

مقاله پژوهشی: تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر نگرش به بازتولید هویت

ملی تیم ملی فوتبال

(از دیدگاه هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران)

[20.1001.1.33292538.1400.11.42.14.4](https://doi.org/10.1001.1.33292538.1400.11.42.14.4)

بهرام قدیمی^۱، ذبیح‌الله صدقی^۲، سعید نیکنام^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تبیین جامعه‌شناختی عوامل بر نگرش هواداران به بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران است. این روش بر اساس هدف کاربردی و از نوع پیمایشی بود. ۴۰۰ نفر از هواداران تیم ملی فوتبال شهر تهران با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. شیوه گردآوری داده‌ها میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بود. اعتبار ابزار تحقیق به روش صوری و پایایی آن به روش ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸) تأیید گردید. تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق نرم‌افزار Spss با به‌کارگیری آمارهای توصیفی شامل جداول فراوانی، میانگین، واریانس و برای آزمون فرضیه‌ها، I پیرسون و رگرسیون انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نگرش هواداران به بازتولید هویت ملی، بستگی به احساس اقتدارطلبی (۰/۳۴+) و احساس ناکامی (۰/۳۲+) دارد. همچنین احساس بازتولید هویت ملی تفاوت معناداری نداشتند ($\text{sig} > 0/05$)؛ بنابراین می‌توان گفت هویت افراد در جریانات ورزشی مانند بازی‌های تیم ملی فوتبال، بازآفرینی می‌شود و برای استفاده از این ظرفیت می‌بایست بدون توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از قبیل جنس، سن و... به کنترل و هدایت هیجانات افراد با توسعه فضاهای ورزشی مبادرت نمود تا بتوان در راه هویت‌سازی مجدد و بازآفرینی هویتی افراد، گام‌های مؤثری برداشت.

کلیدواژه‌ها: بازتولید هویت ملی، احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس

۱. دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. zsadafi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی ورزش، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده

محرومیت.

مقدمه

یکی از عوامل ایجاد و ثبات هویت ملی، ورزش است (احمدپور و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۳). ورزش یکی از عناصری است که هم می‌تواند بر شکل‌گیری هویت ملی مؤثر باشد و هم از آن تأثیر پذیرد و با ظرفیت نمادینی که دارد می‌تواند ملتی را پراهمیت جلوه داده و غرور و هویت ملی آن را ارتقا دهد (فاضلی، ۱۳۹۳: ۷). ورزش دیگر صرفاً کنش بدنی نیست، بلکه بسته به فضای شکل‌گیری آن دارای ابعاد سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظایر آن است. مارسل موس^۱ ورزش را کنش فرهنگی دانسته و بر آن است که رفتارهای ورزشی از سنخ رفتارهای فرهنگی هستند و مجموعه‌ای از رفتارهای نمادی وابسته به حیثیت و موقعیتی را که هر فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی احراز کرده است، در برمی‌گیرد. توانایی ورزش در بسیج عمومی و تهییج احساسات، بهره‌گیری از آن جهت توسعه اقتصادی، تبلیغات رسانه‌ای و ایجاد مشروعیت و ملت‌سازی و همگرایی ملی، جذابیت‌های ویژه دیگری نیز دارد که حکومت‌ها را در توجه به ورزش ناگزیر ساخته است (همان، ۱۳۹۱: ۱۵۵). ورزش و ملی‌گرایی پیوند عمیقی دارند. از یک‌سو ورزش همواره بستر کم‌نظیری برای ساخت، گسترش، بیان مشروعیت‌یابی و نفوذ ملیت و فرهنگ ملی بوده است و از سوی دیگر این دولت‌ها و جنبش‌های هویت‌طلبی بودند که به تقویت گسترش و نفوذ ورزش مدرن کمک کردند. دولت‌های مدرن با استفاده از ورزش می‌توانند وحدت و تمایز ملی خویش را تثبیت نموده و در عرصه‌های بین‌المللی نیز با استفاده از نمادهای فرهنگی همچون سرود ملی، پرچم، تمبر و نیروهای ورزشی، درصد نشان دادن فردیت کشور خویش برآیند. از این رو موفقیت در میزبانی مسابقات معتبر ورزشی، برای اهداف سیاسی کشورها با اهمیت تلقی می‌شود و بسیاری از دولتمردان تمام تلاششان را برای گرفتن میزبانی روی داده‌های بین‌المللی می‌نمایند (حشمت‌زاده و اکرمیان، ۱۳۹۵: ۲۱). اهمیت ورزش و تیم‌های ملی تا جایی است که در سرزمین‌های اشغال‌شده و در حال جنگ، از آن به‌عنوان یک سلاح ملی یاد می‌شود و عقیده بر این است اگر بخواهید ملتی را تخریب کنید، ورزش ملی آن‌ها از بین

۱. Marcel Mauss.

ببرید. (Martin et al, 2020: 1). ورزش به عنوان یک کاتالیزور انسجام اجتماعی و ادغام‌گر نشانگر تقسیمات و محرومیت‌های اجتماعی و فرهنگی است. در عرصه ملی احساسات تعلق و هویت ملی را تقویت می‌کند. ورزش ظرفیت اضافه کردن تصاویر مثبت و داستان‌های موفقیت را به مفهوم ملت می‌دهد (Hen et al, 2019: 3). در مسابقات بین‌المللی، تیم‌های ملی نماینده دولت هستند و معمولاً با ملت برابر می‌شوند (Chirinos, 2020: 19).

در عصر جهانی شدن و از سوی دیگر تکثر قومی در داخل کشورها، رویدادهای ورزشی به ویژه فوتبال ملی به عنوان عاملی مهم در تقویت هویت ملی عمل می‌کند (Popović & Bjelica, 2014: 32). فوتبال در زمان حال یکی از درخور توجه‌ترین پدیده‌های اجتماعی است که جایگاه ویژه‌ای در بین مردم جهان دارد و علاوه بر کارکردهای فراغتی و ورزشی، دارای کارکرد سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نیز است (اخوان کاظمی و صفی‌الله، ۱۳۹۲: ۱۱۷). فوتبال نماد عالی ورزشی است که بیشترین حجم تأثیرگذاری را بر جامعه دارا است و به همین دلیل تلاش حکومت برای بهره‌گیری از آن بسیار بیش از رشته‌های دیگر است. امروزه جامعه‌شناسی فوتبال به دانش قابل اعتنا و مهم تبدیل شده است که تمامی مؤلفه‌های فوتبال اعم از ورزشکاران، ورزشگاه‌ها، زمین بازی، کارگزاران (مربیان، داوران و ...)، تماشاچیان داخلی و خارجی را به صورت مشخص مورد توجه قرار داده است (فاضلی، ۱۳۹۱: ۱۵۹). فوتبال در این در صحنه داخلی و خارجی، تأثیرات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ویژه‌ای برجای گذاشته است که نیازمند تحلیل‌های جامعه‌شناختی است. فوتبال نقش قابل ملاحظه‌ای در تقویت وفاق ملی نیز ایفا می‌کنند. وفاق ملی در حقیقت وضعیتی است که در آن افراد به احساس واحد، همدلی و یگانگی مسیر و هدف دست پیدا می‌کنند. فوتبال به واسطه کشش و رغبتی که ایجاد می‌کند، در تقویت و تحکیم وفاق ملی در جامعه مؤثر است. تمامی آحاد جامعه با هر نوع گرایش سیاسی، مذهبی و وابستگی‌های دیگر، هنگام برگزاری مسابقه‌های تیم ملی فوتبال، یک نقطه مشترک به نام تیم ملی می‌یابند و این امر عامل وفاق بخش‌های گسترده‌ای از مردم جامعه می‌شود. پیروزی تیم‌های ورزشی در میدان‌های جهانی باعث افزایش غرور ملی شده، به‌طور خودجوش مردم را به سوی جشن و شادمانی در مقطع میهنی

و در سطح کشوری سوق می‌دهد؛ به‌ویژه اگر این پیروزی بر یک دشمن قوی سیاسی و یا یک رقیب پرتوان ورزشی باشد که نمونه‌های آن، هنگام پیروزی تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران بر تیم‌های ملی فوتبال آمریکا و استرالیا مشاهده شد. ایجاد حس ما در بین ایرانیان داخل با قومیت‌های متفاوت و ایرانیان خارج از کشور با هرگونه عقاید سیاسی از کارکردهای اجتماعی فوتبال است. فوتبال جهت‌گیری‌های همدلانه ملی و تقابل با رقبا را در عالم ذهن و عواطف طرفداران تقویت می‌کند؛ به‌گونه‌ای که اوج احساسات و هیجانات ملی را در بازی‌های حساس ملی می‌توان مشاهده نمود. جدای از آنچه که در داخل کشور در زمینه فوتبال می‌گذرد، در خارج نیز طرفداری از فوتبال ملی احساس افتخار و غرور ملی را در ایرانیان خارج از کشور بازتولید کرده است. این امر یک جنبه مثبت اجتماعی داشته است؛ چراکه وحدت ملی و احساس سرنوشت مشترک را تنها در بین ایرانیان ساکن در کشور تقویت نکرده است؛ بلکه پیوستگی میان ایرانیان خارج از کشور را نیز با جریان‌های شکل‌گیری هویت ملی در داخل ایجاد کرده است. از این نظر فوتبال یک امر جامعه‌شناختی تلقی می‌شود که در جریان بازتولید هویت ملی و ایجاد پیوند بین نیروهای اجتماعی نقش مؤثر داشته است؛ بنابراین مسئله اصلی در این پژوهش تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر بازتولید هویت ملی (با محوریت بردو باخت) تیم ملی فوتبال است و ازجمله دغدغه‌های اصلی محقق این است که عوامل مؤثر (احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس محرومیت و متغیرهای زمینه‌ای) بر میزان بازتولید هویت ملی تا چه حد بر آن تأثیر می‌گذارد؟ و هرکدام به چه میزان در بازتولید هویت ملی تأثیر می‌گذارند؟

پیشینه تجربی پژوهش

تحقیقات گسترده در حوزه رابطه ورزش به‌ویژه فوتبال و هویت ملی، مبین تأثیرات متقابل ایدئولوژی ملی، طبقاتی، مذهبی، سیاسی و ... بر ورزش و بالعکس است. احمدی (۱۳۸۶) در پژوهشی تحت عنوان بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران بر هویت ملی شهروندان بیان می‌دارد که پس از شکست تیم ملی فوتبال ایران در مقابل مکزیک و پرتغال،

نمره‌های هویت ملی در ابعاد مختلف و به صورت کلی کاهش یافت؛ اما پس از کسب تساوی در مقابل آنگولا، روند کاهش نمره‌های هویت ملی متوقف شد. نقی‌پور و همکاران (۱۳۱) در پژوهشی تحت عنوان بررسی مؤلفه‌های هویت تیمی و هویت ملی هواداران تیم‌های ملی فوتبال و کشتی ایران به این نتیجه رسیدند که هواداران رشته فوتبال در مؤلفه‌های هویت تیمی‌شان به ترتیب در ارزیابی عمومی، تعلق و یکپارچگی و آگاهی و در مؤلفه‌های هویت ملی‌شان به ترتیب در تعلق و یکپارچگی، آگاهی و مشارکت بیشترین امتیاز را داشتند. اخوان کاظمی و صفی‌الله (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر فوتبال بر مؤلفه‌های هویت ملی این ادعا را مطرح کردند که فوتبال در دنیای امروز به‌عنوان یکی از عناصر سازنده هویت از جایگاه مهمی برخوردار است؛ به این معنی که به جز کار ویژه‌های اساسی و خاص خود، موجد و مقوم نوعی هویت در بُعد ملی نیز است. موفقیت در مسابقه‌های فراملی فوتبال، نوعی هویت و غرور ملی ایجاد کرده و جوامع دیگر را به پذیرش جایگاه برتر و قابل احترام کشور متبوع تیم برنده وادار می‌کند و به همین ترتیب، شکست یک تیم ملی فوتبال نیز باعث نوعی سرخوردگی و جریحه‌دار شدن غرور یک ملت و کشور می‌شود. بهار و یادگاری (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان مطالعه هویت ملی در ترانه‌های حمایتی از تیم ملی فوتبال ایران بیان می‌کنند، جام جهانی (و موسیقی منسوب به آن) فرصت مناسبی را برای پیوند دوستانه و مشترک بین ایرانی‌ها با وجود تکثر افکار فارغ از سلیق و اعتقادات آن‌ها فراهم کرده است. همان‌گونه که پرچم ابژه‌ای ملی است، موسیقی نیز در عرصه فوتبال بدون قائل شدن تبعیض‌ها و تمایزها، گامی برای اتحاد در فضایی ورزشی را فراهم می‌آورد دوستی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان بررسی ملی‌گرایی هواداران تیم ملی فوتبال ایران، دریافته‌اند که روز ملی، هویت ملی و تعلق ملی، ارتباط با دیگر هم‌وطنان از عوامل مهم در حضور هواداران تیم ملی در ورزشگاه‌ها است. می‌توان اذعان نمود که در حال حاضر بین ابعاد و مؤلفه‌های ملی‌گرایی (غرور ملی، هویت و تعلق ملی و ارتباط با هم‌وطنان) و رسانه‌ها ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

لور^۱ (۱۹۸۳) در یک پژوهش مشاهده گردید که فوتبال و موفقیت‌های ورزشی برزیل باعث تقویت هویت ملی و غلبه بر تفاوت‌ها و اختلافات موجود شده است. وقتی تیم ملی فوتبال برزیل جام جهانی را کسب کرد. ملت برزیل این احساس را داشتند که اکنون در سطح بین‌المللی سرفرازند و خود را فراتر از دیگر ملل می‌دانستند. آلبارزس^۲ (۱۹۹۹) در یک پژوهش فوتبال و موفقیت‌های تیم ملی فوتبال در عرصه‌های بین‌المللی باعث هویت ملی آرژانتین، تقویت سیاهان و سرخپوستان و نیز مهاجران و همسایگان شهری با یکدیگر شد. پورتر و اسمیت^۳ (۲۰۰۴) در کتابی با عنوان ورزش و هویت ملی در دوران پس از جنگ جهانی، به موضوع رابطه ورزش و هویت ملی و اینکه ورزش چگونه تغییرات در ادراک از هویت ملی حکایت می‌کند؛ پرداخته است؛ در این کتاب، مقالاتی از نویسندگان مختلف درباره رابطه ورزش و هویت ملی در کشورهای انگلستان، ولز، اسکاتلند، ایرلند، آفریقای جنوبی، حوزه کارائیب، آمریکا، نیوزلند و استرالیا نوشته‌اند. نیل و فونک^۴ (۲۰۰۶) در یک تحقیق به این نتایج دست یافتند که علاقه به تیم، پیروزی نیابتی و هیجان، روی وفاداری هواداران تأثیر مثبت دارد و علاقه به بازیکن تأثیر معکوسی روی وفاداری هواداران به تیم دارد همچنین انگیزه‌های اجتماعی شدن، سرگرمی و پیروزی نیابتی روی تمایل برای حضور مجدد هواداران مؤثر بودند و علاقه با بازیکن و بازی پایاپای، تأثیر معکوسی روی تمایل برای حضور مجدد داشتند.

مبانی نظری پژوهش (تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق)

بر مبنای هدف پژوهش یعنی تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر (شامل احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس محرومیت و متغیرهای زمینه‌ای) بر متغیر وابسته (بازتولید هویت ملی - هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران)؛

1. Lever.
2. Alabarces.
3. Porter and Smith.
4. Nill & Fonch.

به مبانی نظری پژوهش (با تکیه بر تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق) اشاره می‌گردد:

ایمانوئل کاستلز^۱، هویت به مفهوم معناسازی بر اساس ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی است که بر منابع معنایی ارجحیت داده می‌شود. کانون توجه کاستلز عمدتاً معطوف به هویت جمعی است تا به هویت فرد. هر چند فردگرایی (با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۲). به تعبیر کاستلز تمام هویت‌ها برساخته می‌شوند؛ اما مسئله اصلی این است که چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافیا، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره جمعی، رویاهای شخصی، دستگاه و جهاز قدرت، وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود؛ اما افراد، گروه‌ها و جوامع، تمامی این مواد خام را می‌پروراند و معنای آن‌ها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی و مکانی آن‌ها دارد از نو تنظیم می‌کنند. این پرسش که انواع مختلف هویت‌ها چگونه و به دست چه کسی ساخته می‌شوند و چه پیامدهایی دارند، نمی‌تواند به صورت کلی و انتزاعی مورد بحث قرار گیرد، بلکه امری است مربوط به متن و زمینه اجتماعی. به نظر کاستلز سیاست‌های مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد (دوستی و همکاران، ۱۳۹۵) بر اساس همین رویکرد، کاستلز بین سه صورت و منشأ برساختن هویت، تمایز قائل می‌شود که هر کدام پیامدهای اجتماعی خاصی دارد: ۱- هویت مشروعیت بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آن‌ها را برای کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند و با نظریه‌های ملی‌گرایی همخوانی دارد و جامعه مدنی ایجاب می‌کند که منابع سلطه ساختاری را البته گاهی به شیوه‌ای پرتعارض، عقلانی می‌سازد. ۲- هویت مقاومت: این هویت که شاید مهم‌ترین نوع هویت‌سازی در جامعه امروز است، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه، بی‌ارزش دانسته

1. Manuel Castells.

می‌شود یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود. به نظر کاستلز این نوع هویت‌سازی منجر به ایجاد جماعت‌ها و اجتماعات می‌شود. این هویت شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند و معمولاً بر مبنای هویت‌هایی (برای مثال ملی‌گرایی مبتنی بر قومیت) ساخته می‌شود که آشکارا به وسیله تاریخ، جغرافیا یا زیست‌شناسی تعریف شده‌اند و تبدیل مرزهای مقاومت را به جنبه‌های اساسی و ذاتی آسان‌تر می‌کنند (همان: ۲۶). این دسته توسط نخبه‌ها و به‌عنوان دستگامی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آن‌ها ساخته می‌شود. برنامه این هویت، تلاش برای ساختن جامعه‌ای است که بدون تبعیض به تفاوت‌های فرهنگی احترام بگذارد. ۳- هویت برنامه‌دار: هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی هستند، این نوع هویت تحقق می‌یابد. طبعاً هویت‌هایی که در آغاز به منزله هویت مقاومت شکل می‌گیرند، ممکن است مبلغ برنامه‌هایی شوند و یا ممکن است در طول تاریخ در میان نهادهای جامعه به نهاد مسلط بدل شوند و به این ترتیب به منظور عقلانی کردن سلطه خود به هویت‌های مشروعیت بخش تبدیل شوند. در واقع تحول هویت‌ها در طول این توالی نشان می‌دهد که از دیدگاه نظریه اجتماعی، هیچ هویتی نمی‌تواند یک جوهر به شمار آورده شود و هیچ هویتی به‌خودی‌خود خارج از متن تاریخی خود، ارزش متری یا ارتجاعی ندارد (غفاری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹).

آدورنو^۱ در کتاب شخصیت قدرت‌طلب، به تعریف شخصیت قدرت‌طلب و مشخص نمودن ویژگی‌های آن پرداخته است و مقیاس شخصیت اقتدارطلب را با ویژگی‌هایی مانند این‌ها در نظر می‌گیرد. تحسین قدرت، پرخاشگری به برون‌گروه، سلطه‌پذیری از اقتدار، پیروی از رسوم، انعطاف‌ناپذیری، فرافکنی، ویرانگری به منظور اندازه‌گیری دل‌بستگی کورکورانه به ارزش‌های فرهنگی ملی و هماهنگی غیرانتقادی با روش‌های گروه خودی و نپذیرفتن سایر ملت‌ها به‌عنوان برون‌گروه. از دیدگاه آدورنو، به‌طور کلی ویژگی شخصیت

۱. Theodor W. Adorno.

اقتدارطلب، وجه تمایز افراد نامطمئنی است که به خود تردید دارند و هرگز موفق نشده‌اند، شخصیت ویژه خود را بسازند و تثبیت کنند. این گونه شخصیت‌ها در دوران آرامش که نظم اجتماعی تهدید نمی‌شود، به احزاب محافظه‌کار می‌پیوندند؛ اما اگر این نظم مورد تهدید واقع شود، تجاوزطلبی آن‌ها خودبه‌خود شدت می‌گیرد و آنان را به سوی نهضت‌های فاشیستی می‌راند (تقیب‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۱۸). آدورنو برای تبیین یک شخصیت اقتدارطلب درصدد برآمد تا مقیاسی ترتیب دهد که به بهترین وجه بتواند تمایلات تلویحی آن را اندازه‌گیری نماید. نتیجه مطالعات نظری و عملی آن یافتن هشت مؤلفه اساسی بوده است که برآیند حاصل از آن مؤلفه یک شخصیت اقتدارطلب را معرفی می‌کند که عبارت‌اند: ۱- عرف پرستی: پیروی کامل از ارزش‌های سنتی، ارزش‌های طبقه متوسط، ۲- اطاعت از قدرت: نگرش فرمان‌بردار و غیرمنتقدانه نسبت به قدرت اخلاقی آرمانی شده حلقه خواص، ۳- تعرض مستبدانه: گرایش به یافتن افرادی که ارزش‌های عرفی را زیر پا می‌نهند و مجازات آن‌ها، ۴- خشک‌اندیشی: مخالفت با تخیل، تصور و باریک‌بینی و خلاقیت، ۵- خرافه‌پرستی: اعتقاد به عوامل تعیین‌کننده غیبی در سرنوشت، گرایش به تفکر در چارچوب مقولاتی انعطاف‌ناپذیر و ثابت، ۶- قدرت و صلابت: دل‌مشغولی با سلطه و فرمان‌برداری با شخصیت‌های قدرت، پافشاری افراطی بر ویژگی‌های عرفی خود، نمایش اغراق‌آمیز قدرت و صلابت، ۷- بدبینی و ویرانگری: خصومت عام و بدگویی از انسان، ۸- فرافکنی: تمایل به این اعتقاد که جهان دستخوش مخاطرات و بی‌بندوباری است فرافکنی هوا و هوس‌های ناخودآگاه (Adorno, 1950 : 228).

کارآمدی احساسی است که در افراد باورهایی مانند توانایی به ایجاد یک اثر یا نتیجه‌ای مطلوب را به وجود می‌آورد؛ به عبارت دیگر درک یا قضاوت افراد در مورد توانایی انجام کاری خاص آن هم به‌گونه‌ای موفقیت‌آمیز است. خودکارآمدی بر سطح انگیزش افراد اثرگذار است. باور داشتن خودکارآمدی بر گزینش اهداف، میزان تلاش برای انجام وظایف، میزان استقامت و پشتکار در رویارویی با مشکلات و میزان تحمل فشارها اثر می‌گذارد. افراد خودکارآمد در مواجهه با رویدادهای دشوار استقامت و پشتکار زیادی به

خرج می‌دهند و از منابع مختلف فردی و محیطی بازخوردهای مثبتی دریافت می‌کنند؛ این بازخوردها به‌عنوان تقویت‌کننده خودکارآمدی عمل می‌کنند. برعکس، افرادی با خودکارآمدی پایین و یا افرادی که برای کسب نتایج مورد انتظار تلاش نمی‌کنند، بازخوردهایی دریافت می‌کنند که ناتوانی آن‌ها را در انجام وظایف نشان می‌دهد (عبداللهی، ۱۳۹۲: ۳۶). خودکارآمدی یکی از مفاهیم اصلی و مهم در نظریه شناختی اجتماعی آلبرت بندورا^۱ است که به قضاوت‌ها یا باورهای فرد در مورد توانایی‌های خود در انجام وظایف و مسئولیت‌ها اشاره دارد. در واقع منظور بندورا از باورهای خودکارآمدی، قضاوت‌هایی است که درباره توانایی در زمینه سازمان‌دهی و انجام تکالیف خاص انجام می‌شود. میزان خودکارآمدی نشان می‌دهد یک شخص تا چه اندازه به توانایی خود برای دستیابی به یک هدف مشخص اطمینان دارد. باورهای خودکارآمدی بر الگوهای تفکر و واکنش‌های هیجانی انسان اثر می‌گذارند و در حقیقت، این باورها تعیین‌کننده‌ها و پیش‌بینی‌کننده‌های قوی میزان دستیابی به هدف نهایی هستند (هاشمیان‌فر و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۲).

طبق نظریه شناختی اجتماعی، افراد با باورهای قوی نسبت به توانایی‌های خود، در مقایسه با افرادی که نسبت به توانایی‌های خود تردید دارند، در انجام کارها بهتر عمل کنند. از دیدگاه بندورا خودکارآمدی، سازه‌ای چندبعدی است و باید در حوزه‌های مختلف ارزیابی شود (درفشان و یوسفی، ۱۳۹۴: ۱۰۴).

ناکامی عبارت است از عدم دستیابی به اهداف مورد نظر توسط کسی یا چیزی، هنگامی که فرد به هدف مورد نظرش نرسد، می‌گوییم فرد ناکام شده است. این هدف می‌تواند ذهنی باشد؛ برای مثال فرد گمان کند که در حال رسیدن به هدف دلخواهش است و لذت‌های آن را پیش‌بینی کند یا ممکن است در رفتار ظاهری تجلی یابد. در هر دو مورد چنانچه اتفاقاً مانعی سر راه تحقق هدف یا اهداف مورد انتظار فرد قرار گردد؛ می‌توان گفت که وی ناکام شده است (Berkowitz, 1986: 309). دولارد و میلر اظهار می‌دارند که احساس ناکامی در دستیابی به هدف باعث ایجاد رفتارهای خشونت‌آمیز از سوی فرد

1. Albert Bandura.

می‌شود. این هدف ممکن است یک هدف ورزشی یا غیرورزشی در زندگی اجتماعی باشد (نادریان جهرمی، ۱۳۸۴: ۲۹۰). این صاحب‌نظران که اغلب رفتارهای پرخاشگرانه را نتیجه ناکامی می‌دانند، ناکامی را عدم دستیابی به اهداف مورد نظر توسط کسی یا چیزی می‌دانند؛ بنابراین ناکامی در دو بُعد: ۱- ناکامی در زندگی (عقب ماندن از همسالان، کمبود محبت، موفق نبودن در زندگی، استفاده نکردن فرصت‌ها)، ۲- ناکامی تیم مورد علاقه (تحمل ناپذیری شکست، ناامید کردن نتایج تیم، بار سنگین شکست تیم، دلگیری از شکست تیم)، تفکیک کرده‌اند (همان: ۲۹۰).

بر اساس دیدگاه محرومیت نسبی، فرد به مقایسه خود با افراد دیگر و گروه مرجع دست می‌زند و دوست دارد که شرایط مشابه با آن‌ها را داشته باشد و اگر در نتیجه مقایسه برای فرد چنین پنداشتی بروز نماید که بر اساس میزان سرمایه‌گذاری و تلاش، پاداش و نتیجه‌ای که عایدش شده در مقایسه با دیگران عادلانه و منصفانه نیست، دچار احساس محرومیت نسبی گردیده و این امر باعث بروز نارضایتی و احساس کسالت در دو سطح فردی و اجتماعی می‌گردد (تدگار، ۱۳۷۷: ۵۵)؛ بنابراین محرومیت نسبی برداشتی است که افراد از اختلاف بین انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی دارند. منظور از انتظارات ارزشی، کالاها و شرایط زندگی است که مردم خود را مستحق آن‌ها می‌دانند. منظور از توانایی‌های ارزشی، نگرش افراد نسبت به امکانات و شرایط برآورده شدن انتظارات است (همان: ۵۵). گار برای انتظارات ارزشی سه بُعد را در نظر می‌گیرد: ۱- ارزش‌های رفاهی، ۲- ارزش مربوط به قدرت، ۳- ارزش‌های بین شخصی؛ که هر یک از این ارزش‌ها دربرگیرنده خرده ابعاد هستند. ۱- ارزش‌های رفاهی خود دارای دو بُعد: ارزش‌های اقتصادی (رفاه و کالاهای مادی) و ارزش‌های خود فعلیت‌بخش (تحقق نفس) است (همان: ۵۵). ۲- ارزش‌های مربوط به قدرت خود دارای دو بُعد: ارزش‌های مشارکتی و ارزش‌های امنیتی است (همان: ۵۷). ۳- ارزش‌های بین شخصی خود دارای سه بُعد: منزلت، حس تعلق و انسجام فکری است (همان: ۵۷). گار برای توانایی‌های ارزشی نیز همان سه بُعد: ۱- توانایی‌های ارزشی رفاهی، ۲- توانایی ارزشی بین شخصی، ۳- توانایی‌های ارزشی مربوط به قدرت را در

نظر می‌گیرد و همانند انتظارات ارزشی برای هر یک از ابعاد توانایی‌هایی ارزشی نیز خرده ابعاد فوق را ذکر می‌کند. بر این اساس: ۱- ارزش‌های رفاهی شامل دو بُعد: ارزش‌های اقتصادی (رفاه و کالاهای مادی) و ارزش‌های خودفعلیت بخش (تحقق نفس) است. ۲- ارزش‌های مربوط به قدرت دربرگیرنده دو بُعد: ارزش‌های مشارکتی و ارزش‌های امنیتی است. ۳- ارزش‌های بین شخصی دارای سه بُعد منزلت، حس تعلق جمع و انسجام فکری است (تدگار، ۱۳۷۷: ۵۷).

به عقیده پیر بوردیو^۱، کشف رابطه میان متغیرهای زمینه‌ای و نوع رفتار کنشگران (به‌ویژه از طریق میزان و نوع مصرف فرهنگی) می‌تواند علاوه بر مطالعات بازاریابی و کشف کنشگران خاص، نافذترین رهنمون را به حوزه مصرف فرهنگی جامعه پیشکش کند. عرصه‌ای که به قول پیر بوردیو، حوزه مصرف فرهنگی را بازگونه حوزه اقتصادی جلوه داده و مناسبات آن، ذهنی و انتزاعی و یکسره متفاوت و در تمایز با جهان واقعی و عینی اقتصاد است؛ بنابراین به قول دیوید چینی، تفاوت فراوان ناشی از سبک زندگی کنشگران (در فرآیند خرده فرهنگ شهری) و همچنین به قول اریل سالیوان و تالی کنزجرو، فعالیت‌های مصرفی کنشگران به همین متغیرهای زمینه‌ای بستگی دارد؛ بنابراین ذائقه یا سلیقه فرهنگی که تابعی از سرمایه فرهنگی به شمار می‌رود، مولود پیش‌زمینه اجتماعی و به طریق اولی متأثر از متغیرهای زمینه‌ای و نگرش متفاوت کنشگران (به‌عنوان مصرف‌کنندگان فرهنگی) به جهان است و اساساً همین ذوق و قریحه فرهنگی است که داوری و قضاوت زیبایی‌شناختی کنشگران را می‌سازد و در نهایت بر گرایش کنشگران تأثیر می‌گذارد. پس آنچه موجب مصرف فرهنگی متعالی‌تر در بین کنشگران می‌گردد، داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر در جامعه است که کیفیتی منحصرأ ذهنی است. چنان که به قول غمّر لیزاردو، مصرف فرهنگی کنشگران به‌مثابه الگوهای رفتاری خاص، نوعی الگوی رفتاری عام نیست (توسلی و خامیان، ۱۳۸۶: ۶۴-۵۱)؛ بنابراین به قول پیتر رُسی و همچنین رابرت چین، در این راستا متغیرهای مستقل زمینه‌ای در ساختار پرسشنامه بر

۱. Pierre Bourdieu.

اساس متغیرهای شخصی (اعم از: جنسیت، سن، وضع تأهل، وضع مهاجرت، مقطع تحصیلی، وضع اشتغال، نوع شغل، درآمد، بُعد خانوار) و متغیرهای محیطی (از لحاظ: منطقه مسکونی، محل کار، محل تحصیل) قابل بررسی است (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۲۵-۲۲).

فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد بین احساس اقتدارطلبی و احساس بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال (با محوریت بردوباخت)، رابطه معناداری وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد بین احساس کارآمدی و احساس بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال (با محوریت بردوباخت)، رابطه معناداری وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد بین احساس ناکامی و احساس بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال (با محوریت بردوباخت)، رابطه معناداری وجود دارد.
۴. به نظر می‌رسد بین احساس محرومیت و احساس بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال (با محوریت بردوباخت)، رابطه معناداری وجود دارد.
۵. به نظر می‌رسد بین متغیرهای زمینه‌ای و احساس بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال (با محوریت بردوباخت)، رابطه معناداری وجود دارد.

اهداف پژوهش

تبیین رابطه احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته) و متغیرهای مستقل اصلی (احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس محرومیت).
تبیین رابطه بین احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته) و متغیرهای مستقل زمینه‌ای (جنسیت، سن، وضع تأهل، وضع مهاجرت، مقطع تحصیلی، وضع اشتغال، نوع شغل، درآمد، بُعد خانوار، منطقه مسکونی).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها، توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری در تحقیق حاضر هواداران فوتبال ۲۹-۱۵ سال شهر تهران که تعداد آن‌ها ۹۲۸۹۸۷ نفر بود و با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه محاسبه و به دست آمده است همچنین برای پایای بیشتر حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد؛ در مرحله اول شهر تهران به سه خوشه تفکیک شد: خوشه اول (مناطق شمال شهر، محدوده ولنجک، محدوده قلعهک و ارسباران با حجم نمونه ۱۰۳ نفر)، خوشه دوم (مناطق مرکز شهر، محدوده ولیعصر، پارک لاله، محدوده سلسبیل شمالی با حجم نمونه ۲۰۲ نفر) و خوشه سوم (مناطق جنوب شهر، محدوده خزانه، محدوده جوانمرد قصاب و دولت‌آباد حجم نمونه ۹۵ نفر)، تقسیم شد و بعد از هر خوشه سه منطقه به‌صورت تصادفی انتخاب گردید. در مرحله بعد، خیابان‌ها و میدان‌های اصلی هر منطقه از شهر، در حکم بلوک برای خوشه‌ها در نظر گرفته شدند. در مرحله آخر، پاسخگویان به روش تصادفی به‌نحوی که هر یک از افراد جامعه آماری دارای شانس مساوی برای انتخاب شدن به‌عنوان جمعیت نمونه را داشتند مطالعه شدند. شیوه گردآوری داده‌ها میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بود. روایی و پایایی پژوهش و سنجش توزیع نرمالیتة داده‌ها از طریق آزمون آلفای کرونباخ (۰/۸) و آزمون اسمیرنوف کلموگروف ($sig > 0/05$) مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها در چند مرحله و با استفاده از نرم‌افزار آماری Spss انجام شد و به تناسب فرضیات پژوهش از آماره‌ها و آزمون‌های آماری استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

الف) توصیف ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه

طبق جدول شماره (۱)، بر مبنای نیاز به تنظیم فراوانی متغیرهای زمینه‌ای: (جنسیت، میزان تحصیلات، تاهل، وضعیت شغلی، وضعیت مهاجرت، سن، بُعد خانوار، میزان درآمد)؛ با توجه به خروجی ناشی از آمار توصیفی، داده‌های تحقیق (به درصد)، می‌توان گفت:

- بیشترین توزیع متغیرهای زمینه‌ای هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، مربوط است به: زنان (۵۳.۸) تا لیسانس (۷۶.۷)، مجرد (۵۹.۵)، غیرشاغل (۵۳.۳)، بومی منطقه (۹۰.۳)، سن زیر ۲۵ سال (۵۸.۵)، بُعد خانوار چهار نفره (۷۶.۳)، درآمد تا پنج میلیون تومان (۹۰.۲)

- کمترین توزیع متغیرهای زمینه‌ای هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، مربوط است به: مردان (۴۶.۲)، ارشد و دکترا (۱۵.۵)، متأهل (۴۰.۵)، شاغل (۴۴.۷)، غیربومی (۹.۷)، سن بالای ۲۵ سال (۴۱.۵)، بُعد خانوار بیش از چهار نفر (۲۳.۷)، درآمد بیش از پنج میلیون تومان (۹.۸).

جدول ۱. موقعیت اقتصادی و اجتماعی هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران

(۱)		(۰)		سؤالات فردی یا شخصی (متغیرهای زمینه‌ای)	
مرد/ پسر	۴۶/۲	زن/ دختر	۵۳/۸	جنسیت	
ارشد/ دکترا	۱۵/۵	دیپلم/ لیسانس	۸۴/۵	میزان تحصیلات	
متأهل	۴۰/۵	مجرد	۵۹/۵	وضع تأهل	
شاغل	۴۴/۷	غیرشاغل	۵۵/۳	وضع اشتغال	
غیربومی	۹/۸	بومی	۹۰/۳	وضع مهاجرت	
بیشتر از ۲۵ سال	۴۱/۵	تا ۲۵ سال	۵۸/۵	سن	
بُعد خانوار بیش از چهار نفر	۲۳/۷	بُعد خانوار چهار نفره	۷۶/۳	بُعد خانوار	
بیش از پنج میلیون تومان	۹/۷	تا پنج میلیون تومان	۹۰/۳	میزان درآمد	

ب) آزمون فرضیه‌های تحقیق

طبق جدول شماره (۲ و ۳)، بر مبنای آزمون فرضیه‌های دومتغیره (ضریب همبستگی پیرسون)، می‌توان گفت:

- بین احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته) و متغیرهای مستقل اصلی (احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس محرومیت)، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

- بین احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته) و متغیرهای مستقل زمینه‌ای (جنسیت، سن، وضع تاهل، وضع مهاجرت، مقطع تحصیلی، وضع اشتغال، نوع شغل، درآمد، بُعد خانوار، منطقه مسکونی، محل کار، محل تحصیل)، رابطه معناداری مشاهده نشد

جدول ۲. ضریب همبستگی پیرسون^۱ بین متغیرهای مستقل اصلی و متغیر وابسته

ضریب همبستگی پیرسون			(Y)	(V1)	(V2)	(V3)	(V4)
متغیر وابسته	(Y)	احساس بازتولید هویت ملی		۵۱۱.	۳۸۰.	۵۰۱.	۴۶۹.
متغیرهای مستقل اصلی	(V1)	احساس اقتدارطلبی	۵۱۱.		۵۳۹.	۵۱۲.	۶۷۰.
	(V2)	احساس کارآمدی	۳۸۰.	۵۳۹.		۶۸۳.	۵۱۴.
	(V3)	احساس ناکامی	۵۰۱.	۵۱۲.	۶۳۸.		۵۷۰.
	(V4)	احساس محرومیت	۴۶۹.	۶۷۰.	۵۱۴.	۵۷۰.	

بر اساس نتایج جدول (۲) می‌توان بیان نمود که از نظر جوانان هوادار تیم ملی فوتبال، بازتولید هویت ملی به‌طور مستقیم و متوسط از طریق متغیرهای احساس اقتدارطلبی و میزان احساس ناکامی پیش‌بینی می‌شود. همچنین به‌طور مستقیم و نسبتاً ضعیف با احساس محرومیت کارآمدی رابطه دارد؛ بنابراین فرضیه تحقیق پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول ۳. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل زمینه‌ای و متغیر وابسته

ضریب همبستگی پیرسون		احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته)
متغیرهای مستقل زمینه‌ای	جنسیت	-۰.۰۸۷
	میزان تحصیلات	+۰.۰۴۴
	وضعیت تاهل	+۰.۰۲۹
	وضعیت شغلی	-۰.۰۲۱
	وضعیت مهاجرت	+۰.۰۲۶
	سن	+۰.۰۰۲
	بُعد خانوار	-۰.۰۵۵
	میزان درآمد	+۰.۰۰۹
محل مصاحبه	+۰.۰۰۸	

بر اساس جدول دوم می‌توان استدلال نمود که احساس بازتولید هویت ملی برحسب متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری نداشته است و مشابه هم بوده‌اند. بر این مبنا فرضیه پژوهش رد و فرضیه صفر مبنی عدم رابطه احساس بازتولید هویت ملی و متغیرهای زمینه‌ای تأیید می‌گردد.

دوم) فرضیه چندمتغیره پژوهش

به نظر می‌رسد احساس بازتولید هویت ملی (متغیر وابسته) هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران (از لحاظ: جنسیت، سن، وضع تأهل، وضع مهاجرت، مقطع تحصیلی، وضع اشتغال، نوع شغل، درآمد، بُعد خانوار، منطقه مسکونی، محل کار، محل تحصیل)، بستگی به احساس اقتدارطلبی، احساس کارآمدی، احساس ناکامی، احساس محرومیت (عوامل مؤثر)، داشته باشد.

آزمون فرضیه چندمتغیره پژوهش

۱) تأمین اعتبار تحلیل رگرسیون

طبق جدول شماره (۴)، در این تحقیق با برآورد ضریب تحمل یا مقدار تولرانس در احساس اقتدارطلبی (۰.۷۳۸)، احساس ناکامی (۰.۷۳۸)، می‌توان گفت: این میزان (بین صفر و یک) حائز اندازه‌ای مطلوب برای نمایش همبستگی میان متغیرهای مستقل است. در واقع متغیرهای مستقل علاوه بر اینکه در یک آستانه قابل تحمل (با توجه به مقادیر اغماض) بر یکدیگر تأثیر و تأثر دارند. با برآورد مقدار عامل تورم واریانس (در مدل دوم) که در آن سهم احساس اقتدارطلبی (۰.۷۳۸)، احساس ناکامی (۰.۷۳۸)، تقریباً مساوی یک تلقی می‌گردد؛ حاکی از آن است که می‌توان پذیرفت بین این متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی (احساس اقتدارطلبی، احساس ناکامی) در تأثیرگذاری بر متغیر وابسته (احساس بازتولید هویت ملی) مشکل هم‌خطی وجود ندارد.

جدول ۲. ضرایب مدل رگرسیونی عوامل مؤثر بر متغیر وابسته

مُدل رگرسیونی	آماره‌های تشخیص‌های هم‌خطی ^۲		آماره دوربین-واتسون ^۱	
	مقدار اِغماض ^۴	عامل تورم واریانس ^۳		
۱	احساس اقتدارطلبی	۰.۷۳۸	۱.۳۴۵	۱,۴۵۱
۲	احساس ناکامی	۰.۷۷۸	۱.۳۴۵	

(۲) وزن عوامل مؤثر بر متغیر وابسته (خلاصه مدل رگرسیونی)

طبق جدول شماره (۵)، کمتر از نیمی (۳۳ درصد) از تغییرات متغیر وابسته، در سطح معناداری قابل قبول، مربوط به این مدل است و الباقی تغییرات متغیر وابسته، به تأثیرات ناشی از روابط بین این متغیرها و یا روابط با سایر متغیرهای مستقل که در این معادله وارد نشده‌اند، بستگی دارد؛ بنابراین در ارتباط با تأثیرگذاری متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی بر متغیر وابسته، در این تحقیق می‌توان گفت:

- تفسیر مدل ۱: با توجه به تأثیر احساس اقتدارطلبی، بر احساس بازتولید هویت ملی در سطح معناداری قابل قبول، ملاحظه می‌گردد که احساس اقتدارطلبی، مقدار ۲۶ درصد از واریانس احساس بازتولید هویت ملی را تبیین می‌نماید.

- تفسیر مدل ۲: با توجه به تأثیرگذاری اشتراکی احساس اقتدارطلبی و احساس ناکامی، بر احساس بازتولید هویت ملی در سطح معناداری قابل قبول، ملاحظه می‌گردد که با اضافه شدن احساس ناکامی، مقدار ۳۴ درصد از واریانس احساس بازتولید هویت ملی تبیین می‌گردد؛ که در عین حال این تأثیرگذاری مشترک ناشی از احساس اقتدارطلبی و احساس ناکامی (بر مبنای تغییر مجذور رگرسیون) باعث اضافه شدن حدود یک درصد از واریانس مورد تبیین در راستای نیل به تغییر احساس بازتولید هویت ملی شده است.

1. Durbin-Watson.
2. Collinearity Diagnostics Statistics.
3. Variance Inflation Factor = VIF.
4. Tolerance Value.

جدول ۳. خلاصه مدل رگرسیونی عوامل مؤثر بر متغیر وابسته

مدل ^۵	آر رگرسیون	مجدور آر ^۴	مجدور آر تعدیل یافته ^۳	اشتباه استاندارد	آماره‌های تغییر ^۲			آماره دورین- واتسون ^۱
					تغییر مجدور آر ^۸	تغییر نسبت فیشر ^۷	تغییر سطح معناداری ^۶	
۱	0.511 ^۹	.261	.259	.38099	.261	140.592	.000	۱,۴۵۱
۲	0.582 ^{۱۰}	.339	.335	.36092	.077	46.499	.000	

۳) اثر عوامل مؤثر بر متغیر وابسته (آزمون فرضیه چندمتغیره)

طبق جدول شماره (۶)، با توجه به ضرایب مدل رگرسیونی (شیب رگرسیون)^{۱۱} و مدل تجربی تحقیق (در چهارچوب فرضیه چندمتغیره پژوهش)؛ در این تحقیق می‌توان گفت نگرش هواداران به بازتولید هویت ملی (تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران)، بستگی دارد به:

۱. افزایش ۳۴ درصدی احساس اقتدارطلبی؛

۲. افزایش ۳۲ درصدی احساس ناکامی؛

1. Durbin-Watson.
2. Change Statistics.
3. Adj.R2.
4. Multiple R2.
5. Model.
6. Sig. F Change.
7. F Change.
8. R2Change.

۹. احساس اقتدارطلبی.

۱۰. احساس اقتدارطلبی + احساس ناکامی.

11. Beta= β .

جدول ۶. ضرایب مدل رگرسیونی عوامل مؤثر بر متغیر وابسته

مدل ^۱	ضرایب غیراستاندارد ^۲		ضرایب استاندارد ^۳	آزمون تی استیودنت ^۴	سطح معناداری ^۵	همبستگی‌ها ^۶			آماره‌های تشخیص‌های هم خطی ^۷		
	مقدار شیب ^۸	اشتباه استاندارد ^۹	شیب رگرسیون ^{۱۰}			مرتبه صفر ^{۱۱}	تفکیکی ^{۱۲}	نیمه تفکیکی ^{۱۳}	مقدار اِغماض ^{۱۴}	عامل تورم واریانس ^{۱۵}	
1	(Constant)	1.263	.169		7.470	.000					
	احساس اقتدارطلبی	.639	.054	.511	11.857	.000	.511	.511	.511	1.000	1.000
2	(Constant)	1.079	.162		6.644	.000					
	احساس اقتدارطلبی	.432	.059	.345	7.267	.000	.511	.343	.297	.738	1.354
	احساس ناکامی	.279	.041	.324	6.819	.000	.501	.324	.278	.738	1.354

۴) سهم عوامل مؤثر بر متغیر وابسته (معادله مجذور رگرسیونی)

طبق کادر شماره (۱)، با توجه به معادله مجذور رگرسیونی یا محاسبه تعامل عوامل از طریق برآورد ضریب تعیین، بر مبنای تبیین سهم (کل و جزء) یا تأثیرگذاری متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی (در تمایز بین R^2 و β_1)، در این تحقیق می‌توان گفت متغیرهای مستقل وارد شده ذیل در مدل رگرسیونی با هم به اندازه ۳۴ درصد در تغییر (افزایش) نگرش هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، به بازتولید هویت ملی،

1. Model.
2. Unstandardized Coefficients.
3. Standardized Coefficients.
4. t.
5. Sig.
6. Correlations.
7. Collinearity Diagnostics Statistics.
8. B.
9. Std. Error.
10. Beta= β .
11. Zero-Order Correlations.
12. Partial Correlations.
13. Part Correlations.
14. Tolerance Value.
15. Variance Inflation Factor =VIF.

مشارکت دارند. به عبارت دیگر جمعاً مقدار ۳۴ درصد تغییر در نگرش هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، با تأثیر به هم پیوسته متغیرهای مستقل وارد شده ذیل در مدل رگرسیونی قابل تبیین است:

- سهم احساس اقتدارطلبی

- سهم احساس ناکامی

اما نکته حائز اهمیت این است که از این مقدار ۳۴ درصد با تأثیر به هم پیوسته متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی، سهم تأثیر جداگانه هر یک از عوامل مؤثر بر نگرش هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، به بازتولید هویت ملی چقدر است؟ در واقع از این مقدار (جمعاً ۳۴ درصد) سهم تأثیر جداگانه هر یک از این متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی بر نگرش هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، به بازتولید هویت ملی مربوط است به:

- سهم ۱۸ درصدی افزایش احساس اقتدارطلبی؛

- سهم ۱۶ درصدی افزایش احساس ناکامی؛

به این ترتیب از بین متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیون و متغیرهای مستقل خارج از معادله، بیشترین سهم تغییر بازتولید هویت ملی (از مجموع ۳۴ درصد واریانس) مربوط به احساس اقتدارطلبی و احساس ناکامی است؛ که در ارتباط مستقیم و افزایش دهنده نگرش هواداران تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران، با افزایش احساس اقتدارطلبی و احساس ناکامی وجود داشته باشد؛ آن وقت بازتولید هویت ملی هواداران بروز و به منصفه ظهور خواهند رسید.

کادر ۱. معادله مجذور رگرسیون عوامل مؤثر بر متغیر وابسته

$$\begin{aligned}
 R^2_{yx_i} &= \beta_1 r_{yx_1} + \beta_2 r_{yx_2} \\
 &= (0.345)(0.511) + (0.324)(0.501) \\
 &= 0.176 + 0.162 \\
 &= 0.338
 \end{aligned}$$

بحث و نتیجه‌گیری

فوتبال از جمله پدیده‌های اجتماعی و سیاسی و بستری مناسب برای شکل‌گیری هویت جمعی است. این ورزش علاوه بر آنکه جنبه تفریحی دارد، زمینه‌ساز شکل‌گیری شخصیت و الگودهی مناسب نیز هست. بر این مبنا است که فوتبال را نیز به‌عنوان عاملی قابل توجه در شکل‌گیری و تقویت هویت جمعی برشمرده‌اند. به همین دلیل دولت‌ها به شکل گسترده‌ای در ورزش‌های مردمی از جمله فوتبال سرمایه‌گذاری می‌کنند؛ زیرا این ورزش نقش مهمی در توسعه و رشد فرآیند ملت‌سازی ایفا می‌کند. برخی دولت‌ها در سیاست‌های ملی خود فعالیت‌های مختلفی انجام می‌دهند تا از طریق ورزش شورونشاط را افزایش داده و استحکام ملی را در بین مردم تقویت و هویت جمعی و ملی‌گرایی را عمق بخشند و بدین ترتیب به مردم احساس غرور ملی بدهند. بی‌شک این خود موجب تقویت سیاست‌ها و حکومت‌ها می‌شود. همچنین در جامعه‌ای با تنوع فرهنگی، فرصت‌های بسیاری وجود دارد تا به مردم حس وجدان جمعی مشترک یک ملت واحد بودن را بدهد. فوتبال یکی از این فرصت‌ها است. این پدیده تأثیر بسیار مثبتی نیز در شکل‌گیری و تقویت همبستگی دارد و دارای ظرفیت لازم برای رساندن پیام‌های مختلف دیگر (مانند توسعه صلح و دوستی، تعاون و همکاری) است و از قابلیت نزدیک کردن کشورها به همدیگر است.

هدف پژوهش حاضر، تبیین جامعه‌شناختی عوامل بر نگرش هواداران به بازتولید هویت ملی تیم ملی فوتبال جمهوری اسلامی ایران است. این روش بر اساس هدف کاربردی و از نوع پیمایشی بود. ۴۰۰ نفر از هواداران تیم ملی فوتبال شهر تهران با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. شیوه گردآوری داده‌ها میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بود. اعتبار ابزار تحقیق به روش صوری و پایایی آن به روش ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸) تأیید گردید. تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق نرم‌افزار SPSS با به‌کارگیری آمارهای توصیفی شامل جداول فراوانی، میانگین، واریانس و برای آزمون فرضیه‌ها، R پیرسون و رگرسیون انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نگرش هواداران به بازتولید هویت ملی، بستگی به احساس اقتدارطلبی (۰/۳۴+) و احساس ناکامی (۰/۳۲+)

دارد. همچنین احساس بازتولید هویت ملی تفاوت معناداری نداشتند ($\text{sig} > 0/05$)؛ بنابراین می‌توان گفت هویت افراد در جریانات ورزشی مانند بازی‌های تیم ملی فوتبال، بازآفرینی می‌شود و برای استفاده از این ظرفیت می‌بایست بدون توجه به ویژگی‌های جمعیت شناختی از قبیل جنس، سن و... به کنترل و هدایت هیجان‌ات افراد با توسعه فضاهای ورزشی مبادرت نمود تا بتوان در راه هویت‌سازی مجدد و بازآفرینی هویتی افراد، گام‌های مؤثری برداشت. این مطلب در راستای تحقیقات انجام شده احمدی (۱۳۸۶)، اخوان کاظمی و صفی‌الله (۱۳۹۱)، پورتر و اسمیت (۲۰۰۴)، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فوتبال و ورزش می‌تواند عاملی در حفظ انسجام ملی و جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی باشد. در واقع ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات و همچنین آگاهی و آموزش فرهنگی تماشاچیان از طریق رسانه‌های جمعی و اقدامات امنیتی می‌توان این عامل را به‌منظور حس اقتدارطلبی و بازتولید غرور ملی در میان هواداران (به‌ویژه زنان) فراهم کرد. همچنین بُرد یا باخت برای هواداران شاید عاملی برای بروز خشونت‌های جسمی و کلامی شود که منجر به آسیب‌های فروانی گردد در این راستا پیشنهاد می‌گردد که آموزش هوش هیجانی به‌صورت تخصصی و برنامه‌ریزی‌شده و ایجاد آمادگی روحیه بردو باخت به‌ویژه از سوی رسانه‌های ورزشی در اولویت قرار بگیرد. از سوی دیگر شیوه‌های نوین مدیریت ورزشی و هماهنگ با استانداردهای بین‌المللی از سوی سازمان‌ها و متولیان ورزشی عملیاتی گردد به این ترتیب مدیریت فوتبال نیازمند افراد متخصص است، هم از لحاظ حقوقی و هم تخصصی، باید به‌صورت صحیح اداره گردد. همچنین پیشنهاد می‌شود عدالت ورزشی و فوتبالی در زمینه‌های مختلف در میان سایر شهرها و استان‌های کشور به اجرا درآید؛ به‌نحوی که استعدادهای کلیه ورزشگاه‌ها و باشگاه‌های ایران، بتوانند در این زمینه شانس فعالیت و برابری امکانات را داشته باشند.

فهرست منابع و مآخذ

الف. منابع فارسی

- احمدپور، ایران؛ خبیری، محمد و رجبی، حسین (۱۳۹۶)، مدل‌سازی نقش ورزش در فرآیند شکل‌گیری هویت ملی، *فصلنامه مطالعات ملی*، ش ۱۸، ص ۵۸-۴۱.
- احمدی، سیروس (۱۳۸۶)، بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۲۰۰۶ بر هویت ملی شهروندان، *فصلنامه المپیک*، سال ۱۵، ش ۱، ص ۹۵-۸۵.
- اخوان کاظمی، مسعود و شاه‌قلعه، صفی‌الله (۱۳۹۲)، تأثیر فوتبال بر مؤلفه‌های هویت ملی، *فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ش ۲۳، ص ۱۳۵-۱۱۵.
- بهار، مه‌ری و یادگاری، محمدحسین (۱۳۹۳)، *مطالعه هویت ملی در ترانه‌های حمایتی از تیم ملی فوتبال ایران*، جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، دوره ۲، ش ۵، ص ۱۶۶-۱۳۹.
- تدگار، رابرت (۱۳۷۷)، *چرا انسان‌ها شورش می‌کنند*، علی مرشدی‌زاده. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- توسلی عباس و خادمیان، طلعه (۱۳۸۶)، نقش جنسیت در مصرف کالاهای فرهنگی، *پژوهشنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱، ش ۴، ص ۶۱-۵۴.
- حاجیانی، ابراهیم و ایروانی، زهرا (۱۳۹۷)، آینده‌پژوهی هویت ملی ایران در افق زمانی ۱۴۰۷، *فصلنامه مطالعات ملی*، ش ۱۹، ص ۲۰-۳.
- حشمت‌زاده، محمدباقر و اکرمیان، محمدحسین (۱۳۹۵)، ارتباط‌سنجی ورزش و سیاست با بهره‌گیری از نظریه آنتونی گرامشی، *مجله رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، ش ۴۳، ص ۳۵-۱۰.
- درفشان، مریم و یوسفی، فریده (۱۳۹۶)، بررسی رابطه بین ابعاد خودکارآمدی فرزندان با سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خانواده، *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۸، ش ۲، ص ۹۱-۱۱۴.
- دوستی، مریم؛ درویشی، ابوالفضل و خلیلی‌فر، علی‌اصغر (۱۳۹۵)، *بررسی ملی‌گرایی هواداران تیم ملی فوتبال ایران*، مدیریت و توسعه ورزش، دوره ۵، ش ۲، ص ۱۹۲-۱۷۸.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۲)، *سنجش گرایش روستاییان به جهاد سازندگی*، تهران: جهاد سازندگی.
- صدفی، ذبیح‌الله (۱۳۹۵)، *روش‌های تحلیل آماری پیشرفته (جلد اول)* زنجان: سطورقلم.
- صدفی، ذبیح‌الله (۱۳۹۵)، *روش‌های تحلیل آماری پیشرفته (جلد دوم)* زنجان: سطورقلم.
- صدفی، ذبیح‌الله (۱۳۹۷)، *روش تحقیق کاربردی*، تهران: جامعه‌شناسان.

- عبداللهی، بیژن (۱۳۸۵)، نقش خودکارآمدی در توانمندسازی کارکنان، *ماهنامه تدبیر*، سال ۱۷، ش ۱۶۸.
- غفاری نسب، اسفندیار؛ مساوات، ابراهیم؛ قاسمی نژاد، محمدعلی و علایی، احمد (۱۳۹۵)، *بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر هویت ملی*، مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، دوره ۴، ش ۴، ص ۳۵-۹.
- فاضلی، حبیب‌الله (۱۳۹۱)، *ورزش و سیاست هویت*، پژوهشنامه علوم سیاسی، ش ۲.
- فاضلی، حبیب‌الله (۱۳۹۳)، *ورزش و مسئله هویت ملی*، تهران: تمدن ایرانی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، حسن چاووشیان، تهران: طرح نو.
- کلاتر مهرجردی، علیرضا و خرمشاد، محمدباقر (۱۳۹۶)، *گفتمان‌های فکری سیاسی و مسئله هویت ملی قبل از انقلاب اسلامی*، رهیافت انقلاب اسلامی، ش یازدهم، ص ۹۶-۷۱.
- گلابی، فاطمه و حمیدی شفیق، مهدی (۱۳۹۸)، *ورزش و همگرایی ملی*، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، شماره ۱۸.
- نادریان جهرمی، مسعود (۱۳۸۴)، *مبانی جامعه‌شناسی در ورزش*، اصفهان: هنرهای زیبا.
- نقی‌پور گیوی، بهنام؛ اسدی، حسن و جلالی فراهانی، مجید (۱۳۹۱)، *بررسی مؤلفه‌های هویت تیمی و هویت ملی هواداران تیم‌های ملی فوتبال و کشتی ایران*، پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ش ۱۱، ص ۳۶-۲۳.
- نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۳)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی*، تهران: سمت.
- هاشمی، سید ضیا و جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۶)، *فوتبال و هویت ملی*، مطالعات ملی، ش ۲، ص ۱۲۴-۱۰۷.
- هاشمیان‌فر، علی؛ جلالی، مینا و هاشمی، ضیا (۱۳۹۰)، *تأملی بر چیستی غرور ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن* مورد مطالعه شهر اصفهان، *دانشنامه علوم اجتماعی*، دوره ۳، ش ۱.

ب. منابع انگلیسی

- Adorn, T. W. – Frenkel-Brunswik .E. – Levinson, D. J. – Sanford, R. N.(1950). *The Authoritarian Personality*.New York: Harper.
- Alabarces ,p. (1999). *Post Modern Times, Identities and Violence in Argentina Football*, in *Football Cultures and Identities*. London: Mac Millan Press, pp 77-85.

- Berkowitz, L. (1986). *A Survey of social psychology*. Publisher : Holt Rinehart & Winston; 3 Sub edition.
- Chirinos, E. (2020). National Identity and Sports in Latin America: The Hundred-Hour Football War between El Salvador and Honduras . *Mapping Politics*. v. 9, sep. ISSN 1920-5473.
- Henk, E. Meier, T., Charlotte, R., Christina, U., Nabila, C., & Bernd, St. (2019). Fan identification and national identity. *Sport in Society*. 22:3, 476-498.
- Lever, J. (1983). *Soccer madness*. Chicago: University of Chicago Press
- Martin, J., Power, P., Dan, P., James, C., & Stephen, R. (2020). Football and politics: the politics of football. *Managing Sport and Leisure*. 25:1-2, PP 1-5.
- Popović, S., & Bjelica, D. (2014). Do Significant Achievements of National Football Team Can Strengthen National Identity in Montenegro . *Montenegrin Journal of Sports Science and Medicine*. 3(1), PP31-33.
- Qiang, L., & David, T. (2018). Identity and national identity *Educational Philosophy and Theory* . 50:12, 1080-1088.