

Presenting the Institutional Model of Cultural Role-Playing in Iran's professional sports clubs

Shahin Vajdi

Ph.D Student in Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran.


shahinvajdi0921@gmail.com

 0009-0008-1602-9357

Masoumeh Majidi Parast

Assistant Professor, Department of Sports Management, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran (Corresponding author).

m.majidiparast@basu.ac.ir

 0000-0002-2313-8438

Ali Asghari Sarem

Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

a.sarem@basu.ac.ir

 0000-0002-1839-0620

Mohammad Jalilvand

Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran.

jalilvandmohammad@iauh.ac.ir

 0000-0002-1530-2744

Abstract

Cultural role-playing is one of the most important features of sports clubs but until now, no special attention has been paid to this issue in past researches, therefore, the current research was conducted with the aim of presenting the institutional model of cultural role-playing in professional sports clubs in Iran. The current research is interpretive in terms of philosophy, fundamental in terms of goal, inductive in terms of approach, systematic approach in terms of strategy, qualitative research in terms of research selection, and in terms of scope. It used to be temporary. The participants of the research were 15 managers and officials of sports clubs, sports veterans, university professors and experts and experts in the field of culture and sports, coaches and athletes who were selected purposefully until reaching theoretical saturation. A semi-structured interview was used to collect the research data, and in the data analysis, after examining the demographic characteristics of the participants, data coding and its different stages were presented. The results of the research showed that the research model with the central category of Cultural institutionalization of professional sports clubs is influenced by causal factors (expertise, personal characteristics, creating identity and affiliation), contextual factors (management, infrastructure, cultural and media) and intervening factors (political factors, There are economic factors, managerial factors and socio-cultural factors) that by using the presented strategies (cognitive, educational, financial and managerial) it is possible to reach the determined outcomes (social development, cultural development, behavioral development, vitality development and health development). So the relevant officials can use the model presented in this research to create a cultural role in the professional sports clubs of Iran.

Keywords: Professional sports clubs, Institutional Model, Cultural Role-Playing.

ارائه مدل نهادی نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران

شاهین وجدی

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
shahinvajdi0921@gmail.com

0009-0008-1602-9357

معصومه مجیدی پرست

استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران (نویسنده مسئول).
m.majidiparast@basu.ac.ir

0000-0002-2313-8438

علی اصغری صارم

استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
a.sarem@basu.ac.ir

0000-0002-1839-0620

محمد جلیوند

استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.
jalilvandmohammad@iauh.ac.ir

0000-0002-1530-2744

چکیده

نقش آفرینی فرهنگی از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های باشگاه‌های ورزشی است، ولی تاکنون در تحقیقات گذشته توجه ویژه‌ای به این مهم نشده است، از این رو پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل نهادی نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام شده است. پژوهش حاضر به لحاظ فلسفه از نوع تفسیرگرایانه، به لحاظ هدف از نوع بنیادی، به لحاظ رویکرد از نوع استقرایی، به لحاظ راهبرد از نوع نظریه داده‌بنیاد رهیافت نظام‌مند، به لحاظ انتخاب پژوهش از نوع تحقیق کیفی و به لحاظ بازه زمانی از نوع مقطعی بود. مشارکت کنندگان پژوهش، ۱۵ نفر از مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزشی، پیشکسوتان ورزشی، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران و متخصصان حوزه فرهنگ و ورزش، مربیان و ورزشکاران بودند که به صورت هدفمند تا رسیدن به اشیاع نظری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و در تجزیه و تحلیل داده‌ها، بعد از توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان، کدگذاری داده‌ها و مراحل مختلف آن ارائه گردید. نتایج پژوهش نشان داد که مدل پژوهش با مقوله محوری نهادینه‌سازی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای تحت تأثیر عوامل علی (تخصص، ویژگی‌های شخصی، ایجاد هویت و وابسته‌سازی)، عوامل زمینه‌ای (مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی و رسانه‌ها) و عوامل مداخله‌گر (عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی و عوامل فرهنگی - اجتماعی)

قرار دارد که با به‌کارگیری راهبردهای ارائه‌شده (شناختی، آموزشی، مالی و مدیریتی) می‌توان به پیامدهای تعیین‌شده (توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، توسعه رفتاری، توسعه نشاط و توسعه سلامتی) رسید؛ بنابراین مسئولان مربوطه می‌توانند از مدل ارائه‌شده در این پژوهش، جهت نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران بهره‌گیرند.

کلیدواژه‌ها: باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای، مدل نهادی، نقش‌آفرینی فرهنگی.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



10.22034/scs.2024.427187.1522



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرات مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

ورزش به عنوان پدیده‌ای اجتماعی، دارای اهمیت فرهنگی در جوامع مختلف است و می‌تواند ابعاد مختلف روانی و جسمانی، اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی را که جزء عوامل تأثیرگذار در توسعه فرهنگی ورزش هستند، تقویت کند؛ اما به نظر می‌رسد در باشگاه‌های حرفه‌ای ایرانی جنبه‌های فرهنگی به حاشیه رفته و ابعاد دیگر فعالیت‌های ورزشی و باشگاهی در متن قرار گرفته است. به عبارت بهتر باشگاه‌های ورزشی بیش از آنکه خود را به عنوان نهادهای فرهنگی - ورزشی بدانند، خود را قائل و متعهد به موفقیت‌های ورزشی می‌دانند. این در صورتی است که باشگاه‌های ورزشی در امر فرهنگی نقش ویژه‌ای دارند و شاید پُر بی‌راه نباشد که بگوییم موفقیت‌های فرهنگی باشگاه‌های ورزشی دوشادوش موفقیت‌های ورزشی آن‌ها در امر نهادینه کردن ورزش در جامعه دخیل هستند. امری که نیازمند واکاوی و پژوهش بیشتر است.

ورزش پدیده‌ای فرهنگی، آموزشی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است که با مجموعه‌ای از نهادها و سازمان‌ها و نیز ساختارهای اجتماعی پیوند قوی دارد (Kalynychenko & et al., 2022). به بیانی دیگر، دستاوردهای ورزشی و فعالیت‌های مرتبط با آن عموماً یک شاخص فرهنگی در زمینه‌های مختلف به‌شمار می‌رود (Aminiroshan & et al., 2022; Chersulich Tomino & et al., 2020). دیدگاه فرهنگی، نقش زیادی در یک جامعه دارد (Hindman & Walker, 2020). همان‌طور که جوامع پیوسته در حال تکامل هستند، درک اینکه این جوامع به هم پیوسته از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر مردم تأثیر می‌گذارند و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند، مهم است (Razavi & et al., 2020). در واقع ورزش به عنوان یکی از مصادیق بارز صلح‌جویی در هزاره سوم توانسته جایگاه ویژه‌ای در میان برنامه‌های صلح‌جویانه و فرهنگی کشورهای مختلف ایفا کند و این کشورها از ورزش به عنوان اهرم و ابزاری برای بیان خواسته‌های خود از جامعه جهانی استفاده کرده‌اند (Nazemi & Shariati Feizabadi, 2017).

یکی از عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت باشگاه‌های ورزشی، سنت و فرهنگ است (Smith & et al., 2019) و نادیده گرفتن آن می‌تواند مخرب باشد، در نتیجه مدیران باشگاه‌های مذکور باید از فرهنگ حاکم بر باشگاه و سنت‌های آن آگاه باشند (Bakhrom, 2022). فرهنگ مقوله‌ای پرمفهوم است که حاوی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در جامعه بشری و همچنین علم، اعتقادات، استعدادها، مقررات، آیین و

رسم‌ها، قابلیت‌ها و عادت‌های افراد یک گروه یا جامعه است (Ratnapalan, 2008). این نکته حائز اهمیت است که فرهنگ عاملی زیربنایی در ساختار جامعه است و بر تمامی عوامل روبنایی جامعه اعم از هنر، سیاست، اقتصاد، ورزش و غیره تأثیر خواهد گذاشت (Abdurahiman & et al., 2023). از این رو رابطه فرهنگ با سایر مؤلفه‌ها رابطه‌ای دوسویه است (Bahodirovna, 2022). ولی به علت ماهیت اساسی فرهنگ، تأثیر آن از تأثیر سایر موضوعات بیشتر است؛ بنابراین باید سعی کنیم همه عوامل روبنایی جامعه از جمله مقوله ورزش را مناسب و سازگار با فرهنگ بدانیم و در صورت انجام آن در شرایط متفاوت، عامل روبنایی مورد نظر دچار ضعف و کاستی می‌شود که تأثیر ضعیف فرهنگ بر ورزش جامعه مثالی از آن است (Veisia & et al., 2023). به اعتقاد سانگ و ژانگ^۱ (۲۰۱۷) ارتباط فرهنگ و ورزش ارتباطی متقابل است که تحت تأثیر عوامل و متغیرهای مختلفی است و نهادهای ورزشی ملزم هستند اقداماتی را انجام دهند که با ارزش‌های فرهنگی جامعه سازگار باشد (Song & Zhang, 2017).

ارزش‌های فرهنگی جامعه پیشینه‌های بنیادی از رفتار انسان هستند که نگرش‌ها و هنجارهای اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (Mothersbaugh & Hawkins, 2016). علاوه بر این، ارزش‌ها یکی از اساسی‌ترین عواملی هستند که رفتار انسان را در هر جامعه‌ای هدایت می‌کنند (Achim & et al., 2022; Innis, 2022) و نقشی دوگانه در فرهنگ جامعه و رفتار انسانی دارند. آن‌ها از یک سو نیروی ساختاری رفتار انسان تلقی می‌شوند و از سوی دیگر الگویی به‌شمار می‌روند که فرهنگ حاکم بر جامعه آن را ساخته است، در واقع ارزش‌ها درونی‌ترین لایه‌های شخصیت انسان هستند و شناخت بهینه واقعیت‌های درونی هر فرد به شناخت ارزش‌ها و گرایش‌های ارزشی او بستگی دارد (Ahmadi, 2014).

سازمان‌های دولتی، کانون اصلی مطالعات اجتماعی - فرهنگی بوده‌اند (Yousefi Amiri & et al., 2022). فعالیت‌های فرهنگی - اجتماعی بر نهادهای دولتی مانند قوای سه‌گانه متمرکز است. سیاست کلی زمانی است که توسط چندین نهاد دولتی اتخاذ و اجرا شود. دولت به سیاست مشروعیت می‌بخشد و با در دست داشتن قوه مجریه سیاست‌های اتخاذ شده را در سطح جامعه برای همه اتخاذ می‌کند. ساختار نهادهای دولتی هم در تدوین و هم در اجرای سیاست‌ها نقش فعالی دارد. رویکرد

1. Song & Zhang

نهادی لزوماً رویکردی توصیفی نیست. تأثیر سازمان نهادی بر سیاست عمومی را می‌توان به‌عنوان یک موضوع تجربی بررسی کرد. ساختار و سیاست هر دو تحت تأثیر نیروهای اقتصادی و اجتماعی است و این امر در مورد جامعه و صنعت ورزش نیز صدق می‌کند (Shabani & et al., 2023). نهادها، یک دسته فرایندهایی هستند که اعضای جامعه، به‌صورت خودکار به اصول حاکم آن می‌پیوندند و نقش‌هایی را که «محول» نام‌گذاری شده است، ایفاء می‌کنند تا به هدف‌های مورد نظر آن‌ها نائل شوند (Scott, 2013). نهادها توسط جامعه پذیرفته و به رسمیت شناخته می‌شوند و مردم به ارزش‌ها، اصول، قواعد و هنجارهای آن پایبند هستند. در حالی که این نوع پذیرش و پایبندی در مورد سازمان‌ها کمتر است (Kostova & et al., 2020).

با اقتباس از آنچه که بیان شد مشخص می‌شود که به ارزش‌های فرهنگی جامعه همواره به‌منزله متغیر مستقل و مؤثر در فهم افکار و رفتارهای انسانی و همچنین تغییرات جامعه نگاه می‌شود؛ اما مسئله این است که ارزش‌های فرهنگی جامعه نه تنها بر مقوله‌ها و گروه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد بلکه از آن نیز تأثیر می‌پذیرد. چراکه گروه‌ها و نهادهای اجتماعی هویت جمعی را شکل می‌دهند و این هویت بر ترجیح‌های ارزشی افراد تأثیر مستقیم دارد. با تأیید این گزاره که باشگاه‌های ورزشی یک نهاد فرهنگی هستند و اقدامات فرهنگی آن‌ها هم تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی جامعه قرار دارد و هم بر آن تأثیر می‌گذارد، لازم است تبیین شود چگونه باشگاه‌های ورزشی می‌توانند خودشان را با ارزش‌های فرهنگی حاکم بر جامعه منطبق و سازگار کنند. شایان ذکر است یکی از مشکلات عمده باشگاه‌های ورزشی در ایران این است که آن‌ها از کارهای فرهنگی و اخلاقی مغفول مانده‌اند و کارهای فرهنگی که در آن‌ها انجام می‌شود بیشتر از اینکه ریشه‌ای و عمیق باشد، سطحی است و این خود زمینه ساز کج‌روی فرهنگی در محیط ورزش شده است. در این راستا پورکیانی و همکاران (۱۴۰۱) با مطالعه کج‌روی‌های فرهنگی در محیط ورزش نشان دادند به علت عوامل رفتاری (اقدامات رسانه، ضعف مدیریتی، ضعف نظارت و کنترل، ضعف برنامه‌ریزی، تبعیض)، عوامل ساختاری (ناهمسویی شناختی، ناهم‌سویی نهادی، تغییر پارادایمی، نبود شایسته‌سالاری) و عوامل زمینه‌ای (شرایط نابسامان، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، ضعف قانون، تنزل اخلاق‌مداری و تنزل جایگاه و نقش فرهنگ) دو نوع کج‌روی بالقوه و کج‌روی بالفعل پدیدار شده است که لازم است از طریق اقدامات بازسازی شناختی، انطباق و سازگاری و اثربخشی اقدامات مرتفع شوند (Pourkiani & et al., 2022). قابل ذکر است که طیف گسترده‌ای از زیرفرهنگ‌ها مانند زبان و

قومیت در باشگاه‌های ورزشی وجود دارد که در صورت عدم درک صحیح این تفاوت‌ها، نهادینه‌سازی فرهنگی از طریق ورزش با مشکل روبه‌رو می‌شود. این مسئله مشکلات زیادی را متوجه ذی‌نفعان ورزش کرده است و درعین‌حال زمینه‌ساز مشکلات فرهنگی در جامعه شده است؛ بنابراین به نظر می‌رسد ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای به حل این مسئله کمک کند. لازم به ذکر است پیش‌تر سند راهبردی جهت توسعه فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ارائه نشده است و مشخص نیست باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای از چه طریقی می‌توانند نقش‌آفرینی فرهنگی خود را نهادینه کنند. از این‌رو مطالعه حاضر با هدف ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام شد.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

۱-۱. اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران بود. همچنین اهداف اختصاصی پژوهش حاضر شامل موارد زیر بود:

- ۱- شناسایی شرایط علی مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای؛
- ۲- شناسایی شرایط زمینه‌ای مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای؛
- ۳- شناسایی شرایط مداخله‌گر مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای؛
- ۴- شناسایی مقوله‌محوری مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای؛
- ۵- شناسایی راهبردهای نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای؛
- ۶- شناسایی پیامدهای حاصل از کاربست راهبردهای نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای.

۲-۱. سؤال‌های پژوهش

در پژوهش حاضر سؤال‌های مدنظر عبارت‌اند از:

- ۱- شرایط علی مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای کدامند؟
- ۲- شرایط زمینه‌ای مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای

کدامند؟

۳- شرایط مداخله‌گر مؤثر بر نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای

کدامند؟

۴- مقوله محوری مدل نهادی نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای

کدام است؟

۵- راهبردهای نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای کدامند؟

۶- پیامدهای حاصل از کاربست راهبردهای نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های

ورزشی حرفه‌ای چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

از جمله پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور که در حوزه پژوهش حاضر انجام شده‌اند، پژوهش والکلای و وات^۱ (۲۰۲۲) است که نشان دادند تخصص ورزشی می‌تواند نتایج مثبتی برای جوانان و جوامع آن‌ها داشته باشد. همچنین مشخص شد ایجاد یک فرهنگ ورزش دوستانه با تمرکز بر تخصص‌های ورزشی در مدارس به ورزشکاران جوان برای تبدیل شدن به افراد بهتر کمک می‌کند (Walklate & Watt, 2023). در پژوهشی دیگر ژیا و همکاران^۲ (۲۰۲۲) نشان دادند که رویدادهای ورزشی نه تنها می‌تواند توسعه فرهنگی و تبادل فرهنگی را ارتقاء دهد بلکه می‌تواند قدرت نرم فرهنگی شهرها را نیز افزایش دهد (Xia & et al., 2022). همچنین استراندبو و همکاران^۳ (۲۰۲۲) نشان دادند که بین فرهنگ ورزش خانواده و مشارکت نوجوانان در ورزش‌های باشگاهی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد (Strandbu & et al., 2020) و گودریان^۴ (۲۰۲۲) نیز نشان داد فرهنگ بدنی بر بهبود رفاه، شکل‌گیری توانایی‌های بدنی و رشد همه‌جانبه فرد مؤثر است. افزون بر این مطالعه مذکور نشان داد فرهنگ بدنی حوزه‌ای از فرهنگ در نظر گرفته می‌شود که امکان استفاده از ابزار و روش‌های خاص را برای آشکار کردن توانایی‌های یک فرد فراهم می‌کند (Qodirjan, 2022).

در داخل کشور نیز به پژوهش‌های مختلفی در حوزه پژوهش حاضر می‌توان اشاره کرد. در همین ارتباط شبانی و همکاران (۱۴۰۱)، نشان دادند که وزارت ورزش

1. Walklate & Watt

2. Xia & et al.

3. Strandbu & et al.

4. Qodirjan

و جوانان، فدراسیون فوتبال، باشگاه‌های فرهنگی - ورزشی و مجموعه پلیس و نیروهای انتظامی به‌عنوان متولیان مستقیم و مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، رسانه‌ها، نهاد مذهب، وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، خانواده‌ها، شهرداری‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد و سازمان‌های مردم‌نهاد و چهره‌های سرشناس به‌عنوان متولیان غیرمستقیم می‌توانند در الگوسازی فرهنگی و توسعه آداب حضور افراد در استادیوم های فوتبال دخیل باشند (Shabani & et al., 2023). اابدی و دوستی (۱۴۰۱)، نیز نشان دادند که مهم‌ترین راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در گردشگری ورزشی ایران چهار مؤلفه شامل فرهنگ ورزش، صلح و دوستی، ارزش‌های بنیادین و پرستیژ و برندینگ بین‌المللی بودند (Abedi & dosti, 2022). در پژوهش محمدی و کلاته سیفری (۱۴۰۱)، بیان شد که یاددهی رفتارهای درست اخلاقی - رفتاری به طرفداران، سردسته‌های (لیدرهای) هواداری، ورزشکاران، داوران و مربیان و همچنین اقدام به انجام پژوهش‌هایی به‌صورت کیفی بیشتر و جامع‌تر برای تفهیم بهتر مسائل فرهنگی در باشگاه‌ها ضروری است (Mohamadi & kalateh Seyfari, 2023). در پژوهشی دیگر نقوی و همکاران (۱۴۰۱)، نشان دادند که آموزش، برنامه ریزی، سازمان‌دهی، کنترل و نظام سیاسی، نظام قانونی، نظام فرهنگی و نظام مذهبی نقش اساسی در ارتقای فرهنگ عمومی اماکن ورزشی و استادیوم شهر تهران دارند (Naghavi & et al., 2023). نودهی و همکاران (۱۴۰۱)، نیز نشان دادند که هفت مانع مختلف شامل مشکلات اجتماعی، انگیزشی، اعتقادی، اقتصادی، ساختاری - مدیریتی، علمی - آموزشی و قانونی بر عدم توسعه فرهنگ وقف و امور خیریه ورزشی در سطح استان گلستان تأثیرگذار است (Noudehi & et al., 2022).

به‌طور کلی بررسی پژوهش‌های گذشته و پایگاه‌های علمی داخلی و خارجی نشان می‌دهد پیش‌تر پژوهشی پیرامون ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام نشده است. از طرفی در پژوهش‌های گذشته به بررسی این مسئله که چه شرایطی در نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران مؤثر هستند و با کاربست چه راهبردهایی می‌توان پیامدهای مطلوب را برای آن به ارمغان آورد، پرداخته نشده است. در واقع در پژوهش‌های گذشته صرفاً از جنبه هواداری به مباحث فرهنگی پرداخته شده است و توسعه فرهنگ هواداری مدنظر قرار گرفته شده است که همین پژوهش‌ها نیز نه به شکل نهادی و نه به شکل کل‌نگر به مسائل فرهنگی باشگاه‌های ورزشی ورود پیدا نکردند. همچنین در برخی

تحقیقات نیز به توسعه راهبردهای کلی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای پرداخته شده است و به مسائل فرهنگی به‌طور اختصاصی اشاره نکرده است.

۳. ملاحظه‌های نظری

۳-۱. تعریف مفاهیم

۳-۱-۱. فرهنگ

فرهنگ مقوله‌ای پرمفهوم است که حاوی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در جامعه بشری و همچنین علم، اعتقادات، استعدادها، مقررات، آیین و رسم‌ها، قابلیت‌ها و عادات افراد یک گروه یا جامعه است (Ratnapalan, 2008).

۳-۱-۲. باشگاه ورزشی

سازمان‌های ورزشی هستند که به‌صورت چندمنظوره با کارمندان تمام وقت و بودجه‌های شش‌گانه و گاهی اوقات در سال میلیون دلار، به صدها و حتی هزاران بازیکنی که در سطوح ملی و حتی بین‌المللی تمرین و به رقابت می‌پردازند خدمات ارائه می‌دهند (Robinson, 2010).

۳-۱-۳. نقش آفرینی نهادی

منظور اقدامات فرهنگی متناسب با ارزش‌های فرهنگی جامعه است (Ratnapalan, 2008).

۳-۲. مبانی نظری

فرهنگ سازمانی به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، احساسات مشترک و اخلاق حرفه‌ای گفته می‌شود (Abdurahiman & et al., 2023). این فرهنگ توسط اقدامات اجتماعی در شرایط خاص اجتماعی - اقتصادی صورت می‌گیرد که توسط اعضای سازمان پیروی می‌شود. فرهنگ سازمانی حالتی منحصربه‌فرد از مدیریت فرهنگی است که ارزش را به‌عنوان هسته در نظر می‌گیرد. این نوع فرهنگ در فرایند توسعه سازمان ایجاد شده است. فرهنگ سازمانی مهم‌ترین ابزار مدیریت شرکت است و از بالاترین سطوح مدیریت انسانی سازمان‌ها به‌شمار می‌آید. فرهنگ سازمانی یکی از ابزارهای مهم مدیریت منابع انسانی است (Achim & et al., 2022; Innis, 2022). تعیین رابطه بین فرهنگ و توسعه با توجه به تعاریف بسیار زیاد فرهنگ و عدم وجود تعریفی جامع و مورد توافق همه نظریه‌پردازان و اندیشمندان این حوزه، دشوار به

نظر می‌رسد. توسعه بر پایه گسترش سنت‌ها و تجارب گذشته استوار و نیازمند انگیزه‌ها، خواسته‌ها و ارزش‌های جدید فردی و نهادهای نوین اجتماعی است؛ بنابراین مفهوم آن از مفهوم هویت فرهنگی جدا نیست. ازسوی دیگر اهمیت فرهنگ در شکل‌گیری توسعه مطلوب در هر جامعه‌ای انکارناپذیر است؛ زیرا هر جامعه برای پیشرفت و توسعه نیازمند نگرش خاصی به فرهنگ است، این نگرش باید مبتنی بر توافق بین فرهنگ و توسعه یا به عبارتی بر توسعه فرهنگی در تمامی ابعاد جامعه استوار باشد (Achim & et al., 2022; Innis, 2022) و در جامعه ورزشی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است (Strandbu & et al., 2020). ورزش مدرسه‌ای ایدئال برای زندگی است. مهارت‌هایی که از طریق بازی، تربیت بدنی و ورزش فراگرفته می‌شوند برای رشد و توسعه عمومی و اخلاقی بسیار اساسی تلقی می‌شود. ورزش به جهت جاذبه زیاد آن همواره مورد ستایش بوده است. این امر به این معنا است که جوانان با جنسیت، نژاد و ملیت‌های مختلف از طریق ورزش می‌آموزند که ارزش‌های یکدیگر را بپذیرند و به ارزش‌های فرهنگی جامعه احترام بگذارند (Walklate & Watt, 2023). در ایران کهن ورزش و مسئولیت اخلاقی همزاد و همراه بوده‌اند. پاسداری از زندگی خانوادگی و قومی و ملی در برابر تجاوزات بیگانگان بدن نیرومند و چابک و مقاوم را ایجاب می‌کرده و این امر بدون درک مسئولیت اخلاقی به خاطر دفاع از مقدسات و نوامیس انسانی نمی‌توانست میسر باشد. به‌طور کلی تاریخ ورزش ایران تاریخ حماسه پهلوانان و جوانمردان بوده است و ورزشکاران ایرانی هم در کسب فضایل اخلاقی و هم در کسب توانایی و رسیدن به اهداف نظامی و اجتماعی می‌کوشیدند. در دوران تمدن اسلامی نیز با توجه به اهمیت فعالیت‌های ورزشی در تأمین سلامتی جسمی و روحی انسان‌ها که در مکتب تربیتی اسلام، سلامتی بالاترین نعمت‌ها به‌شمار آمده است (الصحة الفضل النعم حضرت علی (علیه‌السلام)) و شاهد شکل‌گیری فعالیت‌های ورزشی در غالب آیین فتوت در لنگرگاه‌ها، ورزشخانه یا زورخانه‌ها بوده‌ایم؛ بنابراین ورزش در جامعه امروزی نیز می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ جامعه و تعیین ارزش‌ها و هنجارهای آن داشته باشد.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر به‌لحاظ الگوواره‌ای از نوع تفسیرگرایانه، به‌لحاظ هدف از نوع بنیادی، به‌لحاظ رویکرد از نوع استقرایی، به‌لحاظ روش، از رهیافت مدل نظام‌مند نظریه داده بنیاد که توسط اشتراوس و کوربین (۱۹۹۷) ارائه شده است، استفاده شد. به‌لحاظ

انتخاب پژوهش از نوع تحقیق کیفی و به لحاظ بازه زمانی از نوع مقطعی در سال ۱۴۰۲ بود. مشارکت کنندگان این پژوهش را مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزشی، پیشکسوتان ورزشی، اساتید دانشگاه و صاحب نظران و متخصصان حوزه فرهنگ و ورزش، مربیان و ورزشکاران در سطح کشور تشکیل دادند. برای نمونه‌گیری، از روش نمونه‌گیری هدفمند با در نظر گرفتن اصل اشباع نظری و همچنین اصل تنوع در نمونه‌گیری بهره گرفته شد و بر مبنای اشباع نظری تعداد مشارکت کنندگان (۱۵ نفر) مشخص شد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد شرکت کننده در مصاحبه، در جدول ۱ توصیف شده است.

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

جنسیت		متغیر
مرد	زن	گروه
۱۱	۴	فراوانی
۷۳/۳۳	۲۶/۶۶	درصد
سن		متغیر
بیشتر از ۵۰ سال	۴۰-۵۰ سال	گروه
۳	۶	فراوانی
۲۰/۰	۴۰/۰	درصد
میزان تحصیلات		متغیر
دکتری	کارشناسی ارشد	گروه
۱۲	۳	فراوانی
۸۰/۰	۲۰/۰	درصد
وضعیت تأهل		متغیر
متأهل	مجرد	گروه
۱۵	۰	فراوانی
۱۰۰/۰	۰/۰	درصد
شغل		متغیر
ورزشکار	مربی ورزشی	گروه
	استاد دانشگاه	پیشکسوت ورزشی
		مدیر عامل باشگاه

				ورزشی	
۱	۱	۷	۲	۴	فراوانی
۶/۶۶	۶/۶۶	۴۶/۶۶	۱۳/۳۳	۲۶/۶۶	درصد

برای جمع‌آوری اطلاعات پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا^۱ (۱۹۸۵) (اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری) به منظور بررسی کیفیت و اعتباربخشی به نتایج پژوهش بهره گرفته شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، علاوه بر بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان، داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، وارد فرایند کدگذاری شدند. به همین منظور، از جمع‌آوری لایه به لایه داده‌ها استفاده شد و محقق بلافاصله پس از انجام اولین مصاحبه، آن را پیاده، کدگذاری و مورد تجزیه و تحلیل دقیق قرار داد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل اولین مصاحبه در انتخاب نفر دوم و اینکه چه سؤال‌های دیگری علاوه بر سؤال‌های از پیش تعیین شده از او پرسیده شود، تأثیرگذار بود. به همین ترتیب نفرات بعدی نیز انتخاب شده و تا دستیابی به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. فرایند انجام کدگذاری‌های نیز به این صورت بود که ابتدا صوت‌های ضبط شده مصاحبه‌ها به صورت باز کدگذاری شدند و پس از مشخص شدن کدهای اولیه و حذف کدهای تکراری، کدگذاری محوری انجام شد و پس از آن با انجام کدگذاری انتخابی، فرایند کدگذاری به پایان رسید و تمامی مقوله‌ها، مفاهیم و کدهای اولیه در جداول مربوطه تنظیم شدند.

۵. یافته‌های پژوهش

در این بخش به نتایج کدگذاری سه مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) که موجب شناسایی ابعاد مدل پژوهش متشکل از عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله گر، راهبردها و پیامدها در قالب مقوله‌ها، مفاهیم و کدهای اولیه شده است، پرداخته شده است. لازم به ذکر است که در این پژوهش ۲۲ مقوله، ۵۱ مفهوم و ۱۵۰ کد اولیه به دست آمد.

۵-۱. عوامل علی

مقوله‌های مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند را عوامل علی می‌نامند. در این پژوهش عوامل علی عبارت‌اند از تخصص، ویژگی‌های شخصی، ایجاد

هویت و وابسته‌سازی که جزئیات آن در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول (۲): عوامل علی

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
تخصص	فرهنگی	نبود افراد متخصص در بخش‌های فرهنگی
		تخصص پایین متولیان فرهنگ
		سپردن امور به افراد غیرفرهنگی
	مدیریتی	وجود مدیران غیرمتخصص در باشگاه‌های ورزشی
		عملکرد ضعیف مدیران در سال‌های گذشته در امور فرهنگی
ویژگی‌های شخصی	دموگرافیک	عدم توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطبان در باشگاه‌های ورزشی
		تحصیلات غیرمرتبط افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی
		تحصیلات پایین افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی
	اخلاقی-رفتاری	درک پایین افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی از نقش آفرینی فرهنگی
		برخورد نامناسب افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی با مخاطبان
ایجاد هویت	هویت سازمانی	هویت برند
		هویت گروهی
	هویت مشتریان	هویت قومیتی
		تأثیر بالای باشگاه‌های ورزشی در تشکیل هویت مردم به‌ویژه جوانان
		هویت جغرافیایی
		هویت اجتماعی
وابسته‌سازی	بیرونی	دخیل نبودن جامعه در تصمیم‌های باشگاه‌ها
		درگیر نبودن مردم با باشگاه‌ها
		هوادار مالک نبودن هواداران
		سهام نداشتن جامعه در مالکیت باشگاه‌ها

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
	درونی	حس وابستگی اجتماعی کارکنان به باشگاه‌های ورزشی
		همسو بودن ویژگی‌های فرهنگی کارکنان باشگاه‌های ورزشی
		وابستگی مالی کارکنان به باشگاه‌های ورزشی

۵-۲. عوامل زمینه‌ای

سلسله شرایط خاصی که در آن فرایندها و تعاملات برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد را عوامل زمینه‌ای یا بسترهای حاکم می‌نامند. در این پژوهش عوامل زمینه‌ای عبارت‌اند از: مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی و رسانه‌ها که جزئیات آن در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول (۳): عوامل زمینه‌ای

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
مدیریتی	به روز نبودن	عدم استفاده از شیوه‌های نوین در امور فرهنگی
		وجود مدیران مسن با عقاید کهنه در باشگاه‌های ورزشی
		داشتن تعصب به شیوه‌های پیش‌پافتاده و کم‌اثر
	سازمان‌دهی	ناتوانی در تشخیص کاری که باید انجام شود
		ناتوانی در تفویض اختیار مطلوب
		ناتوانی در تقسیم کار مناسب در امور فرهنگی
زیرساختی	سخت‌افزاری	نبود سخت‌افزار مناسب جهت انجام امور فرهنگی
		ضعف سخت‌افزاری رسانه‌ها
	نرم‌افزاری	نداشتن برنامه مناسب در رابطه با امور فرهنگی
		هم‌راستا نبودن برنامه‌های فرهنگی با سلايق نسل جوان
فرهنگی	تنوع	داشتن تنوع فرهنگی در کشور
		وجود ظرفیت لازم برای پذیرش افراد با فرهنگ‌های مختلف در جامعه
		لزوم احترام به افراد با فرهنگ‌های مختلف در باشگاه‌های ورزشی
	انعطاف	

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
		ایجاد محیطی منعطف جهت رفع نیازهای فرهنگی افراد با فرهنگ‌های مختلف
رسانه‌ها	فرهنگ‌سازی	تأثیر بالای رسانه‌ها در نهادینه‌سازی فرهنگی
		تنوع راه‌های فرهنگ‌سازی از طریق رسانه
	حمایتی	حمایت رسانه‌ها برای پرداختن به امور فرهنگی - ورزشی
		عدم اختصاص عادلانه رسانه‌ها برای باشگاه‌های ورزشی مختلف

۵-۳. عوامل مداخله‌گر

بستری که باعث تخفیف یا تشدید پدیده‌ها شود را عوامل مداخله‌گر می‌نامند. در این تحقیق عوامل مداخله‌گر عبارت‌اند از: عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی و عوامل فرهنگی - اجتماعی که جزئیات آن در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول (۴): عوامل مداخله‌گر

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
عوامل سیاسی	داخلی	دخالت افراد پرنفوذ سیاسی در ورزش و تعیین صلاحیت
		سوءمدیریت ناشی از سیاسی‌کاری مسئولان یا اختلافات سیاسی مسئولان در سطوح عالی
		انتخاب مدیران حاکم بر ورزش ایران با نظر مثبت دولت مردان
		وجود دو شغله‌های سیاسی در سازمان‌های ورزشی
		استفاده ابزاری از ورزش در سیاست به‌عنوان عاملی برای رشد سیاسیون
	محدودیت‌های سیاسی جهت انجام امور فرهنگی در سازمان‌های ورزشی	
	خارجی	مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در سازمان‌های ورزشی به دلیل اعمال تحریم‌ها
ترویج فرهنگ‌های بیگانه توسط عوامل خارجی		
عوامل اقتصادی	خصوصی‌سازی	خصوصی نبودن بسیاری از باشگاه‌ها

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
		مشکلات مالی باشگاه‌های خصوصی
		عدم حمایت مالی دولت از کارهای فرهنگی در باشگاه‌های دولتی
	تورم	ناتوانی باشگاه‌ها در پیش‌بینی هزینه کارهای فرهنگی به دلیل تورم بالا
		هزینه بسیار بالای کوچک‌ترین اقدامات فرهنگی به دلیل تورم بالا
عوامل مدیریتی	نگرش منفی	نگرش منفی مدیران باشگاه‌ها به نتیجه‌بخش بودن امور فرهنگی
		نگرش منفی مردم به امور فرهنگی باشگاه‌ها
		نگرش منفی مدیران دولتی به امور فرهنگی باشگاه‌ها
	نتیجه‌گرایی	اولویت دادن به نتیجه به جای اهمیت دادن به عملکرد و روند توسط مدیران باشگاه‌ها
		اهمیت دادن به هدف و نادیده گرفتن مسیر رسیدن به هدف
عوامل فرهنگی-اجتماعی	نوع دوستی	وجود روحیه همدلی در باشگاه‌های ورزشی
		وجود حس نوع‌دوستی به‌عنوان یکی از الزام‌های هر سازمان ورزشی
		روحیه گروهی بالای باشگاه‌های ورزشی
	علاقه	گرایش سازمان‌های ورزشی به انجام امور فرهنگی
		علاقه مردم به شرکت در مراسم و رویدادهای اجتماعی - فرهنگی

۴-۵. مقوله محوری

مقوله محوری، اساس و محوریت موضوع پژوهش می‌باشد که در روند مصاحبه بیشترین تأکید بر آن مقوله می‌باشد. در این پژوهش، نهادینه‌سازی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای به‌عنوان مقوله محوری شناسایی شد که جزئیات آن در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول (۵): مقوله محوری

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
نهادینه‌سازی فرهنگی باشگاه های ورزشی حرفه‌ای	فرهنگ بومی	ترویج فرهنگ‌های غنی قومیتی
		حفظ سنت‌های شیرین بومی
		ترویج فرهنگ‌های سبک زندگی ایرانی
	فرهنگی اسلامی	آموختن اصول و قواعد زندگی اسلامی
		فرهنگ‌سازی سبک زندگی سالم
		بها دادن به آیین‌ها و عقاید مذهبی اسلامی
		نشر مزایای پرداختن به سبک زندگی اسلامی
	فرهنگ ورزشی	تقویت روحیه ورزشی
		تقویت و حفظ روحیه جهادی
		ترویج و توسعه سبک زندگی سالم
		احترام به پیشکسوتان
		ترویج اخلاق پهلوانی به‌ویژه در قشر جوان

۵-۵. راهبردها

رفتارها، واقعیت‌ها و تعاملات هدف‌داری که تحت تأثیر عوامل مداخله‌گر و زمینه‌ای، حاصل می‌شوند را راهبردها می‌نامند. در این پژوهش راهبردها عبارت‌اند از: شناختی، آموزشی، مالی و مدیریتی که جزئیات آن در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول (۶): راهبردها

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
شناختی	آسیب‌شناسی	شناسایی آسیب‌های فرهنگی
		ریشه‌یابی آسیب‌های فرهنگی موجود
		پیش‌بینی آسیب‌های احتمالی آینده
		شناسایی و حذف کج‌روی‌ها
		شناسایی و اصلاح فرهنگ‌های بیگانه
	نیازسنجی	شناسایی نیازهای باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای در زمینه امور فرهنگی

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
		شناسایی جامعه در زمینه امور فرهنگی
		شناسایی نیازها و اولویت‌بندی آن‌ها بر اساس اهمیت
		انتخاب و به‌کارگیری اهداف و فعالیت‌ها مطابق نیاز
آموزشی	آموزش فرهنگی	آموزش اخلاق شهروندی
		آموزش حقوق شهروندی
	دوره‌های آموزشی	برگزاری دوره‌های آموزشی جهت مهارت‌افزایی باشگاه‌های ورزشی در رابطه با امور فرهنگی
		تعلیم و تربیت افراد خیره در زمینه فرهنگ‌سازی
		تعلیم و تربیت مدیران به روز
		برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی
مالی	طرح‌های تشویقی	افزایش حقوق افرادی که در امور فرهنگی پیشتاز باشند
		دادن وام کم‌بهره به پیشتازان در امور فرهنگی
		سایر طرح‌های تشویقی مالی مانند معاف از مالیات بودن و غیره
	حامی مالی	بهره بردن از حامیان مالی در زمینه فرهنگی
		نشان دادن حامیان مالی به‌عنوان توسعه‌دهندگان فرهنگ
		افزایش هزینه
اختصاص بودجه مشخص در دوره زمانی مشخص برای امور فرهنگی		
مدیریتی	تجربه	بهره‌مندی از تجارب سازمان‌های موفق
		به‌کارگیری افراد با تجربه
		عبرت‌گرفتن از تجربیات گذشته خود و دیگران
	بومی‌سازی	بهره بردن از افراد بومی در انجام فعالیت‌های فرهنگی
		استفاده از الگوهای فرهنگی بومی
		به‌کارگیری افرادی که آشنایی بالایی از فرهنگ بومی دارند
		پرداختن به امور فرهنگی هم‌سو با علاقه بومیان

۵-۶. پیامدها

ثمره و حاصل فرایندها و تعاملات را پیامدها می‌نامند. در این پژوهش پیامدها عبارت اند از: توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، توسعه رفتاری، توسعه نشاط و توسعه سلامتی که جزئیات آن در جدول ۷ گزارش شده است.

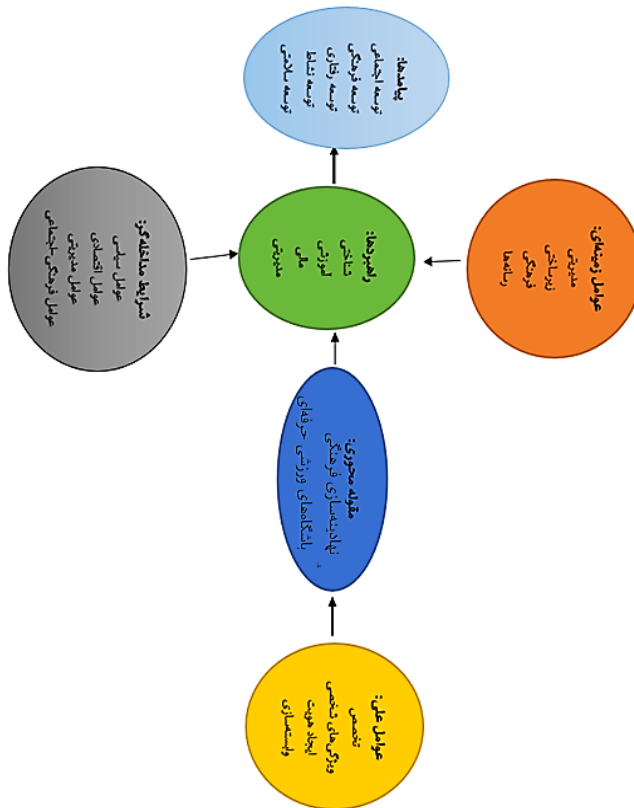
جدول (۷): پیامدها

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
توسعه اجتماعی	کاهش آسیب‌ها	کاهش آسیب‌های اجتماعی
		کاهش سردرگمی
		کاهش افسردگی
		کاهش بزهکاری‌های اجتماعی
	افزایش حمایت اجتماعی	افزایش حمایت مردم از باشگاه‌ها
		ایجاد ارتباط قوی بین باشگاه‌ها با جامعه
		بالا رفتن محبوبیت در جامعه
		افزایش حمایت اجتماعی دولت از باشگاه‌ها
	افزایش حس نوع‌دوستی	افزایش روحیه همدلی
		افزایش حس نوع‌دوستی
		افزایش روحیه تیمی
	توسعه فرهنگی	فرهنگ‌پذیری
کاهش همسان‌سازی فرهنگی		
بالا رفتن انعطاف‌پذیری فرهنگی		
توسعه فرهنگ بومی		توسعه فرهنگ‌های بومی - محلی
		حفظ سنت‌های و آیین‌های بومی
		بهبود فرهنگ‌های سبک زندگی اصیل ایرانی
توسعه فرهنگ اسلامی		نهادینه شدن اصول و قواعد زندگی اسلامی در جامعه
		توسعه سبک زندگی سالم
		توسعه آیین‌ها و عقاید مذهبی اسلامی در جامعه
		بهره‌مند شدن جامعه از مزایای پرداختن به سبک زندگی اسلامی

مقوله	مفهوم	کدهای اولیه
	توسعه فرهنگی ورزشی	افزایش روحیه ورزشی
		توسعه و حفظ روحیه جهادی
		توسعه سبک زندگی فعال
		بالا رفتن جایگاه بزرگان و پیشکسوتان
		توسعه اخلاق پهلوانی به‌ویژه در قشر جوان
توسعه رفتاری	بهبود وفاداری	افزایش وفاداری کارکنان به باشگاه‌ها
		افزایش وفاداری مشتریان به باشگاه‌ها
	سودآوری	افزایش بازگشت هزینه
		افزایش بازگشت مجدد مشتریان
		افزایش درآمد به دلیل افزایش وفاداری مشتریان
	بهبود عملکرد	بهبود عملکرد ورزشی
		بهبود عملکرد اقتصادی
		بهبود عملکرد فرهنگی
	توسعه نشاط	نشاط فردی
افزایش شور و نشاط در مشتریان		
نشاط سازمانی		به وجود آمدن محیط با نشاط در باشگاه‌ها
		بالا رفتن نشاط و شادی در برنامه‌های سازمانی
نشاط اجتماعی		با نشاط شدن جامعه
		کاهش ناامیدی در جامعه
		کاهش غم و اندوه در جامعه
توسعه سلامتی	سلامت فردی	افزایش سلامت جسمانی افراد
		افزایش سلامت روحی - روانی افراد
	سلامت اجتماعی	افزایش شاخص سلامت عمومی در جامعه
		کاهش شکایات
		کاهش آسیب‌های جسمی و روحی-روانی در جامعه

با توجه به نتایج به‌دست آمده از کدگذاری‌ها و پس از آنکه ابعاد مختلف نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شناسایی شدند، مدل پژوهش

طراحی شد که در شکل ۱ به نمایش گذاشته شده است.



شکل (۱): مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل علی نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شامل تخصص، ویژگی‌های شخصی، ایجاد هویت و وابسته‌سازی است. نتیجه این پژوهش با نتایج پژوهش‌های قاسمیان و همکاران (۱۴۰۱) و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. در پژوهش قاسمیان و همکاران (۱۴۰۱) نشان داده شد که ۹ مقوله اصلی اعم از مفاهیم رایج در ورزش همگانی، وضعیت‌سنجی، انسجام ملی اقوام، عوامل رفتاری، سازمانی، تمایز ورزشی اقوام، وضعیت اقتصادی و اجتماعی، فرهنگ قومی و اطلاع‌رسانی منجر به توسعه

فرهنگی ورزش اقوام می‌شوند (Ghasemian & et al., 2022). همچنین رضوی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه خود نشان دادند که توسعه فرهنگ هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران تابع ارزش‌های فردی، تخصص‌گرایی، هویت برند و هویت مشترک به‌عنوان شرایط علی می‌باشد (Razavi & et al., 2020). از دلایل و ضرورت پرداختن به توسعه و بهبود موضوعات مرتبط با نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای می‌توان به نبود افراد متخصص در بخش‌های فرهنگی و سپردن امور به افراد غیرفرهنگی اشاره کرد. همچنین درک پایین افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی از نقش‌آفرینی فرهنگی و برخورد نامناسب افراد دخیل در امور فرهنگی باشگاه‌های ورزشی با مخاطبان یکی دیگر از نقایص موجود در زمینه نقش‌آفرینی فرهنگی است که باید به آن پرداخته شود. تأثیر بالای باشگاه‌های ورزشی در تشکیل هویت مردم به‌ویژه جوانان و همسو بودن ویژگی‌های فرهنگی کارکنان باشگاه‌های ورزشی و وابستگی مالی آنان به باشگاه‌های ورزشی از دیگر دلایل و ضرورت پرداختن به موضوع نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای است.

نتایج پژوهش همچنین نشان داد که عوامل زمینه‌ای نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شامل مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی و رسانه‌ها است. نتیجه این پژوهش با نتایج تحقیقات باتوانی و همکاران (۱۴۰۱)، پورکیانی و همکاران (۱۴۰۱) و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. باتوانی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود نشان دادند که آموزش فرهنگ سازمانی مؤثر واقع شده است و میانگین نمرات فرهنگ سازمانی، نوآوری و بهره‌وری در پس‌آزمون به‌طور معناداری افزایش پیدا کرده است. همچنین مطالعه مذکور نشان داد تأثیر میانجی‌گری متغیر نوآوری و مؤلفه‌های توجه به جزئیات، جسارت، ریسک‌پذیری و ثبات فرهنگ‌سازی بر بهره‌وری نیروی انسانی جزئی است، درحالی‌که تمام اثر فرهنگ سازمانی با نقش میانجی نوآوری بر بهره‌وری منوط به مؤلفه‌های خلاقیت فردی، گروه‌گرایی، توجه به افراد و نتیجه‌گرایی بود (Batavani & et al., 2023). پورکیانی و همکاران (۱۴۰۱) نیز نشان دادند که در ورزش دو نوع کج‌روی بالقوه و کج‌روی بالفعل وجود دارد. کج‌روی بالقوه شامل کج‌روی پنهان، طبیعی و ناآگاهانه است و کج‌روی بالفعل شامل کج‌روی کلامی، وندالی، آگاهانه و فیزیکی است (Pourkiani & et al., 2022). در همین ارتباط رضوی و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که شرایط زمینه‌ای توسعه فرهنگ هواداری در باشگاه‌های ورزشی شامل مقوله‌های بسترهای فرهنگی، بسترهای اجتماعی، بسترهای رسانه‌ای، بسترهای زیرساختی و کیفیت می

باشند (Razavi & et al., 2020). از مشکلات زمینه‌ای موجود در بخش مدیریتی باشگاه‌های ورزشی در جهت نقش‌آفرینی فرهنگی می‌توان به‌روز نبودن مدیران و سازمان‌دهی نامطلوب اشاره کرد. همچنین باشگاه‌های ورزشی کشور همواره با مشکلات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مواجه هستند که خواه یا ناخواه هر فعالیتی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند؛ اما در زمینه فرهنگی وجود تنوع فرهنگی بالا در جامعه ایرانی و به‌ویژه جامعه ورزشی کشور نکته مثبتی است که می‌تواند در فعالیت های فرهنگی کمک‌کننده باشد و قطعاً در این زمینه رسانه‌ها می‌توانند نقش عمده‌ای ایفا کنند.

دیگر نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مداخله‌گر نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران شامل عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی و عوامل فرهنگی - اجتماعی است. نتیجه این پژوهش با نتایج تحقیقات نودهی و همکاران (۱۴۰۱)، رضوی و همکاران (۱۳۹۹) و حیدری و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. نودهی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود ۷ مانع مختلف شامل مشکلات اجتماعی، انگیزشی، اعتقادی، اقتصادی، ساختاری - مدیریتی، علمی - آموزشی و قانونی بر عدم توسعه فرهنگ وقف و امور خیریه ورزشی در سطح استان گلستان را برشمردند (Noudehi & et al., 2022). در پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۹) نشان داده شد که وضعیت بد اقتصادی، مشکلات قانونی، ضعف سازمان‌های دولتی و مشکلات مربوط به فناوری از بزرگ‌ترین موانع توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای باشگاه والیبال پیام مشهد هستند (Heydari & et al., 2022) و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان دادند که شرایط مداخله‌ای توسعه فرهنگ هواداری باشگاه‌های فوتبال شامل افراد مشهور، سیاسی، نگرش، اقتصادی و گرایش و علاقه‌مندی است (Razavi & et al., 2020). بر اساس نتایج پژوهش حاضر از عواملی که می‌توانند موجب تضعیف نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای شوند می‌توان به دخالت افراد پرنفوذ سیاسی در ورزش و تعیین صلاحیت و سوءمدیریت ناشی از سیاسی‌کاری مسئولان یا اختلافات سیاسی مسئولان در سطوح عالی اشاره کرد. همچنین مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در سازمان‌های ورزشی به دلیل اعمال تحریم‌ها، ناتوانی باشگاه‌ها در پیش‌بینی هزینه کارهای فرهنگی به دلیل تورم بالا، نگرش منفی مردم، مدیران و دولت به امور فرهنگی باشگاه‌ها نیز می‌تواند مانعی بر سر راه نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای باشد. در طرف مقابل وجود روحیه همدلی و حس نوع‌دوستی در باشگاه‌های ورزشی و علاقه مردم به

شرکت در مراسم و رویدادهای اجتماعی - فرهنگی می‌تواند زمینه شکل‌گیری نقش آفرینی فرهنگی را فراهم کند.

مقاله‌محوری شناسایی شده در این پژوهش، نهادینه‌سازی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران بود. در تبیین این نتیجه پژوهش می‌توان بیان کرد که نهادینه‌سازی فرهنگی می‌تواند با انجام فعالیت‌هایی نظیر ترویج فرهنگ‌های غنی قومیتی، حفظ سنت‌های شیرین بومی، ترویج فرهنگ‌های سبک زندگی ایرانی، به‌پا دادن به آیین‌ها و عقاید مذهبی اسلامی، تقویت روحیه ورزشی و ترویج اخلاق پهلوانی به‌ویژه در قشر جوان که می‌توان آن‌ها را در سه بخش فرهنگ بومی، فرهنگ اسلامی و فرهنگ ورزشی خلاصه کرد، اتفاق بیافتد.

راهبردهای نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران که در این پژوهش شناسایی شدند شامل راهبردهای شناختی، راهبردهای آموزشی، راهبردهای مالی و راهبردهای مدیریتی بودند. نتیجه این پژوهش با نتایج تحقیقات نقوی و همکاران (۱۴۰۱)، هاشمی و همکاران (۱۴۰۰)، رضوی و همکاران (۱۳۹۹) و حیدری و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. در پژوهش هاشمی و همکاران (۱۴۰۰) نشان داده شد که پیشران‌های مؤثر بر نهادینه‌سازی فرهنگ مطلوب هواداری شامل پیشران‌های اخلاقی، تشویقی و قانونی، پرورشی و آموزشی، زیربنایی و پایه و رسانه‌های اجتماعی هستند (Hashemi & et al., 2022). نقوی و همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند که آموزش، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، کنترل و نظام سیاسی، نظام قانونی، نظام فرهنگی و نظام مذهبی نقش اساسی در ارتقای فرهنگ عمومی اماکن ورزشی و استادیوم شهر تهران دارند (Naghavi & et al., 2023). در پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۹) نیز راهبردهای مختلف مالی مانند جذب حامی‌های مالی (اسپانسرها)، راهبردهای مدیریتی مانند در اختیار داشتن تجهیزات و امکانات مطلوب و راهبردهای آموزشی مانند توجه کردن به استعدادیابی و داشتن آموزشگاه (آکادمی) تخصصی مناسب در جهت توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای باشگاه والیبال پیام مشهد ارائه شده بود (Heydari & et al., 2022). رضوی و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان دادند که راهبردهای توسعه فرهنگ هواداری باشگاه‌های فوتبال شامل آسیب‌شناسی و ریشه‌یابی، به‌کاربردن مدل‌های بومی فرهنگ‌سازی، مهارت‌آموزی و یاددهی و حمایت و پشتیبانی است (Razavi & et al., 2020). در تبیین این بخش از نتایج پژوهش چنین می‌توان بیان کرد که باید آسیب‌شناسی و نیازسنجی مناسبی در زمینه فرهنگی صورت بگیرد تا با شناسایی معایب و نیازها و به‌دست آوردن نقاط

قوت و ضعف اقدامات مؤثرتری انجام داد و همچنین با آموزش ابعاد مختلف مرتبط با فرهنگ و برگزاری دوره‌های آموزشی زمینه را برای برگزاری هرچه بهتر فعالیت‌ها و تأثیرگذاری‌های فرهنگی فراهم کرد که در این زمینه می‌توان با به‌کار بردن طرح‌های تشویقی و بهره‌گرفتن از حامیان مالی و در کنار آن بهره‌گرفتن از تجربیات خود و دیگران و توانایی‌های بومی موجود، گام بزرگی به سمت موفقیت برداشت.

درنهایت نتایج پژوهش نشان داد که ارائه مدل نهادی نقش‌آفرینی فرهنگی و بهره‌بردن از آن در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌تواند موجب توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، توسعه رفتاری، توسعه نشاط و توسعه سلامتی گردد. نتیجه این پژوهش با نتایج تحقیقات والکلای و وات (۲۰۲۲)، ژیا و همکاران (۲۰۲۲) و گودریان (۲۰۲۲) همسو می‌باشد. والکلای و وات (۲۰۲۲) در پژوهش خود نشان دادند که تخصص ورزشی می‌تواند نتایج مثبتی برای جوانان و جوامع آن‌ها داشته باشد. همچنین مشخص شد ایجاد یک فرهنگ ورزش دوستانه با تمرکز بر تخصص‌های ورزشی در مدارس به ورزشکاران جوان برای تبدیل شدن به افراد بهتر کمک می‌کند (Walklate & Watt, 2023). همچنین ژیا و همکاران (۲۰۲۲)، پژوهشی را با هدف توسعه فرهنگی از طریق رویدادهای ورزشی انجام داد. یافته‌های مطالعه مذکور نشان داد که رویدادهای ورزشی نه تنها می‌تواند توسعه فرهنگی و تبادل فرهنگی را ارتقاء دهد بلکه می‌تواند قدرت نرم فرهنگی شهرها را نیز افزایش دهد (Xia & et al., 2022). گودریان (۲۰۲۲) نیز نشان دادند که فرهنگ بدنی بر بهبود رفاه، شکل‌گیری توانایی‌های بدنی و رشد همه‌جانبه فرد مؤثر است. افزون بر این مطالعه مذکور نشان داد فرهنگ بدنی حوزه‌ای از فرهنگ در نظر گرفته می‌شود که امکان استفاده از ابزار و روش‌های خاص را برای آشکار کردن توانایی‌های یک فرد فراهم می‌کند (Qodirjan, 2022). در تبیین این بخش از نتایج پژوهش می‌توان بیان کرد که ترویج و توسعه نقش‌آفرینی فرهنگی مناسب در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای موجب کاهش آسیب‌ها و افزایش حمایت اجتماعی، افزایش حس نوع‌دوستی، توسعه فرهنگ‌پذیری، توسعه فرهنگ بومی، توسعه فرهنگ اسلامی، توسعه فرهنگ ورزشی، بهبود وفاداری مشتریان و کارکنان، افزایش سودآوری، بهبود عملکرد، افزایش نشاط فردی و سازمانی و اجتماعی و همچنین افزایش سلامت فردی و سلامت اجتماعی می‌شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که راهبردهای نهادینه‌سازی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی دارای ویژگی‌های شناختی، آموزشی، مالی و مدیریتی است. به‌عبارت‌بهرتر پیاده‌سازی اثربخش راهبردهای نهادینه‌سازی فرهنگی نیازمند توجه همزمان و کافی

و نظام‌مند به ویژگی‌های مذکور است و بدون توجه به این ویژگی‌ها دستیابی به پیامدهای این نهادینه‌سازی ممکن نیست. همچنین یافته‌ها حاکی از آن بودند که برخی مداخلات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و نیز مداخلات مدیریتی در کنش‌های نهادینه‌سازی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی نقش دارند و ممکن است اثربخشی آن را با چالش مواجه کنند؛ برای مثال بودجه ناکافی که ممکن است ناشی از مداخلات اقتصادی صورت گیرد، ممکن است گستره نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌ها را با مشکل مواجه کند. همچنین دخالت‌های سیاسی نیز ممکن است سیر بسترزاد این نقش‌آفرینی را دچار اختلال کند؛ بنابراین لازم است که در نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌ها این موارد توسط دست‌اندرکاران باشگاه‌ها و مدیران آن‌ها مورد عنایت قرار گیرد. همچنین بر اساس نتایج پژوهش می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی با مشکلات و موانع متعددی مواجه است و در سوی مقابل زمینه‌ها و فرصت‌هایی نیز فراهم است تا بتوان به شکل مناسب، نقش‌آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی را فراهم کرد که در این پژوهش با بررسی آن‌ها نهایتاً راهبردهای مناسب ارائه شد و پیامدهای مورد نظر در صورت به‌کارگیری مدل ارائه شده در پژوهش نیز بیان شد که به مدیران و مسئولان مربوطه پیشنهاد می‌شود در فعالیت‌های فرهنگی خود همواره از متخصصانی استفاده کنند که با سیاست‌های فرهنگی نظام حاکم بر جامعه آشنایی کامل داشته باشند، آسیب‌ها و نیازهای فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای را شناسایی کنند، به‌منظور فراهم کردن زمینه برای برگزاری هرچه بهتر فعالیت‌ها و تأثیرگذاری‌های فرهنگی، دوره‌های آموزشی جهت آموزش ابعاد مختلف مرتبط با فرهنگ برگزار کنند و از تجربیات سایر باشگاه‌های موفق و همچنین توانایی‌های بومی موجود در زمینه نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای بهره ببرند و در این زمینه همواره همسو با اهداف و سیاست‌های نظام حاکم بر جامعه قدم بردارند، با ایجاد روحیه همدلی و حس نوع‌دوستی در باشگاه‌های ورزشی، زمینه وحدت و انسجام ملی در جامعه را فراهم کنند و در نهایت به مدیران و مسئولان مربوطه توصیه می‌شود از مدل ارائه شده در این پژوهش در فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی خود استفاده کنند. با این امید که نتایج پژوهش حاضر، قدم مؤثری در بهبود وضعیت فرهنگی جامعه ورزشی بردارد و موجبات توسعه فرهنگی جامعه و رسیدن به اهداف نظام حاکم بر جامعه را فراهم کند.

فهرست منابع

- پورکیانی، محمد؛ صباغیان‌راد، صفورا و افروزه، علی (۱۴۰۱). مطالعه کجروی‌های فرهنگی در محیط‌های ورزشی به روش تحلیل مضمون. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، پذیرفته‌شده انتشار آنلاین.
- حیدری، رضا؛ کشتی‌دار، محمد؛ شجاع، کیانوش و رجبی، رضا (۱۳۹۹). توسعه راهبردی باشگاه‌داری حرفه‌ای در والیبال ایران (مورد مطالعه: باشگاه والیبال پیام مشهد). *مطالعات مدیریت ورزشی*، پذیرفته‌شده انتشار آنلاین، ۱۴(۷۳)، ۷۷-۱۱۲.
- رضوی، سیدضیاءالدین؛ مستحفیظیان، مینا و زاهدی، حمید (۱۳۹۹). طراحی الگوی توسعه فرهنگ هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲(۶۲)، ۲۲۱-۲۵۰.
- شبان، سپیده؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ شفیع، شهرام؛ فرجی، رسول و یاریقلی، بهبود (۱۴۰۱). شناسایی سازمان‌ها و نهادهای دخیل در توسعه فرهنگ و آداب حضور در استادیوم‌های فوتبال ایران با هدف ارتقای امنیت آن‌ها. *مدیریت و توسعه ورزش*، ۱۱(۴)، ۴۰-۶۷.
- عابدی، محبوبه و دوستی، مرتضی (۱۴۰۳). راهبردهای فرهنگی دیپلماسی عمومی و قدرت‌نرم در گردشگری ورزشی جمهوری اسلامی ایران. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۱۳(۱)، ۱-۳۶.
- قاسمیان، فرحناز؛ غفوری، فرزاد؛ هنری، حبیب و ذکایی، محمدسعید (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه فرهنگی برمبنای فرهنگی قومی با رویکرد نظریه مبنایی. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۴(۷۴)، ۱۲۷-۱۶۲.
- محمدی، علی؛ کلاته سیف‌ری، معصومه (۱۴۰۲). طراحی مدل توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۲(۶۰)، ۲۳۳-۲۴۰.
- نقوی، محبوبه؛ آرمندنیا، مهدی و نیک‌بین، برانوش (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء فرهنگ عمومی اماکن ورزشی استان تهران (با رویکرد حضور زنان در استادیوم‌های ورزشی). *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۲(۶۰)، ۲۶۹-۲۸۸.

نودهی، محمد علی؛ احمدی، مجتبی؛ طیبی، بهمن و دیلمی، کیانوش (۱۴۰۱). آسیب‌شناسی و مقایسه موانع رونق فرهنگ وقف و امور خیریه در ورزش از دیدگاه مدیران ورزش و خیرین استان گلستان. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، پذیرفته‌شده انتشار آنلاین، ۲۱(۵۷)، ۴۱۹-۴۳۹.

هاشمی، فرزانه؛ خطیبی، امین؛ هژبرنیا، زهرا و ندری، امیر (۱۴۰۰). شناسایی پیشران‌های نهادینه‌سازی فرهنگ مطلوب هواداری در فوتبال. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳(۷۰)، ۱۲۵-۱۵۵.

- Abdurahiman, S.; Kasthurba, A. & Nuzhat, A. (2023). Role of Street Art and Graffiti in Conserving Cultural Built Heritage in Historic Precincts-a Socio-Cultural Comparative Analysis of Three Case Models in India. *SCIRES-IT-SCientific REsearch and Information Technology*, 12(2), 99-108.
- Achim, A.; Moreau, G.; Coops, N. C.; Axelson, J. N.; Barrette, J.; Bédard, S.; Byrne, K. E.; Caspersen, J.; Dick, A. R. & D'Orangeville, L. (2022). The changing culture of silviculture. *Forestry*, 95(2), 143-152.
- Bahodirovna, H. Z. (2022). Development of Sports in the Republic of Uzbekistan. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*, (6), 318-320.
- Bakhrom, B. (2022). Information technologies in physical culture and sports. *Asian Journal of Multidimensional Research*, 11(10), 288-292.
- Batavani, M.; Foroghiyor, H.; Soleymani, M. & Aghaei, N. (2023). Impact of Organizational Culture with the Mediatory Role of Innovation in Productivity of Karate in Isfahan Province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 22(59), 309-328.
- Chersulich Tomino, A.; Perić, M. & Wise, N. (2020). Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*, 12(11), 4473.
- Hindman, L. C. & Walker, N. A. (2020). Sexism in professional sports: How women managers experience and survive sport organizational culture. *Journal of Sport Management*, 34(1), 64-76.
- Innis, H. A. (2022). *The strategy of culture*. DigiCat.
- Kalynychnenko, I. A.; Latina, H. O.; Kopytina, Y. M.; Protsenko, I. I. & Ivani, I. V. (2022). Formation of Professional-Pedagogical Culture of Future Specialists of Physical Culture and Sports Specialties. *Journal of Higher Education Theory & Practice*, 22(5).
- Kostova, T.; Beugelsdijk, S.; Scott, W. R.; Kunst, V. E.; Chua, C. H. & van Essen, M. (2020). The construct of institutional distance through

- the lens of different institutional perspectives: Review, analysis, and recommendations. *Journal of International Business Studies*, (51), 467-497.
- Mothersbaugh, D. L. & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Qodirjan, S. (2022). The role of physical culture and sport in personality development. *International journal of research in commerce, it, engineering and social sciences* ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876, 16(8), 17-19.
- Ratnapalan, L. (2008). EB Tylor and the problem of primitive culture. *History and Anthropology*, 19(2), 131-142.
- Robinson, M. (2010). *Sport club management*. Human Kinetics.
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Sage publications.
- Smith, R.; Spaaij, R. & McDonald, B. (2019). Migrant integration and cultural capital in the context of sport and physical activity: A systematic review. *Journal of international migration and integration*, (20), 851-868.
- Song, M. & Zhang, Y. (2017). Research on the relationship between geographical factors, sports and culture. *Advances in Physical Education*, 8(1), 66-70.
- Strandbu, A.; Bakken, A. & Stefansen, K. (2020). The continued importance of family sport culture for sport participation during the teenage years. *Sport, Education and Society*, 25(8), 931-945.
- Walklate, E. & Watt, A. (2023). Sport specialism in schools contributing to culture: supporting student-athletes to become better people. *Curriculum Studies in Health and Physical Education*, 14(3), 323-339.
- Xia, Y.; Ma, J.; Xiao, H.; Lv, H. & Liu, D. (2022). *Study On The High-Quality Development Of Urban Sport Culture Driven By Mega Sporting Events*. Of Papers Presented at 2022 3rd Asia Sport Science Conference (ASSC).

References

- Abdurahiman, S., Kasthurba, A. & Nuzhat, A. (2023). Role of Street Art and Graffiti in Conserving Cultural Built Heritage in Historic Precincts-a Socio-Cultural Comparative Analysis of Three Case Models in India. *SCIRES-IT-SCientific RESearch and Information Technology*, 12(2), 99-108.
- Abedi, M. & Dosti, M. (2022). Cultural Strategies of Public Diplomacy and Soft Power in Sports tourism of the Islamic Republic of Iran.

- Socio-Cultural Strategy. (In Persian)
- Achim, A., Moreau, G., Coops, N. C., Axelson, J. N., Barrette, J., Bédard, S., Byrne, K. E., Caspersen, J., Dick, A. R., & D'Orangeville, L. (2022). The changing culture of silviculture. *Forestry*, 95(2), 143-152.
- Ahmadi, Y. (2014). Typology of Cultural Values Based on Collective Identity (Study: Citizens of Sanandaj). *Social Issues Journal of Iran*, 5(1), 7-32. (In Persian)
- Aminiroshan, Z., Khosbakht Ahmadi, E., & Azimzadeh, S. M. (2022). The role of social status of brand equity on customer invocations the brand of aquatic complexes. *Strategic Sociological Studies in Sport*, 4(3), 0. (In Persian)
- Bahodirovna, H. Z. (2022). Development of Sports in the Republic of Uzbekistan. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*, (6), 318-320.
- Bakhrom, B. (2022). Information technologies in physical culture and sports. *Asian Journal of Multidimensional Research*, 11(10), 288-292.
- Batavani, M., Foroghiyor, H., Soleymani, M., & Aghaei, N. (2023). Impact of Organizational Culture with the Mediator Role of Innovation in Productivity of Karate in Isfahan Province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 22(59), 309-328.
- Chersulich Tomino, A., Perić, M. & Wise, N. (2020). Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*, 12(11), 4473.
- Ghasemian, F., GHAFOURI, F., Honari, H. & Zokaei, S. (2022). Designing a Model of Recreational Sport Development Based on Ethnic Culture Grounded Theory Approach. *Sport Management Studies*, 14(74), 95-130. (In Persian)
- Hashemi, F., Khatibi, A., Hojabrnia, Z. & Nadri, A. (2022). Identifying the drivers of institutionalizing the desired culture of support in football. *Sport Management Studies*, 13(70), 125-155. (In Persian)
- Heydari, R., Kashtidar, M., Shajie, K. & Rajabi, R. (2022). Strategic development of professional volleyball club management in Iran (Case study: Payam Mashhad Volleyball Club). *Sport Management Studies*, 14(73), 77-112. (In Persian)
- Hindman, L. C. & Walker, N. A. (2020). Sexism in professional sports: How women managers experience and survive sport organizational culture. *Journal of Sport Management*, 34(1), 64-76.
- Innis, H. A. (2022). The strategy of culture. *DigiCat*.
- Kalynychnenko, I. A., Latina, H. O., Kopytina, Y. M., Protsenko, I. I. & Ivani, I. V. (2022). Formation of Professional-Pedagogical Culture of Future Specialists of Physical Culture and Sports Specialties. *Journal of Higher Education Theory & Practice*, 22(5).

- Kostova, T., Beugelsdijk, S., Scott, W. R., Kunst, V. E., Chua, C. H. & van Essen, M. (2020). The construct of institutional distance through the lens of different institutional perspectives: Review, analysis, and recommendations. *Journal of International Business Studies*, (51), 467-497.
- Mohamadi, A. & Kalateh Seyfari, M. (2023). A Cultural Development Model in Professional Football Clubs in Iran. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 22(60), 223-240. (In Persian)
- Mothersbaugh, D. L. & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Naghavi, M., ARMANDNIA, M. & nikbin, b. (2023). Identifying the effective factors on promoting the general culture of sports venues in Tehran province (with the approach of women's presence in sports stadiums). *Strategic Studies on Youth and Sports*, 22(60), 269-288. (In Persian)
- Nazemi, M. & Shariati Feizabadi, M. (2017). Developing the Concepts of Cultural Peace Making Role of Sport in International Relations (Case Study of World against Aggression and Violence (WAVE) Program Proposed by the Iranian President). *Socio-Cultural Strategy*, 6(3), 163-188. (In Persian)
- Noudehi, M., Ahmadi, M., Tayyebi, B. & Deylamei, K. (2022). Pathology and comparison of Waqf and Charity culture Development in sport from the perspective of sports managers and charities in Golestan province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(57), 419-439. (In Persian)
- Pourkiani, M., Sabaghian Rad, S. & Afrouzeh, A. (2022). Study the Cultural Deviance in Sports Environments via Content Analysis Method. *Strategic Studies on Youth and Sports*. (In Persian)
- Qodirjan, S. (2022). The role of physical culture and sport in personality development. *International journal of research in commerce, it, engineering and social sciences* ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876, 16(8), 17-19.
- Ratnapalan, L. (2008). EB Tylor and the problem of primitive culture. *History and Anthropology*, 19(2), 131-142.
- Razavi, S. Z., Mostahfezian, M. & Zahedi, H. (2020). Designing a Pattern of Fandom Culture Development in the Iranian Premier League. *Sport Management Studies*, 12(62), 221-250. (In Persian)
- Robinson, M. (2010). *Sport club management*. Human Kinetics.
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Sage publications.
- Shabani, S., Hemati Nejad, M., Shafiee, S., Faraji, R. & Yarigholi, B. (2023). Identify organizations and institutions involved in developing the culture of attending football stadiums with the aim of improving their security. *Sport Management and Development*, 11(4), 1-10. (In Persian)
- Smith, R., Spaaij, R. & McDonald, B. (2019). *Migrant integration and*

- cultural capital in the context of sport and physical activity: A systematic review. *Journal of international migration and integration*, (20), 851-868.
- Song, M. & Zhang, Y. (2017). Research on the relationship between geographical factors, sports and culture. *Advances in Physical Education*, 8(1), 66-70.
- Strandbu, A., Bakken, A. & Stefansen, K. (2020). The continued importance of family sport culture for sport participation during the teenage years. *Sport, Education and Society*, 25(8), 931-945.
- Veisia, E., Karimi, M. & Khatibi, A. (2023). Effective factors on the development of public sports culture in Khuzestan province (with approach social marketing). *Journal of Social Sciences Ferdowsi University of Mashhad*, 20(2). (In Persian)
- Walklate, E. & Watt, A. (2023). Sport specialism in schools contributing to culture: supporting student-athletes to become better people. *Curriculum Studies in Health and Physical Education*, 14(3), 323-339.
- Xia, Y., Ma, J., Xiao, H., Lv, H. & Liu, D. (2022). Study On The High-Quality Development Of Urban Sport Culture Driven By Mega Sporting Events. Of Papers Presented at 2022 3rd Asia Sport Science Conference (ASSC),
- Yousefi Amiri, M., Khaef Elahi, A. A., Mortazavi, M. & Ali Asghar, F. (2022). Analyzing and designing a model of public service culture in public organizations. *Journal of Public Administration*, 14(3), 346-370. (In Persian)