

بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال

فاطمه احمدی*^۱ - محمدرضا برومند^۲ - رحیم رضائی نژاد^۳

۱. دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه فنی و حرفه ای خراسان رضوی، آموزشکده فنی الزهراء، مشهد، ایران ۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران ۳. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۰۴/۱۴)

چکیده

کارشناسان و مسئولان دولتی مدت‌هاست که درباره حضور بانوان در استادیوم‌های ورزشی بحث و گفت‌وگو می‌کنند و تاکنون نیز به نتیجه مشخصی نرسیده‌اند. تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق، تماشاگران مردی بودند که فقط تجربه تماشای مسابقات مردان را داشتند و همچنین زنانی که فقط تجربه تماشای مسابقات زنان را داشتند. به دلیل نامشخص بودن تعداد جامعه آماری، ۲۲۴ نفر (زن=۱۱۴، مرد=۱۱۰) به صورت نمونه در دسترس انتخاب شدند که دست کم پنج بار تجربه حضور در ورزشگاه‌ها را داشتند. از پرسشنامه محقق ساخته ۲۰ سؤالی پنج‌ارزشی لیکرت برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد که روایی آن توسط ۱۰ استاد دانشگاه تأیید شد و پایایی آن نیز به تأیید رسید (F=۰/۸۱). داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، فریدمن و باینومیل در سطح $p \leq 0/05$ تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن به ترتیب میانگین رتبه در چهار عامل مدیریتی (۲/۶۹)، امنیتی (۲/۶۳)، فرهنگی (۲/۴۷) و اجتماعی (۲/۲۲) قرار گرفتند. در ضمن، اولویت این عوامل معنی‌دار بود. از دیدگاه زنان و مردان، توسعه ورزش در خانواده مهم‌ترین گویه اثرگذار بر حضور تماشاگران زن است، بنابراین، با فرهنگ‌سازی از طریق مشارکت خانوادگی متناسب با ارزش‌های فرهنگی ایران و اقدامات امنیتی، می‌توان امکان توسعه حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال را به تدریج فراهم کرد.

واژه‌های کلیدی

استادیوم‌های فوتبال، امنیت ورزشگاه‌ها، تماشاگران زن، فرهنگ تماشاگران.

مقدمه

امروزه، ورزش به صنعتی بین‌المللی و درآمدزا تبدیل شده که از یک طرف، فعالیت اقتصادی است و می‌تواند منبع درآمدی برای باشگاه‌ها محسوب شود (۱) و از طرف دیگر، در عرصه تجارت جهانی استثناست و مشتریانی دارد که در ازای تماشای ورزش و نه خرید یا مصرف آن پول پرداخت می‌کنند (۲). از میان ورزش‌ها، فوتبال پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش است که در کشور ما نیز از ورزش‌های پرطرفدار و ملی است. لبریز بودن ورزشگاه‌ها از تماشاگران در دیدارهای داخلی، ملی، قاره‌ای و جهانی و بینندگان چندمیلیونی، سبب شده که فوتبال مردمی‌ترین ورزش جهان باشد (۳).

تماشاگری، فواید اجتماعی همچون احساس صمیمیت، وحدت و همبستگی دارد و نیز وجهه اجتماعی و عزت‌نفس را بهبود می‌بخشد (۴). یکی از عناصر مشترک در بیشتر مسابقات ورزشی، تماشاگران هستند. با ورود به استادیوم‌ها و سالن‌های ورزشی این موضوع توجه هر بیننده‌ای را به خود جلب می‌کند (۵). هزاران تماشاگر به اشکال مختلف ورزشکاران را تشویق می‌کنند و حتی می‌توان ادعا کرد که ورزش مدرن، بدون تماشاگران و دوستاناران ورزش زنده نخواهد ماند (۶). رویداد ورزشی اساساً تجربه‌ای ذهنی است که تماشاچیان و ورزشکاران بخشی از محصول آن (۷) و حتی مهم‌ترین بخش آن هستند (۸).

زنان نیز گروهی از این تماشاگران هستند. زنان نیمی از جامعه ایرانی را تشکیل داده‌اند که توجه به نقش آنان در مشارکت‌های اجتماعی بسیار مهم است و باید در برنامه مدیریت ورزش کشور در نظر گرفته شوند. حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها و سالن‌های ورزشی در بسیاری از کشورها عادی تلقی می‌شود و از این نظر، تفاوتی میان زنان و مردان وجود ندارد، ولی در جمهوری اسلامی

ایران، برخی ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی مانند رعایت حرمت حضور زن و مرد در کنار هم، عفت کلام و نگاه ایجاب می‌کند که برای حضور زنان به‌عنوان تماشاچی مسابقات مردان تعریف ویژه‌ای صورت گیرد تا هم این ارزش‌ها خدشه‌دار نشود و هم زنان بتوانند به حقوق خود دست یابند. حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال مدت‌هاست که موضوع بحث و گفت‌وگوی کارشناسان و مسئولان دولتی است، اما هنوز به نتیجه مشخص و کاربردی نرسیده است. همچنین این مسئله مدت‌هاست که توسط بانوان جامعه که می‌خواهند همانند مردان از حق مشارکت ورزشی برخوردار باشند به موضوع مهمی تبدیل شده است.

فرصت‌های زنان در حوزه ورزش قابل مقایسه با مردان نیست، به همین دلیل یکی از اساسی‌ترین موضوعات مطرح در جامعه‌شناسی ورزش، شناخت علل مشارکت کم بانوان در فعالیت‌های ورزشی و عوامل تأثیرگذار بر آن است. البته به دلایل فراوانی که بیشتر آنها فرهنگی- اجتماعی هستند، زنان در طول تاریخ فرصت کافی پیدا نکرده‌اند تا شایستگی خود را برای مشارکت فعال در ورزش به اثبات برسانند، زیرا مرزهایی در برابر زن نهاده شده که او را در نقش‌های اجتماعی، به‌عنوان موجود مؤنث ترسیم کرده است (۹).

وجود سیستم خویشاوندی در جامعه سنتی مردانه و به‌دنبال آن پدرسالاری حاکم بر بیشتر کشورهای خاورمیانه، زنان را در مرتبه پایین‌تری از مردان قرار می‌دهد که این عامل بر امور اجتماعی زنان تأثیرگذار است (۱۰). البته مشارکت اجتماعی، علمی، فرهنگی و ... زنان کشور ما در وضعیت بهتری قرار دارد که به نظر می‌رسد این شرایط مطلوب، به حوزه تماشاگری در ورزش تعمیم نیافته است؛ در صورتی که به‌تازگی در عربستان، شرایط حضور تماشاگران زن تسهیل شده است. به‌طور کلی، نظام فرهنگی در هر جامعه‌ای با توجه به ارزش‌ها و هنجارهای موجود جامعه،

دادند که کمبودهای مربوط به وقت، علاقه، امکانات و سرمایه موانعی برای حضور زنان در فعالیت‌های ورزشی و تفریحی هستند. جکسون^۳ و همکاران (۲۰۰۵)، احسانی و همکاران (۱۹۹۶)، مهدی‌پور (۱۳۷۲) و عتیقه‌چی (۱۳۷۴) در بررسی عوامل بازدارنده مشارکت ورزشی زنان، علل حضور نیافتن زنان در فعالیت‌های ورزشی را نداشتن یار کافی برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی، تعهدات خانوادگی، کمبود اطلاعات، خجالتی بودن، کمبود وسیله نقلیه مناسب و ناتوانی جسمی ذکر کردند (۱۵).

یکی از شکل‌های مشارکت ورزشی زنان، به‌ویژه در ابتدای هزاره سوم جهان ورزش که فوتبال دوره تازه و جدیدی را تجربه می‌کند، حضور آنان در استادیوم‌های ورزشی و سودآوری‌های حاصل است. با توجه به اینکه در کشور ما شمار زیادی از هواداران تیم‌های پرسپولیس و استقلال را بانوان تشکیل می‌دهند، نتایج تحقیق در این زمینه، می‌تواند در تصمیمات آینده باشگاه‌ها در حوزه مدیریت هواداران تأثیرگذار باشد (۱۶). با وجود این، می‌توان گفت تاکنون پاسخ مناسبی از طرف مسئولان داده نشده و علت اصلی مخالفت با حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال نیز رعایت نکردن فرهنگ عمومی و عرف اجتماعی یا مغایرت با قوانین کشور اعلام شده است. البته در سال‌های اخیر فعالان حقوق زنان خواستار آزاد شدن حضور زنان برای تماشای مسابقات ورزشی مردان شده‌اند و پویش‌هایی نیز در این زمینه مانند پویش دفاع از حق ورود زنان به ورزشگاه‌ها به راه افتاده است (۱۷). در ضمن، اقداماتی هم به‌منظور حضور زنان برای تماشای مسابقات بین‌المللی در سالن‌های ورزشی کشور مانند مسابقات ملی والیبال و اخیراً نیز در مسابقات انتخابی والیبال جهان (اردبیل، ۱۳۹۶) انجام گرفته است و این تلاش‌ها همچنان با افت‌وخیزهایی دنبال

عملاً تبعیضاتی را علیه زنان سازمان داده که با توجه به موانع موجود بر سر راه زنان برای ورود به عرصه اجتماعی، آنها را از بسیاری از موقعیت‌ها در جامعه محروم می‌کند و موجب می‌شود که زنان به زمینه‌های حاشیه‌ای جامعه سوق داده شوند و از فعالیت ارتباطی آنها در جامعه کاسته شود (۱۱). در صورتی که استفاده بهینه از توانایی آنها در جامعه ضرورت دارد و به‌ویژه با ارائه فعالیت‌های مفرح جسمانی و تفریحات ورزشی منظم و برنامه‌ریزی‌شده بخشی از مشارکت آنان تأمین می‌شود (۱۲).

در همین زمینه، نادریان جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) نشان دادند که انگیزه‌های افراد برای شرکت در برنامه‌های ورزشی بسیار مهم است و به عوامل مهمی چون حمایت اجتماعی، وضعیت اقتصادی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، خاستگاه فرهنگی و نگرش خانوادگی، نیازهای شخصی، آموزش و تبلیغات ارتباط دارد (۱۳). برخلاف این دیدگاه، نمازیان و سجادی (۱۳۸۵) نیز با بررسی دیدگاه دانشجویان دختر درباره ورزش، نشان دادند دانشجویانی که در فعالیت‌های ورزشی شرکت نمی‌کنند، تأثیر عوامل بازدارنده مانند کمبود وسیله نقلیه، روابط اجتماعی، ناآگاهی، مهارت و سلامت را بیش از عوامل دیگر دانسته‌اند. این دانشجویان نقش رسانه‌ها و تبلیغات را در علاقه‌مندی به فعالیت‌های ورزشی مؤثرتر از بقیه دانستند (۱۴).

از سال ۱۹۷۰ به بعد، در زمینه شناخت و بررسی عوامل بازدارنده فعالیت‌های ورزشی و تفریحی تحقیقاتی در خارج از ایران انجام گرفت و پژوهشگران طرح‌های تحقیقاتی زیادی ارائه و اجرا کردند که در همه آنها موانع شخصی و اجتماعی موجود برای مشارکت ورزشی زنان بررسی شد. رمزا و هافمن^۱ (۱۹۸۰)، احسانی (۲۰۰۲)، و هندرسون^۲ و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهش‌های خود نشان

3. Jackson

1. Romsa & Hofman
2. Henderson

می‌شود.

در بسیاری از جوامع، زنان با مشکلات و نابرابری‌هایی مانند دسترسی نابرابر به امکانات آموزشی، فرصت‌های شغلی نابرابر با مردان، فقر و درآمد نابرابر، تنش‌های بیشتر و ایفای نقش‌های متعدد خانوادگی و تضاد در این نقش‌ها مواجه‌اند که تربیت‌بدنی و ورزش را نیز می‌توان به آن اضافه کرد. امروزه نیز در بیشتر جوامع، زنان از فرصت‌هایی برابر برای شرکت در فعالیت‌های ورزشی محروم بوده و با محدودیت‌هایی مواجه‌اند. محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی، محدودیت‌های مالی و امکانات، محدودیت‌های انسانی و تخصصی و محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی، از آن جمله‌اند، ولی این محرومیت‌ها در جمهوری اسلامی، ایران به دلایل مختلف به‌ویژه شرایط فرهنگی اجتماعی حاکم بر کشور، نمود بیشتری دارد.

براساس نتایج تحقیقات قبلی در ایران، دختران در سنین قبل از ازدواج کمتر برای ورزش به باشگاه‌ها مراجعه می‌کنند و در مجموع، مردان بیشتر از زنان به ورزش روی می‌آورند، به طوری که با توجه به برابری تقریبی تعداد مردان و زنان در جامعه کنونی، مردان ۶/۸ برابر زنان ورزش می‌کنند. اکثر قریب به اتفاق یافته‌های پژوهشی در زمینه تربیت بدنی و ورزش بانوان در جمهوری اسلامی بیانگر آن است که دختران و زنان ایرانی برای انجام دادن فعالیت‌های ورزشی، با محدودیت‌ها و مشکلات عدیده‌ای مانند محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی، محدودیت‌های انسانی و تخصصی، محدودیت‌های مالی و امکانات و محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی مواجه‌اند (۱۸).

گرایش زنان به تماشای مسابقات ورزشی آثار اقتصادی هم دارد. جذب افراد به ورزشگاه‌ها راه‌حل مناسبی برای بسیاری از باشگاه‌ها به‌منظور افزایش درآمد و متمایز شدن از دیگر باشگاه‌هاست (۱۹). شناخت مؤثرترین عوامل بر افزایش حضور تماشاگران ورزشگاه‌ها به بازاربازان فرصت

می‌دهد که از راهبردهای بازاریابی مؤثری برای هدف قرار دادن تماشاچیان استفاده کنند (۲۰) و به مدیران نیز اجازه می‌دهد که مسابقات را به شکل مؤثرتری برنامه‌ریزی کنند و شیوه‌های نوینی را برای افزایش حضور و درآمد به کار گیرند (۲۱). تماشاچینی که از گذراندن اوقات در ورزشگاه‌ها لذت می‌برند، به احتمال بیشتری در مسابقات دیگر نیز حضور می‌یابند (۲۲).

نحوه مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی مسئله پیچیده‌ای است که عوامل زیادی در آن دخالت دارند. مطالعات تجربی نشان داده که تفاوت‌های جنسی در سطح یا درجه موانع فعالیت‌های ورزشی در اوقات فراغت وجود دارد. زنان به‌عنوان نیمی از افراد جامعه با موانع بیشتری برای مشارکت در فعالیت‌های ورزشی مواجه‌اند. آگاهی از فعالیت‌های ورزشی‌ای که زنان برای گذران اوقات فراغت انتخاب می‌کنند، مستلزم بررسی همه عواملی است که به‌صورت مثبت (انگیزش، مزایای پیش‌بینی‌شده) یا منفی (موانع) بر این انتخاب‌ها تأثیر می‌گذارد (۲۳).

با وجود این، درحالی که زنان و دختران بیش از نیمی از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند و با آنکه درصد مشارکت آنان در ورزش در هر کشوری با کشور دیگر متفاوت است، باز هم این مشارکت در همه موارد کمتر از مردان و پسران است. با وجود مشارکت رو به رشد زنان در ورزش در سال‌های اخیر و همین‌طور افزایش فرصت‌های زنان برای مشارکت در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی، افزایش حضور زنان در تصمیم‌گیری و ایفای نقش رهبری در ورزش، روند مشابهی را دنبال نکرده است.

حضور زنان ایرانی در استادیوم‌ها در سال‌های بعد از پیروزی انقلاب اسلامی و در راستای سیاست‌های جداسازی زن و مرد محدود شد و این در حالی است که زنان و دختران ایرانی در عصر فناوری اطلاعات و رسانه‌های مدرن زندگی می‌کنند و به‌خوبی می‌دانند که ورزش، پدیده‌ای اجتماعی

به‌عنوان تماشاگر، تحقیقات اندکی در این زمینه انجام گرفته است. این موضوع به مسائل فرهنگی و اجتماعی کشور مربوط می‌شود، از این‌رو از نظر اجرایی و پژوهشی کمتر به آن توجه شده است. البته تحقیقات محدودی این موضوع را بررسی کرده‌اند و بیشتر دیدگاه‌های موجود، رسانه‌ای و غیرمدون بوده است؛ مثلاً رحمانی‌نیا و همکاران (۱۳۸۵)، در یک تحقیق تقریباً میدانی با بررسی تأثیر حضور تماشاگران مرد و زن دانشجو بر میزان بروز رفتار پرخاشگرانه ورزشکاران دانشجو نشان دادند که ورزشکاران در حضور تماشاگران زن پرخاشگری کمتری را بروز داده‌اند (۳۰). در تحقیقی دیگر نیز قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶) با بررسی نگرش اقشار مختلف جامعه درباره حضور تماشاچیان زن در میدان‌ها و رقابت‌های ورزشی نشان دادند که بنابر نظر پاسخگویان مرد، انتظار می‌رود رسانه‌ها در ایجاد زمینه مناسب و فرهنگ‌سازی برای رسیدن زنان به حقوق خود نقش مؤثری ایفا کنند. درصد زیادی از پاسخگویان نیز تعیین مکان مناسب ویژه برای خانواده‌ها و زنان را لازم می‌دانستند، حتی تماشای نوبتی مسابقات نظر بسیاری از آنها را به خود جلب کرده است. با وجود این، نگرانی از رعایت نکردن اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان برای پاسخگویان (به‌ویژه نخبگان و روحانیون) وجود دارد و به همین لحاظ، آنان زمان حاضر را برای حضور زنان تماشاچی مناسب نمی‌دانند و معتقدند تا هنگامی که این فرهنگ در افراد و در ورزشگاه‌ها ایجاد نشود، حضور تماشاچیان زن خود سبب بروز مشکلات بیشتری خواهد شد (۱۷).

پاتون و برلینگتون^۱ (۲۰۰۴) در تحقیقی روی تماشاگران فوتبال دانشگاهی مناطق آمریکا به این نتیجه رسیدند که وجود برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده همانند بازی‌های کودکان موجب می‌شود تا افراد، همراه

و فرهنگی است و تأثیری چشمگیر بر ارتقای ارتباطات اجتماعی دارد و همچنین از ابزارهای جهانی‌سازی محسوب می‌شود (۲۴). ورزش و فعالیت بدنی به‌عنوان نمودی از بیان هویت و مشارکت اجتماعی برای زنان هم مهم است و باید با تغییرات و تحولات تدریجی، امکان حضور آنان توسعه یابد (۲۵)؛ بنابراین، هم از منظر اجتماعی و هم از منظر منطبق هزینه-فایده، مدیران باید به این موضوع توجه جدی داشته باشند که با پاک کردن صورت مسئله و به تأخیر انداختن این موضوع که در سال‌های اخیر با تأکیداتی همچون جهاد اقتصادی و حماسه سیاسی و اقتصادی نیز همراه بوده است، نه تنها از درآمد حاصل از حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال محروم می‌شوند، بلکه جامعه نیز متضرر خواهد شد، زیرا نیمی از جامعه یعنی زنان، با این احساس زندگی می‌کنند که محرومیت آنان برای تماشای مسابقات مردان، دلیل دیگری از پامال شدن حقوق زنان در ایران است و این احساس بی‌گمان هزینه‌هایی را نیز در پی دارد.

در خصوص ورزش زنان، بیشتر تحقیقات درباره انگیزه‌ها و موانع مشارکت ورزشی اقشار مختلف زنان در رشته‌های ورزشی مختلف و ورزش همگانی انجام گرفته است (۲۶). برخی تحقیقات نیز بر ورزش قهرمانی زنان (۲۷) و برخی بر موانع ورزش قهرمانی زنان در رشته‌های خاص متمرکز شده‌اند (۲۸، ۲۸). نتایج بررسی پژوهش‌های داخل کشور نشان می‌دهد که قهرمانان ورزشکار زن با موانع و مشکلاتی مانند موانع اجتماعی و فرهنگی، کمبود منابع مالی، ضعف مدیریت و برنامه‌ریزی، ضعف استعدادیابی، پوشش، ادامه تحصیل، کمبود تجهیزات ورزشی، ضعف مربیان، کم‌توجهی رسانه به رشته‌های مدال‌آور، بودجه اندک و نبود حمایت مالی مواجه بوده‌اند (۲۹).

با توجه به اهمیت حضور زنان در فعالیت‌های ورزشی

سال‌هاست که بحث ورود زنان به استادیوم‌های فوتبال مطرح است، ولی این مسئله با تکیه بر یافته‌های پژوهشی بررسی نشده است. از این‌رو، با توجه به شرایط کشور، این سؤال مطرح است که حضور زنان تماشاچی در ورزشگاه‌ها چه ابعدی دارد و با چه موانعی روبه‌روست؟ یا برای حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها چه تمهیداتی باید اندیشید؟ آیا راهکارهایی برای حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال وجود دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر روش، توصیفی-تحلیلی و برمبنای هدف و نتایج، از نوع تحقیقات کاربردی است. این تحقیق به‌شکل میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق، تماشاگران مردی که فقط تجربه تماشای مسابقات مردان را داشتند و نیز زنانی که فقط تجربه تماشای مسابقات زنان را داشتند بودند. به‌دلیل نامشخص بودن تعداد جامعه آماری، ۲۲۴ نفر (زن=۱۱۴، مرد=۱۱۰) به‌صورت نمونه در دسترس با سابقه دست‌کم پنج بار حضور در استادیوم‌های فوتبال و مسابقات ورزشی زنان در سالن‌های ورزشی انتخاب شدند. پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه موضوع، بررسی کتاب‌ها، مجلات و مقالات داخلی و خارجی مستخرج از سایت‌های معتبر و مرتبط اینترنتی؛ و کتابخانه دانشگاه‌های معتبر کشور، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای در سه بخش تنظیم شد. بخش اول شامل مشخصات دموگرافیک، بخش دوم شامل سؤالات اصلی تحقیق با ۲۰ گویه و برمبنای مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (بسیار زیاد تا بسیار کم) و بخش سوم شامل یک سؤال باز مبنی بر نظرها و پیشنهادهای روایی این ابزار را ده استاد دانشگاه تأیید کردند و پایایی آن نیز با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه شد. داده‌های تحقیق در بخش تماشاگران مرد با حضور در استادیوم فوتبال مجموعه ورزشی آزادی تهران در دو بازی از

خانواده خود و به قصد تفریح آخر هفته در ورزشگاه حضور یابند (۳۱). المیری (۱۳۸۸) نیز به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه، امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه را دلیلی بر اشتیاق بیشتر تماشاگران برای حضور در ورزشگاه و تماشای مسابقات فوتبال دانسته‌اند (۳۲). البته برخی محققان داخلی مانند حاجبی و فریدنیا (۱۳۸۸) نشان داده‌اند که سن، تحصیلات دانشگاهی، متأهل بودن و تعداد اعضای خانواده با حمایت اجتماعی همبستگی معنی‌داری دارد (۳۳). همچنین، بررسی تأثیر دوستان، موقعیت اجتماعی و خانواده بر انگیزش جذب تماشاگران به مسابقات لیگ برتر فوتبال ایران توسط تجاری و ترک‌فر (۱۳۹۰) نشان می‌دهد که خانواده دومین عامل اثرگذار است و به‌دلیل داشتن ریشه‌های فرهنگی در جامعه ما باید برنامه‌ریزی گسترده‌ای در زمینه ایجاد جایگاه‌های خاص در استادیوم‌ها برای خانواده‌ها، دعوت از خانواده‌ها برای بازدید از باشگاه‌ها و استفاده از رسانه تلویزیون در جذب بیشتر تماشاگران صورت گیرد. به‌طور کلی، به‌دلیل وجود بافت عمیق فرهنگی جامعه، عواملی همچون خانواده و روابط دوستانه در گروه‌های سنی مختلف نقش مهمی در جذب تماشاگران در ایران دارد و به توجه و برنامه‌ریزی جامع و دقیق‌تری برای جذب آنها به مسابقات نیاز است (۳۴). حتی مظفری و همکاران (۱۳۹۱) در تدوین نظام ورزش قهرمانی کشور، دوازده راهبرد را پیشنهاد کردند که بهبود پخش تلویزیونی رشته‌های ورزشی بانوان برای توسعه مشارکت ورزشی و جذب حامیان یکی از این راهبردهای مهم است (۳۵). با وجود این، با توجه به نقش فرهنگی، اجتماعی، تفریحی و بازاریابی تماشاچیان، به نظر می‌رسد باید به حضور تماشاچیان زن در میدان‌های ورزشی بیشتر توجه شود، زیرا تماشاگران زن را نیز می‌توان از عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر در توسعه ورزش قهرمانی محسوب کرد. از طرف دیگر،

نفر (۴۹/۱ درصد) مرد بودند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بیشتر آزمودنی‌های تحقیق دارای تحصیلات لیسانس هستند. متوسط سن زنان ۳۰/۷ سال و متوسط سن مردان ۳۰/۶۱ سال بود. کمترین و بیشترین سن در زنان ۱۴ و ۶۶ سال و در مردان ۱۷ و ۵۶ سال بود.

براساس توصیف یافته‌های تحقیق، گویه‌های تحقیق در هر عامل همراه با میانگین و انحراف استاندارد هر گویه برای پاسخگویان مرد و زن و همچنین بار عاملی مربوط به هر گویه در (جدول ۱) خلاصه شده است. در ضمن، دست‌کم بار عاملی هر گویه ۰/۴۰ در نظر گرفته شد که در نتیجه هیچ کدام از سؤالات تحقیق حذف نشد و همه گویه‌ها در چهار عامل فرهنگی (۶ گویه)، اجتماعی (۶ گویه)، مدیریتی (۴ گویه) و امنیتی (۴ گویه)، طبقه‌بندی شدند. از نظر زنان، توسعه ورزش خانواده و تمایل خود بانوان برای حضور در ورزشگاه‌ها بیشترین اولویت را داشت. همچنین از نظر آنان حضور بانوان موجب رونق مسابقات و تکمیل ظرفیت ورزشگاه‌ها می‌شود.

از نظر مردان توسعه ورزش خانواده، تمایل خود بانوان برای حضور در ورزشگاه‌ها و نیاز به دخالت بیشتر نیروی انتظامی به ترتیب از عوامل مؤثر بر حضور زنان بود که اولویت بیشتری داشتند.

بازی‌های لیگ برتر (استقلال تهران- تراکتورسازی) و (پرسپولیس- راه‌آهن) و یک بازی لیگ باشگاه‌های آسیا (استقلال- الریان قطر) و در بخش زنان با حضور در سالن‌های ورزشی تهران جمع‌آوری شد. از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف برای تعیین اطمینان از طبیعی و غیرطبیعی بودن داده‌ها استفاده شد. پیش از انجام تحلیل عاملی، به منظور اطمینان از کافی بودن تعداد نمونه‌ها از معیار کایرز، مییر، الکین ($KMO=0/887$) و برای تعیین همبستگی بین متغیرها از آزمون بارلت ($sig=0/001$) استفاده شد. تعداد نمونه‌ها نیز برای تحلیل عاملی کافی و مقدار شاخص KMO بزرگ‌تر از ۰/۶ بود. مقدار آلفای به دست آمده از تحلیل عاملی مناسب بود و عامل‌های ساخته شده اعتبار لازم را داشتند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد برای تعیین عامل‌ها، فریدمن و باینومیال در سطح $p \leq 0/05$ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

مشخصات دموگرافیک نمونه‌های تحقیق نشان داد که ۲۲۴ نفر از تماشاگران مرد و زنان در این تحقیق شرکت کرده‌اند. از این تعداد ۱۱۴ نفر (۵۰/۹ درصد) زن و ۱۱۰

جدول ۱. توصیف نتایج تحلیل عاملی، عوامل مؤثر بر حضور زنان در استادبوم‌های فوتبال

ردیف	گویه‌ها	جنسیت	میانگین \pm انحراف استاندارد	بار عاملی
	به نظر شما حضور بانوان در ورزشگاه‌ها چقدر با ارزش‌های فرهنگی جامعه تضاد دارد؟	مرد	۳/۱ \pm ۲/۳	-۰/۴۹۳
		زن	۲/۱ \pm ۵۰/۳	
	رسانه‌ها چقدر در فرهنگ‌سازی جامعه برای حضور بانوان در ورزشگاه‌ها نقش دارند؟	مرد	۳/۲۸ \pm ۱/۵	۰/۷۴۲
		زن	۳/۸۹ \pm ۱/۲	
	حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها چقدر موجب رونق مسابقات و تکمیل ظرفیت ورزشگاه‌ها می‌شود؟	مرد	۳/۵۶ \pm ۱/۳	۰/۷۰۷
		زن	۴/۰۸ \pm ۰/۹۳	
	حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها چقدر در جذب حامیان مالی مؤثر است؟	مرد	۳/۳۶ \pm ۱/۲	۰/۶۶۷
		زن	۳/۹۶ \pm ۰/۹۹	
	حضور بانوان در ورزشگاه‌ها چقدر موجب پر کردن اوقات فراغت آن‌ها و کاهش سایر ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود؟	مرد	۳/۷۳ \pm ۱/۰۶	۰/۴۷۵
		زن	۳/۸۹ \pm ۱/۰۵	
	به نظر شما حضور بانوان در ورزشگاه‌ها چقدر می‌تواند در کسب میزبانی مسابقات بین‌المللی مؤثر باشد؟	مرد	۳/۴۴ \pm ۱/۳	۰/۷۳۹
		زن	۴/۰۷ \pm ۱/۰۶	

زنان

ادامه جدول ۱. توصیف نتایج تحلیل عاملی، عوامل مؤثر بر حضور زنان در استادیوم‌های فوتبال

بار عاملی	میانگین \pm انحراف استاندارد	جنسیت	گویه‌ها	رتبه
۰/۶۵۲	۲/۸۴ \pm ۱/۲	مرد	فرهنگ و جو حاکم بر استادیوم‌های ورزشی، چقدر پذیرای حضور بانوان در ورزشگاه‌هاست؟	۲/۴۷
	۲/۲۸ \pm ۱/۰۱	زن		
۰/۵۶۷	۳/۸۴ \pm ۰/۹	مرد	به نظر شما حضور نداشتن بانوان در ورزشگاه‌ها چقدر به معنای تضییع حقوق شهروندی آنهاست؟	۲/۲۲
	۲/۷۳ \pm ۱/۲	زن		
۰/۶۳۶	۳/۷۳ \pm ۱/۰۹	مرد	به نظر شما مردان چقدر موافق حضور بانوان در ورزشگاه‌ها هستند؟	۲/۶۹
	۲/۸۶ \pm ۱	زن		
۰/۵۶۴	۳/۶۳ \pm ۱/۱	مرد	حضور بانوان در ورزشگاه‌ها چقدر موجب رفتار مطلوب و هنجار سایر تماشاگران می‌شود؟	۲/۶۳
	۳/۴۵ \pm ۱/۰۶	زن		
۰/۶۶۴	۳/۶۹ \pm ۱/۰۴	مرد	به نظر شما در صورت حضور بانوان در ورزشگاه‌ها، تماشاگران مرد چقدر برای حضور امن آنها همکاری خواهند کرد؟	۲/۶۳
	۳/۸۹ \pm ۱/۰۴	زن		
۰/۶۵۷	۳/۶۳ \pm ۱/۲	مرد	حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها چقدر در جلوگیری از پرخاشگری و اوباش‌گری نقش دارد؟	۲/۶۳
	۳/۲۱ \pm ۱/۱	زن		
۰/۵۸۹	۴/۱۳ \pm ۰/۸۴	مرد	حضور تماشاگران زن چقدر می‌تواند در توسعه ورزش خانواده مؤثر باشد؟	۲/۶۳
	۴/۱ \pm ۱/۰۱	زن		
۰/۵۳۳	۳/۸۸ \pm ۱/۰۶	مرد	به نظر شما بانوان چقدر مایل به حضور در ورزشگاه‌ها هستند؟	۲/۶۳
	۴/۳۵ \pm ۰/۷۵	زن		
-۰/۶۴۷	۲/۱۵ \pm ۱/۲	مرد	به نظر شما مسئولان برای حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها چقدر تلاش کرده‌اند؟	۲/۶۳
	۱/۸۴ \pm ۱/۰۱	زن		
۰/۴۴۳	۳/۸ \pm ۱/۰۴	مرد	از نظر شما خلأ حضور بانوان چقدر در ورزشگاه‌ها احساس می‌شود؟	۲/۶۳
	۳/۸۳ \pm ۱	زن		
۰/۶۷۹	۳/۸۳ \pm ۰/۹۳	مرد	به نظر شما با حضور زنان چقدر از پرخاشگری در ورزشگاه‌ها کم می‌شود؟	۲/۶۳
	۴/۰۷ \pm ۱/۰۱	زن		
۰/۶۰۷	۳/۱۶ \pm ۱/۱	مرد	حضور تماشاگران زن چقدر ممکن است سبب بروز مشکلات بیشتری در ورزشگاه‌ها شود؟	۲/۶۳
	۳/۴۴ \pm ۱/۰۹	زن		
۰/۶۰۴	۳/۵۹ \pm ۱/۱	مرد	ناامنی چقدر سبب عدم حضور بانوان در ورزشگاه‌ها شده است؟	۲/۶۳
	۳/۶۴ \pm ۱/۲	زن		
۰/۵۸۴	۳/۹۹ \pm ۰/۹۸	مرد	به نظر شما برای برقراری امنیت حضور بانوان، چقدر به دخالت نیروی انتظامی نیاز است؟	۲/۶۳
	۴/۰۶ \pm ۰/۹۷	زن		

در ضمن نتایج آزمون دو جمله‌ای جدول ۳ نشان می‌دهد که هر چهار عامل به طور معنی‌داری بر حضور تماشاگران زن در استادیوم‌های فوتبال مؤثرند.

نتایج جدول ۲ براساس آزمون فریدمن، نشان می‌دهد که به ترتیب میانگین رتبه عوامل مدیریتی، امنیتی، فرهنگی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر حضور زنان در استادیوم‌های فوتبال است.

جدول ۲. مقایسه عوامل اصلی اثرگذار بر حضور بانوان

عامل	میانگین رتبه	C ²	df	p
فرهنگی	۲/۴۷	۱۷/۸۵۸	۳	۰/۰۶۸
اجتماعی	۲/۲۲			
مدیریتی	۲/۶۹			
امنیتی	۲/۶۳			

جدول ۳. مقایسه عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران زن

عامل	طبقه	جنسیت	تعداد	درصد	Test prop	سطح معنی‌داری
فرهنگی	گروه ۱	مرد	۳۲	۰/۲۹	۰/۵	۰/۰۰۱*
	گروه ۲	زن	۱۷	۰/۱۵		۰/۰۰۱*
اجتماعی	گروه ۱	مرد	۷۸	۰/۷۱	۰/۵	۰/۰۰۱*
	گروه ۲	زن	۹۷	۰/۸۵		۰/۰۰۱*
مدیریتی	گروه ۱	مرد	۲۲	۰/۲۰	۰/۵	۰/۰۰۱*
	گروه ۲	زن	۳۵	۰/۳۱		۰/۰۰۱*
امنیتی	گروه ۱	مرد	۸۸	۰/۸۰	۰/۵	۰/۰۰۱*
	گروه ۲	زن	۷۹	۰/۶۹		۰/۰۰۱*

بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج تحقیق، به ترتیب عوامل مدیریتی، امنیتی، فرهنگی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر حضور زنان در تماشای مسابقات فوتبال هستند. بررسی دقیق گویه‌های عامل مدیریتی نشان می‌دهد که هر دو گروه تماشاگران مرد و زنان بیان داشتند حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها با ارزش‌های جامعه تضاد ندارد و به‌ویژه زنان تأکید بیشتری بر این موضوع داشتند. از طرف دیگر، هر دو گروه حضور زنان در ورزشگاه‌ها را موجب پر کردن اوقات فراغت آنها و کاهش دیگر ناهنجاری‌های اجتماعی بیان کرده‌اند که با نتایج تحقیق ترک‌فر و همکاران (۱۳۸۹) و باقری و همکاران (۱۳۸۹) همسوست (۳۶،۳۷). در ضمن حضور زنان نه فقط موجب تکمیل ظرفیت سالن‌ها و استادیوم‌های ورزشی می‌شود که با نتایج تحقیق المیری و همکاران (۱۳۸۹)، مطابقت داشت، بلکه مسابقات نیز رونق می‌یابد و با توجه رسانه‌ها نیز حمایت مالی از ورزش بیشتر می‌شود که در تحقیق قراخانلو (۱۳۸۶) نیز بر این موضوع تأکید شده بود (۱۷،۳۱).

از طرف دیگر، تماشاگران زن علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای ایجاد می‌کنند، به صورت

غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جانبی دارند (۳۸). علاوه بر این، نقش رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی حضور زنان بسیار مهم است. از بعد بین‌المللی نیز محدودیت‌های موجود برای احتمال یا حذف میزبانی مسابقات ورزشی کاهش می‌یابد و حضور تماشاگر زن می‌تواند تبلیغ مناسبی برای مشارکت اجتماعی این قشر باشد. در تحقیق حاضر هر دو گروه به تأثیر حضور نداشتن بانوان در ورزشگاه‌ها در کسب میزبانی مسابقات بین‌المللی تأکید کرده‌اند که این نتیجه دور از انتظار هم نبود، زیرا یکی از عوامل کسب میزبانی مسابقات بین‌المللی از طرف فدراسیون‌های مربوط، نبود تفکیک جنسیتی برای حضور در مسابقات است. به نظر می‌رسد اگر چاره‌ای برای این موضوع اندیشیده نشود، زمینه پیشرفت در بسیاری از رشته‌های ورزشی نیز از دست خواهد رفت؛ بنابراین، به نظر می‌رسد در همین شرایط موجود اجتماعی و فرهنگی، مدیریت ورزش کشور و تصمیم‌گیرندگان این حوزه با ابتکارات و اقدامات مدیریتی بتوانند با استفاده از روش‌های مختلفی با حفظ ارزش‌ها امکان حضور زنان را بیشتر کنند. عامل امنیتی، دومین عامل مؤثر بر حضور زنان بود که بررسی دقیق گویه‌های آن نشان می‌دهد تماشاگران مرد

تماشاگران مرد می‌شود. همین تحلیل هم می‌تواند نوعی گفتمان مردسالارانه باشد یا ابزاری تلقی شود، ولی نمی‌توان نقش حضور بانوان و خانواده در کنار مردان ایرانی و تأثیرگذاری آنان در این زمینه را نادیده گرفت.

با نگاهی گذرا به مسابقات مردان که امکان حضور زنان در آنها فراهم بوده است، به نظر می‌رسد در هر مکانی که زنان به‌عنوان تماشاگر حضور داشته‌اند، نزاکت و انضباط بیشتری در میان ورزشکاران و هواداران حاکم بوده است. به نظر می‌رسد با حضور بانوان و خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها برای تماشای دیدارهای ورزشی، می‌توان نظارت و کنترل اجتماعی را در ورزشگاه‌ها تا حد زیادی افزایش داد، زیرا خرده‌فرهنگ اوباشگری در مقابله با فرهنگ احترام به زن و خانواده، فرصت ابراز وجود و آلوده‌سازی محیط ورزشگاه را نخواهد یافت. به‌طور کلی، ایمن‌سازی محیط‌های ورزشی از راه جلوگیری از رفتارهای پرخطرانه و خشونت‌آمیز، ایجاد رفتارهای اجتماعی و تربیتی منطبق بر اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی، فرهنگ‌سازی در ورزشگاه‌ها، زنده کردن روح ورزش، یافتن الگوهای مناسب و تقویت ورزشی زنان از راه دیدن مسابقات برتر، عواملی برای بررسی امکان حضور زنان به‌عنوان تماشاگر در استادیوم‌های فوتبال بوده است (۱۶).

بررسی گویه‌های عامل فرهنگی نشان می‌دهد که حضور تماشاگران زن موجب توسعه ورزش خانواده می‌شود، به‌طوری‌که خانواده دومین عامل انگیزشی برای جذب تماشاگران به مسابقات است (۳۴) و همچنین، امکان حضور خانواده‌ها (۳۲) و شرکت کردن با اقوام و دوستان در ورزشگاه سبب اشتیاق بیشتر تماشاگران می‌شود (۳۶). به‌ویژه اگر برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده خانوادگی نیز فراهم باشد (۶،۳۱). البته در تحقیق قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶)، از دیدگاه زنان، مردان موافق حضور زنان در ورزشگاه‌ها نبودند، ولی در این تحقیق از دیدگاه هر دو گروه،

و زن یکی از دلایل حضور نداشتن بانوان در ورزشگاه‌ها را ناامنی بیان کرده‌اند که این ناامنی را می‌توان به‌علت فضای مردانه ورزشگاه‌ها و پرخشگری تماشاگران مرد دانست. این موضوع نشان می‌دهد که فرهنگ کلامی مردان در هیجانات مسابقه و حتی احتمال دیگر رفتارهای ناپسند مردسالارانه، موضوعی است که عمدتاً باید از طریق تماشاگران مرد برای تأمین امنیت زنان رعایت شود، زیرا همیشه نگرانی از رعایت نشدن اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان وجود دارد و به همین لحاظ، ممکن است بسیاری از صاحب‌نظران، متخصصان امور مذهبی و شرعی و حتی مدیران شرایط کنونی را برای حضور زنان تماشاگر مناسب ندانند. البته با توجه به دیدگاه آزمودنی‌ها، بخشی از امنیت حضور زنان با دخالت بیشتر نیروی انتظامی قابل تأمین است و نیروی انتظامی می‌تواند حضور پررنگ‌تری در ایجاد امنیت در ورزشگاه‌ها داشته باشد. هرچند که این اقدام در درازمدت راه چاره اصلی نخواهد بود. در ضمن با استفاده از فناوری‌های نوین می‌توان امنیت بیشتری را تضمین کرد (۳۹).

با اینکه از دیدگاه تماشاگران مرد و زنان، پرخشگری در استادیوم‌های فوتبال شیوع زیادی دارد، از دیدگاه مردان و زنان حضور زنان به‌عنوان تماشاگر در نه‌تنها موجب بروز مشکلات بیشتر در ورزشگاه‌ها نمی‌شود، بلکه از دیدگاه مردان رفتار مطلوب‌تر و بهنجار تماشاگران دیگر را در پی دارد. از دیدگاه تماشاگران مرد در شرایط فعلی حضور بانوان در ورزشگاه‌ها می‌تواند در جلوگیری از پرخشگری و اوباشگری مؤثر باشد و این در حالی است که از نظر زنان، حضور آنها به‌طور معنی‌داری نمی‌تواند در جلوگیری از پرخشگری و اوباشگری رایج در ورزشگاه‌ها مؤثر باشد. این نتیجه با تحقیق رحمانی‌نیا و همکاران (۱۳۸۵) و قراخلو و نیسیان (۱۳۸۶) همسوست (۱۶،۲۹). آنان دریافتند که وجود زنان سبب کاهش پرخشگری در

مسابقات در کنار خانواده به وجود آید و نیز با توجه به اینکه یکی از راه‌های پر کردن اوقات فراغت بانوان شرکت آنها در فعالیت‌های ورزشی مانند تماشای مسابقات ورزشی است، متولیان امکانات لازم و کافی برای این حضور را فراهم کنند. بررسی گویه‌های عامل اجتماعی نشان می‌دهد که هر دو گروه آزمودنی‌ها بر این باورند که حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها موجب بهبود عملکرد ورزشکاران می‌شود. این یافته با تحقیق رحمانی‌نیا و همکاران (۱۳۸۲) همسوست (۴۱). این موضوع به تحقیقات بیشتری نیاز دارد، ولی حضور بانوان در ایجاد رفتار هنجار بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است. چون در فرهنگ ملی ایران، بسیاری از گفتارها و رفتارهایی که در نبود زنان عادی قلمداد می‌شود، در حضور زنان با احتیاط و خودداری بیشتری همراه است. حجب و حیای مردان در حضور زنان، ویژگی عرفی- ملی ایرانیان است که از آن می‌توان با عنوان شرم فرهنگی و ارزشی نام برد. البته از نظر جامعه‌شناختی، باید انگیزه‌های شخصی و اجتماعی دیگری را هم در نظر گرفت؛ مثلاً محققان بسیاری نشان داده‌اند که انگیزه اجتماعی هویت از عوامل اثرگذار بر حضور زنان است (۴۲).

حضور زنان در جایگاه تماشاچیان به احتمال بسیار مانع بروز برخی رفتارها و گفتارهای غیراخلاقی مردان خواهد شد. آزمایش این نظریه دشوار به نظر می‌رسد، ولی نمی‌توان آن را نادیده گرفت. متأسفانه امروزه در برخی از مسابقات به‌ویژه در فوتبال استفاده از کلمات بسیار زشت و ناسزاهای رکیک، عادی و معمولی شده است، به‌نحوی که گاهی چند هزار تماشاگر حتی برای بیش از چند دقیقه مستهجن‌ترین کلمات را به‌کار می‌برند. با اینکه در تحقیق حاضر، مردان موافق حضور زنان در استادیوم فوتبال هستند و در پاسخ به این سؤال که اگر حضور بانوان در ورزشگاه‌ها مقدور شود چقدر احتمال دارد که اجازه دهید یکی از زنان خانواده شما در ورزشگاه حضور یابد، ۵۵ درصد مردان و ۶۸

زنان مایل به حضور در ورزشگاه‌ها هستند و حضور نداشتن تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها احساس می‌شود؛ بنابراین باید کوشید این تمایل و انگیزه را به‌گونه‌ای هدایت کرد که هم بانوان و هم ورزش از این تعامل سود ببرند (۱۷).

موضوع مهم در این عامل، توسعه فرهنگ ورزش در خانواده است که بخش زیادی با الگوپذیری از والدین و به‌ویژه مادران شکل می‌گیرد. در تحقیقات بسیاری نیز رابطه مثبت نگرش به فعالیت بدنی و فعالیت ورزشی والدین با نگرش فرزندان، به‌ویژه رابطه بین نگرش مادران و فرزندان دختر به فعالیت بدنی و میزان فعالیت ورزشی آنان نشان داده شده است (۴۰). همین محقق نشان داده است که نگرش والدین به مشارکت ورزشی می‌تواند نگرش فرزندان را تغییر دهد. در نتیجه، مشارکت خانوادگی می‌تواند در نگرش فرزندان مؤثر باشد. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که حضور والدین و به‌ویژه مادران نقش مهمی در الگوپذیری فرزندان دختر دارد. در ضمن حضور زنان در کنار اعضای خانواده می‌تواند در تلطیف جو حاکم بر ورزش نیز مؤثر باشد؛ بنابراین، مدیران می‌توانند تمهیدات و خلاقیت‌های خاصی را برای مشارکت خانوادگی اعمال کنند. به‌ویژه اینکه، هر دو گروه از نمونه‌های تحقیق تلاش و اراده مسئولان برای حضور تماشاگران زن در ورزشگاه‌ها را ناکافی می‌دانستند (۴۰).

به نظر می‌رسد که تأثیر عامل فرهنگی برای زنان تماشاگر ایرانی چندبرابر باشد. با توجه به نتایج پژوهش، به نظر می‌رسد که رسانه می‌تواند در فرهنگ‌سازی جامعه برای حضور بانوان در ورزشگاه‌ها مؤثر باشد. رسانه می‌تواند با تولید برنامه‌های مختلف، آثار این حضور را بیشتر بررسی کند و بستر مناسب برای حضور بانوان در ورزشگاه‌ها را فراهم آورد. همچنین با توجه به تأثیر مثبت حضور بانوان در ورزشگاه‌ها در تضعیف فرهنگ اوباشگری، باید شرایط لازم برای گسترش فضای خانوادگی و ترویج تماشای

آثار این حضور، در کنار تلاش رسانه‌ها برای فرهنگ‌سازی، تماشاگران مرد نیز بستر حضور امن‌تر زنان را در ورزشگاه‌ها فراهم کنند تا ضمن رعایت حقوق شهروندی جامعه زنان و پاسخ به علاقه‌مندی این قشر به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور، شاهد تغییر ترکیب جنسیتی و کاملاً مردانه استادیوم‌های فوتبال و به‌دنبال آن کاهش پرخاشگری شایع در ورزشگاه‌ها و رونق مسابقات ورزشی باشیم. همچنین ضمن رعایت دقیق ضوابط قانونی و احترام کامل به ارزش‌های والای اسلامی و اخلاقی، دختران و زنان از آنچه خواسته و شاید حق آنان است، محروم نشوند و ارزش‌های تربیتی و بهداشتی و اجتماعی ورزش در جامعه ارتقا پیدا کند.

باید اذعان کرد که بی‌گمان متغیرهای مختلفی همچون عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی، مدنی و حقوقی در این زمینه وجود دارند که باید به تجزیه و تحلیل آنها پرداخت. زنان نیمی از افراد جامعه را تشکیل می‌دهند و غنی‌سازی اوقات فراغت آنان از راه تماشای رقابت‌های ورزشی مردان، به‌ویژه در سطح قهرمانی، در سالم‌سازی جامعه نقش مؤثری خواهد داشت. البته، این مسئله باید در یک برنامه چندساله و به‌صورت پله‌ای اجرا شود. علاقه زیاد زنان به تماشای مسابقات فوتبال و نیز تأثیر حضور تماشاچیان زن بر فرهنگ خانواده و فرهنگ عمومی اماکن ورزشی و همچنین تأثیر رقابت‌های ورزشی در ایجاد شور و نشاط در زنان، دلیل مناسبی برای سرمایه‌گذاری با هدف توسعه فرهنگ و ایجاد شرایط متناسب با ارزش‌های جامعه اسلامی در استادیوم‌های فوتبال است.

درصد زنان برای حضور در ورزشگاه موافق بودند. برخی از نمونه‌های تحقیق زن نیز بیان کردند که در صورت حضور بانوان در ورزشگاه‌ها، ممکن است تماشاگران مرد همکاری لازم را برای حضور امن زنان در ورزشگاه‌ها نداشته باشند. در صورتی که براساس یافته‌های تحقیق، همکاری مردان در ایجاد محیط امن اخلاقی و اجتماعی بسیار مهم است و در حقیقت آنها باید بیشتر بکوشند تا امکان حضور بانوان هم‌وطن بیشتر شود. شاید اگر از قبل به تماشاچیان تذکر داده شود که خانواده‌ها و بانوان نیز حضور دارند از شدت رفتارهای ناپسند و غیراخلاقی کاسته شود. با وجود این، به نظر می‌رسد ایمن‌سازی فرهنگی و اجتماعی محیط‌های ورزشی از راه‌های ایجاد رفتارهای منطبق با اصول و سنت‌های پسندیده اسلامی و ملی برای تقویت حضور زنان است.

در نهایت، نکته مهم این است که هر دو گروه زنان و مردان این پژوهش بیان کردند که فرهنگ تماشاگران فعلی پذیرای حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال نیست که با نتایج تحقیق قراخانلو (۱۳۸۶) مبنی بر نگرانی نخبگان و روحانیون از رعایت نشدن اصول اخلاقی و رفتاری از سوی مردان همسوست (۱۷). به‌طور کلی مشکلات فرهنگی از عوامل بازدارنده اصلی مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی است (۴۳، ۴۴). به هر حال فرهنگ هر جامعه موانعی را برای مشارکت ورزشی زنان ایجاد کرده است (۴۵). البته، جایگاه و شأن زن، هم در فرهنگ و سنت ایرانی و هم در آموزه‌های دین مبین اسلام بسیار بالاست و با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌شود ضمن توجه بیشتر مسئولان و تصمیم‌گیرندگان به ضرورت حضور زنان در ورزشگاه‌ها و

منابع و مآخذ

1. Harvered T, Crompton H. [Variables affecting the spectator decision attend NBA games]. Sport Marketing Quarterly. 1995; 4(4):29-39.
2. Zulal S.D, David A. Yeliz Y. [Factors Affecting Attendance of Major League Baseball: Revisited]. International Atlantic Economic Society Journal. 2011; 39:117-127.
3. Saatchiyan V, Alizadeh A, Dehghan Qahfarokhi A, Alahi A. Prioritizing and Recognizing the Relationship between Motivations and Factors Affecting the Presence of Fans, Case Study (Esteghlal and Persepolis Tehran Games. ISBS- Seventh International Conference on Physical Education and Sport Sciences, Tehran; 2010.
4. Zillman D, Bryant J, Sapolsky N. Enjoyment from sports spectatorship. In Goldstein, J. (Ed.), sport, Games and Play, Laurence Earlbaum, Hillsdale, NJ; 1989.
5. Gill DL. Psychological Dynamics of sport. Champing. PA: Human Kinetics publications; 1986.
6. Lee JH. [Sport marketing strategies Through the Analysis of sport consumer Behavior factors In Flouncing Affordance]. Minnesota. 2006; 2:82-85.
7. Abel c, Sandra E. [An exploratory study of Spectators motivation in football]. Sport Management and Marketing. 2007; 2:5-16.
8. Jeffry D, Stephan D. [Comparing sport consumer motivation across multiple sports]. Sport marketing Quarterly. 2004; 13:17-25.
9. Anwar Al-Khuuli A. Sports and Society. 2nd ed. Tehran, PA: Samt; 2003.
10. Ghaedi H, Nobakht R, Daneshjou, A. [The Effect of Social Support and Demographic Factors on Women's Participation in Sport Activities (Case Study: Lamerd Women) (In Persian)]. Women and Health Quarterly. 2010; 2:1-19.
11. Alireza Nezhad S, Sarai H. [Woman in public: A study on the public spaces available to urban women and their changes (In Persian)]. Social Science Letter. 2008; 30:123-150.
12. Mousavi J. Investigating the effect of sport on the psychological pressure of faculty members and staff members of Islamic Azad University of the 3rd district of the country and providing a training program pattern [MSc]. Islamic Azad University, Science and Research Branch of Tehran. 2002.
13. Naderian Jahromi M, Hashemi H. [Participation in recreational activities (motivations and assumptions in recreational aspects of sport) (In Persian)]. Research in Sport Sciences. 2010; 22:39-53.
14. Namazian Sh, Sajjadi A. The viewpoint of female students about sport [MSc]. Esfahan University; 2007.
15. Aghaei N, Fatahian N. [The adaptability analysis of the barriers of sport participation among female athletes and non-athletes using the Pyramid Model of Crawford Obstacles (In Persian)]. Two Quarterly Journal of Sport Management and Motor Behavior. 2013; 2(4):161-175.
16. Lee S. [A study of psychological, sociological, environmental motivation, and loyalty of major and minor league baseball fans]. Unpublished Dissertation, Daphne, Alabama; 2002.

17. Gharakhanlu, Nishian F. [Investigating the attitudes of different classes about the presence of female spectators in men's sports fields and competitions (In Persian)]. Institute of Physical Education and Sport Sciences. 2008; 17:21-33.
18. Monazami M, Alam Sh, Shetab Boushehri N. [Determining the Factors Affecting the Development of Physical Education and Women's Sports of the Islamic Republic of Iran (In Persian)]. Sport management. 2012; 10:151-168.
19. Aminuddin y, Lee HS. [Spectator perception of physical facility and Team Quality: A study of Malaysian super League soccer match]. Research Journal of International studies. 2008; 8:132-140.
20. Mullin B, Hardy S, Sutton, WA. Sport Marketing. 3rd ed. PA: Human kinetics publishers, USA; 2007.
21. Crompton J, Mckay S. [Matives of visitors attending festival events]. Annals of Tourism Research. 1997; 24:425-439.
22. Baker D, Crompton J. [Quality satisfaction and behavioral intentions]. Annals of tourism Research. 2000; 27:785-804.
23. Naderian M, Zolaktaf V, Moshkelghosha, E. [Barriers to women's sports participation and their motivation (In Persian)]. Journal of Motion Picture and Sports. 2010; 7(13):145-154.
24. Naghdi A, Bilali E, Imani P. [Social-cultural barriers to women's participation in sports activities]. Woman in Development and Politics (Women's Research). 2012; 9(1):147-163.
25. Askari Khangha A, Hassanzadeh A. [Football and individuality of cultures (In Persian)]. Social Science Letter. 2005; 29:105-123.
26. Mutmani A, Hemmati A, Moradi H. [Identifying and prioritizing obstacles facing women in sports activities (In Persian)]. Sport management. 2015; 24:111-130.
27. Banar N, Ahmadi N, Karimi F. [Study of the problems of women's championship sport in Guilan province (In Persian)]. Journal of Human Resources Management in Sports. 2014; 1(1):11-25.
28. Eftekhari O. A Survey of the Barriers to Women's Football Championship Development in Iran [MSc]. Shomal University; 2015.
29. Khalili I. Analysis of the problems of athletic women in Iran's boatman champion [MSc]: Guilan University; 2016.
30. Rahmani Nia F, Ramezani Nejad R, Fazli darzi A. [The effect of male and female spectators on the incidence of athletic aggressive behaviors (In Persian)]. Motion Magazine. 2007; 29:137-146.
31. Patton R, Burlington V. [Factors affecting spectator attendance at mens Ncce division one soccer games]. International Sport. 2004; 7(2):23-33.
32. Elmiri M. [Investigating factors affecting the presence of football spectators in stadiums (In Persian)]. Sports Management Journal. 2010; 3:61-73.
33. Hajabi A, Friedinia P. [The relationship between mental health and social support in health care workers of Bushehr oil industry (In Persian)]. Two Quarterly Journal of South Medicine. 2010; 12(1):67-74.

34. Tojari F, Turkfar A. [The influence of friends, social status and family on the motivation to attract spectators to the Iranian Football Championship (In Persian)]. *Sport management and motor science research*. 2012; 1(20):79-88.
35. Mozaffari A, Elahi A, Abbasi, Ahadpour H, Rezaie Z. [Strategies for the development of Iran's championship sports system (In Persian)]. *Sports Management Studies Journal*. 2013; 13:33-48.
36. Turkfar A. [The Impact of Motivational Factors on Attracting Audiences to the Iranian Football Premier League (In Persian)]. *Quarterly journal of sport research*. 2011; 7(1):89-105.
37. Bagheri U, Asadi H. [Analysis of Factors Affecting Voluntary Motivation in Student Athletic Associations of Tehran Universities (In Persian)]. *Journal of Sports Management University of Tehran*. 2011; 6:81-100.
38. Hansen H, Gauthier R. [Variable affecting the spectator decision to attend NBA games]. *Sport Marketing Quarterly*. 1992; 4(4):29-39.
39. Hematinejad M, Gholizadeh M, Taylor T, Faraji R. [The role of football management and planning in the security of the stadiums (In Persian)]. *Two quarterly reports on management and development of sport*. 2016; 4(2):1-14.
40. Behruzi A. Relationship between attitude and physical activity level of parents with attitude and physical activity of children [MSc]. University of Guilan; 2013.
41. Rahmani Nia F, Ramezani Nejad R, Soltani M. [Comparison of the Effect of Male and Female Spectators on the Results of Student Boys' Free Basketball and Horse Throwing (In Persian)]. *Motion Magazine*. 2004; 17:137-148.
42. Masoumi S. Investigating the motivations and factors affecting the presence of spectators in football play [MSc]. Tarbiat Modares University, Tehran; 2008.
43. Shabini SH. Investigating the inhibitory factors of participation in sport activities from the viewpoint of women in Mazandaran province [MSc]. Shomal University; 2008.
44. Bahramfar M. Studying the leisure time of female students of Azad university of Tehran center [MSc]: Azad university of Tehran; 2002.
45. WU T, Pender N, Yong KP. [Promotion physical activity among Taiwanese and American adolescent]. *Journal of nurse research*. 2002; 10:57- 64.

An Investigation of Factors Influencing Women Spectators' Presence in Football Stadiums

Fatemeh Ahmadi*¹ - Mohammad Reza Boroumand² - Rahim Ramzaninejad³

1. PHD of Sport Management, Faculty of Alzahra, Technical & Vocational University (TVU) Razavi Khorasan, Mashhad, Iran 2. Assistant Professor of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Shahid Beheshti, Tehran, Iran 3. Professor of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran
(Received: 2018/1/15; Accepted: 2018/7/5)

Abstract

The issue of women attending sport stadiums has long been discussed by experts and government authorities and has not reached a specific conclusion. Hence, the present study aimed to investigate those factors influencing women spectators' presence in football stadiums. The research population consisted of male spectators who had only experienced to attend men's competitions, as well as women who had only attended the women's competitions. As the number of population was not obvious, 224 subjects (women=114, men=110) were selected by convenience sampling method who had attended stadiums at least 5 times. A 5-point Likert scale researcher-made questionnaire (20 items) was used to collect data. The validity and reliability were confirmed by university professors ($r=0.81$). Data were analyzed by exploratory factor analysis with orthogonal rotation, Kolmogorov-Smirnov test, Friedman test and Binomial test at $P \leq 0.05$. The results showed that the factors affecting the presence of women spectators were ranked by their means in 4 factors: managerial (2.69), security (2.63), cultural (2.47), and social (2.22); the priority of these factors was also significant. Accordingly, from the viewpoints of men and women, the development of sports in the family was the most important item affecting the presence of women spectators. Therefore, it is possible to gradually develop the presence of women spectators in football stadiums by developing the culture through family participation in line with Iranian cultural values and security measures.

Keywords

Culture of spectators, football stadiums, security of stadiums, women spectators.

*Corresponding Author: ^Email: fa_ahmadi1357@yahoo.com; Tel: +989120685457