

## شناسایی و اولویت‌بندی انگیزه‌های تماشاگران و ورزشکاران کشتی چوخه

قاسم مهرابی<sup>۱</sup>، حسین عیدی<sup>۲</sup>، هدی مهنانی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۲/۸/۴

تاریخ ارسال: ۹۲/۲/۱۵

## چکیده

هدف این پژوهش بررسی و اولویت‌بندی انگیزه‌های تماشاگران و ورزشکاران از پرداختن به ورزش بومی - محلی کشتی چوخه بود. بدین منظور، ۳۴۸ نفر از تماشاگران و ۱۷۸ نفر از ورزشکاران، به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه سنجش انگیزه حضور تماشاگران کوریا و استیوس، و انگیزه مشارکت ورزشی کوبین مسترز که روایی آن با استفاده از نظرات خبرگان تأیید و پایایی آن نیز به‌روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ و ۰/۷۹ محاسبه شد. به‌منظور اطمینان از طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و از آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی میانگین‌ها استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد، مهم‌ترین عوامل انگیزشی تماشاگران شامل: وابستگی تیمی (حضور کشتی‌گیران ستاره، دیدن کشتی‌گیران مورد علاقه) و تفریح و سرگرمی (لذت‌بردن از ورزش، زیبایی کشتی چوخه) بود و مهم‌ترین عوامل انگیزشی ورزشکاران عامل روانی (مقابله با احساسات منفی، بهبود عزت نفس و ارزش‌دادن به زندگی) و عوامل فیزیکی (ارتقاء سلامتی و کنترل وزن) می‌باشد. پیشنهاد می‌شود سیاستگذاران ورزشی توجه بیشتری به رشته‌های بومی و محلی داشته و با برگزاری لیگ‌های منظم و ایجاد تسهیلات مناسب برای تماشاگران و ورزشکاران به جذاب‌تر کردن رقابت‌های این ورزش کمک کنند.

**کلید واژه‌ها:** تماشاگران ورزشی، انگیزه، کشتی چوخه، مشارکت ورزشی.

## Detection and Prioritization of Athletes and Spectators Motivation of Chokheh Wrestling

Ghasem Mehrabi, Hossein Eydi, Hoda Mahnani

## Abstract

The purpose of study was detection and priorities of spectators and athlete's motivation for doing ancient and local chokheh wrestling sport. Research population was 384 spectators and 178 athletes. For collecting data applied tow questionnaire of spectator motivation for attendance in arena Correia & Estevez and questionnaire of motivation for participating in sport. For Validity of this instruments, utilized the opinion of expert and for internal validity of questionnaire Cronbach alpha was applied ( $r=0.81, 0.79$ ). For certainty of normal distribution of date K-S test and Friedman test for priorities of means, were applied. Result showed that most important motivation of spectator was interest in team (attend of elite wrestler, saw beloved wrestler) recreation and entertain (pleasure of sport, chokheh wrestling elegance) and most important motivation of athletes was psychological factor (collation with negative emotions and development of self-esteem) and physical factor (fitness and Wight control). According to result of study suggests that policy maker have a more consideration to this ancient and local sport and held high quality league in country, prepare basic situation for attendance of more spectator for attracting and develop this sport.

**Key Words:** Sport Spectators, Motivation, Chokheh Wrestling, Sport Participation.

## مقدمه

چوخه، لباس پشمی محکمی است که کشتی‌گیران به‌هنگام مبارزه، پوشیده و آن را با شال آبی یا قرمز محکم می‌کنند. کشتی که با این لباس اجرا می‌شود، کشتی چوخه نام گرفته است (مهرابی، ۱۳۸۱). این ورزش یکی از ورزش‌های بومی و محلی خراسان است که هر روز هواداران آن بیشتر شده و از منظر صاحب‌نظران استان، این مسابقات تماشاگران بسیاری را به خود جذب کرده است (مهرابی، مهنائی، عیدی، ۱۳۹۱). به گزارش حسین‌پور، فهیم‌دوین، رحیمی (۱۳۹۱)، همه ساله در روز چهارده فروردین، مسابقات کشتی چوخه که در گود سنتی «چشمه زینل‌خان» برگزار می‌گردد، قریب به ۸۰ هزار تماشاگر در ورزشگاه حضور پیدا کرده و به تماشای این مسابقات می‌پردازند. از طرف دیگر، به‌لحاظ قرابت تکنیکی و فنی این رشته با ورزش کوراش و جودو، سهم قابل توجهی از ورزشکاران تیم ملی کشور در این دو رشته ورزشی را قهرمانان کشتی چوخه به خود اختصاص داده‌اند (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۱). به عقیده پژوهشگران ورزشی، بیشتر ورزش‌های بومی و محلی که به‌لحاظ تمایلات، گرایش‌ها، علایق فرهنگی، ذوقی و هنری رابطه نزدیکی با شیوه زندگی، گفتار و کردار اقوام مختلف کشور دارد، از نسل‌های گذشته به ما رسیده و درحال حاضر، در حال فراموشی و نابودی است و تنها در برخی از جشنواره‌ها و مراسم ویژه اجرا می‌شود (جاوید، ۱۳۸۶). در این راستا، بررسی انگیزه تماشاگران و ورزشکاران کشتی چوخه، علل ماندگاری و توسعه این رشته ورزشی را در طول سال‌های گذشته، می‌تواند روشن‌تر سازد. همچنین، درک عوامل مؤثر بر حضور افراد در رویدادهای مختلف ورزشی می‌تواند نقش مهمی در نحوه مدیریت، برنامه‌ریزی و ارائه خدمات مطلوب داشته باشد و این چالش مهم، پژوهشگران و مدیران برگزاری رویدادهای ورزشی را تشویق می‌کند تا عوامل تحریک‌کننده افراد برای

حضور و پرداختن به ورزش‌های مختلف را شناسایی کنند (کیم و تریل، ۲۰۱۰).

به‌عقیده سامرز، جانسون و کانویانگوا<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، مشارکت ورزشی از چهار بخش تماشای ورزش، حضور در ورزش، مصرف مجازی با بازی‌های کامپیوتری مرتبط با ورزش و استفاده از کالاهای ورزشی تشکیل شده است. کوا<sup>۲</sup> (۲۰۰۲)، معتقد است تماشای ورزش، افزایش انسجام اجتماعی و فرهنگی را موجب می‌شود. از نظر هانگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، تماشای ورزش باعث کاهش استرس می‌شود و سرگرمی‌های ناشی از ورزش نیز می‌تواند به آرام‌سازی جسم و ذهن کمک نماید.

چانگ، جنگ، و یاو<sup>۴</sup> (۲۰۰۴)، به این نتیجه دست‌یافتند که حضور در رویدادهای ورزشی، نه فقط موجب سرگرمی، فرونشاندن هیجان و افزایش دانش ورزشی می‌شود، بلکه شناخت گروه‌ها و توسعه ارتباطات بین‌فردی را نیز موجب می‌گردد و نقش مهمی در عملکرد بازیکنان دارد. به‌عبارتی، بازیکنان با تشویق تماشاگران برانگیخته‌شده و انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند، از این‌رو، سود حاصل از تماشای ورزش را می‌توان در سه زمینه؛ تجربه زندگی متعادل، بهبود اهمیت و کیفیت زندگی، و توسعه ورزش طبقه‌بندی کرد. علاوه‌براین، تماشاگران ورزش، نقش مهمی در صنعت ورزش دارند و بر اساس گزارش‌ها، در آمریکا سالانه ۱۷/۱ میلیارد دلار، در کره جنوبی ۱۱ میلیارد، ژاپن ۳۵ میلیارد و در تایوان ۱۹ میلیون دلار صرف خرید بلیط رویدادهای ورزشی می‌شود که نقش بسیار مهمی در تجارت این کشورها دارد (کیم و تریل، ۲۰۱۰). بنابراین، تماشاگران نقش مهمی در تکمیل موفقیت رقابت‌های ورزشی دارند که در ادامه به

1. Summers, Johnson, & Kanoyangwa

2. Kao

3. Huang

4. Cheng, Chen, & Yao

تماشاگران ورزشی برشمردند. جالای<sup>۸</sup> (۲۰۰۸)، وفاداری تیمی، غرور اجتماعی، هویت تیمی، سرگرمی، تعامل اجتماعی، ادراک بیرونی و علاقه‌مندی به یک ورزش را عامل حضور تماشاگران گزارش کردند. گایو<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) نشان داد که لذت‌بردن از تماشای ورزش، جامعه‌پذیری، هویت‌بخشی، جایگاه اجتماعی، روحیه، دانش، مراسم و تشریفات با مشارکت در تماشای ورزش، ارتباط معناداری داشت.

از طرف دیگر، جذابیت بازی و تیم‌ها به‌مثابه مهم‌ترین دلیل رضایت تماشاگران از حضور در رویداد، عنوان شده که می‌تواند حضور در رویدادهای آینده را نیز پیش‌بینی نماید (هوانگ، ۲۰۱۱). یوسف و سی<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۸)، بیان کردند که کیفیت تیم‌ها (بازیکنان ستاره و سطح رقابت) و محیط فیزیکی با رضایت تماشاگران ارتباط معناداری دارد، که این عوامل می‌توانند در حفظ و حضور مجدد افراد در رویدادهای ورزشی اثرگذار باشند. یافته‌های ساعت‌چیان، الهی، ناظمی و علیزاده (۱۳۹۱) نیز پیروزی نیابتی، علم فوتبال، اجتماعی‌شدن، کسب هیجان، تأثیر دیگران و رهایی از تنش را به‌ترتیب از عوامل جانب‌داری هواداران لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور، گزارش کردند.

عیدی، رضانی‌نژاد، ریحانی، میرزایی، عباسی (۱۳۹۱)، با بررسی انگیزه‌های حمایت هواداران باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران به این نتیجه رسیدند که در مجموع، شش عامل وفاداری تیمی، غرور اجتماعی، هویت تیمی، لذت سرگرمی، تعامل اجتماعی و ادراک بیرونی تیم به‌عنوان خرده‌مقیاس‌های انگیزشی هواداران برای حضور و حمایت آن‌ها بودند. از طرفی، عامل وفاداری تیمی مهم‌ترین عامل برای حضور و حمایت هواداران شناسایی شد.

بررسی‌ها نشان‌دادند که سازمان‌های ورزشی هرساله

بررسی نتایج برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه انگیزه‌های حضور افراد در رویدادهای مختلف ورزشی پرداخته‌شده است. به‌عنوان مثال، روبین و اسنیپس<sup>۱</sup> (۲۰۰۷)، بر این باورند که ویژگی‌های فردی یکی از عوامل مؤثر بر حضور افراد در رویدادهای ورزشی هستند. به‌عقیده جانگ و کوری<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، خانواده، اجتماعی‌گرایی و گروه‌های مرجع، و به‌عقیده اسمیت و توماس<sup>۳</sup> (۲۰۰۵)، سن، دوستان و خانواده، از مهم‌ترین دلایل حضور تماشاگران در رویدادهای ورزشی هستند. از نظر دیلاندر<sup>۴</sup> (۲۰۰۸)، سرگرمی، شخصیت و نیازهای خانوادگی از مهم‌ترین علل حضور تماشاگران ورزشی محسوب می‌شوند. نتایج پژوهش فلاحی، اسدی و خبیری (۱۳۸۹) نیز نشان داد که عوامل اقتصادی و تسهیلات ورزشگاه، از مهم‌ترین عوامل حضور تماشاگران، و پرخاشگری و توهین به داور، از کم‌اهمیت‌ترین عوامل تأثیرگذار بر حضور تماشاگران لیگ برتر فوتبال می‌باشند. کیم، اندرو، گرینویل<sup>۵</sup> (۲۰۰۹) نیز گزارش کردند که انگیزه‌های تماشاگران کره‌ای شامل علاقه به ورزش، بازی منصفانه، قهرمان‌دوستی و انگیزه هواداران آمریکایی شامل علاقه به ورزش و علاقه به بازیکنان می‌باشد.

یافته‌های شانک<sup>۶</sup> (۲۰۰۶) نشان داد که عوامل انگیزشی مختلفی از قبیل سرگرمی و تفریح، جذابیت بازی، عوامل اقتصادی، عوامل رقابتی، ویژگی‌های فردی، خدمات استادیوم و ارزش ورزش در جامعه بر حضور افراد در رویدادهای ورزشی مؤثر است. نتایج پژوهش وان و کیتامور<sup>۷</sup> (۲۰۰۶)، نیز شش عامل انگیزشی، اقتصادی، محیطی، جمعیت‌شناختی، جذابیت تیم‌ها و عوامل درونی را از مهم‌ترین عوامل حضور

1. Robin & Snipes
2. Jung & Koru
3. Smith & Thomas
4. Dylander
5. Kim, Andrew, & Greenwell
6. Shonk
7. Won & Kitamura

8. Jallai
9. Gau
10. Yusof & See

رقابت مردان امتیاز بیشتری از زنان در انگیزه‌های مشارکت کسب‌کردند. نتایج پژوهش سلامت، فراهانی، و گودرزی (۱۳۹۱)، نشان داد که انگیزه مردان بدنساز، آمادگی جسمانی و قهرمانی، و درمقابل، انگیزه زنان بدنساز، سلامتی، کنترل وزن، آرامش و اجتماعی‌شدن بود. امیدی، حمایت‌طلب، و گاراژیان (۱۳۹۰)، گزارش دادند که انگیزه داشتن وزن مناسب و کنترل آن، مهم‌ترین عامل انگیزه مردان بدنساز شهر تهران بود و پاسخ‌گویان این ورزش را برای داشتن چهره ورزشکاری بین مردم و افزایش و کاهش سریع وزن انتخاب می‌کنند. محرم‌زاده، حق‌پرست، اکبری، و اشرافی (۱۳۹۱) ارزش ذاتی کشتی را مهم‌ترین عامل مؤثر بر گرایش جوانان به کشتی در شهر زنجان معرفی کردند.

مک‌دونالد، ملینا، و هونگ<sup>۸</sup> (۲۰۰۲)، کاهش استرس، آمادگی جسمانی، خطر جوی، پرخاشگری، ارتباط با دیگران، تسهیلات اجتماعی، عزت‌نفس، رقابت، موفقیت، کسب مهارت، زیبایی‌شناسی، توسعه ارزش‌ها و خودشکوفایی را مهم‌ترین انگیزه‌های مشارکت در ورزش می‌دانند. از طرفی، شی‌یو<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) تجربه سرزندگی، همراهی کردن دیگران، اعتماد به نفس، شناخت اجتماعی، ارزش‌های اخلاقی و معنوی، روشنفکری، دانش و آگاهی و زیبایی‌شناسی ناشی از ورزش می‌تواند مشارکت مستمر افراد در برنامه‌های ورزشی را پیش‌بینی نماید. در مجموع، لذت و نشاط، حفظ و ارتقای سلامتی، آمادگی جسمانی و افزایش قدرت عضلات، شرکت در رقابت‌های ورزشی و افزایش قدرت تحمل، داشتن اندامی مناسب و موزون، ثبات عاطفی و کاهش تنش، از دلایل چرایی انجام فعالیت‌های ورزشی بیان شده است (وینبرگ و همکاران، ۲۰۰۰).

با توجه به مطالب بیان‌شده، ورزشکاران نه تنها عامل

در آمریکا، به‌طور میانگین ۴۰ درصد از مشتریان خود را از دست می‌دهند و براساس نتایج پژوهش دیشمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۱)، حدود نیمی از افرادی که شروع به ورزش می‌کنند، در دوره‌ای کوتاه‌مدت مایوس شده و ورزش را رها می‌کنند. از طرف دیگر، حضور در ورزش یکی از رایج‌ترین اشکال سرگرمی‌ها در جوامع است. در مطالعه هسی، وانگ، ترسی، و یودر<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، پژوهشی را به‌منظور تأثیر فرهنگ بر مشارکت در ورزش انجام دادند. نتایج حاکی از آن بود که در آمریکا، خانواده، و در تایوان، رهایی از تنش، مهم‌ترین عامل ایجاد انگیزه برای مشارکت افراد در ورزش بود. بیتون و فانک<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، بیان کردند که بهره‌مندی فیزیکی و اجتماعی اصلی‌ترین عوامل مشارکت افراد در فعالیت‌های بدنی و حضور در ورزش به هر دو شکل فعال و غیرفعال می‌باشند. پارک<sup>۴</sup> (۲۰۰۴)، در مطالعه خود، مهم‌ترین انگیزه مشارکت در ورزش شهروندان واشنگتن را سرگرمی و لذت‌بردن از اوقات فراغت معرفی کرد. داج و جاکارد<sup>۵</sup> (۲۰۰۸)، علاقه-مندی به بهبود مهارت و ارتقاء عملکرد را مهم‌ترین دلیل عدم غیبت و حضور پیوسته در ورزش گزارش کردند. فارنهام، بدمین، و سادی<sup>۶</sup> (۲۰۰۲)، در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که افرادی که به‌شکل حرفه‌ای به فعالیت‌های ورزشی می‌پردازند، بیشتر به-دلیل لذت و شایستگی، و افرادی که به فعالیت‌های تفریحی می‌پردازند، به‌منظور تناسب اندام و انگیزه بدنی به مشارکت در ورزش می‌پردازند. مطالعات سرنا و لیتائو<sup>۷</sup> (۲۰۰۳)، نیز نشان داد که در حوزه‌های کنترل وزن، کنترل روانی و تندرستی زنان، امتیاز بیشتری نسبت به مردان و در حوزه‌های پیوند جوی و

1. Dishman
2. Hsieh, Wang, Tracy, & Yoder
3. Beaton & Funk
4. Park
5. Dodge & Jaccard
6. Furnham Badmin, & Sneade
7. Senra & Leitão

8. McDonald, Milne, & Hong

9. Li-Shiue

ترتیب تعداد ۳۲۸ از تماشاگران و ۱۷۸ پرسش‌نامه از ورزشکاران برگشت داده شد و با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۱۸ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای آزمون فرضیه‌ها و اولویت‌بندی عوامل از آزمون فریدمن، و برای طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. روایی ظاهری پرسش‌نامه‌ها را استادان و متخصصان حوزه رفتار حرکتی و روان‌شناسی ورزشی مرتبط، و پایایی آن با آزمون آلفای کرونباخ با ضرایب  $\alpha = 0/81$  و  $\alpha = 0/79$  مورد تأیید قرار گرفت.

### معرفی ابزار و شیوه نمره‌گذاری

*الف) تماشاگران ورزشی:* ابزار اندازه‌گیری، پرسش‌نامه اصلاح‌شده انگیزه حضور تماشاگران ورزشی کوریا و استیوس<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) بود. پرسش‌نامه انگیزه‌های حضور تماشاگران<sup>۳</sup> شامل ۴۴ سؤال در قالب ۶ خرده‌مقیاس انگیزشی (وابستگی به ورزشکار، سرگرمی و تفریح، تسهیلات و امکانات، فعالیت‌های جانبی، پرخاشگری و عامل اقتصادی) است و برحسب مقیاس ارزشی لیکرت طراحی شده بود. پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش فلاحی و دیگران (۱۳۸۹) با استفاده از آلفای کرونباخ  $0/87$  گزارش شده است.

*ب) ورزشکاران:* ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه اصلاح‌شده انگیزه مشارکت ورزشی<sup>۱</sup> کوین مسترز<sup>۲</sup> (۱۹۹۳) بود. این پرسش‌نامه، شامل ۵۶ سؤال در ۹ خرده-مقیاس انگیزشی (سلامتی، اهمیت وزن مناسب، پیشرفت اهداف شخصی، رقابت‌طلبی، پذیرفته شدن، وابستگی، رویارویی با احساسات منفی، ارزش دادن به زندگی و عزت نفس) در چهار انگیزه اصلی مشارکت ورزشی (انگیزه فیزیکی، روانی، اجتماعی و نیاز به پیشرفت) است و برحسب مقیاس لیکرت طراحی شده بود. این پرسش‌نامه در پژوهش امیدوی و همکاران (۱۳۹۰) اعتباریابی و پایایی آن با استفاده از

اصلی شکل‌گیری رقابت‌ها می‌باشند، بلکه، عمده‌ترین عامل توسعه‌یافتگی یک ورزش نیز محسوب می‌شوند. از طرف دیگر، مشارکت و حضور تماشاگران رونق بسیاری به مسابقات می‌دهد، به طوری که عدم حضور آنها موجب عدم توسعه یک رشته و افت آن خواهد شد. از این رو، باتوجه به پژوهش‌های اندک در زمینه ورزش‌های بومی و محلی کشور و لزوم توجه به فرهنگ باستانی و آیین‌های سنتی هر بخش از کشور، بررسی ابعاد مختلف آن رشته برای غنابخشی بیشتر و فراهم کردن بسترهای توسعه آن مورد نیاز خواهد بود. به همین منظور، پژوهش‌های علمی همه‌جانبه در ابعاد مختلف این رشته، ضرورتی است که باعث شد پژوهشگران در این پژوهش با توجه به وجود این کاستی به بررسی و اولویت‌بندی انگیزه‌های حضور ورزشکاران و تماشاگران رشته بومی و محلی کشتی چوخه بپردازند، تا از این رهگذر به مدیران برگزاری و دست‌اندرکاران راهکارهای مناسب برای حضور هر چه بهتر و فراهم کردن امکانات لازم برای برگزاری و توسعه این رشته ورزشی را فراهم نمایند. بنابراین، این مطالعه سعی دارد تا عوامل مؤثر بر حضور ورزشکار و تماشاگر به عنوان دو شاخص کلیدی رشته ورزش کشتی چوخه را به مثابه یک ورزش بومی و محلی که پشتوانه‌ای برای سایر ورزش‌ها از قبیل کوراش، جودو، کشتی آزاد و فرنگی و غیره می‌باشد، را بررسی نماید.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری را تماشاگران و ورزشکاران کشتی چوخه تشکیل داد که در مسابقه چهارده فروردین ۱۳۹۲ گود سنتی چشمه زینل خان حضور داشتند. طبق جدول کرجسی و مورگان<sup>۱</sup>، ۳۸۴ نفر نمونه برای تماشاگران، و برای ورزشکاران به شکل تمام‌شمار ۱۷۸ نفر در نظر گرفته شد. از تعداد کل پرسش‌نامه‌های توزیع شده به-

2. Correia & Esteves  
3. Motivations of Spectator Attendance Scale

1. Krejcie & Morgan

وابستگی به ورزشکار و سرگرمی و تفریح است، عامل پرخاشگری و اقتصاد از کمترین اهمیت برخوردار است. تجزیه و تحلیل این داده‌ها با آزمون فریدمن نشان داد، بین اولویت این عوامل در سطح  $P \geq 0.05$  تفاوت معناداری وجود دارد.

آلفای کرونباخ ۰/۷۵ گزارش شده بود که در این پژوهش با انجام اصلاحاتی از آن استفاده شد.

#### یافته‌ها

نتایج جدول ۱ و ۲ در مورد آزمون فریدمن و اولویت‌بندی عوامل انگیزشی تماشاگران نشان می‌دهد که مهم‌ترین عوامل انگیزشی تماشاگران به ترتیب؛

جدول ۱. نتایج آزمون فریدمن درباره عوامل انگیزشی تماشاگران کشتی چوخه

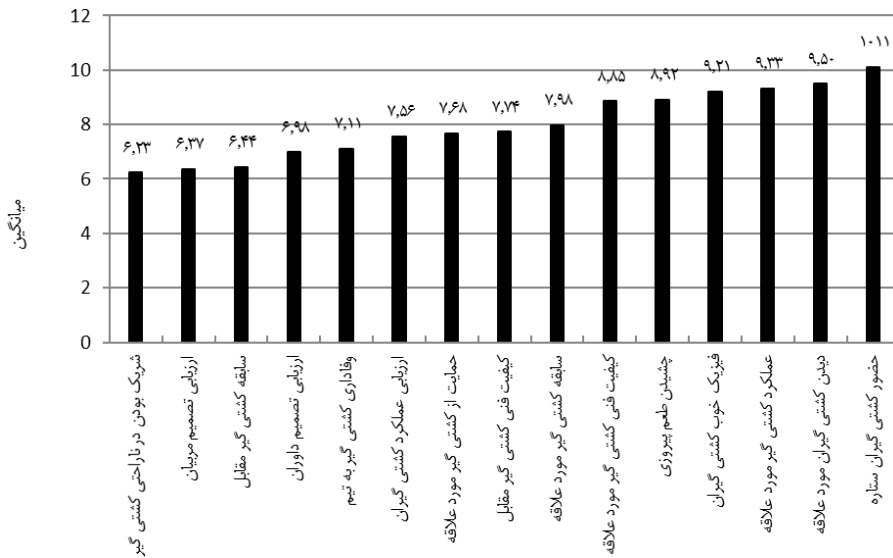
عوامل انگیزشی	N	خی دو	درجه آزادی	sig	نتیجه
تفاوت میانگین‌های عوامل انگیزشی تماشاگران	۳۲۷	۱۴۷۲/۸۱۹	۵	۰/۰۰۱	معنادار

جدول ۲. اولویت‌بندی عوامل انگیزشی تماشاگران کشتی چوخه

اولویت	عوامل	میانگین رتبه
۱	وابستگی به ورزشکار	۵/۹۷
۲	سرگرمی و تفریح	۴/۷۹
۳	تسهیلات ورزشگاه	۴/۲۳
۴	فعالیت‌های جانبی	۲/۵
۵	پرخاشگری	۲/۱۱
۶	عوامل اقتصادی	۱/۴

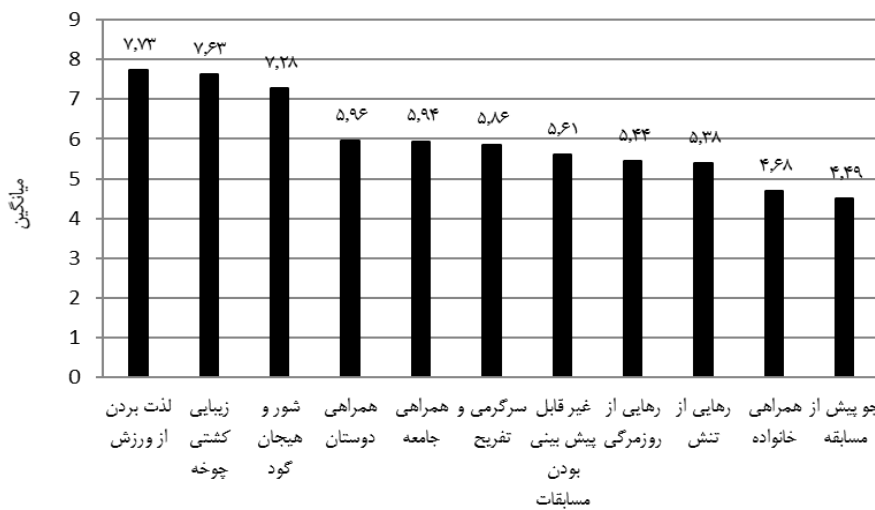
در گود کشتی چوخه، به ترتیب حضور کشتی‌گیران ستاره و دیدن کشتی‌گیران مورد علاقه است.

نتایج شکل ۱، اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده-مقیاس وابستگی به ورزشکار را نشان می‌دهد. بر این اساس، مهم‌ترین عامل انگیزشی تماشاگران از حضور



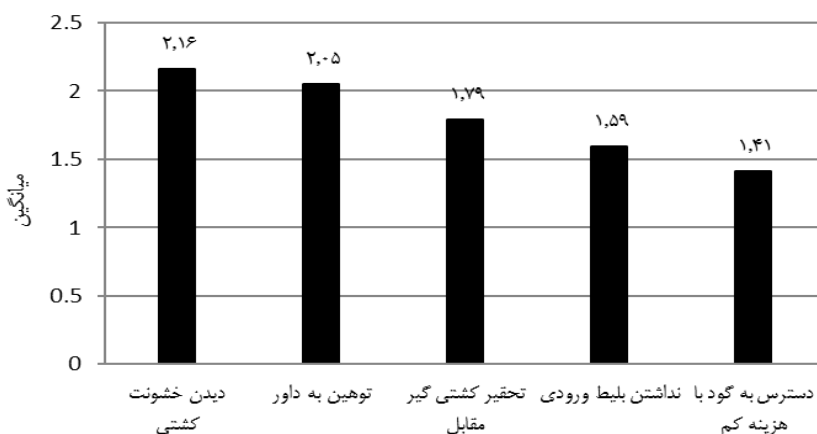
شکل ۱. اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده‌مقیاس وابستگی به ورزشکار

نتایج شکل ۲، اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده-مقیاس سرگرمی و تفریح را نشان می‌دهد، بر این اساس، مهم‌ترین عامل انگیزشی تماشاگران از حضور در گود کشتی چوخه به‌ترتیب؛ لذت بردن از ورزش و زیبایی کشتی چوخه است.



شکل ۲. اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده‌مقیاس تفریح و سرگرمی

نتایج شکل ۳، اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده-مقیاس پرخاشگری و عامل اقتصادی را نشان می‌دهد. بر این اساس، تحقیر کشتی‌گیر مقابل، و توهین به داور، از کم‌ترین اهمیت در بخش پرخاشگری، و دسترسی به گود کشتی با هزینه کم در خرده‌مقیاس اقتصادی از کمترین اهمیت برخوردار بودند.



شکل ۳. اولویت‌بندی عوامل انگیزشی خرده‌مقیاس پرخاشگری و اقتصادی

نتایج جدول ۳ و ۴ بر مبنای آزمون فریدمن و اولویت‌بندی عوامل انگیزشی کشتی‌گیران نشان داد که مهم‌ترین عامل انگیزشی کشتی‌گیران از پرداختن به کشتی چوخه به ترتیب؛ انگیزه روانی، انگیزه فیزیکی و انگیزه اجتماعی است. تجزیه و تحلیل این داده‌ها با آزمون فریدمن نشان داد بین اولویت این ابعاد در سطح  $P \geq 0.05$  تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۳. نتایج آزمون فریدمن درباره عوامل انگیزشی کشتی‌گیران کشتی چوخه

نتیجه	sig	درجه آزادی	خی دو	N	عوامل انگیزشی
معنادار	۰/۰۰۱	۳	۳۵۴/۶۳۳	۱۷۸	تفاوت میانگین‌های عوامل انگیزشی تماشاگران

جدول ۴. اولویت‌بندی عوامل انگیزشی کشتی‌گیران کشتی چوخه

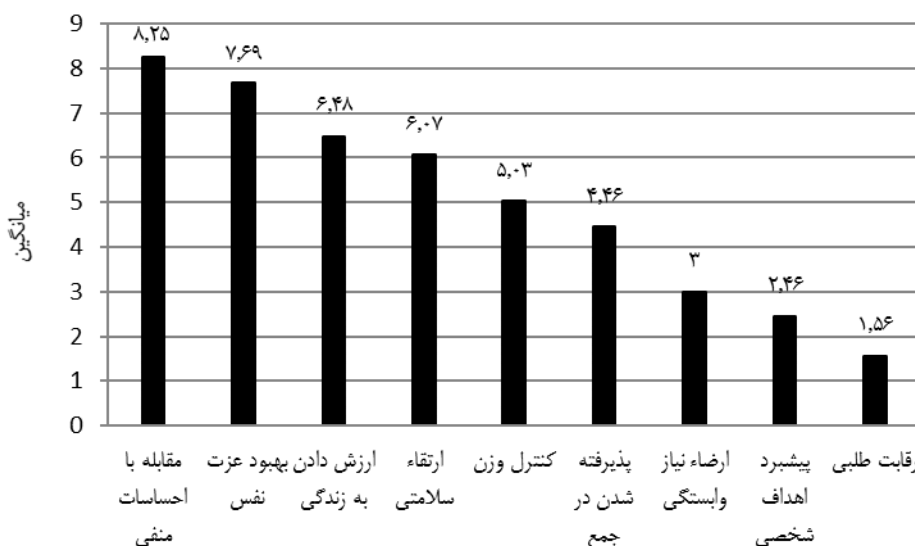
اولویت	عوامل	میانگین رتبه
۱	انگیزه‌های روانی	۴/۰۰
۲	انگیزه‌های فیزیکی	۲/۳۳
۳	انگیزه‌های اجتماعی	۱/۷
۴	نیاز به پیشرفت	۱/۶

این ورزش، به ترتیب؛ رهایی از احساسات منفی، بهبود عزت نفس، ارزش‌دادن به زندگی، ارتقاء سلامتی، کنترل وزن، پذیرفته‌شدن در جمع و ارضاء نیاز

نتایج شکل ۴، اولویت‌بندی خرده‌مقیاس‌های عوامل انگیزشی کشتی‌گیران را نشان می‌دهد که بر این اساس، مهم‌ترین عامل انگیزشی آنها از پرداختن به



وابستگی است. تجزیه و تحلیل این داده‌ها با آزمون فریدمن نشان داد بین اولویت این خرده‌مقیاس‌ها در سطح  $P \geq 0.05$  تفاوت معناداری وجود دارد.



شکل ۴. اولویت خرده‌مقیاس‌های عوامل انگیزشی کشتی‌گیران

به‌وسیله تیم یا گروه لذت می‌برند؛ بنابراین، افکار افراد چنین حالتی را زمانی تجربه می‌کنند که تیمی خوب شکل‌گرفته و عملکرد خوبی داشته‌باشد. حضور کشتی‌گیران ستاره، سابقه، عملکرد و کیفیت فنی کشتی‌گیران و چشیدن طعم پیروزی کشتی‌گیران مورد علاقه و دیدن و فیزیک آنها، از مهم‌ترین عوامل وابستگی است که تماشاگران کشتی‌چوچه را به گود کشتی می‌کشاند تا ساعت‌ها با تمام اشتیاق و انرژی مسابقات را تماشا نمایند. برنامه‌ریزان این رشته ورزشی به‌منظور جذب بیشتر تماشاگران، باید تمام تلاش خود را در جهت ارتقاء کیفیت کشتی‌تیم‌های ورزشی و کشتی‌گیران به‌کار ببندند. این امر سطح رقابت‌ها را بالا برده و وابستگی به تیم را افزایش می‌دهد. دیلاندر (۲۰۰۸)، گایو (۲۰۰۷)، جانگ و کیورو (۲۰۰۷)، شانک (۲۰۰۶)، اسمیت (۲۰۰۵)، چانگ و همکاران و ساعت‌چیان و همکاران (۱۳۹۱) سرگرمی

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد وابستگی به ورزشکاران و سرگرمی و تفریح، مهم‌ترین عوامل حضور تماشاگران کشتی‌چوچه بود. این دو عامل در پژوهش‌های فراوانی نیز جزو مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر حضور تماشاگران عنوان شده‌اند. کیم و همکاران (۲۰۰۹)، جالای (۲۰۰۸)، یوسف و سی (۲۰۰۸)، و نیل و فانک (۲۰۰۵)، عامل وابستگی به تیم یا ورزشکار را کلیدی‌ترین عامل اثرگذار بر حضور تماشاگران بیان کردند. در این رابطه، تیم‌های ورزشی و ورزشکاران، عواطف و احساسات افراد را تحریک می‌کنند. از این‌رو، وابستگی تماشاگران به تیم یا بازیکنان، نقش مهمی در افزایش حضور تماشاگران دارند. زمانی که هواداران پیراهن ورزشی بازیکن مورد علاقه خود را می‌پوشند، وابستگی به‌نوعی شکل‌گرفته است. افرادی که نقاشی، آرایشگری و مجسمه‌سازی می‌کنند، از شناخته‌شدن

و تفریح را به‌مثابه تأثیرگذارترین عامل حضور تماشاگران ورزشی قلمداد کردند. از طرف دیگر، حضور در ورزش، یکی از متداول‌ترین اشکال سرگرمی جوامع است و افراد برای سرگرمی، تفریح و سرانجام برانگیختگی به تماشای ورزش می‌پردازند. در یک رویداد ورزشی، تماشاگر فرصت دارد حالتی از خوشحالی و غمگینی را تجربه کند که این حالت عاطفی پادزهری برای احساس بی‌علاقگی، بی‌حوصلگی و غفلت می‌تواند ایجاد کند. از طرف دیگر، با تماشای ورزش، افراد از انرژی منفی روزانه رهایی پیدا کرده و فرصت رهایی از احساسات سرکش را در مقابل جامعه غیرانسانی مدرن کسب خواهند کرد و روزه‌ای برای تعدیل خصم و خشونت و رهایی از احساس پرخاشگری پیدامی‌کنند. لذت‌بردن از تماشای ورزش، زیبایی کشتی چوخه، شور و هیجان حاکم بر گود، با دوستان و جامعه همراه‌بودن، از مهم‌ترین عوامل تفریح و سرگرمی است که تماشاگران کشتی چوخه را به گود کشتی می‌کشاند. برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران می‌باید تمام تلاش خود را در جهت هرچه جذاب‌تر کردن این ورزش از قبیل اصلاح فنون، علمی و قانونمند کردن نحوه داور، امتیازها و اخطار-های کم‌کاری را به‌کارگیرند، تا شور و هیجان حاکم بر رقابت‌ها را بالا برده و لذت و سرزندگی حاصل از تماشای این ورزش را افزایش دهند که این خود تمایل حضور هواداران را افزایش خواهد داد.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که، پرخاشگری و عامل اقتصادی (هزینه بلیط، دسترسی به محل مسابقه و غیره) از کم‌اهمیت‌ترین علل حضور تماشاگران کشتی چوخه می‌باشد. در این رابطه، فلاحی و دیگران (۱۳۸۹)، عامل پرخاشگری، دیدن خشونت‌های بازی، توهین به داور و تحقیر بازیکن یا تیم مقابل را به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین عامل حضور تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران گزارش کردند که با یافته‌های این پژوهش، همخوانی دارد. پژوهشگران بر

این باورند که، تماشای ورزش شانس جامعه‌پذیری را از طریق سپری کردن زمان بیشتر با اعضای خانواده و دوستان، تعاملات اجتماعی با دیگر تماشاگران و نزدیکان و تعدیل رسم و رسومات سنتی خانواده، محل کار، نزدیکان و همسایگان را فراهم می‌کند و محیط جدید سرزنده‌ای را برای رضایت فراهم خواهد کرد. از طرف دیگر، برای برخی از افراد، تماشای ورزش، ممکن است اثر مثبتی بر تحریکات عاطفی داشته باشد و تجربه تنش مطلوب را به‌طور رایگان و بدون درگیری فراهم نماید و در برخی از افراد ممکن است خوشی و سرزندگی جایگزین پرخاشگری شود. بنابراین، تماشاگران کشتی چوخه، پرخاشگری و توهین به داور و تحقیر کشتی‌گیر مقابل را امری پسندیده نمی‌شمارند و انگیزه‌های دیگری از قبیل سرگرمی، تفریح و وابستگی تیمی را از تماشای این ورزش، دنبال خواهند کرد. وان و کیتامور (۲۰۰۶)، شانک (۲۰۰۶)، فلاحی و همکاران (۱۳۸۹)، عامل اقتصادی را به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل حضور تماشاگران ورزشی می‌دانند که با یافته‌های این پژوهش، همخوانی ندارد. همانطور که در یافته‌های جمعیت‌شناختی بیان شد، ۱۱۷ نفر (۳۵/۷ درصد) از نمونه مورد بررسی، درآمد ماهیانه کمتر از ۲۰۰ هزار تومان در ماه داشتند. با این حال، عوامل اقتصادی، دسترسی به گود کشتی با هزینه کم، نداشتن بلیط ورودی و رایگان‌بودن تماشای مسابقات از کمترین اهمیت برای حضور تماشاگران و تماشای مسابقات برخوردار بود. از طرفی، این ورزش در نظر این تماشاگران، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و در واقع میدان کشتی عرصه‌ای برای تمرین مسائل اخلاقی مختلفی از قبیل روحیه ورزشکاری، فداکاری، بی‌طرفی، احترام به قوانین، شجاعت، نظم و انضباط، فضیلت و برتری، تعهد و بازی جوانمردانه است. زمانی که بچه‌ها به‌همراه والدین خود به تماشای ورزش می‌پردازند، فرصتی برای والدین فراهم می‌شود

تا بتوانند مفاهیم ارزش‌هایی مانند بازی جوانمردانه، کار تیمی، فرمانبرداری، پشتکار و غرور را به آنها نشان دهند. ممکن است انگیزه تماشای برخی از افراد به خاطر تماشای ریسک‌های قانونی مجاز باشد که روش خوبی در کسب تجربه نظم و داوری از طریق رقابت است. همچنین، زمانی که فردی عملکرد خوبی را تماشا کند، موفقیت نیابتی را تجربه خواهد کرد. بنابراین، برای تماشاگران کشتی چوخه عامل اقتصادی از کمترین اهمیت برخوردار است و جایگاه مهمی را برای حضور هوادارن در مسابقات ورزشی این رشته به خود اختصاص نداده است.

یافته دیگر این پژوهش نشان داد، انگیزه‌های روانی و جسمانی از مهم‌ترین عوامل پرداختن ورزشکاران به کشتی چوخه است که این دو عامل در پژوهش‌های فراوانی جزو مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر انگیزه مشارکت ورزشکاران در رشته‌های مختلف ورزشی بیان شده است. در این رابطه، هسی و همکاران (۲۰۱۱)، گایو (۲۰۰۷)، سرنا و لیتائو (۲۰۰۳)، مک دونالد و همکاران (۲۰۰۲) و سلامت و همکاران (۱۳۹۱) عامل روانی را از مهم‌ترین عوامل انگیزه مشارکت ورزشی می‌دانند. در این راستا، افراد ممکن است به دلیل آن دسته از احساسات روانی یا هیجانی که در یک فعالیت جسمانی یا رقابتی به وجود می‌آید و آنها آن را تجربه کرده و از آن لذت می‌برند، در فعالیت‌های ورزشی شرکت کنند. همچنین، این پژوهش‌ها نشان دادند که مشارکت در فعالیت ورزشی اثر مثبتی بر افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس خواهد داشت. در عزت نفس مثبت، ما خود را فردی شایسته و ارزشمند می‌بینیم و احساس خوبی درباره خود خواهیم داشت و چنانچه فرد عزت نفس بالایی داشته باشد، می‌تواند به دیگران نیز کمک‌کند تا اعتماد به نفس خود را توسعه دهد. مقابله با احساسات منفی (تخلیه و فرونشاندن عصبانیت، رهایی از

دلواپسی‌های روزمره، کاهش اضطراب، مقابله با افسردگی، فرار از مشکلات زندگی، تمرکز بر افکار و اندیشه خود، مرتب‌کردن کارهای روزانه، افزایش احساس شادابی و سرحالی، بهبود عزت نفس (کسب احساس قهرمانی، احساس موفقیت، احساس غرور و سربلندی، احساس لیاقت و مفید بودن، افزایش اعتماد به نفس و توانی کنترل بدن) و ارزش‌دادن به زندگی (احساس تعلق و وابستگی، هدفمندتر شدن زندگی، احساس آرامش، احساس انسانی کامل و تجربه احساسی جدید در زندگی)، از مهم‌ترین عوامل روانی هستند که افراد را برای مشارکت و پرداختن به ورزش کشتی چوخه به میادین ورزشی می‌کشاند. بنابراین، برنامه‌ریزان این رشته ورزشی باید شرایطی فراهم نمایند تا ورزشکاران این حالت‌های روانی را هرچه بیشتر تجربه نمایند، چراکه تجربه این حالت‌های روانی، مشارکت و پرداختن به ورزش را کنترل می‌کند. بیتون و فانک (۲۰۰۸)، سرنا و لیتائو (۲۰۰۳)، فارنهام و همکاران (۲۰۰۲)، سلامت و همکاران (۱۳۹۱) و امیدو و همکاران (۱۳۹۰) عامل فیزیکی و جسمانی را مهم‌ترین عوامل انگیزه مشارکت ورزشی می‌دانند. در این رابطه، افراد ممکن است به منظور دستیابی به فواید سلامتی، مانند آمادگی جسمانی در فعالیت‌های ورزشی شرکت نمایند. بنابراین، افرادی که از آمادگی و سلامتی کافی برخوردار هستند، علاقه‌مندند که این سطح را حفظ کرده و به شرکت در فعالیت‌های ورزشی ادامه دهند که این انگیزه، انگیزه نگه‌دارنده نامیده می‌شود. برخی نیز زمانی که آمادگی جسمانی و سلامتی آنها ناکافی تشخیص داده شد، در فعالیت‌های ورزشی شرکت می‌کنند که این انگیزه، انگیزه‌های بهبودبخش نامیده می‌شوند. سلامتی (کسب آمادگی جسمانی، حفظ شرایط کنونی بدن، پیشگیری از بیماری، جلوگیری از حمله قلبی و یوکی استخوان و افزایش طول عمر) و کنترل وزن (کنترل وزن، داشتن اندامی متناسب و عضلانی، حفظ

و تداوم جذابیت فیزیکی، کاهش و افزایش وزن) از مهم‌ترین عوامل جسمانی است که افراد را برای مشارکت و پرداختن به ورزش کشتی چوخه به‌میدان-های ورزشی این رشته ورزشی می‌کشاند.

نتایج این پژوهش نشان داد، انگیزه نیاز به پیشرفت و رقابت‌طلبی از کم‌اهمیت‌ترین علل مشارکت و پرداختن افراد به کشتی چوخه می‌باشد. در این رابطه، برتری‌طلبی تا حد زیادی به‌عنوان تلاش برای برنده شدن در رقابت با یک معیار یا یک استاندارد تعریف می‌شود و ممکن است این استاندارد، عملکرد قبلی فرد، عملکرد فردی دیگر یا برنده شدن در برابر حریف باشد. به‌هرحال، رقابت‌طلبی (رسیدن به اندام دلخواه سریع‌تر از دیگران، رقابت با دیگران، تعیین جایگاه فرد در مسابقه) در نزد ورزشکاران این رشته ورزشی، از جایگاه کم‌اهمیت‌تری نسبت به دیگر عوامل انگیزشی برخوردار است و این امر ممکن است به دلیل نبود لیگ منظم و تقویم ورزشی سالیانه، نداشتن جایگاه (ساختار سازمانی) مطلوب در تشکیلات ورزش کشور، عدم عضویت در مجمع عمومی کمیته ملی المپیک و غیره باشد. از طرف دیگر، باتوجه به اینکه پیشرفت در این رشته ورزشی تنها از طریق کوراش، جودو و سایر رشته‌های ورزشی که از نظر فنی و تکنیکی نزدیکی بیشتری با کشتی چوخه دارد امکان پذیر است، این عامل می‌تواند اثرات نامطلوبی بر ارضاء نیاز به پیشرفت افراد (رقابت با خود و دیگران، تحت فشار قراردادن ورزشکاران فراتر از حد و مرز رایج، دستیابی به اهدافی معین در زمان مشخص، عملکرد بهتر نسبت به قبل) داشته باشد. برنامه‌ریزان و دست‌انکاران این رشته ورزشی می‌باید گام‌های اساسی را در این رابطه بردارند. محرک‌های ارائه‌شده مذکور هرچند از هم متمایز هستند، با این حال فعالیت‌هایی که برای ارضای هر یک از این محرک‌ها انجام می‌گیرد، ممکن است پیامدهای دیگری را نیز به‌همراه داشته باشد. مثلاً، بازیکن رشته ورزشی تنیس

که به‌دنبال تفریح است، درکنار آن آمادگی جسمانی را نیز کسب کرده و قابلیت خود را نیز افزایش دهد. با این وجود، از جنبه مدیریتی، تعیین انگیزه اولیه برای مشارکت در یک رشته ورزشی، توسعه و اجرای هماهنگ و راحت آن، موضوع بسیار مهمی است و برانگیختن افراد قبل و در حین شرکت با اهداف چنین حضوری متفاوت است که پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان این رشته ورزشی نیز به این مهم توجه داشته باشند.

#### منابع:

۱. امید، پدram. حمایت‌طلب، رسول. گاراژیان، یاسر. (۱۳۹۰). مقایسه انگیزه مشارکت ورزشی در مردان بدنساز بزرگسال رقابتی و مبتدی شهر تهران. مقاله ارائه شده در ششمین همایش ملی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزش، آذر ماه ۱۳۹۰، تهران.
۲. جاوید، سیروس. (۱۳۸۶). جستجوی ریشه‌های بازی‌های المپیک در ایران، سخنرانی هم‌اندیشی تاریخ و ورزش ایران، کمیته ملی المپیک، ص ۶۷-۷۴.
۳. حسین‌پور، حامد. فهیم‌دوین، حسن. رحیمی، رضا. (۱۳۹۱). بررسی موانع توسعه و پیشرفت کشتی با چوخه استان خراسان شمالی از دیدگاه کارشناسان ورزشی. مقاله ارائه شده در اولین همایش علم و کشتی، ۱۹ الی ۲۰ اردیبهشت ماه ۱۳۹۱، دانشگاه علامه طباطبائی.
۴. ساعت‌چیان، وحید الهی، علیرضا. ناظمی، مهدی. علیزاده، ابوالفضل. (۱۳۹۱). اولویت‌های عوامل جانب-داری هواداران و ارتباط آن با میزان حضور و حمایت آن‌ها در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۴، ص ۱۳۷-۱۵۴.

- professional baseball-case of CPBL, Physical Education Journal, 37, 163-176, 2004
13. Dishman, R. (2001). The problem of exercise adherence: Fighting sloth in nations with market economies. *QUEST*, 53(1), 27-294.
14. Dylander, D (2008). Sport Fan motivation: measuring degree of International", *Journal of sport psychology*, (18), 421-463.
15. Dodge, t, and jaccard, j, j. (2008). Is abstinence an alternative? Predicting adolescent athletes' intentions to use performance enhancing substances, *Journal of health psychology*. Vol.13. No. 5.
16. Furnham, A, Badmin, N, Sneade, I. (2002). Body image dissatisfaction: gender differences in eating attitudes, self-esteem, and reasons for exercise, *J Psychol*. 136: 581-96.
17. Gau, Li-Shiue. (2007). Examining the values associated with spectator sports and the relationships between the values and sport spectator behavior, *electronic theses*, 135-142.
18. Hsieh, L, W, Wang, C, H, Tracy, W Yoder, T, (2001). Factors associated with professional baseball consumption: a cross-cultural comparison study, *international journal of business and information*. Vol 6, number 2, 324-335.
19. Huang, M, J. (2011). Determinant factors and satisfaction of spectators at the selecting national table tennis team competition in Taiwan, the 12th ITTF Sports Science Congress. May 5-7, 2011, Rotterdam, the Netherlands.
20. Jallai, T. (2008). Development of Fan Loyalty Questionnaire for a Double-A Minor League Baseball Affiliate. M. A Dissertation, College of Graduate Studies Texas A&M University- Kingsville, 94-112.
۵. فلاحی، احمد. اسدی‌دستجردی، حسن. خیبری، محمد. (۱۳۸۹). مطالعه اکتشافی بر حضور تماشاگران لیگ برتر فوتبال ایران. پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۸، ص ۳۳-۵۲.
۶. سلامت، ندا. فراهانی، ابوالفضل. گودرزی، محمود. (۱۳۹۱). بررسی رضایت‌مندی مشتریان باشگاه‌های خصوصی و دولتی شهر گرگان. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۶، ص ۱۴۳-۱۵۶.
۷. عیدی، حسین. رضائی‌نژاد، رحیم. ریحانی، محمد. میرزایی، اکبر. عباسی، همایون. (۱۳۹۱). انگیزه‌های حمایت هواداران لیگ برتر فوتبال ایران. مقاله پذیرش شده مجله مطالعات مدیریت ورزشی، پژوهشکده تربیت بدنی.
۸. مهربایی، قاسم. (۱۳۸۱). ورزش کردهای خراسان. فصلنامه فرهنگی ادبی-اجتماعی روزه‌الات، دانشگاه بیرجند، شماره ۲.
۹. مهربایی، قاسم. مهنائی، هدی. عیدی، حسین. (۱۳۹۱). تحلیل کشتی چوخه به‌عنوان یک ورزش اصیل ایرانی. مقاله ارائه‌شده در اولین همایش علم و کشتی، ۱۹ الی ۲۰ اردیبهشت ماه، دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۰. محرم زاده، مهرداد. حق‌پرست، سکینه. اکبری، روناک. اشرافی، سعید. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گرایش بچه‌های ۱۶-۲ ساله به کشتی در شهر زنجان. مقاله ارائه‌شده در اولین همایش علم و کشتی، اردیبهشت، دانشگاه علامه طباطبائی.
11. Beaton, a & Funk, D, C. (2008). An evaluation of theoretical frameworks for studying physically active leisure, *Leisure Sciences*, 30, 1-18.
12. Cheng, C, C, Chen, T, C, and Yao, W, S. (2004). Influence factors of the attendance numbers in home-field for

21. Jung ñ, Koru, C. (2006). "Motivational factors Affecting sports consumption Behavior of K ñ league and J ñleague spectators, University Japan, volt 1,16, 25-36.
22. Kao, C. H. (2002). Recreational sport business management, Zhi-xuan, Taipei.
23. Kim, S, Andrew, P, S, Greenwell, C. (2009). An analysis of spectator motives and media consumption behavior in an individual combat sport: cross-national differences between American and South Korean Mixed Martial Arts fans. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 10(2): 157-170.
24. Kim, Y, K, and Trail, G. (2010). Constraints and motivators: a new model to explain sport consumer behavior, *Journal of Sport Management*, 24, 190-210.
25. Kim, Y, K, and Trail, G. (2010). Constraints and motivators: a new model to explain sport consumer behavior, *Journal of Sport Management*, 24, 190-210.
26. Kim, Y, K, and Trail, G, A. (2010). Conceptual framework for understanding relationships between sport consumers and sport organizations: a relationship quality approach, *Journal of Sport Management*, 24, 190-210.
27. McDonald, M, A, Milne, G, R, & Hong, J. (2002). Motivational factors for evaluating sport spectator and participant markets, *Sport Marketing Quarterly*, 11, 100-113.
28. Neale, L, Funk, D. (2005). Fan Motivation and Loyalty: Extending the Sport Interest Inventory (SII) To the Australian Football League. *Anzmac 2005 Conference: Sports, Arts and Heritage Marketing*, 74-79.
29. Robin, L, Snipes, R, I. (2007). Motivators of Collegiate Sport Attendance: A Comparison Across Demographic Groups, *Innovative Marketing*, Vol 3, 165-174.
30. Senra, C, Leitão, J, C. (2003). Motivation and exercise, Poster session presented at the European Federation of Sport Psychology's (FEPSAC) XIth European Congress of Sport Psychology, Copenhagen Denmark. Retrieved, May 15, 2004 from <http://www.ifi.ku.dk>.
31. Shonk, D, J. (2006). Perceptions of service quality, satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event. Doctoral dissertation, The Ohio University, US.
32. Smith, Daniel, and Dolan, Thomas, J. (2005). "Influence of spectators Identification on Evaluation of the past. Present and future performance of a sport team, *Sport journal*, 1:14-20.
33. Summers, J, Johnson Morgan, M, Kanoyangwa, R. (2005). " Teenage motivations for sport-related consumption in Australia". University of southern Queensland.
34. Weinberg, R, Renenbaum, G, McKenzie, A, Jackson, S, Anshel, M, Grove, R, & Forgery, G. (2000). Motivation for youth participation in sport and physical activity: Relationships to culture, self-reported activity levels, and gender, *International Journal of Sport Psychology*, 31 (3), pp 321-346.
35. Won, j, u, and Kitamura, k. (2006). "Motivational factors affecting sports consumption behavior of K-league and J-league spectators", *International Journal of sport and health Science*, Vol. 4. PP: 233-251.