

بررسی وضعیت فرهنگی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران

علی محمدی*^۱، معصومه کلانته سیفوری^۲

۱- دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲- دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

(دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۴)

چکیده

هدف این تحقیق بررسی وضعیت فرهنگی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران است. این تحقیق از نوع تحقیقات گراند تئوری است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی است. از نظر مکانی، وسعت تحقیق شامل تمام باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای در سراسر کشور بود. تمامی افرادی افراد مصاحبه‌شونده به صورت داوطلبانه و هدفمند انتخاب شدند. نمونه‌گیری با تکنیک گلوله‌برفی انجام شده و جمعاً با ۲۵ نفر نخبه فوتبال مصاحبه عمیق شد. روند تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس مدل اشتراوس - کوربین انجام شد. سپس، برای تحلیل کیفی مصاحبه‌ها از نرم‌افزار MAXQDA12 استفاده شد. یافته‌ها نشان داد وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها در مقوله‌های بسیار بد قرار دارد، باید بیشتر کار شود تا در آینده بهتر شود. همچنین، پیرامون راهکارهای بهبود وضعیت فرهنگی باشگاه‌ها پاسخ‌های ذیل احصا شدند که عبارت‌اند از: تقویت و اصلاح روند مدیریت، اطلاع‌رسانی و آموزش و تربیت صحیح، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری صحیح و اجرای دقیق آن، اعمال نظارت و کنترل، دوری از مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی، استفاده از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، افزایش بودجه و امکانات، استفاده از تجربیات داخلی و خارجی، حرفه‌ای‌گری و به‌روز کردن فوتبال، کمک به حل مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه و برقراری ارتباط بین صنوف مختلف است. بنابراین، می‌توان با اجرای این راهکارها برای باشگاه‌های فوتبال ایران سعی کرد سطح فرهنگی باشگاه‌های حداقل هم‌سطح با درجه فنی آن‌ها ارتقا یابد و فرهنگی شایسته و آبرومند از اسلام و ایران در عرصه منطقه و جهان به نمایش بگذارد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، باشگاه، لیگ برتر، فوتبال.



مقدمه

امروز فوتبال از قوارهٔ یک رشتهٔ ورزشی در دنیا به مراتب فراتر رفته و همهٔ حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی را تسخیر کرده است. تحول فوتبال در ایران یکی از شاخص‌های تحولات عمومی کشور به‌ویژه در زمینهٔ فرهنگ جامعه است و نشان از حرکت به سوی فرهنگ عام جهانی است. مقولهٔ فوتبال و جهانی‌سازی فرهنگی نشان می‌دهد که اجتماعات منفرد کم‌کم ارتباط خود را با قلمرو جغرافیایی از دست می‌دهند و جایگزین اجتماعات جهانی جداشده از قلمرو با روابط متقابل و پیچیده می‌شوند. در نظام نشانه‌شناختی جهانی، هر کنش مصرف به یک موضوع انتخاب تبدیل می‌شود و در نتیجه، جنبهٔ ارتباطی پیدا می‌کند و به‌نحوی بازتاب ارزش‌ها و اعتقادات هواداران محسوب می‌شود. بر این اساس، هواداران، ناگزیر از جهانی‌شدن هستند و در عین حال، با حضور خود در فرهنگ‌های جهانی به‌نوعی «خود» را ابراز می‌کنند. این دیالوگ در پیوستاری حذف‌فصل تولید جهانی محصول، بومی‌سازی توزیع و مصرف محلی تداوم می‌یابد. نکتهٔ جالب این‌جاست که سلطهٔ فرهنگی یا اقتصادی کشورهای دیگر به‌عنوان اولین شرط هواداری فوتبال مدرن محسوب نمی‌شود و این دستاورد ارزشمندی است که فوتبال مدرن را در سرلیست افسران نرم جهانی‌سازی قرار می‌دهد (شجاع، ۱۳۹۴). بر این اساس به‌نظر می‌رسد باشگاه فوتبال، فضایی است برای فرافکنی و بازتاب «خود» هوادار؛ بدین معنی که هوادار فوتبال، خویشتن «خود» را با واحد مشترکی متشکل از هوادار و باشگاه، ظهور و بروز می‌دهد و موقعیت اجتماعی - فرهنگی و ارزش‌های خود را در باشگاه نمایان می‌سازد (مهرانی، ۱۳۹۶).

فرهنگ فوتبال دارای ویژگی‌های سه‌گانهٔ فرهنگ یعنی، عمومیت داشتن، اجباری نبودن و دوام داشتن است. کارکرد و رابطه فوتبال در جامعهٔ ایرانی، از گذشته تا حال، به‌مثابهٔ خدمت و جایگاهش در دیگر جوامع قلمداد می‌شود: پیش از انقلاب تاکنون، فوتبال تقریباً همان کارکردها و روابطی را در جامعهٔ ما به‌وجود آورده است که در دیگر نقاط جهان شاهد آن هستیم. بدین سان، ما همواره با هویت‌سازی‌های ملی، محلی، شهری، اوباشی‌گری و مسائلی از این دست مواجه بوده‌ایم (عرفانی، ۱۳۹۸).

فرهنگ پدیده‌ای اجتماعی مهمی است که باید دولت به‌عنوان یک عامل اصلی، آن را در جامعه نهادینه کند (توجاری، ۲۰۱۲). یکی از زیرمجموعه‌های فرهنگی در کشور ما ورزش است و به عبارتی ورزش یکی از ارکان توسعهٔ فرهنگ است (هوگارت^۱، ۱۹۵۷). برگزاری مراسم مذهبی مناسبی و برپایی عزاداری‌ها نمودی از فعالیت فرهنگی باشگاه‌هاست که در جای خود

1. Hoggart

ارزشمند بوده و جای تقدیر دارد، ولی آیا باشگاه‌ها برای آموزش زبان، برگزاری کلاس‌های جامعه‌شناسی، بررسی مسائل اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی یا مسائل فوریت‌های پزشکی کاری انجام داده‌اند؟ آنگاه که اکثریت جوانان و نوجوانان ایرانی پای خطابه‌های روحانیون نمی‌نشینند و تماماً در فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی سیر می‌کنند و گروه مرجع مثبت آن‌ها سلبریتی‌های ورزشی و هنری هستند و رفتار و گفتار آن‌ها را تقلید می‌کنند، کدام مرکزی می‌تواند این‌گونه بر رفتار آن‌ها اثر بگذارد و سبک زندگی آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار دهد؟ باشگاه‌های فوتبال و بازیکنان ستاره در تیم‌های پرطرفدار در قالب فرهنگ‌سازی می‌توانند بزرگ‌ترین، مؤثرترین، بانفوذترین و بهترین الگوهای رفتاری و گفتاری و سبک زندگی برای نسل جدید و همچنین بزرگسالان جامعه ما باشند و این فرصتی بسیار بزرگ در اختیار باشگاه‌های ورزشی است که می‌توان به بهترین وجه از آن‌ها استفاده کرد. فرهنگ جامعه را اصلاح کند و جهت داد. با نهایت تأسف باید گفت بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد علی‌رغم شعارها و تابلوهای پرزرق‌وبرق باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال، برنامه مدونی برای رعایت ارزش‌های فرهنگی و تربیتی در استادیوم‌های ورزشی فوتبال وجود ندارد. با توجه به مطالب گفته‌شده، محقق در این پژوهش، به دنبال پاسخ این سؤال است که وضعیت فرهنگی در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران چگونه است و چه راهکارهای برای بهبود وضع موجود می‌توان پیشنهاد داد؟ به نظر می‌رسد پژوهشی لازم بود تا به ما نشان دهد که چگونه می‌توان برای رسالت فرهنگی باشگاه‌های فوتبال به‌عنوان یکی از موردتوجه‌ترین پدیده‌های قرن حاضر در ایران و جهان راهکارهایی علمی آماده کرد تا براساس آن این رسالت را به نحو احسن به سرمنزل مقصد رساند. بدیهی است تا زمانی که یک راهکارهایی شفاف و علمی و دقیق در این زمینه تهیه و ارائه نشود هرگونه دستور و بخشنامه و توصیه، نسخه‌ای سلیقه‌ای بیش نبوده و نواها و سازهای گه‌گاه ناهماهنگ و ناکوک در این زمینه به گوش خواهد رساند، هم‌چنان که تاکنون شاهد آن بوده‌ایم. بنابراین پژوهشی علمی و دقیق لازم است تا با ارائه راهکارهایی علمی توسعه فرهنگی باشگاه‌ها را هدف قرار داده و مدیران و مسئولان باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران با استفاده از آن بتوانند به رسالت فرهنگی باشگاه تحت مدیریت خود وفادار باشند.

هدف اصلی این تحقیق بررسی وضعیت فرهنگی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران بوده و اهداف فرعی آن عبارت‌اند از: بررسی وضعیت موجود فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران، بررسی شرایط علمی مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران، بررسی شرایط زمینه‌ای مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران، بررسی شرایط



مداخله‌گر مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران، بررسی راهبردهای مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران. همچنین سؤال اصلی این تحقیق از این قرار است که وضعیت فرهنگی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران چگونه است؟ و سؤالات فرعی آن عبارت‌اند از: وضعیت موجود فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران چگونه است؟ شرایط علی مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران چگونه است؟ شرایط زمینه‌ای مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران چگونه است؟ شرایط مداخله‌گر مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران چگونه است؟ راهبردهای مؤثر بر توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران چگونه است؟

ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

قدرت نفوذ فوتبال به دلیل جذابیت این رشته ورزشی و مخاطب‌های متنوع و کثیر آن در سراسر دنیا است. در کشور ما تبوتاب فوتبال به مراتب بیشتر از سایر دنیاست. کافی است به تعداد روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و رسانه‌های مرتبط با این رشته ورزشی نگاه کنید، در حالی که این ظرفیت فرهنگی می‌تواند در خدمت رشد و توسعه کشور باشد، به دلیل مدیریت معیوب به تهدیدی برای جامعه تبدیل شده و حاشیه‌ها جای متن را گرفته است (بشیریه، ۱۳۷۹).

فرهنگ به مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هر چه که فرد به‌عنوان عضوی از جامعه خویش فرا می‌گیرد، تعریف می‌شود (مرادی، ۲۰۱۲). فوتبال با توجه به تأثیرگذاری بالایی که دارد، می‌تواند در هر کشوری محملی شگرف برای پیوند زدن خرده‌فرهنگ‌ها، قومیت‌ها و نژادهای مختلف باشد و وفاق، نشاط، عزت، اقتدار و فرهنگ ملی کشورها را افزایش دهد (سازگارا، ۱۹۹۸). فوتبال به‌عنوان جذاب‌ترین مقوله قرن بیست و یکم، علاوه بر روابط داخلی هر کشور بر روابط بین دولت‌ها و ملت‌ها نیز چتر لنداخته و اغلب اوقات روابط حسنه‌ای را رقم زده است (علوی، ۱۳۹۰).

اصطلاح توسعه به‌صورت فراگیر پس از جنگ جهانی دوم مطرح شده است. واژه توسعه در لغت به معنای خروج از «لفاف» است. در قالب نظریه نوسازی، لفاف همان جامعه سنتی و فرهنگ و ارزش‌های مربوط به آن است که جوامع برای متجدد شدن باید از این مرحله سنتی خارج شوند (کوزر^۱، ۲۰۰۳). در تعریف توسعه نکاتی را باید مدنظر داشت که مهم‌ترین آن‌ها

1. Coser

عبارت‌لند از این که اولاً، توسعه را مقوله ارزشی تلقی کنیم، ثانیاً، آن را جریانی چندبعدی و پیچیده بدانیم، ثالثاً به ارتباط و نزدیکی آن با مفهوم بهبود توجه داشته باشیم (افروغ، ۱۳۹۷). اما واژه «توسعه» از نظر لغوی در زبان انگلیسی، به معنی بسط یافتن، درک کردن، تکامل و پیشرفت است. گرچه این واژه از قرن هشتم هجری (۱۴ میلادی) برای توضیح برخی پدیده‌های اجتماعی به کار رفته است، لیکن استفاده وسیع از این واژه به عنوان یک چارچوب تحلیلی برای درک پیشرفت جوامع انسانی، به بعد از جنگ جهانی دوم و در دهه‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ مربوط می‌شود. در آن موقع، این واژه مترادف با نوسازی، رشد، صنعتی شدن و برای تعبیرات و اصطلاحات مشابه به کار می‌رفت (نصیری، ۱۳۹۰).

همچنین معانی و تعاریف زیادی از فرهنگ وجود دارد (استریناتی^۱، ۲۰۱۴). فرهنگ عبارت است از رفتار یادگیری شده و به اشتراک گذاشته شده‌ای که از طریق اجتماع منتقل می‌شود و دارای دو بُعد بیرونی، مثل نقش‌ها، آداب و رسوم، لباس و روابط و ساختار خانواده و درونی، مثل ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهاست (والنتین^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). فرهنگ برای جامعه همچون حافظه برای انسان است. به عبارت دیگر فرهنگ شامل سنت‌هایی است که نشان می‌دهد پیش از این چگونه عمل شده است. فرهنگ همچنین شامل شیوه نگرش مردم به خود و محیط اطرافشان، پیش‌فرض‌های بیان نشده آن‌ها درباره راه و رسم دنیا و همچنین روشی است که مردم باید عمل کنند (محسنی، ۱۳۸۱).

اما فرهنگ ورزش موضوعی است که در اظهارات اқشار مختلف جامعه از جمله مسئولان کشور بازتاب جدی یافته است. اما علی‌رغم تأکید بر توسعه آن در کشور، هنوز تعریف دقیقی از آن ارائه نشده است (سوهانیان، ۱۳۹۳). علاوه بر آن، گاه در تحقیقات دیده می‌شود که عباراتی جدید در حوزه ورزش مورد توجه محققان قرار می‌گیرد که حتی در تحقیقات مذکور تعریفی از چنین واژه‌هایی ارائه نمی‌شود و درک شرایط دشوارتر از پیش می‌شود (نصیری، ۱۳۹۰).

همچنین توسعه فرهنگی خاصیت ملی دارد و در درون هر کشور و جامعه خاص انجام می‌شود (گاگلیاردی^۳، ۱۹۹۰). به عبارت دیگر توسعه فرهنگی در هر کشور با کشورهای دیگر متفاوت است و کشور و جامعه می‌تواند مبتنی بر سنت‌های تاریخی خود، توسعه فرهنگی خاص خود را داشته باشد (مشبکی، ۱۳۸۷). بنابراین توسعه فرهنگی با «جهانی شدن فرهنگ» متفاوت است (اوکولی^۴، ۲۰۰۴). توسعه فرهنگی نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌ای

1. Strinati
2. Valentine et al
3. Gagliardi
4. Okoli



فرهنگی، پژوهش‌های ژرف و تطبیقی است بدون این پژوهش‌ها اقدام فرهنگی، فاقد درون‌گری و بی‌بهره از غنای لازم خواهد بود (مرادی، ۱۳۹۱).

توسعه فرهنگی مبتنی بر ارزش‌ها و اخلاق خاصی است (شاین^۱، ۲۰۲۰). به عبارت دیگر در توسعه فرهنگی ارزش‌های فرهنگی وجود دارد، زیرا براساس تعاریف مورد توافق، جداسازی فرهنگ از ارزش‌ها قابل تصور نخواهد بود (آزادانلود، ۲۰۰۹). بنابراین در مفهوم توسعه پایدار (که فرهنگ رکن اساسی آن است) در واقع نوعی داوری ارزشی مبتنی بر فرهنگ، به رسمیت شناخته شد و توسعه در قالب آن مطرح شد (عظیمی، ۱۳۷۱).

محسنی تیریزی و رحمتی (۱۳۸۱)، در مقاله‌ای با عنوان «سیری در مفاهیم و نظریه‌های خشونت، پرخاش و پرخاشگری به‌منظور ساخت و ارائه یک مدل علی — توصیفی خشونت در ورزش» آورده‌اند که مقاله حاضر، ضمن تعریف مفهومی پرخاشگری و خشونت و تمایز مفهومی این دو، به بررسی نظریه‌های مربوط به خشونت و پرخاشگری ورزشی می‌پردازد. سؤال اساسی این است که خشونت ورزشی چیست و چه عواملی در بروز آن مؤثر هستند؟ رهیافت زیست‌شناختی و تئوری ناکامی پرخاشگری بیشتر معطوف به ماهیت عام خشونت و پرخاشگری است، اما در نظریه‌های جامعه‌شناسی بیشتر به عوامل اوباش‌گری و خشونت در ورزش توجه می‌شود. تأکید مقاله حاضر بر توجه دادن به کاستی‌های هر یک از این نظریه‌هاست. در نهایت محققان با تلفیق دیدگاه‌های آسیب‌شناختی کلارک و دیدگاه کارکردگرایی ساختاری، مدل علی — توصیفی خود را برای مطالعه ابعاد آسیب‌شناختی رفتار تماشاگران فوتبال در ایران پیشنهاد می‌کنند.

واندر^۲ (۲۰۱۹) در کتابی مفصل با عنوان «خشونت فوتبال در اروپا» تاریخ مفصلی از این پدیده در قاره اروپا را بررسی کرده و به بررسی وضعیت امروزی آن در این قاره رسیده است و مقایسه بین‌المللی آن را نیز به انجام رسانده است و تأثیر الکل و نژادپرستی را در این پدیده و پوشش رسانه‌ای آن را مدنظر داشته‌اند و نیز بررسی نظری و تجربی خشونت در فوتبال اروپا را نیز از نظر گذرانده و مسیرهای آینده این موضوع را ترسیم کرده و به‌طور کلی کتابی خوب و جامع در این زمینه به دست داده‌اند.

روش پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیقات گراند تئوری است. روش نظریه‌مبنایی یکی از راهکارهای پژوهش کیفی است. از نظر مکانی وسعت تحقیق شامل تمام باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای در

1. Shine
2. Vander

سراسر کشور بوده تمامی افرادی که از میان جامعه آماری تحقیق آمادگی و رضایت خود را از شرکت در این تحقیق اعلام کردند در این تحقیق شرکت داده شدند و موردمصاحبه عمیق قرار گرفتند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند با حداکثر تنوع و با تکنیک گلوله‌برفی انجام شد. محقق پس از مصاحبه با سه فرد (ورزشکار، گزارشگر و مدیر ورزشی) به‌عنوان مصاحبه‌شوندگان آزمایشی (پایلوت) و اصلاح و نهایی‌سازی پرسش‌نامه، با پنج نفر از هر کدام از اصناف مدیران و مسئولان ورزشگاه‌ها و تیم‌ها و ادارات ورزشی، ورزشکاران و مربیان، پیش‌کسوتان ورزشی، استادان دانشگاه و صاحب‌نظران و متخصصان فرهنگ و ورزش و گزارشگران موجود در جامعه آماری (جمعاً ۲۵ نفر) مصاحبه عمیق کرده و به‌دلیل تکراری شدن کدها و عدم تشکیل طبقه و زیرطبقه جدید در زمان تحلیل، به احساس اشباع داده‌ها رسید و نمونه‌گیری را خاتمه داد. مکان تحقیق براساس توافق بین محقق و شرکت‌کننده، محلی که برای شرکت‌کننده راحت‌تر بود، انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق استفاده شد. زمان مصاحبه‌ها از نیم ساعت تا یک ساعت متغیر بود. مصاحبه‌ها با کسب اجازه از شرکت‌کنندگان، ضبط و سپس کلمه به کلمه پیاده شد. سؤال‌های مصاحبه‌ها به کمک راهنمای مصاحبه پرسیده شد. با پیشرفت مطالعه، سؤالات اصلاح یا سؤالات جدیدی به آنها اضافه شد. سه مرحله از کدگذاری یعنی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی در این تحقیق به‌کار گرفته شد. پرسش‌نامه این تحقیق از طریق روایی صوری موردارزیابی قرار گرفته و برای بررسی پایایی پرسش‌نامه این مصاحبه‌ها (مفاهیم، مقوله‌ها، و قضایا) به شکل‌های گوناگون از نرم‌افزار MAXQDA12 استخراج و در جدول‌ها و نمودارها نمایش داده شدند.

نتایج و یافته‌ها

داده‌های تحقیق پس از تحلیل محتوای حاصل از تحلیل کیفی مصاحبه‌ها (مفاهیم، مقوله‌ها، و قضایا) به شکل‌های گوناگون از نرم‌افزار استخراج و در جداول ذیل نمایش داده شده‌اند. با استفاده از نرم‌افزار، تمامی مطالب و داده‌ها مورد مطالعه قرار گرفته و به هرکدام از داده‌های مرتبط با موضوع یک عنوان یا مفهوم اختصاص یافته است. نمونه‌ای از جدول مفصل این مرحله از کدگذاری در ذیل آمده است:



جدول ۱. دیدگاه‌ها درباره استفاده از واژه فرهنگ در ابتدای نام باشگاه‌ها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

۱۰۱	عدم حرفه‌ای‌گری در فوتبال	قانون فیفا غیراعجابی بوده است. رفتار حرفه‌ای یعنی اینکه تمام ابعاد بک بازیکن یا مربی در مسیر شغل حرفه‌ای او یعنی فوتبال باشد نه اینکه در ساعات خارج از بازی و زمین بازی هرکاری دوست داشت انجام دهد. بک عواننده حرفه‌ای هیچ وقت نمی‌تواند هرچه را که دوست دارد بخورد یا بنوشد چون حنجره او از کنترل خارج می‌شود. پس چطور بک بازیکن به خود اجازه می‌دهد کاری بخواند در خارج از حیطه ورزش بکند؟
۱۰۲	تحصیلات پایین بازیکنان و مربیان و لیدرها	فوتبالیستهای ما و مربیان ما از آنجایی که از سنین پایین وارد عرصه ورزش می‌شوند تحصیلات را رها می‌کنند و این باعث می‌شود میانگین تحصیلات مربیان و ورزشکاران ما پایین باشد. لیدرهای ما هم که از همه بدتر و در بسیاری موارد تحصیلات ابتدایی دارند.
۱۰۳	نبود دوره‌های منظم آموزش و توجیه ضمن خدمت برای مدیران و مربیان و بازیکنان	ما بازیکنان و مربیان و مدیران را در ضمن خدمت آموزش نمی‌دهیم. کلاس زبان انگلیسی و روابط اجتماعی و اعتماد به نفس برگزار نمی‌کنیم و از این معضل رنج می‌بریم.
۱۰۴	نبود ارتباط بین باشگاهها و هواداران و لیدران و پیشکوتان	ارتباط جدی و منظم و محوب بین باشگاه و هواداران و لیدران و پیشکوتان وجود ندارد و این اصناف از محاسنه‌های هم اطلاع کافی ندارد و باداد و هوار و محسونت و تخریب حرف هم را متوجه می‌شوند.
۱۰۵	کمبود بودجه کلی باشگاهها و درگیری با مسائل مالی	تا وقتی بودجه اصلی باشگاه کم است و به هیچ جا نمی‌رسد بخش فرهنگی باشگاه بهترین و مظلوم‌ترین جای برای زدن از بودجه و مخرج سایر محل‌ها کردن است.

کدهای اولیه به علت تعداد فراوان آن‌ها به کدهای ثانویه تبدیل شدند. در این مرحله چند کد ثانویه به یک مفهوم تبدیل می‌شود. این عمل با استفاده از تکنیک مقایسه پایدار، که زمینه ظهور ابعاد مشترک مفاهیم است، امکان‌پذیر می‌شود. نمونه‌ای از جدول مفصل این مرحله از کدگذاری نیز در ذیل آمده است:

جدول ۲. دیدگاه‌ها درباره استفاده از واژه فرهنگ در ابتدای نام باشگاه‌ها استخراج شده از متن مصاحبه با نخبگان

اکثر باشگاه‌ها بجای فرهنگ نام بردند موافقم.	
موافقم ولی نه برای همه باشگاه‌ها.	
برخی باشگاه‌ها پایتندی.	پایتندی نسبی
پایتندی هستند اما در اولویتشان نیست.	
فقط اقلیتی از آنان عقیده هستند آن هم ناقص.	
صرفاً به برخی اقدامات روئین محدود شده است.	
این واژه کاملاً دکوری است.	عدم پایتندی
باشگاه‌ها در ظاهر می‌پندند.	
پایتندی به آن وجود ندارد.	
فقط در حرف می‌پند به فرهنگ هستند.	
به نظر می‌رسد این عنوان به همه باشگاه‌ها از بالا تحمیل شده است.	پایتندی کاملی
از میزان بودجه فرهنگی باشگاه‌ها می‌شود میزان پایتندی آنها را متوجه شد.	
نه تنها پایتندی هستند بلکه بر خلاف فرهنگ هم رفتار می‌کنند.	
باشگاه‌ها تماماً به آن می‌پند هستند.	
بخشی از باشگاه‌ها سعی می‌کنند مقید باشند.	
برخی مدیران به واقع دغدغه فرهنگی دارند.	
همه مدیران تا جایی که شرایط اجازه بدهد علاقه مند به امور فرهنگی هستند.	
الترگذاری فرهنگی در بین لسل جدید	

پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزار، اکنون زمان پاسخ به سؤالات پژوهش است. در پژوهش‌های اکتشافی که هدف آن گسترش و بسط دانش و رسیدن به نظریه است فرضیه‌ای وجود نداشته درعوض محقق به دنبال پاسخ به سؤالات تحقیق است.

در پاسخ به سؤال اول (آیا یا واژه «فرهنگی» در کنار نام باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال موافق‌اید؟ اگر بله یا خیر به چه دلایلی؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفهومی که از مصاحبه‌ها استخراج شد سه مقوله و پانزده مفهوم در قالب شرایط علی قرار گرفت که مقوله‌های بخش استفاده از واژه فرهنگ در نام باشگاه‌ها عبارت‌اند از مخالفت کامل، موافقت کامل و موافقت مشروط که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصویر ذیل نمایش داده شده است.



جدول ۳. دیدگاه‌ها درباره استفاده از واژه فرهنگ در ابتدای نام باشگاه‌ها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)
استفاده از واژه فرهنگ در نام باشگاه‌ها	کاملاً با این اقدام مخالفم چون کار غیرحرفه‌ای است.
	مخالفم چون نباید از سازمان ورزشی انتظار کار فرهنگی داشت.
	مخالفم چون باید صفت‌های دیگری هم به نام باشگاه اضافه شود.
	مخالفم به دلیل اثرگذاری عکس این اقدام
	با وضعیت کنونی مخالفم با این اقدام چون کار فرهنگی نمی‌شود.
موافقت کامل	مخالفم چون این کار ابزار سوء استفاده شده است.
	مخالفم چون ابزار ریاکاری است.
	تا حدودی با این کار موافقم چون شاید بتواند مؤثر افتد ...
موافقت مشروط	با این کار موافقم چون تعهد می‌آورد.
	موافقم چون باشگاه‌ها بسیار مرکز توجه جامعه هستند.
	موافقم چون بی‌اثر نیست.
	موافقم اما واژه فرهنگی باید بعد از واژه ورزشی بیاید.
	با شرایطی موافقم با این کار اگر تقید به آن وجود داشته باشد.
	اگر باشگاه‌ها مجری فرهنگ باشند موافقم.
	موافقم ولی نه برای همه باشگاه‌ها

همان‌گونه که در جدول ۳، نمایش داده شده است مصاحبه‌شوندگان به دلایل متعدد با آوردن عنوان فرهنگی در نام باشگاه‌های فوتبال باشگاهی موافقت و مخالفت داشته‌اند که عده‌ای از آنان مخالفت کامل و عده‌ای دیگر موافقت کامل و برخی دیگر موافقت مشروط با این اتفاق را نشان دادند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول ۳ مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال دوم (باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران تا چه میزان به واژه «فرهنگی» در کنار نام خود پای‌بند بوده‌اند؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود در اداره کل تربیت‌بدنی دانشگاه فنی و حرفه‌ای و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری احصا شد که به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد سه مقوله و پانزده مفاهیم به این سؤال اختصاص داشت که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصویر ذیل نمایش داده شده است.

جدول ۴. میزان پای‌بندی به واژه فرهنگ در باشگاه‌ها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

میزان	کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)
پای‌بندی به واژه فرهنگ در باشگاه‌ها	پای‌بندی نسبی	برخی باشگاه‌ها پای‌بندند.
		پای‌بند هستند، اما در اولویتشان نیست.
پای‌بندی کامل	عدم پای‌بندی	فقط اقلیتی از آنان مقید هستند آن هم ناقص
		صرفاً به برخی اقدامات معمول محدود شده است.
		این واژه کاملاً دکوری است.
		باشگاه‌ها در ظاهر مقیدند.
		پای‌بندی به آن وجود ندارد.
		فقط در حرف مقید به فرهنگ هستند.
		به نظر می‌رسد این عنوان به همه باشگاه‌ها از بالا تحمیل شده است.
		از میزان بودجه فرهنگی باشگاه‌ها می‌شود میزان پای‌بندی آنها را متوجه شد.
		نه تنها پای‌بند نیستند، بلکه برخلاف فرهنگ هم رفتار می‌کنند.
		باشگاه‌ها تماماً به آن مقیدند.
پای‌بندی کامل	پای‌بندی کامل	خیلی از باشگاه‌ها سعی می‌کنند مقید باشند.
		برخی مدیران درواقع دغدغه فرهنگی دارند.
		مدیران تا جایی که شرایط اجازه بدهد علاقه‌مند به امور فرهنگی هستند.

همان‌گونه که در جدول ۴، نمایش داده شده است نخبگان ورزش میزان پای‌بندی به واژه فرهنگ در باشگاه‌های فوتبال باشگاهی را در سه دسته عدم پای‌بندی، پای‌بندی نسبی و پای‌بندی کامل ارزیابی کردند که جزئیات و زیرمجموعه‌ها در قالب مفاهیم در جدول‌های بالا مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال سوم (شما چه مسئولیت‌ها و رسالت‌های فرهنگی را بر عهده باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران می‌دانید؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری، به دست آمد که به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد ۵ مقوله و ۴۲ مفاهیم در قالب پاسخ به این سؤال قرار گرفته‌اند که پاسخ‌ها عبارت‌اند از اثرگذاری بر جامعه، معرفی و نمایانندگی فرهنگ جامعه و سایر دستاوردهای جنبی که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصویر ذیل نمایش داده شده است.



جدول ۵. مسئولیت‌ها و رسالت‌های فرهنگی بر عهده باشگاه‌ها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)	مسئولیت‌ها و رسالت‌های فرهنگی باشگاه‌ها
اثرگذاری بر جامعه	اثرگذاری فرهنگی در بین نسل جدید اصلاح بی‌اخلاقی‌های جامعه ترویج اخلاق مروت و جوانمردی ترویج ورزش و سلامت همگانی ارائه الگو و نمونه‌الوی انسانیت ترویج نوع‌دوستی و انسان‌دوستی مبارزه با کج‌رفتاری‌های فرهنگی جهت‌دهی به فرهنگ عمومی تسهیل جامعه‌پذیری بهینه	
معرفی فرهنگ جامعه	ویترین بودن برای فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی پیوند ملت به عرصه جهانی و معرفی آن به دنیا	
دستاوردهای جانبی	ایجاد اتحاد ملی هدایت بهینه هیجانات جامعه تقلیل آلام و فشارهای روانی مردم ارج‌گذاری به علم و دانش در کنار ورزش	

همان‌گونه که در جدول ۵، نمایش داده شده است نخبگان ورزش اثرگذاری بر جامعه، معرفی و نمایانندگی فرهنگ جامعه و سایر دستاوردهای جنبی را از رسالت‌ها و مسئولیت‌های فرهنگی باشگاه‌های فوتبال دانسته‌اند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول‌های بالا مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال چهارم (شما وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشورمان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری، موارد موردنظر احصا شد که به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد سه مقوله و پانزده مفاهیم در قالب پاسخ‌های این سؤال قرار گرفته‌اند که مقوله‌های این بخش عبارت‌اند از وضعیت بد فرهنگی باشگاه‌ها، وضعیت خوب فرهنگی باشگاه‌ها و لزوم کار بیشتر در زمینه فرهنگی باشگاه‌ها که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصویر ذیل نمایش داده شده است.

جدول ۶. وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها استخراج شده از متن مصاحبه با نخبگان

وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها	کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)
وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها	وضعیت فرهنگی باشگاه‌ها بسیار بد است.	حال فرهنگی باشگاه‌های فوتبال ما خوب نیست.
		متأسفانه بی‌اخلاقی در باشگاه‌های فوتبال موج می‌زند.
		وضعیت فرهنگی باشگاه‌ها خوب نیست.
		به میزان فنی در فرهنگ فوتبال هم از کشورهای پیشرفته عقبیم.
برای مسائل فرهنگی باید بیشتر کار شود.	نیاز به کار بسیار بیشتری دارد.	اوضاع بسیار خراب است.
		مایهٔ آبروریزی است.
		نسبت به کشورهای اروپایی وضعیت جالبی نداریم.
		از نظر فرهنگی جا دارد کار شود و بهتر شود.
از نظر فرهنگی وضعیت خوبی داریم.	من به آن امید دارم.	در زمینهٔ فرهنگی در فوتبال کار شده، اما ناکافی است.
		هرچه باشد نمایندهٔ جامعهٔ ماست؛ چه خوب چه بد.
		نسبت به مسائل فنی وضعیت خوبی داریم.
		تا جایی که بودجه اجازه داده کار شده است.
		در زمینهٔ فرهنگی به مرور زمان در حال بهتر شدن هستیم.

همان‌گونه که در جدول ۶، نمایش داده شده است نخبگان ورزش وضعیت بد فرهنگی باشگاه‌ها، وضعیت خوب فرهنگی باشگاه‌ها و لزوم کار بیشتر در زمینهٔ فرهنگی باشگاه‌ها را در پاسخ به این سؤال بیان کردند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول بالا مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال پنجم (به نظر شما چه عواملی باعث ایجاد وضعیت کنونی فرهنگی باشگاه‌های فوتبال کشورمان شده‌اند؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریهٔ مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحلهٔ کدگذاری، عوامل علی مؤثر بر پدیدهٔ محوری موارد موردنظر احصا شد که به شرح ذیل ارائه می‌شود. از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد ۱۱ مقوله و ۶۴ مفاهیم در قالب پاسخ به این سؤال قرار گرفته‌اند که مقوله‌های آن عبارت‌اند از ضعف و فساد در مدیریت، ناآگاهی و بی‌اطلاعی و عدم آموزش، ضعف در برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری و اجرای آن، عدم نظارت و کنترل، مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی، دوری از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، کمبود بودجه و امکانات، آزمون و خطای مداوم و استفاده نکردن از تجربه، عدم حرفه‌ای‌گری و به روز



نشدن، مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه، ضعف در برقراری ارتباط که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصاویر ذیل نمایش داده شده است.

جدول ۷. عوامل ایجاد وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها استخراج شده از متن مصاحبه با نخبگان

عوامل ایجاد وضعیت فرهنگی فعلی باشگاه‌ها	کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)
وضعیت فرهنگی فعلی باشگاه‌ها	ضعف و فساد در مدیریت	بی‌کفایتی مسئولان باشگاهی
		نبود تخصص در مدیریت باشگاه
		عدم شایسته‌سالاری در مدیریت باشگاهی
		وجود نگاه مردانه به ورزش در ایران
		فقدان متخصص فرهنگی در باشگاه فوتبال
		جابه‌جایی‌های سریع مدیران و مربیان باشگاهی
		فساد و لابی در گزینش و انتصاب‌های مدیران باشگاهی
		ریاکاری و دروغ‌گویی مدیران
		بی‌نظمی و پلشتی در تمام سطوح باشگاهی
		فقدان تربیت و آموزش صحیح در آکادمی‌ها
ناآگاهی و بی‌اطلاعی و عدم آموزش	ناآگاهی و بی‌اطلاعی و عدم آموزش	ناشنایی با قانون ملی و فوتبالی
		رشد کاریکاتوری بازیکنان
		فقدان آموزش اخلاقی، فرهنگی در بین مدیران، مربیان و بازیکنان
		تحصیلات پایین بازیکنان و مربیان و لیدرها
		ناآگاهی بازیکن و مربی از جایگاه مهم خود در جامعه
		نبود دوره‌های منظم آموزش ضمن خدمت برای مدیران، مربیان و بازیکنان
		ورزشکاران و مربیان و مدیران ما زبان انگلیسی بلد نیستند
		نبود برنامه‌ریزی صحیح در باشگاه‌ها
		عدم اجرای قوانین
		عدم اولویت‌بندی صحیح در باشگاه‌ها
ضعف در برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری و اجرای آن	ضعف در برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری و اجرای آن	ضعف در طرح‌ریزی فرهنگی در فدراسیون فوتبال
		ضعف قوانین فرهنگی در فوتبال کشور
		نبود نگاه بلندمدت و ماندگار به فوتبال و آینده باشگاه
		اشکال در هدف‌گذاری‌های فدراسیون و باشگاه‌ها
		بخش‌نامه‌ای بودن مسئله فرهنگ در باشگاه‌ها
		سیستم تنبیهی ضعیف و ناکارآمد
		نبود سیستم تشویقی مناسب
		رهاشدگی رسانه‌های ورزشی و عدم نظارت بر آن‌ها
		نگرفتن بازخورد فرهنگی توسط مدیران باشگاه‌ها
		رهاشدگی تماشاگران و لیدرهای تیم‌های باشگاهی
عدم نظارت و کنترل	عدم نظارت و کنترل	رهاشدگی رسانه‌های ورزشی و عدم نظارت بر آن‌ها
		نگرفتن بازخورد فرهنگی توسط مدیران باشگاه‌ها
		رهاشدگی تماشاگران و لیدرهای تیم‌های باشگاهی

بی‌توجهی به نقش لیدرها و گزینش آن‌ها	مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی
رها بودن بازیکنان فوتبال و عدم نظارت بر آن‌ها	
تزیینی بودن عنوان فرهنگ در باشگاه‌های فوتبال	
بی‌اهمیتی به مسئله فرهنگ در عرصه مدیریتی باشگاه	
اولویت نداشتن فرهنگ در سطح باشگاهی	
نتیجه‌گرایی صرف در فوتبال باشگاهی	
تقلید از فوتبال سایر کشورها بدون توجه به شرایط بومی	
نبود دغدغه فرهنگی در بین مدیران باشگاهی	
مادی‌گرایی و تفاخر در ورزش	
واردات صرف پدیده فوتبال از خارج	
ناتوانی در انتقال فرهنگ کهن اسلامی ایرانی به ورزش کشور	دوری از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی
فراموشی انسان‌دوستی و نوع‌دوستی در فوتبال	
فاصله‌گیری از فرهنگ مروت و جوانمردی	
دورویی اهالی ورزش	
بی‌توجهی به آموزه‌های اسلامی	کمبود بودجه و امکانات
نبود بودجه کافی برای مسائل فرهنگی باشگاه	
کمبود بودجه کلی باشگاه‌ها و درگیری با مسائل مالی	
کمبود امکانات و زیرساخت‌ها	آزمون و خطای مداوم و استفاده نکردن از تجربه
عدم استفاده از تجربه دیگر کشورها	
اهمیت ندادن به مربیان و پیشکسوتان	عدم حرفه‌ای‌گری و به روز نشدن
نبود اخلاق حرفه‌ای	
مدرن نشدن باشگاه‌ها	
عدم حرفه‌ای‌گری در فوتبال	
نبود روان‌شناس حرفه‌ای در بسیاری از باشگاه‌ها	مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه
وضعیت نامطلوب اجتماعی و سیاسی و اقتصادی در جامعه	
سطح پایین آستانه تحمل اهالی ورزش و طرفداران	
نبود فرهنگ انتقادپذیری	
فوتبال تنها پناه جوانان شده است	
عدم فرهنگ مطالبه‌گری و حق‌خواهی	ضعف در برقراری ارتباط
وجود جو ناسالم در ورزشگاه	
نبود ارتباط بین باشگاه‌ها و هواداران و لیدران و پیشکسوتان	
ضعف و ناتوانی باشگاه‌ها در فضای مجازی	
حاشیه‌سازی و سانسور و تهییج توسط رسانه‌ها	
ارتباط ضعیف باشگاه‌ها با کمیته داوران فوتبال	



همان‌گونه که در جدول ۷، نمایش داده شده است نخبگان ورزش عوامل تأثیرگذار بر پدیده محوری را تحت عنوان شرایط علی شامل: ضعف و فساد در مدیریت، ناآگاهی و بی‌اطلاعی و عدم آموزش، ضعف در برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری و اجرای آن، عدم نظارت و کنترل، مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی، دوری از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، کمبود بودجه و امکانات، آزمون و خطای مداوم و استفاده نکردن از تجربه، عدم حرفه‌ای‌گری و به روز نشدن، مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه، ضعف در برقراری ارتباط می‌دانند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول‌های بالا مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال ششم (شما چه راهکارهایی را برای بهبود وضعیت فرهنگی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران توصیه می‌کنید؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری، موارد موردنظر احصا شد که به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد ۱۱ مقوله و ۶۴ مفاهیم در قالب پاسخ به این سؤال قرار گرفته‌اند که مقوله‌های بخش علی عبارت‌اند از تقویت و اصلاح روند مدیریت، اطلاع‌رسانی و آموزش و تربیت صحیح، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری صحیح و اجرای دقیق آن، اعمال نظارت و کنترل، دوری از مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی، استفاده از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، افزایش بودجه و امکانات، استفاده از تجربیات داخلی و خارجی، حرفه‌ای‌گری و به روز کردن فوتبال، کمک به حل مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه، برقراری ارتباط بین صنوف مختلف که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصاویر ذیل نمایش داده شده است.

جدول ۸. راهکارهای بهبود وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌ها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

کد متمرکز (مفاهیم)	کد محوری (مقوله‌ها)	
انتخاب مدیران باشگاهی باکفایت	تقویت و اصلاح روند مدیریت	راهکارهایی برای بهبود وضعیت فرهنگی باشگاه‌های
انتخاب مدیران باشگاهی متخصص		
شایسته‌سالاری در مدیریت باشگاهی		
تقویت جایگاه زنان در ورزش ایران		
به‌کارگیری متخصص فرهنگی در باشگاه فوتبال		
ایجاد ثبات در بین مدیران و مربیان باشگاهی		
مبارزه با فساد و لابی در گزینش و انتصاب‌های مدیران باشگاهی		
شفافیت و صداقت مدیران		
ایجاد نظم و انضباط در تمام سطوح باشگاهی		

اطلاعرسانی و آموزش و تربیت صحیح	برقراری تربیت و آموزش صحیح در آکادمی‌ها آموزش مداوم قانون ملی و فوتبالی کمک رشد همه‌جانبه بازیکنان برقراری آموزش‌های اخلاقی و فرهنگی در بین مدیران، مربیان و بازیکنان کمک به ادامه تحصیل بازیکنان و مربیان و لیدرها آگاهی‌رسانی درباره جایگاه مهم بازیکن و مربی در جامعه ایجاد دوره‌های منظم آموزش ضمن خدمت برای مدیران، مربیان و بازیکنان برگزاری کلاس‌های زبان انگلیسی برای ورزشکاران و مربیان و مدیران
برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری صحیح و اجرای دقیق آن	برنامه‌ریزی صحیح در باشگاه‌ها اجرای دقیق قوانین اولویت‌بندی صحیح در باشگاه‌ها طرح‌ریزی فرهنگی علمی در فدراسیون فوتبال تقویت قوانین فرهنگی در فوتبال کشور داشتن نگاه بلندمدت و ماندگار به فوتبال و آینده باشگاه هدف‌گذاری صحیح فدراسیون و باشگاه‌ها درونی کردن مسئله فرهنگ در باشگاه‌ها
اعمال نظارت و کنترل	ایجاد سیستم تنبیهی قوی و کارآمد ایجاد سیستم تشویقی مناسب نظارت بر رسانه‌های ورزشی اخذ بازخورد فرهنگی توسط مدیران باشگاه‌ها کنترل و نظارت بر تماشاگران و لیدرهای تیم‌های باشگاهی توجه به نقش لیدرها و گزینش آن‌ها کنترل بر بازیکنان فوتبال و عدم نظارت بر آن‌ها
دوری از مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی	تعهد و التزام به عنوان فرهنگ در باشگاه‌های فوتبال اهمیت‌دهی به مسئله فرهنگ در عرصه مدیریتی باشگاه اولویت‌دهی به فرهنگ در سطح باشگاهی دوری از نتیجه‌گرایی صرف در فوتبال باشگاهی توجه به شرایط بومی کشور در واردات فوتبال از سایر کشورها ایجاد دغدغه فرهنگی در بین مدیران باشگاهی پرهیز از مادی‌گرایی و تفاخر در ورزش توجه به فرهنگ فوتبال در واردات پدیده فوتبال از خارج
استفاده از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی	انتقال فرهنگ کهن اسلامی ایرانی به ورزش کشور ترویج انسان‌دوستی و نوع‌دوستی در فوتبال ترویج فرهنگ مروت و جوانمردی



ترویج صداقت و شفافیت در بین اهالی ورزش	
توجه به آموزه‌های اسلامی	
اختصاص بودجه کافی برای مسائل فرهنگی باشگاه	افزایش بودجه و امکانات
افزایش بودجه کلی باشگاه‌ها و کاستن از درگیری با مسائل مالی	
افزایش امکانات و زیرساخت‌ها	
استفاده از تجربه دیگر کشورها	استفاده از تجربیات داخلی و خارجی
اهمیت‌دهی به تجربه مربیان و پیشکسوتان	
تقویت و ترویج اخلاق حرفه‌ای	حرفه‌ای‌گری و به‌روز کردن فوتبال
مدرن و به‌روز کردن باشگاه‌ها	
تلاش برای حرفه‌ای‌گری در فوتبال	
به‌کارگیری روان‌شناس حرفه‌ای در باشگاه‌ها	
رفع مشکلات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه	کمک به حل مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه
ارتقای سطح آستانه تحمل اهالی ورزش و طرفداران	
ترویج فرهنگ انتقادپذیری	
ایجاد تفریحات موازی برای جوانان در کنار فوتبال	
تقویت فرهنگ مطالبه‌گری و حق‌خواهی	
اصلاح جو ناسالم ورزشگاه	
برقراری ارتباط بین باشگاه‌ها و هواداران و لیدران و پیشکسوتان	برقراری ارتباط بین صنوف مختلف
فعالیت قوی در فضای مجازی و ارتباط با هواداران از این طریق	
ارتباط خوب با رسانه‌ها	
برقراری ارتباط باشگاه‌ها با کمیته داوران فوتبال	

همان‌گونه که در جدول ۸، نمایش داده شده است نخبگان ورزش مقولات این دسته را شامل تقویت و اصلاح روند مدیریت، اطلاع‌رسانی و آموزش و تربیت صحیح، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری صحیح و اجرای دقیق آن، اعمال نظارت و کنترل، دوری از مادی‌گرایی و نتیجه‌گرایی، استفاده از فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، افزایش بودجه و امکانات، استفاده از تجربیات داخلی و خارجی، حرفه‌ای‌گری و به‌روز کردن فوتبال، کمک به حل مشکلات کلی و زمینه‌ای جامعه، برقراری ارتباط بین صنوف مختلف می‌دانند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول بالا مشخص شده است.

در پاسخ به سؤال هفتم (با اجرای توصیه‌های شما شاهد چه دستاوردهایی در عرصه فرهنگی این باشگاه‌ها خواهیم بود؟) پس از جمع‌آوری اسناد موجود و تحلیل مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار، مفاهیم حاصل طبق نظریه مبنایی تهیه و پس از انجام سه مرحله کدگذاری، موارد موردنظر احصا شدند که به شرح ذیل ارائه می‌شود.

از بین ۳۵ مقوله و ۲۰۱ مفاهیمی که از مصاحبه‌ها استخراج شد چهار مقوله و یازده مفاهیم در قالب پاسخ به این سؤال قرار گرفته‌اند که مقوله‌های آن عبارت‌اند از اثرگذاری فوتبال در اصلاح جامعه، رسیدن فوتبال به جایگاه فرهنگی درخور، سایر دستاوردهای جانبی، معرفی جلوه زیبایی از فرهنگ ایرانی اسلامی که شرح تفصیلی پاسخ به این سؤال در قالب جدول و تصاویر ذیل نمایش داده شده است.

جدول ۹. نتایج متصور برای به‌کارگیری راهکارها استخراج‌شده از متن مصاحبه با نخبگان

نتایج	کد محوری (مقوله‌ها)	کد متمرکز (مفاهیم)
متصور	اثرگذاری فوتبال در اصلاح جامعه	نقش‌آفرینی فوتبال در اصلاح فرهنگی در جامعه
برای به‌کارگیری راهکارها	رسیدن فوتبال به جایگاه فرهنگی درخور	رسیدن ورزش فوتبال به جایگاه واقعی خود در تأثیر بر فرهنگ جامعه
	سایر دستاوردهای جانبی	نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های فوتبال در جامعه‌پذیری نسل جدید
	معرفی جلوه زیبایی از فرهنگ ایرانی اسلامی	رشد فرهنگی باشگاه‌ها
		برازندگی عنوان فرهنگی به باشگاه‌های فوتبال ایران
		کسب رتبه‌های برتر اخلاقی در عرصه‌های بین‌المللی
		کاهش هزینه‌های مالی و اخلاقی و روانی و اجتماعی در عرصه فوتبال
		ایجاد فضایی امن و آرام برای تفریحات خانواده‌ها
		ایجاد اتحاد فرهنگی بین اقوام و زبان‌های مختلف ایران
		الگو شدن فرهنگ فوتبال ایران در آسیا و جهان
		ارائه جلوه‌ای در خور از ایران و اسلام به جهان

همان‌گونه که در جدول ۹، نمایش داده شده است نخبگان ورزش مقولات این دسته را شامل: اثرگذاری فوتبال در اصلاح جامعه، رسیدن فوتبال به جایگاه فرهنگی درخور، سایر دستاوردهای جانبی، معرفی جلوه زیبایی از فرهنگ ایرانی اسلامی می‌دانند که جزئیات و زیرمجموعه‌های عوامل علی در قالب مفاهیم در جدول ۹ مشخص شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با دغدغه اهمیت‌دهی به‌عنوان «فرهنگی» در ابتدای نام باشگاه‌های فوتبال باشگاهی و ارائه الگویی برای توسعه فرهنگی آن‌ها انجام شده و آنچه به‌دست آمد نشان داد که درباره استفاده از عنوان فرهنگی در ابتدای نام باشگاه‌ها موافقت‌ها و مخالفت‌هایی در بین صاحب‌نظران و نخبگان فرهنگی دارد و عده‌ای آن را کاری صحیح و عده‌ای آن را کاری بیهوده یا مخرب می‌دانند و عده‌ای نیز با این عمل موافقتی نسبی بیان داشتند و هر کدام دلایل



متعددی چون اثرگذاری مثبت بر رفتار اعضای باشگاه تا دکوری بودن این عنوان بیان داشتند. اما با کنار هم گذاشتن نظرات برداشت همه‌جانبه‌ای به‌دست می‌آید که استفاده از عنوان فرهنگ در نام باشگاه‌ها چه نقاط مثبت و منفی‌ای می‌تواند در پی داشته باشد. منوچهری اعتقاد دارد دقت در انتخاب نام مؤسسه و سازمان یکی از تعیین‌کننده‌های مهم در نقشه راه سازمانی است (مهاجر، ۱۳۹۸). همچنین جنت مکان معتقد است اجرای عملی عنوان انتخاب‌شده برای یک گروه یا سازمان می‌تواند یکی از نشانه‌های تعهد سازمانی باشد (محتشم، ۱۳۹۵).

اما درباره میزان پای‌بندی به عنوان فرهنگی در ابتدای نام باشگاه‌های فوتبال ما نیز نظرات ضد و نقضی به‌دست آمد که عده‌ای از نخبگان و صاحب‌نظران فوتبالی اعتقاد داشتند که این تعهد و التزام در حد قابل‌قبولی در باشگاه‌ها جریان دارد و عده‌ای دیگر معتقد بودند که خبری از پای‌بندی به این عنوان در عمل برای باشگاه‌ها وجود ندارد و عده‌ای دیگر پای‌بندی نسبی و در حد توان و امکانات به این واژه را بیان داشتند. اما مجدداً می‌توان با کنار هم گذاشتن این تعبیر دقیق متوجه شد که استفاده از عنوان فرهنگی در نام باشگاه‌ها چه نتایج اولیه‌ای برای تیم‌ها و باشگاه‌های مختلف فوتبال کشور ما داشته است و چه نقاط ضعف و کارنشده‌ای باقی مانده و از قلم افتاده است. محبیان و رادمنش در تحقیقی دریافته‌اند که عناوین سازمانی می‌توانند به میزان قابل‌توجهی بر رفتار کارکنان آن سازمان مؤثر افتند و این تأثیر در جهات مثبت و منفی عمل می‌کند (رافعی، ۱۳۹۸). همچنین پیراسته در پژوهش خود به این نتیجه رسید که اعضای گروه به نام گروه خود التزام و تعهد نشان می‌دهند (مدیری، ۱۳۹۰).

در محوری دیگر از پژوهش دیدیم که نخبگان ورزش و فوتبال ما به رسالت‌ها و مسئولیت‌های فرهنگی باشگاه‌ها فوتبال کشور اشاره کرده‌اند. عده‌ای اهمیت و جایگاه اثرگذاری این پدیده جهان‌نوین را در جامعه در نظر گرفته و بیان کرده‌اند و عده‌ای نمایانندگی فرهنگ و اخلاق کلیت جامعه ما بر جهان را رسالت بزرگ فرهنگ فوتبال دانسته‌اند. عده‌ای دیگر نیز دستاوردهای جانبی دیگری چون ایجاد محیطی سالم بری تفریحات مفید برای خانواده‌ها را از وظایف فرهنگی باشگاه‌های فوتبال ذکر کرده‌اند که همگی و از جنبه‌های متعدد توانسته‌اند نقاط مهم و قابل‌توجهی از رسالت‌ها و وظایف فرهنگی باشگاه‌های فوتبال ما را در عرصه ملی و بین‌المللی بیان کنند که قاعدتاً در برخی از این رسالت‌ها به خوبی و در برخی دیگر ضعیف ظاهر شده‌ایم. معین‌زاده معتقد است یک باشگاه ورزشی می‌تواند جهت‌دهنده فرهنگی در جامعه باشد (محمدی، ۱۳۹۵). همچنین یونسی معتقد است که یک ورزشکار حرفه‌ای فوتبال قادر است تأثیری بسیار بیشتر از معلمان و واعظان بر نوجوانان و جوانان بگذارد (مدیری، ۱۳۹۰).

در محور چهارم این تحقیق وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌های فوتبال کشورمان را از نخبگان ورزش و فوتبال جويا شدیم که مجدداً نظرات متنوعی دریافت کردیم، اما جالب نبودن وضعیت این بعد از ورزش ما در بین پاسخ‌گویان تقریباً اکثریت داشت و عدهٔ بیشتری اعتقاد داشتند که وضعیت خوبی نیست و عده‌ای دیگر کار بیشتری را در این زمینه خواستار بودند و عده‌ای دیگر از نخبگان از وضعیت موجود رضایت داشتند. اما به نظر می‌رسد حق با اکثریت باشد و باید قبول کرد که نمادهای بی‌اخلاقی در فوتبال باشگاهی ما گویای وضعیت نامناسب فرهنگ در این ورزش است و باید بهتر و بیشتر کار کرد. محمودی در نتایج تحقیق خود آورده است که فوتبال ما دچار انحطاط فرهنگی شده است و برای نجات آن نیاز به وارد کردن شک وجود دارد (رمضانی، ۱۳۹۶). همچنین رفیع‌پور اعتقاد دارد که فرهنگ فوتبال باشگاهی در ایران به اندازهٔ مسائل فنی رشد و پیشرفت نداشته است و نیاز به کار فرهنگی بیشتری در این زمینه است (رمضانی، ۱۳۹۳).

محور بعدی مجموعه سؤالات ما علل و عوامل بروز وضعیت فرهنگی کنونی باشگاه‌های ما و نقصان‌های موجود در این زمینه بود که به دلایل و علل یازده‌گانه‌ای اشاره شده و سخنان متعددی در این زمینه ذکر شد. از ضعف در مدیریت و فساد در آن و نبود آموزش و تربیت صحیح اولیه و انقطاع از عرصهٔ جهانی و نبود بودجه و امکانات کافی و ... این مصاحبه‌ها ما را به حفره‌های جالب و مهمی رهنمون کرد که از نظرگاه‌های مختلف و از دید نخبگان متعدد مشاهده می‌شده است و بدون مراجعه به این تعداد از نخبگان ورزش و فوتبال غیرقلیل دستیابی بود. آن‌ها علل و عوامل مهم سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را بیان داشتند و موارد ریز و درشت را از نظر گذراندند. سلیمانی در نتایج تحقیق خود آورده است که خشونت در فوتبال ایران بیداد می‌کند و ایران یکی از خشن‌ترین تماشاگران جهان را دارد (احسانی، ۱۳۹۷). همچنین رادمنش معتقد است که کوتاهی در فرهنگ‌سازی در بین هواداران و ورزشکاران وضعیت کنونی فرهنگ فوتبال باشگاهی و ملی ما را به بار آورده است و کسی را یارای مقابله با آن نیست (یاری، ۱۳۹۸).

محور دیگر در مجموعه سؤالات ما راهکارهای پیشنهادی برای مبارزه با این عوامل مخل فرهنگ فوتبال بوده است که مجدداً راهکارهای مختلفی مطرح شد. از آموزش‌های مستمر ضمن خدمت و نوین‌سازی و به‌روز شدن در زمینه‌های مختلف، از افزایش بودجه و امکانات و استفاده از تجربه‌های داخلی و خارجی و برقراری عدالت و شفافیت و دوری از لابی و فساد و ... که همگی می‌توانند راهگشای اخلاق و فرهنگ در فوتبال باشگاهی ما باشند به شرطی که سرلوحهٔ عمل قرار گیرد و در عرصهٔ عمل به‌کار گرفته شوند. این راهکارها مجدداً همچون علل موارد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را مدنظر قرار داده و تقریباً مورد مهمی را از قلم نینداخته‌اند و



بعد از آن نوبت مسئولان و دست‌اندرکاران است که تا چه میزان این توصیه‌ها را اجرا و عملیاتی کنند. سیدی در پژوهش خود آورده است که برگزاری دوره‌های آموزشی مدون برای اهالی ورزش تا حدود بسیار زیادی قادر است کج‌روی‌های فرهنگی را در سطح ورزش حرفه‌ای تقلیل دهد (سجادی، ۱۳۹۸). همچنین خانقاهی اعتقاد دارد که بهترین روش برای برخورداری از فرهنگ ورزشی والا کار در سطوح پایه و آکادمی‌های ورزشی است (رمضانی، ۱۳۹۳).

هفتمین و آخرین محور از مجموعه سؤالات ما نتایج و دستاوردهای متصور از اجرای این راهکارها بوده است که به نوعی همان عملیاتی شدن محور رسالت‌ها و مسئولیت‌ها و وظایف فرهنگی باشگاه‌ها بوده است. ارائه جلوه زیبایی از فرهنگ و اخلاق ایرانی - اسلامی، تأثیرگذاری بر فرهنگ جامعه و فرایند جامعه‌پذیری نسل جدید چون نوجوانان و جوانان، اصلاح فرهنگ جامعه و سایر دستاوردهای ارزشمند. این نخبگان معتقد بودند که به هر حال با اجرای توصیه‌های مطرح برای مبارزه با علل بی‌اخلاقی و بی‌فرهنگی در فوتبال باشگاهی ما می‌توان شرایط بهتری را در دستیابی به جایگاه درخور فرهنگی باشگاه‌های فوتبال ما مهیا کرد. دیبایی در نتایج تحقیق خود آورده است که فرهنگ و اخلاق در ورزش حرفه‌ای هر کشوری باز نمودی از فرهنگ کل آن جامعه است و می‌توانند نمایاننده خوبی برای تمام جامعه باشد (مهرانی، ۱۳۹۶). همچنین قمصری معتقد است که فوتبال با اخلاق و فرهنگ فاخر یکی از بانفوذترین اهرم‌ها برای تأثیرگذاری بر نسل جدید در فرایند جامعه‌پذیری آنهاست (علوی، ۱۳۹۰).

اما در این پژوهش سعی شد در هر کدام از علل و عواملی که برای نواقص فرهنگی و اخلاقی برای فوتبال باشگاهی ما از سوی نخبگان ورزشی مطرح می‌شود در همان مرحله و در ادامه پاسخ به همان سؤال راهکار و پیشنهاد عملیاتی آن نخبه برای آن علت یا عامل مخل نیز اخذ شود تا هیچ نقصانی بدون راهکار نماند. به همین دلیل راهکارهای پیشنهادی مطرح‌شده این تحقیق با علل و عوامل بروز ضعف در وضعیت فرهنگی کنونی کشور انطباق کامل و مورد به مورد دارند.

درنهایت به نظر می‌رسد عنوان «فرهنگی» در ابتدای نام باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای کشور ما تا حدود زیادی در عمل پیاده نشده و نیاز است با رفع مشکلات و کاستی‌ها و نواقص فرهنگی در باشگاه‌ها، شرایطی درخو در این زمینه برای باشگاه‌های فوتبال ایران فراهم آید تا سطح فرهنگی باشگاه‌های نیز حداقل هم‌سطح با درجه فنی آن ارتقا یابد و فرهنگی شایسته و آبرومند از اسلام و ایران در عرصه منطقه و جهان به نمایش بگذارد و سایر برکات آن نیز عواید فرهنگ جامعه شود.

از جمله پیشنهادات اجرایی و پژوهشی این تحقیق آموزش رفتارهای صحیح اخلاقی به هواداران، ورزشکاران، مربیان، داوران، لیدرها و ...، تعلیم و تربیت صحیح کودکان و نوجوانان و جوانان در زمینه ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی، فرهنگ‌سازی درباره رفتارهای صحیح در محیط ورزش برای هواداران، ورزشکاران و لیدرها و ...، انجام پژوهش‌های مستقل در باب هر کدام از سؤالات و مقولات این تحقیق، انجام تحقیقات کیفی بیشتر و عمیق‌تر برای ریشه‌یابی بهتر مسئله فرهنگ در باشگاه‌هاست.

اجرای هر پژوهشی به علت وجود متغیرهای داخلی و خارجی اثرگذار بر نتایج می‌تواند محدودیت‌هایی را برای پژوهشگر ایجاد کند که برخی از آن‌ها غیر قابل کنترل هستند و در تفسیر و تعمیم نتایج نهایی بسیار مؤثرند. محدودیت‌های که محققان در این پژوهش با آن مواجه شدند شامل موارد زیر بودند: داده‌ها از طریق پرسش‌نامه به روش مصاحبه جمع‌آوری شدند که با تعداد محدودی از منتخبان نخبه مدیران و مسئولان ورزشگاه‌ها و تیم‌ها و ادارات ورزشی، ورزشکاران و مربیان، پیشکسوتان ورزشی، استادان دانشگاه و صاحب‌نظران و متخصصان فرهنگ و ورزش و گزارشگران ورزشی مصاحبه‌ها صورت گرفت. بنابراین، احتمال دارد نتایج به دست آمده تحت تأثیر عوامل محیطی، مثل شرایط و مکان انجام مصاحبه، زمان انجام مصاحبه، رعایت ملاحظات اخلاقی، سیاسی، فرهنگی و ملی و ... قرار گیرد. پس نمی‌توان با قطعیت نتایج را تفسیر و تعمیم داد. هر چند با انجام راهکارهایی مانند تعیین حجم نمونه آماری مناسب و ایجاد فضایی مناسب و صمیمی در انجام مصاحبه‌ها و ایجاد تنوع در مصاحبه‌شوندگان توانستیم تا حدودی به نتایج قابل اتکا دست بیابیم. با وجود این، توصیه می‌شود در پژوهش‌های آینده از تعداد نمونه آماری بالاتر و تنوع بیشتر در افراد مصاحبه‌شونده استفاده شود. همچنین، مصاحبه‌ها در یک دوره زمانی کوتاه و به صورت مقطعی انجام گرفتند. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده در یک دوره یا بازه زمانی طولانی‌تر جمع‌آوری داده‌ها انجام شود تا اثر زمان نیز بیشتر کنترل شود. از طرفی، چون تحقیق حاضر در رابطه با فرهنگ و فوتبال انجام گرفت و فرهنگ ما ایرانی‌ها متأثر از دین مبین اسلام، ارزش‌ها و عقاید نیکان و اجدادمان است که ویژه ما ایرانیان است و از طرف دیگر، رشته فوتبال در کشور ما به عنوان یک ورزش وارداتی محسوب می‌شود، با توجه به این مطلب و این که سال‌های زیادی این ورزش در کشور عزیزمان توسعه و گسترش پیدا کرده است، می‌توان گفت که نتایج به دست آمده احتمال دارد در آینده روز به روز بهتر شوند و با فرهنگ ملی ایرانی اسلامی ما سازگارتر و عجین‌تر شود.



References

- Afrough, E., Mehrabanifar, H. (2018). The study of the fashion cycle in Iran society. *Journal of Woman in Culture Arts*, 10(1), 1-27.
- Alavi, Azadeh (2011). Investigation of examples of cultural and social damage in the field of sports in the country. *Journal of Modern Sports and Culture*, 12, (Persian).
- Azadanloo, H. (2009). *To get familiar with basic concepts of Sociology*. 3rd ed. Tehran: Nei ltd. 98-99.
- Azimi, Hossein (2004). *Circuits of underdevelopment in Iran's economy*. 5th edition. Ney Publishing. (Persian).
- Bashirieh, Hossein, (2000). Political development and crisis of national identity. *National Studies Quarterly*, 5, (Persian).
- Coser L. A. (2003). *Masters of Sociological Thought*. Ideas in Historical and Social Context 2nd Edition. Waveland Press, Inc., tr. Persian by Mohsen Salasi. Tehran. Elmi. 14. Ed., p. 113.
- Ehsani, Maryam, (2017). fundamental culture building in national sports. *Cultural and Sports Studies of Iran*, 4, (Persian).
- Erfani, Naeem, (2019). Cultural deviations in Iran's stadiums. *Cultural Research Quarterly*, 15, (Persian).
- Gagliardi, P. (1990). Artifacts as pathways and remains of organizational life, in P. Gagliardi (ed). *Symbols and Artifacts: View of the Corporate Landscap*, 3-38
- Hoggart, Richard. (1957). *The use of literacy*. Chatto & windus publisher, 116-119.
- Madiri, Hassan, (2018). Investigating the function of ethics and culture in the inter-organizational arena. *Journal of Job Commitment Studies*, 4, (Persian).
- Mehrani, Afzal, (2016). Comparative study of sports culture in Iran and Ukraine. *Shahid Beheshti University Sports Quarterly*, 8, (Persian).
- Mohajer, Rahman, (2018). Investigation of cultural commitment in new cultural organizations. *Cultural Studies of Management Science*, 22, (Persian).
- Mohammadi, Dawood, (2016). Culture in Iranian football, opportunities and threats. *Sports Culture Yearbook*, 30, (Persian).
- Mohseni Tabrizi, Alireza, Rahmati, Mohammad Mahdi, (2002). A review of the concepts and theories of violence, aggressiveness and aggression in order to build and present an ali-descriptive model of violence in sports. *Social Sciences Journal*, 19, (Persian).
- Mohtsham, Ali, (2015). Investigation of organizational culture and job commitment. *Cultural Studies of Management Science*, 20, (Persian).

- Moradi, Z; Moradi, M; Goodarzi, M; Negintaji, F. (2012). The Relationship between Informing Roles, Social and Educational Participation. Culture-Constructing of the Mass Media, and Development of Student Sports. *Research in Sport Management*, 1, Issue 4, 1-16.
- Nasiri, Fakhrel Sadat and Karimi, Iman, (2011). *Organizational Knowledge Management and Process Management*. Tehran, University of Tehran Management Faculty (Persian).
- Okoli, C., & Pawlowski, S. (2004). The Delphi method as a research tool: An example, design considerations and applications. *Information and Management*, 42, 15-29
- Rafei, Mahmoud, (2018). Organizational ethics and job commitment. *Journal of Job Commitment Studies*, 8, (Persian).
- Ramezani, Alireza, (2014). *Teacher's Book, Knowledge of Sports Facilities and Places*. Iran Textbook Publishing Center (Persian).
- Ramezani, Hadi, (2017). Investigation of interconnected organizational relationships. *Ferdowsi University of Mashhad Management Faculty Monthly*, 8, (Persian).
- Sajjadi, Fereshte, (2019). Review of sports cultural development models. *Culture and Management Yearbook*, 2, (Persian).
- Sazgara, P. A. (1998). *Look at Sociology Emphasizing on Culture*. Tehran. Kavir Pub, 27-28.
- Shajie, Kianoosh, Farahani, Abolfazl, Ghasemi, Hamid, (2014). Investigation of the quality of friendly relations between coaches and players of selected sports teams in Razavi Khorasan province. *Applied Researches in Sports Management*, 1, (Persian).
- Shine, Edgar H. (2020). Comming to a new awarehess of organizational culture. *Sloan Management Review*, 25, 3-16.
- Sohanian, Mohammadreza, Kiarazm, Gholamreza, Mohed, Simin, Kiqbadi, Marzieh, Alavi, Sara, Bahrian, Maryam, Fakhraei, Marzieh, (2013). *Cultural Industries, Future Industries*. Tehran, Eindhoo Pajoh (Persian).
- Strinati D. (2014). *An introduction to Theories of Popular Culture*. Routledge; 2 edition.translated in Persian by Soraya Paknazar. Third ed.Tehran. Gameh Noe, 45-47.
- Tojari, F. (2012). *Developing of Cultural Development Indicators in Sports*. The 2nd national congress of talent scout in sports. Tehran.
- Vander zanden James W. (2019). *Sociology. The Core*. fourt edition. Singapore. MC Graw- Hill.
- Yari, Sharare, (2018). Investigation of organizational unethical factors in small organizations. *Management Culture Studies*, 3, (Persian).
- Valentine, S., Dixon, L., Borba, C., Shtasel, D., & Marques, L. (2016). Mental illness stigma and engagement in an implementation trial for Cognitive



Processing Therapy at a diverse community health center: a qualitative investigation. *International Journal of Culture and Mental Health*, 9(2), 139-150

Meshbaki, Asghar, Khademi, Ali Akbar, (2007). *Pathological investigation of cultural policies after the revolution*, *Culture, Art and Communication Studies*, 125-141

Survey of the cultural status of Iran's Persian Gulf Pro League clubs

Ali Mohammadi^{*1}, Masoumeh Kalateh Sirafi²

1. Ph.D of Sports Management, Mazandaran University, Babolsar, Iran.

2. Associate Professor, Sports Management Department, Mazandaran University, Babolsar, Iran

Received: July 23, 2022

Accepted: August 05, 2022

Abstract

This research aims to survey the cultural status of clubs in the Persian Gulf Pro League. This research is a type of grounded theory research. The present study is of applied type. In terms of location, the scope of the research included all the professional football league clubs across the country. All interviewees were chosen voluntarily and purposefully. Sampling was done with the snowball technique, and a total of 25 elite football players were interviewed in depth—the data analysis process was based on the Strauss-Corbin model. Then, MAXQDA12 software was used for qualitative analysis of the interviews. Results showed that the current cultural status of the clubs is in the very bad category, and more work should be done to improve it in the future. Also, regarding the solutions to enhance the cultural status of the clubs, the following answers were found, which are: strengthening and reforming the management process, providing information and proper education and training, correct planning and legislation and its strict implementation, exercising supervision and control, distance From materialism and result orientation, using authentic Iranian Islamic culture, increasing budget and facilities, using domestic and foreign experiences, professionalism and updating football, helping to solve the general and contextual problems of society and establishing communication between different classes. Therefore, by implementing these solutions for Iranian football clubs, we can try to improve the cultural level of the clubs at least at the same level as their technical level and display a worthy and dignified culture of Islam and Iran in the region and the world.

Keywords: Culture, Club, Persian Gulf Pro League, Football

* E- mail: alimohamadi1966@yahoo.com