



Designing the Model of Cultural Development of Iran's Professional Sports Clubs

Masomeh Hamzeh 

PhD student of sports management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Habib Honari * 

Professor of Sports Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Farzad Ghafouri 

Associate Professor of Sports Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Gholamreza Shabani Bahar 

Professor of Sports Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of the present research was to design the model of cultural development of professional sports clubs in Iran. The current research method is based on a qualitative approach to the Foundation's data method, which was conducted in the field in terms of practical purpose and in terms of data collection. The statistical population of this research included referees, players, coaches, club managers, members of the media, university specialists and experts, senior managers and policy makers, and 17 of them were selected through purposive sampling. The research tool was a semi-structured interview that continued until the theoretical saturation stage. Acceptability, transferability and verifiability methods were used to control the quality of the findings. The qualitative approach of grounded theory was used to design the model. Based on the identified open codes, the central codes were formed and the theoretical model was developed with the help of selective coding, then the paradigm model was approved by the opinion of experts. The pattern of cultural development of Iran's professional clubs affected by strategic planning, the attitude of managers and communication and considering the proposed strategies (media, education, effective mechanisms and women's sports) which are affected by the background conditions (laws and regulations,

* Corresponding Author: Honari_H@yahoo.com

How to Cite: Hamzeh, M., Honari, H., Ghafouri, F. & Shabani Bahar, G. (2025). Designing the Model of Cultural Development of Iran's Professional Sports Clubs. *New Approaches in Sports Mmanagement*, 13(50), 224-250

infrastructure) and organizational structure) as well as intervening conditions (interference of duties, society culture, economy and the nature of the club) can lead to the development of culture.

1. Introduction

Culture is understood as one of the necessities of today's societies, and its valuable position has led to efforts to improve it. Culture is clearly one of the needs of human societies today. Due to ethnic and cultural differences, Iranian society needs many educational fields in order to be able to enjoy good and healthy cultural communications and to provide a kind of social interaction with peace and social comfort. Cultural intolerance and tolerance towards different ethnicities can provide grounds for the formation of conflict, division and discrimination, in which case both the majority society and ethnic and religious minorities are affected by its negative effects. However, the lack of indigenous models in the path of cultural development and excellence in professional clubs, especially in Iran, has caused serious concern about improving culture in this area today. On the other hand, the lack of local models in this regard has prevented serious solutions from being formed in the direction of the cultural growth and development of professional clubs in Iran, which could be due to the lack of serious studies in this regard. This is while the social functions of professional sports can form conditions for the development of cultural issues, both positively and negatively. In a way that from a positive perspective; professional clubs can provide the basis for cultural excellence at the community level as cultural propagators. Also, from a negative perspective; professional clubs can provide the basis for harming the cultural field in sports by presenting and displaying false cultural patterns. With this in mind, the present study was designed and implemented with the aim of designing a cultural development model for professional sports clubs in Iran. Therefore, the question of the present study is what is the cultural development model for professional sports clubs in Iran?

2. Methodology

The present research approach is qualitative and is conducted using the grounded theory method. The grounded theory method is usually implemented in three ways: systematic, emergent, and adaptive (constructivist). In the present study, the systematic method attributed to Strauss and Corbin was used to analyze the data. The systematic method itself has three main stages: open coding, axial coding, and selective coding. The statistical population of this study includes referees, players, coaches, club managers, media people, academic experts and specialists, and senior managers and policymakers in the field of professional sports who were selected using purposive or theoretical sampling. The selection criteria for these individuals were their sports, managerial, and cultural backgrounds. A list of these individuals was prepared, which included 55 people. Then, correspondence was conducted with all of them, and out of these, 25 people expressed their willingness. Then, interviews were conducted with them in

order of the list. Due to the coronavirus pandemic, the interviews were conducted in the form of text files via email, WhatsApp or Telegram, and some were also conducted by telephone and video call. In this study, 17 people were interviewed, and from interview 14 onwards, repetition was observed in the information received, and from interview 15 onwards, the data was completely repetitive and reached theoretical saturation; but for certainty, it was continued until interview 17.

3. Results

Based on the identified open codes, core codes were formed and a theoretical model was developed using selective coding, then the paradigmatic model was approved by experts. The cultural development pattern of professional clubs in Iran, influenced by strategic planning, managers' attitudes and communication, and by considering the proposed strategies (media, education, effective mechanisms, and women's sports), which are influenced by the underlying conditions (laws and regulations, infrastructure, and organizational structure) as well as intervening conditions (task overlap, societal culture, economy, and the nature of the club), can lead to the development of culture.

4. Discussion

The valuable and key position of culture in the field of sports has led today to researchers in the field of sports trying to plan for the improvement and cultural excellence in the field of sports. Among the various dimensions of sports; professional sports, due to its valuable position, have an important role in the growth and excellence of sports. Improving the level of culture among groups and individuals is understood as one of the important and key indicators of developed countries. Today, extensive efforts have been made to improve the level of culture in various countries, and various researchers have tried to create evidence in this area. Creating local models for the development of culture in professional clubs can partially fill the gap in scientific planning in this regard. This issue has led to the design and implementation of the present study with the aim of designing a model for the cultural development of professional sports clubs in Iran.

5. Conclusion

According to the results of this study, it is suggested to use the media capacities in this regard for the cultural development of professional clubs in Iran. For this purpose, it is suggested to improve the educational content in the field of special culture of professional clubs in Iran to provide conditions for the cultural development of professional clubs in Iran. According to the results of this study, it is suggested to provide conditions for the cultural development of professional clubs in Iran by emphasizing procedural justice in the field of management and planning of sports activities and appropriate and fair coverage of men's and women's sports. Also, according to the results of this study, it is suggested to provide conditions for the cultural development of professional clubs in Iran by introducing, interviewing and celebrating

athletes, coaches and moral fans in the media. According to the results of this study, it is suggested to provide conditions for the cultural development of professional clubs in Iran by annually evaluating clubs based on the level of achievement of cultural goals and also encouraging and punishing clubs based on the results obtained. Also, according to the results of this study, it is suggested to organize institutions and interpreters active in decision-making and implementation of cultural affairs in sports, as well as to include a cultural clause in players' contracts and create guarantees in this regard, to provide conditions for the cultural development of professional clubs in Iran.

Keywords: cultural model, professional clubs, model, sports, Iran.

Ethical Considerations

Compliance with Research Ethical Guidelines: This article has been done considering all ethical principles.

Funding: This article is taken from the doctoral dissertation of the first person.

Authors' Contributions: All authors have participated in designing, implementing and writing all parts of the present study.

Conflicts of interest: The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgement: This article is extracted from the doctoral dissertation with the guidance and advice of the author's professors. We would like to thank everyone who helped us with this study.



انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران

----- رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی -----

دوره ۱۳، شماره ۵۰، پاییز ۱۴۰۴، ۲۲۴-۲۵۰

ntsmj2.issma.ir

<https://doi.org/10.22034/ntsmj.2024.2034910.1076>

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۴۰۲/۱۸

بازنگری: ۱۴۰۳/۲۸

پذیرش: ۱۴۰۳/۴/۱۹

انتشار: ۱۴۰۴/۸/۲۷


طراحی الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران


دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران


استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران


دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

معصومه حمزه 

حبیب هنری *

فرزاد غفوری 

غلامرضا شعبانی بهار 

چکیده

هدف از تحقیق حاضر، طراحی الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران بود. روش تحقیق حاضر، با رویکرد کیفی به روش داده‌بنیاد است که از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل داوران، بازیکنان، مربیان، مدیران باشگاه‌ها، اصحاب رسانه، متخصصین و خبرگان دانشگاهی و مدیران عالی و سیاستگذاران بودند که ۱۷ نفر از میان آن‌ها به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار تحقیق، مصاحبه نیمه‌ساختاری بود که تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. برای کنترل کیفیت یافته‌ها، از روش مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده شد. از رویکرد کیفی داده‌بنیاد جهت طراحی مدل استفاده شد. براساس کدهای باز شناسایی شده، کدهای محوری شکل گرفتند و به کمک کدگذاری انتخابی مدل نظری توسعه پیدا کرد، سپس مدل پارادایمی با نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران متأثر از برنامه‌ریزی راهبردی، نگرش مدیران و ارتباطی و با در نظر گرفتن راهبردهای پیشنهادی (رسانه، آموزش، مکانیزم‌های مؤثر و ورزش بانوان) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (قوانین و مقررات، زیرساخت‌ها و ساختار سازمانی) و همچنین شرایط مداخله‌گر (تداخل وظایف، فرهنگ جامعه، اقتصادی و ماهیت باشگاه) می‌باشد، می‌تواند منجر به توسعه فرهنگ گردد.

کلیدواژه‌ها: الگوی فرهنگی، ایران، باشگاه‌های حرفه‌ای، مدل، ورزش

* نویسنده مسئول: Honari_H@yahoo.com

مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبائی تهران است.

مقدمه

فرهنگ به عنوان یکی از ضروریات جوامع امروزی است که جایگاه ارزشمند آن سبب شده تا تلاش‌هایی در جهت بهبود آن انجام شود (Chen, et al., 2022) و همچنین یکی از نیازهای روز جوامع بشری مشخص است (Schuster, 2020). جامعه ایران به دلیل اختلاف قومی و فرهنگی نیازمند زمینه‌های آموزشی بسیاری است تا بتواند از ارتباطات فرهنگی خوب و سالم برخوردار باشد و نوعی تعامل اجتماعی همراه با آرامش و آسایش اجتماعی را فراهم آورد. نبود مدارا و تحمل فرهنگی نسبت به قومیت‌های مختلف می‌تواند زمینه‌های شکل‌گیری تضاد، تفرقه و تبعیض را فراهم آورد که در این صورت هم جامعه اکثریت و هم اقلیت‌های قومی و دینی تحت تأثیر آثار منفی آن قرار می‌گیرند (کهنکی و همکاران، ۱۳۹۵). توسعه و تحول فرهنگی به عنوان یکی از مسائل مهم در جهت شکل‌گیری وحدت، نقش مهمی در همگرایی تمامی گروه‌ها در حوزه‌های مختلف دارد به طوری که از مدیریت تنوع فرهنگی در جهت ایجاد یک بستر مناسب در بهره‌گیری از ظرفیت‌های فردی و گروهی استفاده می‌شود (Alas & Mousa, 2016). در صورتی که برنامه‌ریزی در حوزه توسعه فرهنگی مدیریت شود می‌تواند به عنوان یک پتانسیل و در غیر این صورت به عنوان یک آسیب جدی مشخص گردد (Maussen & Bader, 2012).

مقصود از توسعه فرهنگی ایجاد شرایط و امکانات مادی و معنوی مناسب برای افراد جامعه به منظور شناخت جایگاه آنان، رشد و افزایش علم و دانش و معرفت انسان‌ها، آمادگی برای تحوّل و پیشرفت و پذیرش اصول کلی توسعه، نظیر قانون‌پذیری، نظم و انضباط، بهبود روابط اجتماعی و انسانی و افزایش توانایی‌های علمی، اخلاقی و معنوی برای همه افراد جامعه است. توسعه فرهنگی، به ترویج خصایل و مکارم اخلاق و انسان متعالی می‌پردازد و یک شبه انجام نمی‌شود بلکه روندی کاملاً تدریجی توأم با تعالی فکر، اندیشه و بهبود نوع نگرش افراد در جامعه است (ایران‌دوست، ۱۳۹۴).

بهبود وضعیت فرهنگ در جوامع به عنوان یکی از نیازهای مهم و کلیدی کاملاً درک می‌شود (Palmer, 2020). ارتقای سطح فرهنگ در میان گروه‌ها و افراد به عنوان یکی از شاخص‌های مهم و کلیدی کشورهای توسعه‌یافته درک می‌شود (Wang & Ghauri, 2020). امروزه تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ارتقای سطح فرهنگ در کشورهای مختلف

انجام شده است و محققان مختلفی سعی در ایجاد شواهدی در این حوزه داشته‌اند (Burton, 2019). بدون شک، ارتقای سطح فرهنگ کشورها با توجه به ارزش‌های مورد انتظار می‌تواند منجر به ایجاد رفتارهای مطلوب در جوامع شود (Roll, et al., 2017). اسپائو و اسپائو^۱ (۲۰۲۰) مشخص نمودند که در مسیر توسعه‌یافتگی می‌بایستی به مسائل فرهنگی توجه داشت و تلاش‌هایی را در جهت بهبود وضعیت فرهنگ ایجاد نمود.

توسعه فرهنگ یکی از مسائل مهم در حوزه ورزش است که به صورت جدی دنبال شده و محققان مختلفی این حوزه را به صورت جدی دنبال نموده‌اند (Schulenkorf & Siefken, 2019). ورزش به واسطه برخورداری از مخاطبان گسترده از جایگاه مهم و ارزشمندی در جهت توسعه فرهنگ برخوردار است به طوری که امروزه بهره‌گیری از ورزش به عنوان یک راهکار در حوزه توسعه و تعالی فرهنگ مورد توجه قرار گرفته است (Quartiroli, et al., 2020). ذکر این نکته مهم است که عدم مدیریت و کنترل جریان‌های ورزشی می‌تواند باعث شود تا ورزش خود به عنوان بستری در جهت تخریب فرهنگ تبدیل گردد (Schulenkorf & Siefken, 2019). برنامه‌ریزی‌های فرهنگی در حوزه ورزش، علاوه بر تأثیر بر مخاطبان ورزش، می‌تواند زمینه اشاعه آن را در سطح جامعه و نیز شرایطی جهت توسعه فرهنگی فراهم نماید (Wagstaff & Burton-Wylie, 2018). اقدامات و تحقیقات اندکی درباره توسعه فرهنگی در ورزش انجام شده است. مثلاً می‌توان به مصوبه ۵۶۵ شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۳) اشاره کرد که در آن راهبردهای فرهنگی ورزش و تربیت بدنی در جمهوری اسلامی ایران تعیین شده است. اقدام دیگر نیز تعیین تعداد محدودی شاخص و هدف فرهنگی در برنامه‌های سوم و چهارم توسعه، نظام‌نامه جامع فرهنگ ورزش و تربیت بدنی و منشور فرهنگی ورزش است که می‌توان آنها را به ورزش قهرمانی تعمیم داد. بنابراین می‌توان استدلال کرد که موضوعات و مسائل مهم فرهنگی ورزش قهرمانی در کشور، مانند ترویج و توسعه مؤلفه‌های فرهنگ عمومی و ملی جامعه و همچنین ارائه و معرفی شاخص‌های فرهنگی برای توسعه فرهنگی همه‌جانبه در ورزش (ترجیحاً در ورزش قهرمانی) بیرون از دایره علایق پژوهشی محققان و نهادهای آموزشی و پژوهشی و نهادهای سیاستگذاری قرار گرفته است زیرا در اسناد بالادستی،

۱. Schau & Schau

مطالعات، تحقیقات، طرح‌ها و پژوهش‌ها، اهداف و سیاستگذاری‌های کلان جامعه، موضوع ورزش به‌ویژه در جنبه‌های فرهنگی، جدی به نظر نمی‌رسد و می‌توان این بخش را حوزه‌ای تقریباً فراموش شده در جامعه دانست؛ البته اخیراً وزارت ورزش و جوانان (۱۳۹۴) نظام‌نامه‌ای را با عنوان نظام‌نامه فرهنگی کشور منتشر کرده است.

پیشینه پژوهش

با توجه به اهمیت موضوع، در تحقیقات مختلفی به این مسئله اشاره شده است. روف^۱ (۲۰۱۶) اشاره داشت که افزایش اهمیت قدرت نرم، قدرت متقاعد کردن و جذب، به‌عنوان یک توسعه بزرگ در روابط بین‌الملل از زمان پایان جنگ سرد به شمار می‌رود. علاقه به دیپلماسی ورزشی و بین‌المللی یک فرصت برای به نمایش گذاشتن دستاوردها و فرهنگ‌های بومی و محلی، برندهای ورزشی و در این بین گسترش روابط بین ملت‌ها و دولت‌ها ایجاد کرده است. قدیمی و باقری (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان «بررسی اثرات فرهنگی اجتماعی توسعه ورزش در ایران با تأکید بر ورزش فوتبال» به این نتایج دست یافتند که جذب اقوام در جامعه ملی توسط ورزش فوتبال یکی از کارکردهای هویت‌ساز آن است. در ایران، به دلیل تنوع قومی فراوانی که وجود دارد، گرایش به هویت‌های محلی در هر زمان امکان تحت‌الشعاع قرار دادن هویت ملی را فراهم می‌آورد. دوبینسکی^۲ (۲۰۱۹) در تحقیق خود که با هدف «از قدرت نرم تا دیپلماسی ورزشی: یک بحث نظری و مفهومی» انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزشی می‌تواند به شکل‌گیری دیپلماسی فرهنگی در این حوزه منجر گردد. ایران‌دوست (۱۳۹۴) نیز پس از بررسی‌های خود پی برد که مهندسی فرهنگ ورزش و تربیت‌بدنی نیازمند اقدامات مطالعاتی است که با تدوین مبانی و شاخص‌ها و ارزیابی وضعیت و آمایش سرزمینی و بازنگری در اسناد موجود همراه بود؛ در چارچوب سند ملی مهندسی فرهنگی کشور و سایر اسناد بالادستی باید تدوین و تنظیم شود و اجرای آن نیازمند یک ستاد قوی نظارتی و پشتیبانی است.

۱. Rofe, J.S.

۲. Dubinsky, Y.

سان^۱ (۲۰۲۰) پس از بررسی‌های خود پی برد که با توجه به تغییرات در عصر رسانه‌های جدید، بهره‌گیری از بازاریابی فرهنگی نقش مهمی در بهبود وضعیت بازاریابی و فرهنگ خواهد داشت. مهرابی (۱۳۹۱) نیز پس از بررسی‌های خود پی برد که بین نوع مخاطب و میزان تأثیرپذیری از الگوسازی رسانه‌ای از ورزشکاران، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. بررسی جامع‌تر اسناد بالادستی مانند سند چشم‌انداز و برنامه‌های چهارگانه توسعه، گویای واقعیت جدی نبودن فرهنگ در اهداف و سیاستگذاری‌های کلان جامعه است زیرا در برنامه اول و دوم توسعه به دلیل مشکلات بعد از جنگ، فرهنگ ورزش مورد غفلت واقع شد، در برنامه سوم نیز فصلی با عنوان «فرهنگ، هنر و تربیت بدنی» مطرح شد که امور و فعالیت‌های فرهنگی را به صورت بخشی و فرابخشی مورد توجه قرار داده است اما به دلیل انجام امور موازی و هزینه‌بر بودن آنها عملاً در این برنامه توسعه فرهنگی نیز به خوبی اجرا نشد. برنامه چهارم توسعه در قیاس با برنامه‌های پیشین از جامعیت بیشتری برخوردار بود زیرا در این برنامه تولید و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی، بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی- فرهنگی، موزه‌های کوچک فرهنگی، ورزشی، ادبی و علمی کشور مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفت. در مجموع، نگاه غالب بر این برنامه‌ها نگاه اقتصادی بود زیرا در نظام برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، نقش فرهنگ به طور مستقل مورد توجه قرار نگرفته است و در تدوین سیاستگذاری‌ها، فرهنگ حتی جزئی از اجزای اقتصادی و تکنولوژیک مورد توجه نبود، چه رسد به آنکه خود مبنایی برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در اقتصاد و سیاست باشد، حتی در جداول شاخص‌های فرهنگی قانون برنامه چهارم، شاخص‌های فرهنگی و پژوهشی را هم با دید اقتصادی مورد توجه قرار داده‌اند.

باین حال، نبود مدل‌های بومی در مسیر توسعه و تعالی فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای به خصوص در کشور ایران باعث شده تا امروزه دغدغه جدی در خصوص بهبود فرهنگ در این حوزه شکل نگیرد. همچنین، نبود مدل‌های بومی در این خصوص باعث شده است تا راهکارهای جدی در مسیر رشد و توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای در کشور ایران شکل نگیرد که این مسئله می‌تواند ناشی از نبود مطالعات جدی در این خصوص باشد. این در حالی

۱. Sun, H.

است که کارکردهای اجتماعی ورزش حرفه‌ای می‌تواند از دو جنبه مثبت و منفی، شرایطی جهت توسعه مسائل فرهنگی را شکل دهد به طوری که از جنبه مثبت، باشگاه‌های حرفه‌ای می‌توانند زمینه تعالی فرهنگی در سطح جامعه را به عنوان مبلغان فرهنگ را فراهم نمایند. همچنین از جنبه منفی نیز باشگاه‌های حرفه‌ای می‌توانند به واسطه ارائه و نمایش الگوهای غلط فرهنگی، زمینه جهت آسیب‌رسانی به حوزه فرهنگی در ورزش را فراهم نمایند. لذا تحقیق حاضر با هدف طراحی الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران طراحی و اجرا شده است. سؤال تحقیق حاضر این است که الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران به چه صورت می‌باشد؟

روش

رویکرد تحقیق حاضر از نوع کیفی است که با روش داده‌بنیاد^۱ انجام شده است. روش داده‌بنیاد معمولاً به سه شیوه سیستماتیک، نوحاسته و سازگار (ساخت‌گرایانه) اجرا می‌شود. در تحقیق حاضر از روش سیستماتیک که به استراوس و کوربین^۲ نسبت داده می‌شود، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. روش سیستماتیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش شامل داوران، بازیکنان، مربیان، مدیران باشگاه‌ها، اصحاب رسانه، متخصصین و خبرنگاران دانشگاهی و مدیران عالی و سیاستگذاران حوزه ورزش حرفه‌ای می‌باشند که به روش نمونه‌گیری هدفمند یا نظری انتخاب شده‌اند. معیار انتخاب این افراد، سابقه ورزشی، مدیریتی و فرهنگی بود. لیستی از این افراد شامل ۵۵ نفر تهیه شد سپس با همه آن‌ها مکاتباتی صورت گرفت و از این تعداد، ۲۵ نفر اعلام آمادگی نمودند. سپس به ترتیب لیست، با آن‌ها مصاحبه انجام شد. مصاحبه‌ها به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا به صورت فایل متنی از طریق ارسال ایمیل، در واتساپ و یا تلگرام و برخی نیز به صورت تلفنی و تماس تصویری انجام شد. در این مطالعه با ۱۷ نفر مصاحبه انجام شد که از مصاحبه ۱۴ به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی

۱. Grounded Theory

۲. Strauss & Corbin

مشاهده گردید و از مصاحبه ۱۵ به بعد داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسیده بود اما برای اطمینان تا مصاحبه ۱۷ ادامه یافت. جهت بررسی کنترل کیفیت یافته‌ها از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری و برای سنجش پایایی از مطالعه حسابرسی فرآیند و توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده گردید (جداول ۱ و ۲).

جدول ۱. کنترل کیفیت یافته‌ها

نتیجه	روش	
تأیید	تأیید فرآیند پژوهش توسط هفت متخصص	قابلیت باورپذیری (اعتبار)
تأیید	استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه	
تأیید	نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند	انتقال‌پذیری
تأیید	ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها	تأییدپذیری
تأیید	در اختیار قرار دادن اطلاعات به اساتید راهنما و مشاور	مطالعه حسابرسی فرآیند
تأیید	تحلیل سه مصاحبه توسط محقق و همکار و مشخص نمودن کدهای مشابه و غیرمشابه	توافق درون‌موضوعی دو کدگذار

مأخذ: یافته‌های پژوهش

برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری مدیریت ورزشی درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند؛ آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها به ایشان انتقال داده شد. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در نظر دو نفر هم مشابه هستند با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص می‌شوند. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق درون‌موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود محاسبه شد. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. محاسبه پایایی بین دو کُدگذار

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کُدگذار (درصد)
۱	P1	۴۲	۱۸	۶	٪۸۵/۷
۲	P9	۳۹	۱۶	۷	٪۸۲
۳	P13	۵۱	۲۳	۵	٪۹۰/۲
	کل	۱۳۲	۵۷	۱۸	٪۸۶/۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود تعداد کل کدها که توسط محقق و همکار پژوهش به ثبت رسیده است برابر ۱۳۲، تعداد کل توافقات بین این کدها ۵۷ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها برابر ۱۸ است. پایایی بین کُدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکر شده برابر ۸۶/۴ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (۲)، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است. از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای^۱ نسخه پرو برای تحلیل مصاحبه‌ها استفاده گردید.

یافته‌ها

نتایج جمعیت‌شناختی پژوهش در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

کد مصاحبه‌شونده	جنسیت	سن	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی
P1	زن	۳۱	کارشناسی ارشد	تربیت بدنی
P2	زن	۴۲	دکتری	تربیت بدنی
P3	مرد	۵۳	کارشناسی ارشد	علوم سیاسی
P4	مرد	۳۳	کارشناسی ارشد	برق و الکترونیک
P5	زن	۳۲	کارشناسی ارشد	تربیت بدنی
P6	زن	۵۹	کارشناسی ارشد	تربیت بدنی
P7	مرد	۵۰	کارشناسی ارشد	روانشناسی
P8	مرد	۷۵	کارشناسی ارشد	ادبیات فارسی
P9	مرد	۴۳	دکتری	تربیت بدنی
P10	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد	گردشگری
P11	مرد	۶۰	دکتری	تربیت بدنی

P12	مرد	۴۹	کارشناسی ارشد	تربیت بدنی
P13	مرد	۴۱	کارشناسی ارشد	مدیریت
P14	مرد	۵۸	دکتری	سیاست‌گذاری عمومی
P15	مرد	۵۳	کارشناسی ارشد	علوم اجتماعی
P16	مرد	۶۳	دکتری	تربیت بدنی
P17	زن	۵۵	کارشناسی ارشد	امور فرهنگی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در بخش کد‌گذاری نخست همه مصاحبه‌ها مورد بررسی قرار گرفتند و پس از بررسی و تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، فرآیند کد‌گذاری آغاز گردید. به منظور جمع‌آوری اطلاعات و پوشش مدل پژوهش از طریق مطالعه کتب، مقالات و نیز با استفاده از نظر متخصصین تعداد ۶ سؤال به‌عنوان سؤالات مصاحبه مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت با انجام مراحل مختلف کد‌گذاری و تعیین عوامل مرتبط تعداد ۱۲۸ کد در قالب ۱۷ مقوله اصلی مرتبط با مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شناسایی شدند.

جدول ۴. نمونه‌ای از کد‌گذاری اولیه مصاحبه‌ها

کدهای اولیه	نکات کلیدی مصاحبه
شاخص‌های فرهنگی	شاخص‌های فرهنگی مثل میزان انجام فعالیت‌های ورزشی برای تمام گروه‌های افراد با هر رنگ، مذهب و نژاد و حتی با هر گونه سطح درآمدی می‌باشد.
تمامی گروه‌های افراد	
رنگ	
نژاد	
مذهب	
سطح درآمدی	
توسعه فرهنگ ورزش	به نظرم خیلی مهم است که باشگاه‌های ورزشی بتوانند گامی مؤثر در توسعه فرهنگ ورزش در عموم مردم بردارند تا هم مسئولیت اجتماعی خود را جامه عمل بپوشانند و هم به منافع مادی و معنوی خود دست یابند.
مسئولیت اجتماعی	
منافع مادی	
منافع معنوی	
نقش محیط در ایجاد فرهنگ	زمینه و محیط باید برای فرهنگ مشخص باشد
نقش مدیر در شکل‌گیری فرهنگ	در باشگاه‌های ورزشی نحوه مدیریت باشگاه، شفافیت و سلامت مدیریت در ایجاد فرهنگ در باشگاه‌ها مهم است.
شفافیت وظایف	وظایف معاونت‌های فرهنگی باید دقیق مشخص شود

نکات کلیدی مصاحبه	کدهای اولیه
مدیران باید از اهمیت فرهنگ در باشگاه‌ها آگاه شوند	آگاه‌سازی مدیران
به علت دغدغه‌های اقتصادی، بسیاری از باشگاه‌های ورزشی بودجه لازم برای کارهای فرهنگی در اختیار آن‌ها قرار داده نمی‌شود.	دغدغه‌های اقتصادی
امور فرهنگی در ورزش باید مشمول یک سری از معافیت‌ها باشد و از یک سری تسهیلات مانند وام‌های بلندمدت کم‌بهره برخوردار باشد.	طرح‌های حمایتی
همچنین امور فرهنگی در ورزش باید مشمول تسهیلات برخوردار باشد.	تسهیلات برای فعالان در حوزه فرهنگ
در باشگاه‌های ورزشی عناصر فراوانی وجود دارد که پیش‌برنده فرهنگ هستند. ما باید بتوانیم این عناصر را به‌خوبی شناسایی کنیم	شناخت عوامل اثرگذار
در باشگاه‌های ورزشی عناصر فراوانی وجود دارد که پیش‌برنده فرهنگ هستند. ما باید بتوانیم برای استفاده از این ظرفیت‌ها خوب برنامه‌ریزی کنیم.	برنامه‌ریزی برای عوامل اثرگذار در فرهنگ
تعریف عملیاتی دقیقی راجع به فرهنگ نداریم	نبود تعریف دقیق
تعریف عملیاتی نداشتن باعث کلی‌گویی می‌شود و ما نمی‌توانیم یک نگاه جزئی و کاربردی نسبت به موضوعات فرهنگی داشته باشیم.	نبود نگاه جزئی و کاربردی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در ادامه، کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها در هر ۶ بعد اصلی مدل پارادایمی استراوس و کوربین، به‌صورت مجزا ارائه شده است.

جدول ۵. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پدیده اصلی

مقوله اصلی	مقوله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
شاخص‌های فرهنگی	اخلاق	سطح رعایت فاکتورهای اخلاقی در بین ورزشکاران در داخل زمین	P1, P2, P5, P13
		سطح رعایت فاکتورهای اخلاقی در بین ورزشکاران در خارج زمین	P6, P8, P15
مشارکت بانوان	مشارکت	سطح رعایت فاکتورهای اخلاقی (پرهیز از ناسزاگویی، پرخاشگری، اوباشگری و ...) در بین هواداران و تماشاچیان	P2, P4, P6, P16
		میزان مشارکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی در سطح حرفه‌ای	P1, P3, P17

مقوله اصلی	مقوله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
		میزان مشارکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی در سطح همگانی	P2, P4, P6, P16
		میزان موفقیت بانوان ورزشکار در میداين بين‌المللی	P3, P6, P8, P14
		مشارکت بانوان در فعالیت‌های ورزشی با حفظ حجاب	P1, P10, P11, P15
		گرایش کودکان به ورزش	P2, P4, P6, P13
به ورزش گرایش		میزان انجام فعالیت‌های ورزشی در اوقات فراغت	P2, P4, P5, P7
		گرایش اقشار کمتر برخوردار به ورزش	P1, P2, P10, P16
		گرایش معلولان به ورزش	P4, P11, P12

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بنابراین نتایج حاصل از ۱۷ مصاحبه انجام شده، از طریق کدگذاری باز و محوری نشان داد که ۱۱ کد مفهومی و ۳ مقوله (اخلاق، ورزش بانوان و گرایش به ورزش) از ابعاد و مؤلفه‌های پدیده اصلی مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

جدول ۶. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی شرایط علی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
		نگرش مدیران نسبت به اولویت فرهنگ در باشگاه	P5, P9, P12, P15
نگرش مدیران	نگرش مدیران	نگرش مدیران نسبت به بهره‌گیری از مشاوران فرهنگی در باشگاه	P3, P4, P8, P9
		نگرش مدیران نسبت به استفاده از تجربیات نهادهای دیگر و یا باشگاه‌های موفق	P1, P2, P6, P17, P16
برنامه‌ریزی راهبردی	برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه فرهنگ در باشگاه	P2, P4, P7, P13, P17
		برنامه‌ریزی استراتژیک و عملیاتی برای توسعه فرهنگ در باشگاه	P4, P6, P9
		کارگروه تخصصی با حضور ذینفعان برای تدوین برنامه	P9, P11, P12
ارتباطی	نظارت	تعیین متولیان اجرای برنامه	P3, P4, P8, P15
		همسوسازی استراتژی‌ها و مأموریت با اهداف فرهنگی	P1, P2, P9, P10
		نظارت بر اجرای برنامه‌ها	P2, P3, P9, P14
		ارزیابی و ارائه بازخورد به نتایج	P1, P4, P6, P8
هماهنگی	هماهنگی	هماهنگی درون‌سازمانی	P2, P4, P5, P8
		هماهنگی بین‌سازمانی	P1, P3, P7, P16
		هماهنگی با خبرگان و متخصصین بیرونی	P5, P7, P8, P9

P2, P3, P10, P17	ارتباط با ذینفعان	همکاری
P5, P9, P12, P15	ارتباط با رسانه	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که ۱۵ کد مفهومی، ۵ مقوله فرعی و ۲ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های شرایط علی مؤثر بر مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

جدول ۷. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل زمینه‌ای

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
قوانین و مقررات	قوانین حمایتی	تصویب و اصلاح قوانین خاص برای فرهنگ	P2, P5, P6, P13
		رفع موانع قانونی در جهت سرمایه‌گذاری و تأمین مالی امور فرهنگی	P6, P7, P9, P14
قوانین مربوط به حجاب	قوانین مربوط به حجاب	قانون معافیت مالیاتی برای امور فرهنگی	P10, P11, P15
		ساختارهای حقوقی ورزشی در جهت مبارزه ساختارمند با ناهنجاری‌های اخلاقی و فرهنگی	P2, P5, P9
		تشکیل کمیته‌های اخلاقی	P6, P8, P10
		پیگیری قضایی امور	P3, P5, P7, P17
تجهیز اماکن	تجهیز اماکن	ضمانت اجرایی قوانین و برنامه‌های اصلاحی	P1, P5, P8, P13
		گسترش و بهینه‌سازی فرهنگ عفاف در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای	P3, P6, P8, P15
زیرساخت‌ها	افزایش اماکن	طراحی لباس‌های مناسب و در راستای حفظ عفاف و حجاب برای ورزشکاران	P1, P2, P6
		تأکید بر اجرای مقررات انضباطی در جهت گسترش فرهنگ عفاف	P3, P7, P8, P16
زیرساخت‌ها	افزایش اماکن	نصب دوربین مداربسته	P2, P7, P9, P17
		نصب هشدارهای انضباطی	P1, P3, P8
		ارائه پیام‌های فرهنگی از طریق تابلوهای متحرک و ثابت	P3, P6, P8, P15
		توسعه بهداشت فردی و عمومی	P2, P4, P5, P8, P16
زیرساخت‌ها	افزایش اماکن	توسعه و ساخت اماکن ورزشی	P1, P4, P9, P15
		توسعه و افزایش اماکن ورزشی مختص بانوان	P4, P6, P7, P8, P16
		جلوگیری از تغییر کاربری اراضی	P3, P4, P9, P15
اماکن منطبق بر	اماکن منطبق بر	زیرساخت لازم برای میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی برای انتشار فرهنگ	P1, P3, P7

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
جهانی	استانداردهای	تناسب المان‌های معماری (رنگ، نور، صدا و...)	P4, P6, P8, P17
		کیفیت تجهیزات و تأسیسات	P3, P6, P9
ساختار سازمانی	بخش‌ها	کمیته فرهنگی در بدنه باشگاه	P4, P6, P9, P17
		متولی فرهنگی باشگاه در ساختار سازمانی	P1, P2, P4, P5, P7, P9
		کمیته فرهنگی در فدراسیون و ادارات ورزش و جوانان	P2, P4, P7, P14
		واحد فرهنگی سازمان لیگ	P2, P6, P10
منابع انسانی	مدیریت مؤثر	مدیریت تفاوت‌های فرهنگی، قومی و ملی	P1, P3, P6, P17
		تطبیق فرهنگ	P4, P7, P11

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که ۲۶ کد مفهومی، ۸ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل زمینه‌ای مؤثر بر مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

جدول ۸. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی عوامل مداخله‌گر

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
فرهنگ جامعه	معیارهای رفتاری	عدم درک خرده‌فرهنگ‌ها	P1, P3, P9, P15
		رسوخ برخی ناهنجاری‌ها	P4, P5, P8, P17
		زدوبنده‌های غیراخلاقی	P1, P3, P5, P15
		تبعیض نژادی، قومی و جنسیتی	P2, P4, P6, P9
		افتراقات سیاسی و مذهبی	P3, P5, P7, P10
مدیریت رفتارها	فرهنگ ضعیف جامعه در برخورد با رفتارهای غیراخلاقی		P2, P3, P5, P6, P8, P16
		نبود عدالت اجتماعی	P1, P3, P5, P14
		نبود مجازات رسمی برای بی‌اخلاقی و هنجارشکنی	P4, P5, P7, P10
آموزش و پرورش	تخصیص بودجه	عدم شفاف‌سازی قوانین و مقررات و سیاست‌ها و خط‌مشی	P2, P7, P9, P13
		دید نادرست آموزش و پرورش درباره فرهنگ	P10, P12, P17
		عدم توجه به رشد فضائل اخلاقی بچه‌ها	P3, P5, P9, P14
اقتصادی	تخصیص بودجه	بی‌برنامگی در هزینه و امور فرهنگی	P3, P5, P8, P16
		نبود بودجه کافی برای اجرای برنامه‌ها از سوی باشگاه‌ها	P2, P4, P5, P15

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان	
سرمایه‌گذاری	نتیجه‌محور	ناکارآمدی سیستم تخصیص بودجه	P3, P5, P6, P8, P17	
		اهمیت نداشتن مسائل فرهنگی	P2, P4, P6, P16	
		نداشتن منافع مادی مستقیم از برنامه‌های فرهنگی	P4, P6, P8, P15	
	ماهیت باشگاه‌ها	وجود روزمرگی	پرهزینه بودن فعالیت‌های فرهنگی	P2, P3, P7, P17
			ابهامات در مقررات سرمایه‌گذاری بخش فرهنگی	P1, P3, P5, P16
	تداخل وظایف	بیرونی	کم‌گرا و نتیجه‌محور بودن باشگاه‌های ورزشی	P5, P7, P8, P14
			نداشتن برنامه هدفمند و بلندمدت	P6, P9, P10, P13
قطع ارتباط با دنیا			P10, P11, P12, P14	
مداخله گر مؤثر بر مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.	درونی	استفاده ابزاری از ورزش برای رسیدن به مقاصد و اهداف غیرورزشی	P2, P10, P12	
		دخالت نهادهای ورزشی در کار یکدیگر	P2, P10, P11	
	بیرونی	اعمال نفوذ از سوی مراجع قدرت	عدم نظارت دقیق نهادهای بالادستی	P2, P10, P11
			عدم پیروی از اسناد بالادستی	P2, P6, P10, P17
		سلامت و شفافیت و دوری از فساد اداری دولت	P2, P6, P10, P14	
		اعمال نفوذ از سوی مراجع قدرت	P2, P4, P8, P15	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که ۲۸ کد مفهومی، ۹ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های عوامل مداخله گر مؤثر بر مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

جدول ۹. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی راهبردهای مؤثر

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
رسانه	حمایت و پشتیبانی	ساخت برنامه‌هایی ویژه برای توسعه فرهنگ و مسائل فرهنگی در باشگاه‌ها	P2, P6, P8, P13
		معرفی، مصاحبه و تجلیل از ورزشکاران، مربیان و هواداران بااخلاق در رسانه‌ها	P1, P3, P10, P15
	اطلاع‌رسانی	ترجمه، تألیف و نشر کتاب در حوزه‌های فرهنگ و ورزش	P1, P3, P5, P16
		اختصاص نشریات یا صفحات ویژه فرهنگی ورزشی	P2, P4, P6, P17
		ارزیابی و نقد باشگاه‌هایی که مسائل فرهنگی در دستور کار آن‌ها قرار ندارد.	P2, P4, P6, P16

مقوله اصلی	مقوله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
		معرفی باشگاه‌های موفق در جذب گروه‌های کمتر برخوردار، معلولین، سالمندان و ...	P9, P11, P12, P15
		نشان دادن مشکلات و راهکارهای توسعه فرهنگ ورزش	P2, P4, P6, P17
		نشان دادن قابلیت‌های بانوان در ورزش	P3, P5, P7, P8, P13
		آموزش نیروهای انسانی متخصص در زمینه فرهنگ در ورزش	P2, P4, P6, P14
		آموزش مربیان، ورزشکاران و هواداران درخصوص رعایت مسائل فرهنگی	P1, P3, P4, P5, P16
	آموزش	آموزش به کارشناسان حوزه فرهنگی	P4, P6, P8, P17
		آموزش مسائل فرهنگی از کودکی و در آموزش و پرورش	P4, P7, P8, P15
	آموزشی	الگوپردازی از الگوهای برتر ملی و بین‌المللی	P7, P9, P10, P17
		الگوپردازی از باشگاه‌های پیشرو در زمینه فرهنگ	P2, P4, P5, P16
		آگاه‌سازی مدیران باشگاه‌ها از منافع مادی و معنوی رعایت مسائل فرهنگی از سوی فدراسیون‌ها و وزارت ورزش و جوانان	P1, P3, P4, P14
	آگاهی	آگاه‌سازی بازیکنان از بازخورد مثبت اقدامات فرهنگی مهیا نمودن شرایط حضور بانوان در فعالیت‌های ورزشی از طریق اعطای تسهیلات ویژه به باشگاه‌ها از سوی دولت	P3, P4, P6, P16 P7, P8, P11, P17
		تجلیل از بانوان ورزشکار	P2, P5, P8, P15
		تخصیص اماکن ورزشی مختص بانوان در باشگاه‌ها	P3, P5, P7, P16
	ورزش	تخصیص سانس ویژه و مناسب برای حضور بانوان	P2, P4, P7, P17
	بانوان	ایجاد هماهنگی بین بخش‌ها و سازمان‌های مختلف در جهت رفع موانع پیش روی بانوان برای حضور در باشگاه‌های ورزشی	P2, P4, P6, P16
		به‌کارگیری مربیان زن با تخصص بالا در سطح ملی و بین‌المللی	P5, P6, P8, P14
		راه‌اندازی کانون بانوان هوادار	P3, P5, P7, P13
		ارزیابی سالانه باشگاه‌ها براساس میزان دستیابی به اهداف فرهنگی	P2, P4, P9, P14
	مکانیزم مؤثر مدیریتی	ارزیابی برنامه‌های آموزشی	P1, P4, P10, P17
	نظارت و ارزیابی		

مقاله اصلی	مقاله فرعی	ابعاد و ویژگی‌ها	کد مصاحبه‌شوندگان
		بازخورد به باشگاه‌ها	P2, P3, P6, P13
		تشویق و تنبیه باشگاه‌ها براساس نتایج	P6, P7, P9, P14
		وجود چهره‌های فرهنگی در میان مدیران ورزشی	P3, P5, P7, P15
		تأمین فضای کافی برای عرضه محصولات فرهنگی ورزشی.	P6, P8, P9, P14
سازماندهی		ساماندهی نهادها و ترجمان‌های فعال در تصمیم‌گیری و اجرای امور فرهنگی در ورزش	P3, P5, P7, P16
		تعیین وظایف دقیق معاونت‌های فرهنگی	P3, P5, P9, P17
		ساماندهی کانون هوادارای	P2, P4, P7, P17
		گنجاندن بند فرهنگی به قراردادهای بازیکنان	P3, P4, P11, P16

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که ۳۳ کد مفهومی، ۷ مقاله فرعی و ۴ مقاله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های راهبردهای مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

جدول ۱۰. خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها برای شناسایی پیامدهای مؤثر

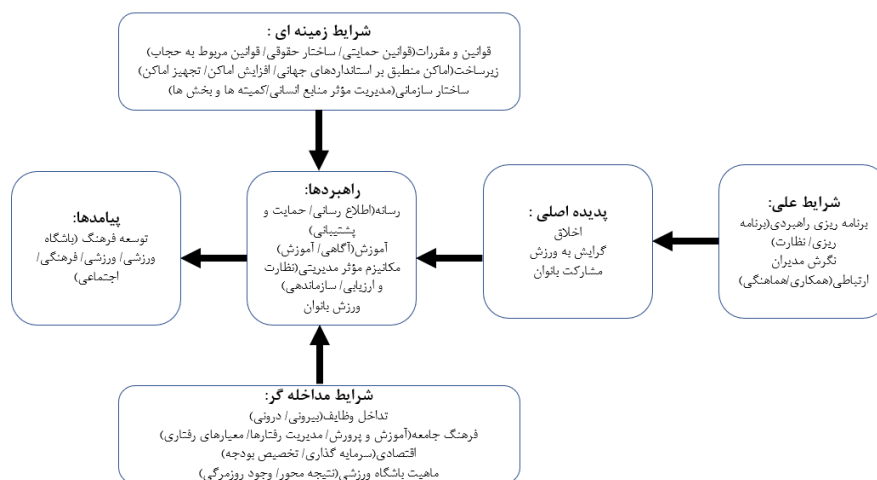
مقاله اصلی	مقاله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
		شکل‌گیری فرهنگ در باشگاه‌های ورزشی	P2, P10, P11
	فرهنگی	ترویج اخلاق و رفع بی‌اخلاقی‌ها در ورزش	P4, P11, P12
		رفع ناهنجاری‌ها در ورزش	P3, P5, P7, P16
		حضور بیشتر بانوان در ورزش	P4, P6, P8, P14
	ورزشی	حضور بیشتر گروه‌های کمتر برخوردار، معلولین، سالمندان، کودکان و... در باشگاه ورزشی	P6, P8, P9, P15
		کاهش تخلفات	P7, P10, P12, P17
توسعه فرهنگ		افزایش سرمایه‌گذاری و اسپانسرهای خصوصی	P3, P6, P8, P14
	باشگاه	بهبود وجهه باشگاه ورزشی	P2, P4, P7, P15
	ورزشی	افزایش وفاداری به باشگاه ورزشی	P3, P5, P8, P15
		کاهش هزینه باشگاه‌داری	P2, P4, P7, P14, P16
		وحدت و انسجام ملی	P3, P5, P9, P13, P17
اجتماعی		شور و نشاط اجتماعی	P2, P4, P7, P16
		ترویج الگوهای مثبت و حذف الگوهای منفی	P3, P5, P7, P15
		ایجاد آرامش اجتماعی	P3, P6, P9, P17

مقاله اصلی	مقاله	مفاهیم	کد مصاحبه‌شوندگان
		کاهش هزینه‌های مردم و حاکمیت	P1, P4, P5, P14

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان داد که ۱۵ کد مفهومی، ۴ مقوله فرعی و ۱ مقوله اصلی از ابعاد و مؤلفه‌های پیامدهای اجرای راهبردهای مدل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

شکل ۱. مدل نهایی الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران



مأخذ: یافته‌های پژوهش

الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران متأثر از برنامه‌ریزی راهبردی، نگرش مدیران و ارتباطی و با در نظر گرفتن راهبردهای پیشنهادی (رسانه، آموزش، مکانیزم‌های مؤثر و ورزش بانوان) که متأثر از شرایط زمینه‌ای (قوانین و مقررات، زیرساخت‌ها و ساختار سازمانی) و همچنین شرایط مداخله‌گر (تداخل وظایف، فرهنگ جامعه، اقتصادی و ماهیت باشگاه) می‌باشد، می‌تواند منجر به توسعه فرهنگ (باشگاه ورزشی، ورزشی، فرهنگ و اجتماعی) گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

جایگاه ارزشمند و کلیدی فرهنگ در حوزه ورزش سبب گردیده است تا امروزه محققان حوزه ورزش سعی در برنامه‌ریزی درخصوص بهبود و تعالی فرهنگی در حوزه ورزش دارند. در میان ابعاد مختلف ورزش، ورزش حرفه‌ای به واسطه جایگاه ارزشمند خود از نقش مهمی در جهت رشد و تعالی ورزش برخوردار است. ارتقای سطح فرهنگ در میان گروه‌ها و افراد به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم و کلیدی کشورهای توسعه‌یافته درک می‌گردد. امروزه تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ارتقای سطح فرهنگ در کشورهای مختلفی انجام شده است و محققان مختلفی سعی در ایجاد شواهدی در این حوزه داشته‌اند. ایجاد الگوهای بومی در جهت توسعه فرهنگ در باشگاه‌های حرفه‌ای می‌تواند خلأ برنامه‌ریزی‌های علمی در این خصوص را تا حدی رفع نماید. این مسئله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر با هدف طراحی الگوی توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران طراحی و اجرا گردد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که تعداد ۱۲۸ کد در قالب ۱۷ مقوله اصلی مرتبط با مدل توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شناسایی شدند. با این حال، تلاش جهت توسعه فرهنگی در پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. مهربانی (۱۳۹۱) نیز پس از بررسی‌های خود پی برد که بین نوع مخاطب و میزان تأثیرپذیری از الگوسازی رسانه‌ای از ورزشکاران رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. ایران‌دوست (۱۳۹۴) نیز پس از بررسی‌های خود پی برد که مهندسی فرهنگ ورزش و تربیت بدنی نیازمند اقدامات مطالعاتی است که با تدوین مبانی و شاخص‌ها و ارزیابی وضعیت و آمایش سرزمینی و بازنگری در اسناد موجود همراه بود. سان (۲۰۲۰) پس از بررسی‌های خود پی برد که با توجه به تغییرات در عصر رسانه‌های جدید، بهره‌گیری از بازاریابی فرهنگی نقش مهمی در بهبود وضعیت بازاریابی و فرهنگ خواهد داشت. می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات مهربانی (۱۳۹۱)، ایران‌دوست (۱۳۹۴) و سان (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. به نظر می‌رسد کارکردهای قوانین و مقررات، زیرساخت‌ها و ساختار سازمانی در جهت بسترسازی جنبه‌های فرهنگی درخصوص باشگاه‌های حرفه‌ای ایران سبب گردیده است تا از این جنبه‌ها به‌عنوان یک عامل مهم در جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران یاد شود. همچنین در این خصوص موانعی شامل تداخل وظایف، فرهنگ جامعه، اقتصادی و ماهیت باشگاه به‌عنوان محدودیت‌های موجود در حوزه تعالی فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران، می‌تواند روند توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نماید. با این حال، فرهنگ مهم‌ترین عامل

در تغییرات و تحولات اجتماعی است. به بیان دیگر، فرهنگ زیربنای تمامی تغییرات و تحولات در جامعه است و مسلماً توسعه فرهنگ اجتماعی نیز در این زمینه تابعی از فرهنگ و توسعه فرهنگی است. توسعه فرهنگ اجتماعی به معنای تحقق و دگرگونی بنیادی در نگرش‌ها، رفتارها، نقش‌های اجتماعی و... در یک جامعه است. از این رو، به دلیل برخی تعارض‌ها میان سنت و مدرنیته، تعارض‌های درونی در فرهنگ ایرانی مانند از خودبیگانگی فرهنگی، فقدان یا ضعف نهادهای مدنی، فقدان یا ضعف استفاده از وسایل ارتباط جمعی، وجود آسیب‌ها و مشکلات اجتماعی، غلبه ثروت و قدرت بر تعهد و مسئولیت‌پذیری که متأسفانه در بدنه ورزش نیز رسوخ کرده است، توجه به فرهنگ اجتماعی و توسعه آن را ضروری می‌نماید. این مشکلات و عوارض در قالب ناهنجاری‌های اجتماعی مانند پرخاشگری، هولیگان‌بازی، زدوبندهای غیراخلاقی، دوپینگ و... به‌ویژه در ورزش‌های تیمی و حرفه‌ای مانند فوتبال بروز و ظهور دارد که ضرورت و اهمیت توسعه فرهنگ اجتماعی را نشان می‌دهد.

درعین حال، اسپچائو و اسپچائو (۲۰۱۹) مشخص نمودند که در مسیر توسعه یافتگی می‌بایستی به مسائل فرهنگی توجه داشت و تلاش‌هایی در جهت بهبود وضعیت فرهنگ را ایجاد نمود. همچنین روف (۲۰۱۴) اشاره داشت که افزایش اهمیت قدرت نرم، قدرت متقاعد کردن و جذب، به‌عنوان یک توسعه بزرگ در روابط بین‌الملل از زمان پایان جنگ سرد به شمار می‌رود. علاقه به دیپلماسی ورزشی و بین‌المللی یک فرصت برای به نمایش گذاشتن دستاوردها و فرهنگ‌های بومی و محلی، برندهای ورزشی و در این بین گسترش روابط بین ملت‌ها و دولت‌ها ایجاد کرده است. از طرفی ارگاشف و فارکسودجونوا^۱ (۲۰۲۰)، دی‌ماگیو^۲ (۲۰۱۹) و لیو^۳ (۲۰۲۰) مشخص نمودند که قوانین و مقررات می‌تواند منجر به توسعه مسائل فرهنگی گردد. با این توجه می‌توان چنین اعلام داشت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات ارگاشف و فارکسودجونوا (۲۰۲۰)، دی‌ماگیو (۲۰۱۹) و لیو (۲۰۲۰) همسو می‌باشد.

۱. Ergashev, I. & Farxodjonova, N.

۲. DiMaggio, P.

۳. Liu, C.

آنچه در مفهوم فرهنگ اهمیت دارد باورهای ذهنی و ارزشی است که می‌توان در روابط اجتماعی انسان‌ها به صورت رفتار و کنش مشاهده کرد. توسعه فرهنگی منجر به خودباوری جامعه شده است و این مسئله خود در شکل‌گیری و هویت فرهنگی جامعه نقش مهمی را ایفا می‌نماید. توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش‌های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد. بهبود مسائل فرهنگی همواره به‌عنوان یک ضرورت از سوی دولت‌های مختلفی پیگیری شده است و تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ارتقای آن را به انجام رسانده‌اند. بازاریابی فرهنگی به‌عنوان یکی از مسائل کاربردی در حوزه توسعه فرهنگی مشخص می‌باشد. بهره‌گیری از بازاریابی فرهنگی می‌تواند ضمن توسعه فرهنگ منجر به ارتقای وضعیت اقتصادی نیز گردد. از طرف دیگر، بازاریابی فرهنگی می‌تواند به واسطه نفوذ بر رفتارها و نگرش‌های افراد می‌تواند زمینه جدی جهت پایداری فرهنگی را فراهم نماید. بدون شک بازاریابی فرهنگی یکی از مسائل ضروری در حوزه فرهنگ می‌باشد که باید به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد. توجه به جنبه‌های فرهنگی به واسطه تشکیل بازارهای فرهنگی در حوزه ورزش کاملاً درک می‌شود. تعالی فرهنگی در حوزه ورزش و به‌خصوص در ورزش حرفه‌ای می‌تواند به‌عنوان یک مسئله مهم و کلیدی در جهت شکل‌گیری بازارهای فرهنگی کاملاً درک شود. همچنین، این مسئله می‌تواند هم شرایطی جهت استفاده محیط ورزش و هم شرایطی جهت استفاده سایر حوزه‌های غیرورزشی را فراهم نماید.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا در جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران از ظرفیت‌های رسانه‌ای در این خصوص استفاده نمود. بدین منظور پیشنهاد می‌گردد تا با بهبود محتوای آموزشی در حوزه فرهنگ، به‌ویژه باشگاه‌های حرفه‌ای ایران شرایطی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نمود. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با تأکید بر عدالت رویه در حوزه مدیریت و برنامه‌ریزی فعالیت‌های ورزشی و پوشش مناسب و عادلانه ورزش مردان و بانوان، شرایطی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با معرفی، مصاحبه و تجلیل از ورزشکاران، مربیان و هواداران بااخلاق در رسانه‌ها شرایطی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نمود. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا ارزیابی سالانه باشگاه‌ها براساس میزان دستیابی به

اهداف فرهنگی و همچنین تشویق و تنبیه باشگاه‌ها براساس نتایج، شرایطی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با ساماندهی نهادها و ترجمان‌های فعال در تصمیم‌گیری و اجرای امور فرهنگی در ورزش و همچنین گنجاندن بند فرهنگی به قراردادهای بازیکنان و ایجاد ضمانت‌هایی در این خصوص، شرایطی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را فراهم نمود.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

از همه کسانی که ما را در این پژوهش یاری رساندند، کمال تشکر و قدردانی را داریم.

ORCID

Masomeh Hamzeh



<https://orcid.org/0000-0001-7859-5612>

Habib Honari



<https://orcid.org/0000-0002-1279-427X>

Farzad Ghafouri



<https://orcid.org/0000-0002-4151-1574>

Gholamreza Shabani Bahar



<https://orcid.org/0000-0002-8610-2037>

منابع

- ایران دوست، خدیجه. (۱۳۹۴). توسعه فرهنگی در ورزش با رویکرد اخلاق پاک، معنوی و معرفتی. *اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش، چابهار*.
- قدیمی، بهرام و باقری، مجتبی. (۱۳۹۶). بررسی اثرات فرهنگی اجتماعی توسعه ورزش در ایران با تاکید بر ورزش فوتبال. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۹(۲) (مسلسل ۳۴)*، ۱۰۳-۱۱۸.
- کهنکی، فرزاد، موسایی، مسلم، احمدی دستگردی، بهزاد و معروف‌نژاد، شیوا. (۱۳۹۵). تنوع فرهنگی در سازمان‌ها. *دومین همایش ملی مدیریت و حسابداری، جیرفت*.
- مهرابی، مسعود. (۱۳۹۱). الگوسازی رسانه‌ای از چهره‌های ورزشی و تأثیر آن بر مخاطبان جوان و نوجوان. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی تهران*.

References

- Alas, R. & Mousa, M. (2016). Organizational culture and workplace spirituality. *International Journal of Emerging Research in Management and technology*, 5(3), 285-314.
- Bagheri, Y., Shariati Feizabadi, M. & Nazarian, A. (2016). Soft modeling (ISM) of sports diplomacy components. *Sports Management*, 8(5), 821-797. [In Persian]
- Burton, D. (2019). Cross-cultural marketing: theory, practice and relevance. Routledge.
- Chen, X., Liu, M. & Bian, Q. (2022). Culture and children's social development. *The Wiley-Blackwell handbook of childhood social development*, 241-259.
- Cohen, A. (2018). Cultural strategies in the organization of trading diasporas. In *The development of indigenous trade and markets in West Africa* (266-281). Routledge.
- DiMaggio, P. (2019). Cultural aspects of economic action and organization. In *Beyond the marketplace* (113-136). Routledge.
- Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sports diplomacy: A theoretical and conceptual discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(3), 156-164.
- Ergashev, I. & Farxodjonova, N. (2020). Integration of national culture in the process of globalization. *Journal of Critical Reviews*, 7(2), 477.
- Irandoost, Kh. (2015). Cultural Development in Sports with a Pure, Spiritual and Epistemological Approach, First National Conference on New Achievements in Physical Education and Sports, Chabahar. [In Persian]
- Kohaki, F., Moussaie, M., Ahmadi Dastgerdi, B. & Marufnejad, Sh. (2016). Cultural diversity in organizations, second national conference on management and accounting, Jiroft. [In Persian]
- Liu, C. (2020). Political power and the industrial development of cultural artifacts in China. *Lateral*, 9(1).
- Maussen, M. & Bader, V. (2012). Tolerance and cultural diversity in schools: Comparative report. Florence: European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, 1-32.
- Mehrabi, M. (2012). *Media modeling of sports figures and its impact on young and adolescent audiences*, Master's Thesis, Allameh Tabatabaei University, Tehran. [In Persian]
- Palmer, D.E. (2020). Cross-cultural and sub-cultural issues in marketing ethics. *The SAGE Handbook of Marketing Ethics*, 136.
- Quartiroli, A., Vosloo, J., Fisher, L. & Schinke, R. (2020). Culturally competent sport psychology: A survey of sport psychology professionals' perception of cultural competence. *The Sport Psychologist*, 34(3), 242-253.
- Rofe, J.S. (2016). Sport and diplomacy: A global diplomacy framework. *Diplomacy & Statecraft*, 27(2), 212-230.
- Roll, J., Emes, J. & Horst, S.O. (2017). Cultural marketing in the digital age. *Journal of Marketing Trends*, 4(2), 31-37.

- [Schau, H.J. & Schau, A. \(2020\). Facilitating collective engagement through cultural marketing. In Marketing Management \(153-167\). Routledge.](#)
- [Schulenkorf, N. & Siefken, K. \(2019\). Managing sport-for-development and healthy lifestyles: The sport-for-health model. *Sport Management Review*, 22\(1\), 96-107.](#)
- [Schuster, C.P. \(2020\). Cross-cultural marketing insights. In Handbook on Cross-Cultural Marketing. Edward Elgar Publishing.](#)
- [Sun, H. \(2020\). Research on cross-cultural marketing in the new media era. In 4th International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society \(ICCESE 2020\) \(539-541\). Atlantis Press.](#)
- [Wagstaff, C.R. & Burton-Wylie, S. \(2018\). Organizational culture in sport: A conceptual, definitional, and methodological review. *Sport & Exercise Psychology Review*, 14\(1\), 32-52.](#)
- [Wang, F. & Ghauri, P. \(2020\). Partnerships in cross-cultural marketing and retail internationalization: research propositions. In Handbook on Cross-Cultural Marketing. Edward Elgar Publishing.](#)