

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۷، شماره ۲۶، پاییز ۱۳۹۸

ص ص: ۱۵۱-۱۳۹

ارائه مدل توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر

شهلا گری^۱ - معصومه کلاته سیف ری^{۲*} - سید محمدحسین رضوی^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران ۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران،

بابلسر، ایران ۳. استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۰۱، تاریخ تصویب: ۱۳۹۸/۰۳/۲۰)

چکیده

هدف از این پژوهش ارائه مدل توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر بود. این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و از نظر راهبرد، اکتشافی است که به صورت کیفی اجرا شد. جامعه پژوهش، استادان و نخبگان در زمینه مدیریت ورزشی بودند که به صورت هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند و تحت مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته قرار گرفتند. براساس نظریه داده‌بنیاد، تجزیه و تحلیل و کدگذاری داده‌ها در سه مرحله انجام گرفت و پنج تن از مشارکت‌کنندگان با تأیید یافته‌های پژوهش، روایی و پایایی کدگذاری‌ها را تأیید کردند. نتایج نشان داد مدل به دست آمده از سه بخش تشکیل شده است که در سطح اول مدل، ۱۰ مقوله بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال ایران اثرگذار است و در بخش دوم مدل، مقدمات حضور بر احتمال حضور حداکثری تماشاگران و هواداران مؤثر است و در سطح سوم، حضور حداکثری بر توسعه فوتبال ایران مؤثر است. یافته‌های پژوهش به مدیران و مسئولان ورزشی بخش فوتبال کشور کمک خواهد کرد تا مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال را فراهم سازند تا توسعه بین‌المللی فوتبال کشور تسریع و تسهیل شود.

واژه‌های کلیدی

استادیوم، بانوان تماشاگر، توسعه فوتبال، مقدمات حضور، نظریه داده‌بنیاد.

مقدمه

ورزش پدیده‌ای اجتماعی است که بخش عظیمی از زندگی مردم را به خود اختصاص داده (۱۲) و فوتبال به لحاظ جذابیت و هیجان، مردمی‌ترین رشته در بیشتر کشورها محسوب می‌شود (۲۱) که تماشاگری آن از مهیج‌ترین و سالم‌ترین فعالیت‌های اجتماعی جهت گذران اوقات فراغت مردم جامعه است (۸). جمعیت تماشاگران لیگ بوندسلیگا^۱ با میانگین ۶ میلیون نفر در استادیوم‌ها در سال ۲۰۱۷ و مقایسه آن با لیگ برتر خلیج فارس ایران که تقریباً ۲ میلیون تماشاگر در سال ۹۷-۱۳۹۶ به همراه داشت (۲۲)، به ضعف ایران در زمینه حضور حداکثری تماشاگران اشاره می‌کند.

بانوان حدود نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند و تماشاگری یکی از موارد پرطرفدار گذران اوقات فراغت و تخلیه هیجانی برای آنهاست (۱۰)، درحالی‌که ایران در حوزه حضور بانوان با چالش روبه‌روست؛ با اینکه گاهی بانوان تماشاگر منطقی‌تر و علاقه‌مندتری از مردان بوده‌اند (۲۳). نادیده گرفتن برخی حقوق بانوان در راستای حضور پررنگشان در عرصه‌های ورزشی به‌خصوص تماشاگری فوتبال بحث مفصلی است که تاکنون به نتیجه مطلوب نرسیده، درحالی‌که ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن در فرهنگ ایران وسیله‌ای مؤثر در پیشرفت فردی و اجتماعی بانوان است. رعایت حقوق بانوان و دوری از مسائل تبعیض‌آمیز از دغدغه‌های جوامع اسلامی ماست؛ اسلام با حضور بانوان در اجتماع منوط به رعایت حجاب و مسائل شرعی و اخلاقی، مخالف نیست و منع شرعی قائل نمی‌شود و حتی فعالیت‌هایی را که تندرستی بانوان و پویایی جامعه را به همراه دارد، تأیید می‌کند (۱۸)؛ بنابراین این‌گونه استنباط می‌شود که حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال کشور با توجه به بافت ایران مغایرتی با آموزه‌های

دینی و مذهبی ندارد. همچنین حضور بانوان تماشاگر با کاهش رفتارهای خشونت‌آمیز، افزایش انگیزه بازیکنان تأثیرات مثبتی بر جو استادیوم‌ها دارند (۱)، زیرا فرهنگ خشونت که آلوده‌کننده فضای استادیوم‌هاست، در مقابل فرهنگ ناموس‌پرستی فرصت ابراز کمتری پیدا خواهد کرد (۱۵). همچنین توسعه بازاریابی را برای لیگ برتر فوتبال ایران به همراه خواهد داشت که نیازمند مشارکت همه افراد جامعه اعم از مرد و زن در این عرصه است تا رونق اقتصادی و اجتماعی برای ورزش و فوتبال در سطح ملی و فراملی حاصل شود (۱۶). بنابراین با رفع موانع از طریق صداوسیما، آموزش و پرورش، وضع قوانین متناسب و غیره، می‌توان در تنظیم شرایط و توسعه مشارکت بانوان در ورزش مبادرت ورزید (۱۹)، زیرا حضور بانوان تماشاگر می‌تواند از بروز پیامدهای ناخوشایند اجتماعی منع این فعالیت که طی چند سال اخیر در میان بانوان علاقه‌مند به فوتبال مرسوم شده و حضور مخفیانه با گریم مردانه در استادیوم‌ها که به دور از شأن یک بانوی ایرانی است، جلوگیری کرد. این پژوهش در پی شناسایی و معرفی مقدمات حضور بانوان تماشاگر است تا با فراهم‌سازی زمینه حضور در استادیوم‌ها از بروز ناهنجاری‌های جامعه‌شناختی جلوگیری کنیم و به استانداردهای بین‌المللی فوتبال دنیا نزدیک شویم؛ البته این امر نیازمند سازوکار قانونی و شرعی است (۱۸).

پژوهشگر پژوهشی در خصوص مقوله‌های اثرگذار بر حضور بانوان تماشاگر و تأثیر آن بر احتمال افزایش حضور کلیه تماشاگران و هواداران مرد و زن حاضر در استادیوم‌های فوتبال ایران یافت نکرد؛ این در حالی است که راهولان^۲ و همکاران (۲۰۱۳) معتقدند همه انسان‌ها، فارغ از جنسیت، میزان تحصیلات و غیره مشتری و مصرف‌کننده فوتبال هستند که با توسعه حضور حداکثری در استادیوم‌ها می‌توانند موجب توسعه درآمدزایی و اقتصاد

همچنین با توجه به چالش پژوهش، اگر به این مقدمات توجه نشود، صنعت فوتبال ایران نه تنها رشد زیادی نخواهد داشت، بلکه با وجود فاصله از استانداردهای بین‌المللی به مرور جایگاه کنونی خود در رتبه‌بندی جهانی فوتبال را از دست می‌دهد و ممکن است وجه سیاسی کشور را نیز تضعیف کند که به بروز مشکلاتی منجر می‌شود. در این پژوهش به این پرسش پاسخ داده می‌شود که آیا مقدمات حضور بانوان تماشاگر، موجب توسعه فوتبال می‌شود؟ چگونه این اتفاق می‌افتد؟ عوامل تأثیرگذار کدام‌اند؟

روش تحقیق

پژوهش با هدف ارائه مدل توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر به صورت کیفی انجام گرفت. پژوهش اکتشافی- توسعه‌ای بوده و هدف آن کسب اطلاعات درباره ابعاد ناشناخته پدیده است. استراتژی در گردآوری داده، نظریه داده‌بنیاد^۲ است که به کشف نظریه جدید تجزیه و تحلیل متقابل درون داده‌ها حاصل می‌شود. نظریه داده‌بنیاد سه رویکرد سیستماتیک (اشتراوس و کوربین^۳)، نوحاسته (گلیزری^۴) و سازنده‌گرا (چارمز^۵) دارد که طی فرایند تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش با آن مواجه می‌شوید. این پژوهش با در نظر گرفتن رویکرد چالشی نوحاسته با ایجاد ذهنی آزاد و باز برای محقق در جهت تجزیه و تحلیل بهتر داده‌ها موجب استخراج مدلی کاربردی می‌شود. محقق در پژوهش حاضر بدون در نظر داشتن نظریه ازپیش‌تعیین‌شده، شروع به جمع‌آوری اطلاعات می‌کند و همزمان کار تجزیه و تحلیل داده‌ها را انجام می‌دهد تا با درک روابط میان آنها، جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات بعدی تسهیل یابد و نظریه‌ای کاربردی ارائه کند (۲۶). محقق برای جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه‌های

فوتبال شوند (۲۵). جابری و همکاران (۱۳۹۲) یکی از مهم‌ترین عوامل جذب تماشاگر بیشتر به استادیوم‌ها را ارائه خدمات مطلوب بیان می‌کنند که حضور بانوان تماشاگران می‌تواند اثر مثبتی در ارتقای آن داشته باشد، چراکه حضور حداکثری تماشاگران و بانوان لازمه کسب میزبانی مسابقات بین‌المللی فوتبال است (۷). از طرفی به اعتقاد ساعتچیان و همکاران (۱۳۹۲) حضور بانوان تماشاگر و در پی آن حضور خانوادگی در استادیوم‌ها با ایجاد روابط سالم اجتماعی و ارتقای تعامل با دیگران می‌تواند درآمدزایی حاصل از بلیت‌فروشی را نیز افزایش دهد (۱۱). احمدی (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود از اهمیت رسانه در فرهنگ‌سازی حضور بانوان تماشاگر سخن می‌گوید که این حضور می‌تواند در کاهش پرخاشگری و خشونت استادیوم‌ها مؤثر باشد (۱). کلگمن^۱ (۲۰۱۷) معتقد است اگرچه بانوان ممکن است اطلاعات کم و ناچیزی نسبت به مردان در زمینه فوتبال داشته باشند، نمی‌توان از علاقه فراوان آنها به این رشته مردمی به عنوان گزینه‌ای پرطرفدار جهت گذران اوقات فراغت چشم‌پوشی کرد (۲۳). گری و همکاران (۱۳۹۷) توسعه بازاریابی، میزبانی مسابقات بین‌المللی، افزایش حق پخش تلویزیونی و توسعه سرمایه‌گذاری حامیان مالی را از برخی ابعاد مهم در زمینه توسعه فوتبال ایران برمی‌شمارند که امری ضروری در جهت حرفه‌ای‌گرایی محسوب می‌شود و حضور بانوان تماشاگر می‌تواند عاملی کمک‌کننده در جهت تحقق آنها باشد (۱۶).

این پژوهش کمک خواهد کرد تا راهکارهای مقدمات حضور بانوان تماشاگر که با افزایش جمعیت تماشاگران و هواداران مرد و زن در استادیوم‌های فوتبال همراه خواهد بود، به توسعه همه‌جانبه فوتبال ایران مبادرت ورزند.

4. Glaser
5. Charmaz

1. Klugman
2. Grounded theory
3. Strauss & Corbin

نیمه ساختاریافته را انتخاب کرد که با کدگذاری و تحلیل‌های صورت گرفته بر روی آن، الگوی نهایی به دست می‌آید. همچنین سؤالات پژوهش به صورت باز و کلی از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد تا نتایج شفاف‌تر و آشکارتری نمایان شود. مصاحبه‌شوندگان برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش ۲۵ نفر از استادان و نخبگان در زمینه مدیریت ورزشی بوده‌اند که دارای اطلاعات لازم و کافی می‌باشند که در جدول ۱ به جزئیات آنها اشاره شده است. به منظور دستیابی به اعضای نمونه جهت مصاحبه از نمونه‌گیری هدفمند^۱ و تکنیک گلوله‌برفی^۲ استفاده شده است که ابتدا فهرست چند تن از متخصصان تهیه و با آنها مصاحبه صورت

گرفت و گروه بعدی برای ادامه روند جمع‌آوری داده‌ها توسط همین گروه معرفی شدند و تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. همچنین به منظور تعیین پایایی^۳ و روایی^۴ پژوهش ۳۰ روز پس از کدگذاری داده‌ها، کدگذاری مجدد^۵ صورت گرفت تا میزان توافق سنجیده شود که در جدول ۲ به آن اشاره و ۸۹ درصد بیان شده که نشان‌دهنده توافق و ثبات در کدگذاری‌هاست. به منظور تعیین روایی نیز نسخه‌ای از کدها و مدل در اختیار پنج تن از استادان حاضر در پژوهش قرار داده شد، سپس پیشنهادهای آنها بررسی و در صورت نیاز اعمال و در نهایت مدل پژوهش تأیید شد.

جدول ۱. جزئیات مشارکت‌کنندگان در پژوهش

متغیر	ویژگی جمعیت‌شناختی	تعداد
جنسیت	مرد	۱۳
	زن	۱۲
رده سنی	۲۰ تا ۳۰ سال	۷
	۳۰ تا ۴۰ سال	۸
	۴۰ سال به بالا	۱۰
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۷
	دکتری	۱۸
حوزه فعالیت فعلی	اجرایی	۹
	علمی	۱۶
	جمع	۲۵

جدول ۲. میزان درصد پایایی از طریق کدگذاری مجدد

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقیها	تعداد عدم توافقها	پایایی کدگذاری مجدد (درصد)
۱	PF	۱۳۵	۵۹	۱۸	۸۷٪
۲	PG	۸۶	۳۹	۱۴	۹۰٪
۳	PJ	۵۴	۲۵	۸	۹۲٪
مجموع		۲۷۵	۱۲۳	۴۰	۸۹٪

یافته‌های پژوهش

پیوند مفهومی از کدگذاری‌های صورت گرفته به نظریه‌ای کاربردی دست یابد. از این رو در پژوهش با بررسی‌های انجام گرفته و مشابهت‌یابی میان آنها توسط پژوهشگر از ۳۵۰ کد، ۲۹ مفهوم که به ۱۳ مقوله اشاره دارد، استخراج شد که در جدول ۳ مفاهیم و مقوله‌های حاصل از کدگذاری داده‌ها بیان شده است.

در مبحث یافته‌های پژوهش پژوهشگر طی سه مرحله کدگذاری (باز، محوری^۲ و انتخابی^۱) به منظور کشف چارچوب مفهومی از داده‌ها مصاحبه‌ها را بررسی و تحلیل کرد و با استخراج مفاهیم و مقوله‌ها از دو مرحله اول کدگذاری توانست با تفکر و تمرکز در میان آنها و کشف

جدول ۳. جزئیات مفاهیم و مقوله‌های حاصل از کدگذاری‌ها

ردیف	مفاهیم	فراوانی هر کدام از مفاهیم	مقوله	تعداد تکرار در مصاحبه
۱	برابری قانونی بین مرد و زن در تماشاگری مسابقات فوتبال	۱۱	تساوی حقوق تماشاگران مرد و زن فوتبال	۱۱
۲	حلول و فصل مسائل دینی و شرعی مرتبط با حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌ها	۹	اقدامات شرعی در اجتماعات زنان و مردان در استادیوم‌ها	۹
۳	رعایت حقوق مدنی بانوان در تماشاگری فوتبال در استادیوم‌ها	۲۳	رعایت اصول مدنی زنان در استادیوم‌ها	۳۴
۴	ارتقای جایگاه بانوان در جامعه	۱۱	وضع مقررات خاص	۱۹
۵	تعریف و درونی‌سازی حدود تماشاگران	۹	رعایت قوانین استادیوم‌ها	۱۹
۵	جمعیت جامعه بانوان	۵	شناخت خصوصیات جمعیت شناختی بانوان تماشاگر	۸
۶	نقش مادری و همسری بانوان در اجتماع	۳		
۶	بهبود شرایط فیزیکی استادیوم‌ها	۱۱		
۶	قوانین و مقررات مناسب امنیتی در استادیوم‌ها	۱۳	توسعه امنیت استادیوم‌ها	۳۶
۷	جایگاه مجزا برای تماشاگران مرد و زن	۱۲		
۷	رواج حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌ها	۱۴	تقویت برنامه‌های رسانه‌ای	۲۶
۸	ارتقای فرهنگ تماشاگری مردم	۱۲		
۸	بلیت‌های خانوادگی و دوستانه	۱۳	طراحی بلیت‌های خانوادگی	۲۱
۹	بلیت‌های VIP	۸		
۹	ارتقای مدیریت تماشاگران	۴	گذراندن دوره‌های آموزشی میزبانی	۹
۱۰	طرح برنامه راهبردی	۵		
۱۰	حمایت تشکلهای بانوان از فوتبال	۱۰		
۱۰	ترویج مثبت هواداری	۹	رونق کانون‌های هواداری	۲۱
۱۱	کمک‌های نقدی بلاعوض	۲		
۱۱	ارتقای بینش و معرفت عمومی مردم	۱۲		
۱۱	توسعه حیات معاشرتی	۲۳	مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌ها	۴۲
۱۱	اصلاح و ترمیم موانع حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌ها	۷		
۱۲	سرگرمی و تفریح عمومی	۷	افزایش احتمال حضور حداکثری کلیه هواداران و تماشاگران	۱۵
۱۲	ترویج فوتبال در بین اقشار مردم	۸		
۱۳	میزبانی مسابقات بین‌المللی فوتبال	۱۲		
۱۳	توسعه بازاریابی فوتبال	۳۱	توسعه فوتبال ایران	۹۹
۱۳	توسعه سرمایه‌گذاری حامیان مالی در فوتبال	۳۹		

رویه‌های مطرح‌شده و کدگذاری‌های صورت‌گرفته، مدل نهایی به شکل ۱ قابل ارائه است.

سپس به کشف و یافتن روابط بین مقوله‌ها پرداختیم تا بتوانیم درکی درست و جامع از توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر داشته باشیم. براساس



شکل ۱. الگوی حاصل از تحلیل داده در مرحله کدگذاری نظری

حداکثری تماشاگران و هواداران در استادیوم‌های فوتبال کشور را که سبب توسعه فوتبال ایران می‌شود، به‌خوبی تحلیل و تفسیر می‌کند که در ادامه به این مقوله‌ها می‌پردازیم.

• تساوی حقوق تماشاگران مرد و زن فوتبال بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

انسان‌ها صرف‌نظر از وابستگی نژادی و جنسیتی ارزش یکسانی دارند، دولت حاکم بر کشورها، باید با آنها برابر رفتار کرده و در مقابل تبعیض محافظت کنند تا از حقوق قانونی و اجرایی برابری در جامعه برخوردار باشند (۱). بانوانی که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، باید در عرصه‌های ورزش به‌دور از نابرابری قانونی حضور داشته باشند، این در حالی است که تماشاگری فوتبال از موارد عدم رعایت حقوق قانونی بانوان در ایران است. تماشاگری فوتبال به‌عنوان یک نمونه فعالیت ورزشی پرتعداد و

به‌منظور توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر، ۱۳ مقوله تعریف‌شده، به‌نوعی مؤثر و در ارتباط با یکدیگر بوده‌اند. اثر مطلوبی که ۱۰ مقوله از آنها بر روی مقدمات به‌منظور حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال ایران دارند، سبب افزایش جمعیت کلیه تماشاگران و هواداران مرد و زن شده و در نهایت سبب توسعه فوتبال ایران می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

فوتبال حاضر دنیا بخشی از جامعه شده است و اقشار گوناگون برای فرار از روزمرگی تماشاگری آن را به‌عنوان یکی از تفریحات مهیج و سالم اجتماعی برمی‌گزینند (۲۰). حضور در استادیوم‌ها تعامل میان مردم را بیشتر می‌کند و موجب بهبود روابط اجتماعی افراد جامعه از هر قشر و سنی می‌شود. مدل ارائه‌شده در این پژوهش مقوله‌های اثرگذار بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر و تأثیر آن در حضور

هیجان‌انگیز در بین مردم جزء سالم‌ترین گزینه‌های اجتماعی جهت گذران اوقات فراغت محسوب می‌شود و به اعتقاد مشارکت‌کنندگان در پژوهش حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال هیچ منع قانونی ندارد، اما تا پذیرش عقلانی و عملی کردن آن فاصله زیادی وجود دارد که با نتایج پژوهش پورگنجی و همکاران (۱۳۹۶) همسوست (۶). از طرفی براساس نظرهای مشارکت‌کنندگان در پژوهش با تعیین حدود برای یک فرد، در اصل استعدادهای نهفته او محدود می‌شود و حضور بانوان تماشاگر می‌تواند تأثیرات مثبتی در ارتقای بینش و معرفت عمومی مردم جامعه داشته باشد. همچنین از جمله تأثیرات مثبت حضور بانوان تماشاگر بر اثبات اعتبار ملی و تبلیغ برقراری حقوق مرد و زن در ایران است؛ بنابراین با فراهم‌سازی تساوی حقوق به‌منظور حضور بانوان تماشاگر می‌توان علاقه و محبوبیت تماشاگری فوتبال به‌همراه خانواده در جامعه را افزایش داد که سبب حضور حداکثری تماشاگران و هواداران در استادیوم‌های فوتبال کشور می‌شود و گامی مهم در جهت توسعه فوتبال ایران خواهد بود، زیرا به این صورت جایگاه سیاسی فوتبال کشور در دنیا نیز ارتقا خواهد یافت.

• اقدامات شرعی در اجتماعات زنان و مردان در استادیوم‌ها بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

اسلام به برابری میان مرد و زن تأکید دارد، اما به لحاظ ویژگی‌های خاص از نظر خلقت و لزوم حفظ کرامت در بانوان، حریم‌های در اصول شرعی تعریف و تعیین می‌شود که با رعایت این اصول حضورشان در جامعه و به تبع آن عرصه‌های ورزشی منعی نداشته و حتی به سبب ویژگی‌های مثبت جسمی و روانی که برای فرد دارد، مانند افزایش شادی، کاهش استرس، افزایش اعتمادبه‌نفس و ... تأیید می‌شود (۱۸). از آنجا که ایران بافتی اعتقادی و مذهبی

دارد، یکی از مقدمات مهم برای حضور بانوان تماشاگر جلب نظر مساعد روحانیان است که با تعیین حدود شرعی و عرفی برای تماشاگران مرد و به خصوص زن می‌توان آن را فراهم کرد، زیرا به اعتقاد میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸) یکی از موانع عدم اجازه حضور بانوان تماشاگر ترس از آسیب رسیدن به اعتقادات مذهبی است (۱۹)؛ درحالی‌که نتایج پژوهش نشان می‌دهد حضور بانوان تماشاگر مانع از بروز گفتارهای غیراخلاقی و افزایش حجب و حیای مردان می‌شود که با نتایج پژوهش قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶) همسوست (۱۵). ایران اسلامی نیز می‌تواند مانند عربستان که مهد اسلام خوانده می‌شود و طی یک سال اخیر با تعیین حدودمرزی مشخص زمینه را برای حضور بانوان خود به استادیوم‌های فوتبال کشور مهیا کرده، مسئولان کشور نیز با انجام تمهیداتی خاص و توجیه روحانیان مقدمات حضور بانوان تماشاگر را فراهم سازند، زیرا بدین‌صورت حضور حداکثری کلیه هواداران و تماشاگران را در استادیوم‌های فوتبال خواهیم داشت که به توسعه فوتبال می‌رسد.

• رعایت اصول مدنی زنان بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

حقوق مدنی در اصل قوانین برگرفته از فقه، عرف و عادات جامعه است که اشخاص جامعه مکلف به رعایت آن‌اند تا دچار مشکل و اختلاف حقوقی در زندگی نشوند. تماشاگری فوتبال جزء حقوق مدنی یک شخص در جامعه محسوب می‌شود که باید رعایت شود و از آنجا که بانوان نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، این حق مدنی آن‌هاست که بتوانند به تماشاگری فوتبال در استادیوم‌های کشور بپردازند؛ که بانوان ایرانی از آن محرومند؛ درحالی‌که توجه به شرایط رشد و تعالی بانوان در تمام عرصه‌های اجتماعی موجب بهره‌مندی جامعه از توانمندی‌ها آنها می‌شود و راه رسیدن به توسعه پایدار را برایشان هموار

می‌سازد. حقوق بانوان در زمینه ورزش و تفریحات سالم و دسترسی آسان و سریع به آن با حفظ فرهنگ اسلامی ایران و رعایت حقوق مدنی امری مهم در حقوق مدنی حاکم بر جامعه است. در همین زمینه مشارکت‌کنندگان در پژوهش رفع موانع و مشکلات حقوقی و شناخت نیازهای اجتماعی بانوان را در تقویت جایگاه آنها در تمام امور دخیل می‌دانند که با نتایج پژوهش احمدی (۱۳۹۳) و مشهودی (۱۳۹۶) همسوست (۱۸،۱). رعایت حقوق مدنی بانوان تماشاگر جزء مقوله‌های اصلی از مقدمات حضور آنها در استادیوم‌های ایران است که باید مورد توجه مسئولان قرار بگیرد و در جهت رعایت آن مبادرت ورزند. همچنین برخی مشارکت‌کنندگان معتقد بودند با رعایت این بخش از حقوق مدنی بانوان در کشور می‌توان تا حدودی مشکلات مرتبط با کاستی‌های حقوق مدنی بانوان در ایران را رفع کرد. رعایت حقوق مدنی بانوان در این زمینه می‌تواند به تقویت حیات معاشرتی و توسعه روابط بانوان در جامعه، ورزش خانواده و حضور حداکثری تماشاگران مرد و زن در استادیوم‌های فوتبال کشور کمک کند و در نهایت به توسعه فوتبال ایران برسد.

• رعایت قوانین استادیوم‌ها بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است. تماشاگران و هواداران فوتبال نقش انکارناپذیری در این صنعت پرطرفدار و پردرآمد دارند و سرمایه‌های اصلی یک باشگاه و تیم محسوب می‌شوند (۹) و حضور نداشتن بانوان تماشاگر، از موانع مؤثر در جذب و توسعه جمعیت تماشاگران حاضر در استادیوم‌های فوتبال ایران در نظر گرفته می‌شود (۴). بروز رفتارهای پرخاشگرانه، ناشایست و ضعف گفتاری در میان تماشاگران به علت وجود جو هیجانی و روانی بالای حاکم بر استادیوم‌های فوتبال از موانع عدم حضور بانوان تماشاگر است. در همین زمینه با استنادات به متن مصاحبه‌های نخبگان پژوهش، مدیران و متخصصان

آگاه با تعریف حدود مشخص برای تماشاگران و درونی‌سازی آن توسط خود شخص، وضع قوانین و مقررات ویژه و متناسب با شرایط و جنسیت برای تماشاگران، می‌توان مقدمات حضور بانوان تماشاگر را فراهم ساخت تا بدین‌صورت از بروز این‌گونه رفتارها کاسته و مانع از تشدید آن شوند که با نتایج پژوهش قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶) همسوست (۱۵). همچنین حضور بانوان تماشاگر جو سالم‌تری را بر استادیوم‌های فوتبال کشور حاکم می‌کند و خانواده‌ها نیز اطمینان می‌یابند که کودکان و نوجوانان آنها با حضور در این جو، دچار انحرافات رفتاری و گفتاری نخواهند شد؛ بنابراین اگر تماشاگران و هواداران از قوانین و مقررات معینی پیروی کنند، احتمال حضور حداکثری تماشاگران و هواداران مرد و زن در استادیوم‌ها افزایش می‌یابد و مدیران و مسئولان می‌توانند با استفاده از مزیت‌های آن به توسعه فوتبال کشور برسند.

• خصوصیات جمعیت‌شناختی بانوان بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است. با توجه به اینکه بانوان حدود ۵۰ درصد جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، باید تمام نیازهای آنها از لحاظ جسمی و روحی مورد توجه و مطالعه قرار گیرد و توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و خصوصیات بانوان می‌تواند در شناسایی و رفع این خواسته‌ها و نیازها مؤثر باشد. حضور در استادیوم‌های فوتبال به لحاظ جذابیت و هیجان بالا برای تماشاگران، مورد توجه بانوان نیز است که با فراهم‌سازی جوی شاد و پرنشاط در بهبود سلامت روحی آنها مؤثر است. براساس یافته‌های پژوهش، بانوان با دارا بودن نقش مادری و همسری در جامعه می‌توانند تأثیرات مثبت فراوانی بر خانواده خود داشته باشند و حضور آنها در استادیوم‌های فوتبال، موجب توسعه حضور و ورزش خانوادگی در استادیوم‌ها و تقویت فرهنگ تماشاگری در بین مردم شود که با نتایج پژوهش قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶) و المیری و

همکاران (۱۳۸۸) همسوست (۱۵،۳). شناخت خصوصیات بانوان به مدیران و مسئولان آن حوزه کمک خواهد کرد تا مقدمات لازم را برای حضور بانوان تماشاگر بهتر فراهم کنند و به این صورت جمعیت تماشاگران و هواداران مرد و زن حاضر در استادیومهای فوتبال کشور افزایش یابد تا با بهره‌گیری از مزیت‌های مادی، ارزشی و فرهنگی آن توسعه در فوتبال کشور حاصل شود.

• توسعه امنیت استادیوم‌ها بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

فوتبال به دلیل محبوبیت در بین جوامع، تماشاگران و هواداران فراوانی را در استادیوم‌های خود پذیراست، پس بروز هرج و مرج و ناآرامی در روز مسابقه دور از انتظار نیست. برقراری امنیت در جهت کنترل ناآرامی تماشاگران و هواداران در گرو توسعه امنیت و بهبود شرایط فیزیکی استادیوم‌هاست تا افزایش حضور تماشاگر صورت بگیرد. به‌کارگیری دوربین‌های مدار بسته، بلیت‌فروشی الکترونیک مسابقات، وضع قوانین و مقررات امنیتی و افزایش حراست نمونه‌ای از روش‌های توسعه امنیت استادیوم‌های فوتبال است (۷). احمدی (۱۳۹۳) و عسکریان و همکاران (۱۳۹۵) معتقدند حضور بانوان تماشاگر می‌تواند در کاهش ناآرامی‌ها، پرخشگری‌ها و توسعه امنیت فضای استادیوم مؤثر باشد (۱۳،۱) که با یافته‌های پژوهش حاضر همسوست. همچنین با طراحی فضاهای فیزیکی مدرن در استادیوم‌های فوتبال می‌توان امنیت و آسایش را ارتقا داد و با تعریف فضاهای فیزیکی خاص برای بانوان و خانواده‌ها و همچنین ارائه تسهیلات و امکانات رفاهی پاسخگوی کامل نیاز تماشاگران و هواداران بود که با نتایج پژوهش المیری و همکاران (۱۳۸۸) همسوست (۳). دو عامل توسعه امنیت و ارتقای شرایط فیزیکی می‌تواند در مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال ایران گامی مهم باشد و

سبب توسعه حضور حداکثری کلیه تماشاگران و هواداران شود که در توسعه فوتبال ایران نقش مؤثری دارد.

• تقویت برنامه‌های رسانه‌ای بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

بشر امروز در عصر رسانه زندگی می‌کند که به‌علت توانایی برقراری ارتباط عینی و عملی با مخاطب، بخش جدایی‌ناپذیر زندگی است، به‌طوری‌که پیام‌های خروجی آن در شیوه زندگی و رفتار تأثیر می‌گذارد و در ساخت افکار عمومی و باورهای جامعه بسیار مؤثر است. رسانه در توسعه و پیشرفت جامعه سهیم است و آن را به‌سوی ترقی و پیشرفت سوق می‌دهد. محقق معتقد است اگر مسئولان ورزشی کشور با همکاری بخش رسانه و برنامه‌ریزی‌های مناسب به طراحی برنامه‌های خاص یا اختصاص بخشی از برنامه‌های ورزشی رسانه در جهت فراهم‌سازی مقدمات حضور بانوان تماشاگر بپردازند، به لحاظ برخورداری از جذابیت‌های صوتی- تصویری و حضور مداوم آن تا آخرین لحظات عمر زندگی که مکمل نهادهای فرهنگی- آموزشی است، گامی مهم و بزرگ جهت توسعه فرهنگ مردم در زمینه تماشاگری فوتبال و حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال کشور برداشته می‌شود که با نتایج پژوهش گیوریان و ذاکری (۱۳۹۲) همسوست (۱۷). رسانه به‌علت تنوع و فراگیری می‌تواند با تبلیغات خود حضور تماشاگران را نیز افزایش دهد و موجب کاهش خشونت شود و در نتیجه تمایل به حضور در استادیوم‌ها را برای تماشاگری مسابقات در بین مردم افزایش می‌دهد. این نتیجه با نتایج پژوهش فتحی‌نیا و علیزاده (۱۳۹۳) همسوست (۱۴). بنابراین رسانه می‌تواند از جهات فراوانی نتایج مثبت و شایان توجهی برای توسعه فوتبال کشور فراهم کند.

• طراحی بلیت‌های خانوادگی بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

طراحی و ارائه بلیت‌های خانوادگی و تخفیف‌دار و فروش آن با شرایط و تخفیف‌های ویژه، از جمله حضور به همراه اعضای خانواده یا جمعی از دوستان می‌تواند در ترغیب تماشاگران و هواداران برای حضور در استادیوم‌های فوتبال مؤثر واقع شده و سبب افزایش جمعیت تماشاگران و هواداران شود. همچنین با توجه به یافته‌های پژوهش و نظریات مشارکت‌کنندگان در مصاحبه با طراحی و ارائه این‌گونه بلیت‌ها می‌توان مقدمات حضور بانوان تماشاگر را فراهم کرد و جو استادیوم را تا حدودی کنترل کرد که با نتایج پژوهش پرادیساتاپورن^۱ و همکاران (۲۰۱۱) همسوست (۲۴). ارائه بلیت‌های خاص و فراهم‌سازی جوی آرام و کنترل‌شده به کمک آن می‌تواند در ترغیب خانواده‌ها برای حضور جمعی در استادیوم‌های فوتبال برای گذران اوقات فراغتشان مؤثر باشد و جوی شاد و مفرح را در استادیوم ایجاد کند و به توسعه حضور تماشاگران و هواداران بپردازد که در نهایت توسعه فوتبال کشور را در پی دارد.

• گذراندن دوره‌های آموزشی میزبانی بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است. امروزه رویدادهای ورزشی نقش مهمی در پر کردن اوقات فراغت و توسعه روابط اجتماعی ایفا می‌کنند (۱۹)، بنابراین برگزاری و مدیریت آن نیازمند تخصص است. متخصصان در مدیریت و برگزاری رویدادهای ورزشی علاوه بر توجه به سطح مسابقات و تعداد شرکت‌کننده‌ها، باید تمرکز بیشتری را صرف امنیت و بهبود شرایط رفاهی تماشاگران و هواداران کنند (۲). محقق با توجه به یافته‌های خود، گذراندن دوره‌های تخصصی ویژه در زمینه مدیریت رویدادها با حداکثر تماشاگران را به مسئولان پیشنهاد می‌کند تا با خلاقیت و نوآوری به برگزاری موفق‌تر رویدادها بپردازند. همچنین مقدمات را برای حضور بانوان تماشاگر

در استادیوم‌های فوتبال ایران فراهم سازند، زیرا بدین‌صورت توانایی آنها در کنترل شرایط و ایجاد جوی مناسب برای حضور بانوان و افزایش جمعیت تماشاگران و هواداران بیشتر شده و سبب رونق و توسعه در صنعت فوتبال کشور می‌شود، زیرا به اعتقاد الهی و همکاران (۱۳۸۹) ساختار مدیریتی ضعیف و نامناسب مانع از توسعه جذب، حفظ و افزایش تماشاگران و هواداران فوتبال در استادیوم‌های ورزشی کشور می‌شود (۵).

• رونق کانون‌های هواداری بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های ایران مؤثر است.

تماشاگران و هواداران جو زنده استادیوم‌ها را برای بازی بهتر فراهم می‌کنند و به لحاظ حمایت مالی و اجتماعی اهمیت شایان توجهی برای توسعه صنعت فوتبال دارند و حضورشان مهم‌ترین بخش یک رویداد ورزشی است (۹). مسئولان ورزشی همیشه در پی افزایش جمعیت تماشاگران بوده‌اند تا با تشکیل کانون‌های هواداری و حمایت از تیم محبوب، ارتقای جذابیت و هیجان را برای فوتبال به ارمغان آورند. مشارکت‌کنندگان در پژوهش معتقدند که کانون‌های هواداری به‌علت ارتباط مستقیم و دوستانه‌ای که با مخاطبان دارند، می‌توانند در کنترل ناآرامی‌ها و ارتقای امنیت استادیوم مؤثر باشند و مقدمات حضور بانوان تماشاگر را سریع‌تر فراهم سازند. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که با حضور بانوان تماشاگر به‌علت افزایش جمعیت تماشاگران و هواداران، کانون‌های هواداری رونق بیشتری خواهد یافت که با نتایج پژوهش احمدی (۱۳۹۳) همسوست (۱). البته به‌نظر می‌رسد کانون‌های هواداری، نیازمند اصول و مبانی حقوقی و قانونی برای اعضای مرد و زن است که در تحقیق حاضر نمی‌گنجد. حضور بانوان تماشاگر احتمال کمک‌های بلاعوض توسط نهادهای خانوادگی و کانون‌های حمایت از بانوان را نیز افزایش

اثرگذارند و در پژوهش‌های نعمتی و همکاران (۱۳۹۱)، جابری و همکاران (۱۳۹۲) و گری و همکاران (۱۳۹۷) نیز به‌نوعی این موارد اذعان شده است (۲۱، ۱۶، ۷). مشارکت‌کنندگان در پژوهش متحدالقول بودند که اگر با توجه و عنایت مسئولان راهکارهای حضور بانوان تماشاگر با توجه به ده مقوله اثرگذار و نصب دوربین‌های کنترلی، ایجاد جایگاه‌های ویژه، برنامه‌های رسانه‌ای در ارتباط با فرهنگ مثبت هواداری و تماشاگری، برنامه‌های تشویقی باشگاه‌ها و ... محقق شود، نتایج مثبت و شایان توجهی در توسعه فوتبال کشور به‌دست خواهد آمد، ضمن آنکه نزدیک شدن به استانداردهای بین‌المللی و حرفه‌ای‌گرایی را نیز برای فوتبال ایران به ارمغان خواهد داشت.

بنا به عمومیت بالای فوتبال در بین آحاد جامعه، به مسئولان فوتبالی کشور توصیه می‌شود به مقدمات حضور بانوان تماشاگر توجه ویژه نشان دهند و با فراهم‌سازی حضور آنها از مزایای آن به نفع توسعه فوتبال و ورزش کشور استفاده کنند. از آنجا که هر پژوهش صورت می‌گیرد، خالی از اشکال نبوده و به نقد و بررسی مجدد نیاز دارد؛ محقق توصیه می‌کند بخش‌های مختلف اثرگذار بر حضور بانوان تماشاگر و نتایج آن طی پژوهش‌های آتی بررسی و تحلیل شود.

می‌دهد و این کمک‌ها می‌تواند در توسعه مالی باشگاه‌ها و تیم‌ها مؤثر باشد که با نتایج پژوهش الهی و همکاران (۱۳۸۹) همسوست (۵). حضور بانوان تماشاگر با ایجاد جوی مهیج در استادیوم‌ها، جمعیت تماشاگران و هواداران را افزایش می‌دهد و موجب توسعه فوتبال کشور می‌شود. پژوهش‌هایی از جمله قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶)، المیری و همکاران (۱۳۸۸) و نامی و آقایی (۱۳۹۳) حضور بانوان تماشاگر را عاملی در کاهش خشونت و ناآرامی‌ها در نظر گرفتند (۲۰، ۱۵، ۳)، المیری و همکاران (۱۳۸۸)، ساعتچیان و همکاران (۱۳۹۲) و احمدی (۱۳۹۳) نیز از تأثیر مثبت حضور بانوان تماشاگر بر روی حضور خانوادگی و دوستانه جهت گذران اوقات فراغت، سخن به میان آورده‌اند (۱۱، ۳، ۱)؛ اما محقق پژوهشی در خصوص توسعه فوتبال ایران با تأکید بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر، یافت نکرد. در همین خصوص با انجام پژوهشی، ده مقوله اثرگذار بر مقدمات حضور بانوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال ایران بررسی شد که نتایج مثبتی در افزایش احتمال حضور حداکثری کلیه تماشاگران و هواداران دارد و نتیجه نهایی آن بر توسعه فوتبال کشور است. بنابر نظر نخبگان حاضر پژوهش، توسعه فوتبال کشور خود از چهار مقوله مهم و حیاتی شامل میزبانی مسابقات بین‌المللی، افزایش حق پخش تلویزیونی مسابقات و توسعه بازاریابی و سرمایه‌گذاری حامیان مالی در فوتبال، تشکیل می‌شود که روی یکدیگر

منابع و مأخذ

۱. احمدی، فاطمه (۱۳۹۳). «مطالعه حضور تماشاگران زن در رقابت‌های ورزشی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی شمال، آمل، ص ۱۳.
۲. اسدی، نوید؛ سجادی، سید نصرالله؛ گودرزی، محمود؛ مرادی، آرام (۱۳۹۴). «تبیین شایستگی‌های مدیران رویدادهای ورزشی». نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۷، ش ۲، ص ۱۷۴-۱۵۹.
۳. المیری، مجتبی؛ نادریان جهرمی، مسعود؛ سلطان حسینی، محمد؛ نصر اصفهانی، علیرضا؛ رحیمی، محمد (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال ورزشگاه‌ها»، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۱، ش ۳، ص ۷۳-۶۱.

۴. الهی، علیرضا (۱۳۸۷). «موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، ص ۱۱۸-۱۱۲.
۵. الهی، علیرضا؛ سجادی، سید نصرالله؛ خبیری، محمد؛ ابریشمی، حمید (۱۳۸۹). «موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال ایران». فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، دوره ۷، ش ۲۸، ص ۶۸-۵۳.
۶. پورگنجی، سمیه؛ حیدری‌نژاد، صدیقه؛ شتاب بوشهری، سید ناهید؛ خطیبی، امین (۱۳۹۶). «شناسایی موانع ارتقای ورزشی زنان ورزشکار لیگ برتر استان خوزستان». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۹، ش ۴۲، ص ۱۶۲-۱۳۷.
۷. جابری، اکبر؛ نادریان جهرمی، مسعود؛ مظلومی سوینی، فرزانه (۱۳۹۲). «نقش کیفیت خدمات ورزشگاه‌ها در جذب و حفظ تماشاگران فوتبال». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره ۲، ش ۵، ص ۴۳-۲۵.
۸. رضوی، سید محمدجواد؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ فلاح، حمیدرضا (۱۳۹۵). «شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه و پیشرفت فوتبال استان یزد با استفاده از مدل‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۸، ش ۳۹، ص ۱۲۳-۱۳۸.
۹. ساعتچیان، وحید؛ الهی، علیرضا (۱۳۹۳). «تحلیل عاملی موانع بازاریابی جذب و توسعه هواداران باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۶، ش ۲۲، ص ۱۰۴-۸۵.
۱۰. ساعتچیان، وحید؛ الهی، علیرضا؛ رسولی، مهدی (۱۳۹۱). «توازن قدرت: تحلیل روند تعادل رقابتی لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ‌های برتر اروپا با استفاده از شاخص HICB». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۴، ش ۱۵، ص ۱۴۴-۱۲۹.
۱۱. ساعتچیان، وحید؛ علیزاده گلریزی، ابوالفضل؛ الهی، علیرضا (۱۳۹۲). «مقایسه انگیزه‌های وفاداری، سابقه حمایت و میزان حضور هواداران باشگاه‌های پرتعداد لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران». فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره ۳، ش ۶، ص ۱۳۵-۱۲۳.
۱۲. سلطان حسینی، محمد؛ سلیمی، مهدی؛ قاسمی، حمید؛ ترکیان ولاشانی، سمانه (۱۳۹۲). «به‌کارگیری روش تحلیلی سلسله‌مراتبی (AHP) در اولویت‌بندی موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های ورزشی». نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۵، ش ۳، ص ۱۵۹-۱۳۷.
۱۳. عسکریان، فریبا؛ شیرعلیزاده، زهرا؛ پناهی، حسین (۱۳۹۵). «عوامل اجتماعی مؤثر بر عملکرد تیم‌های شرکت‌کننده در جام جهانی فوتبال ۲۰۱۴ برزیل». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۸، ش ۳۹، ص ۱۵۴-۱۳۹.
۱۴. فتحی‌نیا، محمد؛ علیزاده، عبدالرحمان (۱۳۸۴). «خشونت‌گرایی تماشاگران فوتبال و نقش رسانه‌ها در کنترل آن». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۲، ش ۴۳-۴۲، ص ۱۰۶-۸۱.
۱۵. قراخلو، رضا؛ نیسیان، فریده (۱۳۸۶). «بررسی نگرش اقشار مختلف درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی مردان». نشریه پژوهش در علوم ورزشی، دوره ۵، ش ۱۷، ص ۵۰-۳۳.
۱۶. گری، شهلا (۱۳۹۷). «ارائه مدلی از توسعه بازاریابی لیگ برتر فوتبال ایران با تأکید بر حضور بانوان تماشاگر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، ۲۳.
۱۷. گیوریان، حسن؛ ذاکری، معصومه (۱۳۹۲). «نقش رسانه‌ها بر فرهنگ‌سازی». نشریه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، ش ۱، ص ۹-۳۵.

۱۸. مشهودی، زینب (۱۳۹۶). «ورزش بانوان از منظر فقه اسلامی». فصلنامه علمی تخصصی معرف اسلامی، دوره ۱۴، ش ۱۲۱، ص ۱۱۷-۱۴۰.
۱۹. میر غفوری، سید حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ میر فخرالدینی، سید حیدر (۱۳۸۸). «بررسی و تحلیل مسائل و مشکلات مؤثر بر مشارکت زنان در فعالیتهای ورزشی (مطالعه موردی: دختران دانشجوی دانشگاه یزد)». نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۱، ش ۱، ص ۸۳-۱۱۸.
۲۰. نامی، محسن؛ آقایی‌نیا، حسین (۱۳۸۵). «حقوق ورزش»، مجله دادرسی، دوره ۱۰، ش ۵۷، ص ۲۷-۲۴.
۲۱. نعمتی، نعمت‌الله؛ تجاری، فرشاد؛ زارعی، علی؛ اشرف گنجویی، فریده (۱۳۹۱). «آزمون مدل نظری عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ایران». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۴، ش ۱۳، ص ۱۰۷-۱۲۲.
22. <https://www.varzesh3.com/news/1483689/2017>
23. Klugman, M (2017). "Female Spectators, Agency, and the Politics of Pleasure: An Historical Case Study from Australian Rules Football". The Journal of History of Sport, 33(17), pp: 2087-2104.
24. Pradisathaporn, S., Somkuan, K., Yusaku, F., Preeche, P. Y. (2011). "An Intelligent and Multipurpose digital ticket using Ad Hoc Network, Procedia Engineering". The Journal of Engineering Science and Management, 8, pp: 296-300.
25. Rahulan, M., Troynikov, O., Watson, C., Janta, M., & Senner, V. (2013). "Consumer Purchase behavior of Sports Compression Garments- A Study of Generation Y and Baby Boomer Cohorts". The Journal of Procedia Engineering, (60), 163-169.
26. Scott D, Morrison M. (2006). "Key Ideas in Educational Research". London, Continuum International Publishing Group, pp: 119-126.

Designing the Model of Football Development in Iran with an Emphasis on the Preconditions of the Presence of Female Spectators

Shahla Gerey¹ - Masoumeh Kalateh Seifari^{2*} - Seyed Mohammad Hossein Razavi³

1. M.Sc. of Sport Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran 2. Associate Professor of Sport Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran 3. Professor of Sport Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

(Received: 2018/11/22; Accepted: 2019/6/10)

Abstract

The aim of this study was to design a model of football development in Iran with an emphasis on the preconditions of the presence of female spectators. This study was developmental in terms of aims and exploratory in terms of strategy that was conducted with a qualitative method. The population included professors and elites in sport management who were selected by purposive and snowball sampling methods and underwent semi-structured interviews. Based on the Grounded Theory, analysis and coding of the data were conducted in three stages, and 5 participants confirmed the validity and reliability of the coding by verifying the findings of the study. The results showed that the model was composed of three parts. At the first level of the model, 10 categories affected the preconditions of the presence of female spectators in Iran football stadiums. In the second part of the model, the preconditions for the presence affected likelihood of the maximum presence of the spectators and fans. At the third level, the maximum presence influenced the development of football in Iran. The research findings help sport managers and officials in Iran football sector to provide the preconditions for the presence of female spectators in football stadiums so that international football development in Iran can be accelerated and facilitated.

Keywords

Female spectators, football development, grounded theory, preconditions of presence, stadium.

* Corresponding Author: Email: mkalateh@umz.ac.ir;; Tel: 01135302201