مقدمه	۳
۳-۱	بیان مساله	۵
۴-۱	ضرورت و اهمیت پژوهش	۷
۵-۱	اهداف پژوهش	۸
۱-۵-۱	اهداف کلی	۸
۲-۵-۱	اهداف اختصاصی	۸
۶-۱	فرضیه های پژوهش	۸
۷-۱	پیش فرض های پژوهش	۸
۸-۱	محدودیت های تحقیق	۹
۱-۸-۱	حدود	۹
۲-۸-۱	محدودیت	۹
۹-۱	تعریف واژه ها و اصطلاحات	۹
۱-۹-۱	ورزش	۹
۲-۹-۱	ملی گرایی	۹
۳-۹-۱	ملت	۹
۴-۹-۱	هواداران ورزش	۹
۵-۹-۱	انگیزه هواداران ورزش	۹

فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۲	مبانی نظری پژوهش	۱۱
۱-۱-۲	تاریخچه پیدایش نظریه انگیزش	۱۱
۲-۱-۲	تعاریف انگیزش	۱۱
۳-۱-۲	مفهوم انگیزش	۱۲
۴-۱-۲	فرآیند انگیزش	۱۲
۵-۱-۲	طبقه بندی انگیزه ها	۱۲
۶-۱-۲	انگیزش در مکاتب مختلف مدیریت	۱۳
۷-۱-۲	نظریه های انگیزش	۱۳
۱-۷-۱-۲	نظریه سلسله مراتب نیازها	۱۳
۲-۷-۱-۲	نظریه هنری الکساندر مورای درباره نیازها	۱۴
۳-۷-۱-۲	نظریه هین هورنای درباره نیازها	۱۵
۴-۷-۱-۲	نظریه وایت درباره نیازها	۱۵

- ۱۵-۱-۲-۵- نظريه هرزبرگ (انگيزش و بقاء) -----
- ۱۶-۱-۲-۶- نظريه مك كلند در باره انگيزش -----
- ۱۶-۱-۲-۷- نظريه آلدرفر (اي . آر . جي) -----
- ۱۷-۱-۲-۸- انگيزه هواداران ورزش -----
- ۲۵-۱-۲-۹- مفهوم دولت -----
- ۲۶-۱-۲-۱۰- تعاريف ملي گرايي -----
- ۲۷-۱-۲-۱۱- جنبش هاي ملي گرايي -----
- ۲۷-۱-۲-۱۲- علت رواج ملي گرايي -----
- ۲۷-۱-۲-۱۳- پرچم داران ملي گرايي -----
- ۲۷-۱-۲-۱۴- انواع ملي گرايي -----
- ۳۰-۱-۲-۱۵- ملي گرايي و ورزش -----
- ۳۴-۱-۲-۱۵- مولفه هاي ملي گرايي -----
- ۳۴-۱-۲-۱۵- هويت يا تعلق (همبستگي) ملي -----
- ۳۴-۱-۲-۱۵- تعريف هويت -----
- ۳۵-۱-۲-۱۵- هويت ملي -----
- ۳۶-۱-۲-۱۵- عناصر تشكيل دهنده ي هويت ملي -----
- ۳۶-۱-۲-۱۵- کارکرد هاي ويژه هويت ملي -----
- ۳۸-۱-۲-۱۵- هويت و وجهه -----
- ۳۸-۱-۲-۱۵- هويت و وجهه ورزش مدرن -----
- ۳۹-۱-۲-۱۵- هويت و وجهه ورزش سنتي -----
- ۴۱-۱-۲-۱۵- غرور ملي -----
- ۴۲-۱-۲-۱۵- ارتباط با هموطن -----
- ۴۳-۱-۲-۱۶- نقش رسانه ها در ورزش -----
- ۴۳-۱-۲-۱۶- تعريف رسانه -----
- ۴۴-۱-۲-۱۶- طبقه بندي رسانه ها -----
- ۴۸-۱-۲-۱۶- سهم رشته هاي ورزشي از اخبار -----
- ۴۸-۱-۲-۱۶- سهم رشته هاي ورزشي از روزنامه هاي ورزشي -----
- ۴۹-۱-۲-۱۷- تماشاگران -----
- ۵۰-۲-۲-۱۷- عوامل موثر بر تماشاهاي مسابقات ورزشي -----
- ۵۰-۱-۲-۱۸- فوتبال -----
- ۵۱-۱-۲-۱۸- کارکرد هاي فوتبال -----
- ۵۳-۱-۲-۱۸- ابعاد اجتماعي فوتبال -----
- ۵۴-۱-۲-۱۸- فوتبال، روحيه ملي و ملي گرايي -----
- ۵۵-۱-۲-۱۸- فوتبال و قدرت -----
- ۵۵-۱-۲-۱۸- فوتبال و سياست در ايران -----
- ۵۵-۱-۲-۱۸- فوتبال و شناسايي در روابط بين الملل -----
- ۵۶-۱-۲-۱۸- درصد کل جمعيت فعال در فوتبال -----
- ۵۷-۲-۲- تحقيقات انجام شده -----
- ۶۶-۳-۲- خلاصه تحقيقات انجام شده -----

فصل سوم : روش شناسی پژوهش

- ۱-۳ - جامعه آماری ----- ۶۸
- ۲-۳ - نمونه آماری و روش نمونه گیری ----- ۶۸
- ۳-۳ - روش پژوهش ----- ۶۸
- ۴-۳ - تعریف عملیاتی متغیرها ----- ۶۸
- ۵-۳ - مقیاس اندازه گیری داده ها ----- ۶۹
- ۶-۳ - ابزار جمع آوری اطلاعات ----- ۷۰
- ۷-۳ - تعیین روایی و پایایی ابزار اندازه گیری ----- ۷۰
- ۱-۷-۳ - تعیین روایی پرسشنامه ----- ۷۰
- ۲-۷-۳ - تعیین پایایی پرسشنامه ----- ۷۰
- ۸-۳ - روش جمع آوری اطلاعات ----- ۷۱
- ۹-۳ - روش های آماری تحقیق ----- ۷۱

فصل چهارم : یافته های تحقیق

- ۱-۴ - آمار توصیفی ----- ۷۳
- ۱-۱-۴ - وضعیت جنسیت شرکت کنندگان ----- ۷۳
- ۲-۱-۴ - وضعیت سن شرکت کنندگان ----- ۷۳
- ۳-۱-۴ - وضعیت تحصیلی شرکت کنندگان ----- ۷۳
- ۴-۱-۴ - وضعیت تاهل شرکت کنندگان ----- ۷۴
- ۵-۱-۴ - سطوح فعالیت ورزشی شرکت کنندگان ----- ۷۴
- ۶-۱-۴ - سابقه فعالیت ورزشی شرکت کنندگان ----- ۷۵
- ۲-۴ - آمار استنباطی ----- ۷۵
- ۱-۲-۴ - آزمون فرضیه ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با هویت و تعلق ملی ----- ۷۶
- ۲-۲-۴ - آزمون فرضیه ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن ----- ۷۴
- ۳-۲-۴ - آزمون فرضیه ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با رسانه ها ----- ۷۵
- ۴-۲-۴ - آزمون فرضیه ارتباط بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن ----- ۷۸
- ۵-۲-۴ - آزمون فرضیه ارتباط بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با رسانه ها ----- ۷۹
- ۶-۲-۴ - آزمون فرضیه رابطه بین ارتباط با هموطن هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها ----- ۸۰
- ۳-۴ - رتبه بندی درجه اهمیت مولفه های ملی گرایی ----- ۸۰

فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری

- ۱-۵ - خلاصه پژوهش ----- ۸۲
- ۲-۵ - خلاصه یافته ها ----- ۸۲

۳-۵- بحث و نتیجه گیری-----۸۴

۴-۵- پیشنهادها-----۸۹

۱-۴-۵- پیشنهادهاي برخاسته از تحقيق-----۸۹

۲-۴-۵- پیشنهادها براي تحقیقات بیشتر-----۹۰

۵-۵- منابع-----۹۱

ضمائم-----۹۸

چکیده انگلیسی-----۱۰۶

(فهرست جداول)

صفحه

عنوان

- جدول ۱-۲ توسعه مقیاس برای درك مصرف هواداران ورزش ۱۸
- جدول ۲-۲ اندازه گیری انگیزه ها ۲۰
- جدول ۳-۲ انگیزه های متداول تماشاگران ورزشی ۲۲
- جدول ۴-۲ : بازی های ملی کشورهای مختلف جهان ۳۲
- جدول (۵-۲) سهم رشته های ورزشی از اخبار ۴۸
- جدول (۶-۲) سهم رشته های ورزشی از روزنامه های ورزشی ۴۸
- جدول (۷-۲) : درصد کل جمعیت فعال کشور ایران در رشته فوتبال ۵۶
- جدول ۳-۸ : ضریب آلفای کرونباخ فرضیه اصلی تحقیق ۷۱
- جدول (۱-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب جنسیت ۷۳
- جدول (۲-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب سن ۷۳
- جدول (۳-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب مدرک تحصیلی ۷۴
- جدول (۴-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب وضعیت تاهل ۷۴
- جدول (۵-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب سطح فعالیت ورزشی ۷۴
- جدول (۶-۴) : توزیع فراوانی آزمودنی های پژوهش بر حسب سابقه فعالیت ورزشی ۷۵
- جدول (۷-۴) : نتایج آزمون فرض نرمال بودن مولفه های مربوط به فرضیه های تحقیق ۷۶
- جدول (۸-۴) : اطلاعات آماری مربوط به ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با هویت و تعلق ملی ۷۷
- جدول (۹-۴) : اطلاعات آماری مربوط به ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن ۷۷
- جدول (۱۰-۴) : اطلاعات آماری مربوط به ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن ۷۷
- جدول (۱۱-۴) : اطلاعات آماری مربوط به هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن ۷۹
- جدول (۱۲-۴) : اطلاعات آماری مربوط به هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با رسانه ها ۷۹
- جدول (۱۳-۴) : اطلاعات آماری مربوط به ارتباط با هموطن هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها ۸۰
- جدول (۱۴-۴) : تفاوت های رتبه بندی مولفه های ملی گرایی به ترتیب شهرت و اهمیت ۸۰

(فهرست نمودارها)

صفحه

عنوان

۱- نمودار مقایسه ورزش سنتی و مدرن در شکل بخشی به مفهوم هویت ملی -----۳۷

فصل اول
مقدمه و معرفی

۱-۱-۱- مقدمه :

ورزش بخش مهمی از فرهنگ ملل جهان است که عنوان و سرفصل روزنامه ها و برنامه های تلویزیونی را به خود اختصاص داده و میلیون ها دلار درآمد برای برپاکنندگان آن فراهم آورده است و تاثیر عمیقی بر علایق و باورهای بین المللی داشته است . میلیون ها نفر در هنگام اعلام فهرست برنامه مسابقات فوتبال ، بسکتبال ، والیبال و غیره از تلویزیون در جای خود ، میخکوب می شوند . اینترن و سیج^۱ اظهار می دارند که روحیه رقابت و مبارزه طلبی ، علاقه به مادیات و پدیده های مادی ، تسلط بروکراسی بر افراد ، توزیع ناعادلانه و نامتعادل قدرت ، از خصوصیات و ویژگی های مشترک قلمرو ورزش و جامعه است (دبورا و همکاران ، ۱۳۸۱) . همه ملت ها ورزش و رقابت های جذاب آن را دوست دارند . امروزه رویدادهای ورزشی بین المللی جذابی وجود دارد که توجه مردم جهان را به خود جلب می کند ، بازی های المپیک بزرگترین رویدادی است که به صورتی صلح آمیز ملت های جهان را در یک شهر دنیا گرد هم می آورد ، توجه جهان و غرور ملی در بالاترین سطح خود بسیاری از کشورها را به استفاده سیاسی از بازی های المپیک کشانده است (حسینی ، ۱۳۸۹) .

جامعه شناسی ، مطالعه مردم ، گروه ها ، اشخاص و فعالیت های انسان را تحت عنوان رفتار اجتماعی ، گروهها و آداب و رسوم و نظم اجتماعی مورد توجه قرار می دهد . همچنین علمی است که به بررسی نهادهای اجتماعی نظیر مذهب ، خانواده ، حکومت و تعلیم و تربیت و تفریح علاقمند است . جامعه شناسی ورزشی به بررسی ارتباط جامعه و ورزش می پردازد .

کواکلی^۱ اهداف عمده جامعه شناسی ورزشی را چنین بیان داشته است :

۱- بررسی ارتباط بین ورزش و سایر جنبه هایی چون خانواده ، تعلیم و تربیت ، سیاست ، اقتصاد ، رسانه های گروهی ، مذهب ، تشکیلات اجتماعی ، رفتار گروهی و الگوهای واکنش اجتماعی که در ورزش رخ می دهد .

۲- عوامل فرهنگی و ساختاری و موقعیتی که ورزش و تجارت ورزشی را متاثر می سازند .

۳- فرایندهای اجتماعی که در جنب ورزش رخ می دهد شامل اجتماعی شدن ، رقابت و مسابقه ، همکاری و اتحاد ، مخالفت (تضاد) ، ایجاد تحرك و تحول اجتماعی .

ویلکرسون و دودر^۲ در تحقیقی با عنوان ورزش چه کاری را برای مردم انجام می دهد؟ بعمل آورده اند که آنها هفت وظیفه و عملکرد را برای ورزش در جامعه مشخص ساخته اند :

۱- کاهش هیجانانگیز : ورزش راهی است برای اظهار و کاهش هیجانانگیز و رهایی از تنش ها . ورزش بعنوان دریچه اطمینانی است که تمایلات مهاجمانه را تلطیف می کند .

۲- اثبات هویت : ورزش امکان شناخته شدن و اظهار ارزش های وجودی را فراهم می آورد .

۱. Eitzen and sage

۱. Coakley

۲. wilkerson and Dodder

- ۳- کنترل اجتماعی: ورزش وسایلی را برای کنترل مردم در جامعه ای که انحرافات رواج دارند بوجود می آورد .
- ۴- اجتماعی شدن: ورزش وسیله ای برای اجتماعی شدن است .
- ۵- عامل تغییر: ورزش موجب تغییر جامعه، ایجاد الگوهای رفتاری جدید و عاملی است که جریان تاریخ را تغییر می دهد. مثلا، ورزش برخورد و رقابت گونه های مختلف مردم برتری بر اساس قابلیت را مجاز می سازد .
- ۶- بیداری و آگاهی جمعی: ورزش موجب روح جمعی است که مردم را به شیوه متحد به دنبال اهداف مشترک متشکل می سازد .
- ۷- موفقیت: ورزش موجب احساس موفقیت در تماشاگران و ورزشکاران است. هنگامی که توسط بازیکنی یا تیمی موفقیتی بدست می آید، پیروزی در ورزش مانند پیروزی در زندگی است (آزاد، ۱۳۸۱).
- توسعه ورزش ملی بخشی مهم از توسعه اقتصادی - اجتماعی ملی است. سرفرازی و افتخار ملی یکی از عوامل روحیه آفرین در میان ملت هاست. از این رو دستاوردها و پیامدهای توسعه ورزش ملی دایره ای گسترده دارد و موجب رونق اقتصادی و شکوفایی اجتماعی می شود. بر این مبناست که پیروزی پیوسته ملت ها در عرصه رقابت ورزش فراملی، موضوعی در خور اعتنای ویژه است. دولت ها برای تحقق آن به ملت ها تعهد دارند (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۳).
- ملت گرایی نیز بر اهداف وحدت بین المللی المپیک ها تاثیر گذاشته است. قهرمانان زیر پرچم ملی خود در روز افتتاح رژه می روند و به عنوان نماینده ملت خود مبارزه می کنند و با غرور تمام در مراسم اهدای جوایز و نواختن سرود ملی روی سکو می روند. تیم های ورزشی و لباس های ملی همه حاکی از حالت تقابل (ما در مقابل آنها) است و تا آخرین لحظه بازی ها، شمارش مدال ها از طریق رسانه ها، ملیت گرایی را تقویت می کنند و حتی قضاوت ها نیز بر اساس همبستگی های سیاسی است. دولت ها از اهمیت سیاسی المپیک ها باخبرند. با افول ایالات متحده در بازی ها و با موفقیت قهرمانان حرفه ای آلمان غربی و اتحاد جماهیر شوروی، حکومت آمریکا، مجبور به بازسازی ورزش آماتوری شد. در سال ۱۹۷۸ کنگره، قانون ورزش های آماتوری را تقویت کرد. (آزاد، ۱۳۸۱).
- فوتبال در جهان محبوب ترین ورزش در روی زمین شناخته شده است و بعنوان راهی برای اتحاد، ترویج و جهش ملتهاست. (بی بی سی، ۲۰۰۲).
- با توجه به موارد فوق، تحقیق حاضر در نظر دارد تا ملی گرایی هواداران تیم ملی فوتبال ایران، که یکی از پرطرفدارترین و جالبترین ورزش جمعی و پرتماشاگر کشور است، را به عنوان یکی از انگیزه های مهم اندازه گیری نماید. عواملی از جمله هویت و تعلق ملی، غرور ملی، ارتباط بین هموطنان و نقش رسانه ها در ملی گرایی. که مبانی نظری و پیشینه مرتبط با انگیزش و ملی گرایی در ورزش در فصل دوم بطور مفصل پرداخته شده است تا بازاریابان ورزشی، نگرش، باورها و با شناخت این عوامل را هکارهای موثرتری و اطلاعات جامع تری در اختیار ما قرار دهند و همچنین از طریق بازاریابی مناسب برای باشگاههای ورزشی، شرکتها، تبلیغات، اسپانسر و موسسات خصوصی برای سرمایه گذاری بیشتر تیم های ورزشی، سازمان تربیت بدنی و فدراسیون فوتبال کشور امکان برنامه ریزی، درآمد زایی سود آوری برای آنان فراهم آورد.

۲-۱- بیان مسئله

انگیزش نیروی پر قدرتی است از درون فرد سرچشمه می گیرد و او را به سوی انجام کاری یا هدفی هدایت می کند و به عبارتی انگیزش به زبان ساده، پی بردن به این مطلب است که چرا هر یک از افراد کارها را به گونه ای انجام می دهند و اصولاً چه چیزی سبب فعالیت آنان می شود (نیل، ۲۰۰۶).

امروزه شناخت انگیزش و چگونگی علت های شکل دهنده رفتار انسانی همواره ذهن محققان را به خود مشغول کرده به طوری که دیدگاههای مازلو، مورای، هورنای، هرزبرگ، مک کلند که بزرگترین نظریه پردازان مبحث انگیزشی در روان شناسی بوده است مزید اثبات این مطلب می باشند (رحیمی، ۱۳۷۴).

بخش عمده ای از تحقیقات تا به امروز به بررسی انگیزه هایی مانند زیبایی، سرگرمی، فرار، درام و دستیابی به نیاتی، صورت گرفته است. علاوه بر این پژوهشگران به بررسی انگیزه طرفداران و متغیرهای دیگری مانند مشارکت، جنسیت و نژاد و ... پرداختند. پژوهشگران با این حال به بررسی ملی گرایی بعنوان یک انگیزه برای مصارف ورزشی پرداختند.

ورزش محبوب فوتبال با فضای رقابتی شدیدی که ایجاد می کند، به شکل گیری و مرزبندی گروه های رقیب دامن می زند و با استمرار آن در طول زمان، به قطب بندی های موجود، قوت و استمرار می بخشد. تکرار دوره بازی های لیگ در مقطع سالانه و بازی های بین المللی در سطوح و دوره های مختلف، موجب تصریح، تشدید و تقویت نگرش ها و گرایش های پدید آمده می شود. در این میان، مرزبندی قرمز و آبی در سطح ملی و تعریف موقعیت با موضع و موقعیت تیم ملی در بازی های منطقه ای و قاره ای و جهانی، آن هم با تکرار بازی در مقاطع زمانی یک، دو یا چهارساله، جهت گیری های همدلانه ملی و تقابل با رقبای در عالم ذهن و عواطف طرفداران تقویت می کند؛ به گونه ای که اوج احساسات و هیجانات ملی را در بازی های حساس ملی یا باشگاهی می توان مشاهده نمود (هاشمی و همکاران، ۱۳۸۶).

فراگیرترین عرصه بروز رقابت های مسالمت آمیز ورزشی، در مسابقات جام جهانی فوتبال بروز می یابد. هر چند در جام جهانی، ملت های جهان با هم همبازی می شوند و از این طریق، آشنایی میان فرهنگ ها صورت می گیرد و صلح و دوستی تقویت می شود، اما مرزهای میان ملت ها، در فضای مسالمت آمیز و دوستانه به شکل بارزی برجسته می شود و تأکید بر تعلقات ملی و تمایزات بین ملت ها پذیرفته شده و تأیید می گردد. از این منظر فوتبال، کارکردی آموزشی یافته برای یاد دادن قواعد زندگی اجتماعی و شیوه های سازگاری با جامعه و مرزبندی های مرسوم یافته است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱).

ملی گرایی بعنوان یک انگیزه برای مصارف ورزشی و یک موضوع جالب نه فقط برای تنظیمات بین المللی، بلکه برای لیگ های ورزش حرفه ای در کشورها می باشد. نویتزکی از آلمان، و یا اومینگ از چین در انجمن ملی بسکتبال بازی می کنند. ایچارد و سوزوکی از ژاپن و سامی ساوز از جمهوری دومینکن در لیگ اصلی بیس بال هستند (بوگدانوف، ۲۰۰۵).^۱

ورزش فعالیت برای همکاری و تعامل بین المللی است و یافتن پایگاه در جامعه بین المللی با موفقیت در رویدادهای ورزشی گره خورده است. انسجام برای مقابله با تنوع و تضاد نژادی، قومی، منطقه ای و طبقاتی موجود در داخل یک کشور، دلیل عمده ای است که سبب می شود تا ملت ها مشارکت در رویدادهای ورزشی کاملاً آشکار را تشویق و ترغیب نمایند. مطالعه لور در مورد فوتبال در برزیل نشان می دهد که چگونه ورزش به یک جمعیت متنوع، عامل مشترکی

۱. Bogdanov

تحت نام همبستگی ملی می‌بخشد. پس ورزش می‌تواند نقش مهمی در هویت ملی یا حس ملی گرایي ایفا نماید تا بتوان بطور موقت بر تفاوت‌ها و اختلافات موجود، فایق آمد. حکومت‌ها با آگاهی از نقش متحد کننده ورزش، اغلب رقابت‌های بین المللی را تشویق می‌کنند. بی شک در میان ورزش‌ها فوتبال پرطرفدارترین، پربیننده‌ترین و هیجان انگیزترین رشته ورزشی در جهان محسوب می‌شود و در کشور ما هم از این قاعده مستثنا نیست (خواجه وند، ۱۳۸۶).

با رشد حوزه فعالیت رسانه‌های ورزشی و تنوع روش‌ها و تکثر مخاطبان آنها، دامنه تأثیرگذاری فوتبال در عرصه رسانه‌ای به ویژه در حوزه مطبوعات بارزتر شده است. رسانه‌های ورزشی و مخصوصاً مطبوعات فوتبالی، پیوند فوتبال را با اجزای گوناگون جامعه تقویت کرده است (هاشمی و همکاران، ۱۳۸۶).

فوتبال و ملی‌گرایی موضوعاتی هستند که اغلب موضوع مورد بحث در زمان‌های جنجالی می‌باشند. هر دو آئیم الهام بخش اخلاص شدید، اشتیاق، هیجان و اغلب منجر به رویارویی یکدیگر می‌شوند. مثلاً بیس بال ممکن است بعنوان ورزش ملی برای ایالات متحده در نظر گرفته شود. در کانادا ورزش هاکی روی یخ، ورزش ملی محسوب می‌شود. اگر چه در اکثر کشورهای جهان فوتبال در درجه اول قرار دارد گاهی اوقات بعنوان ورزش ملی کشورها در نظر گرفته می‌شود. فوتبال بیشتر مواقع خیلی بیشتر از بازی‌هایی است که افراد بدنبال تیم ملی هستند. حضور پرچم‌های ملی، نهادها، لباس‌ها و رنگ در بازی تیم ملی فوتبال، باعث اتحاد افراد بیگانه در باند مشترک ملی‌گرایی می‌شود. در جهان امروز به نظر می‌رسد ارتباط بین فوتبال و ملی‌گرایی بسیار قویتر شده است. فوتبال فرصت‌هایی را برای افراد فراهم می‌کند تا در کشور خود به اعتقادات جمعی، ارزشها، اعتماد و اسطوره‌ها که ملتها در خانه خود به همراه دارند، بدست می‌آید (بوگدانف، ۲۰۰۵).

بیشتر اوقات شاهد این واقعیت هستیم که در مقایسه یا مسابقات باشگاهی بین تیم‌های بزرگ مانند پرسپولیس و استقلال، هواداران کمتری برای تماشا و حمایت از بازی تیم ملی در استادیوم حضور پیدا می‌کنند. علل این تفاوت را باید در انگیزه‌های هواداران دانست. یکی از انگیزه‌هایی که در بازی‌های ملی در مقایسه با بازی‌های باشگاهی داخلی وجود دارد، ملی‌گرایی و یا عرق ملی است. (دهقان، ۱۳۸۹).

اینکه چه تئوری‌هایی و چه عواملی درونی و بیرونی می‌تواند بر انگیزش ملی‌گرایی هواداران تأثیر بگذارد. سوالی است که همواره ذهن پژوهشگران و بازاریابان ورزشی را به خود معطوف کرده است، سوال‌هایی از این دست که:

۱- آیا رابطه‌ای میان مولفه‌های ملی‌گرایی با انگیزه هواداران تیم ملی فوتبال وجود دارد؟

۲- رسانه‌ها تا چه اندازه بر انگیزه ملی‌گرایی هواداران تیم ملی تأثیر دارند؟

هاشمی و همکاران در سال ۱۳۸۶ به بررسی رابطه فوتبال و هویت ملی هواداران و احمدی در سال ۱۳۸۶ به بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۲۰۰۶ بر هویت ملی شهروندان یاسوج پرداخته‌اند که این محققان بر اهمیت و نقش هویت ملی که یکی از ابعاد انگیزه ملی‌گرایی هواداران بوده است تأکید داشته‌اند اما به رابطه کلی بین مولفه‌های ملی‌گرایی اشاره نکرده‌اند ولی این تحقیق ضمن پرداختن به اهمیت هویت ملی به نقش و رابطه‌های بین مولفه‌های ملی‌گرایی می‌پردازند و حتی نقش رسانه‌ها را از بعد اجتماعی و ملی مورد تأکید و بررسی قرار می‌دهد.

با توجه به موارد فوق و با توجه به اینکه تا کنون در مورد ملی‌گرایی در ورزش خصوصاً ورزش فوتبال از جمله ورزشهایی است که به دلیل داشتن بیشترین هوادار در جامعه، چه در داخل و چه در خارج از کشور، باعث تقویت روحیه جمعی و ملی و همچنین هویت ملی گردد

پژوهش چندانی صورت نگرفته است هدف از این مطالعه توسعه یک مقیاس برای اندازه گیری ملی گرایی بعنوان یک انگیزه برای هواداران تیم ملی فوتبال ایران، بعنوان مصرف کننده می باشد. عواملی از جمله هویت و تعلق ملی، غرور ملی و ارتباط با هموطن. که مطالعه حاضر می تواند زمینه ای از علم و دانش در مدیریت ورزشی را به وسیله پیشبرد درک ما از انگیزه های مصارف ورزشی را در بر دارد بیان نماید.

۱-۳- ضرورت و اهمیت پژوهش

داشتن شناخت و آگاهی از نگرش ها و انگیزه های هواداران به ورزش به برنامه ریزان و تصمیم گیرندگان سازمان های ورزشی و غیره کمک می کند تا با برنامه ریزی ها و تصمیم گیری های آنها بصورت علمی و اثر بخش بر اساس نیازها و علائق وافر استفاده کنندگان در جامعه اقدام و تا حد ممکن با احداث اماکن و فضاهای ورزشی مدرن و پیشرفته، برگزاری مسابقات متعدد کشوری و بالاتر، نسبت به پر کردن اوقات فراغت افراد جامعه اقدام نماید.

فوتبال به عنوان محبوب ترین و پرهیجان ترین ورزش حرفه ای، هزاران نفر از جوانان ایرانی را مستقیماً به عنوان ورزشکار، مربی، داور و دست اندرکار امور اجرایی به خود مشغول داشته و فراتر از آن، میلیون ها تن از جوانان مشتاق را به عنوان طرفداران پرشور درگیر کرده است. برگزاری مسابقات در سطوح گوناگون باشگاهی، ملی و بین المللی، مسیری برای توسعه ورزش حرفه ای و راهی برای پوشش اوقات فراغت علاقمندان پرشمار است و بازتاب گسترده آن در رسانه های جمعی مخصوصاً تلویزیون، فوتبال را به عنوان کارآترین و پردامنه ترین پدیده فراغتی مطرح ساخته است. بنابراین فوتبال علاوه بر کارکرد فراغتی اش آثار و ابعاد دیگری نیز برای مطالعه دارد. شکل گیری جریان اقتصادی در فوتبال با رونق گرفتن بازار نقل و انتقالات بازیکنان و مربیان حرفه ای، پخش تلویزیونی بازی ها و خرید و فروش امتیاز پخش آن، تبلیغات تجاری در جریان بازی ها و سرمایه گذاری کلان در حمایت از تیم های باشگاهی، ابعاد دیگری از این پدیده اجتماعی است. (هاشمی و همکاران، ۱۳۸۶).

ارتباط بین فوتبال و ملی گرایی به نظر می رسد بسیار قدرتمند و رایج باشد. فوتبال زمینه ای برای تبدیل عرصه های موجود در حال توسعه و وجود صدای ملتها و غرور ملی آنها می باشد. ملی گرایی ممکن است بعنوان یک انگیزه در درک اینکه چرا هواداران ورزشی به ورزش فوتبال علاقمند هستند؟ در نظر گرفته شود. کارکردهای اجتماعی ورزش، به ویژه ورزش پرطرفدار فوتبال در سطح جهانی و در کشور ما، به صورت روزافزون در حال گسترش است. گسترش اوقات فراغت و اهمیت یافتن بیش از پیش آن و نیز افزایش قدرت و عملکرد رسانه های جمعی، باعث شده تا فوتبال حرفه ای در میان عموم مردم جایگاهی درخور یابد. نفوذ گسترده تلویزیون در سطح کشور و اهتمام این رسانه به پوشش رخدادهای مربوط به فوتبال، پیوند این ورزش را با اقشار مختلف جامعه، حتی در سطح خانواده ها، عمق بخشیده و موقعیتی کم نظیر در ساختار فرهنگی برای آن ایجاد کرده است (هاشمی، ۱۳۸۶).

و از طرفی اندازه گیری ملی گرایی انگیزه هواداران و طرفداران ورزشی می تواند به بازار یابان ورزشی در برنامه ریزی تبلیغاتی از طریق ورزش کمک شایانی نماید که در سالهای اخیر محققان شروع به درک اهمیت پرداختن به انگیزه های شخصی افراد به ورزش پرداختند.

۴-۱- اهداف پژوهش

۴-۱-۱- هدف کلی

هدف از این تحقیق ، اندازه گیری ملی گرایي بعنوان انگیزه هواداران تیم ملی فوتبال ایران می باشد.

۴-۲- اهداف اختصاصی

هدف جزئی و اختصاصی از این تحقیق (با توجه به تحقیق بوگدانف ، ۲۰۰۵) ، بطور کلی به سه بخش یعنی دستیابی به غرور ملی ، هویت و تعلق ملی و ارتباط با هموطنان هوادار تیم ملی فوتبال در ایران می باشد .

۱. بررسی ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با هویت و تعلق ملی آنان
۲. بررسی ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن آنان
۳. بررسی ارتباط بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها
۴. بررسی ارتباط بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن آنان
۵. بررسی ارتباط بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها
۶. بررسی ارتباط بین ارتباط با هموطن هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها

۵-۱- فرضیه های پژوهش

- فرضیه اول : بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با هویت و تعلق ملی آنان رابطه وجود دارد .
- فرضیه دوم : بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه سوم : بین میزان غرور ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با رسانه رابطه وجود دارد.
- فرضیه چهارم: بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با ارتباط با هموطن رابطه وجود دارد .
- فرضیه پنجم : بین هویت و تعلق ملی هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها رابطه وجود دارد .
- فرضیه ششم : بین ارتباط با هموطن هواداران تیم ملی فوتبال با رسانه ها رابطه وجود دارد .

۶-۱- پیش فرض های پژوهش

- ۱- سوال های پرسشنامه قادر بوده با دقت و صحت کامل ، داده های مورد نیاز از شرکت کنندگان در زمینه موضوع تحقیق را جمع آوری نمایند .
- ۲- کلیه افراد (هواداران) با صداقت ، صراحت و دقت کامل به سوال های پرسشنامه پاسخ می دهند.
- ۳- آزمودنی ها در شرایط عادی و طبیعی به سؤال ها پاسخ می دهند .
- ۴- نظرات و دیدگاههای افراد (هواداران) مستقل از یکدیگر می باشد .
- ۵- پرسشنامه به نحو صحیح توزیع ، جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری قرار می گیرد.
- ۶- آزمودنی ها سوال های پرسشنامه را به درستی درک نموده اند و با توجه به شناخت و آگاهی کامل به آنها پاسخ داده اند .
- ۷- جامعه آماری تحقیق ، به نحو مطلوب و مناسبی انتخاب گردیده اند .

۷-۱- محدودیت های پژوهش

۱-۷-۱- حدود

- ۱- نمونه آماری پژوهش حاضر شامل هواداران فوتبال به تعداد ۳۸۴ نفر می باشد .
- ۲- مکان در نظر گرفته برای این تحقیق استادیوم ها و ورزشگاهها می باشد .

۲-۷-۱- محدودیت

- ۱- عدم حضور طرفداران (شهرستانی) در مسابقات بدلیل بعد مسافت .
- ۲- عدم حضور بانوان در استادیوم ها بدلیل مسائل شرعی و دینی .
- ۳- عدم وجود اطلاعات و آرشيو مستند و در دسترس نبودن بخشی از مطالعات و سوابق قبلی

۸-۱- تعاریف واژه ها و اصطلاحات

۱-۸-۱- ورزش^۱ :

ورزش عبارت است از يك فعاليت رقابتي نهادينه شده كه مستلزم کاربرد نيروي جسماني شديد و يا استفاده از مهارتهاي جسماني پيچيده بوسيله شركت كندگاني است كه توسط عوامل دروني و بيروني تحريك مي شوند (دبورا و همكاران ، ۱۳۸۱).

۱-۸-۲- ملی گرایی^۲ :

ملی گرایی، ملت باوری، یا ناسیونالیسم ، نوعی آگاهی جمعی است، یعنی آگاهی به تعلق به ملت که آن را «آگاهی ملی» می خوانند. آگاهی ملی، اغلب پدیدآورنده حس وفاداری، شور، و دلبستگی افراد به عناصر تشکیل دهنده ملت (نژاد، زبان، سنت ها و عادت ها، ارزش های اجتماعی، اخلاقی، و به طور کلی فرهنگ) است و گاه موجب بزرگداشت مبالغه آمیز از آنها و اعتقاد به برتری این مظاهر بر مظاهر ملی دیگر ملت ها می شود (آشوري ، ۱۳۸۴).

۱-۸-۳- ملت^۱ :

گروهی از مردم که دارای مالکیت مشترك و متمایز از عناصر فرهنگ ، نظام اقتصادي واحد ، حقوق شهروندی برابر ، احساسات ناشی از همبستگی تجربیات مشترك و نام مشترك می باشند (اسمیت ، ۱۹۹۸).

۱-۸-۴- هواداران ورزش^۲ :

اشاره به کسی است که دارای اشتیاق خاصی به تیم ورزشی یا ورزشکاری دارد (وان ، ۱۹۹۵).

۱-۸-۵- انگیزه هواداران ورزش:

نیروی درونی که هواداران ورزشی را به سمت رفتار خاصی و برای ارضای نیاز هدایت می کند (شانک ، ۲۰۰۲).^۳

۱. Sport

۲. Nationalism

۱. Nation

۲. Sport fans

۳. Shank

فصل دوم
مباني نظري و پيشينه تحقيق