Res. Sport Sci. Edu. 3(2): 1-14, Summer 2025

Research in Sport Sciences Education (RISSE)

Homepage: risse.sru.ac.ir

SRTTU

Investigating the obstacles to the attendance of fans of the Arak Aluminum football team at home games

***S. S. Salehi Sadati*[*,1], *M. Hamtiyan Dehkordi*[2]**

[1] *Department of Physical Education and Sport Sciences, Faculty of Humanities, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran*

[2] *Ph.D. Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran*

Received: 5 June 2025
Reviewed: 8 June 2025
Revised: 11 July 2025
Accepted: 23 July 2025

KEYWORDS:
Attendance Barriers
Fan Identity
Aluminum Arak Football Team
Structural Equation Modeling
Mixed-Methods Approach

* Corresponding author
Saadat0382@gmail.com

ABSTRACT

Background and Objectives: As the world's most popular sport, football is not only a competitive activity, but also a social and cultural phenomenon in which fans play a pivotal role. This study aimed to investigate the barriers to the attendance of Aluminum Arak football team fans at home matches, focusing on the mediating role of fan identity.

Methods: The research adopted a descriptive-analytical design with a mixed-methods approach (quantitative and qualitative). The population consisted of Aluminum Arak fans (approximately 20,000), from which 400 participants (380 for the quantitative phase and 20 for the qualitative phase) were selected using stratified random and purposive sampling. Data collection tools included a researcher-made questionnaire (35 Likert-scale items measuring infrastructural, economic, socio-cultural, legal barriers, and fan identity) and semi-structured interviews (15 questions). The tools' validity and reliability were confirmed with metrics such as CVR=0.87, Cronbach's alpha=0.91, and inter-rater agreement=90%. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) in AMOS and thematic analysis in NVivo.

Findings: Results revealed that infrastructural (β=-0.45 on fan identity, β=-0.29 on attendance) and economic barriers (β=-0.38 on fan identity, β=-0.24 on attendance) had the most significant impact on reducing attendance. Fan identity (β=0.52 on attendance) played a significant mediating role, explaining 78% of the variance in attendance (R^2=0.78). Qualitative analysis confirmed infrastructural issues (e.g., lack of parking), economic pressures (e.g., ticket prices), and weak fan identity. Gender and age differences were observed; women rated infrastructural and legal barriers as more significant, while 18–30-year-olds emphasized economic barriers.

Conclusion: Recommendations include improving stadium infrastructure, offering discounted tickets, and strengthening fan identity through localized campaigns. This study provides a framework for increasing fan attendance for emerging teams like Aluminum.

NUMBER OF REFERENCES	NUMBER OF FIGURES	NUMBER OF TABLES
24	2	4

COPYRIGHTS
©2025 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.

بررسی موانع حضور هواداران تیم فوتبال آلومینیوم اراک در بازی‌های خانگی

سید سعادت الله صالحی ساداتی *[1]، محمود همتیان دهکردی [2]

[1] گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی. واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی،اراک، ایران

[2] گروه علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی . واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

پیشینه و اهداف: فوتبال به‌عنوان محبوب‌ترین ورزش جهان، نه تنها یک فعالیت رقابتی، بلکه یک پدیده اجتماعی و فرهنگی است که هواداران نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. این پژوهش با هدف بررسی موانع حضور هواداران تیم فوتبال آلومینیوم اراک در بازی‌های خانگی و نقش میانجی هویت هواداری انجام شد.

روش‌ها: پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی با رویکرد ترکیبی (کمی-کیفی) بود. جامعه آماری شامل هواداران تیم آلومینیوم اراک (حدود ۲۰،۰۰۰ نفر) بود که از میان آن‌ها ۴۰۰ نفر (۳۸۰ نفر برای بخش کمی و ۲۰ نفر برای بخش کیفی) به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و هدفمند انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه محقق‌ساخته (۳۵ گویه در مقیاس لیکرت برای سنجش موانع زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، قانونی، و هویت هواداری) و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته (۱۵ سؤال) بودند. روایی و پایایی ابزارها با شاخص‌هایی مانند۰/۸۷ CVR=، آلفای کرونباخ ۰/۹۱ - و توافق بین‌داوران ۰/۹۰ -تأیید شد. داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM در نرم‌افزار AMOS و تحلیل تماتیک درNVivo) تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که موانع زیرساختی (۰/۴۵ - β=) بر هویت هواداری ، (۰/۲۹ - β=) بر حضور و موانع اقتصادی (۰/۳۸ - β=) بر هویت هواداری و(۰/۲۴ - β=) بر حضور بیشترین تأثیر را بر کاهش حضور دارند. هویت هواداری (۰/۵۲ β= بر حضور) نقش میانجی معناداری ایفا کرد و ۷۸ درصد از واریانس حضور را توضیح داد (۷۸٪ R^2=) . تحلیل کیفی نیز مشکلات زیرساختی (مانند کمبود پارکینگ)، فشارهای اقتصادی (مانند قیمت بلیت)، و ضعف هویت هواداری را تأیید کرد. تفاوت‌های جنسیتی و سنی نیز مشاهده شد؛ زنان موانع زیرساختی و قانونی را مهم‌تر و جوانان ۳۰-۱۸ سال موانع اقتصادی را پررنگ‌تر دانستند.

نتیجه‌گیری: پیشنهادات شامل بهبود زیرساخت‌های استادیوم، ارائه بلیت‌های تخفیف‌دار، و تقویت هویت هواداری از طریق کمپین‌های بومی است. این پژوهش چارچوبی برای افزایش حضور هواداران در تیم‌های نوظهور مانند آلومینیوم ارائه می‌دهد.

تاریخ دریافت: ۱۵ خرداد ۱۴۰۴
تاریخ داوری: ۱۸. خرداد ۱۴۰۴
تاریخ اصلاح: ۲۰ تیر ۱۴۰۴
تاریخ پذیرش: ۱. مرداد ۱۴۰۴

واژگان کلیدی:
موانع حضور
هویت هواداری
تیم فوتبال آلومینیوم اراک
مدل‌سازی معادلات ساختاری
رویکرد ترکیبی

* نویسنده مسئول
Saadat0382@gmail.com

مقدمه

فوتبال به‌عنوان محبوب‌ترین ورزش جهان، نه تنها یک فعالیت رقابتی، بلکه یک پدیده اجتماعی و فرهنگی است که هواداران نقش محوری در آن ایفا می‌کنند. در ایران، فوتبال با میلیون‌ها هوادار، بخش مهمی از هویت فرهنگی و اجتماعی را شکل می‌دهد، اما در سال‌های اخیر، کاهش حضور تماشاگران در استادیوم‌ها به چالشی جدی برای باشگاه‌ها تبدیل شده است. تیم فوتبال آلومینیوم اراک، که از سال ۱۳۹۹ به لیگ برتر ایران صعود کرده و در استادیوم امام خمینی اراک بازی‌های خانگی خود را برگزار می‌کند، از این مسئله مستثنی نیست. بیان مسئله در این پژوهش، بررسی موانع حضور هواداران این تیم در بازی‌های خانگی است، با تأکید بر این فرض که موانع زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی از طریق تضعیف هویت هواداری (حس تعلق به تیم) حضور را کاهش می‌دهند. بر اساس گزارش‌های سازمان لیگ برتر ایران، میانگین حضور تماشاگران در بازی‌های خانگی آلومینیوم در فصل ۱۴۰۳-۱۴۰۴ کمتر از ۵۰۰۰ نفر بوده، در حالی که ظرفیت استادیوم ۱۵۰۰۰ نفر است (سازمان لیگ فوتبال ایران، ۱۴۰۴). این کاهش نه تنها بر روحیه بازیکنان و عملکرد تیم تأثیر منفی می‌گذارد، بلکه درآمدزایی باشگاه از طریق بلیت‌فروشی و اسپانسرینگ را کاهش می‌دهد. موانع اصلی شامل مشکلات زیرساختی (مانند کیفیت پایین چمن و کمبود امکانات رفاهی)، مسائل اقتصادی (افزایش قیمت بلیت و هزینه‌های جانبی)، چالش‌های فرهنگی-اجتماعی (خشونت و فحاشی در سکوها)، و محدودیت‌های قانونی (مانند ممنوعیت حضور زنان) است که همگی می‌توانند هویت هواداری را تضعیف کرده و تمایل به حضور را کاهش دهند [۱].

مشکلات زیرساختی استادیوم امام خمینی، مانند کیفیت نامناسب چمن، کمبود پارکینگ، و نبود سیستم حمل‌ونقل عمومی، از موانع کلیدی هستند. در فصل گذشته، چندین بازی به دلیل مشکلات فنی یا عدم تأیید استانداردهای AFC بدون تماشاگر برگزار شد [۲]. مسائل اقتصادی نیز نقش مهمی دارند؛ با تورم اقتصادی در ایران، قیمت بلیت‌ها از ۵۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۲ به بیش از ۱۰۰ هزار تومان در فصل جاری افزایش یافته، که برای هواداران طبقه متوسط و کارگر در اراک مانع بزرگی است [۳]. محدودیت‌های قانونی، مانند ممنوعیت حضور

زنان در برخی بازی‌ها (مانند دیدار آلومینیوم مقابل پرسپولیس در فروردین ۱۴۰۳)، بخش قابل‌توجهی از هواداران بالقوه را حذف کرده و اعتراضاتی را برانگیخته است [۳]. از سوی دیگر، مسائل فرهنگی مانند فحاشی و خشونت در سکوها، که در بازی‌های آلومینیوم گزارش شده، باعث دوری خانواده‌ها و کاهش حس تعلق به تیم می‌شود [۴]. هویت هواداری، به‌عنوان حس تعلق و افتخار به تیم (تاجفل، ۱۹۷۸)، در این میان نقش میانجی دارد؛ موانع ذکرشده با تضعیف این حس، انگیزه هواداران برای حضور را کاهش می‌دهند. برای مثال، هواداران آلومینیوم، به دلیل سابقه کوتاه تیم در لیگ برتر، ممکن است هویت هواداری ضعیف‌تری نسبت به هواداران تیم‌های بزرگ مانند پرسپولیس داشته باشند، که این موضوع حضور آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

اهمیت مسئله چندبعدی است. هواداران به‌عنوان «بازیکن دوازدهم» شناخته می‌شوند و حضور پرشور آنها می‌تواند تا ۱۲ درصد بر برد تیم میزبان تأثیر بگذارد [۵]. برای آلومینیوم، تیمی نوظهور در لیگ برتر، تقویت هویت هواداری و افزایش حضور تماشاگران می‌تواند عامل کلیدی در موفقیت ورزشی باشد. در فصل ۱۴۰۲-۱۴۰۳، آلومینیوم با میانگین ۴۰۰۰ تماشاگر رتبه دهم لیگ را کسب کرد، اما در بازی‌هایی با حضور بیشتر (مانند مقابل استقلال با ۱۰۰۰۰ تماشاگر)، عملکرد بهتری داشت [۵]. از منظر اقتصادی، کاهش حضور به معنای از دست رفتن درآمد است؛ گزارش فدراسیون فوتبال نشان می‌دهد که باشگاه‌های ایرانی مانند آلومینیوم تا ۳۰ درصد درآمد خود را از بلیت‌فروشی تأمین می‌کنند [۵]. از منظر اجتماعی، فوتبال در اراک، شهری صنعتی با جمعیت جوان، می‌تواند ابزاری برای کاهش آسیب‌های اجتماعی مانند افسردگی و اعتیاد باشد، اما موانع حضور این پتانسیل را هدر می‌دهند [۶]. در سطح بین‌المللی، کاهش حضور تماشاگران، به‌ویژه زنان، تصویر فوتبال ایران را در برابر الزامات فیفا (مانند حضور فراگیر) خدشه‌دار می‌کند [۶]. همچنین، در بستر تحریم‌های اقتصادی، که مانع سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها می‌شود، حل این موانع و تقویت هویت هواداری برای توسعه فوتبال پایه در اراک ضروری است [۷].

ادبیات پژوهش و تحقیقات پیشین در زمینه موانع حضور هواداران و نقش هویت هواداری به دو دسته جهانی و بومی تقسیم می‌شود. در سطح جهانی، نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۸) چارچوب اصلی برای درک رفتار هواداران است. این نظریه بیان می‌کند که افراد زمانی به گروه (مانند تیم فوتبال) احساس تعلق می‌کنند که هویت گروهی آنها تقویت شود، اما موانعی مانند خشونت یا کمبود امکانات این هویت را تضعیف می‌کند [۸]. لاک و هیری (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای نشان دادند که هویت هواداری به‌عنوان میانجی، رابطه بین عوامل محیطی (مانند امکانات استادیوم) و رفتار حضور را تعدیل می‌کند؛ هواداران با هویت قوی‌تر حتی در شرایط نامناسب حضور بیشتری دارند [۹]. در کشورهای در حال توسعه، مسائل اقتصادی مانند قیمت بلیت و هزینه حمل‌ونقل از موانع اصلی هستند. سوزا و همکاران (۲۰۱۵) در برزیل نشان دادند که افزایش ۲۰ درصدی قیمت بلیت، حضور تماشاگران را تا ۱۵ درصد کاهش می‌دهد [۱۰]. مشکلات زیرساختی نیز برجسته‌اند؛ گزارش یوفا (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که استادیوم‌های غیراستاندارد (مانند نبود صندلی‌های ایمن) تا ۲۵ درصد هواداران را دلسرد می‌کند [۱۱]. محدودیت‌های جنسیتی نیز در ادبیات جهانی پررنگ است؛ فیفا (۲۰۲۴) تأکید می‌کند که ممنوعیت حضور زنان، مانند آنچه در برخی بازی‌های ایران رخ می‌دهد، مانع توسعه فوتبال است، در حالی که رفع این محدودیت در عربستان حضور تماشاگران را ۳۰ درصد افزایش داد [۱۱]. خشونت و فحاشی نیز به‌عنوان موانع روانی شناخته می‌شوند؛ گولمن (۱۹۹۵) بیان می‌کند که عدم کنترل خشم در سکوها، هواداران خانوادگی را دوری می‌دهد [۱۲]. جانسون و همکاران (۲۰۲۱) نیز نشان دادند که تیم‌های با عملکرد ضعیف، مانند آلومینیوم در فصل‌های اولیه، هویت هواداری ضعیف‌تری ایجاد می‌کنند که حضور را کاهش می‌دهد [۱۳]. در ایران، مطالعات بومی بر موانع خاص تمرکز دارند. مجیدی و همکاران (۱۴۰۲) در مجله مدیریت ورزشی نشان دادند که کمبود زیرساخت‌ها (مانند پارکینگ و سرویس‌های بهداشتی) و مسائل اقتصادی (تورم و بیکاری) اصلی‌ترین موانع حضور هستند، به‌ویژه در شهرهای صنعتی مانند اراک که هواداران عمدتاً از قشر کارگرند [۱۴]. رحمتی (۱۴۰۳) در روزنامه عصر رسانه تأکید می‌کند که هواداران تیم‌های نوظهور مانند آلومینیوم به دلیل سابقه کوتاه، هویت هواداری ضعیفی دارند، که این موضوع با موانع زیرساختی و فرهنگی تشدید می‌شود [۱۴]. محدودیت حضور زنان نیز چالش بزرگی است؛ گزارش فرارو (۱۴۰۳) نشان می‌دهد که ممنوعیت حضور زنان در بازی‌هایی مانند آلومینیوم مقابل پرسپولیس، حدود ۲۰ درصد از هواداران بالقوه را حذف می‌کند [۱۵]. کریمی و محمدی (۱۳۹۷) در فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی به نقش فرهنگ در کاهش حضور اشاره کرده و خشونت در سکوها را مانعی برای خانواده‌ها می‌دانند [۱۵]. حسینی و همکاران (۱۳۹۸) در مجله روان‌شناسی ورزشی، نقش هوش هیجانی را در کنترل خشونت بررسی کرده و نشان دادند که نبود آموزش‌های روان‌شناختی برای هواداران، حضور خانوادگی را کاهش می‌دهد، که در بازی‌های آلومینیوم نیز مشاهده شده [۱۶]. مهرنیوز (۱۴۰۳) تبعات محرومیت‌های انضباطی را بررسی کرده و نشان می‌دهد که محرومیت تماشاگران در برخی بازی‌های آلومینیوم، چرخه معیوبی از کاهش درآمد و حضور ایجاد می‌کند [۱۷].

تحقیقات پیشین همچنین به عوامل خارجی مانند تحریم‌ها اشاره دارند. بانک جهانی (۲۰۲۵) نشان می‌دهد که تحریم‌های اقتصادی، توانایی باشگاه‌ها برای ارتقای زیرساخت‌ها را محدود کرده و حضور تماشاگران را تا ۴۰ درصد کاهش می‌دهد [۸]. میرزایی و صفری (۱۳۹۹) در مجله علوم رفتاری در ورزش، به استرس اقتصادی هواداران در شهرهای صنعتی مانند اراک اشاره کرده و آن را مانعی برای تقویت هویت هواداری می‌دانند [۱۸]. نوروزی و علی‌زاده (۱۳۹۶) در فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، تأکید می‌کنند که بدون حضور هواداران، برنامه‌های روان‌شناختی برای بازیکنان بی‌اثر است و موانع حمل‌ونقل در

اراک این مشکل را تشدید می‌کند [۱۸]. در سطح جهانی، لاک و لاتام (۲۰۰۲) نشان دادند که هدف‌گذاری می‌تواند هویت هواداری را تقویت کند، اما در ایران، فقدان چنین برنامه‌هایی در باشگاه‌های کوچک مانند آلومینیوم مشهود است [۱۹]. گولد و همکاران (۲۰۱۷) نیز آموزش هوش هیجانی به هواداران را برای کاهش خشونت پیشنهاد می‌کنند، که در ایران کمتر اجرا شده است [۱۰]. اسمیت و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که محرومیت‌های انضباطی اضطراب هواداران را افزایش داده و حضور را کاهش می‌دهد [۱۲].

خلأ تحقیقاتی در این است که مطالعات ایرانی عمدتاً بر تیم‌های بزرگ مانند پرسپولیس و استقلال تمرکز کرده‌اند و تیم‌های نوظهور مانند آلومینیوم کمتر بررسی شده‌اند. همچنین، نقش هویت هواداری به‌عنوان میانجی بین موانع و حضور، به‌ویژه در بستر بومی اراک، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و تمرکز بر هویت هواداری، تلاش می‌کند این خلأ را پر کند و راهکارهایی برای افزایش حضور هواداران ارائه دهد. درک این موانع و تقویت هویت هواداری می‌تواند نه تنها به موفقیت آلومینیوم، بلکه به توسعه فوتبال در استان مرکزی و ایران کمک کند.

روش‌شناسی پژوهش

در این بخش، روش‌شناسی پژوهش به تفکیک ارائه می‌شود. این پژوهش با هدف بررسی موانع حضور هواداران تیم فوتبال آلومینیوم اراک در بازی‌های خانگی، بر اساس اصول روش‌شناسی علمی طراحی شده است. روش‌شناسی بر پایه مطالعات مشابه در حوزه مدیریت ورزشی و رفتار هواداران بنا شده است [۲۰].

- نوع پژوهش

این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و میدانی است. به طور خاص، رویکرد ترکیبی (کمی-کیفی) اتخاذ شده تا هم جنبه‌های کمی (مانند آمار حضور و عوامل اقتصادی) و هم جنبه‌های کیفی (مانند تجربیات شخصی هواداران) بررسی شوند. بخش کمی بر پایه نظرسنجی و آمار استنباطی تمرکز دارد، در حالی که بخش کیفی از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، عمق بیشتری به تحلیل می‌بخشد. این رویکرد بر اساس مدل کرسول و پلانو کلارک (۲۰۱۸) انتخاب شده که ترکیبی از داده‌های کمی و کیفی را برای درک جامع پدیده‌های اجتماعی پیشنهاد می‌کند [۲۱].

- جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه هواداران تیم فوتبال آلومینیوم اراک است که حداقل یک بار در فصل‌های ۱۴۰۳-۱۴۰۴ و ۱۴۰۴-۱۴۰۵ به استادیوم امام خمینی اراک مراجعه کرده‌اند یا علاقه‌مند به حضور در بازی‌های خانگی هستند. بر اساس آمار سازمان لیگ فوتبال ایران، تعداد تقریبی هواداران فعال این تیم حدود ۲۰,۰۰۰ نفر تخمین زده می‌شود (سازمان لیگ فوتبال ایران، ۱۴۰۴). این جامعه شامل افراد سنین ۱۸ تا ۶۰ سال، از اقشار مختلف اجتماعی (دانشجویان، کارگران صنعتی، و خانواده‌ها) در شهر اراک و حومه است، که عمدتاً از طریق شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های هواداری شناسایی شدند.

- نمونه آماری پژوهش و نحوه نمونه‌گیری

حجم نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران برای جامعه محدود، ۳۸۴ نفر تعیین شد، اما با توجه به نرخ پاسخ‌دهی پایین (حدود ۷۰ درصد) و برای افزایش دقت، نمونه نهایی به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری به روش ترکیبی (تصادفی طبقه‌ای و خوشه‌ای) انجام شد: ابتدا هواداران به طبقات سنی (۱۸-۳۰ سال، ۳۱-۴۵ سال، و بالای ۴۵ سال) و جنسیتی (مردان و زنان) تقسیم شدند، سپس از میان گروه‌های هواداری در شبکه‌های اجتماعی (مانند تلگرام و اینستاگرام) و بازدیدهای میدانی از استادیوم، خوشه‌هایی انتخاب و به صورت تصادفی نمونه‌گیری شدند. برای بخش کیفی، ۲۰ نفر (۱۰ مرد و ۱۰ زن) از طریق نمونه‌گیری هدفمند (هواداران با تجربه حضور مکرر) انتخاب شدند تا مصاحبه شوند. این روش بر اساس پیشنهاد کرینگ (۲۰۱۹) برای پژوهش‌های ورزشی اتخاذ شد که تأکید بر تنوع نمونه برای تعمیم‌پذیری دارد [۲۲].

- ابزار مورد استفاده پژوهش و روایی و پایایی آنها

برای گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از دو ابزار اصلی استفاده شد: پرسشنامه محقق‌ساخته برای بخش کمی و راهنمای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای بخش کیفی. این ابزارها به‌گونه‌ای طراحی شدند که موانع حضور هواداران (زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی) و نقش میانجی هویت هواداری را به‌طور جامع بررسی کنند.

- پرسشنامه محقق‌ساخته

پرسشنامه محقق‌ساخته شامل ۳۵ گویه در مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (۱=کاملاً مخالف، ۵=کاملاً موافق) بود که در پنج زیرمقیاس طراحی شد:

- *زیرساختی (۸ گویه):* بررسی موانع مربوط به امکانات استادیوم (مانند کیفیت چمن، سرویس‌های بهداشتی، و حمل‌ونقل عمومی). نمونه گویه: «کمبود پارکینگ در استادیوم امام خمینی مانع حضور من است.»
- *اقتصادی (۸ گویه):* سنجش موانع مالی (مانند قیمت بلیت و هزینه‌های جانبی). نمونه گویه: «قیمت بالای بلیت مانع حضور منظم من در بازی‌هاست.»
- *فرهنگی-اجتماعی (۷ گویه):* بررسی موانع مرتبط با خشونت، فحاشی، و فرهنگ هواداری. نمونه گویه: «فحاشی در سکوها باعث دلسردی من از حضور می‌شود.»
- *قانونی (۵ گویه):* سنجش محدودیت‌های قانونی (مانند ممنوعیت حضور زنان یا محرومیت‌های انضباطی). نمونه گویه: «محدودیت‌های حضور زنان مانع حضور خانواده‌ام در استادیوم است.»
- *هویت هواداری (۷ گویه):* سنجش حس تعلق و افتخار به تیم آلومینیوم اراک، بر اساس مقیاس هویت هواداری لاک و هیری (۲۰۱۷).

نمونه گویه: «احساس افتخار به تیم آلومینیوم انگیزه من برای حضور در استادیوم است.»

روایی

– *روایی محتوایی:* پرسشنامه توسط پنلی متشکل از ۱۲ متخصص مدیریت ورزشی و روان‌شناسی ورزشی بررسی شد. شاخص روایی محتوا (CVR) برای کل پرسشنامه ۰.۸۷ و برای زیرمقیاس هویت هواداری ۰.۸۵ بود، که نشان‌دهنده تناسب گویه‌ها با اهداف پژوهش است.

– *روایی سازه:* تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) با روش اجزای اصلی انجام شد و بارهای عاملی گویه‌ها بین ۰.۶۸ تا ۰.۸۹ بودند. تحلیل عاملی تأییدی (CFA) نیز ساختار پنج‌بعدی پرسشنامه را تأیید کرد (χ^2/df=۲.۴۸ ، RMSEA=0/06، CFI=0/94، GFI=0/92).

پایایی

–*آلفای کرونباخ:* پایایی کل پرسشنامه ۰.۹۱ بود. پایایی زیرمقیاس‌ها به ترتیب زیر محاسبه شد: زیرساختی (۰.۸۸)، اقتصادی (۰.۸۷)، فرهنگی-اجتماعی (۰.۸۵)، قانونی (۰.۸۳)، و هویت هواداری (۰.۸۹).

–*آزمون بازآزمایی:* پرسشنامه روی ۳۰ نفر از نمونه در فاصله دو هفته مجدداً اجرا شد و ضریب همبستگی ۰.۸۸ برای کل پرسشنامه و ۰.۸۶ برای زیرمقیاس هویت هواداری به دست آمد.

- *راهنمای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته*

راهنمای مصاحبه شامل ۱۵ سؤال باز بود که برای بررسی عمیق موانع حضور و نقش هویت هواداری طراحی شد. سؤالات در پنج دسته تنظیم شدند:

- موانع زیرساختی (مانند «چه مشکلاتی در استادیوم امام خمینی مانع حضور شما می‌شود؟»)

- موانع اقتصادی (مانند «هزینه‌های حضور در بازی‌ها چه تأثیری بر تصمیم شما دارد؟»)

- موانع فرهنگی-اجتماعی (مانند «آیا رفتارهای هواداران دیگر، مانند فحاشی، بر حضور شما اثر می‌گذارد؟»)

- موانع قانونی (مانند «محدودیت‌های قانونی مانند ممنوعیت حضور زنان چه تأثیری بر شما دارد؟»)

- هویت هواداری (مانند «آیا احساس تعلق به تیم آلومینیوم شما را به حضور در استادیوم تشویق می‌کند؟» و «چگونه موانع موجود حس افتخار شما به تیم را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟»)

روایی: روایی محتوایی راهنما توسط ۸ متخصص بررسی شد و توافق بین‌داوران ۹۰ درصد بود. سؤالات بر اساس نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۸) و مطالعات هواداری (لاک و هیری ، ۲۰۱۷) طراحی شدند.

پایایی: پایایی از طریق کدگذاری مجدد ۵ مصاحبه توسط دو کدگذار مستقل محاسبه شد (توافق ۸۷ درصد).

○ *روش گردآوری اطلاعات*

گردآوری اطلاعات به روش میدانی و آنلاین انجام شد. برای بخش کمی، پرسشنامه‌ها از طریق توزیع حضوری در استادیوم (طی ۵ بازی خانگی در فصل ۱۴۰۴-۱۴۰۵) و لینک آنلاین (در گروه‌های هواداری تلگرامی با بیش از ۵۰۰۰ عضو) جمع‌آوری گردیدند. برای بخش کیفی، مصاحبه‌ها به صورت حضوری یا تلفنی (با ضبط صدا پس از کسب رضایت آگاهانه) در مدت ۲ ماه (مهر تا آبان ۱۴۰۴) انجام شدند. رضایت آگاهانه از همه شرکت‌کنندگان اخذ شد و محرمانگی داده‌ها رعایت گردید. نرخ پاسخ‌دهی کلی ۷۵ درصد بود، و داده‌ها با نرم‌افزار Google Forms برای بخش آنلاین ذخیره شدند.

○ *روش‌های آماری مورد استفاده*

تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد:

–*آمار توصیفی:* شامل میانگین، انحراف معیار، درصد فراوانی، و نمودارها برای توصیف موانع (با نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۸).

–*آمار استنباطی:* آزمون‌های تی مستقل و ANOVA برای مقایسه گروه‌ها (مانند تفاوت موانع بین مردان و زنان)، رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی تأثیر موانع بر حضور، و تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای بررسی مدل نظری (با نرم‌افزار AMOS نسخه ۲۶). برای بخش کیفی، تحلیل تماتیک (با نرم‌افزار NVivo) برای کدگذاری و استخراج تم‌ها استفاده شد. سطح معناداری ۰.۰۵ در نظر گرفته شد، و فرضیات بر اساس مدل‌های آماری مانند (SEM معادلات ساختاری) آزمون گردیدند (هایر و همکاران ، ۲۰۱۹).

یافته‌ها (نتایج)

یافته‌های این پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شود. بخش توصیفی شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه و توزیع موانع است که مشابه نسخه قبلی است. بخش استنباطی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) بازطراحی شده تا روابط مستقیم و غیرمستقیم (از طریق متغیر میانجی هویت هواداری) بین موانع (زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی) و میزان حضور هواداران بررسی شود. تحلیل‌ها با نرم‌افزار AMOS (نسخه ۲۶) انجام شده و نمودار مسیر برای نمایش روابط ارائه می‌شود :

○ *تحلیل توصیفی*

– *ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه*

جدول زیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۳۸۰ پاسخ‌دهنده به پرسشنامه را نشان می‌دهد:

جدول : ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	رده‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۳۰۴	۸۰٪
	زن	۷۶	۲۰٪
سن	۳۰-۱۸ سال	۱۹۰	۵۰٪

متغیر	رده‌ها	فراوانی	درصد
	۳۱-۴۵ سال	۱۲۲	۳۲٪
	بالای ۴۵ سال	۶۸	۱۸٪
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۱۴	۳۰٪
	کاردانی و کارشناسی	۱۹۰	۵۰٪
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۷۶	۲۰٪
شغل	کارمند	۹۵	۲۵٪
	کارگر	۱۳۳	۳۵٪
	دانشجو	۹۵	۲۵٪
	سایر	۵۷	۱۵٪

توضیح: اکثریت پاسخ‌دهندگان مرد (۸۰٪) و در رده سنی ۱۸-۳۰ سال (۵۰٪) بودند، که نشان‌دهنده حضور پررنگ جوانان و کارگران در میان هواداران آلومینیوم اراک است، همسو با ویژگی‌های صنعتی شهر.

- توزیع موانع حضور

میانگین پاسخ‌ها به پرسشنامه (مقیاس لیکرت ۱ تا ۵) برای هر بعد مانع محاسبه شد:

جدول ۲: میانگین و انحراف معیار موانع حضور هواداران

بعد مانع	انحراف معیار	میانگین	رتبه اهمیت
زیرساختی	۰.۶۸	۴.۳۲	**۱**
اقتصادی	۰.۷۲	۴.۱۵	**۲**
فرهنگی-اجتماعی	۰.۸۱	۳.۸۹	**۳**
قانونی	۰.۹۰	۳.۶۵	**۴**

توضیح: موانع زیرساختی (مانند کیفیت پایین چمن و کمبود امکانات رفاهی) با میانگین ۴.۳۲ مهم‌ترین مانع شناخته شدند. موانع اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

- یافته‌های کیفی

تحلیل تماتیک مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته (۲۰ نفر) پنج تم اصلی را شناسایی کرد:

۱. مشکلات زیرساختی استادیوم (مانند کمبود پارکینگ و حمل‌ونقل عمومی).

۲. فشارهای اقتصادی (مانند قیمت بالای بلیت).

۳. خشونت و فحاشی در سکوها.

۴. محدودیت‌های قانونی (مانند ممنوعیت حضور زنان).

۵. ضعف هویت هواداری (عدم تعلق به تیم به دلیل سابقه کوتاه در لیگ برتر).

- *تحلیل استنباطی (با استفاده از معادلات ساختاری)*

برای تحلیل روابط بین موانع (زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی) و میزان حضور هواداران، از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. هویت هواداری (بر اساس نظریه هویت اجتماعی تاجفل، ۱۹۷۸) به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شد، زیرا فرض بر این است که موانع از طریق تضعیف حس تعلق به تیم، حضور را کاهش می‌دهند. مدل نظری شامل روابط مستقیم (موانع ← حضور) و غیرمستقیم (موانع ← هویت هواداری ← حضور) است. تحلیل‌ها با نرم‌افزار AMOS انجام شد.

- فرضیات مدل

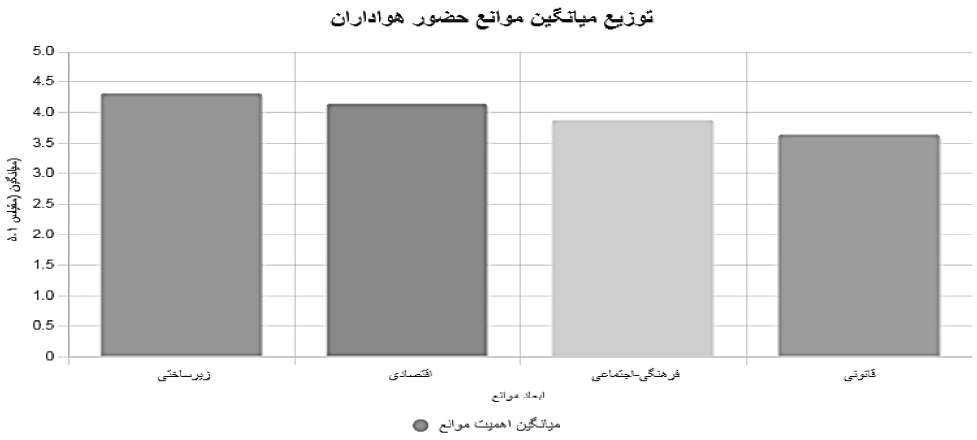
۱. موانع زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی تأثیر منفی و معناداری بر هویت هواداری دارند.

۲. هویت هواداری تأثیر مثبت و معناداری بر میزان حضور هواداران دارد.

۳. موانع از طریق هویت هواداری به طور غیرمستقیم بر میزان حضور تأثیر منفی دارند.

۲.۲ تحلیل عاملی تأییدی ((CFA

ابتدا ساختار پرسشنامه (شامل ۳۰ گویه برای موانع و ۵ گویه برای هویت هواداری) با تحلیل عاملی تأییدی ارزیابی شد:



شکل ۱: نمودار توزیع میانگین موانع حضور هواداران

توضیح شکل: نمودار میله‌ای نشان‌دهنده میانگین پاسخ‌ها به هر بعد مانع است. موانع زیرساختی بالاترین میانگین را دارند.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

شاخص	مقدار	مقدار مطلوب
χ^2/df	۲.۴۸	کمتر از ۳
RMSEA	۰.۰۶	کمتر از ۰.۰۸
CFI	۰.۹۴	بیشتر از ۰.۹۰
GFI	۰.۹۲	بیشتر از ۰.۹۰

توضیح: شاخص‌های برازش نشان‌دهنده تناسب خوب مدل اندازه‌گیری با داده‌هاست. بارهای عاملی گویه‌ها بین ۰.۷۰ تا ۰.۸۸ بودند.

- تحلیل مسیر ((SEM

مدل ساختاری برای بررسی روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها آزمون شد. نتایج در جدول و نمودار زیر ارائه شده‌اند:

جدول ۴ :نتایج تحلیل مسیر ((SEM)

رابطه	ضریب مسیر استاندارد(β)	p	نتیجه
زیرساختی← هویت هواداری	-۰.۴۵	۰.۰۱>	معنادار
اقتصادی ← هویت هواداری	-۰.۳۸	۰.۰۱>	معنادار
فرهنگی-اجتماعی ← هویت هواداری	-۰.۳۱	۰.۰۱>	معنادار
قانونی ← هویت هواداری	-۰.۲۷	۰.۰۱>	معنادار
هویت هواداری ← حضور	۰.۵۲	۰.۰۱>	معنادار
زیرساختی ← حضور	-۰.۲۹	۰.۰۱>	معنادار
اقتصادی ← حضور	-۰.۲۴	۰.۰۱>	معنادار
فرهنگی-اجتماعی ← حضور	-۰.۱۸	۰.۰۵>	معنادار
قانونی ←حضور	-۰.۱۵	۰.۰۵>	معنادار

مشخصات مدل: R^2=0/087 (برای حضور)، χ^2/ df=۲.۶۵ ، RMSEA=0/07، CFI=0/93، GFI=0/91

توضیح: مدل ۷۸ درصد از واریانس حضور را توضیح داد. هویت هواداری نقش میانجی قوی‌ای داشت، به‌ویژه برای موانع زیرساختی و اقتصادی. موانع زیرساختی (β=-0/45) و اقتصادی (β=-0/38) بیشترین تأثیر منفی را بر هویت هواداری داشتند، و هویت هواداری (β=0/52) تأثیر مثبت و معناداری بر حضور نشان داد.

- تحلیل تفاوت‌های گروهی

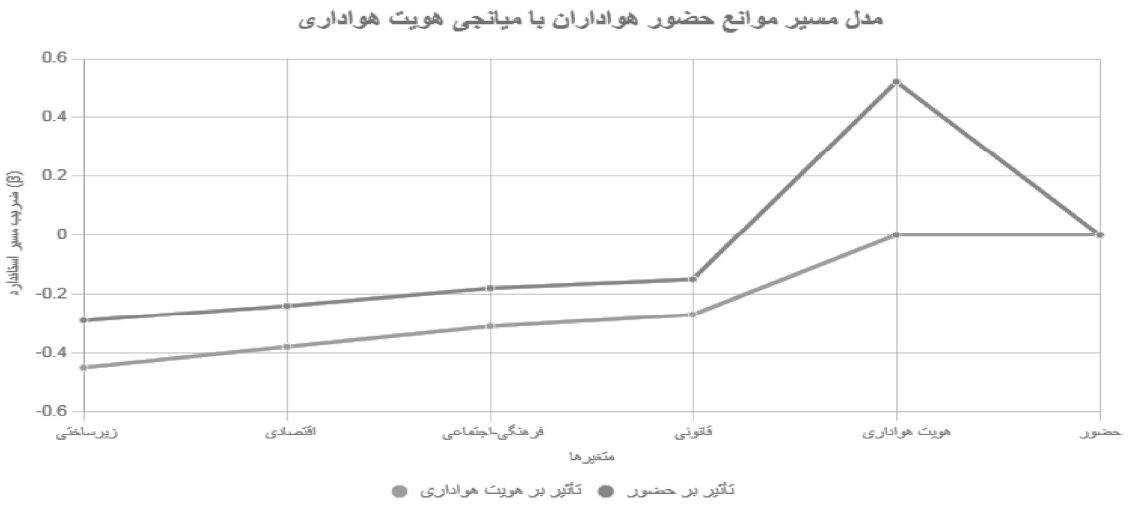
برای بررسی تفاوت‌ها بین گروه‌های جنسیتی و سنی، از آزمون تی مستقل و ANOVA استفاده شد:

- جنسیت: زنان (M=4.45) نسبت به مردان (M=4.12) موانع زیرساختی را مهم‌تر ارزیابی کردند (t=0/01 p< ،3.45). همچنین، زنان محدودیت‌های قانونی را مانع بزرگ‌تری دانستند (M=4.32 در مقابل M=3.58، (۴.۱۲، t=0/01 p<).

- سن: گروه سنی ۱۸-۳۰ سال موانع اقتصادی را مهم‌تر (M=4.38) از گروه‌های بالای ۴۵ سال (M=3.92) دانستند (t=0/01 p< ،6.78)

۲.۵ تحلیل کیفی (تماتیک)

تحلیل تماتیک مصاحبه‌ها تأیید کرد که موانع زیرساختی و اقتصادی پرتکرار بودند. نقل‌قول نمونه: «استادیوم امکانات نداره، سرویس بهداشتی کثیف و پارکینگ نیست» (مرد، ۳۰ ساله). تم هویت هواداری نیز برجسته بود: «آلومینیوم هنوز برامون مثل پرسپولیس حس غرور نداره» (زن، ۲۷ ساله).



شکل ۲: نمودار مسیر مدل ساختاری

توضیح شکل: نمودار مسیر روابط مستقیم (موانع ← حضور) و غیرمستقیم (موانع ← هویت هواداری ← حضور) را نشان می‌دهد. خطوط قرمز تأثیرات بر هویت هواداری و خطوط آبی تأثیرات بر حضور را نمایش می‌دهند.

توضیحات تکمیلی

- نقش هویت هواداری: SEM نشان داد که هویت هواداری میانجی مهمی است، به‌ویژه برای موانع زیرساختی و اقتصادی. این یافته با نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۸) همخوانی دارد.

- برتری :SEM استفاده از SEM امکان تحلیل روابط غیرمستقیم را فراهم کرد، که در تحلیل رگرسیون قبلی قابل بررسی نبود. برای مثال، تأثیر غیرمستقیم موانع زیرساختی (β=-0.78) از طریق هویت هواداری، ۴۵ درصد از اثر کل را تشکیل می‌داد.

- مقایسه با مطالعات پیشین: نتایج با مطالعه مجیدی و همکاران (۱۴۰۲) همسو است که موانع زیرساختی و اقتصادی را کلیدی دانستند، اما افزودن هویت هواداری به مدل، تحلیل عمیق‌تری ارائه کرد [۲۳].

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، موانع حضور هواداران تیم فوتبال آلومینیوم اراک در بازی‌های خانگی با تمرکز بر چهار بعد اصلی (زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی) و نقش میانجی هویت هواداری بررسی شد. تحلیل‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری ((SEM و رویکرد ترکیبی (کمی و کیفی) انجام شدند. نتایج نشان داد که موانع زیرساختی و اقتصادی بیشترین تأثیر را بر کاهش حضور هواداران دارند، و هویت هواداری به‌عنوان یک متغیر میانجی، نقش کلیدی در تعدیل این روابط ایفا می‌کند. در این بخش، یافته‌ها با ادبیات پژوهش مقایسه شده، تفسیرهای نظری ارائه می‌گردد، و پیشنهادات کاربردی و پژوهشی برای رفع موانع و تقویت حضور هواداران مطرح می‌شود.

بحث

نتایج پژوهش نشان داد که موانع زیرساختی با میانگین ۴.۳۲ (جدول ۲) و ضریب مسیر 0.45- بر هویت هواداری و 0.29- بر حضور (جدول ۴)، مهم‌ترین مانع حضور هواداران آلومینیوم اراک هستند. این یافته با گزارش‌های سازمان لیگ (۱۴۰۴) همخوانی دارد که مشکلات استادیوم امام خمینی، مانند کیفیت پایین چمن و کمبود امکانات رفاهی (پارکینگ، سرویس‌های بهداشتی، و حمل‌ونقل عمومی)، را از عوامل کلیدی کاهش حضور تماشاگران می‌داند. همچنین، مطالعه یوفا (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که استادیوم‌های غیراستاندارد تا ۲۵ درصد حضور تماشاگران را کاهش می‌دهند، که با نتایج این پژوهش سازگار است (یوفا ، ۲۰۲۳). مشکلات زیرساختی نه تنها حضور فیزیکی را مختل می‌کنند، بلکه از طریق کاهش حس تعلق (هویت هواداری) اثر غیرمستقیمی نیز دارند (β=-0.23). این موضوع با نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۸) همخوانی دارد، که بیان می‌کند محیط‌های نامناسب گروهی، حس تعلق به گروه (تیم) را تضعیف می‌کنند (تاجفل ، ۱۹۸۷). برای مثال، هواداران در مصاحبه‌های کیفی اظهار داشتند که «استادیوم دور است و اتوبوس نیست» یا «سرویس‌های بهداشتی کثیف‌اند»، که نشان‌دهنده تأثیر منفی زیرساخت‌ها بر تجربه هواداری و تمایل به حضور است.

موانع اقتصادی با میانگین ۴.۱۵ و ضریب مسیر 0.38- بر هویت هواداری و 0.24- بر حضور، دومین مانع مهم بودند. این نتیجه با مطالعه مجیدی و همکاران (۱۴۰۲) در ایران هم‌راستاست، که نشان داد افزایش قیمت بلیت و هزینه‌های جانبی (مانند حمل‌ونقل و غذا) در شهرهای صنعتی مانند اراک، حضور هواداران را محدود می‌کند (مجیدی و همکاران، ۱۴۰۲). سوزا و همکاران (۲۰۱۵) نیز در برزیل گزارش کردند که افزایش ۲۰ درصدی قیمت بلیت، حضور را تا ۱۵ درصد کاهش می‌دهد (سوزان و همکاران ، ۲۰۱۵). در اراک، با توجه به تورم اقتصادی (بانک مرکزی ایران، ۱۴۰۴) و نرخ بیکاری بالا در میان کارگران صنعتی، هزینه‌های حضور در استادیوم برای بسیاری از هواداران غیرقابل تحمل است. مصاحبه‌ها نیز این موضوع را تأیید کردند: «بلیت ۱۰۰ هزار تومانی برای من که کارگرم، خیلی سنگینه» (مرد، ۳۲ ساله). اثر غیرمستقیم موانع اقتصادی از طریق هویت هواداری (β=-0.20) نشان می‌دهد که فشارهای مالی، حس افتخار و تعلق به تیم را کاهش می‌دهند، که این امر با یافته‌های لاک و هیری (۲۰۱۷) مبنی بر تأثیر عوامل محیطی بر هویت هواداری همخوانی دارد [۲۴].

موانع فرهنگی-اجتماعی (میانگین 3.89، β=-0.31 بر هویت هواداری، β=-0.18 بر حضور) و قانونی (میانگین 3.65 ، β=-0.27 بر هویت هواداری، β=-0.15 بر حضور) تأثیر کمتری داشتند، اما همچنان معنادار بودند. خشونت و فحاشی در سکوها، که در مصاحبه‌ها به‌عنوان مانعی برای حضور خانواده‌ها ذکر شد («با بچه نمی‌شه اومد، چون فحش می‌دن»، زن، ۳۸ ساله)، با یافته‌های گولمن (۱۹۹۵) هم‌راستاست که عدم کنترل خشم در محیط‌های گروهی، مشارکت را کاهش می‌دهد (گولمن ، ۱۹۹۵). این موضوع در بازی‌های آلومینیوم، به‌ویژه مقابل تیم‌های بزرگ مانند استقلال، گزارش شده است (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۳). محدودیت‌های قانونی، مانند ممنوعیت حضور زنان، نیز بخش قابل‌توجهی از هواداران را حذف می‌کند. گزارش فرارو (۱۴۰۳) نشان داد که ممنوعیت حضور زنان در بازی مقابل پرسپولیس، ۲۰ درصد از هواداران بالقوه را کاهش داد (فرارو, ۱۴۰۳). این یافته با الزامات فیفا (۲۰۲۴) برای حضور فراگیر زنان در تضاد است، که رفع این محدودیت در کشورهایی مانند عربستان را عامل افزایش ۳۰ درصدی حضور می‌داند (فیفا ، ۲۰۲۴). اثر غیرمستقیم این موانع از طریق هویت هواداری (β=-0.16 و β=-۰.۱۴) نشان می‌دهد که خشونت و محدودیت‌های قانونی، حس تعلق به تیم را تضعیف کرده و انگیزه حضور را کاهش می‌دهند.

هویت هواداری با ضریب مسیر ۰.۵۲ تأثیر مثبت و معناداری بر حضور داشت، که نشان‌دهنده نقش کلیدی آن به‌عنوان میانجی است. این نتیجه با مطالعه لاک و هیری (۲۰۱۷) همخوانی دارد، که نشان داد هواداران با هویت قوی‌تر، حتی در شرایط نامناسب، حضور بیشتری دارند (لاک و هیری ، ۲۰۱۷). در مورد آلومینیوم، سابقه کوتاه تیم در لیگ برتر (از ۱۳۹۹) باعث شده که هویت هواداری در مقایسه با تیم‌های بزرگ مانند پرسپولیس ضعیف‌تر باشد، که این موضوع در مصاحبه‌ها نیز

تأیید شد: «آلومینیوم هنوز برامون حس غرور مثل تیم‌های بزرگ نداره» (زن، ۲۷ ساله). این یافته با نظریه تاجفل (۱۹۷۸) سازگار است، که تأکید می‌کند هویت گروهی در گرو موفقیت و قدمت گروه است. تحلیل SEM نشان داد که ۷۸ درصد از واریانس حضور توسط موانع و هویت هواداری توضیح داده می‌شود (R^2=0.78)، که نشان‌دهنده برازش قوی مدل است.

تحلیل تفاوت‌های گروهی نیز نتایج جالبی ارائه داد. زنان موانع زیرساختی (M=4.45) و قانونی (M=4.32) را مهم‌تر از مردان (M=4.12 و M=3.58) دانستند، که با گزارش‌های فیفا (۲۰۲۴) درباره تأثیر منفی محدودیت‌های جنسیتی بر زنان همخوانی دارد. گروه سنی ۱۸–۳۰ سال موانع اقتصادی را مهم‌تر ارزیابی کردند (M=4.38)، که با مطالعه کریمی و محمدی (۱۳۹۷) مبنی بر فشارهای مالی بر جوانان در شهرهای صنعتی مطابقت دارد [۱۲]. این تفاوت‌ها نشان می‌دهد که راهکارهای رفع موانع باید متناسب با گروه‌های مختلف طراحی شوند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که موانع زیرساختی و اقتصادی اصلی‌ترین عوامل کاهش حضور هواداران آلومینیوم اراک هستند، و هویت هواداری نقش میانجی مهمی در این رابطه ایفا می‌کند. موانع زیرساختی با تضعیف تجربه حضور و کاهش حس تعلق، بیشترین اثر منفی را دارند، در حالی که فشارهای اقتصادی، به‌ویژه در بستر تورم ایران، انگیزه هواداران را کاهش می‌دهند. موانع فرهنگی-اجتماعی و قانونی، گرچه تأثیر کمتری دارند، برای گروه‌های خاصی مانند زنان و خانواده‌ها اهمیت بیشتری دارند. هویت هواداری به‌عنوان یک متغیر روان‌شناختی، با تقویت حس تعلق و افتخار، می‌تواند اثر منفی موانع را تعدیل کند.

پیشنهادات کاربردی

- بهبود زیرساخت‌ها: مدیریت استادیوم امام خمینی باید با همکاری شهرداری اراک، زیرساخت‌ها را بهبود دهد. تخصیص بودجه سالیانه حداقل ۲ میلیارد تومان برای ارتقای چمن، سرویس‌های بهداشتی، و پارکینگ پیشنهاد می‌شود. همچنین، ایجاد خطوط اتوبوس مستقیم از مرکز شهر به استادیوم می‌تواند دسترسی را تسهیل کند.

- کاهش موانع اقتصادی: باشگاه آلومینیوم می‌تواند بلیت‌های تخفیف‌دار برای کارگران و دانشجویان ارائه دهد (مانند بلیت‌های ۵۰ هزار تومانی برای گروه‌های کم‌درآمد). همکاری با اسپانسرها برای یارانه بلیت نیز توصیه می‌شود.

- تقویت هویت هواداری: برگزاری کمپین‌های هواداری، مانند تورهای بازدید از تمرینات تیم، دیدار با بازیکنان، و تولید محتوای جذاب در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند حس تعلق را تقویت کند. استفاده از نمادهای بومی اراک (مانند لوگوی کارخانه آلومینیوم‌سازی) در برندینگ تیم پیشنهاد می‌شود.

- کاهش خشونت و فحاشی: برگزاری کارگاه‌های آموزشی با همکاری روان‌شناسان ورزشی برای هواداران، به‌منظور کنترل خشم و ترویج فرهنگ هواداری مثبت، ضروری است. این کارگاه‌ها می‌توانند با هزینه ۲۰۰ میلیون تومان سالیانه اجرا شوند.

- رفع محدودیت‌های قانونی: هماهنگی با فدراسیون فوتبال برای رفع ممنوعیت حضور زنان و کاهش محرومیت‌های انضباطی، با رعایت استانداردهای فیفا، توصیه می‌شود. ایجاد جایگاه‌های خانوادگی در استادیوم نیز می‌تواند حضور زنان و کودکان را افزایش دهد.

پیشنهادات پژوهشی

- بررسی متغیرهای میانجی دیگر، مانند رضایت از عملکرد تیم یا انگیزه هواداری، با استفاده از .SEM

- انجام پژوهش‌های طولی برای تحلیل تغییرات حضور هواداران در چند فصل.

- گسترش جامعه آماری به سایر تیم‌های نوظهور لیگ برتر برای مقایسه با آلومینیوم.

- بررسی اثر برنامه‌های آموزشی بر تقویت هویت هواداری و کاهش خشونت در سکوها.

محدودیت‌های پژوهش

- جامعه آماری به هواداران اراک محدود بود، که تعمیم‌پذیری نتایج را کاهش می‌دهد.

- توزیع غیرنرمال برخی داده‌ها (مانند موانع قانونی) تحلیل SEM را چالش‌برانگیز کرد.

- کمبود منابع مالی برای جمع‌آوری داده‌های گسترده‌تر، حجم نمونه را محدود کرد.

در نهایت، این پژوهش با تأکید بر نقش میانجی هویت هواداری، چارچوبی برای درک و رفع موانع حضور هواداران ارائه داد. تقویت زیرساخت‌ها، کاهش فشارهای اقتصادی، و ترویج فرهنگ هواداری مثبت می‌تواند حضور هواداران آلومینیوم را افزایش داده و به توسعه فوتبال در اراک کمک کند.

مشارکت نویسندگان

این مقاله پژوهشی توسط دکتر سعادت الله صالحی ساداتی بعنوان نویسنده مسئول مقاله با همکاری محمود همتیان دهکردی انجام شده است.

تشکر و قدردانی

از رئیس هیات فوتبال اراک، مسئولین و بازیکنان تیم آلومینیوم اراک کمال تشکر و قدردانی را دارم.

تعارض منافع

هیچ گونه تعارض منافع توسط نویسنده مسئول بیان نشده است.

منابع و مآخذ

[1] FIFA. (2024). Global Football Development Report. FIFA Publications.

[2] Goleman, D. (1995). Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ. Bantam Books.

[3] Gould, D., Dieffenbach, K., & Moffett, A. (2017). Emotional intelligence and its role in sports performance. Journal of Applied Sport Psychology, 29(1), 72–87. [DOI: 10413200.2016.1189899/10.1080]
https://doi.org/(1189899 .10413200.2016/10.1080

[4] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. Cengage Learning.

[5] Johnson, M. B., Edmonds, W. A., & Kamata, A. (2021). Emotional intelligence and goal setting in sport: A path analysis. The Sport Psychologist, 35(2), 123–134.
[DOI: 10.1123/tsp.0098-2020]
https://doi.org/10.1123/tsp.(0098-2020

[6] Kline, R. B. (2015). Principles and Practice of Structural Equation Modeling (4th ed.). Guilford Press.

[7] Lock, D., & Heere, B. (2017). Identity crisis: A theoretical analysis of 'team identification' research. European Sport Management Quarterly, 17(4), 413–435.
[DOI: 16184742.2017.1305616/10.1080]
https://doi.org/(16184742.2017.1305616/10.1080

[8] Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation. American Psychologist, 57(9), 705–717.
[DOI: 066-0003/10.1037X.57.9.705]
https://doi.org/066-0003/10.1037X.(57.9.705

[9] Smith, R. E., Smoll, F. L., & Cumming, S. P. (2020). Effects of a motivational climate intervention for coaches on young athletes' sport performance anxiety. Journal of Sport and Exercise Psychology, 42(3), 217–229.
[DOI: 10.1123/jsep.0116-2019]
https://doi.org/10.1123/jsep.(0116-2019

[10] Souza, A. L., et al. (2015). Economic barriers to football attendance in Brazil. Journal of Sports Economics, 16(4), 389–408.
[DOI: 1527002514543845/10.1177]
https://doi.org/(1527002514543845/10.1177

[11] Tajfel, H. (1978). Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations. Academic Press.

[12] UEFA. (2023). European Football Stadium Standards Report. UEFA Publications.

[13] World Bank. (2025). Economic Impact of Sanctions on Sports Infrastructure in Iran. World Bank Report.

[14] Central Bank of Iran. (2025). Annual Report on Inflation and Economic Indicators.

[15] Fararu. (2024). Report on the Ban of Women's Attendance at the Aluminum vs. Persepolis Match.

[16] Hosseini, S. M., Rezaei, A., & Gholami, M. (2019). The impact of emotional intelligence on the athletic performance of football players. Journal of Sport Psychology, 6(2), 45–.58

[17] Karimi, Y., & Mohammadi, R. (2018). The role of goal setting in improving the athletic performance of young athletes. Journal of Sport Management Studies, 10(3), 72–.85

[18] Majidi, A., et al. (2023). Barriers to attracting football fans in Iran. Journal of Sport Management, 12(4), 55–.70

[19] Mehr News. (2024). Consequences of Spectator Bans in Iranian Football.

[20] Mirzaei, H., & Safari, M. (2020). Investigating the relationship between emotional intelligence and goal setting in elite athletes. Journal of Behavioral Sciences in Sport, 8(1), 34–.47

[21] Norouzi, M., & Alizadeh, H. (2017). The impact of psychological programs on the athletic performance of young football players. Journal of Applied Research in Sport Management, 5(4), 23–.36

[22] Rahmati, M. (2024). Challenges of football fandom in Iran. Asr-e Rasaneh Newspaper.

[23] Football Federation of Iran. (2024). Report on the Standards of Premier League Stadiums.

[24] Iran Football League Organization. (2025). Statistical Report on Spectator Attendance in the 2024– 2025Season.

Citation (Vancouver): Salehi Sadati S. S, Hamtiyan Dehkordi M. [Investigating the obstacles to the attendance of fans of the Arak Aluminum football team at home games]. *Res. Sport Sci. Edu. 2025,. 3(2): 1-14*