



Original Article

Identifying Threatening Factors for Team Identity of Football Fans (Case Study: Esteghlal Football Club)

Abed Mahmoudian¹, Saeed Sadeghi Boroujerdi², Bradley J Baker³

1. Ph. D Student in Sport Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan.
2. Professor in Sport Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan.
3. Assistant Professor in Sport Management, School of Sport, Temple University.

Received: 06/11/2021, **Revised:** 15/02/2022, **Accepted:** 05/03/2022

* Corresponding Author: Abed Mahmoudian, Tel: 09185399711, E-mail: a.mahmoodian95@gmail.com

How to Cite: Mahmoudian, A; Sadeghi Boroujerdi, S; J Baker, B. (2024). Identifying Threatening Factors for Team Identity of Football Fans (Case Study: Esteghlal Football Club). *Sport Management Studies*, 16(83), 51-82. In Persian.

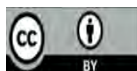
Extended Abstract

Background and Purpose

One of the key pillars of the football industry is its fans, who are considered the most important stakeholders, as their presence makes this industry unique and sets it apart from others (Gutierrez, 2019). Sports fans are individuals who have strong emotional connections to their team, athlete, or favorite sport (Kim et al., 2020). This psychological bond between fans and a sports team or athlete is referred to as team identity (Theodorakis et al., 2016). It is important to recognize that team identity is not fixed; it is flexible and can change over time (Delia, 2019). The concept of threats to team identity is a relatively new area of research in sports management, which has recently garnered increasing attention from scholars studying sports consumer behavior. In this context, the present study aims to identify the factors that pose a threat to the team identity of football fans.

Methodology

Given that identity threats trigger deep psychological processes (Mansfield et al., 2020) and considering the lack of comprehensive research on the threat to football fans' team identity, a qualitative research method was deemed suitable for this study. The research was conducted using content analysis, which is recognized as one of the most effective methods in qualitative research (Braun & Clarke, 2006). The study's statistical population comprised the fans of the Esteghlal Tehran football team who followed the team's official Instagram page. The sampling method used was purposive, where a call for participation was made from April 4 to September 12, 1400, in the comments section of all posts on the official Instagram page of the Esteghlal team. Followers were invited to participate in the interview if, during the past decade, they had ever felt discouraged from



supporting the Esteghlal team and considered discontinuing their support. By the end of the specified period, 96 individuals expressed their willingness to participate in the interview through the provided contact channels. Based on criteria such as team identity level, support history, gender, age, and province of residence, 31 individuals were selected as suitable for the interview. Finally, 28 individuals were selected as the statistical sample, and in-depth interviews were conducted through the WhatsApp social network to collect data. The coding technique was employed for data analysis, and NVivo software version 10 was used to classify and organize the data.

Findings

The results of examining the demographic characteristics of the interview participants revealed that 16 participants were male (57%) and 12 were female (43%). The average age of the participants was 31 years, and the average length of their support for the team was 17 years. The results of the research indicate that the factors and conditions threatening the team identity of Esteghlal Tehran football fans can be categorized into two main themes: organizational factors and human factors. The organizational factors consist of seven sub-themes:

Dysfunctional changes, poor performance in the transfer market, poor management performance in relation to technical staff, poor meritocracy in club management, poor management in economic activities, poor sports performance of the team, and inappropriate sponsor. The human factors consist of five sub-themes: Unprofessional behavior of players, unprofessional behavior of technical staff, disregard for fan position, poor communication and interaction from management, and unprofessional behavior of veterans

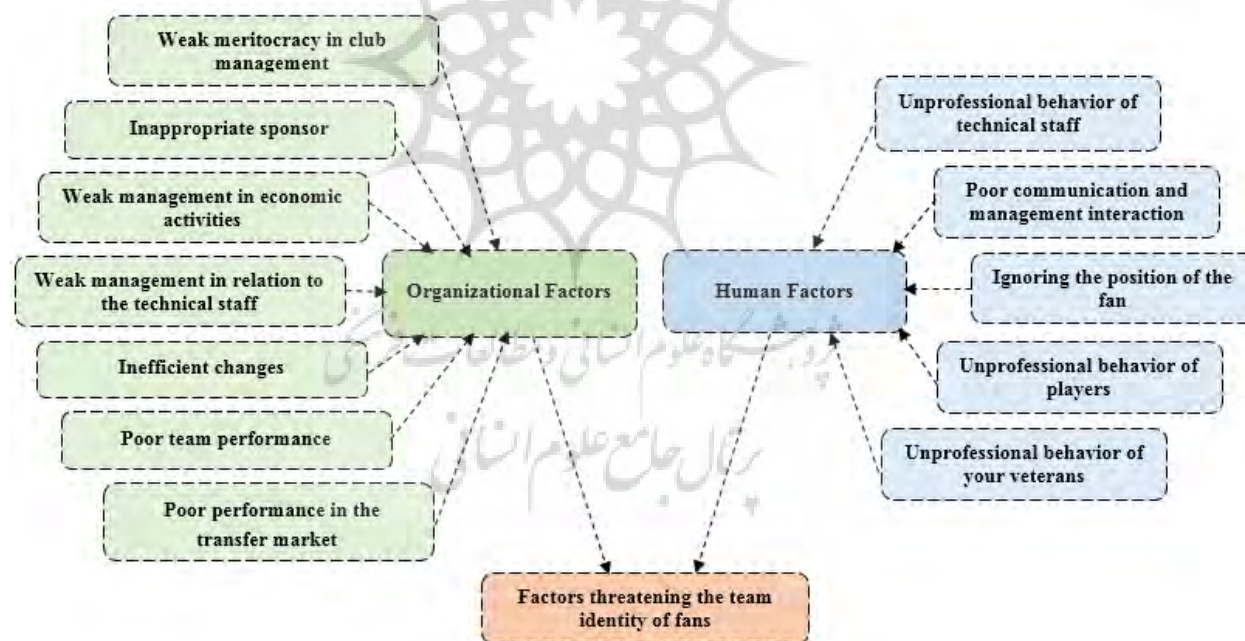


Figure 1- Extraction model of factors threatening the team identity of fans

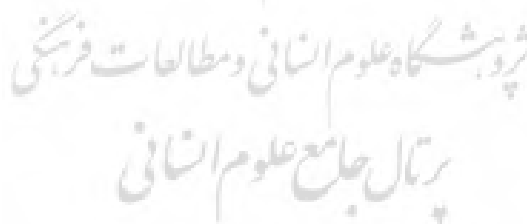
Conclusion

The results of this research provide significant contributions in both theoretical and practical areas for sports management researchers and football officials. In the theoretical aspect, the findings of this

study help to highlight the phenomenon and concept of team identity threat by analyzing the factors that threaten the team identity of Esteghlal football fans. This research addresses a notable gap in both domestic and international studies on team identity threat. Additionally, considering that this study is one of the first to explore the threats to team identity of fans in the country, the importance of these results is considerable. They contribute to bridging the scientific gap in the field of sports management and marketing literature in the country. The study has also opened up a new, interesting, and practical research avenue in the sports industry, offering valuable insights for future researchers.

In the practical part, the results of the present study offer a comprehensive understanding of the factors threatening the team identity of football fans, providing valuable insights for sports organizations, officials, and football managers in the country. Unfortunately, sports organizations and officials in the country not only fail to effectively utilize the strong fan bases and supporter networks of the millions of fans in national football league teams for sports marketing purposes, but also, through unprofessional decisions, inappropriate behaviors, and inefficient actions, contribute to the emergence of factors that threaten the team identity of fans. Based on the proposed research framework, sports team officials and managers can implement effective solutions and strategies to minimize the factors threatening team identity. By addressing these factors, they can not only protect their team but also safeguard the players, sponsors, the country's Premier Football League, and the mental well-being of fans, thereby preventing the negative consequences of team identity threats. In this context, officials and managers can adjust team dynamics by applying the concepts, strategies, and recommendations provided by researchers, thereby mitigating the overall impact of identity threats. Utilizing the theory of crisis communication can also help improve team communication and foster a more positive relationship between the team and its supporters.

Keywords: Esteghlal Club, Sports Teams, Identity Threats, Football Fans, Team Identity.





شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران فوتبال (مطالعه موردی: باشگاه استقلال تهران)

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

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۵، تاریخ اصلاح: ۱۴۰۰/۱۱/۲۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۴

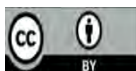
* Corresponding Author: Abed Mahmoudian, Tel: 09185399711, E-mail: a.mahmoudian95@gmail.com

How to Cite: Mahmoudian, A; Sadeghi Boroujerdi, S; J Baker, B. (2024). Identifying Threatening Factors for Team Identity of Football Fans (Case Study: Esteghlal Football Club). *Sport Management Studies*, 16(83), 51-82. In Persian.

چکیده

تهدید هویت تیمی حوزه جدیدی در ادبیات مدیریت ورزشی است که به تازگی علاقه محققان رفتار مصرف کننده ورزشی را به خود جلب کرده است. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران فوتبال انجام پذیرفت. روش تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کیفی و به صورت تحلیل مضمون بوده و جامعه آماری شامل هواداران تیم فوتبال استقلال تهران بودند که صفحه اینستاگرام این تیم را دنبال می کردند. روش نمونه گیری به صورت هدفمند بوده و مصاحبه عمیق با ۲۸ نمونه تا اشباع نظری صورت گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک کدگذاری و از نرم افزار ان ویوو استفاده شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عوامل و شرایط تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم استقلال تهران در دو مضمون اصلی عوامل سازمانی (با هفت مضمون فرعی: تغییرات ناکارآمد، عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات، عملکرد ضعیف مدیریت در رابطه با کادر فنی، ضعف شایسته سالاری در مدیریت باشگاه، ضعف مدیریت در فعالیتهای اقتصادی، عملکرد ورزشی ضعیف تیم و اسپانسر نامناسب) و عوامل انسانی (با پنج مضمون فرعی: رفتار غیر حرفه ای بازیکنان، رفتار غیر حرفه ای کادر فنی و بی توجهی به جایگاه هوادار، ارتباطات و تعامل ضعیف مدیریت و رفتار غیر حرفه ای پیشکسوتان) دسته بندی می شوند. نتایج این پژوهش در دو بخش نظری و عملی کاربردهای حائز اهمیتی را فراهم کرده است. از یک طرف، اولین مطالعه صورت گرفته در زمینه تهدید هویت تیمی هواداران بوده و بخشی از شکاف عظیم این حوزه در تحقیقات داخلی و خارجی را برطرف کرده است. از طرف دیگر، دیدگاهی منسجم در مورد عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران فوتبال ارائه و طیف وسیعی از اقدامات لازم را برای مدیریت هرچه بهتر این عوامل به ارمغان آورده است.

واژگان کلیدی: باشگاه استقلال، تیم های ورزشی، تهدید هویت، هواداران فوتبال، هویت تیمی.



مقدمه

صنعت ورزش، صنعتی متنوع، در حال توسعه و به سرعت رو به رشد است (اسلام و کاس^۱، ۲۰۲۰، ۱۰). به طوریکه تخمین زده می شود تقریباً ۶۰۰ میلیارد دلار ارزش داشته باشد (لی و لیو^۲، ۲۰۱۹، ۳۱). فوتبال به عنوان رهبر این صنعت، خود نیز به یک صنعت تبدیل شده است. طبق آمارها، حجم کلی بازار فوتبال اروپا در سال ۲۰۱۸، ۲۸ میلیارد دلار بوده است (دلویت^۳، ۲۰۱۸). این اعداد نشان می دهد که فوتبال چیزی بیش از یک بازی است؛ صنعت بزرگی است که در آن بخش های مختلف از جمله، تجارت، سرگرمی، گردشگری و غیره ادغام شده و به محبوب ترین ورزش دنیا تبدیل شده است (یگیت، اساماک و کایا^۴، ۲۰۲۰، ۳).

یکی از ارکان اصلی این صنعت، هواداران هستند که مهم ترین ذینفع به شمار می روند، زیرا وجود آنان باعث می شود که صنعت فوتبال و ورزش بی نظیر و متفاوت از سایر صنایع باشد (گوتیریز^۵، ۲۰۱۹، ۴). هواداران ورزش افرادی هستند که به تیم، ورزشکار و یا ورزش مورد علاقه خود، عواطف شدیدی دارند. آنها وفادار و مشتاق بوده و مقدار قابل توجهی از زمان و هزینه خود را صرف ورزشکار یا تیم مورد علاقه خود می کنند (کیم، اویان، لی، ماسترومارتینو و ژانگ^۶، ۲۰۲۰، ۱۵۲). اگر رفتار هواداران را در نظر بگیریم، در می یابیم که آنان گروهی هستند که غرق در مسابقه اند. رنگ و شماره لباس این گروه به رنگ لباس تیم و شماره ورزشکار مورد علاقه است و حتی رنگ بدنشان را هم به همان رنگ درآورده اند. حضور آنان در ورزشگاه ها و تشویق تیم ها و ورزشکاران محبوبشان، نه تنها جذابیت و هیجان مسابقه را بالا می برد، بلکه از نظر روحی و روانی نیز تأثیر زیادی در عملکرد تیم و ورزشکاران دارد (محمودیان، صادقی بروجردی، نارویی و ابراهیم فقی، ۲۰۲۱، ۱۰۰).

این روابط روانی بین هواداران و یک ورزشکار یا تیم ورزشی، هویت تیمی نام دارد (تئودوراکیس، تسیگیلس، وان، لیانوپولوس و العمادی^۷، ۲۰۱۶، ۱۸۰). اگرچه محققان تعاریف متعددی از هویت تیم ارائه داده اند، اما لوک و هیر^۸ (۲۰۱۷) استدلال کردند که مطالعات هویت تیمی (و نه هویت فردی هوادار) باید از توضیح تاجفل^۹ (۱۹۸۲) در مورد هویت اجتماعی به عنوان «عضویت ادراک شده فرد در یک گروه مرتبط با یک تیم ورزشی که بخشی از خودپنداره فرد را شکل داده و برای فرد دارای ارزش و اهمیت عاطفی است»، تعریف شود. هویت تیمی با نظریه هویت اجتماعی مطابقت دارد (لوک و هیر، ۲۰۱۷، ۴۱۵). نظریه هویت اجتماعی معمول ترین چارچوب نظری در تحقیقات مربوط به هویت افراد با تیم های ورزشی بوده است (مانسفیلد، دیلیا و کاتز^{۱۰}، ۲۰۲۰، ۴۱۶). در زمینه ورزش، نظریه هویت اجتماعی توضیح می دهد که چرا و چگونه گروهی از هواداران تشکیل شده و با ورزشکار یا تیم های ورزشی مورد علاقه خود رابطه قوی برقرار می کنند (چانگ، کو، کوناتون و کانگ^{۱۱}، ۲۰۱۸، ۱۴۷).

1. Salam & Kaas
2. Lee & Liu
3. Deloitte
4. Yigit, Samak & Kaya
5. Gutierrez
6. Kim, Qian, Lee, Mastromartino & Zhang
7. Theodorakis, Tsigilis, Wann, Lianopoulos & Al-Emadi
8. Lock & Heere
9. Tajfel
10. Mansfield, Delia & Katz
11. Chang, Ko, Connaughton & Kang

هویت تیمی عنصری کلیدی در همه مدل‌های مصرف ورزش بوده (روچا و فلوری^۱، ۲۰۱۷، ۴۸۸) و به دلیل تأثیر مستقیم و غیرمستقیم آن بر رفتارهای مصرف ورزش، بیشترین حوزه مورد مطالعه در ادبیات رفتار مصرف کننده ورزشی است (کاتز، بیکر و دو^۲، ۲۰۲۰، ۱۲).

محققان عمدتاً نگاهی مثبت به هویت تیمی هواداران اتخاذ کرده‌اند و نشان می‌دهند که چگونه پیوند با یک تیم می‌تواند از نظر نگرش و رفتار بر سازمان‌ها و مصرف‌کنندگان ورزشی تأثیر مثبت بگذارد (وگنر، دیلیا و بکیر^۳، ۲۰۲۰، ۲۱۶). اهمیت هویت تیمی به خوبی در میان دانشمندان مدیریت ورزشی مورد بررسی قرار گرفته (لوک و هیر، ۲۰۱۷، ۴۱۴) و تأکید شده است که هویت تیمی مزایای زیادی برای هواداران، ورزشکار، تیم و سازمان ورزشی دارد (محمودیان و بروجردی، ۲۰۲۱، ۱۱۱). برای مثال، سلامت روانشناختی افراد (دویل، لوک، فانک، فیلو و مک‌دونالد^۴، ۲۰۱۷، ۱۸۵)، قصد حضور هواداران (کیم، مگنوسن، کیم و لی^۵، ۲۰۱۹، ۱۱۸؛ محمودیان و همکاران، ۲۰۲۱، ۱۰۱)، تماشای تلویزیون (کیم و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۵۲)، وفاداری هواداران (منتظری، طالب‌لو، اندام و کاظمی‌نژاد، ۲۰۱۹، ۶۳)، افزایش سهم کلی برند و حمایت مالی (واتکینس^۶، ۲۰۱۴، ۴۷۲)، رفع نیازهای اجتماعی و کاهش احساس افسردگی (هاوارد^۷، ۲۰۱۴، ۲۴۵)، افزایش عزت نفس (یونگ^۸، ۲۰۱۶، ۱۱). علی‌رغم مزایای هویت تیمی برای هواداران و نهادهای ورزشی، هویت تیمی پیامدهای منفی نیز به همراه دارد (دیلیا^۹، ۲۰۱۹، ۲۰۵؛ مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۵). برای مثال، رفتارهای شدید (به عنوان مثال؛ پرخاشگری هواداران)، شادن فرود یا خوشحالی از ناراحتی هواداران تیم رقیب (دالکاس و ملانکون^{۱۰}، ۲۰۱۲، ۵۱) و تحقیر اعضای گروه یا پیامدهای منفی برخوردپنداره هوادار ناشی از تهدید هویت تیمی (دویل و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۸۵).

زمانی که این هویت تهدید شود، منجر به عواقب منفی برای هواداران می‌شود (پتریگلیری^{۱۱}، ۲۰۱۵، ۵۲۰). همچنین، ویژگی‌های تعریف یک گروه با گذشت زمان تغییر می‌کنند. در نتیجه، هرگونه هویت اجتماعی در معرض تهدید است (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۵). با انتقال این مفهوم به زمینه ورزش، باید بپذیریم که هویت تیمی هواداران انعطاف‌پذیر بوده و مستعد تغییر در طول زمان است (دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۵؛ دیلا و جیمز، ۲۰۱۸، ۴۲۰؛ وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۶؛ مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۵). به عبارت دیگر، هویت گروه با گذشت زمان ثابت نمی‌ماند و هویت تیمی نیز از این قاعده مستثنی نیست (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۶). زیرا عواملی می‌توانند ارتباط تیم و ورزشکار با هوادار را مختل و هویت تیمی هوادار را تهدید نمایند (هیات و فوستر^{۱۲}، ۲۰۱۵، ۴۴۵). به عبارت دیگر، هر چند ورزش این توانایی را دارد که هواداران را به شدت درگیر نماید، تجربیات شدید احساسی ایجاد کند و دلبستگی‌هایی را برای ورزشکاران و تیم‌ها شکل دهد، اما این ارتباط توسط

1. Rocha & Fleury
2. Katz, Baker & Du
3. Wegner, Delia & Baker
4. Doyle, Lock, Funk, Filo & McDonald
5. Kim, Magnusen, Kim & Lee
6. Watkins
7. Havard
8. Young
9. Delia
10. Dalakas & Melancon
11. Petriglieri
12. Hyatt & Foster

تعدادی از اقدامات یا حوادث از جمله رسوایی ورزشکار و یا عملکرد ضعیف تیم قابل تهدید است (وستبرگ، ستاوروس، فارلی و اسمیت^۱، ۲۰۲۰، ۷۲۰). بنابراین، ترکیب یک هویت ثابت نیست و به طور مداوم امکان تغییر یا تهدید توسط نیروهای داخلی و خارجی را دارد (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۵).

تهدید هویت اجتماعی نشان‌دهنده فرآیند روانشناختی است که وقتی افراد مجبور به مقابله با شهرت نامطلوب گروه هستند، آشکار می‌شود (آرونسون و مک گلون^۲، ۲۰۰۹، ۱۵۵). اسنایدر و دینوف^۳ (۱۹۹۹، ۱۴) تهدید هویت را به عنوان «پاسخی با هدف کاهش بار جسمی، عاطفی و روانی که با وقایع استرس‌زا و در دسرهای روزمره مرتبط است»، تعریف کردند. تهدید هویت در حوزه تیم‌های ورزشی از چند طریق ممکن است رخ دهد (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به وجود وقایع منفی در صنعت ورزش، هویت تیمی هواداران خطر مواجه شدن با موقعیت‌های نامطلوب مانند جابجایی تیم (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۶؛ دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۵)، رسوایی‌ها (دیلیا، ۲۰۱۷، ۴۱۵) یا عملکرد ضعیف را دارد (دویل و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۸۵). چنین شرایطی در ادبیات به عنوان تهدیدهای هویت تیمی شناخته شده و احتمال تغییر معنای هویت تیمی را به وجود می‌آورند (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۵). علاوه بر این، چنین مواردی نه تنها هویت تیمی را تهدید می‌کند، بلکه تصویر تیم و سهامداران مرتبط را نیز تهدید می‌نمایند (دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۶). از یک طرف، شکی نیست که هواداران نه تنها طیف وسیعی از تهدیدهای هویت تیمی، از جمله عملکرد ضعیف تیم (دویل و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۸۴)، جابجایی تیم (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۵)، دست دادن یک بازیکن ستاره در بازار نقل و انتقالات (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۷۱۹) و تخلف ورزشکار (پارکر و فینک^۴، ۲۰۱۲، ۲۰) را متحمل می‌شوند، بلکه هواداران نمی‌توانند بیشتر این شرایط را کنترل کنند، زیرا اغلب تأثیر کمی بر فرایندهای تصمیم‌گیری سازمانی و رفتارهای داخل یا خارج از زمین تیم‌ها و ورزشکاران دارند (دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۷).

علی‌رغم پژوهش‌های زیادی که در زمینه هویت تیمی، پیشایندها و پیامدهای آن در صنعت ورزش کشور انجام شده، محققان حوزه مدیریت ورزشی داخلی به بررسی تهدید هویت تیمی، پیشایندها و پیامدهای آن در صنعت ورزش کشور تمایلی نشان نداده‌اند. علاوه بر این، این حوزه تحقیقاتی در میان محققان مدیریت ورزشی خارجی نیز به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. برای مثال، دویل و همکاران (۲۰۱۷، ۱۸۵) در پژوهش خود با عنوان «من از ابتدا آنجا بودم: استراتژی‌های حفظ هویت که هواداران برای مقابله با تهدید استفاده می‌کنند»، به بررسی اینکه چگونه هواداران یک تیم جدید، با وجود شکست‌های پی‌درپی تیم مورد علاقه‌شان، هویت اجتماعی مثبت خود را حفظ می‌کنند، پرداختند. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های آنان با هواداران یک تیم جدید در لیگ فوتبال استرالیا (تیم گلد کوست سانز^۵) نشان داد که شکست‌های پی‌درپی تیم، هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند. همچنین، دیلیا (۲۰۱۷، ۴۱۵) پژوهشی با عنوان «غم مارس: کنار آمدن با تهدید هویت هوادار» با روش اتونوگرافی (روش تحقیق تفسیری قوم‌شناختی)، برای بررسی واکنش هواداران تیم بسکتبال مردان دانشگاه سیراکیوز در برابر تحریم‌های اعمال شده در سال ۲۰۱۵ انجام داد. نتایج نشان داد اقداماتی که منجر به رسوایی تیم می‌شوند، می‌توانند هویت تیمی هواداران را تهدید نمایند.

1. Westberg, Stavros, Farrelly & Smith
2. Aronson & McGlone
3. Snyder & Dinoff
4. Parker & Fink
5. Gold Coast Suns

در پژوهشی دیگر، مانسفیلد و همکاران (۲۰۲۰، ۴۱۵) نیز پژوهشی با عنوان «طیف‌های مبهم تهدید هویت تیم»، به بررسی طیف‌های تهدید هویت تیمی هواداران ناشی از عملکرد ضعیف طولانی مدت تیم فوتبال آمریکایی "بافلو بیلز"، پرداخته و دریافته‌اند که عملکرد ضعیف طولانی مدت تیم می‌تواند در نهایت هویت تیمی هواداران را تهدید نماید. این محققان همچنین، طیف‌های مدت تهدید، برجستگی آن، تأثیر آن بر معنای هویت، سرعت توسعه تهدید و رابطه تهدید در سطح خرد و کلان در یک پیوستار از دامنه کم تا زیاد به عنوان طیف‌هایی که تهدیدهای هویت تیمی هواداران را دربر می‌گیرد، معرفی کردند. در نهایت، وگنر و همکاران (۲۰۲۰، ۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود با عنوان «پاسخ هواداران به تهدید هویت جابجایی تیم» با استفاده از روش قوم‌نگاری دیجیتال به بررسی چگونگی پاسخ هواداران به تهدید هویت ناشی از انتقال احتمالی تیم «سنت لوئیس رمز» از شهر میزوری به لس‌آنجلس در لیگ ملی فوتبال آمریکایی، پرداختند. نتایج نشان داد که جابجایی و انتقال تیم از شهری به شهری دیگر، هویت تیمی هواداران را تهدید کرده و در نتیجه این تهدید جابه‌جایی تیم، هویت تیمی هواداران از نظر معنا و اهمیت تغییر کرده است.

غالباً ارگان‌های حاکم بر فوتبال، باشگاه‌ها یا بازیکنان متهم یا محکوم به سوء رفتارهایی مانند رشوه‌خواری، فساد و دوپینگ (بی‌بی‌سی ورزشی،^۱ ۲۰۱۷)، خشونت خانگی (سانچز،^۲ ۲۰۱۴، ۱۰)، سوء استفاده از درآمد (سایت اخبار فوتبال،^۳ ۲۰۱۷)، برده‌داری مدرن و نژادپرستی (بی‌بی‌سی ورزشی، ۲۰۱۱)، رابطه نامشروع (آودی،^۴ ۲۰۱۰) و کلاهبرداری مالیاتی (وود،^۵ ۲۰۱۷) هستند (هویزون،^۶ ۲۰۱۹، ۱۲). برای هواداران و تماشاگران، این رفتارهای غیراخلاقی و غیرقانونی ممکن است بر میزان هویت آنان به ورزش، تیم یا ورزشکار تأثیر بگذارد (هویزون، مارتیننت و بودت،^۷ ۲۰۱۸، ۱۲۵). بنابراین، علاوه بر مقابله با موضوعات و چالش‌های ناشی از رفتارهای نادرست و کنترل اقدامات غیرقابل کنترل سازمان‌ها، تیم‌ها و ورزشکاران، بازسازی و یا حفظ هویت هواداران ورزشی، یک چالش مداوم برای صنعت ورزش بوده است (هویزون، ۲۰۱۹، ۱۳). مطالعه مقابله با رفتار مصرف‌کننده ورزشی اخیراً مورد توجه محققان قرار گرفته است (دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۴). اینکه چرا و چگونه هواداران در طول تهدید هویت با یک تیم، همچنان هوادار تیم باقی می‌مانند، مورد توجه محققان رفتار مصرف‌کننده ورزشی قرار گرفته است (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۵). محققان تهدید هویت تیمی ناشی از شکست و عملکرد ضعیف تیم (دویل و همکاران، ۲۰۱۷، ۱۹۵؛ مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۲۴)، رسوایی تیم (دیلیا، ۲۰۱۷، ۴۱۸؛ ۲۰۱۹، ۲۰۸) و جابجایی تیم (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۲۴) را مورد بررسی قرار داده‌اند. نکته قابل توجه اینجا است که محققان در پژوهش‌های پیشین بیشتر به بررسی تجربی تنها یک عامل تهدیدکننده هویت تیمی پرداخته‌اند.

با این حال، تهدیدهای هویت تیمی به اشکال مختلف وجود دارد و محققان می‌بایست به بررسی و واکاوی تأثیر انواع دیگر تهدیدهای هویت تیمی مانند تصمیمات مدیریت تیم و تغییر لوگوی برند بپردازند (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۲۵). تحقیقات بعدی همچنین باید هواداران را در محیط‌های مختلف ورزشی و در طیف وسیعی از کشورها مشاهده کند (دویل و همکاران،

-
1. BBC Sport
 2. Sanchez
 3. News.com.au Footbal
 4. Audi
 5. Wood
 6. Huiszoon
 7. Huiszoon, Martinent & Bodet

۲۰۱۷، ۱۹۶). با توجه به جدید بودن تحقیقات حوزه تهدید هویت تیمی، فضای زیادی برای پرداختن به این حوزه وجود دارد زیرا برای تکامل تحقیقات تهدید هویت تیمی به برخی ساختارها و وضوح نیاز است و این حوزه در حال توسعه بوده و محققان همچنان به جستجوی موقعیت‌های جدید تهدید می‌پردازند (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۲۴). همچنین، تیم‌های ورزشی باید نقش بالقوه‌ای را که در مراحل تهدید هویت تیمی دارند، درک کنند. به عبارت دیگر، مدیران ورزشی باید از خود بپرسند که چه کاری می‌توانند انجام دهند تا تهدیدات مربوط به هویت را به حداقل برسانند. زیرا، از نظر اخلاقی، سازمان‌های ورزشی باید نگران تهدید هویت هواداران خود باشند (وگنر و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۲۴). فوتبال محبوب‌ترین، هیجان‌انگیزترین و در عین حال با داشتن هزاران فوتبالیست و نزدیک به ۳/۵ میلیارد هوادار در سراسر جهان، پرتعدادترین رشته ورزشی جهان به‌شمار می‌رود (یگیت و همکاران، ۲۰۲۰، ۲). در ایران نیز فوتبال اولین و مهمترین ورزش کشور به‌شمار می‌رود، به‌طوری‌که برخی از باشگاه‌های لیگ برتری مانند استقلال، پرسپولیس، سپاهان، تراکتورسازی تبریز و غیره دارای پایگاه هواداران چند میلیون نفری هستند. در این میان، باشگاه استقلال تهران یکی از مهمترین، بزرگترین، مطرح‌ترین و با سابقه‌ترین باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران است که در چند سال گذشته با شرایط بحرانی زیادی از جمله عدم موفقیت و قهرمانی در مسابقات لیگ برتر ایران، جام حذفی ایران، جام باشگاه‌های آسیا، ناکامی در حفظ بازیکنان ستاره تیم، ناکامی در حفظ سرمربی‌های مطرح خود، تغییرات زیاد در کادر فنی، تغییرات زیاد در رئیس و اعضای هیأت مدیره باشگاه، مشکلات و بدهکاری‌های مالی زیاد، مشکلات زیرساختی و امکاناتی و غیره مواجه بوده است. هر از گاهی شاهد اتفاقات ناگواری در این باشگاه بزرگ فوتبال بوده‌ایم که منجر به واکنش پیشکسوتان و هواداران میلیونی این باشگاه شده است. از طرف دیگر، این شرایط منجر به پیامدهای ناگواری از جمله کاهش درآمد برای این باشگاه شده است. زیرا، بخش زیادی از این درآمدهای هنگفت تیم‌های ورزشی فوتبال (تیم‌های فوتبال ایران به دلیل ساختار دولتی و شبهه دولتی و غیره درآمد زیادی از پایگاه‌های هواداری خود کسب نمی‌کنند) به پایگاه قوی هواداری آن‌ها بر می‌گردد و زمینه پایگاه هواداری قوی، ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران است. لذا پرداختن به چالش‌هایی که فرآیند هویت هواداران تیم‌های ورزشی فوتبال را مختل می‌کنند، حائز اهمیت است.

همچنین، با توجه به بررسی گسترده ادبیات می‌توان بیان داشت که تحقیقات قبلی به‌صورت مطالعات موردی و در کشورهای پیشرفته و ورزش حرفه‌ای و خصوصی فوتبال آمریکایی، لیگ فوتبال استرالیا و بسکتبال دانشگاهی انجام شده‌اند. لذا پژوهش حاضر، با بررسی عوامل تهدیدکننده در یکی از بزرگترین باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران به‌عنوان ساختار ورزشی نیمه-حرفه‌ای و دولتی (حیدری‌توپکانلو و همکاران، ۲۰۲۱)، جنبه‌های جدیدی را در این زمینه ارائه می‌دهد. این پژوهش بر آن است تا ضمن شناسایی جامع عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران، مهم‌ترین راهکارهای مدیریتی اثربخش جهت مدیریت این چالش‌ها را در صنعت ورزش ارائه دهد. از طرف دیگر، عدم پژوهش‌های علمی در شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت هواداران تیم‌های پرتعداد فوتبال لیگ برتر در داخل کشور، اهمیت مطالعه حاضر را دوچندان می‌کند. زیرا بر اساس پژوهش حاضر، مالکان باشگاه‌ها، مدیران تیم‌ها و بازیابان ورزشی می‌توانند با ارزیابی عوامل تهدیدکننده هویت هواداران، بینش و درک بهتری از این چالش داشته و راهکارهایی را برای رفع عوامل تهدیدکننده و مدیریت هویت تیمی هواداران ارائه دهند. این امر به تیم‌های ورزشی کمک می‌کند تا ضمن مدیریت کارآمد این بحران، از پیامدهای مثبت بی‌شماری که هویت تیمی هواداران برای آنان به ارمغان می‌آورد، برخوردار شوند. همچنین، خط مشی‌هایی را برای مدیریت تهدید هویت، ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران فراهم نماید و سیاست‌های مؤثری را برای

باشگاه‌های پرتعداد لیگ برتر فوتبال ایران جهت مدیریت بهتر هویت هواداران معرفی کند. در نهایت، این پژوهش سرآغاز مسیر تحقیقات در جنبه‌های مختلف این حوزه در ورزش کشور است.

روش پژوهش

این پژوهش با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران فوتبال باشگاه استقلال تهران انجام شد. همانطور که مک کراکن (۱۹۸۸، ۱۷) بیان داشت، «وقتی سؤالاتی که داده‌ها برای پاسخ به آن‌ها جمع‌آوری می‌شوند، احتمالاً یا مقداری دشواری برای پاسخ‌دهنده همراه هستند، شبکه گسترده‌تر و انعطاف‌پذیرتری که با استفاده از تکنیک‌های کیفی ارائه می‌شود، مناسب است» (ص ۱۷). همچنین، از آنجایی که روش‌های پژوهش کیفی بر درک معانی شرکت‌کنندگان و انتقال تصویر وسیع‌تری از زمینه تحقیق تأکید دارند (کرسول، ۲۰۱۴، ۵۰)، این روش‌ها به‌ویژه برای ارائه درک کاملی از هویت بسیار مناسب هستند. علاوه بر این، با توجه به اینکه تهدید هویت فرایندهای عمیق روانشناختی را تحریک می‌کند (مانسفیلد و همکاران، ۲۰۲۰، ۴۱۹) و پژوهش جامعی در زمینه تهدیدکننده هویت تیمی هواداران فوتبال انجام نشده است، روش تحقیق کیفی برای این مطالعه مناسب تشخیص داده شد. در نتیجه، پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و بر مبنای جستجوی داده‌ها، دارای ماهیت کیفی بوده و با روش تحلیل مضمون تفسیری انجام شد. از میان انواع روش‌های تحقیق کیفی، روش تحلیل مضمون برای دستیابی به اهداف پژوهش، مناسب تشخیص داده شد، زیرا براون، کلارک و ویت^۱ (۲۰۱۶، ۲۱۸) معتقدند که این روش برای درک فرآیندهای فردی یک پدیده خاص، مفید است.

تحلیل مضمون، یکی از روش‌های بسیار کارآمد در تحلیل کیفی است. این روش برای شناسایی، تحلیل و گزارش دادن الگوهای (مضامین) موجود در داده‌ها (تعدادی مصاحبه یا یک متن) به‌کار می‌رود (براون و کلارک، ۲۰۰۶، ۲۱۵). به‌طور کلی، مضمون ویژگی تکراری و متمایزی در متن است که به‌نظر پژوهشگر نشان‌دهنده درک و تجربه خاصی در رابطه با سؤالات تحقیق است (حیدری توپکانلو، صادقی بروجردی، آندرف و امیری، ۲۰۲۱، ۹۴). در این پژوهش برای شناخت مضامین از رویکرد استقرایی بهره گرفته شده و از فرایند تحلیل شش مرحله‌ای که توسط براون و کلارک (۲۰۰۶، ۲۱۵) ارائه شده، استفاده گردید.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه هواداران تیم فوتبال استقلال تهران بودند که صفحه رسمی این باشگاه را در شبکه اجتماعی اینستاگرام دنبال می‌کردند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند برای مشخص کردن نمونه‌ها استفاده شد. به‌طوری‌که با قرار دادن یک فراخوان متنی از تاریخ ۱۴ فروردین ماه (ادامه مسابقات لیگ) تا تاریخ ۲۲ شهریور ۱۴۰۰ (پایان مسابقات استقلال در لیگ قهرمانان آسیا) در بخش نظرات همه پست‌های صفحه رسمی اینستاگرام این تیم، از دنبال‌کنندگان خواسته شده بود، در صورتی‌که در طی یک دهه اخیر، حتی برای لحاظاتی از هواداری تیم استقلال دلسرد شده و تصمیم به عدم هواداری گرفته‌اند، در مصاحبه شرکت نمایند (راه‌های ارتباطی با مصاحبه‌کننده در متن فراخوان شامل؛ نام کاربری در اینستاگرام، نام کاربری در تلگرام، ایمیل و شماره تماس بود).

تا انتهای بازه زمانی مذکور، ۹۶ نفر از طریق راه‌های تماس اعلامی تمایل خود را برای شرکت در مصاحبه ابراز کردند. براساس معیارهایی همانند؛ سطح هویت تیمی، سابقه هواداری، جنسیت، سن، استان محل سکونت و غیره ۳۱ نفر برای مصاحبه

1. Braun, Clarke & Weate

مناسب تشخیص داده شدند. در نهایت، ۲۸ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و از طریق شبکه اجتماعی واتساپ، مصاحبه‌های عمیق صورت گرفته و داده‌ها گردآوری شدند. مصاحبه‌های طولانی به مصاحبه‌کننده اجازه می‌دهد تا جهان را از نقطه نظر شخص دیگری تجربه کند (مک کراکن، ۱۹۸۸، ۱۷). جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. همه مصاحبه‌ها بلافاصله پس از اتمام، پیاده‌سازی و تایپ شدند. هر مصاحبه حدود یک ساعت به طول انجامید و هر شرکت‌کننده خود را به عنوان هوادار تیم فوتبال استقلال تهران معرفی می‌کرد. علاوه بر این، از آنجایی که دعوت به شرکت در مصاحبه با گذاشتن متن فراخوان در بخش نظرات پست‌های اینستاگرامی بود، هواداران فراخوان را دیده و تمایل به همکاری ابراز کرده بودند که به دنبال خواندن یا نوشتن نظرات مربوط به پست‌ها بوده‌اند. پس می‌توان بیان داشت، هواداران شرکت‌کننده در مصاحبه‌ها از هویت بالایی برخوردار بوده‌اند. زیرا کامنت‌ها نشان‌دهنده شکل قوی‌تری از تعامل و درگیری هواداران با پست‌های اینستاگرام تیم و ورزشکار نسبت به لایک‌ها هستند (محمودیان، بروجرودی و حیدری، ۲۰۲۱، ۱۰۰؛ چو، شوپکارت و هاسی^۱، ۲۰۱۴، ۵۶۸).

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک کدگذاری و از نرم‌افزار ان‌وی‌وو^۲ (NVivo) نسخه ۱۰ جهت طبقه‌بندی داده‌ها استفاده شد. ابتدا داده‌ها با استفاده از دستورالعمل راسمن و رالیس (۲۰۱۲، ۲۰) به صورت دستی کدگذاری شده و سپس در نرم‌افزار تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی ان‌وی‌وو ثبت شدند (گیس، ۲۰۰۷، ۳). برای اطمینان از اعتمادپذیری و انتقال‌پذیری (روایی)، ابتدا شرایطی فراهم شد که پژوهش مشارکتی باشد، یعنی به‌طور همزمان از برخی مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. سپس برای تطبیق توسط اعضا، دو نفر از افراد خبره مرحله نخست، فرآیند تحلیل و مقوله‌های به‌دست آمده را بازبینی کردند. در ادامه برای اتکاپذیری (پایایی) پژوهش، ۳ اقدام اساسی صورت گرفت. ۱- کدگذاری مجدد توسط محقق: پس از یک ماه از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً جهت کدگذاری داده‌ها اقدام نمود. به عبارت دیگر، چند مصاحبه به عنوان نمونه در یک بازه زمانی ۳۰ روز مورد کدگذاری مجدد قرار گرفت. پایایی باز آزمون این تحقیق برابر ۸۰٪ درصد به دست آمد. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰٪ بوده، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تایید است. ۲- استفاده از نرم‌افزار ان‌وی‌وو برای تحلیل داده‌ها: کرسول^۳ یکی از راه‌های رسیدن به پایایی در پژوهش کیفی را استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی می‌داند. استفاده از فرمول ویلیام اسکات: برای کسب اطمینان بیشتر برای تعیین پایایی، ۱۰ درصد از صفحات (متن تایپ شده مصاحبه‌ها) به همراه تعاریف عملیاتی، برای کدگذاری به پژوهشگر دیگر داده شد. کدگذاری مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها و نیز شاخص‌ها، برابر دستورالعمل صورت گرفت (کرسول، ۲۰۰۰، ۵). درصد توافق میان دو کدگذار از طریق ضریب پایایی اسکات محاسبه گردید. از آنجایی که میزان ضریب پایایی اسکات ۸۰ درصد به دست آمد، این عدد نشان‌دهنده اتکاپذیری بسیار بالای پژوهش است. زیرا، در صورتی که ضریب توافق بین آنان بیش از ۷۰ درصد باشد، می‌توان ابراز کرد که بین کدگذاران توافق وجود دارد (اسکات، ۲۰۰۵، ۴).

-
1. Cho
 2. NVIVO
 3. Creswell

یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱، لیست افراد مصاحبه‌شونده و برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان را نشان می‌دهد. نتایج بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه پژوهش نشان داد که ۱۶ نفر از شرکت‌کنندگان مرد (۵۷٪) و ۱۲ نفر نیز زن (۴۳٪) بودند؛ میانگین سنی آنان ۳۱ سال و میانگین سابقه هواداری آنان ۱۷ سال بود.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش

Table 1 - Demographic characteristics of research participants

مشارکت‌کننده (Participant)	جنسیت (Sex)	سن (Age)	استان (Province)	هواداری (Fandom)	شار کننده (Participant)	جنسیت (Sex)	سن (Age)	استان (Province)	هواداری (Fandom)
P ₁	Male	36	Tehran	21	P ₁₅	Male	52	Tehran	25
P ₂	Male	18	Azarbayjan-Sharghi	7	P ₁₆	Famle	20	Kurdistan	8
P ₃	Famle	22	Khorasan Razavi	11	P ₁₇	Male	27	Hamedan	16
P ₄	Famle	29	Kerman	15	P ₁₈	Male	37	Hormozgan	23
P ₅	Famle	15	Sistan & Baluchestan	7	P ₁₉	Male	29	Bushehr	17
P ₆	Male	19	Hamedan	8	P ₂₀	Famle	30	Yazd	18
P ₇	Famle	41	Tehran	20	P ₂₁	Male	41	Mazndaran	21
P ₈	Male	21	Azarbayjan-Gharbi	9	P ₂₂	Famle	18	Bushehr	7
P ₉	Famle	33	Alborz	21	P ₂₃	Male	25	Ardabil	14
P ₁₀	Male	18	Isfahan	10	P ₂₄	Famle	36	Guilan	20
P ₁₁	Male	48	Guilan	30	P ₂₅	Male	53	Isfahan	35
P ₁₂	Famle	26	Qazvin	13	P ₂₆	Famle	50	Fars	30
P ₁₃	Male	17	Lorstan	6	P ₂₇	Famle	29	Tehran	16
P ₁₄	Male	54	Khuzestan	35	P ₂₈	Male	32	Golestan	22

ابتدا محقق اقدام به خواندن چندین باره مصاحبه‌ها کرده تا عواملی را که هویت تیمی هواداران شرکت‌کننده در مصاحبه را تهدید می‌کنند، به‌طور کامل درک کند. این مرحله از تجزیه و تحلیل را می‌توان استقرایی در نظر گرفت (کرسول، ۲۰۱۴، ۲۵)، زیرا محقق در وهله اول علاقه‌مند است تا بیانات شرکت‌کنندگان را درک کرده و سپس بر اساس سوالات پژوهش، کدهایی را استخراج نماید که بهره‌گیری از آن‌ها، نتایج ثمربخش‌تری در فرآیند تحقیق دارند (دیلیا، ۲۰۱۹، ۲۰۹).

در ادامه، عبارت‌ها (کلمات منفرد یا مجموعه‌های کوچک از چند کلمه) براساس واحدهای معنایی دسته‌بندی شدند تا مفاهیم کدها به آن‌ها ضمیمه شوند. در مرحله بعد، این کدها براساس مضامینی که به‌طور مستقیم با پرسش‌های تحقیق ارتباط دارند، دسته‌بندی می‌شوند. سپس مقوله‌های به‌دست آمده مجدداً به کدهایی مرتبط شدند که انتزاعی‌تر از کدهای مرحله قبل بودند. در این مرحله، کدها به شکل بارزی نمایانگر محتوای مقوله شدند که به یادآوری مرجع مقوله کمک می‌کند. برای تهیه عنوان و نام برای کدها، سعی شده است تا عناوینی که از هر لحاظ معرف و برازنده مقولات خود است، انتخاب شوند. از آنجا که فرایند تحقیق کیفی ماهیتی غیرخطی دارد، فرایند کدگذاری بارها و بارها تکرار شد تا در نهایت پس از کدگذاری‌های چند مرحله‌ای، کدهای استخراجی به‌صورت مفاهیم، زیرمضمون و مضامین اصلی به‌دست آیند. به عبارت دیگر، کدگذاری اولیه

با در نظر گرفتن تأکیدات و دفعات اشاره به آن‌ها در قالب مضامین فرعی و درنهایت مضامین اصلی با استفاده از یک رهیافت رفت و برگشتی بارها تکرار شد تا در نهایت مضامین اصلی و فرعی به شرح جدول شماره ۲ الی جدول شماره ۵ به دست آمد.

جدول ۲- کدگذاری باز عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران
Table 2 - Open coding of factors threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

کد Code	منابع ^۱ Source	ارجاعات ^۲ References
Inadequate real and virtual communication (ارتباطات حقیقی و مجازی نامناسب بازیکنان) (of players)	6	6
بدهکاری هنگفت مالی (Huge financial debt)	7	8
Improper real and virtual communication of (ارتباطات حقیقی و مجازی نامناسب کادر فنی) (technical staff)	3	3
اسپانسر مشترک با تیم رقیب (Joint sponsor with a rival team)	3	3
Selecting the wrong people at the (انتخاب افراد نامناسب در زمان نامناسب در کادر فنی) (wrong time in the technical staff)	5	5
انتخاب دیر هنگام سرمربی و کادر فنی (Late selection of head coach and technical staff)	3	3
Improper treatment of players by (برخورد نامناسب بازیکنان با هواداران تیم خودی و رقیب) (fans of home and rival teams)	4	4
Improper treatment of the technical (برخورد نامناسب کادر فنی با هواداران تیم خودی و رقیب) (staff with the fans of the home)	5	5
بی‌نظمی بازیکنان تیم (Irregularity of team players)	5	5
بی‌نظمی کادر فنی (Irregularity of team technical staff)	4	4
Destroying and marginalizing the (تخریب و به حاشیه بردن تیم از سوی برخی پیشکسوتان) (team by some of your veterans)	3	3
تغییرات زیاد کادر فنی (Many changes in the technical staff)	5	5
تغییرات زیاد هیئت مدیره باشگاه (Many changes to the club board)	4	4
تغییرات غیر حرفه‌ای (Non-professional changes)	3	3
Attracting low quality domestic and foreign (جذب بازیکنان بی کیفیت داخلی و خارجی) (players)	4	4
The prominent role of brokers in the team (نقش پر رنگ دلال‌ها در بازار نقل و انتقالات تیم) (transfer market)	5	6
انتقال بازیکنان به تیم رقیب (Transfer players to rival teams)	3	3
جذب سرمربی غیرمطرح و ناتوان (Attracting an unopposed and incompetent head coach)	5	6

۱. تعداد افرادی که به هر مقوله اشاره کرده‌اند.

۲. تعداد دفعاتی که در متن مصاحبه مقوله تکرار شده است.

جدول ۲- کدگذاری باز عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 2 - Open coding of factors threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

کد Code	منابع ^۱ Source	ارجاعات ^۲ References
حضور افراد با سابقه نامناسب در مدیریت باشگاه (Presence of people with inappropriate background in club management)	5	6
حضور افراد سیاسی در مدیریت باشگاه (The presence of politicians in the management of the club)	4	4
حضور مدیران ناکارآمد در مدیریت باشگاه (Presence of inefficient managers in club management)	6	8
حمایت غیررسمی اسپانسر از تیم رقیب (Unofficial sponsorship of rival teams)	4	4
حمایت‌های بی‌جا در ماندگاری کادر فنی ناکارآمد (Inadequate support for the retention of inefficient technical staff)	4	4
دخالت اسپانسر در انتخاب سرمربی (Sponsor involvement in the selection of the head coach)	5	6
درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به بازیکنان ستاره تیم (Take the front of management towards star players)	5	6
درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به پیشکسوتان (Take the management side against your predecessors)	4	4
دوستی و صمیمیت بیش از حد بازیکنان با بازیکنان تیم رقیب (Excessive intimacy of players with rival team players)	4	4
رسوایی‌های مالی بازیکنان تیم (Financial scandals of team players)	7	7
رسوایی‌های مالی کادر فنی تیم (Financial scandals of the technical staff of the team)	6	6
شکست در برابر تیم رقیب (Defeat against a rival team)	7	8
شکست در برابر تیم‌های پایین جدول (امتیازات حساس) (Defeat against teams at the bottom of the table)	6	6
عدم توانایی حفظ سرمربی موفق تیم (Inability to maintain a successful head coach)	6	8
عدم توانایی در حفظ بازیکنان ستاره (Inability to retain star players)	6	6
عدم توجه مدیریت باشگاه به خواسته‌های هواداران (Management does not pay attention to the demands of fans)	3	3
رسوایی‌های اخلاقی کادر فنی تیم (Ethical scandals of the technical staff of the team)	8	8
عدم حرفه‌ای‌گری در قراردادهای مالی (Lack of professionalism in financial contracts)	4	5
عدم حضور پیشکسوتان تیم در مدیریت باشگاه (Absence of team veterans in the management of the club)	3	3
عدم حمایت مالی از بازیکنان آسیب‌دیده (Lack of financial support for injured players)	8	10
عدم سبک بازی جذاب (Lack of attractive game style)	5	5
رسوایی‌های اخلاقی بازیکنان تیم (Moral scandals of team players)	9	9

جدول ۲- کدگذاری باز عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 2 - Open coding of factors threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

کد Code	منابع ^۱ Source	ارجاعات ^۲ References
عدم شفافیت مالی در درآمدها و هزینه‌های باشگاه (Lack of financial transparency in the club's revenues and expenditures)	6	6
عدم شفافیت مالی در قراردادهای بازیکنان و کادر فنی (Lack of financial transparency in the contracts of players and technical staff)	5	5
صحه‌گذاری و تبلیغات نامناسب بازیکنان (Improper indorsement and advertising of players)	6	7
منفعت طلبی مالی بیش از حد بازیکنان (Excessive financial greed of the players)	8	9
منفعت طلبی مالی بیش از حد کادر فنی (Excessive financial greed of the technical staff)	4	۴
ناتوانی در جذب بازیکنان مطرح در نقل و انتقالات (Inability to attract prominent players in transfers)	5	5
ناکامی در مسابقات جام باشگاه‌های آسیا (Failure in the Asian Club Cup)	4	4
ناکامی در مسابقات لیگ برتر ایران (Failure in Iranian Premier League matches)	8	9
ناکامی در مسابقات لیگ جام حذفی ایران (Failure in Iran National Cup matches)	3	3

جدول ۳- کدگذاری محوری عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table ۳- Axial coding of factors threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

مضمون فرعی Sub-theme	منابع Source	ارجاعات References
اسپانسر نامناسب (Inappropriate sponsor)	12	13
بی‌توجهی به جایگاه هوادار (Ignoring the position of the fan)	12	20
تغییرات ناکارآمد (Inefficient changes)	12	12
رفتار غیرحرفه‌ای بازیکنان (Unprofessional behavior of players)	20	24
رفتار غیرحرفه‌ای کادر فنی (Unprofessional behavior of technical staff)	18	21
ضعف مدیریت در فعالیت‌های اقتصادی (Weak management in economic activities)	19	37
عملکرد ضعیف تیم (Poor team performance)	19	42
عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات (Poor performance in the transfer market)	15	18
ضعف مدیریت در رابطه با کادر فنی (Weak management in relation to the technical staff)	16	21
ضعف شایسته‌سالاری در مدیریت باشگاه (Weak meritocracy in club management)	16	30
ارتباطات و تعامل ضعیف مدیریت باشگاه (Poor communication and interaction of club management)	17	24
رفتار غیرحرفه‌ای پیشکسوتان (Unprofessional behavior of your veterans)	13	19

جدول ۴- کدگذاری گزینشی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 4- Selective coding of factors threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

ارجاعات (References)	منابع (Source)	مضمون اصلی (Theme)
88	26	عوامل انسانی (Human Factors)
170	25	عوامل سازمانی (Organizational factors)

جدول ۵- دسته‌بندی کدهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 5 - Classification of codes threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

مضمون اصلی Theme	مضمون فرعی Sub-theme	مفاهیم Concepts
عوامل سازمانی (Human Factors)	تغییرات ناکارآمد (Inefficient changes)	تغییرات زیاد در کادر فنی Many changes in the technical staff
		تغییرات زیاد در هیأت مدیره باشگاه Many changes in the board of directors of the club
		تغییرات غیر حرفه‌ای (غیر حرفه‌ای در تغییر سرمربی) Non-professional changes (non-professional changes in head coach)
	عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات Poor performance in (the transfer market)	ناتوانی در جذب بازیکنان مطرح در نقل و انتقالات Inability to attract prominent players in transfers
		انتقال بازیکنان به تیم رقیب Transfer players to rival teams
		عدم توانایی در حفظ بازیکنان ستاره Inability to retain star players
		جذب بازیکنان بی کیفیت داخلی و خارجی Attracting low quality domestic and foreign players
		بسته شدن مکرر پنجره نقل و انتقالات Frequent closing of the transfer window
		نقش پر رنگ دلال‌ها در بازار نقل و انتقالات تیم به جای کادر فنی The colorful role of brokers in the team transfer market
	ضعف مدیریت در رابطه با کادر فنی Weak management (in relation to the technical staff)	عدم توانایی حفظ سرمربی موفق تیم Inability to maintain a successful head coach
		جذب سرمربی غیر مطرح و معروف Attracting a non-prominent and famous head coach
		انتخاب دیر هنگام سرمربی و کادر فنی Late selection of head coach and technical staff
		حمایت‌های بی‌جا در ماندگاری کادر فنی ناکارآمد Unnecessary support for the retention of inefficient technical staff
	ضعف شایسته‌سالاری در مدیریت باشگاه	حضور افراد سیاسی در مدیریت باشگاه The presence of politicians in the management of the club
		حضور افراد با سابقه نامناسب در مدیریت باشگاه Presence of people with inappropriate background in club management

جدول ۵- دسته‌بندی کدهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 5 - Classification of codes threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

مضمون اصلی Theme	مضمون فرعی Sub-theme	مفاهیم Concepts
عوامل انسانی Human Factors	ضعف مدیریت در فعالیتهای اقتصادی (Weak management) (in economic activities)	عدم حضور پیشکسوتان تیم در مدیریت باشگاه Absence of team veterans in the management of the club
		حضور مدیران ناکارآمد در مدیریت باشگاه Presence of inefficient managers in club management
		عدم حمایت مالی از بازیکنان آسیب‌دیده Lack of financial support for injured players
		بدهکاری‌های هنگفت مالی Huge financial debts
	عملکرد ضعیف تیم (Poor team) (performance)	عدم شفافیت مالی در درآمدها و هزینه‌های باشگاه Lack of financial transparency in the club's revenues and expenditures
		عدم شفافیت مالی در قراردادهای بازیکنان و کادر فنی Lack of financial transparency in the contracts of players and technical staff
		عدم حرفه‌ای‌گری در قراردادهای مالی Lack of professionalism in financial contracts
		ناکامی در مسابقات جام باشگاه‌های آسیا Failure in the Asian Club Cup
	اسپانسر نامناسب (Inappropriate) (sponsor)	ناکامی در مسابقات لیگ برتر ایران Failure in Iranian Premier League matches
		ناکامی در مسابقات لیگ جام حذفی ایران Failure in Iran National Cup matches
		شکست در برابر تیم رقیب Defeat against a rival team
		شکست در برابر تیم‌های پایین جدول (امتیازات حساس) Defeat against teams at the bottom of the table (critical points)
عوامل ارتباطات و تعامل ضعیف (Poor) communication and management (interaction)	ارتباطات و تعامل ضعیف (Poor) communication and management (interaction)	عدم سبک بازی جذاب Lack of attractive game style
		دخالت اسپانسر در انتخاب سرمربی Sponsor involvement in the selection of the head coach
		حمایت غیررسمی اسپانسر از تیم رقیب Unofficial sponsorship of rival teams
		اسپانسر مشترک با تیم رقیب Joint sponsor with a rival team
		درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به بازیکنان ستاره تیم confrontation management towards the star players of the team
عوامل ارتباطات و تعامل ضعیف (Poor) communication and management (interaction)	ارتباطات و تعامل ضعیف (Poor) communication and management (interaction)	درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به پیشکسوتان و اسطوره تیم Conflict and confrontation management over your veterans and team myths

جدول ۵- دسته‌بندی کدهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

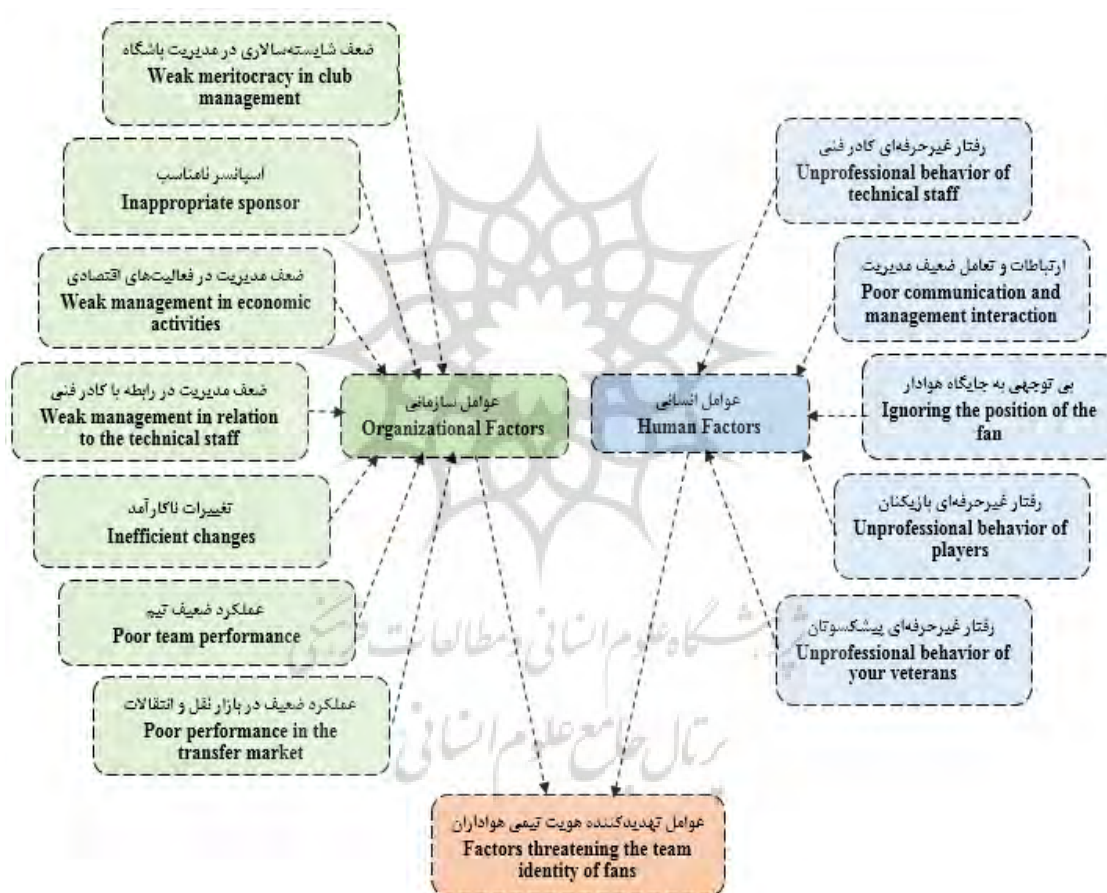
Table 5 - Classification of codes threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

مضمون اصلی Theme	مضمون فرعی Sub-theme	مفاهیم Concepts
	رفتار غیرحرفه‌ای پیشکسوتان (Unprofessional behavior of your veterans)	تخریب و به حاشیه بردن تیم از سوی برخی پیشکسوتان Destroying and marginalizing the team by some of your veterans همسویی برخی از پیشکسوتان با سیاست‌های نامناسب باشگاه‌داری Align some of your veterans with inappropriate club management policies منفعت‌طلبی و سهم‌خواهی برخی از پیشکسوتان از باشگاه The profit and contribution of some of your veterans from the club کری‌خوانی‌های خارج از ادب و اخلاق برخی از پیشکسوتان Trashy talking outside the literature and ethics of some of your veterans بی‌نظمی بازیکنان تیم Irregularity of team players ارتباطات حقیقی و مجازی نامناسب بازیکنان Inadequate real and virtual communication of players فعالیت‌های صحه‌گذاری و تبلیغاتی نامناسب بازیکنان Inappropriate imdoresment and advertising of players دوستی و صمیمیت بیش از حد بازیکنان با بازیکنان تیم رقیب Excessive friendship and intimacy of the players with the players of the rival team منفعت‌طلبی مالی بیش از حد بازیکنان Excessive financial greed of the players رسوایی‌های اخلاقی بازیکنان تیم Moral scandals of team players رسوایی‌های مالی بازیکنان تیم Financial scandals of team players انتخاب افراد نامناسب در زمان نامناسب در کادر فنی Selecting the wrong people at the wrong time in the technical staff ارتباطات نامناسب در فضای مجازی از سوی کادر فنی Inadequate communication in cyberspace by the technical staff بی‌نظمی کادر فنی Technical staff irregularities منفعت‌طلبی مالی بیش از حد کادر فنی Excessive financial greed of the technical staff رسوایی‌های اخلاقی کادر فنی تیم Ethical scandals of the technical staff of the team رسوایی‌های مالی کادر فنی تیم Financial scandals of the technical staff of the team برخورد نامناسب کادر فنی با هواداران تیم خودی و رقیب Improper treatment of the technical staff with the fans of the home team and the rival عدم توجه مدیریت به خواسته‌های هواداران در امور متفاوت
	رفتار غیرحرفه‌ای بازیکنان (Unprofessional behavior of players)	
	رفتار غیرحرفه‌ای کادر فنی (Unprofessional behavior of technical staff)	
	بی‌توجهی به جایگاه هوادار (Ignoring the position of the fan)	

جدول ۵- دسته‌بندی کدهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران

Table 5 - Classification of codes threatening the team identity of Esteghlal Tehran Football Club fans

مضمون اصلی Theme	مضمون فرعی Sub-theme	مفاهیم Concepts
		Management does not pay attention to the demands of fans in different matters عدم توجه وزارت ورزش به خواسته‌های هواداران
		The Ministry of Sports does not pay attention to the demands of the fans برخورد نامناسب بازیکنان با هواداران تیم خودی و رقیب
		Improper treatment of players by fans of home and rival teams



شکل ۱- مدل استخراجی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران

Figure 1- Extraction model of factors threatening the team identity of fans

بحث و نتیجه‌گیری

با شناخت ارزش و اهمیت هواداران برای پایداری یک باشگاه فوتبال، هواداران به یک مفهوم اصلی برای توسعه فعالیت‌های بازاریابی باشگاه‌ها به‌منظور افزایش رضایت و جذب بیشتر آنان تبدیل شده‌اند (پورکیانی، برومند، حسینی و افروزه، ۲۰۲۰، ۱۳۶). در این میان، محققان روش‌های فراوانی برای تأثیرگذاری بر رفتار هواداران ارائه کرده‌اند، به‌طوریکه ایجاد و توسعه هویت تیمی هواداران را یکی از مهم‌ترین راهکارها برشمرده‌اند (محمودیان و همکاران، ۲۰۲۱، ۱۰۲). هر چند بارها مشاهده شده است که هواداران ورزشی درباره عملکرد تیم، سرمربی، کیفیت بازیکنان و وضعیت استادیوم شکایت کرده‌اند، اما علی‌رغم این شکایت‌ها، همچنان شاهد حضور هواداران در ورزشگاه هستیم. بنابراین به‌نظر می‌رسد حلقه اتصال هواداران به باشگاه‌های فوتبال، هویت تیمی آنان باشد (پورکیانی و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۳۶).

در این راستا، هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال تهران بوده و تحلیل متغیرها بر اساس یافته‌های پژوهش صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عوامل و شرایط تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم استقلال در دو مضمون اصلی عوامل سازمانی و عوامل انسانی که ۱۲ مضمون فرعی و ۶۰ مفهوم را دربر می‌گیرند، دسته‌بندی می‌شوند. مضمون اصلی عوامل سازمانی به عوامل و شرایطی اشاره دارد که در سطح کلان مدیریتی باشگاه، موجبات تهدید هویت تیمی را برای هواداران رقم زده و دربردارنده هفت مضمون فرعی است: تغییرات ناکارآمد، عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات، عملکرد ضعیف در رابطه با کادر فنی، مدیریت نامشروع باشگاه، ضعف مدیریت اقتصادی، عملکرد ورزشی ضعیف تیم و اسپانسر نامناسب.

مضمون تغییرات ناکارآمد به تغییراتی مانند تغییرات زیاد در کادر فنی، تغییرات زیاد در هیأت مدیره باشگاه و تغییرات غیرحرفه‌ای (برای مثال، تغییر سرمربی) اشاره دارد که عوامل تهدیدکننده هویت تیمی برای هواداران تیم استقلال تهران به‌شمار می‌روند. این یافته می‌تواند براساس پیشنهاد وگنر و همکاران (۲۰۲۰، ۲۲۵) که بیان داشتند تصمیمات مدیریت در تهدید هویت تیمی هواداران مورد ارزیابی قرار گیرد، تأیید می‌شود. به‌عبارت دیگر، برخی از تصمیمات مدیریت باشگاه و یا وزارت ورزش و جوانان در ایجاد تغییرات در باشگاه را می‌توان عاملی تهدیدکننده برای هویت هواداران برشمرد. یانپی، کوثری و چوری (۲۰۲۰، ۱۷۳) در پژوهش خود، بی‌ثباتی را عامل اصلی ناکارآمدی مدیران باشگاه‌های فوتبال عنوان کردند. بر کسی پوشیده نیست که باشگاه فوتبال استقلال تهران در طی ۸ سال گذشته ۱۱ سرمربی (۹ سرمربی در ۴ سال اخیر) با کادر فنی متفاوت هدایت این تیم را برعهده گرفته‌اند. همچنین، در طی این دوره ۹ بار مدیرعامل (۶ مورد در ۴ سال اخیر) این تیم عوض شده است. به‌عبارت دیگر، ۶ مربی و ۵ مدیرعامل در سه فصل اخیر سمت مدیریت و سرمربی باشگاه استقلال را به‌خود دیده‌اند. به‌عقیده پیشکسوتان و کارشناسان فوتبال، یکی از مهمترین دلایل عدم موفقیت باشگاه استقلال تغییرات زیاد این تیم در پست مدیریت باشگاه و سرمربی و کادر فنی بوده است. براساس نتایج پژوهش نیز می‌توان بیان داشت که این تغییرات مکرر یکی از مهمترین عوامل تهدیدکننده هویت تیم هواداران این تیم بوده‌اند. علاوه بر این، شیوه اجرای این تغییرات نیز خود عاملی مهم در ایجاد شرایط تهدید هویت تیمی است. به‌طوریکه در چند سال گذشته تغییر سرمربی تیم و قطع ادامه همکاری از سوی مدیریت باشگاه به غیرحرفه‌ای‌ترین شکل ممکن و توأم با برخورد زشت و بی‌احترامی همراه بوده است. لذا، مسئولان وزارت می‌بایست با انتخاب‌های درست و کارشناسی شده در هیأت مدیره باشگاه ثبات لازم را به‌وجود آورند تا ضمن

انتخاب یک کادر فنی توانمند و سرشناس، تغییر در کادر فنی را به حداقل رسانده و ثبات را به تیم برگردانند و از تهدید هویت هواداران جلوگیری به عمل آورند.

عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات از دیگر مضامین تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون شامل شش عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: عدم توانایی در حفظ بازیکنان ستاره، ناتوانی در جذب بازیکنان مطرح در نقل و انتقالات، نقش پررنگ دلال‌ها در جذب و انتقال بازیکنان به جای کادر فنی، جذب بازیکنان بی کیفیت داخلی و خارجی، بسته شدن مکرر پنجره نقل و انتقالات و انتقال بازیکن به تیم رقیب. تجمع هواداران تیم استقلال در تاریخ ۲۷ مردادماه در جلوی درب باشگاه استقلال و شعار علیه مدیریت وقت جهت عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات، اهمیت این مضمون را برای هویت تیمی هواداران برجسته کرده است.

عملکرد ضعیف تیم در بازار نقل و انتقالات از دیدگاه کارشناسان فوتبال و هواداران ناشی از بی‌ثباتی در مدیریت و کادر فنی تیم استقلال بوده است. همچنین، تیم استقلال به دلیل مشکلات مالی، بسته بودن پنجره نقل و انتقالات و اختلافات مدیریت با کادر فنی و یا نبود کادر فنی، نه تنها بسیاری از بازیکنان ستاره خود را از دست داده، بلکه اقدام به جذب بازیکنان بی کیفیت و سطح متوسط کرده است. بیشتر هواداران مشارکت‌کننده در روند مصاحبه، این موارد و اتفاقات را به عنوان عوامل تهدید هویت تیمی خود قلمداد می‌کردند.

حسامی، جلالی فراهانی و سلیمانی (۲۰۱۶، ۳۵۲) و الهی، سجادی، خبیری و ابریشمی (۲۰۱۱، ۳۲) در پژوهش‌های خود، سیستم نامناسب بازار نقل و انتقالات لیگ برتر فوتبال ایران را یکی از اساسی‌ترین معضلات فوتبال کشور برشمردند. همچنین، بنابر گزارش کمیسیون اصل ۹۰ مجلس، قیمت بازیکنان و نحوه نقل و انتقالات آنان بر اساس روابط ناسالم، نامشروع و توسط افراد خاص در جهت تامین منافع مالی آنان از بودجه دولتی باشگاه‌ها انجام می‌شود (حیدری و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۱۰). لذا، می‌توان بیان داشت متولیان باشگاه استقلال می‌بایست زمینه ثبات مدیریت در این باشگاه را فراهم نمایند تا ضمن ثبات در کادر فنی، عملکرد مناسبی در بازار نقل و انتقالات داشته باشند و رضایت هواداران تیم را کسب نمایند. با کاهش، مدیریت و کنترل عوامل تهدیدکننده هویتی تیمی هواداران، همچنان از حمایت هواداران برخوردار شوند.

عملکرد ضعیف مدیریت در رابطه با کادر فنی نیز از دیگر مضامین تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون شامل چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: عدم توانایی حفظ سرمربی موفق تیم، جذب سرمربی غیرمطرح و توانمند، حمایت‌های بی‌جا در ماندگاری کادر فنی ناکارآمد و انتخاب دیرنگام سرمربی و کادر فنی. از نظر هواداران، این قبیل تصمیمات مدیریت باشگاه در رابطه با سرمربی تیم، هویت تیمی آنان را تهدید کرده بود. ریشلو، پابوفسکی و برویر^۱ (۲۰۱۱، ۴) سرمربی تیم را به عنوان یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران گزارش کردند.

بر کسی پوشیده نیست که تیم استقلال در چند فصل گذشته با چالش جدی در زمینه سرمربی مواجهه بوده است. برای نمونه عدم توانایی حفظ سرمربی موفق و محبوب نزد هواداران در فصل‌های گذشته لیگ، نمونه‌های بارز چالش تیم استقلال در این زمینه بوده که به شدت هویت تیمی هواداران را تهدید کرده است. حضور هواداران در اعتراضات خیابانی و تشکیل کمپین شبکه‌های اجتماعی برای حفظ سرمربی موفق و محبوب تیم، گواه اهمیت سرمربی و کادر فنی برای هویت تیمی هواداران است. همچنین، برخی از هواداران حمایت مدیریت از سرمربی ناموفق تیم را یکی از عوامل تهدیدکننده هویت خود می‌دانستند.

1. Richelieu, Pawlowski & Breuer

برای نمونه، نادیده گرفتن درخواست هواداران برای تغییر سرمربی در نیم فصل اول فصل لیگ بیستم، یکی از عوامل تهدیدکننده هویت تیمی بود که از سوی هواداران شرکت‌کننده در مصاحبه عنوان شد. در نهایت، انتخاب دیر هنگام سرمربی از سوی برخی مصاحبه‌شوندگان به عنوان شرایطی استرس‌زا و نگران‌کننده قلمداد شد. زیرا انتخاب دیر هنگام سرمربی پیامدهای ناخوشایندی مانند عملکرد ضعیف در بازار نقل و انتقالات، حضور و نقش پررنگ دلال‌ها در جذب بازیکنان بی‌کیفیت و متوسط، ناتوانی در حفظ بازیکنان ستاره، ناهماهنگی تیمی و عدم ارائه سبک زیبا در بازی، شکست در بازی‌های ابتدایی و از دست دادن امتیازات ابتدای فصل و غیره برای تیم به همراه دارد. شرایط و عملکرد تیم استقلال تهران در چند فصل گذشته حاکی از اهمیت این مقوله در میزان عدم موفقیت تیم و در نتیجه تهدید هویت تیمی هواداران است.

ضعف شایسته‌سالاری در مدیریت باشگاه نیز یکی دیگر از مضامین تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون شامل چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: حضور مدیران ناکارآمد، حضور افراد با سابقه نامناسب، حضور افراد سیاسی و عدم حضور پیشکسوتان تیم در هیأت مدیریت باشگاه. از دیدگاه هواداران، تصمیمات وزارت ورزش و جوانان برای حضور این‌گونه افراد در سمت مدیرعامل و هیأت مدیره باشگاه، شرایط تهدید هویت تیمی را فراهم می‌سازند. یانپی و همکاران (۲۰۲۰، ۱۷۳) در پژوهش خود، بی‌ثباتی و نبود تخصص لازم در امر ورزش را دو چالش اساسی مدیران باشگاه‌های فوتبال استقلال و پرسپولیس بیان داشتند. علاوه بر این، قبادی یگانه، یوسفی و عیدی (۲۰۱۸، ۲۰۰) و طباطبائی، خبیری و رسولی (۲۰۱۸، ۹۰) انتصاب و گزینش مدیران براساس مسائل سیاسی و عدم حضور مدیران مجرب و کاردان را از موانع حرفه‌ای‌گرایی فوتبال کشور برشمردند. همچنین، مرادی (۲۰۲۰، ۴۱)، ریشلو و همکاران (۲۰۱۱، ۴) شخصیت و رفتار مالک یا مدیرعامل تیم را یکی از مؤلفه‌های تسهیل‌کننده توسعه هویت تیمی هواداران باشگاه‌های فوتبال گزارش کردند.

بر کسی پوشیده نیست که تیم استقلال در چند سال گذشته شاهد تغییرات زیاد و انتخاب‌های نامناسب و حضور مدیران ناکارآمد از یک طرف و درگیری‌های داخلی مدیرعامل با هیأت مدیره و یا مدیرعامل‌های سابق و اسبق از طرف دیگر بوده است. اعتراضات هواداران و پیشکسوتان، تجمعات مکرر خیابانی آنان و ایجاد کمپین شبکه‌های اجتماعی علیه مدیریت باشگاه نشان از اهمیت مدیران و عملکرد آنان در ایجاد یا تهدید هویت تیمی هواداران این تیم است. بر این اساس، پیشنهاد می‌گردد وزارت ورزش و جوانان و مسئولین ذی‌ربط، با انتصاب مدیران متخصص به‌ویژه پیشکسوتان سرشناس و محبوب، به مدیریت باشگاه مشروعیت بخشیده و ضمن کاهش شرایط تهدید هویت تیمی هواداران، موجبات توسعه هویت تیمی آنان را فراهم کنند تا بیش از پیش باشگاه از حمایت آنان بهره‌مند شود.

همچنین، ضعف مدیریت در فعالیتهای اقتصادی باشگاه، مضمون تهدیدکننده هویت تیمی دیگری از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون نیز شامل پنج عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: عدم حمایت مالی از بازیکنان آسیب‌دیده، بدهکاری‌های هنگفت مالی، عدم شفافیت مالی در درآمدها و هزینه‌های باشگاه، عدم شفافیت مالی در قراردادهای بازیکنان و کادر فنی و عدم حرفه‌ای‌گری در قراردادهای مالی است. جلیلیان و خبیری (۲۰۰۸، ۱۹) به ضعف امور مالی در لیگ برتر ایران اشاره و وضعیت آن را اسفناک توصیف کردند. در چند سال اخیر، باشگاه استقلال تهران با چالش‌هایی در این زمینه مواجه بوده است. برای نمونه، عدم حمایت مالی از بازیکنان آسیب‌دیده و پرداخت مطالبات آنان علی‌رغم شکایت‌های مکرر، از مواردی هستند که در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده و نه تنها به تصویر و شهرت این باشگاه آسیب رسانده، بلکه به شدت هواداران مصاحبه‌شونده را نسبت تیم بدبین و از هواداری دلسرد کرده بودند. همچنین، هواداران مصاحبه‌شونده

از قراردادهای غیرحرفه‌ای با بازیکنان و کادر فنی، بدهی‌های زیاد به بازیکنان، وضعیت پرداختی‌ها به بازیکنان، تهدیدها و شکایت‌های مکرر در مجامع ملی و بین‌المللی فوتبال از باشگاه در خصوص امور مالی، بسته شدن پی در پی پنجره نقل و انتقالاتی و غیره، ابراز نگرانی کرده و این شرایط را تهدیدکننده هویت تیمی خود تلقی می‌کردند. اعتصاب بازیکنان و خودداری از تمرین به دلیل پرداخت ضعیف دستمزد، پرداخت پاداش توسط سرمربی به بازیکنان از حساب شخصی و عدم توانایی تمدید و حفظ بازیکنان ستاره تیم، از دیگر نمونه‌های بارز ضعف مدیریت در فعالیتهای اقتصادی باشگاه در فصل‌های گذشته از دیدگاه هواداران بودند. بهنام، احمدی و بخشنده (۲۰۱۴، ۲۰۲)، نوروزی، معماری و عسکری‌فر (۲۰۱۸، ۲۰۳) و قبادی یگانه و همکاران (۲۰۱۸، ۲۰۰) در پژوهش‌های خود بیان داشتند که عدم شفافیت مالی، باشگاه‌های فوتبال ایران را از حرفه‌ای‌گرایی دور کرده است. همچنین این محققان، ناتوانی مدیران باشگاه‌ها در اجرای فعالیتهای بازاریابی و درآمدزایی را از دیگر معضلات باشگاه‌های فوتبال دانستند.

در این راستا، به وزارت ورزش و جوانان و مسئولان امر پیشنهاد می‌شود انتصاب مدیران متخصص و کارآمد را در دستور خود قرار دهند. زیرا، چنین مدیرانی در کنار سایر مسائل مدیریتی، می‌توانند با فعال‌سازی کمیته بازاریابی و مشاوره با افراد خبره، اقدام به تدوین استراتژی‌های بازاریابی مختلف کرده و بخش اقتصادی باشگاه را نیز به‌بترین شکل ممکن اداره نمایند. ایت اقدامات نه‌تنها به میزان کفایت درآمد و تراز مالی مثبت ایجاد می‌کند، بلکه از بروز عوامل مالی که هویت تیمی هواداران را تهدید می‌کند نیز پیشگیری می‌نماید.

علاوه بر این، عملکرد ورزشی ضعیف تیم از دیگر مضامین تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون خود دربردارنده شش عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: ناکامی در مسابقات جام باشگاه‌های آسیا، ناکامی در مسابقات لیگ برتر ایران، ناکامی در مسابقات لیگ جام حذفی ایران، شکست در برابر تیم رقیب، شکست در برابر تیم‌های پایین جدول (امتیازات حساس) و عدم سبک بازی جذاب.

برهمگان آشکار است که آخرین قهرمانی تیم استقلال تهران در لیگ برتر به سال ۹۲-۱۳۹۱ و آخرین قهرمانی در جام حذفی نیز به سال ۹۷-۱۳۹۶ برمی‌گردد. همچنین از ۸ سال پیش، بهترین عملکرد تیم استقلال تهران در جام باشگاه‌های آسیا قرار گرفتن در مرحله ۸ تیم بوده است. بر اساس نظرات هواداران مصاحبه‌شونده، مقایسه عملکرد ضعیف تیم استقلال در این سال‌ها با موفقیت‌ها و دستاوردهای تیم رقیب (پرسپولیس تهران)، بیشتر از هر عاملی تهدیدکننده هویت تیمی آنان بوده است. دوئل و همکاران (۲۰۱۷، ۱۸۶) و مانسفیلد و همکاران (۲۰۲۰، ۴۱۶) نیز در پژوهش‌های خود بیان کردند که شکست‌ها و عملکرد ضعیف تیم یکی از مهمترین عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران است.

در کنار این مورد، باخت به تیم رقیب یا تیم‌های پایین جدول در بازی‌ها و امتیازات حساس از دیگر مواردی بودند که زمینه تهدید هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال را تسهیل کرده بودند. در نهایت، عدم سبک بازی جذاب و هجومی مقوله‌ای بود که هواداران را از حمایت و هواداری از تیم باز می‌داشت. ریشلو و همکاران (۲۰۱۱، ۵) سبک بازی جذاب را به‌عنوان یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران یک تیم فوتبال گزارش کردند. در این راستا، بسیاری از هواداران مصاحبه‌شونده سبک بازی تیم در نیم‌فصل اول لیگ بیستم اشاره می‌کردند. به‌طوریکه علی‌رغم نتایج متوسط، تمامی انتقادات و درخواست‌های هواداران در تجمعات و مصاحبه‌ها، ارائه یک بازی جذاب و هجومی از سوی کادر فنی بود. مصاحبه‌های بسیاری از پیشکسوتان و کارشناسان فوتبالی نیز حول محور بی‌برنامگی و ارائه بازی نه‌چندان زیبا از سوی تیم استقلال، گواه این ادعای هواداران مصاحبه‌شونده است.

براساس نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، مدیران باشگاه می‌بایست از یک طرف، با جذب و به خدمت گرفتن کادر فنی توانمند و سرشناس با فلسفه بازی جذاب و از طرف دیگر، با عملکرد مطلوب در بازار نقل و انتقالات، سعی نمایند تا با تشکیل تیمی قوی، ضمن بازی‌های جذاب، در رقابت‌های مختلف عملکرد مطلوبی داشته باشند تا هویت هواداران آنان تهدید نشود. در نهایت، اسپانسر نامناسب تیم، آخرین مضمون از عوامل سازمانی تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون نیز شامل سه عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: دخالت اسپانسر در انتخاب سرمربی، حمایت غیررسمی اسپانسر از تیم رقیب و اسپانسر مشترک با تیم رقیب. به عبارت دیگر، در زمینه حامی مالی، این سه عامل می‌توانند شرایط و زمینه تهدید هویتی تیمی هواداران را مسیر سازند. ریشلو و همکاران (۲۰۱۱، ۵) معتقدند که اسپانسر می‌تواند یکی از عوامل ایجادکننده هویت تیمی هواداران یک تیم فوتبال باشد.

در طی سال‌های گذشته یکی از مشکلات باشگاه استقلال، شرکت‌های اسپانسری بوده که از این تیم حمایت مالی کرده‌اند. به طوری که درگیری‌های مکرر اسپانسر با سرمربی تیم، شائبه دخالت و پیشنهاد اسپانسر به مدیرعامل در تغییر و انتخاب سرمربی، رسانه‌ای شدن حمایت و کمک مالی غیررسمی اسپانسر تیم در لیگ بیستم از تیم رقیب و در نهایت، اسپانسر مشترک با تیم رقیب که از اتفاقات نادر در ورزش حرفه‌ای است، عواملی بودند که هواداران مصاحبه‌شونده به کرات از آن‌ها به عنوان عواملی که موجبات دل‌سردی آنان از تیم مورد علاقه خود را رقم می‌زنند، نام می‌بردند. بر این اساس، به مدیران باشگاه استقلال پیشنهاد می‌شود تا این موارد را مدنظر قرار داده و با رعایت اصول حرفه‌ای در رابطه با اسپانسر تیم، زمینه و شرایط تهدید هویت تیمی برای هواداران را به وجود نیاورند.

مضمون جامع دوم، عوامل انسانی تهدیدکننده هویت تیمی هواداران است. این مضمون جامع، دربردارنده عوامل و شرایطی است که در سطح افراد و پرسنل باشگاه، موجبات تهدید هویت تیمی را برای هواداران رقم زده و دربردارنده ۵ مضامین تهدیدکننده هویت است: رفتار غیرحرفه‌ای بازیکنان، رفتار غیرحرفه‌ای کادر فنی، بی‌توجهی به جایگاه هوادار، رفتار مناسب پیشکسوتان و ارتباطات و تعامل ضعیف مدیریت.

رفتار غیرحرفه‌ای بازیکنان تیم، اولین مضمون از عوامل انسانی تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون خود دربردارنده هفت عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: بی‌نظمی بازیکنان، ارتباطات حقیقی و مجازی نامناسب، فعالیت‌های صحه‌گذاری و تبلیغاتی نامناسب، دوستی و صمیمیت بیش از حد با بازیکنان تیم رقیب، منفعت‌طلبی مالی بیش از حد، رسوایی‌های اخلاقی و مالی بازیکنان تیم.

از یک طرف، بازیکنان، به‌ویژه بازیکنان ستاره تیم، یکی از ارکان شکل‌دهنده برند تیم و ایجاد و تقویت‌کننده هویت تیمی هواداران هستند (هاوارد، ۲۰۱۴، ۲۴۸). از طرف دیگر، هواداران، بازیکنان تیم را بر اساس عملکرد در زمین و رفتارهای خارج از زمین مورد ارزیابی قرار می‌دهند و هنگامی که بازیکنان از هنجارها یا استانداردهای تیم منحرف می‌شوند، پیامدهای منفی در هواداران شکل می‌گیرد (پرادهان، ۲۰۱۷، ۳۰). در این راستا، در چند سال اخیر به دلیل بی‌ثباتی در مدیریت باشگاه، نظارت بر عملکرد و رفتار بازیکنان به صورت جدی انجام نگرفته است. برای نمونه می‌توان به شائبه حضور بازیکنان این تیم در قلیان‌سراها، فعالیت غیرحرفه‌ای در شبکه اجتماعی اینستاگرام، صحه‌گذاری و تبلیغ‌های سایت‌های شرط‌بندی، بی‌نظمی و عدم حضور در تمرین و غیره اشاره کرد. از نظر هواداران مصاحبه‌شونده، این موارد، عوامل تهدیدکننده هویت آنان نسبت به تیم بودند.

هویزون (۲۰۱۹، ۸۸) بیان داشت رفتارهای غیراخلاقی، غیرحرفه‌ای و غیرورزشی بازیکنان هویت تیمی هواداران را کاهش می‌دهد. در پژوهش‌های داخلی نیز، موسوی و سلیمی (۲۰۱۵، ۱۶۵) و قبادی یگانه و همکاران (۲۰۱۸، ۲۰۰) معتقدند رفتارهای غیراخلاقی بازیکنان از مهمترین چالش‌ها و معضل‌های فوتبال کشور است. دویل (۲۰۰۹، ۹۱) نیز معتقد است که پیامدهای ناشی از فعالیت‌ها و اقدامات نامطلوب و غیرحرفه‌ای بازیکنان، متوجه تیم‌های آنان نیز می‌شود. لذا، مسئولان فدراسیون و مدیران باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر می‌بایست با تدوین نظام جامع و دستورالعمل‌های مقرراتی در خصوص عملکرد و فعالیت بازیکنان در داخل و خارج از زمین بازی، بر رفتارهای آنان نظارت و کنترل کافی داشته باشند تا با کاهش این قبیل اتفاقات، مانع از تهدید هویت تیمی هواداران تیم از سوی بازیکنان شوند.

همچنین، رفتار غیرحرفه‌ای کادر فنی یکی دیگر از زیرمضامین تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون خود شامل شش عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: انتخاب افراد نامناسب در زمان نامناسب، ارتباطات نامناسب در فضای مجازی، بی‌نظمی کادر فنی، منفعت‌طلبی مالی بیش از حد، رسوایی‌های اخلاقی و مالی کادر فنی تیم. از سوی هواداران مصاحبه‌شونده، این قبیل رفتارهای کادر فنی رمین و شرایط تهدید هویت تیمی آنان را تسهیل می‌کردند. براساس نظر پرادهان (۲۰۱۷، ۹۳) هواداران رفتارها و عملکرد اعضای تیم، از جمله کادر فنی را ارزیابی می‌کنند و در صورت هرگونه مغایرت با ارزش‌های جامعه و باشگاه، بر آنان نقد وارد کرده و در نهایت، ممکن است نگرش و رفتار هواداران تحت تأثیر این ارزیابی منفی قرار گیرد. لذا، هر گونه فعالیت و عملکرد غیراخلاقی، غیرحرفه‌ای و غیرورزشی کادر فنی، به‌ویژه سرمربی تیم، می‌تواند تسهیل‌کننده شرایط تهدید هویت تیمی برای هواداران تیم باشد.

مرادی (۲۰۲۰، ۸۶) معتقد است که سرمربی نقش با اهمیتی در ایجاد هویت تیمی دارد. زیرا سرمربی با عملکرد خود حس اعتماد و باورپذیری را برای تیم و هواداران به ارمغان می‌آورد و با شخصیت خود به تیم کمک‌های شایانی می‌کند. همچنین سرمربی می‌تواند هواداران متعصب و با وفاداری بالای زیادی را در فواصل نزدیک و دور جغرافیایی، به سمت تیم بکشد (چن، ۲۰۰۷، ۱۱). بنابراین، مدیریت باشگاه می‌بایست با جذب سرمربی و کادر فنی حرفه‌ای، مشهور و با پرستیز جهانی، از بروز این اتفاقات ناخوشایند برای هواداران جلوگیری کرده و نه تنها مانع ایجاد زمینه تهدید هویت تیمی شود، بلکه هویت تیمی هواداران را نیز توسعه دهد.

علاوه بر این، بی‌توجهی به جایگاه هوادار، مضمون تهدیدکننده هویت تیمی دیگری از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون نیز دربردارنده چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: برخورد نامناسب کادر فنی با هواداران تیم خودی و رقیب، عدم توجه به خواسته‌های هواداران در امور متفاوت از سوی مدیریت، عدم توجه به خواسته‌های هواداران در رابطه با مدیریت از سوی وزارت و برخورد نامناسب بازیکنان با هواداران تیم خودی و رقیب.

در طی مصاحبه، هواداران استقلال به اتفاقات و داستانی‌هایی اشاره می‌کردند که مفاهیم مذکور را پوشش داده و موجبات تهدید هویت تیمی آنان نسبت به تیم استقلال را فراهم ساخته بودند. نوروزی و همکاران (۲۰۱۸، ۲۰۳) در پژوهش خود توجه به بحث هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران را ضعیف توصیف کردند. همچنین، محمودیان و همکاران (۲۰۲۱، ۴۴) در پژوهش خود بیان کردند که جهت‌گیری هوادار یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر هویت تیمی هواداران تیم فوتبال پرسپولیس و در نتیجه قصد حضور آنان در استادیوم است. لذا، توجه به جایگاه هوادار به عنوان ذینفع و مالک اصلی و معنوی باشگاه، اجابت خواسته‌ها و رفع نیازهای آنان، باید در دستور کار متولیان باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال و از جمله تیم استقلال قرار گیرد. برای این امر، مسئولین می‌توانند با طرح برنامه‌ها و استراتژی‌هایی در بسیاری از امور، از جمله جذب سرمربی، جذب

بازیکن، انتصاب مدیر عامل و هیأت مدیره باشگاه، جذب اسپانسر و غیره از هواداران تیم‌ها نظرسنجی کرده تا جهت‌گیری آنان از سوی مدیریت درک شده و احساس رضایتمندی کنند. این اقدامات نه تنها مانع تهدید هویت تیمی آنان می‌گردد، بلکه حمایت آنان از تیم نیز افزایش می‌یابد.

رفتار غیرحرفه‌ای پیشکسوتان تیم نیز یکی دیگر از مضامین تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون نیز دربردارنده چهار عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: تخریب و به‌حاشیه بردن تیم از سوی برخی پیشکسوتان، همسویی برخی از پیشکسوتان با سیاست‌های نامناسب باشگاه‌داری، منفعت‌طلبی و سهم‌خواهی برخی از پیشکسوتان از باشگاه و کوری‌خوانی‌های خارج از ادب و اخلاق برخی از پیشکسوتان.

شرکت‌کنندگان پژوهش به اتفاقات و داستانی‌هایی از پیشکسوتان اشاره داشتند که مضمون‌های فرعی مذکور را پوشش داده و موجبات تهدید هویت تیمی آنان نسبت به تیم استقلال را فراهم ساخته بودند. برای نمونه می‌توان به مواردی از قبیل مصاحبه‌های تند و غیرحرفه‌ای و جبهه گرفتن برخی از پیشکسوتان نسبت به سرمربی تیم، همسویی برخی دیگر از پیشکسوتان با سیاست‌های ناکارآمد مدیریت تیم و یا استفاده چند پیشکسوت از الفاظ رکیک نسبت به تیم رقیب (برای نمونه، انتشار صدای ضبط شده و پست‌های اینستاگرامی حاوی الفاظ رکیک و زشت نسبت به تیم رقیب) اشاره کرد. در نتیجه، رفتار نامناسب اسطوره‌ها و پیشکسوتان سرشناس تیم می‌تواند زمینه تهدید هویت تیمی هواداران را فراهم نماید.

بر این اساس، لازم است مدیریت باشگاه با ایجاد و فعال‌سازی کمیته پیشکسوتان و مشارکت و نظرسنجی از آنان در امور باشگاه‌داری، اقدام به مدیریت و نظارت بر رفتار و فعالیت‌های آنان کند تا نه تنها شرایط تهدیدکننده هویت تیمی هواداران را از سوی پیشکسوتان به حداقل برساند، بلکه از این فرصت استفاده کرده تا زمینه تقویت هر چه بیشتر هویت تیمی هواداران را به ارمغان آورد.

در نهایت، ارتباطات و تعامل ضعیف مدیریت، آخرین مضمون تهدیدکننده هویت تیمی از دیدگاه هواداران باشگاه استقلال بود. این مضمون نیز شامل دو عامل تهدیدکننده هویت تیمی است: درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به بازیکنان ستاره تیم و درگیری و جبهه گرفتن مدیریت نسبت به پیشکسوتان و اسطوره‌های تیم.

هواداران در طول مصاحبه، به مواردی مانند درگیری و یا جبهه گرفتن مدیرعامل نسبت به بازیکنان و یا پیشکسوتان اشاره داشتند که شرایط تهدید هویت تیمی را برای هواداران استقلال رقم زده بودند. با توجه به این نتایج، می‌توان به وزارت ورزش و جوانان و مسئولین ذی‌ربط پیشنهاد داد تا با انتصاب مدیران حرفه‌ای در رأس باشگاه و فعال‌سازی کمیته پیشکسوتان، از بروز و تشدید این اتفاقات ناخوشایند کاسته شود.

نتیجه‌گیری کلی

فوتبال ورزش نخست بیش از ۸۰ کشور دنیا است و هواداران، رکن اصلی و دارای بیشترین اهمیت در این ورزش بوده و به‌عنوان یکی از مهمترین سرمایه‌های اصلی هر باشگاه حرفه‌ای، به لیگ‌های فوتبال هویت می‌دهند (موسوی و سلیمی، ۲۰۱۵، ۱۶۵). لیگ برتر فوتبال ایران از رویدادهایی است که بیشترین تماشاگر را دارد و در برخی تیم‌ها و شهرها این هواداری به اندازه‌ای زیاد و پرشور است که بررسی ابعاد آن بسیار ضروری می‌باشد (رمضانی‌نژاد، گوهررستمی، احمدی و نوروزی، ۲۰۲۰، ۵۵). در این راستا، پژوهش حاضر اقدام به شناسایی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه استقلال تهران کرد.

نتایج این پژوهش در دو بخش نظری و عملی کاربردهای حائز اهمیتی را برای محققان مدیریت ورزشی و مسئولین فوتبال کشور فراهم کرده است.

در بخش نظری، نتایج پژوهش حاضر تا حدودی با واکاوی عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران تیم فوتبال استقلال، پدیده و مفهوم تهدید هویت تیمی را برجسته کرده و بخشی از شکاف عظیم حوزه تهدید هویت تیمی را نه تنها در تحقیقات داخلی، بلکه در تحقیقات خارجی نیز بر طرف کرده است. همچنین، با توجه به این که پژوهش حاضر، سرآغاز پژوهش‌های حوزه تهدید هویت تیمی هواداران در داخل کشور است، اهمیت نتایج به دست آمده بسیار حائز اهمیت بوده و بخشی از شکاف علمی موجود در ادبیات مدیریت و بازاریابی ورزشی کشور را پر و به بدنه علمی این حوزه کمک کرده و زمینه مطالعاتی جدید، جالب و کاربردی در صنعت ورزش کشور را برای محققان علاقه‌مند به ارمغان آورده است.

در بخش عملی نیز نتایج پژوهش حاضر می‌تواند فراهم‌کننده دیدگاهی منسجمی از عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران باشگاه‌های فوتبال کشور برای سازمان‌های ورزشی، مسئولین و دست‌اندرکاران فوتبال کشور باشد. متأسفانه سازمان‌ها، مسئولین و مدیران تیم‌های ورزشی داخل کشور نه تنها از جو هواداری قوی و پایگاه و کانون‌های هواداری میلیون نفری تیم‌های لیگ برتر فوتبال کشور به بهترین نحو ممکن برای پیامدهای بازاریابی ورزشی استفاده نمی‌کنند، بلکه با تصمیمات غیرحرفه‌ای، رفتارهای نامناسب و اقدامات ناکارآمد، زمینه‌ها و بسترهای عوامل تهدیدکننده هویت تیمی هواداران را نیز فراهم می‌آورند.

بر اساس چهارچوب پیشنهادی پژوهش حاضر، مسئولان و مدیران تیم‌های ورزشی می‌توانند راهکارها و استراتژی‌های موثری را در دستور کار خود قرار دهند تا حداقل بتوانند تعداد و میزان این عوامل را کاهش داده و نه تنها تیم خود، بلکه بازیکنان، لیگ برتر فوتبال کشور، حامیان مالی تیم، سلامت روحی و روانی هواداران و مصرف ورزش آنان را از پیامدهای منفی تهدید هویت تیمی محفوظ بدارند. در این راستا، مسئولان و مدیران تیم‌های ورزشی می‌توانند با بکارگیری مفاهیم، راهکارها و پیشنهادات محققان، ارتباطات تیمی را تعدیل نمایند تا از تأثیر کلی تهدید بر هویت تیم هواداران کاسته شود. برای این امر، بکارگیری و استفاده از نظریه ارتباطات وضعیت بحرانی می‌تواند موجبات ارتباطات مناسب تیمی را تعدیل نماید. به مدیران تیم‌های ورزشی توصیه می‌شود با به کارگیری استراتژی‌های نظریه ارتباطات وضعیت بحرانی (برای مثال عذرخواهی، انکار، جبران، اقدامات اصلاحی، تقویت و غیره)، عواملی که هویت تیمی را تهدید کرده و شرایط بحرانی برای تیم‌های ورزشی هواداران ایجاد کرده‌اند، مدیریت نمایند تا ضمن بازسازی شهرت و تصویر تیم، از تهدید بیش از حد هویت تیمی هواداران پیشگیری کنند.

تقدیر و تشکر

این مقاله از رساله دوره دکتری مصوب و دفاع شده در دانشگاه کردستان استخراج شده است. نویسندگان بر خود لازم می‌دانند مراتب تشکر صمیمانه خود را از هواداران باشگاه فوتبال استقلال تهران که در مصاحبه‌ها مشارکت و روند جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز را تسهیل نمودند و داوران نشریه مطالعات مدیریت ورزشی که ما را در انجام و ارتقای کیفی این پژوهش یاری دادند، اعلام کنند.

منابع

1. Aronson, J., & McGlone, M. S. (2009). Social identity and stereotype threat. *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. New York: Psychology Press, 153–178.
2. Audi, N. (2010, April, 25). Sex Scandal Is New Crisis for Troubled French Team. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2010/04/26/sports/soccer/26soccer.html>.
3. BBC Sport. (2011, December, 20). Liverpool striker Luis Suarez handed eight-match FA ban [Web log post]. Retrieved from <https://www.bbc.com/sport/football/16186556>.
4. BBC Sport. (2017a, April, 28). Fifa corruption: Top official Richard Lai admits bribery charges [Web log post]. Retrieved from <http://www.bbc.com/sport/football/39747787>.
4. Behnam, M., Ahmadi, H. R., & Bekhshandeh, H. (2013). Has a change of coach improved the performance of professional football teams? A comparative study of the teams of the Iranian Football Premier League and five prestigious European leagues. *Sports Management Publishing*. 5(3): 191-206 (In Persian).
5. Braun, V., Clarke, V., & Weate, P. (2016). Using thematic analysis in sport and exercise research. In *Routledge handbook of qualitative research in sport and exercise* (pp. 213-227). Routledge.
6. Byon, K. K., Zhang, J. J., & Connaughton, D. P. (2010). "Dimensions of general market demand associated with professional team sports: Development of a scale". *Sport Management Review*, 13(2), 142-157
7. Chang, M. J., Ko, Y. J., Connaughton, D. P., & Kang, J. H. (2016). The effects of perceived CSR, pride, team identification, and regional attachment: the moderating effect of gender. *Journal of Sport & Tourism*, 20(2), 145-159.
8. Cho, M., Schweickart, T., & Haase, A. (2014). Public engagement with nonprofit organisations on Facebook. *Public Relations Review*, 40(3), 565–567.
9. Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Sage.
10. Creswell, John, W. miller, D. (2000). "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches".
11. Dalakas, V., & Melancon, J. P. (2012). Fan identification, Schadenfreude toward hated rivals, and the mediating effects of Importance of Winning Index (IWIN). *Journal of Services Marketing*, 26(1), 51–59.
12. Delia, E. B. (2017). March sadness: Coping with fan identity threat. *Sport Management Review*, 20, 408–421.
13. Delia, E. B. (2019). "You can't just erase history": Coping with team identity threat. *Journal of Sport Management*, 33, 203–214.
14. Delia, E. B., & James, J. D. (2018). The meaning of team in team identification. *Sport Management Review*, 21, 416–430.
15. Deloitte (2018). European Football Market Worth a Record €25.5 Billion, £21.9 Billion as Premier League Leads the Way in Financial Stability. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/press-releases/articles/annual-review-of-football-finance-2018.html>.
16. Doyle, J. (2009). *The Effect of Negative Behaviour of Sports Properties on Attitudes Towards Unfamiliar Brand Sponsors* (Doctoral dissertation, Griffith University).
17. Doyle, J. P., Lock, D., Funk, D. C., Filo, K., & McDonald, H. (2017). 'I was there from the start': The identity-maintenance strategies used by fans to combat the threat of losing. *Sport Management Review*, 20(2), 184-197.
18. Elahi, A., Sajjadi, N., Khabiri, M., & Abrishami, H. (2003). Obstacles in the development of revenue from financial support in the football industry of the Islamic Republic of Iran. *Sports Management*. 1:22-36(In Persian).
19. Ghobadi Yeganeh, A; Yousefi, B; Eidi, H (2018). A Study of the Problems of Professionalism in the Iranian Football Premier League, Year 8, Number 1, Consecutive 7, 218-205. (In Persian)
20. Gutierrez, D. (2019). *Impact of Special Events and Fan-Player Bonding on Identified Fan Consumption-A Study of Professional Soccer in the United States* (Doctoral dissertation, Creighton University).

21. Havard, C. T. (2014). Glory out of reflected failure: The examination of how rivalry affects sport fans. *Sport Management Review*, 17, 243-253.
22. Heidari Topkanloo Mohsen, Sadeghi Boroujerdi Saeed, Andref Vladimir, Amiri Seyed Hamid. (2021) Identifying performance variables affecting the financial value of Iranian football players. *New approaches in sports management*; 8 (31): 91-99 (In Persian).
23. Hesami, L., Jalali Farahani, M., & Soleimani, K. (2013). Explaining the safety status of football stadiums in the country's professional league, *Sports Management Publication*. 6 (2): 343-359 (In Persian).
24. Huiszoon, P. (2019). Spectator loyalty toward sport organization-the creation of truly new fan relashenship management (Doctoral dissertation).
25. Huiszoon, P., Martinent, G., & Bodet, G. (2018). Sport governing bodies' influence on non-transactional fan behaviours. *Managing Sport and Leisure*, 23(1-2), 123-138.
26. Hyatt, C. G., & Foster, W. M. (2015). Using identity work theory to understand the de-escalation of fandom: A study of former fans of National Hockey League teams. *Journal of Sport Management*, 29(4), 443-460.
27. Katz, M., Baker, T. A., & Du, H. (2020). Team Identity, Supporter Club Identity, and Fan Relationships: A Brand Community Network Analysis of a Soccer Supporters Club. *Journal of Sport Management*, 34(1), 9-21.
28. Kim, A., Qian, T. Y., Lee, H. W., Mastromartino, B., & Zhang, J. J. (2020). Growth in Sport Media and the Rise of New Sport Fandom. In *Multidisciplinary Perspectives on Media Fandom* (pp. 150-171). IGI Global.
29. Kim, Y., Magnusen, M., Kim, M., & Lee, H. (2019). Meta-Analytic review of sport consumption: Factors affecting attendance to sporting events. *Sport Marketing Quarterly*, 28, 117-134.
30. Kwak, D. H., & Pradhan, S. (2020). "If You Ain't First, You're Last!" Understanding Identity Threat, Team Identification, and Advertisement Messages When Your Favorite Team Loses. *Journal of Sport Management*, 35(2), 158-171.
31. Lee, B. and Liu, Y. (2019). Social media and Big Data- Their potential impacts to sport event sponsorship, *Pacific International Journal*, Vol.2, No.2, pp.30-40.
32. Lock, D., & Heere, B. (2017). Identity crisis: A theoretical analysis of 'team identification' research. *European Sport Management Quarterly*, 17, 413-435.
33. Mahmoudian, A; Boroujerdi, S; Mahmoudian, F (2021). The effect of the dimensions of the sports team's reputation on the team identity and the intention of the football spectators (Study sample: Persepolis football team), online publication 10.22089/smrj.2019.7524.2600 (In Persian).
34. Mahmoudian, A.; Sadeghi Boroujerdi, S (2021). The Role of Managing Athlete Brand Attribite in Psychological Commitment and Behavioral Loyalty to Athlete (Case Study: Cristiano Ronaldo). *Sports Management Studies*, 13 (66). 83-114. (In Persian).
35. Mahmoudian, A; Boroujerdi, S.S; Heidari, T, M (2021) Analysis of fans' responses to the brand characteristics of sports teams on the Instagram social network (Case study: Esteghlal and Persepolis Tehran football teams). Online publishing, 10.30473 / JSM.2021.56800.1492. (In Persian).
36. Mahmoudian, A; Sadeghi Boroujerdi, S; Norie, M; Ibrahim F. M, A (2021). The role of team identity in the intention of football spectators to mediate the presence restrictions (Case study: Esteghlal Club of Tehran). *Contemporary Research in Sports Management*, Volume 11, Number 21 (21). 10.22084 / SMMS.2020.20492.2482. (In Persian)
37. Mansfield, A. C., Delia, E. B., & Katz, M. (2020). The blurry spectrums of team identity threat. *Sport Management Review*, 23(3), 414-427.
38. McCracken, G. (1986). Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research* 13(1), 71-84.
39. Montazeri, A; Talibpour, M; Andam, R; Kazem Nejad, A (2019). The role of social responsibilities in the attitude of Iranian football fans, No. 53. 180-157. (In Persian).

40. Moradi (2020). The Role of Social Networks in Fan Identity and Sports Participation of Persepolis Football Team Fans, M.Sc. Thesis, University of Kurdistan (In Persian).
41. Mousavi, Z; Salimi, M (2005). Evaluation and Prioritization of Barriers to the Development of Professional Ethics in Players and Coaches of the Iranian Football Premier League, Strategic Studies of Sports and Youth, No. 31, 147-170 (In Persian).
42. Newman, T., Peck, J., & Wilhide, B. (2017). Social media in sport marketing. Routledge.
43. Nowruz, M., Memari, J., & Askari Far, K. (2018). Determining the optimal policy in increasing the income of sports competitions based on ticket prices, using the system dynamics approach, studied in the Iranian Football Premier League. Journal of Economic Research. 53(1):224-209(In Persian).
44. Parker, H. M., & Fink, J. S. (2012). Arrest Record or Openly Gay: The Impact of Athletes' Personal Lives on Endorser Effectiveness. Sport Marketing Quarterly, 21(2).
45. Petriglieri, J. L. (2015). Co-creating relationship repair: Pathways to reconstructing destabilized organizational identification. Administrative Science Quarterly, 60(3), 518–557.
46. Pradhan, S. (2017). How You Like Me Now? The Influence of Athlete Behavior on Fan Group Dynamics and Sports Consumption (Doctoral dissertation).
47. Purkiani, M; Boroumand, M. R; Hosseini, S. E; Afrozeh, A (2020). The effect of emotions on the satisfaction, support and behavioral goals of the fans of Iranian Premier League clubs. Sports Marketing Studies, Volume 1 (2), 148-133. (In Persian).
48. Pavlović, V, Milačić, S, & Ljumović, I. (2014). Controversies about the accounting treatment of transfer fee in the football industry. Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies, 19(70), 17-24.
49. Ramezani Nejad, R; Goharrostami, H; Ahmadi, F; Nowruzi, M (2020). Investigating the Factors Affecting the Market Demand of Premier League Football Teams in East Azerbaijan Province, Sports Marketing Studies, Volume 1 (2), 75-51. (In Persian)
50. Richelieu, A., Pawlowski, T., & Breuer, C. (2011). Football brand management: Minor league versus Champions League. Journal of Sponsorship, 4(2).
51. Rocha, C. M., & Fleury, F. A. (2017). Attendance of Brazilian soccer games: the role of constraints and team identification. European Sport Management Quarterly, 17(4), 485-505.
52. Salam, M. S., & Kaas, E. T. (2020). Fan Identification and Sponsorship Evaluation of Football Spectators (Antalya Example). Available at SSRN 3643780.
53. Sanchez, R. (2014, June, 22). Soccer star Hope Solo arrested on domestic assault charges [Web log post]. Retrieved from <http://edition.cnn.com/2014/06/21/us/hope-solo-domestic-assaultcharge/index.html>.
54. Snyder, C., & Dinoff, B. (1999). Coping: Where have you been? In C. Snyder (Ed.), Coping: The psychology of what works (pp. 3–19). New York, NY: Oxford University Press.
55. Scutt, W. (2005). "The creation of theory": A recent application of the grounded theory method. The qualitative report, 2(4), 1-15.
56. Tabtabaeian, F., Khabiri, M., & Rasooli, M. (2018). Brand Personality Of the Premier League of Iran's Soccer- Strategies and consequences. Annals Applied sport science. 6(2): 87-94 (In Persian).
57. Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. Annual Review of Psychology, 33, 1–39.
58. Theodorakis, N. D., Tsigilis, N., Wann, D. L., Lianopoulos, G., & Al-Emadi, A. (2016). Sport spectator identification scale: An item response analysis approach. International Journal of Sport Management, 17(IKEEART-2017-1313), 178-196.
59. Watkins, B.A. (2014). Revisiting the social identity-brand equity model: An application to professional sports. Journal of Sport Management, 28(4), 471–480.
60. Wegner, C. E., Delia, E. B., & Baker, B. J. (2020). Fan response to the identity threat of potential team relocation. Sport Management Review, 23(2), 215-228.
61. Westberg, K., Stavros, C., Farrelly, F., & Smith, A. C. (2020). Fan empathy as a response to athlete transgressions. Sport Management Review, 23(4), 719-735.

62. Wood, R. W. (2017, June, 16). Tax Lessons from Soccer's Messi & Ronaldo Tax Evasion Cases [Web log post]. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/robertwood/2017/06/16/tax-lessons-fromsoccers-messi-ronaldo-tax-evasion-cases/#55c97b036ff4>.
- Yanpi, T; Kowsari, M; Chouri, A, (2020), Investigating the inefficiency of managers and coaches in clubs, the first national conference on new management approaches in interdisciplinary studies, Gonbad Kavous, <https://civilica.com/doc/1149693>. (In Persian)
64. Yigit, A. T., Samak, B., & Kaya, T. (2020), An XGBoost-lasso ensemble modeling approach to football player value assessment. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 1-12.
65. Young, M. (2016). An analysis of the relationship between college football fans and their rival teams. Mississippi State University.

