

Relationship Serious Leisure and Leisure Satisfaction Mediated by Recreational involvement in amateur Volleyball athletes

Marjan Saffari^{1*}, Fariba Fayazi², Rasool Norouzi Seyed Hosseini³

Received: 25/02/2022
Accepted: 13/07/2022

صفحات: ۸۹-۱۲۰

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۰۶
پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۴/۲۲

Abstract

Leisure under the effect of socio-economic developments and global values is one of the concerns of individuals. Leisure activities can affect people's physical health and lead to a better life and successful aging in adults. On the other hand, the growth and development of machine life, reduction of working hours and activities, most importantly cultural changes, have made it impossible to ignore your leisure time. The statistics obtained in this field showed that the average leisure time in Iran is 90 days and in the world 80 days per year. The average amount of leisure time in Iran is 3 hours and 29 minutes per day, while the world average is 5 hours. This means that despite the fact that Iranians have more leisure time than the world per capita, the amount of time allocated to it is less and Iranians prefer to spend their budget on other things. Therefore, the vacuum created in this field is questionable as to what factors prevent people from doing leisure activities in their free time, and also the factors that increase leisure activities, to what extent can be increased and strengthened. Due to the tendency of sports and physical education managers and sports media towards championship sports, so far less attention has been paid to leisure sports activities. The subject to be investigated in this context is how much leisure time can affect the satisfaction of the activity and whether the factors affecting the increase of leisure time also increase the satisfaction or not. The purpose of the present study was to investigate the effect of serious leisure on satisfaction from leisure activities with the mediation of recreational involvement in amateur volleyball athletes. The research method was applied in terms of purpose and correlation in

1. Assistant Professor of Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

* Corresponding Author:

Email: saffari.marjan@modares.ac.ir

2. M.A. Student in Sports Management, Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

3. Assistant Professor of Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

terms of data collection, which was done in the field. Data collection tools were questionnaires of Gould et al (2008), Kyle et al (2005) and Ramkisson et al (2012). The target population of the study was non-professional athletes of Tehran Volleyball House who had at least 6 months of membership in this collection. PASS Software was used to determine the sample size and the sampling method was available. Finally, 274 questionnaires were used for statistical analysis. The face and content validity of the data collection tool was reviewed by 9 experts in this field. Cronbach's alpha was 0.95. In order to analyze the data, descriptive and inferential statistical methods were used using SPSS software version 26 and PLS version 3. The Findings showed that if a participant has serious leisure traits, more likely than others to understand the importance of the activity and enjoy its appeal. On the other hand, people should have characteristics such as individual efforts, perseverance and commitment in the activity to pursue recreational activities. one of the most important factors to increase people's satisfaction with leisure activities is recreational participation (Path coefficient 0.519). Among the dimensions of recreational participation, attraction has the greatest impact (Path coefficient = 0.449 and AVE = 0.747), so it can be said that the more irritable people are to an activity, the greater their satisfaction. Entertainment participation predicts 49% and serious leisure 42% of changes in leisure satisfaction, and 66% recreational involvement of changes depend on the serious leisure of volleyball players. taking into account the mediating role of recreational participation in the relationship between serious leisure and leisure satisfaction, the results showed that despite dimensions such as attraction, self-expression, centrality of lifestyle, the relationship between the two variables of serious leisure and leisure satisfaction becomes stronger. Recreational participation with its mediating role can create a positive experience in people and their satisfaction with recreational activities. According to the output of the software used in this research, 51% of the changes in satisfaction with leisure activities are related to recreational participation and serious leisure of non-professional volleyball players of Tehran Volleyball House. Therefore, considering a factor such as recreational involvement can be a great help to the officials in the field of leisure to attract and satisfy more customers of Tehran Volleyball House. In the present study, the relationship between perseverance and customs on leisure satisfaction was not significant. This issue can be interpreted as that the researches were conducted on old people and adults, but according to the descriptive findings of the research, 45.6% of the statistical sample of the current research were under 20 years of age, so they endure problems and hardships and barriers to leisure. Seriously, it's probably difficult for them, and they don't have a proper understanding of customs and subcultures. But the identity of volleyball players is very important in their leisure time. People who follow volleyball as a serious leisure identify themselves with volleyball, and their family and friends also know how important it is for a volleyball player to do volleyball activities. With the improvement of athletes'

performance in this area and their efforts, their satisfaction with volleyball will also increase. Educators should know that by knowing the goals of their students, they can help them achieve their goals. The design of exercises that are accompanied by pleasure and happiness by volleyball coaches can attract athletes more to this discipline, so that they prefer volleyball to other sports. The participants in the volleyball field who are satisfied with their leisure activity in the volleyball house know that their life is connected to volleyball, so they plan in life in such a way that the position of volleyball is always reserved. The managers of the complexes can increase the attractiveness for the volleyball players or create suitable conditions for the participants who can show a good image of themselves to others, causing them to be satisfied with the activities they do, which ultimately leads to the loyalty of the volleyball players. For example, having up to date sports equipment, designing exercises with joy and pleasure, and giving athletes the opportunity to discuss volleyball can be very important in the field of loyalty of volleyball players. The participants in the volleyball field who are satisfied with their leisure activity in the volleyball house know that their life is connected to volleyball, so they plan in life in such a way that the position of volleyball is always reserved.

Keywords: Amateur athletes, Attraction, leisure, Recreational involvement, Satisfaction, Sport Identity, Volleyball

رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در ورزشکاران آماتور والیبال

مرجان صفاری^{۱*}، فریبا فیاضی^۲، رسول نوروزی سید حسینی^۳

چکیده

گذران فراغت تحت تأثیر تحولات اقتصادی-اجتماعی، از دغدغه‌های افراد است. هدف تحقیق چگونگی تأثیر فراغت جدی بر رضایت از فعالیت فراغتی با میانجی‌گری مشارکت تفریحی ورزشکاران آماتور والیبال بود. روش تحقیق از منظر هدف، کاربردی و از حیث گردآوری داده‌ها همبستگی بود که به صورت میدانی انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود. جامعه آماری، ورزشکاران غیرحرفه‌ای خانه والیبال تهران که حداقل ۶ ماه سابقه عضویت در این مجموعه را داشتند، بود. جهت تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار PASS استفاده شد که ۲۷۴ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و PLS نسخه ۳) استفاده شد. یافته‌ها نشان داد یکی از عوامل مهم برای افزایش رضایت افراد از فعالیت فراغتی، مشارکت تفریحی است. بین ابعاد مشارکت تفریحی جاذبه بیشترین تأثیر را دارد، بنابراین هرچه افراد نسبت به یک فعالیت تحریک‌پذیری بیشتری داشته باشند، رضایتشان بیشتر است. مشارکت تفریحی ۴۹ درصد و اوقات فراغت جدی ۴۲ درصد از تغییرات رضایت از فراغت را پیش‌بینی می‌کنند و ۶۶ درصد از تغییرات مشارکت تفریحی، وابسته به اوقات فراغت جدی والیبالست‌ها است. در نظر گرفتن مشارکت تفریحی می‌تواند کمک زیادی به مسئولین حیطه فراغت برای جذب و رضایت بیشتر مشتریان خانه والیبال تهران کند.

واژگان کلیدی: اوقات فراغت، جاذبه، رضایت، والیبال، ورزشکاران آماتور، هویت ورزشی

۱. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزش، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
* نویسنده مسئول:
Email: saffari.marjan@modares.ac.ir
۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزش، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
۳. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزش، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

مقدمه

مشارکت در فعالیت‌های تفریحی و ایجاد رضایت در افرادی که فعالیت‌های فراغتی را دنبال می‌کنند، یکی از مسائلی است که مورد توجه پژوهشگران این حیطه (Saffari, 2020 & Heidari, 2019) قرار گرفته است. فعالیت‌های فراغتی می‌تواند سلامت جسمی افراد را تحت تأثیر قرار دهد و موجب زندگی بهتر و سالمندی موفقیت‌آمیز در بزرگسالان شود (Meekers & Dorina, 2020). از طرفی رشد و توسعه‌ی زندگی ماشینی، کاهش ساعات کار و فعالیت، ارتقای سطح آگاهی‌ها و دانش بشری و از همه مهم‌تر دگرگونی‌های فرهنگی و شکل‌گیری تمایلات و علایق انسان‌ها، چشم‌پوشی از تصمیم‌گیری اجتماعی و فردی درباره‌ی ایام اوقات فراغت را غیرممکن ساخته است (Kirchengast, 2014). آمار به‌دست آمده در این زمینه نشان داد که متوسط زمان اوقات فراغت در ایران ۹۰ روز و در جهان ۸۰ روز در سال می‌باشد. میزان اوقات فراغت در ایران به‌طور متوسط ۳ ساعت و ۲۹ دقیقه در یک شبانه‌روز است، این درحالی‌ست که میانگین ساعت فراغت جهانی ۵ ساعت است. این موضوع به این معنی است که با وجود بیش‌تر بودن اوقات فراغت ایرانیان از سرانه جهانی، میزان اختصاص یافته به آن کمتر است و ایرانیان ترجیح می‌دهند که بودجه خود را صرف موارد دیگری کنند (Heidari et al, 2019). بنابراین خلاء ایجاد شده در این زمینه سؤال برانگیز است که چه عواملی باعث منع افراد از انجام فراغت در زمان‌های آزاد می‌شود و هم‌چنین عواملی که باعث بالا رفتن آمار فراغت می‌شوند، تا چه حد قابل افزایش و تقویت است. در زمینه تحقیقات صورت گرفته، اوقات فراغت عمدتاً شامل فعالیت‌هایی می‌شود که فرد به خاطر خودش انجام می‌دهد و هیچ اجباری در آن برای انجام دادن نیست، پس ما آن را آزادانه انجام می‌دهیم (Carr, 2017). هرچند که آزادی در این تعریف به معنای آزادی از تعهد است و هیچ فشار داخلی و خارجی وجود ندارد. اوقات فراغت ورزشی به معنای پرداختن به مجموعه‌ای از فعالیت‌های ورزشی ساده، فرح‌بخش و با نشاط در زمان فراغت است که امکان شرکت در آن‌ها تقریباً برای همه‌ی افراد وجود دارد (Lizana & Carrasco, 2019). در ایران علیرغم وجود بخش‌های متعدد (فدراسیون ورزش‌های همگانی، معاونت ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان، شهرداری‌ها، وزارت آموزش و پرورش و ...) که هر کدام خود را به نوعی در قبال ورزش‌های تفریحی و همگانی کردن ورزش مسئول می‌دانند، اما شاهد هستیم که تعداد شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی

اوقات فراغت نسبت به سایر کشورها وضعیت چندان مطلوبی ندارد. به علت گرایش مدیران ورزش و تربیت‌بدنی و رسانه‌های ورزشی به ورزش قهرمانی، تاکنون کمتر به فعالیت‌های ورزشی اوقات فراغت پرداخته شده است (Saffari, Ehsani, Amiri & Kozechian, 2013) و با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته بین کسانی که به فعالیت‌های فراغتی مشغول هستند، ۹/۱ درصد از این افراد از انجام فعالیت فراغتی خود رضایت دارند (Heidari et al, 2019). موضوع قابل بررسی در این زمینه آن است که اوقات فراغت به چه میزان می‌تواند بر رضایت از فعالیت تأثیرگذار باشد و عوامل مؤثر بر افزایش فراغت باعث افزایش رضایت نیز می‌شوند یا خیر. مثلاً در پژوهشی، اوقات فراغت بر رضایت تکواندوکارها تأثیر مثبتی دارد (Kim et al, 2011)، اما توجه به این نکته حائز اهمیت است که تکواندو یک رشته انفرادی است و باید بررسی شود که این تأثیر بر ورزش‌های گروهی چگونه می‌باشد. بنابراین مشارکت در فراغت، موضوع مهمی است که پیچیدگی آن غیرقابل‌انکار است. فراغت جدی را با توجه به تغییر اندکی که در طول حدوداً ۶ سال (۱۳۹۲-۱۳۹۸) صورت گرفته است، می‌توان چنین تعبیر کرد که انجام فعالیت‌های فراغتی و رضایت از آن به عوامل دیگری نیز بستگی دارد که از دید مدیران سازمان‌های ورزشی و فراغتی پنهان مانده است. مثلاً هویت مکانی که در آن فعالیت فراغتی انجام می‌شود و یا پیوند عاطفی و احساسی که بین فرد و فعالیت برقرار می‌شود (مشارکت تفریحی^۱)، از جمله عواملی است که در زمینه تجارب و انتخاب‌های فراغتی می‌تواند تأثیرگذار باشد (Cheng & Tsaur, 2012). باید این نکته را در نظر داشت که برای رسیدن به رضایت از فراغت جدی، در کنار ابعاد اوقات فراغت، عواملی که باعث ایجاد جاذبه و ارزش در فرد می‌شود، وجود داشته باشد، تا فرد بتواند در کنار سختی‌هایی که در مسیر اوقات فراغت جدی متحمل می‌شود، احساس رضایت کند.

مفهوم مشارکت ناشی از تئوری قضاوت اجتماعی است که عمدتاً در مورد مفهوم‌سازی فرد از حوادث اجتماعی، تغییر نگرش و فرایند قضاوت بحث می‌کند. چشم‌انداز تئوری (Sherif & Cantril 1947) منشأ مفهوم مشارکت را نشان می‌دهد که بیان می‌کند که وقتی یک هدف اجتماعی با هدف شخصی همسو و مرتبط باشند، مشارکت رخ خواهد داد. (Havitz & Mannell 2005) مشارکت تفریحی را به‌عنوان حالت غیرقابل مشاهده از انگیزتگی یا تحریک یا علاقه نسبت به فعالیت تفریحی یا محصول مرتبط که توسط یک محرک یا موقعیت خاص ایجاد می‌شود، تعریف می‌کنند و

ویژگی‌های این محرکه ارزش نمادین، ارزش لذت، ریسک کردن و درک این ریسک است. بعدها محققان پس از بحث درباره مشارکت تفریحی به سه ساختار جاذبه^۱، خودبیانگری^۲ و مرکزیت سبک زندگی^۳ رسیده‌اند. جاذبه میزان اهمیت فعالیت را برای فرد و همچنین میزان لذت بردن فرد از آن فعالیت را نشان می‌دهد. به معنای دیگر جاذبه مقدار جذابیتی است که شرکت کنندگان در ارتباط با شرایط خاص و تحریک‌پذیری نسبت به یک فعالیت و همچنین میزان اهمیتی که آن فعالیت برای اهل تفریح دارد، می‌باشد (Cheng et al, 2012). خودبیانگری تصویری است که افراد دوست دارند از خودشان به دیگران نشان دهند و به بیان و معرفی خود پردازند و از طریق تعامل با تجربیات اوقات فراغت خاص صورت می‌گیرد. سبک زندگی و قرار گرفتن این فعالیت‌ها به‌عنوان مرکزیت بدین معنی است که ممکن است این فعالیت‌ها به‌عنوان مرکز زندگی فرد قرار بگیرند، به‌طوری که جنبه‌های دیگر زندگی فرد در اطراف این فعالیت‌ها سازمان‌دهی شوند و همچنین سبک متداول ارتباطات میان شیوه زندگی و یا اجتماعات شرکت کنندگان و فعالیت‌های اوقات فراغتی که در آن شرکت می‌کنند را نشان می‌دهد (Kyle & Chick, 2004). با توجه پژوهش (Ramkisson, 2013) مشارکت در فعالیت فراغتی باعث ایجاد رضایت و احساس مثبت می‌شود. بنابراین پاسخ به این سؤال که در ایران و برای ورزشی مانند والیبال، افزایش عواملی همچون هویت فرد، جاذبه‌ی فعالیت و احساس مثبت نسبت به یک مکان باعث افزایش رضایت افراد می‌شود یا خیر، موضوع مهمی است. چرا که پاسخ به این سؤال می‌تواند به سیاست‌گذاران در حیطه ورزش و فراغت و مسئولان سازمان‌های ورزشی برای برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و مناسب، کمک‌کننده باشد. از طرفی مشارکت در فعالیت‌های تفریحی، جنبه‌های مفهومی جداگانه و متمایز از مشارکت فعال در اوقات فراغت را نشان می‌دهد و می‌توان گفت که اوقات فراغت یک مفهوم کاملاً جدا از مشارکت تفریحی است (Kuijsters, Goede & Leenders, 2019). مثلاً در پژوهشی که توسط Chun (2021) صورت گرفته است، اوقات فراغت جدی می‌تواند بر مشارکت افراد تأثیرگذار باشد. اما این نتیجه در رشته‌های ورزشی و در ایران مشخص نیست که تا چه اندازه می‌توان با تقویت عوامل مؤثر بر اوقات فراغت جدی، باعث افزایش مشارکت افراد در حیطه ورزش شد. طبق نظریه‌ی استییز اوقات فراغت به سه دسته‌ی اوقات فراغت گاه‌به‌گاه (به‌صورت ذاتی و درونی می‌باشد و نسبتاً کوتاه‌مدت است و نیاز به آموزش خاص و یا

1. Attraction
2. Self expression
3. Centrality to lifestyle

برنامه‌ریزی از پیش تعیین شده ندارد)، اوقات فراغت پروژه محور (اوقات فراغتی کوتاه‌مدت ولی نسبتاً پیچیده و همراه با برنامه‌ریزی است) و اوقات فراغت جدی^۱ تقسیم می‌شود (Stebbins, 1974). نظریه اوقات فراغت جدی یک طبقه‌بندی از فعالیت‌های اوقات فراغت است که توسط Stebbins (1974) مطرح شد. ویژگی اساسی نظریه این است که فعالیت‌های اوقات فراغت را به‌طور کلی به سه بخش (جدی، غیرجدی و پروژه محور) تقسیم‌بندی می‌کند. مفهوم اوقات فراغت جدی این‌گونه تعریف شده است: "پیگیری منظم سرگرمی و یا فعالیت داوطلبانه است که به‌اندازه کافی قابل توجه و جذاب برای تخصصی شدن در یک حرفه و فراگیری مهارت‌های خاص است". پشتکار^۲ به‌عنوان یک بعد از ابعاد اوقات فراغت جدی به معنای مقاومتی است که به افراد شرکت‌کننده در این فعالیت‌ها کمک می‌کند تا بر مشکلات و سختی‌هایی که در طول تجربه‌های خود با آن‌ها مواجه می‌شوند، مانند اضطراب، خجالت و خطرات فیزیکی فائق آیند، به‌عبارت‌دیگر شرکت‌کنندگان در اوقات فراغت جدی در کنار لذت بردن شاید دچار احساسات منفی و یا تجربیات ناخوشایند مانند ناراحتی‌های روحی و آسیب‌های جسمی شوند که این بعد برای مشارکت‌کنندگان کمک‌کننده هست تا بتوانند بهتر به مسیر ادامه دهند (Stebbins, 2012). دومین بعد تلاش^۳ است که کوششی بر اساس دانش و مهارت به‌دست‌آمده است و فرد مهارت‌های اوقات فراغت خود را به‌صورت حرفه‌ای برای توسعه و پیشرفت تجربه و دانش دنبال می‌کند (Cheng & Lu, 2015). هویت^۴ به‌عنوان بعد دیگر باعث تمایز این گروه از افراد با سایرین می‌شود و در ابراز شخصیت خود به دیگران کمک می‌کند (Heo, Lee & Pedersen, 2010). حرفه^۵ یکی دیگر از ابعادی است که ماهیت آن در زمان تداوم فعالیت‌های مرتبط با آن نشان داده می‌شود و آخرین بعد آداب و رسوم^۶ است که ورزشکاران آماتور اهداف مشابهی را در دنیای فراغت اجتماعی خود به اشتراک می‌گذارند، اما دیگر افراد بیگانه ممکن است این خرده فرهنگ و آداب و رسوم را درک نکنند (Kono & Ito, 2020). در اوقات فراغت جدی سه نوع مشارکت‌کننده وجود دارد که شامل تعقیب‌کننده سرگرمی (علاقه‌مندان)، داوطلبان و آماتورها هستند (Stebbins, 2012). آماتورها در هنر، ورزش، علم و

-
1. Serious Leisure Perspective
 2. Perseverance
 3. Effort
 4. Identity
 5. Career
 6. Ethos

سرگرمی یافت می‌شوند و در کنار هم‌تایان حرفه‌ای خود به فعالیت می‌پردازند. در مقابل تعقیب‌کنندگان سرگرمی قرار دارند که فاقد تجربه‌ی حرفه‌ای‌ها هستند و نسبت به آماتورها نیز متفاوت‌اند. حرفه‌ای‌ها در شرایط اقتصادی تعریف می‌شوند (Stebbins, 1992).

Stebbins (2012) اظهار داشت که در اوقات فراغت جدی مردم احساس رضایت عمیق می‌کنند و تجربه بهتری دارند، زیرا اوقات فراغت زمانی که به شکل جدی انجام شود، فرد اهداف خود را در ارتباط با آن تفریح به صورت جدی تر دنبال می‌کند و برنامه‌ریزی بیش‌تری برای بهبود عملکرد فراغتی خود دارد و به دنبال آن احتمال ایجاد رضایت از فعالیت فراغتی صورت گرفته، بیشتر خواهد شد. برای روشن‌تر شدن مفهوم رضایت بهتر است که بدانیم رضایت اصطلاحی در بازاریابی می‌باشد و عبارت است از احساس و نگرش مشتری نسبت به محصول یا خدمتی که از آن استفاده کرده است. رضایت مشتری واکنشی است، که در رفتار بلندمدت مشتری توسط شرکت بررسی می‌گردد و به‌عنوان ابزار مهمی در فعالیت بازاریابی در نظر گرفته می‌شود، که فعالیت خود را بر ارتباط با مشتری مدیریت می‌نماید. مفهوم رضایت در حیطه اوقات فراغت نشان‌دهنده ادراک مثبت یا احساساتی که فرد به‌عنوان یک نتیجه از درگیر شدن در فعالیت‌های اوقات فراغت و مشارکت تفریحی به دست می‌آورد، تعریف شده است (Murray & O'Neill, 2015). مشارکت در فعالیت‌های اوقات فراغت و رضایت از آن‌ها با سلامت فرد ارتباط دارد. هم‌چنین رضایت‌مندی از مکان به‌عنوان ارزش و مطلوبیت یک مکان برای پاسخگویی به نیازهای اساسی، خدمات و ویژگی‌های فیزیکی است (Ramkisson & Smith, 2013). دخالت جدی در فعالیت‌های اوقات فراغت با کاهش خطر بیماری‌های مزمن، افزایش قدرت فیزیکی و افزایش قدرت عضلانی همراه است. هم‌چنین محققان دریافته‌اند که از طریق فعالیت‌های اوقات فراغت، افراد سلامت روانی مثبتی را تجربه خواهند کرد. جنبه‌هایی مانند شادی، لذت و احساسات مثبت (Veal, 2017, Chick & Hsu, 2020). با این حال به‌طور دقیق مشخص نیست که انتظارات افراد نسبت به فراغت برای ایجاد رضایت چیست؟ اما طبق پژوهش‌های صورت گرفته تا جایی که نتایج تجربه اوقات فراغت رشد شخصی را تسهیل کند (به‌عنوان مثال رشد خود، آرامش، یادگیری و...) و امکانات و خدمات فراهم باشد، احساس رضایت شکل می‌گیرد و مشارکت افراد بیشتر می‌شود (Chun & Roh, 2021). بنابراین می‌توان گفت که ابعاد مشارکت و فراغت، می‌تواند بر میزان رضایت آن‌ها از فعالیت صورت گرفته، تأثیر گذار باشد، هرچند که طبق پژوهش‌ها، فراغت

نیز نقش مهمی بر مشارکت تفریحی را ایفا می‌کند. مثلاً در ادامه‌ی پژوهش‌شان بین ۴۳۴ نفر از کسانی که در تایوان به فعالیت‌های فراغتی مشغول بودند، به پژوهش پرداختند تا نتایج پژوهش قبلی را تکمیل نمایند. نتایج نشان داد که سطح بالایی از ویژگی‌های اوقات فراغت جدی، منجر به رسیدن سطح بالایی از مشارکت تفریحی در تفریح‌گرایان می‌شود. در این مطالعه هر یک از ابعاد شش‌گانه‌ی اوقات فراغت جدی با ابعاد مشارکت تفریحی در نظر گرفته شده است. سطح بالایی از ویژگی‌های اوقات فراغت جدی، منجر به رسیدن سطح بالایی از مشارکت تفریحی در تفریح‌گرایان می‌شود. پشتکار رابطه‌ی معناداری با هر ۳ بعد از مشارکت تفریحی دارد. همچنین هرچه که تلاش و هویت بالاتر رود، جاذبه و تمرکز به شیوه‌ی زندگی نیز بیشتر می‌شود و افزایش اخلاق منحصر به فرد با افزایش جاذبه و بیان خود همراه است (Cheng et al, 2015). در همین راستا طی پژوهشی که در سال‌های اخیر انجام شد، نتایج نشان داد که فعالیت‌های فراغتی زمانی که به صورت جدی انجام شود باعث افزایش موفقیت و حتی پیدا کردن شغل جدید می‌شود که این موضوع می‌تواند منجر به افزایش مشارکت و درگیری آن‌ها با آن فعالیت گردد (Ozdemir, 2020). بنابراین در حیطه فراغت جدی می‌توان گفت که کیفیت ویژگی‌های اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی ممکن است یکی باشد و همبستگی مثبت بین این ابعاد وجود دارد (Lee & Shen, 2013). به طوری که بررسی‌ها بر روی تنیس‌بازان نشان می‌دهد که هرچه انگیزه مشارکتی شرکت‌کنندگان در تنیس بالاتر باشد، ویژگی‌های جدی اوقات فراغت آن‌ها آشکارتر و درجه تخصص تفریحی بالاتر است، همچنین ویژگی‌های اوقات فراغت جدی در این افراد مشهود است (Tsai, 2018). در کنار اهمیت فراغت جدی و مشارکت تفریحی باید به این نکته اشاره کرد که افراد شرکت‌کننده در اوقات فراغت جدی سطح بالایی از سلامت و رضایت از زندگی را دارند و همچنین از دنبال کردن فعالیت ورزشی رضایت کامل دارند (Heo, Kim & Yang, 2018). بنابراین اوقات فراغت جدی، فرصت‌های غنی برای توسعه رضایت شخصی و ارتقاء سلامتی فراهم می‌کند و بین سطح مشارکت در اوقات فراغت جدی و رضایت از فعالیت و سلامت ارتباط معناداری وجود دارد (Heo et al, 2018, Park & Lee, 2016). همبستگی مثبت بین اوقات فراغت جدی و رضایت از فعالیت‌های فراغتی دیده می‌شود و شرکت‌کنندگان در اوقات فراغت جدی به میزان قابل توجهی به سطح رضایت از فعالیت‌های فراغتی رسیده‌اند (Liu & Yu, 2015). جاذبه و تجربه‌ی مثبت و رضایت در مردان بیشتر از زنان وجود دارد و عوامل مرکزیت شیوه زندگی و خودبیان‌گری از لحاظ آماری تأثیر قابل توجهی بر

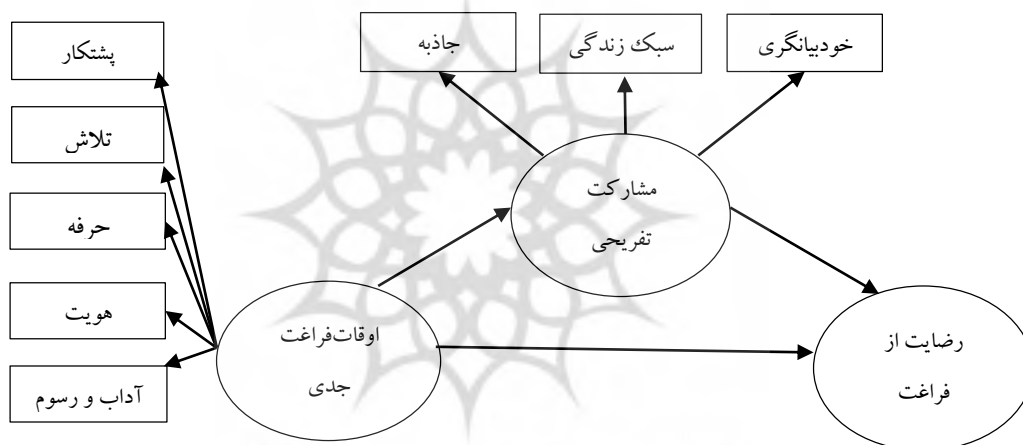
مشارکت کنندگان زن دارند (Cheng et al, 2015). در پژوهشی عوامل مؤثر بر رضایت در ماهی گیری به صورت تفریحی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که شرایطی مانند میزان صید، بزرگی ماهی صید شده بر رضایت مشارکت کنندگان بسیار مؤثر هستند، اما عوامل دیگری مانند جذابیت و کیفیت محیط و فعالیت انجام شده و آرامش به دست آمده نیز در رضایت افراد تأثیرگذار است (Hunt & Birdsong, 2021). بسیاری از پژوهش های صورت گرفته در حیطه فراغت جدی و تأثیر آن بر رضایت از فراغت با نقش مثبت ابعاد فراغت و مشارکت بر رضایت همراه بوده است. به عنوان مثال در پژوهش صورت گرفته بر روی ۲۵۰ نفر از دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی استانبول با هدف تعیین ارتباط بین رضایت از فراغت و ناامیدی، نتایج نشان داد هر چه میزان رضایت از فراغت افزایش پیدا کند، میزان ناامیدی در بین دانشجویان جامعه آماری پژوهش کاهش می یابد (Avunduk, 2021). هم چنین در پژوهشی که به روابط بین اوقات فراغت به عنوان مرکزیت سبک زندگی افراد و رضایت آن ها پرداخته بود، نتایج حاکی از آن است که رضایت افراد حتی باعث انگیزش ذاتی آن ها می شود. بنابراین فعالیت های فراغتی می تواند تأثیر مثبتی بر سلامت جسمانی، روانی و رضایت از زندگی افراد بگذارد (Cho & Chiu, 2021). در این پژوهش هدف از سنجش ارتباط متغیرهای پژوهش (اوقات فراغت جدی، مشارکت تفریحی و رضایت از فراغت) این است که عوامل مؤثر بر رضایت از فراغت را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد. چرا که اگر افراد نسبت به یک فعالیت رضایت داشته باشند، مجدداً آن را تکرار می کنند و در بلندمدت باعث وفاداری آن ها می گردد. مثلاً در پژوهش صورت گرفته در استخرهای کرمانشاه ایجاد جاذبه و ابعاد زیبایی شناختی در افراد منجر به وفاداری و ایجاد رضایت در مشتریان شده است (Kiani, Nazari & Shahbazpour, 1401) با توجه به پژوهش های صورت گرفته خارجی (Hunt, 2021 & Ozdemir, 2020) دو متغیر اثرگذار بر رضایت از فراغت، اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی می باشند. بنابراین با در نظر گرفتن تأثیر این دو متغیر و عوامل تقویت کننده آن ها می توانیم رضایت مشارکت کنندگان را افزایش دهیم که این موضوع برای جامعه از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می تواند دستاوردهای مهمی داشته باشد. مثلاً در حیطه ورزش برای سازمان های ورزشی و باشگاه ها، داشتن مشتریان وفادار بسیار حائز اهمیت است، از طرفی ایجاد فرهنگ فراغت ورزشی به صورت مداوم می تواند مانع سالمندی زودرس و همچنین تا حد زیادی باعث کنترل کچ روی های جوانان

شود و در خیلی از مواقع دنبال کردن یک فعالیت به صورت جدی برای یک فرد، می‌تواند در آینده برای وی درآمدزا باشد. بنابراین دانستن عواملی که باعث پیگیری فراغت جدی می‌شود و در نهایت رضایت را به دنبال دارد، خالی از لطف نیست و از طرفی به دلیل این که بیشتر این فعالیت‌ها در محیط‌هایی صورت می‌گیرد که مشارکت‌کنندگان با افراد زیادی در تعامل هستند، پس می‌توان گفت منجر به ایجاد روابط اجتماعی بین افراد می‌شود. با توجه به جستجوهای محقق، بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، اوقات فراغت را با مفهوم عام و کلی در نظر گرفته‌اند و تحقیقاتی که نشان‌دهنده رفتارهای فراغتی با نگاه بازاریابی باشد، کمتر دیده می‌شود. از طرفی تنوع‌طلبی در حوزه اوقات فراغت غالب شده است، بنابراین عبارت اوقات فراغت جدی ممکن است یک حلقه‌ی جالبی در این حیطه باشد، چراکه از لحاظ معنایی چنین تفسیری متناقض است. از آنجایی که افزایش فعالیت‌های فراغتی در دنیای کنونی ملموس است، وجود تحقیقاتی که بتواند مدیران، بازاریابان و سیاست‌گذاران را در این راستا راهنمایی کند، کمک‌کننده است. هم‌چنین رفتارهای فراغتی پیچیده هستند و شناخت عوامل تأثیرگذار بر این رفتارهای فراغتی مهم است. در کشور ما مطالعات اندکی در این زمینه وجود دارد و حتی مسئولین اجرایی و مدیران سازمان‌های ورزشی هم کمتر بر عوامل اثرگذار فعالیت‌های فراغتی در ورزش پرداخته‌اند. با توجه به میزان علاقه‌مندی جامعه در دهه اخیر به والیبال و آمار غیر رسمی موجود که نشان می‌دهد ثبت‌نام علاقه‌مندان به والیبال در پایگاه‌های والیبال سراسر کشور حدود ۷۰ درصد افزایش داشته است^۱. از آنجایی که اوقات فراغت جدی یکی از انواع فراغتهایی است که فرد در انجام آن نیاز به پشتکار، تلاش، هویت و... را دارد، نمی‌توان آن را برای همه‌ی افراد عادی مورد سنجش قرار داد و در این پژوهش یک فعالیت فراغتی که حداقل ۶ ماه به صورت مستمر انجام شود (Heidari, Heydarinejad, Saffari & Khatibi, 2020 & Liu, 2012)، مورد نظر است و افراد عادی احتمالاً نوع فراغتشان بیشتر از نوع گاه‌به‌گاه است، بنابراین در این مطالعه، اوقات فراغت علاقه‌مندان به والیبال به عنوان یکی از رشته‌های پرطرفدار در کشورمان مد نظر قرار گرفته است تا عوامل تعیین‌کننده انتخاب‌های رفتارهای فراغتی علاقه‌مندان به والیبال مورد موشکافی قرار گیرد. امید بر آن است که در انتهای این پژوهش عوامل اثرگذار بر پیگیری نظام‌مند اوقات فراغت و اطلاعات کاربردی مفیدی برای سیاست‌گذاری در امر اوقات فراغت از طریق ورزش ارائه

۱. به نقل از دبیرکل سابق فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران

داده و به بازاریابانی که در حیطه‌ی اوقات فراغت مشغول به کار هستند، راه کارهای مناسبی داده شود. چرا که عواملی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند می‌توانند کمک‌های زیادی به این افراد برای جذب مشتریان بیشتر کند. از طرفی استفاده از فرصت‌های بازاریابی باعث ایجاد بستری برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است (Kordlu & Mohammadi, 1399)

لذا با توجه به بررسی مبانی نظری، چه رابطه‌ای بین فراغت جدی و رضایت از فعالیت‌های فراغتی در والیبالیست‌هایی که ورزش والیبال را به‌عنوان یک فعالیت فراغتی جدی انتخاب کرده‌اند ولی به‌صورت آماتور (طبق نظریه Stebbins (۲۰۰۶) ورزشکاران آماتور حد واسط ورزشکاران حرفه‌ای و افراد مبتدی هستند) فعالیت دارند، وجود دارد؟ نقش میانجی مشارکت تفریحی در این رابطه چیست؟



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش برگرفته از پیشینه تحقیق (Cheng, 2012, Liu, 2014 & kyle, 2005)

روش‌شناسی

روش تحقیق این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است که به‌صورت میدانی انجام شد و از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است. خانه والیبال تهران که به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود (مانند میزبان مسابقات لیگ برتر و دسته‌جات، حضور بازیکنان تیم ملی و داشتن مربیان بین‌المللی) در بین والیبالیست‌ها از محبوبیت خاصی برخوردار است، به‌عنوان مکانی برای این پژوهش در نظر گرفته شد. جامعه آماری، مشتریان خانه والیبال تهران هستند که حداقل ۶ ماه سابقه عضویت داشتند،

۱۰۲ رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در...

که علاوه بر مراجعات مکرر و جستجوی دقیقی از مسئولین تعداد دقیقی از آن‌ها در دسترس نبود. یکی از دقیق‌ترین روش‌ها برای تعیین حجم نمونه استفاده از نرم‌افزارهای برآورد حجم نمونه مبتنی بر توان است و همچنین به دلیل نامشخص بودن جامعه آماری این پژوهش از نرم‌افزار PASS برای تعیین حجم نمونه مورد استفاده قرار گرفت (Hintz, 2011). با توجه به نتیجه‌ی نهایی استفاده از این نرم‌افزار برای پژوهش حاضر، با آلفای ۰/۰۵ و توان آماری ۰/۹۰، تعداد نمونه‌ها ۲۷۴ نفر در نظر گرفته شد که حدوداً ۳۰۰ پرسشنامه توزیع شد که ۲۶ عدد از آن‌ها به صورت کامل پاسخ داده نشده و یا کاملاً بدون پاسخ بودند و ۲۷۴ پرسشنامه سالم جهت انجام پژوهش در نظر گرفته شد.

جدول ۱. خروجی تعداد نمونه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار پس

توان آماری	آلفا	بتا	تعداد متغیرهای وابسته	تعداد نمونه
۰/۹۰	۰/۰۵	۰/۰۹	۳	۲۷۴

روش گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه‌های اوقات فراغت جدی (Gould et al, 2008)، مشارکت تفریحی (Kyle et al, 2005) و رضایت از فراغت (Ramkissoon et al, 2013) با طیف هفت ارزشی لیکرت (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) و یک فرم جمعیت‌شناختی بود. برای ترجمه پرسش‌نامه‌ها از پروتکل سه مرحله‌ای (Blaschko & Burlingame, 2002) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها توسط ۹ تن از متخصصان در حیطه مدیریت ورزشی مورد بررسی قرار گرفت و پس از دریافت و اعمال نظرات اصلاحی آنان، به تأیید روایی محتوایی و صوری رسید. به منظور پخش پرسش‌نامه با مسئولین این مجموعه هماهنگی‌های لازم انجام شد. بخشی از آن در کلاس‌های آموزشی خانه والیبال به صورت حضوری در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفت و بخشی دیگر توسط مربیان فعال در این مجموعه به صورت الکترونیکی در گروه‌های مجازی در اختیار ورزشکاران آماتور این مجموعه گذاشته شد و در مجموع از بهمن ۹۷ تا اوایل پاییز ۹۸ توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه به طول انجامید. برای به دست آوردن روایی و پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ استفاده شد.

1. Cronbach's Alpha
2. Composite Reliability

جدول ۲. نتایج ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
اوقات فراغت جدی	۰/۸۹۲	۰/۹۳۵
مشارکت تفریحی	۰/۸۸۰	۰/۹۰۵
رضایت از فعالیت فراغتی	۰/۹۱۵	۰/۹۰۶

نتایج

با توجه به اهمیت ویژگی‌های جمعیت شناختی برای تجزیه و تحلیل بهتر نتایج پژوهش، فرم جمعیت شناختی با سؤالاتی در زمینه جنسیت، وضعیت تأهل، سن، تحصیلات و سابقه عضویت در خانه والیبال تهران در نظر گرفته شد، بررسی‌ها نشان داد که ۵۸/۸٪ نمونه‌ی آماری پژوهش، زن و ۴۱/۲٪ مرد بودند. در بین افراد ۴۵/۶٪ کمتر از ۲۰ سال سن داشتند، ۳۷٪ بین ۲۱ تا ۲۷ سال، افراد بین ۲۸ تا ۳۵ سال، ۱۲/۴٪ و بالا ۳۵ سال ۵٪ از نمونه‌ی آماری را تشکیل دادند. ۷۷/۷٪ این افراد مجرد و ۲۲/۳٪ متأهل بودند. از جهت تحصیلات ۲۰/۱٪ زیر دیپلم، ۲۷٪ دیپلم، ۱۹٪ فوق دیپلم، ۲۳٪ لیسانس و ۱۰/۹٪ فوق لیسانس و بالاتر بودند. از حیث سابقه‌ی عضویت، افرادی که ۶ ماه تا ۱ سال عضو خانه والیبال تهران بودند ۲۱/۸٪، ۱ تا ۳ سال ۴۹/۴٪ و بیش تر از ۳ سال ۲۸/۸٪ را شامل شدند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در آمار استنباطی به ارزیابی روایی و اگر^۱ (شاخص فورنل و لارکر^۲) و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS نسخه ۳ و برای روایی همگرا^۳ (میانگین واریانس استخراج شده^۴) با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ استفاده شد.

1. Discriminant Validity
 2. Fornell-Larcker
 5. Convergent Validity
 6. Average Variance Extractad (AVE)

۱۰۴ رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در...

جدول ۳. نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری متغیر اوقات فراغت جدی

مؤلفه	گویه‌ها	میانگین	بارعاملی	کشیدگی	چولگی	CR	α	AVE
پشتکار	اگر با منعی روبرو شوم آنقدر استقامت می‌کنم تا بر آن غلبه کنم.	۶/۳۳	۰/۸۹۳					
	با استقامت می‌توانم بر رقبای خود در والیبال غلبه کنم.	۶/۲۵	۰/۸۸۸	۲/۱۹۵	-۱/۳۳۴	۰/۸۱۵	۰/۹۱۱	۰/۷۹۰
	با استقامت، بر مشکلاتی که در والیبال داشته‌ام غلبه کرده‌ام.	۶/۲۰	۰/۸۸۵					
تلاش	من سخت تلاش می‌کنم تا در والیبال توانمند شوم.	۶/۲۶	۰/۸۵۶					
	برای بهبود مهارت‌هایم در والیبال تمرین می‌کنم.	۶/۳۰	۰/۸۱۷	۱/۰۶	-۱/۲۴۳	۰/۸۲۳	۰/۸۸۵	۰/۷۱۳
	مایلم برای کسب مهارت تلاش کنم.	۶/۳۹	۰/۸۵۸					
حرفه	عملکردم از زمانی که والیبال را شروع کرده‌ام، بهبود یافته است.	۶/۳۵	۰/۸۰۶					
	من احساس می‌کنم که در والیبال پیشرفت کرده‌ام.	۶/۳۳	۰/۷۹۰	۱/۵۳۵	-۱/۳۱۷	۰/۸۸۶	۰/۸۸۰	۰/۶۶۴
	ویژگی‌های خاصی وجود دارند که بر مشارکت من در والیبال تأثیر دارد.	۶/۳۱	۰/۸۲۲					
هویت	لحظات تعیین‌کننده‌ای هست که تأثیر زیادی در مشارکت من در والیبال دارد.	۶/۱۷	۰/۸۴۰					
	افرادی که من را می‌شناسند می‌دانند که والیبال برایم مهم است.	۶/۲۰	۰/۸۶۵	۱/۸۳۶	-۱/۱۱	۰/۸۵۹	۰/۸۷۷	۰/۶۹۵
	غالباً من را به‌عنوان فردی که خود را وقف والیبال کرده است، می‌شناسند.	۶/۰۸	۰/۸۲۳					
آداب و رسوم داریم.	دیگران می‌دانند که من هویت خود را با والیبال می‌شناسم.	۶/۰۵	۰/۸۱۳					
	بسیاری از احساساتم را در ارتباط با والیبال با دیگران به اشتراک می‌گذارم.	۶/۱۳	۰/۸۱۴	۰/۵۲	-۰/۹۵۴	۰/۸۵۲	۰/۸۹۵	۰/۷۴۱
	احساسات مشترک زیادی با طرفداران والیبال دارم.	۶/۰۷	۰/۸۵۷					
	من و دیگر مشتاقان والیبال ایده‌آل‌های مشترکی داریم.	۶/۱۲	۰/۹۰۹					

جدول ۴. نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری متغیر مشارکت تفریحی

مؤلفه	گویه‌ها	میانگین	بارعاملی	کشیدگی	چولگی	CR	α	AVE
جاذبه	والیبال برای من مهم است.	۶/۴۳	۰/۸۳۹	۲/۳۳۱	-۱/۵۷۵	۰/۹۰۰	۰/۹۲۵	۰/۷۴۸
	والیبال از جمله فعالیت‌هایی است که به آن علاقه‌مندم.	۶/۴۳	۰/۸۱۵					
	والیبال فعالیت محبوب من است.	۶/۳۹	۰/۸۸۷					
	بازی والیبال را به سایر فعالیت‌های ورزشی ترجیح می‌دهم.	۶/۳۵	۰/۹۱۵					
خود بیانگری	وقتی والیبال بازی می‌کنم، می‌توانم خودم را به دیگران بیان کنم.	۶/۱۴	۰/۸۸۰	۰/۷۴۳	-۱/۰۰۸	۰/۸۳۵	۰/۸۱۲	۰/۵۶۸
	با والیبال می‌توانم به دیگران اجازه دهم که سبک بازی من را بشناسند.	۶/۱۳	۰/۸۴۰					
	مشارکت در والیبال به من اجازه می‌دهد درک بهتری از خود بدست آورم.	۵/۹۳	۰/۷۹۴					
	از اینکه در والیبال عملکرد خوبی نداشته باشم، احساس ناامیدی می‌کنم.	۵/۲۹	۰/۴۰۲					
سبک زندگی	متوجه شده‌ام که زندگی من به شدت به والیبال متصل است.	۶/۰۹	۰/۸۲۰	۲/۴۵۵	-۱/۳۹۹	۰/۸۶۰	۰/۸۹۲	۰/۷۴۱
	انجام بازی والیبال، نقش مهمی در زندگی من ایفا می‌کند.	۶/۲۲	۰/۸۶۹					
	دوست دارم که با دوستانم در مورد والیبال بحث و گفتگو کنم.	۶/۲۴	۰/۸۹۲					

جدول ۵. نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری متغیر رضایت از فراغت

مؤلفه	گویه‌ها	میانگین	بارعاملی	کشیدگی	چولگی	CR	α	AVE
رضایت از فراغت	معتقدم زمانی که تصمیم گرفتم که در فراغت خود والیبال بازی کنم، کار درستی کرده‌ام.	۶/۳۹	۰/۸۴۰	۴/۳۷۵	۱/۸۵۷	۰/۹۰۶	۰/۹۱۵	۰/۶۴۴
	از تصمیم انجام والیبال در زمان فراغت خود، راضی‌ام.	۶/۳۸	۰/۷۶۰					
	از تصمیم برای بازی والیبال در زمان فراغت، خوشحالم.	۶/۵۰	۰/۸۰۶					

۱۰۶ رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در...

بر اساس نتایج به دست آمده از جدول‌های ۳، ۴ و ۵ برای سنجش پایایی پرسش‌نامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. (Hensler (2016 شاخص مناسب برای پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ را بیشتر از ۰/۷ در نظر گرفته‌اند، که نتایج هر دو آزمون این پژوهش مناسب ارزیابی شد. بارهای عاملی مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه را نشان می‌دهد که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۴ باشد، نشان می‌دهد که پایایی مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. (Hensler (2016 نقطه برش مناسب برای شاخص میانگین استخراج شده را ۰/۵ در نظر گرفت. که برای تمامی متغیرهای پژوهش، مقادیر مناسبی به دست آمد.

جدول ۶. ماتریس فورنل-لاکر برای بررسی اعتبار واگرا در سطح مؤلفه‌ها

پشتکار	هویت	مشارکت تفریحی	سبک زندگی	رضایت از فراغت	خود بیانگری	حرفه	جاذبه	تلاش	فراغت جدی	آداب و رسوم
آداب و رسوم	۰/۸۶۱									
فراغت جدی	۰/۸۰۶	۰/۹۱۰								
تلاش	۰/۶۰۰	۰/۷۳۹	۰/۸۴۴							
جاذبه	۰/۵۶۷	۰/۷۴۵	۰/۶۸۳	۰/۸۶۵						
حرفه	۰/۶۹۰	۰/۷۰۷	۰/۸۲۳	۰/۶۹۴	۰/۸۵۰					
خود بیانگری	۰/۶۲۹	۰/۷۵۳	۰/۸۱۵	۰/۸۰۹	۰/۷۰۱	۰/۸۵۴				
رضایت از فراغت	۰/۵۳۹	۰/۶۴۸	۰/۶۵۳	۰/۶۸۰	۰/۶۰۱	۰/۶۲۵	۰/۷۰۳			
سبک زندگی	۰/۶۹۸	۰/۷۲۸	۰/۵۸۰	۰/۷۲۰	۰/۶۴۲	۰/۷۷۲	۰/۶۰۰	۰/۸۶۱		
مشارکت تفریحی	۰/۶۸۵	۰/۸۱۵	۰/۸۰۴	۰/۷۸۰	۰/۷۴۸	۰/۵۹۱	۰/۷۰۲	۰/۸۰۰	۰/۸۹۸	
هویت	۰/۵۱۶	۰/۶۰۰	۰/۶۹۷	۰/۶۳۹	۰/۷۵۲	۰/۶۸۰	۰/۶۰۴	۰/۶۵۴	۰/۷۲۰	۰/۸۳۴
پشتکار	۰/۶۲۳	۰/۷۰۱	۰/۸۰۸	۰/۶۵۶	۰/۷۹۵	۰/۶۵۰	۰/۵۲۷	۰/۶۰۹	۰/۷۰۳	۰/۶۵۵
										۰/۸۸۹

روایی واگرا به اعتبار ممیز در سطح مؤلفه‌ها می‌پردازد. به طوری که هر عددی که در قطر این ماتریس وجود دارد باید از اعداد موجود در سطر و ستون مربوط به خود بزرگ‌تر باشد که این موضوع برای همه‌ی مؤلفه‌ها به خوبی برآورد شده است.

جدول ۷. نتایج بررسی اثرات مستقیم، اثر غیرمستقیم و اثر کل

اثر کل	اثر غیرمستقیم	P	T	اثر مستقیم	ارتباط بین متغیرها
۰/۸۱۵	-	۰/۰۰۱	۲۰/۱۶۸	۰/۸۱۵	اوقات فراغت جدی ← مشارکت تفریحی
۰/۲۲۵	-	۰/۰۰۱	۲/۱۸۶	۰/۲۲۵	اوقات فراغت جدی ← رضایت از فراغت
۰/۵۱۹	-	۰/۰۰۱	۵/۴۵۰	۰/۵۱۹	مشارکت تفریحی ← رضایت از فراغت
-	۰/۴۲۲	-	-	-	اوقات فراغت جدی ← مشارکت تفریحی ← رضایت از فراغت

همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی و رضایت از فراغت ورزشکاران آماتور والیبال تأثیر مثبت و معناداری دارد و مشارکت تفریحی با ضریب مسیر ۰/۵۱۹ بر رضایت از فراغت تأثیر معنادار دارد، هم‌چنین مشارکت تفریحی با نقش واسطه‌ای خود، باعث ارتباط قوی‌تر بین اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت می‌شود.

جدول ۸. نتایج بررسی اثرات مستقیم ابعاد اوقات فراغت جدی بر رضایت از فراغت

P	T	اثر مستقیم	ارتباط بین ابعاد متغیر اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت
۰/۶۴۴	۰/۴۸۶	-۰/۰۱۵	پشتکار ← رضایت از فراغت
۰/۰۴۰	۱/۸۵۴	۰/۲۰۰	تلاش ← رضایت از فراغت
۰/۰۴۴	۲/۰۱۲	۰/۱۷۳	حرفه ← رضایت از فراغت
۰/۰۱۰	۲/۵۱۴	۰/۳۳۵	هویت ← رضایت از فراغت
۰/۲۶۱	۱/۱۴۲	۰/۰۳۷	آداب و رسوم ← رضایت از فراغت

جدول ۹ که نشان دهنده رابطه بین ابعاد اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی است، بیانگر ارتباط مثبت و معنادار بین تلاش، حرفه و هویت با رضایت از فعالیت‌های فراغتی است و بین پشتکار و آداب و رسوم با رضایت از فعالیت‌های فراغتی ارتباط معناداری وجود ندارد.

جدول ۹. نتایج بررسی اثرات مستقیم ابعاد اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی

P	T	اثر مستقیم	ارتباط بین ابعاد متغیر اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی
۰/۰۱۲	۲/۶۴۵	۰/۱۵۵	پشتکار ← مشارکت تفریحی
۰/۰۱۶	۲/۵۷۶	۰/۱۶۸	تلاش ← مشارکت تفریحی
۰/۰۲۳	۲/۳۲۹	۰/۱۹۷	حرفه ← مشارکت تفریحی
۰/۰۰۱	۳/۵۵۶	۰/۲۵۰	هویت ← مشارکت تفریحی
۰/۰۵۰	۲/۸۱۲	۰/۱۵۰	آداب و رسوم ← مشارکت تفریحی

۱۰۸ رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در...

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۱۰، تمامی ابعاد اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی والیبالیست‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد و هویت با ضریب مسیر ۰/۲۵۰ بیش‌ترین تأثیر را بر مشارکت تفریحی دارد.

جدول ۱۰. نتایج بررسی اثرات مستقیم ابعاد مشارکت تفریحی بر رضایت از فراغت

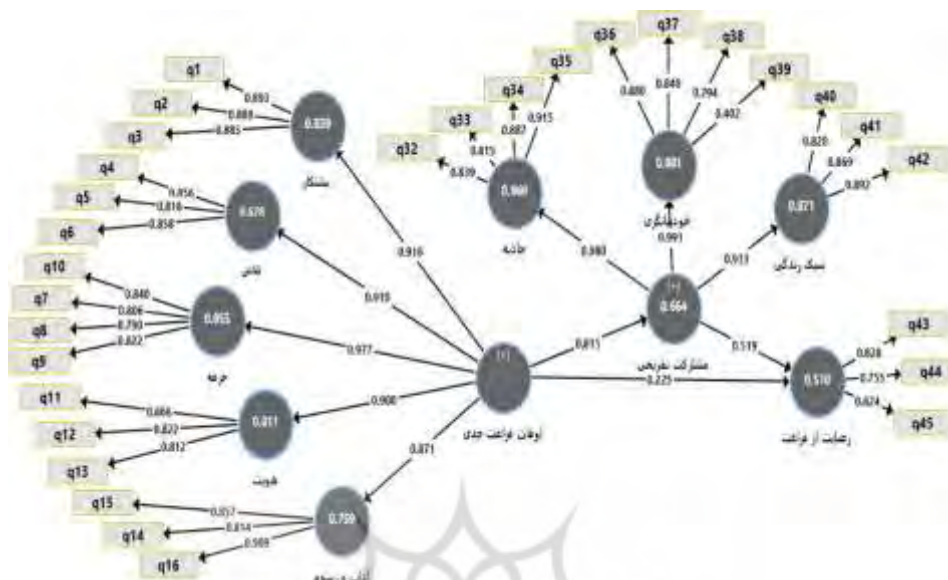
P	T	اثر مستقیم	ارتباط بین ابعاد مشارکت تفریحی بر رضایت از فراغت
۰/۰۰۱	۵/۰۶۷	۰/۴۴۹	جاذبه ← رضایت از فراغت
۰/۰۴۶	۲/۰۰۶	۰/۱۱۴	خودبیانگری ← رضایت از فراغت
۰/۰۰۷	۲/۶۳۳	۰/۱۹۵	مرکزیت سبک زندگی ← رضایت از فراغت

در بررسی رابطه‌ی بین ابعاد مشارکت تفریحی بر رضایت از فعالیت فراغتی، جاذبه با ضریب مسیر ۰/۴۴۹ بیشترین تأثیر و خودبیانگری با کمترین اثر (ضریب مسیر = ۰/۱۱۴) بر رضایت از فعالیت فراغتی نشان داده شد.

جدول ۱۱. شاخص‌های ارزیابی کیفیت مدل

SRMR	Q ²	R ²	متغیر
۰/۷۶	۰/۳۲۸	۰/۶۶۴	مشارکت تفریحی
	۰/۲۸۹	۰/۵۱۰	رضایت از فراغت

شاخص SRMR یکی از شاخص‌هایی است که مناسب بودن مدل تجربی را نشان می‌دهد و برای این شاخص مقادیر زیر ۰/۰۸ مورد پذیرش می‌باشند (Kline, 2011). ضریب تعیین به اتصال بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل می‌پردازد. مقدار این ضریب بین صفر تا ۱ است. (Chine 1998) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای برازش مدل معرفی کرده است. با توجه به جدول ۸ اعداد به‌دست آمده برای هر دو سازه قوی هستند. (Hensler 2016) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در سازه‌های درون‌زا، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ را تعیین کرده‌اند که قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی را نشان می‌دهد که برای متغیر مشارکت تفریحی نسبتاً قوی و متغیر رضایت از فراغت قدرت پیش‌بینی کنندگی متوسطی دارد.



شکل ۲. خروجی نرم افزار Smart PLS 3

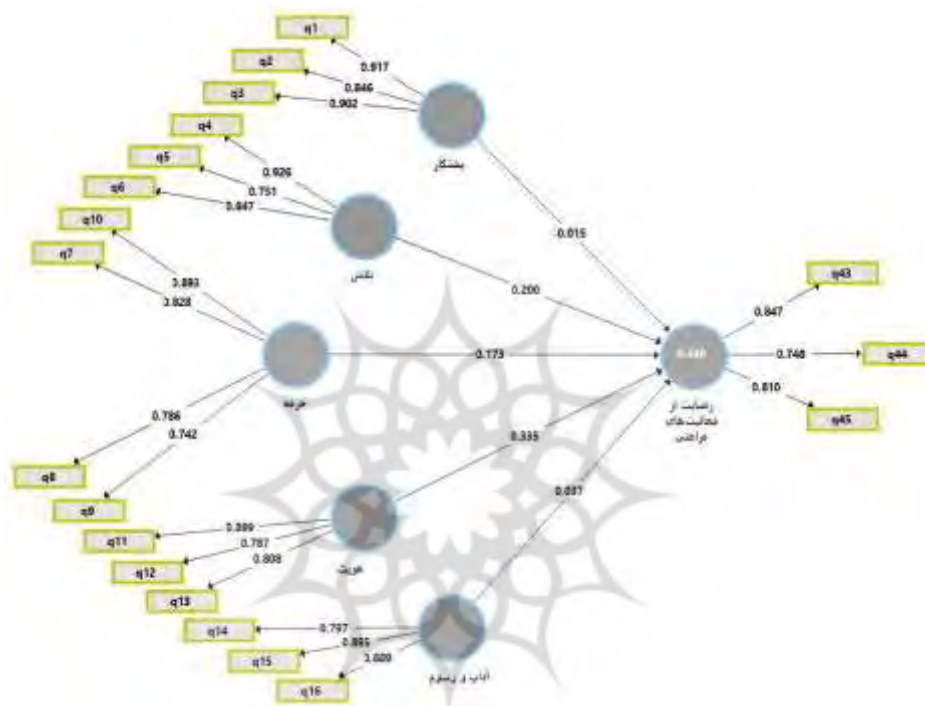
با توجه به شکل ۲ که مدل کلی پژوهش حاضر است، ضریب مسیر اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی (۰/۸۱۵) بیشتر از ضریب مسیر اوقات فراغت جدی بر رضایت از فعالیت فراغتی (۰/۲۲۵) است که بیان گر تأثیر بیش تر فراغت جدی بر مشارکت تفریحی است.



شکل ۳. خروجی نرم افزار Smart PLS 3

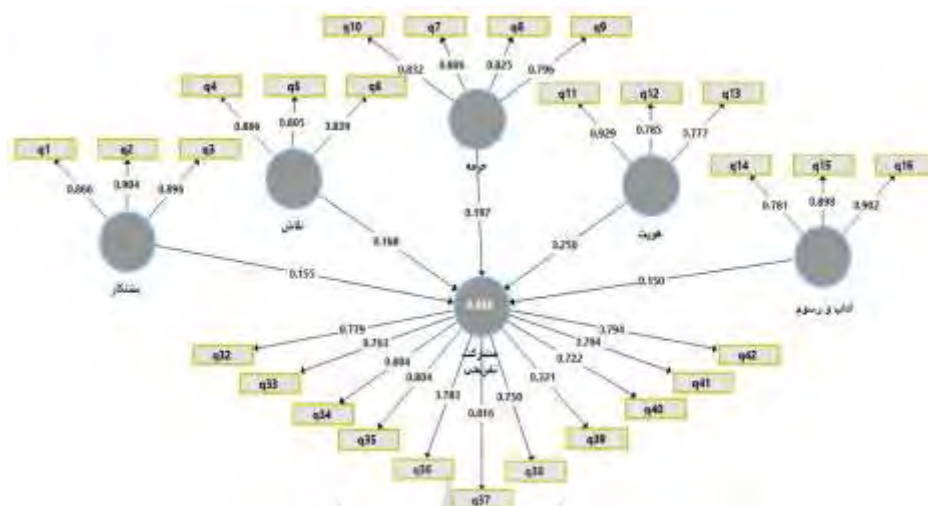
۱۱۰ رابطه اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت با میانجی‌گری مشارکت تفریحی در...

شکل ۳ نشان‌دهنده‌ی ارتباط ابعاد مشارکت تفریحی بر رضایت از فعالیت فراغتی می‌باشد. در این خروجی جاذبه با ضریب مسیر ۰/۴۴۹ بیش‌ترین تأثیر را بر رضایت از فعالیت‌های فراغتی نشان می‌دهد.



شکل ۴. خروجی نرم‌افزار Smart PLS

در شکل ۴ تأثیر ابعاد اوقات فراغت جدی بر رضایت از فعالیت فراغتی نشان داده شده است. در بین ابعاد اوقات فراغت جدی، هویت با ضریب مسیر ۰/۳۳۵ بر رضایت از فعالیت‌های فراغتی تأثیرگذارتر از سایر ابعاد است. هم‌چنین ارتباط بین پشتکار و آداب و رسوم با رضایت از فراغت تأیید نشد.



شکل ۵. خروجی نرم افزار Smart PLS

خروجی نرم افزار شکل ۵ به بررسی ارتباط بین اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی پرداخته است. تمامی ابعاد فراغت جدی بر مشارکت تفریحی والیبالیست‌های آماتور خانه والیبال تهران تأثیرگذار است.

جدول ۱۲. خروجی نرم افزار Smart PLS

متغیر مستقل	وابسته	ضریب مسیر	متغیر فرعی	مشارکت تفریحی	رضایت از فراغت
	پشتکار	۰/۹۱۶	پشتکار	۰/۱۵۵	-۰/۰۱۵
	تلاش	۰/۹۱۰	تلاش	۰/۱۰۸	۰/۲۰۰
	حرفه	۰/۹۷۷	حرفه	۰/۱۹۷	۰/۱۷۳
اوقات فراغت	هویت	۰/۹۰۹	هویت	۰/۲۵۰	۰/۳۳۵
فراغت جدی	آداب و رسوم	۰/۸۷۱	آداب و رسوم	۰/۱۵۰	۰/۰۳۷
	مشارکت تفریحی	۰/۸۱۵	مشارکت تفریحی	-	۰/۴۴۹
	رضایت از فراغت	۰/۲۲۵	خودبینانگری	-	۰/۱۱۴
	جاذبه	۰/۹۸۰	مرکزیت سبک زندگی	-	۰/۱۹۵
مشارکت	خودبینانگری	۰/۹۹۱			
تفریحی	مرکزیت سبک زندگی	۰/۹۳۳			
	رضایت از فراغت	۰/۵۱۹			

در جدول ۱۲ ضریب مسیر تمامی متغیرهای پژوهش حاضر (اصلی و فرعی) بر متغیرهای وابسته، با توجه به خروجی نرم‌افزار Smart PLS آورده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به پیشینه‌ی موجود در ارتباط با تأثیر مشارکت تفریحی و ابعاد آن با رضایت از فعالیت‌های فراغتی و از طرفی مؤثر بودن ابعاد اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی هدف از پژوهش حاضر تعیین چگونگی تأثیر جدیت در اوقات فراغت بر رضایت از فراغت ورزشکاران غیرحرفه‌ای خانه والیبال تهران بود و هم‌چنین مشارکت تفریحی به‌عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد که اوقات فراغت جدی بر رضایت از فعالیت‌های فراغتی والیبالیست‌های آماتور با مقدار احتمال $0/001$ تأثیر دارد و مشارکت تفریحی با نقش میانجی خود ارتباط بین اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت را تقویت می‌کند. هم‌چنین اوقات فراغت جدی با ضریب تعیین $0/664$ و قدرت پیش‌بینی‌کنندگی $0/328$ بر مشارکت تفریحی تأثیر می‌گذارد. در بین ابعاد اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی، پشتکار و جاذبه بیشترین میزان میانگین ($0/790$) و ($0/748$) را به خود اختصاص داده‌اند.

تحقیقات (Smith, 2011) نشان داد، افرادی که در دوره‌های فراغتی متوالی شرکت کرده‌اند، نسبت به افرادی که در این زمینه فعالیتی نداشته‌اند، مزایای اجتماعی، روان‌شناختی و رضایت بیش‌تری داشته‌اند و دخالت جدی در فعالیت‌های تفریحی منجر به بهبود رفاه و سلامت روانی می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که افراد برای رسیدن به فراغت به سمت یک فعالیت خاص می‌روند و اگر از آن فعالیت رضایت داشته باشند، آن را ادامه می‌دهند، که در نهایت منجر به یادگیری مهارت‌های جدید و رشد فرد در آن حیطه می‌شود (Brown & Raymond, 2007)، هم‌چنین می‌تواند اثرات مثبتی بر فرد و زندگی شخصی او بگذارد (Cho, 2021 & Avunduk, 2021) رضایت از فراغت می‌تواند با ایجاد احساس مثبت در فرد، بدست آوردن شغل جدید، بهبود هویت فرد، تقویت اراده و پشتکار مشارکت‌کننده، رضایت از مکانی که در آن فعالیت فراغتی صورت گرفته است، به وجود آید. در پژوهش (Kim et al, 2011) تمامی ابعاد اوقات فراغت جدی بر رضایت تکواندوکارها مورد بررسی قرار گرفت و یکی از عوامل ایجاد رضایت از فعالیت را انجام فعالیت فراغتی به صورت جدی دانستند. در تمامی این پژوهش‌ها (Smith et al, 2011 & Brown et al, 2007) ارتباط مثبت و معناداری بین

ابعاد اوقات فراغت جدی و رضایت از فعالیت فراغتی وجود دارد، ولی در پژوهش حاضر ارتباط بین پشتکار و آداب و رسوم بر رضایت از فراغت معنادار نبود. این موضوع را می‌توان چنین تعبیر کرد که پژوهش‌های انجام شده بر روی افراد مسن و بزرگسال بوده است، اما با توجه به یافته‌های توصیفی پژوهش ۴۵/۶٪ نمونه آماری پژوهش حاضر، زیر ۲۰ سال سن داشتند، بنابراین تحمل مشکلات و سختی‌ها و موانع فراغت جدی برای آن‌ها احتمالاً دشوار است هم‌چنین درک صحیحی از آداب و رسوم و خرده‌فرهنگ‌ها ندارند. از طرفی این پژوهش‌ها بر روی فعالیت‌های انفرادی (رقص و تکواندو) انجام شده است، ولی فعالیت مورد نظر در این پژوهش والیبال است که به صورت گروهی انجام می‌شود، بنابراین احتمالاً بعد پشتکار و اراده‌ی افراد در رشته‌های انفرادی پررنگ‌تر است. پژوهش‌های دیگری نیز بدون در نظر گرفتن ابعاد فراغت جدی، به بررسی مفهوم کلی این متغیر با رضایت از فعالیت پرداخته است. مثلاً در پژوهش‌های (Ozdemine 2020 & Hunt et al, 2021) با وجود تفاوت در حیطه و نوع فعالیت تفریحی مورد بررسی، نتایج با پژوهش حاضر همسو بود و ارتباط فراغت جدی و رضایت از فعالیت فراغتی را تأیید کرد. پس از تجزیه و تحلیل خروجی نرم‌افزار PLS، نتایج نشان داد که بعد حرفه با ضریب بتا ۰/۹۷۷ و $P < ۰/۰۰۱$ بیش‌ترین تأثیر را بر رضایت از فعالیت فراغتی دارد. بنابراین می‌توان گفت که هرچه قدر مشارکت کنندگان دارای ویژگی‌هایی همچون تلاش، حرفه و هویت باشند، رضایت آن‌ها از فعالیت فراغتی بیش‌تر می‌شود. هرچه که فرد تلاشش را برای رسیدن به مهارتی خاص بیش‌تر کند و خود را در ویژگی‌های فراغتی والیبال‌ها از دیگران متمایز ببیند، با توجه به نتایج پژوهش حاضر، احساس رضایت بیش‌تری دارد. با توجه به داده‌های توصیفی که حدوداً نیمی از نمونه آماری پژوهش حاضر را افرادی تشکیل می‌دهند که بین ۱۳ تا ۱۹ سال سن دارند، بنابراین برای این افراد در این سن مهم است به‌عنوان افرادی شناخته شوند که خود را وقف والیبال کرده‌اند و هویت آن‌ها با والیبال شناخته شود. بنابراین یکی از کارهای مهمی که مدیران این مجموعه‌های ورزشی می‌توانند انجام دهند، استخدام مربیانی است که بتوانند به خوبی ویژگی‌های اوقات فراغت جدی مانند تلاش، حرفه و هویت را در ورزشکاران تقویت کنند، که این امر باعث افزایش رضایت آن‌ها از مشارکت در والیبال و در نهایت بازگشت مجدد به این مجموعه می‌شود.

اگر مشارکت‌کننده‌ای دارای صفات اوقات فراغت جدی باشد، بیش‌تر از سایرین می‌تواند اهمیت فعالیت را درک کند و از جذابیت آن لذت ببرد. از طرفی افراد برای پیگیری فعالیت‌های تفریحی باید ویژگی‌هایی همچون تلاش‌های فردی، پشتکار و تعهد در فعالیت را داشته باشند. ابعاد اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی افرادی که در تایوان به فعالیت فراغتی مشغول بودند، تأثیرگذار بود. به طوری که هرچه تلاش و پشتکار بیشتر شود، جاذبه و مرکزیت شیوه زندگی نیز بیشتر می‌شود و پشتکار تأثیر مثبت و معناداری بر هر سه بعد مشارکت تفریحی (خودبیان‌گری، جاذبه، سبک زندگی) دارد (Cheng & Tsaur, 2015). نتایج پژوهش حاضر نیز بیان‌گر همین موضوع است و ارتباط بین ابعاد اوقات فراغت جدی و مشارکت تفریحی را به خوبی نشان می‌دهد. یعنی برای رسیدن به جاذبه و خودبیان‌گری و اولویت زندگی نیاز است که افراد یک فعالیت را به صورت جدی دنبال کنند. ویژگی‌های اوقات فراغت در افرادی که تنیس را به صورت جدی دنبال می‌کنند، به چشم می‌خورد. این افراد دارای انگیزه‌ی فراوانی برای شرکت در فعالیت‌های فراغتی هستند (Tsai, 2018). بنابراین برای رسیدن به جاذبه و خودبیان‌گری نیاز است که افراد یک فعالیت را به صورت جدی دنبال کنند که در این صورت این افراد دارای ویژگی‌های پشتکار، تلاش، حرفه، آداب و رسوم و هویت هستند. وجود یک مربی مناسب، فضای ورزشی با کیفیت و ایجاد هدف برای آینده، می‌تواند صفات فراغت جدی در والیبالیست‌ها را پرورش دهد که خود به افزایش مشارکت آن‌ها در فعالیت فراغتی منجر می‌شود. در پژوهش حاضر ۶۶ درصد از تغییرات مشارکت تفریحی از طریق اوقات فراغت جدی است، که این درصد بالایی است و می‌توان گفت که در خانه والیبالیست‌ها، مؤلفه‌های اوقات فراغت جدی بر مشارکت تفریحی اثرگذار است به طوری که تمامی این ابعاد باعث افزایش پیوند شناختی بین فرد و والیبالیست می‌شود و درجه‌ای که یک فرد به والیبالیست اختصاص می‌دهد را افزایش می‌دهد. به طور کلی می‌توان گفت مسئولین اماکن ورزشی می‌توانند با ایجاد بستری برای ابراز شخصیت ورزشکاران به دیگران و تمایز والیبالیست‌ها با سایر گروه‌ها و ایجاد شرایطی برای تداوم فعالیت برای حرفه‌ای شدن و ایجاد فضای مناسب برای تمرین و تکرار، مشارکت والیبالیست‌ها را در مجموعه‌ی خود افزایش دهند. یافته‌های توصیفی متغیر اوقات فراغت جدی بیان‌گر آن بود که میانگین تمامی ابعاد این متغیر، بالاتر از حد متوسط است که پشتکار کلیدی‌ترین عنصر برای ورزشکارانی است که در فعالیت‌های فراغتی شرکت می‌کنند و جذابیت والیبالیست‌ها امکان تداوم آن را بیشتر می‌کند.

پیگیری منافع شخصی یک کلید برای افزایش سطح مشارکت تفریحی است که به دنبال آن رضایت از فعالیت‌های فراغتی به وجود می‌آید که این موضوع بیش‌تر در تفریح‌کنندگان اوقات فراغت جدی به چشم می‌خورد (Havitz et al, 2005). (Cheng (2015) بیان داشت که سطح بالایی از مشارکت تفریحی باعث ایجاد تجربه‌ی مثبت در افراد می‌شود که وفاداری را به همراه دارد، که طبق پژوهش Eom (2020) ایجاد رضایت از فعالیت‌های فراغتی باعث بازگشت مجدد مشتریان می‌شود. با توجه به پژوهش‌های گفته شده و پژوهش حاضر، یکی از عوامل تأثیرگذار بر رضایت از فعالیت‌های فراغتی، مشارکت تفریحی است و تأثیرگذارترین بعد بر رضایت از فراغت، خودبیانگری بود (ضریب بتا = ۰/۹۹۱). طبق پژوهش Ramkisson (2013) سطح بالایی از مشارکت تفریحی باعث ایجاد دو پیامد می‌شود: اول احساس مثبت تفریحی (رفاه و تجربه مثبت تفریحی) و دوم نگرش مثبت نسبت به فعالیت و مکان فعالیت (رضایت نسبت به فعالیت و تعهد به آن). که در پژوهش حاضر نیز یکی از عوامل مهم در ارتباط با رضایت مشتریان، ایجاد جاذبه در آن‌ها برای والیبال است، چون در بین ابعاد مشارکت تفریحی، جاذبه بالاترین میزان میانگین را دارد (۰/۷۴۸). بنابراین هرچقدر که افراد نسبت به فعالیت والیبال بیش‌تر تحریک شوند و آن فعالیت برای آن‌ها پراهمیت‌تر باشد، رضایت آن‌ها از والیبال بیشتر می‌شود. زمانی که مشارکت‌کننده به فعالیت فراغتی خود اهمیت می‌دهد و با انجام آن لذت می‌برد و خاطرات مثبت در ذهن او باقی می‌ماند، رضایت خاصی نسبت به آن فعالیت پیدا می‌کند که همین امر منجر به اختصاص زمان بیشتر برای تکرار آن فعالیت می‌شود. از آنجایی که ۷۷/۷ درصد از پژوهش حاضر را افراد مجرد تشکیل داده‌اند و بیشتر این افراد زیر ۱۹ سال هستند و درآمدی ندارند (۵۹/۵ درصد)، می‌توان نتیجه گرفت که این افراد درگیری‌های کمتر و زمان آزاد بیش‌تری دارند و به همین دلیل والیبال اولویت مهم زندگی آن‌ها است. بازی گروهی والیبال این فرصت را به آن‌ها می‌دهد که درک بهتری از خود به دست آورند. بنابراین مدیران مجموعه‌ها می‌توانند با افزایش جاذبه برای والیبال‌ها و یا ایجاد شرایطی مناسب برای مشارکت‌کنندگان که بتوانند تصویر مناسبی از خود به دیگران نشان دهند، باعث رضایت آن‌ها از فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند، شوند، که این امر در نهایت منجر به وفاداری والیبال‌ها می‌شود. مثلاً وجود تجهیزات ورزشی به روز، طراحی تمرین‌های همراه با شادی و لذت و فرصت دادن به ورزشکاران برای بحث و گفتگو در زمینه والیبال می‌تواند در زمینه وفاداری والیبال‌ها پر اهمیت باشد. پژوهش‌های زیادی

در زمینه تأثیر اوقات فراغت جدی بر رضایت از فراغت با عوامل واسطه‌ای دیگر صورت گرفته است. مثلاً در پژوهشی افرادی را که به صورت جدی رقصیدن را دنبال می‌کنند، مورد بررسی قرار دادند. برای این افراد رقصیدن به صورت یک تفریح درآمده بود و برای آن‌ها جاذبه داشت. در این افراد مهارت‌های جدید رشد پیدا کرده و آن‌ها دارای رضایت از زندگی، روابط بین فردی قوی و لذت و شادی بودند (Heo et al, 2010). همچنین پژوهش صورت گرفته توسط (Chun, 2021) نیز فرضیه‌ی پژوهش حاضر را تأیید می‌کند که هرچه نتایج فراغت باعث رشد شخصی افراد شود، مشارکت آن‌ها در فعالیت فراغتی بیش‌تر می‌شود. در پژوهش حاضر با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای مشارکت تفریحی در رابطه بین اوقات فراغت جدی و رضایت از فراغت، نتایج نشان داد که با وجود ابعادی مانند جاذبه، خودبیان‌گری و مرکزیت سبک زندگی، ارتباط بین دو متغیر فراغت جدی و رضایت از فراغت قوی‌تر می‌شود (اثر غیرمستقیم = ۰/۴۲۲). همان‌طور که (Cheng et al (2018 بیان کردند که مشارکت تفریحی با نقش واسطه‌ای خود می‌تواند باعث ایجاد تجربه‌ی مثبت در افراد و رضایت آن‌ها از فعالیت تفریحی شود. با توجه به خروجی نرم‌افزار مورد استفاده در این پژوهش، ۵۱ درصد از تغییرات رضایت از فعالیت‌های فراغتی وابسته به مشارکت تفریحی و اوقات فراغت جدی والیبالیست‌های غیرحرفه‌ای خانه والیبال تهران است.

با توجه یافته‌ها و نتایج پژوهش می‌توان گفت که یکی از عوامل مهم برای افزایش رضایت والیبالیست‌ها از فعالیت فراغتی‌شان ایجاد جاذبه است. یعنی افراد هرچه قدر که نسبت به یک فعالیت تحریک‌پذیری بیشتری داشته باشند، میزان رضایت‌شان هم بیشتر است. هویت والیبالیست‌ها در فراغت‌شان بسیار حائز اهمیت است. افرادی که والیبال را به عنوان یک فراغت جدی دنبال می‌کنند، هویتشان را با والیبال می‌شناسند و خانواده و دوستانشان نیز می‌دانند که برای یک والیبالیست، انجام فعالیت‌های والیبال چقدر اهمیت دارد. با بهبود عملکرد ورزشکاران در این حیطه و تلاش هرچه بیشتر آن‌ها، رضایتشان هم از والیبال افزایش می‌یابد. مریبان باید بدانند که با دانستن هدف‌های شاگردانشان، آن‌ها را در رسیدن به اهدافشان یاری کنند. طراحی تمرین‌هایی که همراه با لذت و شادی باشد، توسط مریبان خانه والیبال، می‌تواند ورزشکاران را بیشتر جذب این رشته کند، تا آن‌ها والیبال را به سایر رشته‌های ورزشی ترجیح دهند. مشارکت کنندگان در حیطه والیبال که از فعالیت فراغتی خود در خانه والیبال رضایت دارند، می‌دانند که زندگی‌شان به والیبال متصل است، بنابراین در زندگی به گونه‌ای برنامه‌ریزی دارند که همیشه جایگاه والیبال محفوظ بماند.

به نظر می‌رسد بیشتر پژوهش‌های انجام گرفته در ایران، اوقات فراغت را با مفهوم عام و کلی در نظر گرفته‌اند و مطالعات اوقات فراغت جدی کمی صورت گرفته است و در بین پژوهش‌های موجود، تحقیقاتی که نشان‌دهنده رفتارهای فراغتی از منظر بازاریابی باشد، کمتر دیده می‌شود که در این پژوهش یک بعد مهم از اوقات فراغت در نظر گرفته شد و راه کارهایی برای افزایش مشتریان و جذب بیش تر والیبالیست‌ها داده شد. در این پژوهش یک رشته ورزشی گروهی در خانه والیبال تهران مورد بررسی قرار گرفت که باید در تعمیم آن به سایر رشته‌های گروهی و انفرادی دقت و احتیاط شود و به محققان آتی پیشنهاد می‌شود که سایر رشته‌های ورزشی را در مجموعه‌های ورزشی دیگر مورد پژوهش قرار دهند.

ملاحظات اخلاقی

در جریان اجرای این پژوهش و تهیه مقاله کلیه قوانین کشوری و اصول اخلاق حرفه‌ای مرتبط با موضوع پژوهش از جمله رعایت حقوق آزمودنی‌ها، سازمان‌ها و نهادها و نیز مؤلفین و مصنفین رعایت شده است. پیروی از اصول اخلاق پژوهش در مطالعه حاضر رعایت شده و فرم‌های رضایت-نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است و این مقاله قبلاً در هیچ نشریه‌ای اعم از داخلی یا خارجی چاپ نشده است و صرفاً جهت بررسی و چاپ به فصلنامه مطالعات بازاریابی ورزشی ارسال شده است.

References

- Avunduk, Y. (2021). The Relationship between Leisure Satisfaction and Hopelessness. *International Journal of Applied Exercise Physiology*, 10(1), 6-11.
- Birdsong, M., Hunt, L. M., & Arlinghaus, R. (2021). Recreational angler satisfaction: What drives it?. *Fish and Fisheries*.
- Brown, G., & Raymond, C. (2007). The relationship between place attachment and landscape values: Toward mapping place attachment. *Applied geography*, 27(2), 89-111.

Carr, N. (2017). Re-thinking the relation between leisure and freedom. *Annals of Leisure Research*, 20(2), 137-151.

Cheng, Tien-Ming, and Sheng-Hshiang Tsaur. "The relationship between serious leisure characteristics and recreation involvement: A case study of Taiwan's surfing activities." *Leisure Studies* 31.1 (2012): 53-68.

Cheng, T. M., & Lu, C. C. (2015). The causal relationships among recreational involvement, flow experience, and well-being for surfing activities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(sup1), 1486-1504.

Chick, G., Hsu, Y. C., Yeh, C. K., Hsieh, C. M., Ramer, S., Bae, S. Y., & Dong, E. (2020). Cultural consonance mediates the effects of leisure constraints on leisure satisfaction: A reconceptualization and replication. *Leisure Sciences*, 1-20.

Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling.

Eom, T., Han, H., & Song, H. (2020). Discovering the perceived attributes of CBT destination travelers in South Korea: A mixed method approach. *Tourism Management*, 77, 104013.

Cho, H., & Chiu, W. (2021). The Role of Leisure Centrality in University Students' Self-satisfaction and Academic Intrinsic Motivation. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 30(2), 119-130.

Chun, B., Roh, E. Y., Spralls III, S. A., & Cheng, C. I. (2021). Personal growth leisure experience in Templestay: International tourist outcomes, satisfaction, and recommendation. *Journal of Leisure Research*, 52(1), 77-96.

Gould, J., Moore, D., McGuire, F., & Stebbins, R. (2008). Development of the serious leisure inventory and measure. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 47-68.

Havitz, M. E., & Mannell, R. C. (2005). Enduring involvement, situational involvement, and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37(2), 152-177.

Heidari, K., Heydarinejad, S., Saffari, M., & Khatibi, A. (2019). Investigating the leisure behavior of Iranians: the structural model of serious leisure, recreation specialization and place attachment. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-17.

Heidari, K., Heydarinejad, S., Saffari, M., & Khatibi, A. (2020). How Does Seriousness in Leisure Effect on Place Attachment of Unprofessional Athletes?. *Research on Educational Sport*, 8(19), 91-114.

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, 116(1), 2-20.

Heo, J., Lee, Y., Pedersen, P. M., & McCormick, B. P. (2010). Flow experience in the daily lives of older adults: An analysis of the interaction between flow, individual differences, serious leisure, location, and social context.

Canadian Journal on Aging/La Revue canadienne du vieillissement, 29(3), 411-423.

Heo, J., Ryu, J., Yang, H., Kim, A. C. H., & Rhee, Y. (2018). Importance of playing pickleball for older adults' subjective well-being: A serious leisure perspective. *The Journal of Positive Psychology*, 13(1), 67-77.

Hintze, J. (2011). PASS 11. NCSS, LLC. Kaysville, Utah, USA.

Kim, J., Dattilo, J., & Heo, J. (2011). Taekwondo participation as serious leisure for life satisfaction and health. *Journal of Leisure Research*, 43(4), 545-559.

Kirchengast, S. (2014). Physical inactivity from the viewpoint of evolutionary medicine. *Sports*, 2(2), 34-50.

Kiani, M., Nazari, L., & Shahbazzpour, L. (1401). The effect of aesthetic factors and service quality on perceived value of loyalty and customer satisfaction (Case study of Kermanshah pools) *Journal of Sport Marketing Studies*, 3(2) [in Persian]

Kono, S., Ito, E., & Gui, J. (2020). Empirical investigation of the relationship between serious leisure and meaning in life among Japanese and Euro-Canadians. *Leisure studies*, 39(1), 131-145.

Kordlu, H., Mohammadi, H., Moharram zadeh, M., & Azizian kohan, N. (1399). The relationship between social media marketing and customer satisfaction of sports recreation centers. *Journal of Sport Marketing Studies*. 1(4). 116-133 [in persian]

Kuijsters, N., Goede, J., & Leenders, R. (2019). Passionate about the sport, dedicated to the club? A systematic review study to the predictors, dimensions and outcomes of membership involvement in recreational sports and leisure. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 7(4), 59-73.

Kyle, Gerard, and Garry Chick. "Enduring leisure involvement: The importance of personal relationships." *Leisure Studies* 23.3 (2004): 243-266.

Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environment and Behavior*, 37(2), 153-177.

Lee, T. H., & Shen, Y. L. (2013). The influence of leisure involvement and place attachment on destination loyalty: Evidence from recreationists walking their dogs in urban parks. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 76-85.

Liu, H. (2014). Personality, leisure satisfaction, and subjective well-being of serious leisure participants. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 42(7), 1117-1125.

Liu, H., & Yu, B. (2015). Serious leisure, leisure satisfaction and subjective well-being of Chinese university students. *Social Indicators Research*, 122(1), 159-174.

Liu, H. L. (2012). Relationship Among Serious Leisure, Recreation Specialization, and Place Attachment for Amateur Athletes. Ph.D. diss., Oklahoma State University.

Lizana, M., Carrasco, J. A., & Tudela, A. (2019). Studying the relationship between activity participation, social networks, expenditures and travel behavior on leisure activities. *Transportation*, 1-22.

Meekes, Jasper F., Dorina M., Buda, and Gert de Roo. "Socio-spatial complexity in leisure development." *Annals of Tourism Research* 80 (2020): 102814.

Murray, D. W., & O'Neill, M. A. (2015). Home brewing and serious leisure: Exploring the motivation to engage and the resultant satisfaction derived through participation. *World Leisure Journal*, 57(4), 284-296.

Özdemir, A. S. (2020). Serious Leisure Perspectives in Sports: Professional Athletes' Career Progress via Serious Leisure. *Asian Journal of Education and Training*, 6(2), 186-195.

Park, K. W., Lee, C. W., & Kim, M. J. (2016). Effect of serious leisure experience on the leisure satisfaction among senior sport games participants. *Journal of Physical Education and Sport*, 16, 584.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an Australian national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 434-457.

Saffari, M. (2020). Analysis of Women's Place Identity and Dependence in Leisure Activities. *Quarterly Journal of Women and Society*, 11(42), 135-154.

Saffari, M., Ehsani, M., Amiri, M., & Kozechian, H. (2013). Designing the model of sport for all in Iran. *Asian Social Science*, 9(2), 208.

Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology of ego-involvements: Social attitudes and identifications*.

Smith, K. W., Palmer, M. A., Kline, K. R., & Deville, D. D. (2011). U.S. Patent No. 8,034,077. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Stebbins, R. A. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. McGill-Queen's Press-MQUP.

Stebbins, R. (2012) Comment on Scott: Recreation Specialization and the CL-SL Continuum, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 34:4, 372-374.

Tsai, C. P. (2018). Case Study: A Study of Recreational Participation Motivation, Serious Leisure and Recreational Specialization in Tennis Participants. *Advances in Management*, 11(1), 5-11.

Veal, A. J. (2017). The serious leisure perspective and the experience of leisure. *Leisure Sciences*, 39(3), 205-223.