

Fitting the conceptual model of cultural role-playing of professional sports clubs in Iran

Shahin vajdi, Masoumeh MajidiParast^{*2}, Ali Asghari Sarem³, Mohammad Jalilvand⁴

1. PhD student in Sports Management, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran
2. Assistant Professor, Department of Sports Management, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran
3. Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran
4. Assistant Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Hamedan Branch, Islamic Azad University, Hamedan, Iran

Phone number: ۰۹۱۸۳۱۵۱۶۰۱, Email: m.majidiparast@basu.ac.ir

Abstract

The purpose of the research was to fitting the conceptual model of cultural role-playing of professional sports clubs in Iran. This research was applied, mix method (qualitative-quantitative) and cross-sectional. The statistical population of this research was made up of managers and officials of sports clubs, sports veterans, university professors and experts and experts in the field of culture and sports, coaches, athletes and fans. The research sample was obtained using Gpower software, 130 people were selected by the criterion-based purposeful sampling method. The research tool was a researcher-made questionnaire (extracted from the qualitative part of the doctoral thesis). In order to analyze the data, descriptive statistics were used to examine the demographic characteristics and inferential statistics (structural equation modeling and Friedman's ranking test) were used to answer the research questions and present the final research model. All analyzes were performed in spss23 and smartpls3.1.1 software environment and at a significance level of 0.05. The results of the research showed that the research model has a good fit and causal factors ($p=0.001$; $t=14.125$), background factors ($p=0.001$; $t=3.580$) and interfering factors ($p=0.001$; $t=4.184$) had a significant impact on the cultural role-playing of professional sports clubs in Iran. Also, the results of the research showed that the factors affecting the cultural role of professional sports clubs in Iran are, respectively, expertise (8.32), affiliation (8.02), identity creation (7.27), political factors (7.15), management (03). 7/7), personal characteristics (6/76), cultural (6/48), infrastructure (6/23), management factors (5/64), media (5/51), economic factors (4/85) and factors Socio-cultural (4/75) were prioritized. Therefore, paying attention to the factors affecting the cultural role of professional sports clubs can lead to the development and promotion of sports culture, native culture and Islamic culture in the society.

Keywords: cultivation, sport, causal, contextual, intervening.

برازش الگوی مفهومی نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران

شاهین وجدی^۱، معصومه مجیدی پرست^{۲*}، علی اصغری صارم^۳، محمد جلیوند^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۴. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

تلفن همراه: ۰۹۱۸۳۱۵۱۶۰۱ Email: m.majidiparast@basu.ac.ir

چکیده

هدف از پژوهش برازش الگوی مفهومی نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران بود. این پژوهش از نوع کاربردی، ترکیبی (کیفی-کمی) و مقطعی بود. جامعه آماری این پژوهش را مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزشی، پیشکسوتان ورزشی، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران و متخصصین حوزه فرهنگ و ورزش، مربیان، ورزشکاران و هواداران تشکیل دادند. نمونه تحقیق با استفاده از نرم‌افزار جی‌پاور، ۱۳۰ نفر به دست آمد که به روش نمونه‌گیری هدفمند ملاک‌مدار انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته (مستخرج از بخش کیفی رساله دکتری) بود. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی جهت بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و از آمار استنباطی (مدل‌سازی معادلات ساختاری و آزمون رتبه‌بندی فریدمن) جهت پاسخگویی به سوالات پژوهش و ارائه مدل نهایی تحقیق استفاده شد. تمامی تجزیه و تحلیل‌ها در محیط نرم‌افزاری $spss^{۲۳}$ و $smartpls^{۳،۱،۱}$ و در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که مدل پژوهش از برازش مناسب برخوردار بوده و عوامل علی ($p=۰/۰۰۱$ ؛ $t=۱۴/۱۲۵$)، عوامل زمینه‌ای ($p=۰/۰۰۱$ ؛ $t=۳/۵۸۰$) و عوامل مداخله‌گر ($p=۰/۰۰۱$ ؛ $t=۴/۱۸۴$) تاثیر معنی‌داری بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران داشتند. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران به ترتیب تخصص ($۸/۳۲$)، وابسته‌سازی ($۸/۰۲$)، ایجاد هویت ($۷/۲۷$)، عوامل سیاسی ($۷/۱۵$)، مدیریتی ($۷/۰۳$)، ویژگی‌های شخصی ($۶/۷۶$)، فرهنگی ($۶/۴۸$)، زیرساختی ($۶/۲۳$)، عوامل مدیریتی ($۵/۶۴$)، رسانه‌ها ($۵/۵۱$)، عوامل اقتصادی ($۴/۸۵$) و عوامل فرهنگی-اجتماعی ($۴/۷۵$) اولویت‌بندی شدند. بنابراین توجه به عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای می‌تواند موجب توسعه و ترویج فرهنگ ورزشی، فرهنگ بومی و فرهنگ اسلامی در جامعه شود.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ‌سازی، ورزش، علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر.

مقدمه

در عصر حاضر ورزش حرفه‌ای به عنوان یک ابزار کارآمد و قدرتمند، مورد توجه غالب کشورهای دنیا در جهت رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار گرفته است (آلیسون و نوئستر^۱، ۲۰۲۱) و جهت بقا و رشد خود نیازمند توجه به مسائل متعددی در حیطه‌های گوناگون دارد، یکی از این حیطه‌ها وجود باشگاه‌های ساختارمند در بدنه ورزش می‌باشد (گتريک^۲، ۲۰۲۲). باشگاه‌های ورزشی پایه و اساس رشد و توسعه ورزش‌های مختلف می‌باشند. قهرمانان و نخبگان ورزشی از دل باشگاه‌ها رشد کرده و پرورش می‌یابند و از طرف دیگر باشگاه‌های ورزشی مکانی را برای گستره افراد جامعه فراهم می‌آورند تا زندگی سالم، با نشاط و پرتحرکی را تجربه کنند (آذربایجانی و همکاران، ۱۴۰۲).

باشگاه‌های ورزشی سازمان‌های ورزشی هستند که به صورت چندمنظوره با کارمندان تمام وقت و بودجه‌های شش‌گانه^۳ و گاهی اوقات در سال میلیون‌ها دلار، به صدها و حتی هزاران بازیکنی که در سطوح ملی و حتی بین‌المللی تمرین و به رقابت می‌پردازند خدمات ارایه می‌دهند (استورا^۴، ۲۰۱۹). این باشگاه‌ها دارای طرح باشگاه، فلسفه، بیانیه مأموریت، اهداف، سیاست‌ها و روش‌ها، هویت، اساس‌نامه، هیات رئیسه باشگاه، هیأت مدیره^۵، کمیته و ساختار سازمانی^۶ هستند (اسپایج^۷ و همکاران، ۲۰۲۰). یکی از عمده عواملی که می‌تواند باشگاه‌های ورزشی را در ترسیم و رسیدن به اهداف و چشم‌اندازهای خود تحت تاثیر قرار دهد، عوامل فرهنگی است (باخروم^۸، ۲۰۲۲). فرهنگ یک مفهوم گسترده است که شامل ارزش‌های اجتماعی و هنجارهای موجود در جوامع بشری و همچنین دانش، باورها، هنرها، قوانین، آداب و رسوم، توانایی‌ها و عادت‌های افراد گروه یا جامعه می‌شود (تیلور^۹، ۱۸۷۱ به نقل از راتنپالن^{۱۰}، ۲۰۰۸). شایان ذکر است فرهنگ عاملی زیربنایی در ساختار جامعه است و بر همه عوامل روبنایی جامعه از جمله هنر، سیاست، اقتصاد، ورزش و غیره تاثیرگذار خواهد بود (عبدالرحمن^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۳).

بسیاری از اندیشمندان توسعه فرهنگی را به عنوان زمینه و شرط لازم برای هرگونه توسعه اقتصادی-اجتماعی پذیرفته‌اند. آلبرتی^{۱۲} و همکاران (۲۰۲۲) معتقد است که ورزش یکی از راه‌های اجتماعی شدن و همانندسازی مانند خوگرفتن با ارزش‌ها و فرهنگ جامعه است. ورزش پدیده‌ای اجتماعی-فرهنگی است که با نهادها و ساختارهای اجتماعی ارتباط دارد. از یک سو می‌توان از طریق ورزش درباره سطح پیشرفت اجتماعی و فرهنگی یک جامعه داوری کرد و از سوی دیگر، پیشرفت و ترقی ورزشی نیز به داده‌ها و عوامل اجتماعی حاکم بر جامعه وابسته است (حاجیانی و همکاران، ۱۴۰۲). منظور از توسعه فرهنگ، گسترش هنجارها، ارزش‌ها، باورها، نمادها و غیره در ورزش به دور از مسائل غیراخلاقی و ناهنجاری‌های رایج کنونی است؛ بنابراین، توسعه فرهنگ در ورزش شامل تمامی ابعاد اجتماعی، سیاسی و هویتی سازمان‌های ورزشی می‌شود (روحانی و همکاران، ۱۳۹۹).

ورزش به عنوان پدیده‌ای اجتماعی، دارای اهمیت فرهنگی در جوامع مختلف است و اغلب صاحب‌نظران و متخصصان جامعه‌شناسی معتقدند که ورزش می‌تواند ابعاد مختلف روانی و جسمانی، اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی را که جزء عوامل تأثیرگذار در توسعه فرهنگی ورزش هستند، تقویت و در ایجاد سرمایه اجتماعی به عنوان بخشی از توسعه فرهنگ اجتماعی نقش مهمی داشته باشند (ماتیج^{۱۳}، ۲۰۲۲). همچنین ورزش پدیده‌ای فرهنگی، تربیتی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد که پیوندی محکم با مجموعه نهادها و سازمان‌ها و همچنین

^۱ Allison & Knoester

^۲ Gerke

^۳ Six-figure

^۴ Stura

^۵ Board of directors

^۶ Organization structure

^۷ Spaaij

^۸ Bakhrom

^۹ Tylor

^{۱۰} Ratnapalan

^{۱۱} Abdurahiman

^{۱۲} Alberti

^{۱۳} Matic

ساختارهای اجتماعی دارد، به این معنا که دستاوردهای ورزش و فعالیت‌های مربوط به آن بطور کلی یک شاخص فرهنگی در زمینه‌های مختلف محسوب می‌شود (موکسی^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). لذا اتخاذ اقدامات فرهنگی سازگار با ارزش‌های فرهنگی جامعه در ورزش و سازمان‌های ورزشی به‌طور خاص باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان یک نهاد ورزشی فرهنگی حائز اهمیت است. از طرفی آموزش رفتارهای صحیح اخلاقی به هواداران، ورزشکاران، مربیان، داوران، لیدرها و انجام تحقیقات کیفی بیشتر و عمیق‌تر برای ریش‌یابی بهتر مساله فرهنگ در باشگاه‌ها ضروری است چرا که ورزش یکی از ارکان توسعه فرهنگ است (محمدی و کلاته سیف‌ری، ۱۴۰۱). افزون بر این، رعایت اصول فرهنگی و اخلاقی در ورزش امری ضروری است که می‌تواند از بسیاری ناهنجاری‌های اخلاقی در محیط‌های ورزشی جلوگیری کند، همچنین اینکه خط مشی‌گذاری اخلاقی و فرهنگی در ورزش ایران بر مبنای عوامل مختلفی قرار دارد و باید به این عوامل توجه ویژه‌ای شود (سعیدنیا و همکاران، ۱۴۰۱).

مطابق مطالعات انجام شده در کشورهای پیشرو در توسعه صنایع فرهنگی-ورزشی، توسعه پایدار اولاً به خاطر عدم قطعیت‌ها، مقبولیت و مشروعیت اجتماعی و حمایت سیاسی، ثانیاً عدم توافقات در مورد راه‌کارهای مطلوب، خط مشی‌ها، هزینه و منفعت‌ها و ثالثاً توزیع قدرت میان خط مشی‌گذاران و دیگر نقش‌آفرینان، پیچیده است (نوبیس^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). اقدامات این نقش‌آفرینان، همیشه عقلانی و بر اساس محاسبه هزینه و منفعت نبوده، بلکه بسیاری از اقدامات بر پایه باورها، شناخت‌ها و ارزش‌های نهادینه شده است (گیلزل^۳، ۲۰۱۷). بنابراین در امر توسعه فرهنگ در سازمان‌های ورزشی، ایجاد یک سری نهادهای قانونی، شناختی و هنجاری برای هماهنگ کردن تعاملات و ادراک مشترک از فعالیت‌ها در میان نقش‌آفرینان مختلف مورد نیاز است (بوسر^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). این نهادهای جدید که برای تسریع فرایند توسعه و به صورت تعاملی ایجاد می‌شوند، تأثیر زیادی بر روی الگوهای مشارک نقش‌آفرینان در سازمان‌های حکومتی و غیرحکومتی داشته، آن‌ها را تغییر داده و یا منطبق بر سیاست‌های جدید می‌کنند (گیلزل، ۲۰۱۶؛ بوسر و همکاران، ۲۰۲۲؛ فونفشیلینگ و تروفر^۵، ۲۰۱۴).

علی‌رغم مهم بودن اقدامات فرهنگی و اثراتی که این اقدامات بر سطح جامعه و ارزش‌های فرهنگی جامعه دارند، مشاهده می‌شود معیارهای مختلف اخلاقی و سرفصل‌های آسیب‌های اجتماعی در باشگاه‌ها رعایت نمی‌شود. اهالی ورزشی نیز همیشه بر لزوم توجه به این مسئله تأکید می‌کنند اما سوال اینجاست که چگونه می‌توان در راستای اصلاح فرهنگی حرکت کرد و اصول فرهنگی را بر ورزش کشور و باشگاه‌های ورزشی حاکم کرد. مهم بودن این موضوع طی سال‌ها و دهه‌های گذشته همواره در کانون توجه پژوهش‌ها و پژوهش‌گران حوزه‌های مختلف بوده است و در نتیجه آن پژوهش‌های زیادی با موضوعات فرهنگی خلق شده است. علیرغم آن در پژوهش‌های گذشته بر اینکه چه ارتباطی بین اقدامات فرهنگی باشگاه‌های ورزشی و ارزش‌های فرهنگی وجود دارد و با کاربست چه اقداماتی می‌توان سازگاری بین این دو مقوله را افزایش داد پرداخته نشده است. در مقابل اتفاقاتی مانند آشوب، درگیری و فحاشی در ورزشگاه‌ها همیشه به گردن عده‌ای تماشاگر نما انداخته می‌شود و با پاک کردن صورت مسئله، علت بی‌اخلاقی بازیکنان نیز جوانی آن‌ها و حساسیت بالای شرایط مسابقات عنوان می‌شود تا فرافکتی، تنها روش برخورد با شیوع بی‌فرهنگی و بی‌اخلاقی‌ها در ورزش ایران باشد. همه این اقدامات درحالی است که متأسفانه باشگاه‌ها برای خرید بازیکن حاضر هستند میلیاردها تومان هزینه کنند ولی در کارهای فرهنگی این هزینه‌ها را انجام نمی‌دهند. علاوه بر این، مدیران باشگاه‌ها تلاش برای بحث فنی را لازم می‌دانند ولی متأسفانه با وصف اینکه اکثر قریب به اتفاق آن‌ها یک نهاد فرهنگی ورزشی هستند برای اقدامات فرهنگی تلاشی نمی‌کنند. از این‌رو لازم بود مطالعات بیشتری به بحث فرهنگ در ورزش اختصاص داده شود تا جنبه‌های مجهول و پنهان آن بیش از پیش روشن شود. از این‌رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام شد تا راهنمای علمی باشد برای مدیران باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای که چگونه اقدامات فرهنگی خود را هدایت و رهبری کنند و در عمل، اثربخشی و کارایی اقدامات و تصمیم‌های خود را افزایش دهند.

اهداف پژوهش

^۱ Moxey

^۲ Nobis

^۳ Geels

^۴ Buser

^۵ Fuenfschilling and Truffer

هدف اصلی

هدف اصلی این پژوهش برآزش الگوی مفهومی نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد.

اهداف فرعی

۱. بررسی تاثیر عوامل علی موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران.
۲. بررسی تاثیر عوامل زمینه‌ای موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران.
۳. بررسی تاثیر عوامل مداخله‌گر موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران.
۴. برآزش مدل عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران.
۵. اولویت‌بندی عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران.

مبانی نظری و ادبیات تحقیق

تعریف مفاهیم

فرهنگ: فرهنگ کلمه‌ای است که توسط دانشمندان علوم اجتماعی برای روش کلی زندگی مردم بکار می‌رود. در گفتگوهای روزمره کلمه "فرهنگ" اشاره به فعالیت‌هایی در زمینه‌هایی چون هنر، ادبیات و موسیقی دارد. اما از نظر دانشمندان علوم اجتماعی فرهنگ افراد شامل تمام ایده‌ها، اشیاء و روش‌های انجام کارهایی است که توسط گروهی بوجود می‌آیند (قمیشی میمند و همکاران، ۱۳۹۸).

باشگاه ورزشی: سازمان‌های ورزشی هستند که به صورت 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 ارایه می‌دهند (رابینسون، ۲۰۱۰).

نقش آفرینی نهادی: منظور از نقش آفرینی فرهنگی، اقدامات فرهنگی متناسب با ارزش‌های فرهنگی جامعه است (راتناپالان، ۲۰۰۸).

پیشینه پژوهش

از جمله پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور که در حوزه پژوهش حاضر انجام شده‌اند، تحقیقات کوودن^۲ و همکاران (۲۰۲۳) می‌باشد که در تحقیق خود به اهمیت قدرت وابسته کردن و ایجاد هویت در موفقیت سازمان‌های فرهنگی پرداخته‌اند. تکسیرا^۳ و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق خود نشان دادند که عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی تاثیر معنی‌داری بر تاثیرگذاری فرهنگی سازمان‌های ورزش در جامعه دارند.

چادویک^۴ (۲۰۲۲) عوامل اقتصادی را یکی از اصلی‌ترین عوامل تاثیرگذار بر عملکرد کمیته فرهنگی سازمان‌های ورزشی می‌داند.

چروالیل^۵ و همکاران (۲۰۲۲) به قدرت هویت‌سازی نهادهای فرهنگی در جامعه اشاره کرده‌اند.

والکلاتی و وات^۶ (۲۰۲۲) 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.

در پژوهشی دیگر ژیا و همکاران^۷ (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.

^۱ Robinson

^۲ Cowden

^۳ Teixeira

^۴ Chadwick

^۵ Cheruvallil

^۶ Walklate & Watt

^۷ Xia et al

استراندبو و همکاران^۱ (۲۰۲۲) نشان دادند که بین فرهنگ ورزش خانواده و مشارکت نوجوانان در ورزش‌های باشگاهی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

گودریان^۲ (۲۰۲۲) نیز نشان داد فرهنگ بدنی بر بهبود رفاه، شکل‌گیری توانایی‌های بدنی و رشد همه جانبه 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.

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 و جوانان، فدراسیون فوتبال، باشگاه‌های فرهنگی- ورزشی و مجموعه پلیس و نیروهای انتظامی به عنوان متولیان مستقیم و مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، رسانه‌ها، نهاد مذهب، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، خانواده‌ها، شهرداری‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد و سازمان‌های مردم نهاد و چهره‌های سرشناس به عنوان متولیان غیرمستقیم می‌توانند در الگوسازی فرهنگی و توسعه آداب حضور افراد در استادیوم‌های فوتبال دخیل باشند. محمدی و کلاته سیفری (۱۴۰۲) نیز نشان دادند آموزش رفتارهای صحیح اخلاقی به هواداران، ورزشکاران، مربیان، داوران، لیدرها و انجام تحقیقات کیفی بیشتر و عمیق‌تر برای ریش‌یابی بهتر مساله فرهنگ در باشگاه‌ها ضروری است.

در پژوهشی دیگر نقوی و همکاران (۱۴۰۲) 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. 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 تاثیر گذار است. حیدری و همکاران (۱۳۹۹) عوامل اقتصادی و مدیریتی را به عنوان عوامل اثرگذار در توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای باشگاه والیبال پیام مشهد دانستند.

قاسمیان و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود عوامل شخصیتی و رفتاری را یکی از عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگی ورزش اقوام بیان کردند. رضوی و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند که توسعه فرهنگی در فوتبال ایران تحت تاثیر ارزش‌های فردی، تخصص‌گرایی و هویت برند است.

مرور پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد پیش‌تر تحقیقی پیرامون شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران انجام نشده است. همچنین در تحقیقات گذشته صرفاً از جنبه هواداری به مباحث فرهنگی پرداخته شده است و توسعه فرهنگ هواداری مد نظر 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 راهبردها و استراتژی‌های کلی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای پرداخته شده است و به مسائل فرهنگی به طور اختصاصی اشاره نکرده است.

مبانی نظری تحقیق

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، احساسات مشترک و اخلاق حرفه‌ای گفته می‌شود. این فرهنگ توسط اقدامات اجتماعی در شرایط خاص اجتماعی- اقتصادی صورت می‌گیرد که توسط اعضای سازمان پیروی می‌شود. فرهنگ سازمانی یک حالت منحصر به فرد از مدیریت فرهنگی است که ارزش را به عنوان هسته در نظر می‌گیرد. این نوع فرهنگ در فرایند توسعه‌ی سازمان ایجاد شده است. فرهنگ سازمانی مهم‌ترین ابزار مدیریت شرکت است و از بالاترین سطوح مدیریت انسانی سازمان‌ها به شمار می‌آید. فرهنگ سازمانی یکی از ابزارهای مهم مدیریت منابع انسانی است (مظفری و بهداد، ۱۳۹۸).

ورزش و ارتباط آن با فرهنگ

^۱ Strandbu et al

^۲ Qodirjan

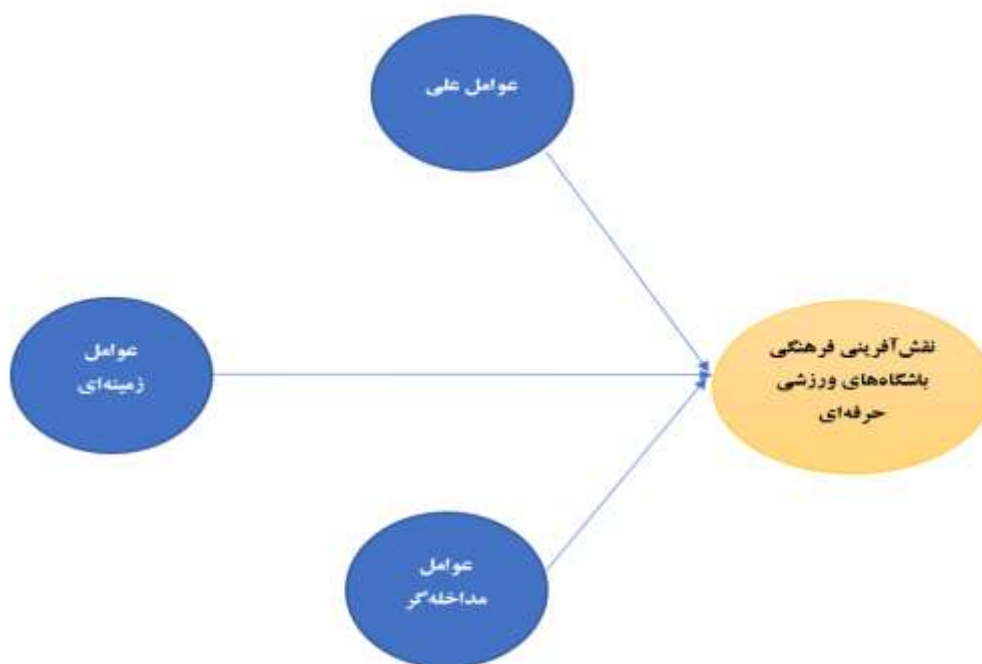
ورزش مدرسه‌ای ایده‌آل برای زندگی است. مهارت‌هایی که از طریق بازی، تربیت بدنی و ورزش فراگرفته می‌شوند برای رشد و توسعه عمومی و اخلاقی بسیار اساسی تلقی می‌شود. ورزش به جهت جاذبه زیاد آن همواره مورد ستایش بوده است این امر به این معنا است که جوانان با جنسیت، نژاد و ملیت‌های مختلف از طریق ورزش می‌آموزند که ارزش‌های یکدیگر را بپذیرند و به ارزش‌های فرهنگی جامعه احترام بگذارند (گمار^۱، ۲۰۲۲). 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 ایجاد می‌کرده و این امر بدون درک مسئولیت اخلاقی به خاطر دفاع از مقدسات و نوامیس انسانی نمی‌توانست میسر باشد. به طور 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 به شمار آمده است (الصححه الفضل النعم حضرت علی (ع)) و شاهد شکل‌گیری فعالیت‌های ورزشی در غالب آیین فتوت درلنگرگاه‌ها، ورزشخانه یا زورخانه‌ها بوده‌ایم (میریوسفی و رمضان‌نژاد، ۱۳۹۹).

مدیریت و توسعه فرهنگی و جایگاه آن در ورزش

تعیین رابطه بین فرهنگ و توسعه با توجه به تعاریف بسیار زیاد فرهنگ و عدم وجود تعریفی جامع و مورد توافق همه نظریه‌پردازان اندیشمندان این حوزه، دشوار به نظر می‌رسد. علی‌رغم این، نگهداری و همکاران (۱۳۹۷) در تبیین رابطه فرهنگ و توسعه نقش مولفه‌های فرهنگی جوامع را در جهت‌گیری‌های توسعه و پیشرفت آن موثر می‌دانند. 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. از سوی 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 (ابراهیمی، ۱۴۰۰).

مدل مفهومی

با توجه به اهداف پژوهش و همچنین متغیرهایی که در پژوهش حاضر بررسی شده‌اند مدل مفهومی به شکل زیر (شکل ۱) طراحی شد که در آن متغیرهایی که تاثیر آن‌ها بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای بررسی شده‌اند، نمایش داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی

فرضیه‌های پژوهش

۱. عوامل علی بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.
۲. عوامل زمینه‌ای بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.
۳. عوامل مداخله‌گر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.
۴. مدل عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران از برازش مناسبی برخوردار است.
۵. عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران را می‌توان اولویت‌بندی کرد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها ترکیبی (کیفی-کمی) و به لحاظ بازه زمانی از نوع مقطعی بود. جامعه آماری این پژوهش را مدیران و مسئولان باشگاه‌های ورزشی، پیشکسوتان ورزشی، اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران و متخصصین حوزه فرهنگ و ورزش، مربیان، ورزشکاران و هواداران تشکیل دادند. نمونه تحقیق با استفاده از نرم‌افزار جی‌پاور^۱ و با در نظر گرفتن خطای ۰/۰۵، دقت ۰/۹۵، اندازه اثر متوسط (۰/۱۵) در یک گروه، تعداد مسیرها (۴) و تعداد کل متغیرهای پنهان (۱۵)، ۱۳۰ نفر به دست آمد که به روش نمونه‌گیری هدفمند ملاک‌مدار انتخاب شدند و پرسشنامه بین آن‌ها توزیع و جمع‌آوری شد. ملاک‌های انتخاب نمونه آماری داشتن سابقه اجرایی و مدیریتی و همچنین سابقه پژوهشی مانند داشتن مقاله، کتاب و پایان‌نامه در زمینه ورزش و فرهنگ بود.

جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته (مستخرج از بخش کیفی رساله دکتری) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۶۶ گویه و ۴ بعد عوامل علی (۱ تا ۱۸)، عوامل زمینه‌ای (۱۹ تا ۳۶)، عوامل مداخله‌گر (۳۷ تا ۵۴) و نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای (۵۵ تا ۶۶) بود. جهت بررسی و تایید روایی پرسشنامه از نظر متخصصان استفاده شد و همچنین با استفاده از شاخص‌های روایی هم‌گرا، روایی واگرا و شاخص AVE که با استفاده از نرم‌افزار smartpls به دست آمد، به بررسی روایی ابزار تحقیق اقدام شد و جهت تایید پایایی ابزار نیز از معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بارهای عاملی استفاده شد. پرسشنامه تحقیق پس از انجام کدگذاری‌های سه مرحله‌ای (باز، محوری و گزینشی) مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد در ۴ بعد به دست آمد که هر یک از ابعاد دارای مفاهیم و مقوله‌های مختص خود را دارند که در جدول ۱ آورده شده است.

^۱ G*Power

جدول ۱. ابعاد، مفاهیم، مقوله‌ها و گویه‌های پرسشنامه

مفهوم	مقوله	ابعاد
فرهنگی	تخصص	عوامل علی
مدیریتی		
دموگرافیک	ویژگی های شخصی	
اخلاقی-رفتاری		
هویت سازمانی	ایجاد هویت	
هویت مشتریان		
بیرونی	وابسته سازی	
درونی		
به روز نبودن	مدیریتی	عوامل زمینه ای
سازماندهی		
سخت افزاری	زیرساختی	
نرم افزاری		
تنوع	فرهنگی	
انعطاف		
فرهنگ سازی	رسانه ها	
حمایتی		
داخلی	عوامل سیاسی	عوامل مداخله گر
خارجی		
خصوصی سازی	عوامل اقتصادی	
تورم		
نگرش منفی	عوامل مدیریتی	
نتیجه گرایی		
نوع دوستی	عوامل فرهنگی-اجتماعی	
علاقه		
فرهنگ بومی		
فرهنگی اسلامی		
فرهنگ ورزشی		

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی جهت بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در تحقیق و از آمار استنباطی (مدل‌سازی معادلات ساختاری و آزمون رتبه‌بندی فریدمن) جهت پاسخگویی به سوالات پژوهش و ارائه مدل نهایی تحقیق استفاده شد. تمامی تجزیه و تحلیل‌ها در محیط نرم‌افزاری $spss^{۲۳}$ و $smartpls^{۳,۱,۱}$ و در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ انجام شد.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در تحقیق توصیف شده است که نتایج آن در جدول ۲ گزارش شده است.

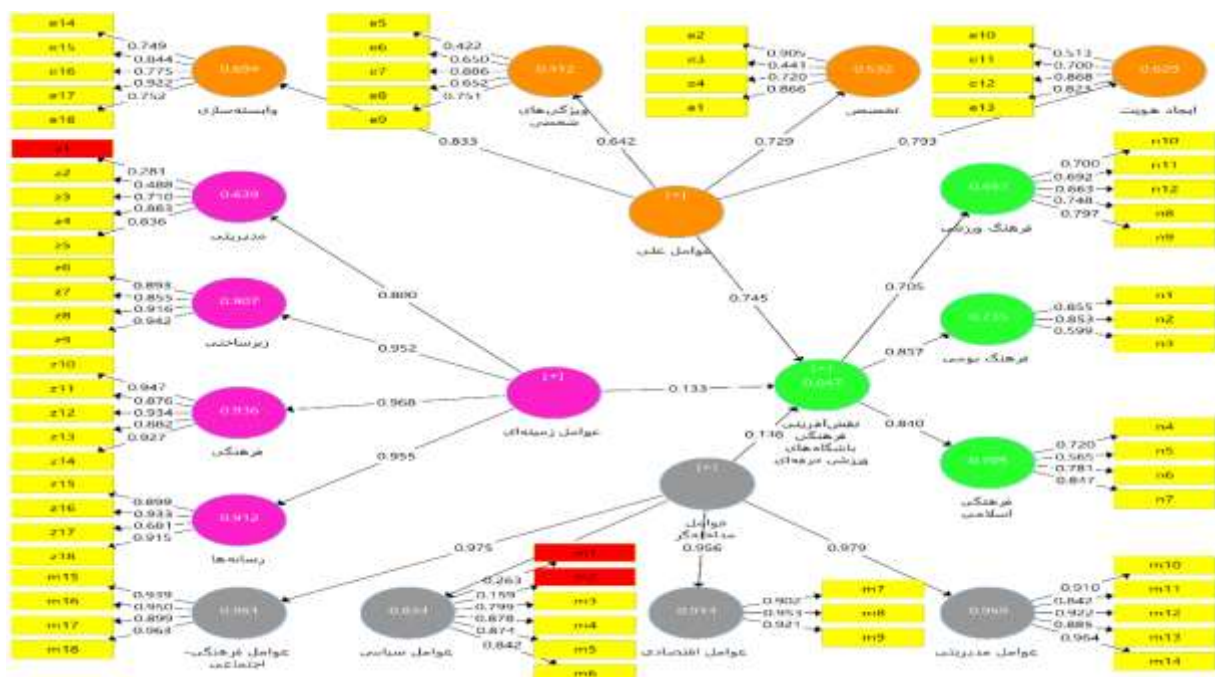
جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
-------	------	---------	--------------

جنسیت	زن	۳۲	۲۴/۶
	مرد	۹۸	۷۵/۳
	زیر ۳۰	۲۴	۱۸/۴
سن (سال)	۳۰ تا ۴۰	۴۱	۳۱/۵
	بالای ۴۰	۶۵	۵۰
	دیپلم یا کمتر	۱	۰/۷
مدرک تحصیلی	فوق دیپلم	۱۳	۱۰
	لیسانس	۴۲	۳۲/۳
	فوق لیسانس	۶۵	۵۰
	دکتری	۹	۶/۹
	۵ یا کمتر	۳۵	۲۶/۹
سابقه خدمت (سال)	۵ تا ۱۰	۲۶	۲۰
	۱۰ تا ۱۵	۳۹	۳۰
	بیشتر از ۱۵	۳۰	۲۳/۱

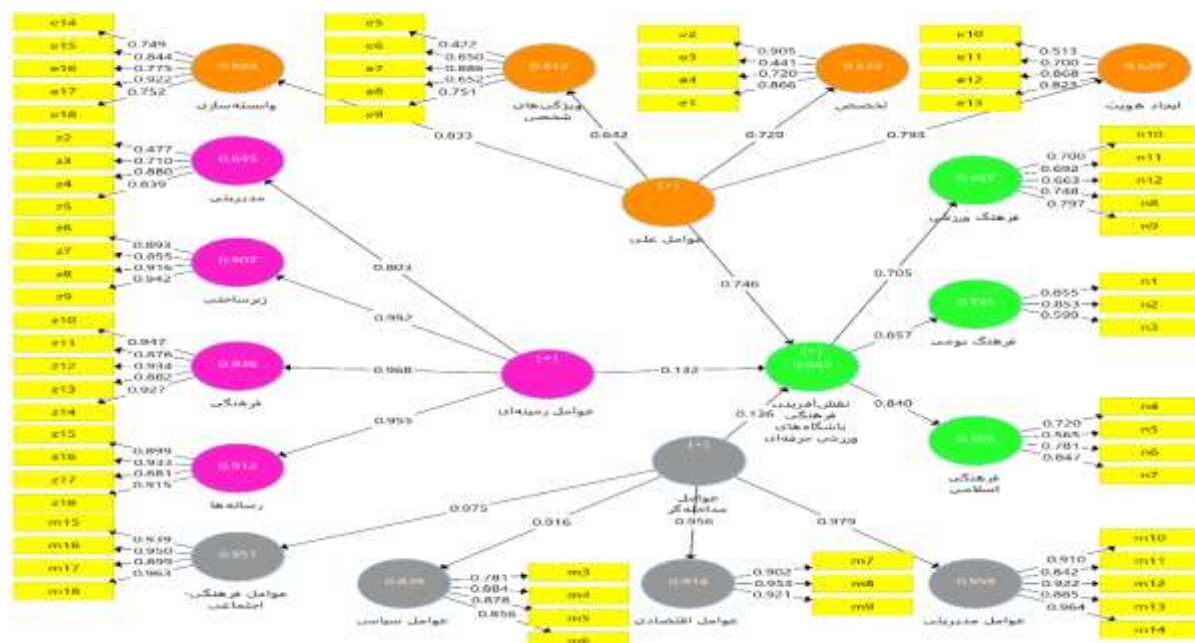
نتایج جدول ۲ نشان داد که ۲۴/۶ درصد شرکت کنندگان زن و ۷۵/۳ درصد آنان مرد بودند، بیشتر آن‌ها (۵۰ درصد) بالای ۴۰ سال سن داشتند، مدرک تحصیلی اکثر آن‌ها (۵۰ درصد) فوق لیسانس بود و سابقه خدمت ۲۶/۹ درصد آن‌ها ۵ سال یا کمتر، ۲۰ درصد ۶ تا ۱۰ سال، ۳۰ درصد ۱۱ تا ۱۵ سال و ۲۳/۱ درصد نیز بیشتر از ۱۵ سال بود.

در ادامه جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در این بخش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نوع خاص آن یعنی تکنیک تحلیل عاملی تأییدی با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) از طریق نرم افزار ۳٫۱٫۱ SmartPls استفاده شده است. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری انعکاسی در PLS سه مورد استفاده شده است: پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا. پایایی شاخص نیز خود توسط سه معیار مورد سنجش واقع شده است: (۱) ضرایب بار عاملی، (۲) آلفای کرونباخ، (۳) پایایی ترکیبی. در ادامه در شکل ۲ و ۳ نتایج مربوط به بارهای عاملی آورده شده است.



شکل ۲. مدل با ضرایب بار عاملی (قبل از حذف گویه‌های با بارهای عاملی کمتر از ۰/۴)

بررسی ضرایب بارهای عاملی هریک از سوالات پرسشنامه با توجه به شکل ۱ نشان می‌دهد که بار عاملی سه سوال کمتر از ۰/۴ می‌باشد که باید از مدل حذف شوند (این سه سوال با رنگ قرمز در شکل ۱ مشخص شده‌اند) و مابقی عدد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۴ بیشتر است، بنابراین در این مرحله، سوالات مذکور از مدل حذف و مابقی سوالات در مدل استفاده شدند. در شکل ۳، گویه‌های مربوطه حذف شدند و مجدداً مدل اجرا شد.



شکل ۳. مدل با ضرایب بار عاملی (بعد از حذف گویه‌های با بارهای عاملی کمتر از ۰/۴)

همچنین به منظور تعیین پایایی که نشان‌دهنده سازگاری درونی و دقت سنجش می‌باشد، از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. در جدول ۳ مقادیر مربوط به آلفای کرونباخ و معیار ضریب پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرها گزارش شده است. از آنجایی که مقدار هر دو معیار برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد، بنابراین ابزار تحقیق از پایایی مناسب و مدل تحقیق از برازش مناسب برخوردار است. علاوه بر آن، در جدول ۳ نتایج مربوط به روایی همگرا (معیار AVE) و فاکتور افزایش نرخ واریانس (معیار VIF) نیز آورده شده است. با توجه به نتایج تحقیق تمامی مقادیر مربوط به روایی همگرا بیشتر از ۰/۵ و مقادیر مربوط به افزایش نرخ واریانس کمتر از ۵ می‌باشد، بنابراین هر دو معیار در وضعیت مطلوبی قرار دارند و برازش مناسب مدل را نشان می‌دهند.

جدول ۳. مقادیر مربوط به آلفای کرونباخ، معیار ضریب پایایی ترکیبی، معیار AVE و معیار VIF

متغیر	کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	VIF
تخصص	۰/۸۵۳	۰/۸۹۷	۰/۵۱۹	۱/۵۲۴
ویژگی‌های شخصی	۰/۷۱۳	۰/۸۳۹	۰/۵۶۳	۱/۲۳۷
ایجاد هویت	۰/۷۲۲	۰/۸۲۲	۰/۵۸۱	۱/۲۴۳
وابسته‌سازی	۰/۷۴۴	۰/۸۴۸	۰/۵۲۲	۱/۴۲۳
عوامل علی	۰/۸۳۳	۰/۸۹۹	۰/۶۲۵	۱/۷۱۴
مدیریتی	۰/۹۵۴	۰/۹۸۴	۰/۶۸۱	۱/۴۲۵
زیرساختی	۰/۸۱۴	۰/۸۹۹	۰/۷۵۸	۱/۴۸۲
فرهنگی	۰/۹۱۹	۰/۹۶۷	۰/۸۷۹	۱/۹۹۳
رسانه‌ها	۰/۹۱۳	۰/۹۶۳	۰/۸۵۸	۱/۱۴۳
عوامل زمینه‌ای	۰/۹۶۴	۰/۹۸۲	۰/۸۷۴	۲/۲۱۴
عوامل سیاسی	۰/۹۵۶	۰/۹۸۳	۰/۶۹۳	۱/۶۶۵

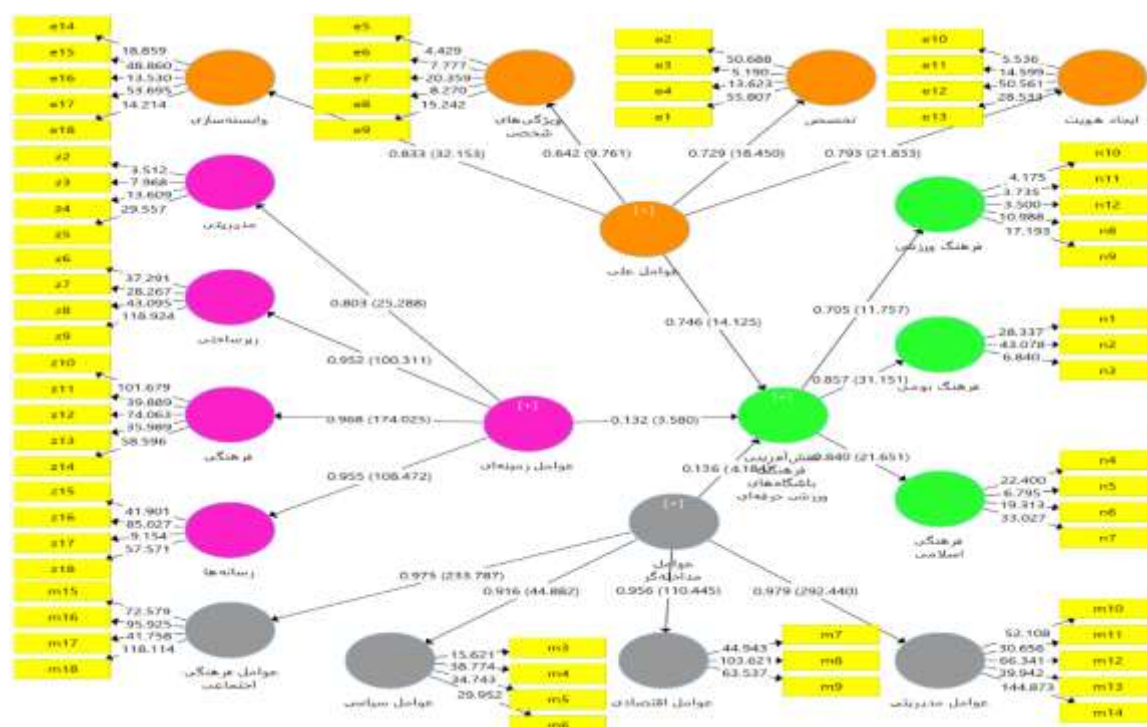
عوامل اقتصادی	۰/۷۱۴	۰/۸۳۳	۰/۶۱۷	۱/۴۱۸
عوامل مدیریتی	۰/۸۸۳	۰/۹۴۳	۰/۸۳۵	۱/۹۵۳
عوامل فرهنگی-اجتماعی	۰/۹۵۵	۰/۹۸۴	۰/۸۶۴	۱/۵۵۶
عوامل مداخله‌گر	۰/۸۸۵	۰/۹۳۲	۰/۷۵۸	۱/۱۳۵
فرهنگ بومی	۰/۷۳۲	۰/۷۷۳	۰/۵۹۲	۱/۳۳۲
فرهنگ ورزشی	۰/۷۵۸	۰/۸۰۴	۰/۷۴۴	۱/۱۹۴
فرهنگ اسلامی	۰/۸۸۴	۰/۹۲۴	۰/۷۳۱	۱/۲۲۷
نقش آفرینی فرهنگی	۰/۹۱۶	۰/۹۴۵	۰/۶۶۵	۱/۰۸۷

روایی و اگر یکی دیگر از معیارهای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است. برای بررسی روایی و اگر از ماتریس فورنل و لارکر استفاده شده است. در این روش میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. در جدول ۴، ماتریس فورنل و لارکر برای تحقیق حاضر ارائه شده است.

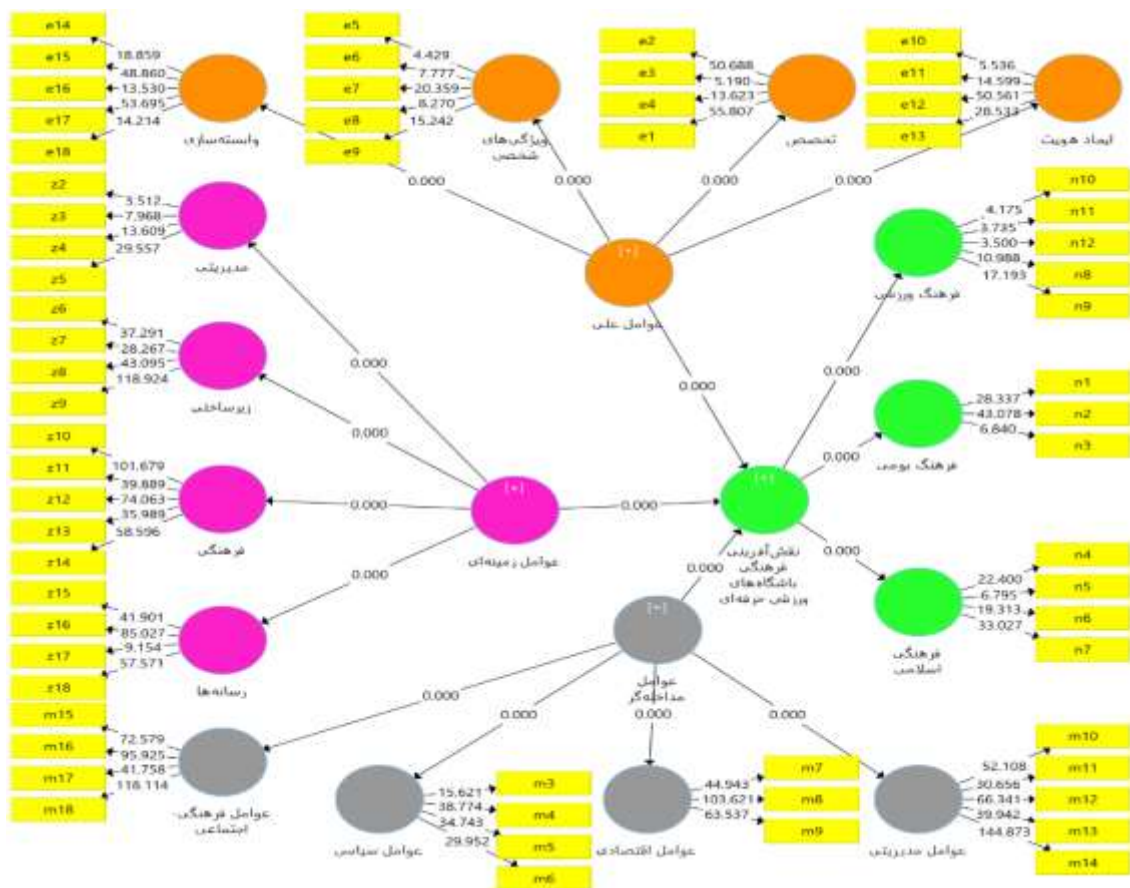
جدول ۴. نتایج ماتریس فورنل لارکر

متغیر	عوامل علی	عوامل زمینه‌ای	عوامل مداخله‌گر	نقش آفرینی فرهنگی
عوامل علی	۰/۹۴۳			
عوامل زمینه‌ای	۰/۸۵۳	۰/۹۱۹		
عوامل مداخله‌گر	۰/۹۱۷	۰/۷۶۲	۰/۹۳۸	
نقش آفرینی فرهنگی	۰/۵۶۸	۰/۶۳۸	۰/۷۰۹	۰/۸۴۶

مطابق با ماتریس بالا، مقدار جذر (AVE) تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است که این امر روایی و اگرایی مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. در ادامه پژوهش، پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و با توجه به مدل‌ها با مقادیر معناداری t-value و p-value به بررسی مسیرهای مختلف مدل پژوهش پرداخته شده است.



شکل ۴. مدل با مقادیر ضریب مسیر و t-value



شکل ۵. مدل با مقادیر معناداری p-value

جدول ۵. بررسی مسیرهای مختلف مدل پژوهش

مسیر	ضریب مسیر	آماره P	آماره t
عوامل علی - نقش آفرینی فرهنگی	۰/۷۴۶	۰/۰۰۱	۱۴/۱۲۵
عوامل علی - تخصص	۰/۷۲۹	۰/۰۰۱	۱۸/۴۵۰
عوامل علی - ویژگی‌های شخصی	۰/۶۴۲	۰/۰۰۱	۹/۷۶۱
عوامل علی - ایجاد هویت	۰/۷۹۳	۰/۰۰۱	۲۱/۸۳۳
عوامل علی - وابسته‌سازی	۰/۸۳۳	۰/۰۰۱	۳۲/۱۵۳
عوامل زمینه‌ای - نقش آفرینی فرهنگی	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱	۳/۵۸۰
عوامل زمینه‌ای - مدیریتی	۰/۸۰۳	۰/۰۰۱	۲۵/۲۸۸
عوامل زمینه‌ای - زیرساختی	۰/۹۵۲	۰/۰۰۱	۱۰۰/۳۱۱
عوامل زمینه‌ای - فرهنگی	۰/۹۶۸	۰/۰۰۱	۱۷۴/۰۲۵
عوامل زمینه‌ای - رسانه‌ها	۰/۹۵۵	۰/۰۰۱	۱۰۸/۴۷۲
عوامل مداخله‌گر - نقش آفرینی فرهنگی	۰/۱۳۶	۰/۰۰۱	۴/۱۸۴
عوامل مداخله‌گر - عوامل مدیریتی	۰/۹۷۹	۰/۰۰۱	۲۹۲/۴۴۰
عوامل مداخله‌گر - عوامل اقتصادی	۰/۹۵۶	۰/۰۰۱	۱۱۰/۴۴۵
عوامل مداخله‌گر - عوامل سیاسی	۰/۹۱۶	۰/۰۰۱	۴۴/۸۸۲
عوامل مداخله‌گر - عوامل فرهنگی-اجتماعی	۰/۹۷۵	۰/۰۰۱	۲۳۳/۷۸۷
نقش آفرینی فرهنگی - فرهنگ ورزشی	۰/۷۰۵	۰/۰۰۱	۱۱/۷۵۷
نقش آفرینی فرهنگی - فرهنگ بومی	۰/۸۵۷	۰/۰۰۱	۳۱/۱۵۱
نقش آفرینی فرهنگی - فرهنگ اسلامی	۰/۸۴۰	۰/۰۰۱	۲۱/۶۵۱

در ادامه جهت اولویت‌بندی عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. نتایج اولویت‌بندی عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران با استفاده از آزمون فریدمن

معنی‌داری	درجه آزادی	آماره خی اسکووار	رتبه	میانگین رتبه	عوامل (ابعاد)
۰/۰۰۱	۱۱	۱۷۰/۰۷۶	۱	۸/۳۲	تخصص (عوامل علی)
			۲	۸/۰۲	وابسته‌سازی (عوامل علی)
			۳	۷/۲۷	ایجاد هویت (عوامل علی)
			۴	۷/۱۵	عوامل سیاسی (عوامل مداخله‌گری)
			۵	۷/۰۳	مدیریتی (عوامل زمینه‌ای)
			۶	۶/۷۶	ویژگی‌های شخصی (عوامل علی)
			۷	۶/۴۸	فرهنگی (عوامل زمینه‌ای)
			۸	۶/۲۳	زیرساختی (عوامل زمینه‌ای)
			۹	۵/۶۴	عوامل مدیریتی (عوامل مداخله‌گری)
			۱۰	۵/۵۱	رسانه‌ها (عوامل زمینه‌ای)
			۱۱	۴/۸۵	عوامل اقتصادی (عوامل مداخله‌گری)
			۱۲	۴/۷۵	عوامل فرهنگی-اجتماعی (عوامل مداخله‌گری)

بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: عوامل علی بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.

در سطح اطمینان ۹۵٪ بر اساس نتایج جدول ۵ با توجه به اینکه مقدار آماره t مسیر بزرگ‌تر از ۱/۹۶ ($t=۱۴/۱۲۵$) و معنی‌داری آن کمتر از ۰/۰۵ ($p=۰/۰۰۱$) است، می‌توان چنین بیان کرد فرضیه اول تایید و عوامل علی بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.

فرضیه دوم: عوامل زمینه‌ای بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارند.

در سطح اطمینان ۹۵٪ بر اساس نتایج جدول ۵ با توجه به اینکه مقدار آماره t مسیر بزرگ‌تر از ۱/۹۶ ($t=۳/۵۸۰$) و معنی‌داری آن کمتر از ۰/۰۵ ($p=۰/۰۰۱$) است، می‌توان چنین بیان کرد فرضیه دوم تایید و عوامل زمینه‌ای بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.

فرضیه سوم: عوامل مداخله‌گر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارند.

در سطح اطمینان ۹۵٪ بر اساس نتایج جدول ۵ با توجه به اینکه مقدار آماره t مسیر بزرگ‌تر از ۱/۹۶ ($t=۴/۱۸۴$) و معنی‌داری آن کمتر از ۰/۰۵ ($p=۰/۰۰۱$) است، می‌توان چنین بیان کرد فرضیه سوم تایید و عوامل مداخله‌گر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارد.

فرضیه چهارم: مدل عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران از برازش مناسبی برخوردار است.

از آنجایی که گویه‌های دارای بارهای عاملی کمتر از ۰/۴ از مدل حذف شدند، مقدار هر دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد، نتایج تحقیق تمامی مقادیر مربوط به روایی همگرا بیشتر از ۰/۵ و مقادیر مربوط به افزایش نرخ واریانس کمتر از ۵ می‌باشد و مقدار آماره t تمامی مسیرها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و معنی‌داری آن‌ها کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرضیه چهارم تایید می‌شود و مدل پژوهش از برازش مناسب برخوردار است.

فرضیه پنجم: عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران را می‌توان اولویت‌بندی کرد.

بر اساس نتایج جدول ۶، عوامل موثر بر نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران به ترتیب تخصص (۸/۳۲)، وابسته‌سازی (۸/۰۲)، ایجاد هویت (۷/۲۷)، عوامل سیاسی (۷/۱۵)، مدیریتی (۷/۰۳)، ویژگی‌های شخصی (۶/۷۶)، فرهنگی (۶/۴۸)، زیرساختی (۶/۲۳)، عوامل مدیریتی (۵/۶۴)، رسانه‌ها (۵/۵۱)، عوامل اقتصادی (۴/۸۵) و عوامل فرهنگی-اجتماعی (۴/۷۵) اولویت‌بندی شدند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش برازش الگوی مفهومی نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل علی اعم از تخصص، ویژگی‌های شخصی، ایجاد هویت و وابسته‌سازی بر نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارند. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات کوودن و همکاران (۲۰۲۳)، چروالیل و همکاران (۲۰۲۲)، قاسمیان و همکاران (۱۳۹۹) و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. تحقیقات کوودن و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق خود به اهمیت قدرت وابسته کردن و ایجاد هویت در موفقیت سازمان‌های فرهنگی پرداخته‌اند. چروالیل و همکاران (۲۰۲۲) به قدرت هویت‌سازی نهادهای فرهنگی در جامعه اشاره کرده‌اند. قاسمیان و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود عوامل شخصیتی و رفتاری را یکی از عوامل موثر بر توسعه فرهنگی ورزش اقوام بیان کردند. همچنین رضوی و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند که توسعه فرهنگی در فوتبال ایران تحت تاثیر ارزش‌های فردی، تخصص‌گرایی و هویت برند است. در این راستا می‌توان بیان کرد که توجه به تخصص و مهارت در زمینه مدیریتی و همچنین مباحث فرهنگی و دقت در ویژگی‌های رفتاری، اخلاقی، دموگرافیکی و شخصیتی افراد می‌تواند موجب نقش آفرینی مطلوب باشگاه‌های ورزشی شود و از طرف دیگر قدرت باشگاه‌های ورزشی در ایجاد هویت و همچنین وابسته کردن مخاطبان خود، موجب می‌شود تا باشگاه‌های ورزشی بهتر و راحت‌تر بتوانند در امور فرهنگی تاثیرگذارتر باشند.

دیگر نتایج تحقیق نشان داد که عوامل زمینه‌ای اعم از مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی و رسانه‌ها بر نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارند. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات پانگرازیو^۱ و همکاران (۲۰۲۳)، باتوانی و همکاران (۱۴۰۱)، پورکیانی و همکاران (۱۴۰۱) و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. پانگرازیو و همکاران (۲۰۲۳) تاکید داشتند که وجود زیرساخت‌های لازم جهت اقدامات فرهنگی اهمیت بسیاری دارد. باتوانی و همکاران (۱۴۰۱) به نقش تنوع و نوآوری در توسعه فرهنگی پرداختند. پورکیانی و همکاران (۱۴۰۱) نیز به لزوم توجه به فرهنگ‌سازی در ورزش در مقابل کج‌روی بالقوه و بالفعل اشاره کردند و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) توسعه فرهنگ هواداری در باشگاه‌های ورزشی را در راستای توسعه بسترهای فرهنگی، بسترهای اجتماعی، بسترهای رسانه‌ای و بسترهای زیرساختی دانستند. در خصوص این بخش از نتایج تحقیق می‌توان بیان کرد که عوامل مدیریتی مانند به روز بودن و دقت در سازماندهی، میزان برخورداری از زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، داشتن انعطاف و تنوع فرهنگی در باشگاه‌ها و استفاده از پتانسیل فرهنگ‌سازی از طریق رسانه می‌تواند موجبات نقش آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی را فراهم سازد.

نتایج تحقیق همچنین نشان داد که عوامل مداخله‌گر اعم از عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی و عوامل فرهنگی-اجتماعی بر نقش آفرینی فرهنگی در باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران تاثیر معنی‌داری دارند. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات تکسیرا و همکاران (۲۰۲۳)، چادویک (۲۰۲۲)، نودهی و همکاران (۱۴۰۱)، رضوی و همکاران (۱۳۹۹) و حیدری و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. تکسیرا و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق خود نشان دادند که عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی تاثیر معنی‌داری بر تاثیرگذاری فرهنگی سازمان‌های ورزش در جامعه دارند. چادویک (۲۰۲۲) عوامل اقتصادی را یکی از اصلی‌ترین عوامل تاثیرگذار بر عملکرد کمیته فرهنگی سازمان‌های ورزشی می‌داند. نودهی و همکاران (۱۴۰۱) هفت عامل مشکلات اجتماعی، انگیزشی، اعتقادی، اقتصادی، ساختاری-مدیریتی، علمی-آموزشی و قانونی را بر توسعه فرهنگی موثر دانستند. حیدری و همکاران (۱۳۹۹) عوامل اقتصادی و مدیریتی را به عنوان عوامل اثرگذار در توسعه باشگاه‌داری حرفه‌ای باشگاه والیبال پیام مشهد دانستند و رضوی و همکاران (۱۳۹۹) نیز در تحقیق خود عوامل سیاسی و اقتصادی را به عنوان عوامل موثر بر توسعه فرهنگ هواداری باشگاه‌های فوتبال معرفی کردند. در رابطه با این بخش از نتایج تحقیق می‌توان

^۱ Pangrazio

چنین گفت که در زمینه عوامل سیاسی می‌توان به مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در سازمان‌های ورزشی به دلیل اعمال تحریم‌ها و همچنین دخالت افراد پرنفوذ سیاسی در سطوح عالی ورزش اشاره کرد. در حوزه عوامل اقتصادی هم می‌توان به عدم حمایت از بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در ورزش و همچنین وجود مشکلات مربوط به تورم و گرانی در جامعه اشاره کرد. در مورد عوامل مدیریتی به نگرش منفی دوسویه مردم و باشگاه‌های ورزشی نسبت به فعالیت‌های فرهنگی این باشگاه‌ها و همچنین نتیجه‌گرا بودن مدیران باشگاه‌های ورزشی و عدم توجه به مسیر رسیدن به هدف می‌توان اشاره کرد که ممکن است نوع و مسیر رسیدن به موفقیت، از لحاظ نقش‌آفرینی فرهنگی به نفع یا ضرر باشگاه‌های ورزشی تمام شود و در نهایت از لحاظ عوامل فرهنگی-اجتماعی به وجود حس نوع‌دوستی و همدلی به عنوان یکی از ملزومات هر سازمان ورزشی و علاقه مردم به شرکت در مراسم و رویدادهای اجتماعی-فرهنگی اشاره کرد.

بخشی دیگر از نتایج تحقیق حاضر نیز نشان داد که عوامل موثر بر نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای ایران به ترتیب تخصص، وابسته‌سازی، ایجاد هویت، عوامل سیاسی، مدیریتی، ویژگی‌های شخصی، فرهنگی، زیرساختی، عوامل مدیریتی، رسانه‌ها، عوامل اقتصادی و عوامل فرهنگی-اجتماعی اولویت‌بندی شدند. در همین ارتباط شهبازی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود نشان دادند که در عوامل توسعه فرهنگی ورزش به ترتیب اولویت خانواده و ورزش تربیتی، مسئولیت‌پذیری و وجدان اخلاقی، پرهیز از رذایل اخلاقی در ورزش، آداب و رسوم فرهنگی در ورزش، ارتباطات و مبادلات فرهنگی و فعالیت فرهنگی در ورزش برقرار است. همچنین میریوسفی و سلاجقه نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که به ترتیب شهرت و محبوبیت، سلامت اخلاقی، عزتمندی، میل به پیشرفت و نیز فرهنگ دینی و ارزش‌محوری، عوامل هویت دینی-ملی مؤثر در توسعه فرهنگی در ورزش قهرمانی هستند.

به طور کلی نتایج تحقیق بیانگر این است که نقش‌آفرینی فرهنگی می‌تواند با انجام فعالیت‌هایی نظیر ترویج فرهنگ‌های غنی قومیتی، حفظ سنت‌های شیرین بومی، ترویج فرهنگ‌های سبک زندگی ایرانی، بها دادن به آیین‌ها و عقاید مذهبی اسلامی، تقویت روحیه ورزشی و ترویج اخلاق پهلوانی به ویژه در قشر جوان که می‌توان آن‌ها را در سه بخش فرهنگ بومی، فرهنگ اسلامی و فرهنگ ورزشی خلاصه کرد، اتفاق بیفتد که این امر مستلزم توجه و پرداختن به عوامل موثر شناسایی شده در این پژوهش و تحقیقات دیگر می‌باشد. همچنین بر اساس نتایج پژوهش حاضر باید به ابعاد مربوط به عوامل علی مانند تخصص، وابسته‌سازی و ایجاد هویت، که اولویت بیشتری در نقش‌آفرینی فرهنگی باشگاه‌های ورزشی دارند، توجه و تاکید بیشتری شود.

منابع

۱. ابراهیمی، مرضیه؛ برومند، محمدرضا؛ احمدی، فاطمه؛ دستوم، صلاح، فضل‌ی درزی، اعظم. (۱۴۰۰). ارتقای فرهنگ عمومی اماکن ورزشی استان تهران با موضوع حضور بانوان در استادیوم‌های ورزشی؛ شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها و ارائه راه کار. **طرح پژوهشی اداره کل ورزش و جوانان استان تهران.**
۲. آذربایجانی، سلمان؛ شریفی، سعید؛ رشیدپور، علی. (۱۴۰۲). واکاوی تجربه زیسته هواداران از چالش‌های توسعه فرهنگ هواداری ورزش فوتبال مورد مطالعه باشگاه فرهنگی ورزشی فولاد مبارکه سپاهان. **مطالعات جامعه‌شناختی در ورزش، ۳(۲)، -.**
۳. باتوانی، محمد علی؛ فروغی‌پور، حمید؛ سلیمانی، مجید؛ آقایی، نجف. (۱۴۰۱). تاثیر فرهنگ سازمانی با نقش میانجی نوآوری بر بهره‌وری کاراته‌کاهای نخبه استان اصفهان. **مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، پذیرفته‌شده انتشار آنلاین.**
۴. پورکیانی، محمد؛ صباغیان‌راد، صفورا؛ افروزه، علی. (۱۴۰۱). مطالعه کجروی‌های فرهنگی در محیط‌های ورزشی به روش تحلیل مضمون. **مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، پذیرفته‌شده انتشار آنلاین.**
۵. حاجیانی، علی؛ حمیدی‌فر، فاطمه؛ محمودی، امیرحسین. (۱۴۰۲). ارائه الگوی فرهنگ سازمانی وزارت ورزش و جوانان. **فصلنامه مطالعات مدیریت و رهبری در سازمان‌های آموزشی، ۳(۱)، ۴۹-۶۲.**
۶. حیدری، رضا؛ کشتی‌دار، محمد؛ شجاع، کیانوش؛ 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.**

۷. رضوی، سید ضیاء الدین؛ مستحفظیان، مینا؛ زاهدی، حمید. (۱۳۹۹). طراحی الگوی توسعه فرهنگ هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران. **مطالعات مدیریت ورزشی**، دوره ۱۲، شماره ۶۲، صص: ۲۵۰-۲۲۱.
۸. روحانی، داریوش؛ امینی، آرمین؛ ازغندی، علیرضا. (۱۳۹۹). سیاست گذاری فرهنگی - اجتماعی در صنعت گردشگری ورزشی. **ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران**، ۳(۳)، ۳۱۷-۲۹۶.
۹. سعیدنیا، ندا؛ سجادی هزاوه، حمید؛ گنجویی، فریده اشرف؛ منوچهری، جاسم. (۱۴۰۱). شناسایی شاخص‌های خط مشی گذاری اخلاقی و فرهنگی در ورزش ایران. **مطالعات راهبردی ورزش و جوانان**، انتشار آنلاین.
۱۰. شبانی، سپیده؛ همتی نژاد، مهرعلی؛ شفیع، شهرام؛ فرجی، رسول؛ 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.
۱۱. شهبازی، مهدی؛ هژبرنیا، راضیه؛ حمیدی، محمد؛ پور رحمانی، لیلان. (۱۴۰۰). اولویت‌بندی عوامل توسعه فرهنگی ورزش از منظر صاحب‌نظران. **تحلیل‌های جامعه‌شناختی و مدیریتی در ورزش**، ۲(۶)، ۴۰-۲۵.
۱۲. قاسمیان، فرحناز؛ غفوری، فرزاد؛ هنری، حبیب؛ ذکایی، محمد سعید. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه ورزش تفریحی بر مبنای فرهنگ قومی با رویکرد نظریه مبنایی. **مطالعات مدیریت ورزشی**، پذیرفته شده انتشار آنلاین، ۱۴(۷۴)، ۱۶۲-۱۲۷.
۱۳. قشمی میمند، عباس؛ پورکیانی، محمد؛ رحمتی، محمد مهدی. (۱۳۹۸). تحلیل تماتیک الگوی فرهنگ ورزش در ایران. **مدیریت و توسعه ورزش**، ۸(۲)، ۱۲۸-۱۱۸.
۱۴. محمدی، علی؛ کلاته سیفری، معصومه. (۱۴۰۲). طراحی مدل توسعه فرهنگی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران. **مطالعات راهبردی ورزش و جوانان**، ۲۲(۶۰)، ۲۴۰-۲۲۳.
۱۵. مظفری، محمد مهدی؛ بهداد، مریم. (۱۳۹۸). چارچوبی مفهومی جهت درک رابطه تعاملی میان مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی. **فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت**، ۹(۳۱)، ۳۳-۲۰.
۱۶. میریوسفی، سیدجلیل؛ رضائی نژاد، رحیم. (۱۳۹۹). نقش توسعه فرهنگ سیاسی-اقتصادی در توسعه فرهنگی ورزش قهرمانی. **پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی**، ۱۶(۳۲)، ۱۹۵-۲۱۰.
۱۷. میریوسفی، سیدجلیل؛ سلاجقه، مریم. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل هویت دینی- ملی مؤثر در توسعه فرهنگی ورزش قهرمانی از دیدگاه ورزشکاران. **مطالعات مدیریت ورزشی**، ۱۰(۵۱)، ۱۴۰-۱۲۱.
۱۸. نقوی، محبوبه؛ آرمندنیا، مهدی؛ 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)، ۲۸۸-۲۶۹.
۱۹. نگهداری، بهزاد؛ ضرابی، حمید؛ واعظی، سیدمجتبی. (۱۳۹۷). محدودیت‌های فرهنگی و حاکمیتی حقوق بشر عقلانی. **فصلنامه مطالعات حقوق عمومی دانشگاه تهران**، ۴۸(۴)، ۹۴۹-۹۲۷.
۲۰. نودهی، محمد علی؛ احمدی، مجتبی؛ طیبی، بهمن؛ دیلمی، کیانوش. (۱۴۰۱). آسیب شناسی و مقایسه موانع رونق فرهنگ وقف و امور خیریه در ورزش از دیدگاه مدیران ورزش و خیرین استان گلستان. **مطالعات راهبردی ورزش و جوانان**، پذیرفته شده انتشار آنلاین، ۲۱(۵۷)، ۴۳۹-۴۱۹.

۲۱. Abdurahiman, S., Kasthurba, A. K., & 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.
۲۲. Alberti, C. T., Bedard, J. C., Bik, O., & Vanstraelen, A. (2022). Audit firm culture: Recent developments and trends in the literature. *European Accounting Review*, 31(1), 59-109.
۲۳. Allison, R., & Knoester, C. (2021). Gender, sexual, and sports fan identities. *Sociology of Sport Journal*, 38(3), 310-321.

၃၄. Bakhrom, B. (2022). Information technologies in physical culture and sports. *Asian Journal of Multidimensional Research*, 11(10), 288-292.
၃၅. Buser, M., Zwahlen, J. A., Schlesinger, T., & Nagel, S. (2022). Social integration of people with a migration background in Swiss sport clubs: A cross-level analysis. *International review for the sociology of sport*, 57(4), 597-617.
၃၆. Chadwick, S. (2022). From utilitarianism and neoclassical sport management to a new geopolitical economy of sport. *European Sport Management Quarterly*, 22(5), 685-704.
၃၇. Cheruvallil-Contractor, S., Halford, A., & Phiri, M. B. (2022). Identity, intersectionality and children in care: The case of Muslim-heritage 'looked-after' children in the UK. In *Exploring Islamic Social Work: Between Community and the Common Good* (pp. 81-97). Cham: Springer International Publishing.
၃၈. Cowden, R. G., Counted, V., & Ho, M. Y. (2023). Positive psychology and religion/spirituality across cultures in Africa, Asia, and Oceania. *Handbook of positive psychology, religion, and spirituality*, 243.
၃၉. Fuenfschilling L. and B. Truffer. (2014). "The Structuration of Socio-technical Regimes - Conceptual Foundations from Institutional Theory". *Research Policy*, 43(4), pp. 772–791.
၄၀. Geels F.W., Kern F. and G. Fuchs. (2016). The Enactment of Socio-technical Transition Pathways". *Research Policy*, 45(4), pp. 896–913.
၄၁. Gemar, A. (2020). Sport as culture: Social class, styles of cultural consumption and sports participation in Canada. *International Review for the Sociology of Sport*, 55(2), 186-208.
၄၂. Gerke, A. (2022). Strategic paradigms in professional sport. In *A Research Agenda for Sport Management* (pp. 129-146). Edward Elgar Publishing.
၄၃. Matic, R. M. (2022). Marketing Concept in Elite Team Sports Clubs in Serbia: Impact of Leadership Styles, Organizational Learning Culture, and Climate for Innovation. *Montenegrin Journal of Sports Science & Medicine*, 11(1).
၄၄. Moxey, M., Parry, K., & Brown, H. (2023). Placing sport at the heart of the university community: A critical reflection on sports club membership and what it means for student engagement from a Bourdieusian perspective. In *Advancing Student Engagement in Higher Education* (pp. 212-226). Routledge.
၄၅. Nobis, T., Gomez-Gonzalez, C., Nessler, C., & Dietl, H. (2022). (Not) being granted the right to belong—Amateur football clubs in Germany. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(7), 1157-1174.
၄၆. Pangrazio, L., Selwyn, N., & Cumbo, B. (2023). A patchwork of platforms: Mapping data infrastructures in schools. *Learning, Media and Technology*, 48(1), 65-80.
၄၇. 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.
၄၈. Ratnapalan, L. (2008). EB Tylor and the problem of primitive culture. *History and Anthropology*, 19(2), 131-142.
၄၉. Robinson, M. (2010). *Sport club management*. Human Kinetics.
၅၀. Spaaij, R., Knoppers, A., & Jeanes, R. (2020). We want more diversity but...: Resisting diversity in recreational sports clubs. *Sport management review*, 23(3), 363-373.
၅၁. Strandbu, Å., 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.
၅၂. Stura, C. (2019). What makes us strong—the role of sports clubs in facilitating integration of refugees. *European Journal for Sport and Society*, 16(2), 128-145.
၅၃. Teixeira, M., Júnior, A., & Seginando, A. (2023). Sport Events as a Catalyst for Economic, Socio-Cultural, Tourism, and Environmental Sustainability in Portugal. *Sport Management in the Ibero-American World: Product and Service Innovations*, 258-273.

୧୧. 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.
୧୦. 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. In *Of Papers Presented at 2022 3rd Asia Sport Science Conference (ASSC)*.