

ORIGINAL ARTICLE

The Impact of Membership in Sports Social Networks on Young People's Motivation to Participate in Sports, Mediated by Sports Socialization

Amin Raji¹, Fahimeh MomeniFar^{2*}, Nasrin Azizian Kohan³

1- Assistant Professor of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

2- Assistant Professor of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

3- Associate Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran

Correspondence:

Fahimeh MomeniFar

Email: f.momeni@pnu.ac.ir

Received: 17/April/2023

Accepted: 26/June/2023

How to cite:

Raji, A; MomeniFar, F; Noorbakhsh, N; Azizian Kohan, N; (2024), The Impact of Membership in Sports Social Networks on Young People's Motivation to Participate in Sports, Mediated by Sports Socialization, **Communication Management in Sport Media**, 12 (1), 45-58.

DOI: [10.30473/jsm.2023.67378.1741](https://doi.org/10.30473/jsm.2023.67378.1741)

1. ABSTRACT

The overall aim of this research was to investigate the effect of membership in virtual sports networks on young people's motivation to participate in sports, with sports acculturation serving as a mediating factor. The study was descriptive and employed structural equation modeling, and it is classified as applied research based on its purpose. Data were collected through field surveys using a questionnaire. Statistically, all participants were members of virtual sports networks in Tehran. The sample size was 384 individuals, determined using Morgan's table and a non-random sampling method.

Structural equation modeling with the partial least squares (PLS) approach was used to test the proposed model and hypotheses. Data analysis was performed using SPSS and SmartPLS software. The results indicated that membership in virtual sports networks positively influences young people's motivation to participate in sports ($\beta = 0.438$) and enhances their cultural acceptance of sports ($\beta = 0.671$). Furthermore, cultural acceptance of sports significantly affects the motivation to engage in sports activities among youth in Tehran ($\beta = 0.876$). The Sobel test confirmed the mediating role of sports acculturation.

Based on these findings, it is recommended that sports organizations and guardians in Tehran promote youth participation in sports by expanding and utilizing virtual sports networks and fostering a strong sports culture.

KEY WORDS

Sports Virtual Networks, Sports Participation, Cultural Adaptation of Sports.



Extended Abstract

Introduction

With the advancement of technology and the increasing desire to use virtual social networks, young people's free time has been increasingly directed toward engaging with these technologies. In recent years, the growth in social network use has been substantial, and many organizations have leveraged this trend to expand their activities domestically (Naami and Nouri, 2015). Virtual social networks are a type of social media that closely resemble human society, enabling individuals to communicate with large numbers of people regardless of time and geographical constraints, as well as overcoming political, cultural, and economic limitations. Following the proliferation of internet use in societies, numerous efforts have been made to utilize these opportunities to enhance human communication (Ludwig and Shirel, 2013).

Physical activity plays a vital role in overall societal health and is consistently emphasized as a critical component of a healthy lifestyle. Planning inclusive sports programs for all citizens, especially youth, and ensuring their participation aligns with their interests, economic status, social conditions, and societal values, should be considered a national priority. Such initiatives should be implemented in accordance with the laws governing the country (Wafai Moghadam et al., 2017).

The attractiveness of virtual networks, combined with the ease of activity within these communities, has raised important questions about the relationship between membership and participation in virtual sports networks and their impact on lifestyle and sports engagement among young people, which researchers are encouraged to explore (Bashir and Afrasiabi, 2012). Evidence suggests that virtual social media plays a significant role in helping individuals coordinate and maintain health-related behaviors (Motalabi et al., 2018).

Malcrone (2021), in a study titled "Exercise motivation through social media," found a direct correlation between posts by influential fitness figures on Instagram and increased participation in public sports and online fitness classes. Similarly, Shimoga et al. (2019) examined the relationship between the use of sports social media and physical activity among adults,

concluding that there is a significant positive association between the two. Nadubnik (2019) also highlighted that, from the perspective of users of sports social platforms, physical activity is one of the primary motivations for participation.

Trikas Vidal (2022) and colleagues likewise concluded that virtual sports networks can influence and improve individuals' physical activity habits. Motivation, as a key psychological factor, plays a crucial role in acceptance, engagement, and continuation in physical activity. Understanding motivation helps clarify why individuals decide to be active, persist, or withdraw from participation. Physical activity must meet different psychological needs, as individuals engage in it for various specific reasons and interests (Saz, Solabarita, and Rubio, 2021).

Furthermore, the cultural acceptance and normalization of sports within any society depend heavily on the promotion and dissemination of influential factors. Social networks and media significantly influence societal culture, fostering profound changes in beliefs, norms, and values, ultimately shaping individual and collective attitudes toward sports (Farajzadeh, Kashif, and Aghapour, 2014). Sports media, in particular, has a major impact on shaping societal beliefs, norms, and functions related to sports (Qasemi and Kashgar, 2013).

Based on this literature review, the researcher aims to explore whether membership in virtual sports networks influences the motivation for sports participation among youth in Tehran, with the mediating role of cultural acceptance of sports.

Methods

This research was descriptive in nature and based on structural equation modeling. In terms of purpose, it is classified as applied research. Data were collected through field surveys using a questionnaire. The statistical population included all young people who are members of virtual sports networks in Tehran. Due to the uncertainty regarding the exact size of the population, a sample of 384 individuals was determined using Morgan's table. The sampling method was random.

The study utilized three questionnaires: a researcher-made membership in virtual sports networks questionnaire, Kashif's (2010) sports

culture acceptance questionnaire, and Choban's (2021) sports participation motivation questionnaire.

≠ **Membership in Virtual Sports Networks Questionnaire:** Developed by the researcher, this instrument contains 3 items answered on a 5-point Likert scale from "completely disagree" (1) to "completely agree" (5). The validity was confirmed through confirmatory factor analysis (CFA), with factor loadings exceeding 0.4, indicating satisfactory construct validity. Its reliability was 0.739 and validity was 0.706.

≠ **Sports Participation Motivation Questionnaire:** Created by Choban (2021), this questionnaire includes 15 items—9 related to physical motivation and 6 related to internal motivation. CFA demonstrated construct validity with factor loadings above 0.4. The reliability was 0.938, and the validity was 0.542.

≠ **Sports Culture Acceptance Questionnaire:** Developed by Kashif (2010), this instrument contains 21 items across four components: social values (4 items), socialization (6 items), lifestyle (6 items), and globalization (5 items). CFA confirmed construct validity with factor loadings above 0.4. The reliability was 0.923, and the validity was 0.509.

The Kolmogorov-Smirnov test was used to assess the data distribution. Structural equation modeling with the partial least squares (PLS) approach was employed to test the research model and hypotheses. Data analysis was performed using SPSS version 26 and SmartPLS software.

Results

Table 1. Kolmogorov-Smirnov test of research variables

Variable	Kolmogorov statistics	Significance level	Sample size	Test result
Membership in virtual sports networks	0/849	0/467	384	normal
sports acculturation	1/18	0/122	384	normal
Sports participation motivation	1/13	0/155	384	normal

Table 2. Examining the validity of the research model

Structures	Sports participation motivation	Membership in virtual sports networks	sports acculturation
Sports participation motivation	0/857		
Membership in virtual sports networks	0.560	0.840	
sports acculturation	0.736	0.671	0.639

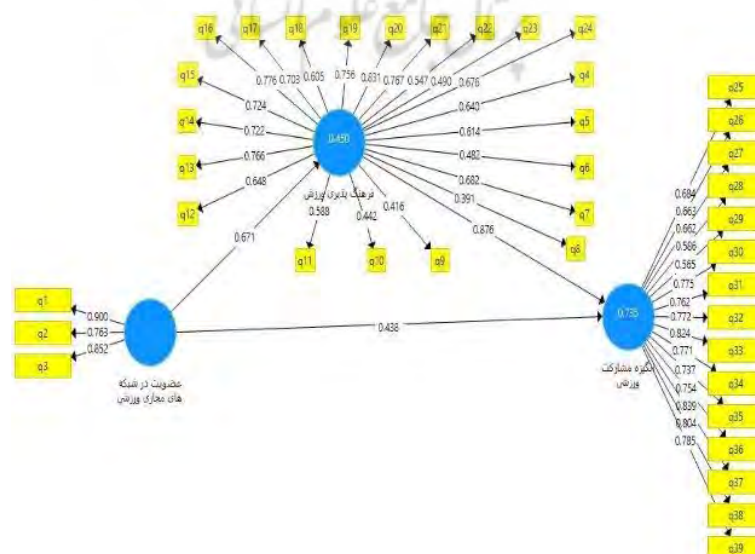


figure 1. The final structural model of the research with values of factor loadings and path coefficients (beta)

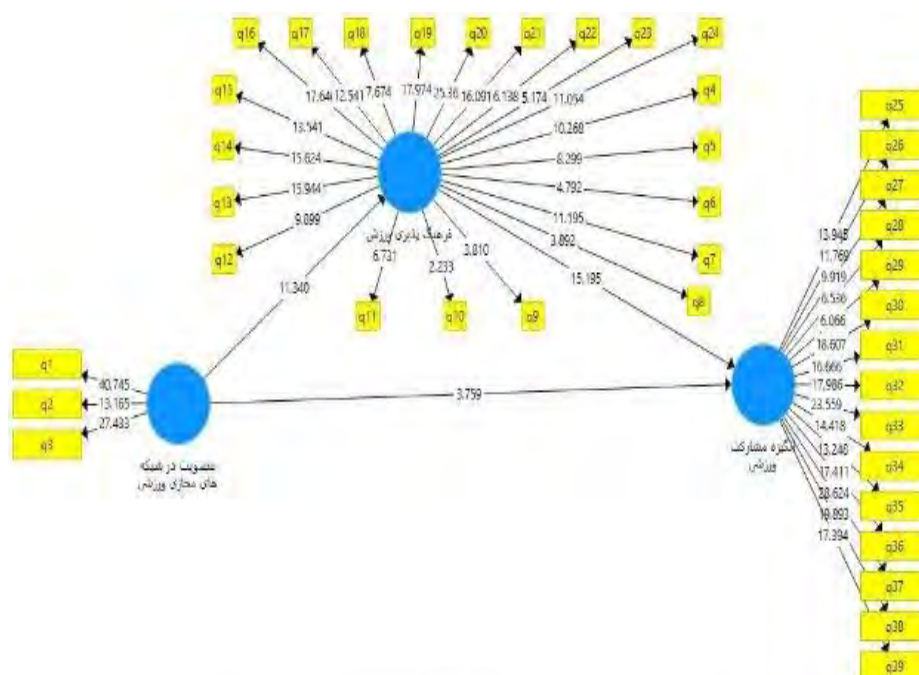


figure 2. The final structural model of the research with critical values (T-statistics)

Table 3. Results of collinearity indices

Variables	VIF
Sports participation motivation	2/164
Membership in virtual sports networks	1/903
sports acculturation	2/959

Table 4. The results of direct, indirect, total and effect size of the internal model of the research

assumptions	Impact factor (β)	T value
Membership in virtual sports networks $\leftarrow$ sports acculturation	0/671	11/340
Membership in virtual sports networks $\leftarrow$ sports acculturation	0/438	3/759
sports acculturation $\leftarrow$ Sports participation motivation	0/876	15/195

Table 5. The results of the general fit of the model with the GOF criterion

Endogenous variables	R^2	Communality	GOF
Sports participation motivation	0/735	0/442	$GOF = \sqrt{0.592 * 0.388} = 0.479$
Membership in virtual sports networks	–	0/398	
sports acculturation	0/450	0/324	

Conclusion

Based on the research findings, it is recommended that administrators enhance young people's motivation for physical activity during their free time through the production of sports content, educational programs, and informative initiatives targeted at youth. Additionally, the

Ministry of Sports and Youth, sports federations, sports clubs, and the Tehran Municipal Sports Organization—acting as custodians of sports—should promote physical activity among youth by establishing virtual sports channels and hosting virtual webinars to foster motivation and increase participation. Moreover, it is important

for responsible authorities to recognize the cultural acceptance of sports as a fundamental factor in motivating participation from a young age. Finally, the effective use of social networks by organizations responsible for public sports should be prioritized for advertising and service delivery to better engage and motivate the community.

KEYWORD

Sports Virtual Networks, Sports Participation, Cultural Adaptation of Sports.

Ethical Considerations**Compliance with ethical guidelines**

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.



«مقاله پژوهشی»

تأثیر عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان با میانجی‌گری فرهنگ‌پذیری ورزش

امین راجی^۱، فهیمه مومنی‌فر^{۲*}، نسرين عزيزيان كهن^۳

چکیده

هدف کلی تحقیق، بررسی تأثیر عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان با میانجی‌گری فرهنگ‌پذیری ورزش بود. پژوهش از نوع توصیفی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بود که از لحاظ هدف، کاربردی محسوب می‌شود. داده‌های این تحقیق به صورت میدانی و با استفاده از ۳ پرسشنامه، عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی، فرهنگ‌پذیری ورزش و انگیزه مشارکت ورزشی گردآوری شد. جامعه آماری، تمام جوانان عضو شبکه‌های مجازی ورزشی شهر تهران بود. تعداد نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نفر و روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی در دسترس انجام شد. برای آزمون مدل و فرضیه‌های تحقیق از مدل‌یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. همچنین از نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار Smart PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان (۰/۴۳۸) و فرهنگ‌پذیری ورزش در جوانان شهر تهران (۰/۶۷۱) و همچنین فرهنگ‌پذیری ورزش بر انگیزه مشارکت در فعالیت‌های ورزشی جوانان شهر تهران (۰/۸۷۶) تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. با توجه به نتایج آزمون سوبل، نقش میانجی‌گری فرهنگ‌پذیری ورزش نیز تأیید شد. بنابراین پیشنهاد می‌شود، سازمان‌ها و متولیان ورزش شهر تهران با گسترش و بهره‌گیری از شبکه‌های مجازی ورزشی و افزایش فرهنگ‌پذیری ورزش، جوانان را در امر ورزش ترغیب نمایند.

واژگان کلیدی:

شبکه‌های مجازی ورزشی، مشارکت ورزشی، فرهنگ‌پذیری ورزش.

- ۱- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
- ۲- استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
- ۳- دانشیار گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

نویسنده مسئول: فهیمه مومنی فر
رایانامه: f.momeni@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۵

استناد به این مقاله:

راجی، امین؛ مومنی فر، فهیمه؛ عزیزیان کهن، نسرين؛ (۱۴۰۳). تأثیر عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان با میانجی‌گری فرهنگ‌پذیری ورزش، مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲ (۱)، ۴۵-۵۸.

DOI: 10.30473/jsm.2023.67378.1741



مقدمه

دنیا از اوایل سال ۱۸۹۴ میلادی به تدریج وارد عرصه نوینی شده است، به طوری که در دهه اخیر به اعتقاد بسیاری از دانشمندان حوزه های مختلف علوم اجتماعی، عرصه های مختلف زندگی اجتماعی انسان آن چنان دگرگون شده که فهم و چپستی آن با به کارگیری نظریه های دوران قبل از آن عملی نیست. عصر نوین حیات بشر معمولاً با نظریه و اصطلاحات جدیدی تبیین می شود و جهانی شدن، عصر انفجار اطلاعات، پست مدرنیسم، جامعه اطلاعاتی، جامعه شبکه ای برخی از این مفاهیم اند. همچنین با رشد شتابان تکنولوژی های ارتباطات و اطلاعات، به ویژه اینترنت و انتقال پرشتاب فعالیت ها و به طور کلی زندگی فردی و جمعی انسان به فضاهای سایبر و محیط های مجازی، اهمیتی روزافزون یافته و مجازی شدن را به نیروی محرک تغییر محیط زندگی انسان و از آن مهم تر به عامل اصلی تغییر الگوهای فکری و رفتاری و به معنای دقیق تر «وجود انسان» تبدیل کرده است (زمانی و تقی پور، ۲۰۲۲). از سوی دیگر، با پیشرفت فناوری و افزایش تمایل به استفاده از شبکه های مجازی اجتماعی، اوقات فراغت جوانان به سمت استفاده از این فناوری ها جهت گیری داشته است. در سال های اخیر رشد استفاده از شبکه های اجتماعی در میان افراد زیاد بوده و بسیاری از سازمان ها با بهره گیری از این فرصت کسب و کارهای خود را در داخل کشور گسترش داده اند (نعامی و نوری، ۲۰۱۵). بیشترین حوزه ای که از شبکه های اجتماعی تأثیر پذیرفته، حوزه ارتباطات و تعاملات انسانی بوده است. در چنین شرایطی شبکه های اجتماعی دنباله محور مانند اینستاگرام در شکل گیری این روابط از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. شبکه های اجتماعی در میان ورزشکاران محبوبیت دارند و از مهم ترین وسایل ارتباطی افراد هستند (نعامی و نوری، ۲۰۱۵). شبکه های اجتماعی مجازی گونه ای از رسانه های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و به فرد، امکان برقراری ارتباط با شمار زیادی از افراد دیگر، فارغ از محدودیت های زمانی و مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را می دهد. پس از توسعه استفاده از اینترنت در جوامع، تلاش های بی شماری برای استفاده از این فرصت ها و به همان میزان گسترش ارتباطات انسانی صورت گرفته است (لودویگ و شیرل^۱، ۲۰۱۳). برای مثال از فضای سایبری در جهت ایجاد شبکه های اجتماعی برای ایجاد یک ارتباط ساده تر استفاده شده است. در سال های اخیر شبکه های اجتماعی مختلفی ایجاد شده است، که تعداد قابل توجهی از افراد در حل حاضر در این شبکه ها ثبت نام شده اند. مشارکت در این شبکه ها به شدت مورد تقاضا بوده است، به طوری که در سال ۲۰۱۸ در ارتباط با تعداد کاربران به بیش از ۲/۵ میلیارد نفر در سراسر جهان تخمین زده شد. امروزه، استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی باعث شده است حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه های برون مزی و فراستی به فضای فکری جوامع وارد شود و بر

ابعاد مختلف زندگی فردی و جمعی تأثیر بگذارد (غفاری نسب، کاروانی و نامداری، ۲۰۱۶).

از سوی دیگر، محققان و متخصصان سلامت و سیاست گذاران درصدد شناسایی دلایل حضور افراد در فعالیت های بدنی هستند. موجود زنده احتیاجات و نیازهای اولیه ای برای ادامه حیات دارد که بدون آن ها زندگی معنا و مفهوم خود را از دست می دهد. یکی از اساسی ترین نیازهای موجود زنده که شاید کمتر به آن توجه شده است نیاز به تحرک و فعالیت بدنی^۲ است (آصفی، خبیری و اسدی دستجردی، ۲۰۱۷). فعالیت بدنی بخش اساسی سلامت عمومی یک جامعه بوده و به عنوان یک مؤلفه اساسی برای داشتن یک سبک زندگی سالم همواره مورد تأکید است. برنامه ریزی برای ورزش همگانی مردم، خصوصاً جوانان و تحت پوشش قرار دادن آن ها، از جمله اقداماتی است که باید به عنوان طرحی ملی مورد توجه قرار گیرد و به صورتی منطبق با علایق آن ها، وضعیت اقتصادی، شرایط اجتماعی و ارزش های حاکم بر کشور اجرا شود (وفایی مقدم و همکاران، ۲۰۱۷). جذابیت شبکه های مجازی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر باعث شده است تا رابطه میان عضویت و حضور در شبکه های مجازی ورزشی و تغییرات مربوط به سبک زندگی و مشارکت ورزشی جوانان عضو به عنوان یک پرسش جدی برای پژوهشگران مطرح شود (بشیر و افراسیابی، ۲۰۱۲). شواهدی وجود دارد که رسانه های اجتماعی مجازی نقش مهمی در کمک به افراد جهت هماهنگی و حفظ رفتارهای سلامتی دارند (مطلبی و همکاران، ۲۰۱۸). مالکرونه^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «انگیزه ورزش از طریق رسانه های اجتماعی» عنوان کرد که بین پست های چهره های تأثیرگذار تناسب اندام در اینستاگرام و شرکت در ورزش عمومی و شرکت در کلاس های تناسب اندام آنلاین همبستگی مستقیم وجود دارد. همچنین شیموگا^۴ و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی تحت عنوان ارتباط استفاده از رسانه های اجتماعی ورزشی با فعالیت بدنی در افراد بزرگسال انجام دادند. نتایج نشان داد که بین استفاده از رسانه های اجتماعی ورزشی با فعالیت بدنی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. نادوبنیک^۵ (۲۰۱۹) نیز نشان داد که از دیدگاه کاربران پلتفرم های شبکه های اجتماعی ورزشی، فعالیت بدنی یکی از مهم ترین انگیزه های شرکت کنندگان است. تریکاس ویدال^۶ (۲۰۲۲) و همکاران نیز به این نتیجه دست یافتند که شبکه های مجازی ورزشی، عادات های فعالیت بدنی افراد را تغییر داده و ارتقاء می بخشند.

اگرچه عوامل مؤثر در مشارکت در فعالیت بدنی پیچیده هستند (کیم، لیو و شان^۷، ۲۰۱۷)، اما یکی از مهم ترین دلایل افراد برای انجام فعالیت بدنی، انگیزش است. انگیزه مشارکت ورزشی از چند بعد تشکیل شده

2. Physical activity
3. Mulchrone
4. Shimoga
5. Nadobnik
6. Tricás-Vidal
7. Kim, Liu, & Shan

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر پژوهشی توصیفی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بود و از لحاظ هدف نیز جزء تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. داده‌های این تحقیق به‌صورت میدانی و با استفاده از پرسشنامه گردآوری شد. جامعه آماری این تحقیق، تمام جوانان عضو شبکه‌های مجازی ورزشی شهر تهران بود. به دلیل نامشخص بودن تعداد دقیق جامعه آماری، نمونه آماری این تحقیق با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی در دسترس انجام شد. در این تحقیق از پرسشنامه محقق‌ساخته عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی، پرسشنامه فرهنگ‌پذیری ورزش کاشف (۲۰۱۰) و پرسشنامه انگیزه مشارکت ورزشی جوانان (۲۰۲۱) استفاده شد. پرسشنامه عضویت در شبکه‌های اجتماعی ورزشی: این پرسشنامه محقق‌ساخته است و شامل ۳ سؤال است که شرکت‌کنندگان از طریق مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) به سوالات پاسخ دادند. روایی این پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تأیید و بارهای عاملی بالای ۰/۴ به دست آمد که حاکی از مطلوب بودن آن است. پایایی پرسشنامه در این تحقیق ۰/۷۳۹ و روایی آن ۰/۷۰۶ به دست آمد.

پرسشنامه انگیزه مشارکت ورزشی: این پرسشنامه توسط جوانان (۲۰۲۱) ساخته شده است و شامل ۱۵ سؤال است که ۹ سؤال مربوط به مؤلفه انگیزه‌های جسمانی و ۶ سؤال مربوط به مؤلفه انگیزه‌های درونی است. روایی سازه این پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی بررسی و بارهای عاملی بالای ۰/۴ به دست آمد. پایایی پرسشنامه در این تحقیق ۰/۹۳۸ و روایی آن ۰/۵۴۲ به دست آمد.

پرسشنامه فرهنگ‌پذیری ورزش: این پرسشنامه توسط کاشف (۲۰۱۰) ساخته شده است و شامل ۲۱ سؤال است که ۴ سؤال مربوط به مؤلفه ارزش‌های اجتماعی، ۶ سؤال مربوط به مؤلفه جامعه‌پذیری، ۶ سؤال مربوط به مؤلفه شیوه زندگی و ۵ سؤال مربوط به مؤلفه جهانی شدن است. روایی سازه این پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی، بررسی و بارهای عاملی بالای ۰/۴ به دست آمد. پایایی پرسشنامه در این تحقیق ۰/۹۲۳ و روایی آن ۰/۵۰۹ به دست آمد.

برای بررسی وضعیت توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و برای آزمون مدل و فرضیه‌های تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۳ استفاده شد. هم‌چنین در این پژوهش از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و نرم‌افزار Smart PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در قسمت استنباطی ابتدا به بررسی نرمال بودن داده‌ها و بر اساس آزمون کولموگروف-اسمیرنوف اقدام شده است (جدول ۱).

است که شامل عوامل ذهنی، اجتماعی، شایستگی و محرک است. عموم روانشناسان ورزش بر این عقیده‌اند که تنها یک عامل یا انگیزه سبب بروز رفتار نیست. برای مثال در امر مشارکت ورزشی، انگیزه‌های مختلف نظیر تعامل اجتماعی، لذت و نشاط، پیشگیری و درمان، کاهش فشارهای روانی، کنترل وزن، روابط شغلی و زندگی، سلامتی و آمادگی جسمانی و ... باعث گرایش به ورزش می‌شود (رمضانی، ۱۹۹۴). انگیزه در بین متغیرهای روان‌شناختی که پذیرش و تداوم حضور در فعالیت بدنی را تعیین می‌کند، بسیار مهم است. درک روشنی از انگیزه می‌تواند به ما در درک تصمیم برای فعال بودن و تداوم انجام فعالیت بدنی کمک کند، یا دیدگاهی را در مورد کاهش یا کناره‌گیری از مشارکت ارائه دهد. فعالیت بدنی باید انواع مختلفی از نیازها را برآورده کند. افراد علایق خاصی دارند و هر شخص به دلایل مشخص و متفاوت درگیر این فعالیت می‌شود (ساز، سولاباریتا و روبیو^۱، ۲۰۲۱).

فرهنگ‌پذیری و عمومیت بخشیدن به ورزش در هر جامعه‌ای بسیار مهم است و ترویج فرهنگ ورزش و پذیرش آن به‌عنوان یکی از باورها، هنجارها و عادات مفید در بین مردم ازجمله اهدافی است که مدیران و برنامه‌ریزان جوامع درصدد آن بوده و باید تمام تلاش و مساعی خود را در جهت توسعه و گسترش آن مبذول دارند. فرهنگ‌پذیری و عمومیت بخشیدن به ورزش در هر جامعه‌ای در گرو تعمیم و ترویج عوامل مؤثر در این امر است. ازجمله عواملی که بر فرهنگ جوامع تأثیرگذار بوده و موجب تغییر و تحولات شگرفی در باورها و اعتقادات و نهایتاً فرهنگ افراد می‌گردد، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها می‌باشند (فرج زاده، کاشف و آقاپور، ۲۰۱۴). رسانه‌ها یکی از نهادهای مؤثر بر فرهنگ هستند. از این‌رو، رسانه‌های ورزشی یا ورزش در رسانه‌ها تأثیر عمده‌ای بر باورها، ارزش‌ها، هنجارها و کارکردهای ورزشی افراد و گروه‌های جامعه دارد (قاسمی و کشگر، ۲۰۱۳).

با توجه به رشد چشمگیر حضور در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در جوانان، به نظر می‌رسد سبک زندگی و مشارکت ورزشی جوانان تحت تأثیر این موضوع قرار گرفته است. از سوی دیگر، بر اساس آمار سایت الکسا^۲، جذابیت شبکه‌های اجتماعی در ایران نیز بیشتر از بسیاری سایت‌های دیگر بوده و با وجود فیلتر بودن برخی از این شبکه‌ها، آمار مراجعه به آن‌ها همچنان قابل‌توجه است (شاهی‌زاده، ۲۰۲۱). بنابراین، ممکن است این جذابیت شبکه‌ها باعث شود که مشارکت ورزشی با مشغولیت در این شبکه‌های مجازی تغییر یابد و با عضویت در برخی از شبکه‌های اجتماعی ورزشی و نیز آگاهی از اطلاعات موجود در این شبکه‌ها ممکن است افراد به مشارکت در ورزش علاقه‌مند شوند.

با توجه به مطالب ذکر شده، محقق درصدد پاسخ به این سؤال است که آیا عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان شهر تهران با نقش میانجی فرهنگ‌پذیری ورزش تأثیر دارد؟

جدول ۳. مقادیر پایایی مربوط به هر یک از متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب
انگیزه مشارکت ورزشی	۰,۹۳۸	۰,۹۴۶
عضویت در شبکه های مجازی ورزشی	۰,۷۹۳	۰,۸۷۸
فرهنگ پذیری ورزش	۰,۹۲۳	۰,۹۳۲

Table 3. Reliability values for each variable

جدول ۴ بررسی روایی واگرایی مدل پژوهش را نشان می دهد. روایی واگرا، اندازه ای است که یک سازه به درستی از سایر سازه ها با معیار تجربی متمایز می شود. این روایی در دو سطح معرف و متغیر مکنون محاسبه می شود. در سطح معرف برای محاسبه روایی واگرا، از بارهای عرضی استفاده می شود که لازم است بار یک معرف متناظر سازه، بیشتر از همه بارهای آن معرف روی سایر سازه ها باشد. در سطح متغیر مکنون از معیار فورنل-لارکر استفاده شد که ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، هر متغیر مکنون باید بیشتر از بالاترین همبستگی آن سازه با سایر سازه های مدل باشد،

جدول ۴. بررسی روایی واگرایی مدل پژوهش

Table 4. Examining the validity of the research model

سازه ها	انگیزه مشارکت	عضویت در شبکه های مجازی ورزشی	فرهنگ پذیری ورزش
انگیزه مشارکت ورزشی	0.857		
عضویت در شبکه های مجازی ورزشی	0.560	0.840	
فرهنگ پذیری ورزش	0.736	0.671	0.639

یافته های پژوهش با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری (Smart-PLS)

در این قسمت با بیان فرضیات تحقیق و استفاده از نتایج آزمون مدل ساختاری در پی آزمون فرضیات تحقیق و تحلیل نتایج حاصل هستیم. یادآوری می شود که:

$$\begin{aligned} Z_{\delta_{\frac{1}{2}}} &\cong 1/96 & \delta_{\frac{1}{2}} &\cong 0/025 & \delta &\cong 0/05 \\ Z_{\delta_{\frac{1}{2}}} &\cong 2/57 & \delta_{\frac{1}{2}} &\cong 0/005 & \delta &\cong 0/01 \\ Z_{\delta_{\frac{1}{2}}} &\cong 3/32 & \delta_{\frac{1}{2}} &\cong 0/0005 & \delta &\cong 0/001 \end{aligned}$$

برای تحلیل و سنجش مدل این تحقیق از تحلیل داده ها به وسیله مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل یابی معادلات ساختاری، مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای مکنون (مشاهده نشده) و متغیرهای آشکار (مشاهده شده) است. به عبارت دیگر، مدل یابی معادلات ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه گیری

جدول ۱. آزمون کلموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

Table 1. Kolmogorov-Smirnov test of research variables

متغیر	آماره کولموگروف	سطح معناداری	حجم نمونه	نتیجه آزمون
عضویت در شبکه های مجازی ورزشی	۰/۸۴۹	۰/۴۶۷	۳۸۴	نرمال
فرهنگ پذیری ورزش	۱/۱۸	۰/۱۲۲	۳۸۴	نرمال
انگیزه مشارکت ورزشی	۱/۱۳	۰/۱۵۵	۳۸۴	نرمال

در ادامه به بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش بر اساس آزمون تحلیل مسیر معادلات ساختاری پرداخته شده است.

- روایی همگرا

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می شود مقدار میانگین واریانس استخراج شده^۱ برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می توان گفت که روایی همگرایی مدل های اندازه گیری مطلوب است. در این تحقیق جهت تعیین پایایی^۲ پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ^۳ و ضریب پایایی مرکب^۴) بر طبق نظر فورنل و لاکر (۱۹۸۱) استفاده شده است.

جدول ۲. مقادیر روایی مربوط به هر یک از متغیرها

Table 2. Validity values for each of the variables

متغیر	روایی
انگیزه مشارکت ورزشی	۰,۵۴۲
عضویت در شبکه های مجازی ورزشی	۰,۷۰۶
فرهنگ پذیری ورزش	۰,۵۰۹

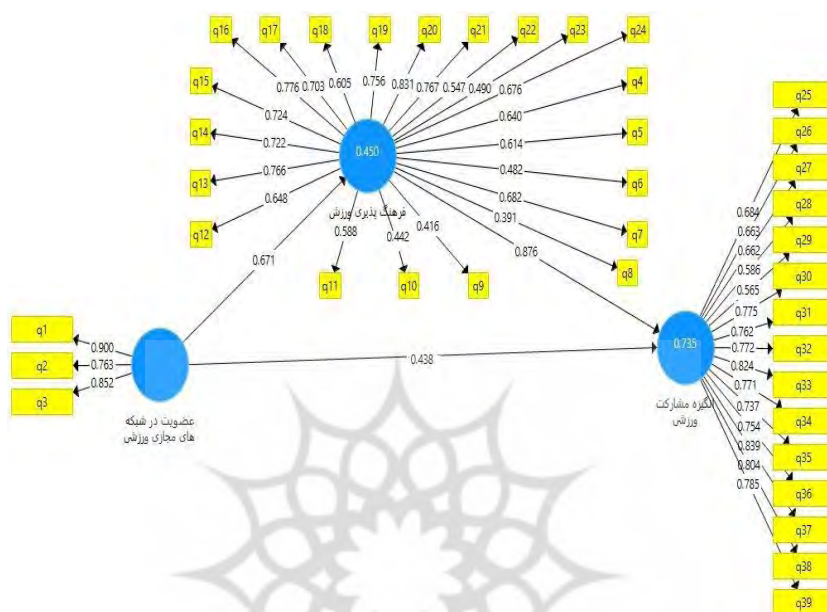
- پایایی (کرونباخ و مرکب)

ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این تحقیق، از حداقل مقدار (۰/۰۷) بیشتر است. پایایی مرکب بر خلاف آلفای کرونباخ که به طور ضمنی فرض می کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی^۵ حقیقی هر سازه است؛ و بنابراین معیار بهتری را برای پایایی ارائه می دهد. پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰/۰۷ را به دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱). در جدول ۳ نتایج پایایی ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است.

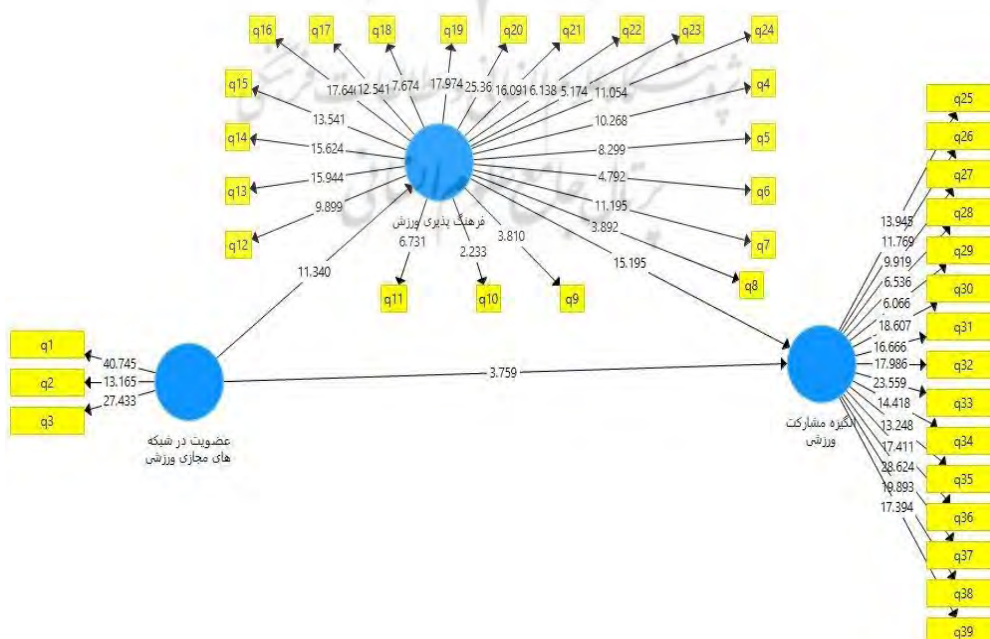
1. Mean variance extracted
2. Reliability
3. Coefficient of Cronbach's alpha
4. Coefficient of Composite Reliability
5. Loadings factors

ضریب تاثیر ۰/۸۷ و مقدار t ۱۵/۱۹ تاثیر مثبت و معناداری داشته است. بر این اساس فرهنگ پذیری ورزش بر انگیزه مشارکت ورزش با ضریب تاثیر ۰/۸۷، بیشترین اثرگذاری و عضویت در شبکه‌های مجازی ورزش بر انگیزه مشارکت ورزش با ضریب تاثیر ۰/۴۳ کمترین تاثیر را داشته است.

(تحلیل عاملی تأییدی) و مدل ساختاری (رگرسیون یا تحلیل مسیر) را با یک آزمون آماری همزمان ترکیب می‌کند. از طریق نتایج تحلیل مسیر معادلات ساختاری نشان داد که عضویت در شبکه‌های مجازی ورزش بر انگیزه مشارکت ورزش با ضریب تاثیر ۰/۴۳ و مقدار t ۳/۷۵، عضویت در شبکه‌های مجازی ورزش بر فرهنگ‌پذیری ورزش با ضریب تاثیر ۰/۶۷ و مقدار t ۱۱/۳۴ و فرهنگ‌پذیری ورزش بر انگیزه مشارکت ورزش با



شکل ۱. مدل ساختاری نهایی پژوهش با مقادیر بارهای عاملی و ضرایب مسیر (بتا)
figure 1. The final structural model of the research with values of factor loadings and path coefficients (beta)



شکل ۲. مدل ساختاری نهایی پژوهش با مقادیر بحرانی (آماره تی)
figure 2. The final structural model of the research with critical values (T-statistics)

عضویت در شبکه‌های مجازی ورزش بر انگیزه مشارکت ورزش از

همچنین جهت بررسی نقش میانجی فرهنگ‌پذیری ورزش در تاثیر

آزمون سوبل استفاده شده است.

$$Z_{value} \cong \frac{a \partial b}{\sqrt{b^2 \partial S_a^2 + a^2 \partial S_b^2}} \cong 11.52$$

a: ضریب مسیر (بار عاملی) میان متغیر پیش‌بین و میانجی = ۰/۶۷

Sa: انحراف معیار مسیر متغیر پیش‌بین و میانجی = ۰/۰۵۳

Sb: انحراف معیار مسیر متغیر میانجی و ملاک = ۰/۰۳۱

Sb: انحراف معیار مسیر متغیر میانجی و ملاک = ۰/۰۳۱

میزان Z-value ۱۱,۵۲ است که چون بیش‌تر از ۱/۹۶ است تأثیر عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزش با نقش میانجی فرهنگ‌پذیری ورزش تأیید می‌گردد.

تحلیل قرار می‌گیرد. اولین معیار برای بررسی مدل درونی، بررسی عدم هم‌خطی بودن متغیرهاست که به این منظور از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده می‌شود. (VIF بالاتر از ۵)، نشان‌دهنده هم‌خطی بودن بین متغیرها است که با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود شرط عدم هم‌خطی برای هر متغیر رعایت شده است.

دومین معیار ارزیابی مدل درونی، ضرایب مسیر است که به‌منظور بررسی معنی‌داری آن‌ها از رویه خودگردان‌سازی استفاده شده که این ضرایب به همراه مقدار آماره T متناظر خود، سطح معنی‌داری و همچنین فاصله اطمینان برای اثرات مستقیم در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. نتایج اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و اندازه اثر مدل درونی پژوهش
Table 6. The results of direct, indirect, total and effect size of the internal model of the research

فرضیات	ضریب تأثیر (β)	ارزش T
عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی ← فرهنگ‌پذیری ورزش	۰/۶۷۱	۱۱/۳۴۰
عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی ← انگیزه مشارکت ورزشی	۰/۴۳۸	۳/۷۵۹
فرهنگ‌پذیری ورزش ← انگیزه مشارکت ورزشی	۰/۸۷۶	۱۵/۱۹۵

جدول ۵. نتایج شاخص‌های هم‌خطی
Table 5. Results of collinearity indices

متغیرها	VIF
انگیزه مشارکت ورزشی	۲,۱۶۴
عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی	۱,۹۰۳
فرهنگ‌پذیری ورزشی	۲,۹۵۹

در بخش مدل درونی، ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش مورد

جدول ۷. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF
Table 7. The results of the general fit of the model with the GOF criterion

متغیرهای درون‌زا	R ²	Communality	GOF
انگیزه مشارکت ورزشی	۰,۷۳۵	۰,۴۴۲	
عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی	—	۰,۳۹۸	
فرهنگ‌پذیری ورزشی	۰,۴۵۰	۰,۳۲۴	
GOF = $\sqrt{0.592 \times 0.388} = 0.479$			

شاخص GOF این مدل، ۰,۴۷۹ به‌دست‌آمده است که از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف کلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان با میانجی‌گری فرهنگ‌پذیری ورزش بود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که عضویت در شبکه‌های مجازی ورزشی بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان شهر تهران تأثیر دارد. این بدان مفهوم است که از دیدگاه شرکت‌کنندگان در این تحقیق، شبکه‌های مجازی ورزشی می‌توانند عاملی مؤثری بر انجام فعالیت بدنی محسوب شوند. می‌توان گفت که کارکرد عمده شبکه‌های اجتماعی، به‌صورت روانی اجتماعی است. بنابراین بخش زیادی از اثر رسانه‌ها بر رفتار مشارکت ورزشی از طریق نگرشی صورت می‌گیرد. به‌طور تفسیری‌تر می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه بزرگراه‌های

سومین معیار ارزیابی مدل محاسبه شاخص نیکویی برازش مدل حداقل مجذورات جزئی است. در مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک روش PLS بر خلاف روش کواریانس محور شاخصی برای سنجش کلی مدل وجود ندارد. ولی شاخصی به نام نیکویی برازش (GOF) توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۵) پیشنهاد شد. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. حدود این شاخص بین صفر و یک قرار بوده و وتزلس و همکاران سه مقدار ۰/۰۲۵، ۰/۰۳۶ و ۰/۰۴۵ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کردند. این شاخص به‌صورت میانگین R² و متوسط شاخص مقادیر اشتراکی به‌صورت دستی محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{average (Communality)} \times R^2}$$

این شاخص مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی (Communality) و متوسط ضریب تعیین (average R Square) است.

به‌طور کلی رفتار انسان بر باورهای فرهنگی متکی است. باورهای را فرهنگی می‌گوییم که به‌صورت نسبی در جامعه پذیرش زیادی دارند (شعبانی و همکاران، ۲۰۱۴). ایجاد تصویر مثبت از فعالیت‌های ورزشی در ذهن و باور مردم یک جامعه سبب خواهد شد که در درازمدت نگرش افراد به ورزش تغییر کند و این تغییر نگرش در رفتار آنها متجلی شود. بخش عمده‌ای از این تلاش‌ها می‌تواند به عهده رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی باشد. میزان اثرگذاری و گستردگی اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند محملی مناسب برای فرهنگ‌پذیری ورزش در ایران باشد. فرهنگ‌پذیری ورزش به معنای نهادینه شدن و آشنایی هرچه بیشتر شهروندان و احساس نیاز خودجوش به فواید و تأثیرات سودمند ورزش در سطح جامعه است. افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی وقت زیادی سپری می‌کنند که این امر در شکل‌گیری عادت‌واره‌های آنان نقش دارد. عادت‌واره‌هایی چون ورزش و فعالیت‌های بدنی اوقات فراغت و غیره که منجر به فرهنگ‌پذیری آنان می‌شود، بدون تردید جوانان از میزان و نوع متفاوتی از سرمایه‌ها بهره‌مند هستند و با توجه به این مسئله باید در اندیشه بالا بردن اطلاع‌رسانی از طریق شبکه‌های اجتماعی برای آنها باشیم چه از طریق نهادها و سازمان‌ها و نقش مهم جامعه و چه از طریق آموزش جوانان برای کسب بیشتر سرمایه‌ها تا شیوه زندگی سالم را برای خود عملی کنند. در شبکه‌های اجتماعی غالباً مطالبی نظیر فیلم‌های ورزشی به‌ویژه در صورتی که به‌طور کارشناسی و متناسب با سن افراد تهیه شده و در مکان و زمان مناسب پخش شده باشند، می‌توانند نقش مؤثری در ارتقاء سطح آگاهی و ارسال پیام ورزشی داشته باشند و باعث جلب مشارکت و عملکرد آنان در زمینه آمادگی بدنی و فعالیت‌های ورزشی شوند.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود متولیان امر از طریق تولید محتوای ورزشی و برنامه‌های آموزشی و آگاه‌سازی جوانان انگیزه‌های آنها برای فعالیت بدنی در اوقات فراغت را تقویت سازند. همچنین پیشنهاد می‌شود وزارت ورزش و جوانان، فدارسیون‌های ورزشی، باشگاه‌های ورزشی و سازمان ورزش شهرداری تهران به‌عنوان متولیان ورزش از طریق ایجاد کانال‌های ورزشی مجازی و وبینارهای مجازی جوانان را ورزش ترغیب نمایند تا از این طریق انگیزه آنها برای شرکت در فعالیت‌های بدنی افزایش یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود فرهنگ‌پذیری ورزش به‌عنوان سازه‌ای کلیدی در انگیزش مشارکت در سنین پایین توسط متولیان امر شناسایی شود و استفاده مناسب از شبکه‌های اجتماعی توسط مراکز و سازمان‌های متولی ورزش همگانی در ابعاد تبلیغاتی و خدماتی موردتوجه قرار گیرد.

اطلاعاتی و پل ارتباطی تأثیرگذار بر افکار عمومی، نقش مهمی در فرآیند تحقق کارکردهای ورزش از جمله الگوسازی از قهرمانان ورزشی، ایجاد نشاط اجتماعی و هیجانات عمومی و پربار شدن اوقات فراغت، بسترسازی برای گسترش گردشگری ورزشی و فرهنگی، تقویت اقتصاد ورزشی، تقویت اخلاق ورزشی، مشارکت اجتماعی و فرهنگ‌سازی ورزشی در جامعه ایفا می‌کنند (خالدیان و همکاران، ۲۰۱۲). همسو با یافته‌های پژوهش حاضر، نتایج تحقیق مالکرونی (۲۰۲۱) حاکی از آن بود که بین پست‌های چهره‌های تأثیرگذار تناسب‌اندام در اینستاگرام و شرکت در ورزش عمومی و شرکت در کلاس‌های تناسب‌اندام آنلاین همبستگی مستقیم وجود دارد. همچنین اولکا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی بر اوقات فراغت فعال تأثیر معنادار دارد. نتایج شیموگا و همکاران (۲۰۱۹) نیز نشان داد که بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی با فعالیت بدنی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق مالکرونی (۲۰۲۱)، اولکا و همکاران (۲۰۲۱)، شیموگا و همکاران (۲۰۱۹) همسو است.

نتایج دیگر این تحقیق نشان داد که عضویت در شبکه‌های اجتماعی ورزشی بر فرهنگ‌پذیری ورزش جوانان شهر تهران تأثیر دارد. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت، از آنجا که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤثرترین نهادهای اجتماعی برای اعمال تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سبک زندگی افراد جامعه بررسی می‌شود -بدین معنا که شبکه‌های اجتماعی در تشویق افراد به ورزش موفق بوده‌اند- باید با تمرکز و برنامه‌ریزی بیشتر میزان اثرگذاری بر مخاطب را افزایش دهند. آقاجانی (۲۰۱۰) در بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در اشاعه فرهنگ ورزش همگانی گزارش کرد که اثر مستقیم و معنادار وسایل ارتباط جمعی بر اشاعه فرهنگ ورزش همگانی است. در تبیین بیشتر یافته‌ها می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی همواره در ترویج فرهنگ ورزشی نقش محوری در ارائه اطلاعات جدید، شکل دادن به نگرش افکار و نهادینه کردن ورزش در زندگی مردم را بیشتر از سایر ابزارها و نهادها بر عهده دارند. رضوی و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش شرکت‌کنندگان نشان داد که حضور در گروه‌های ورزشی و تماس‌های مجازی با افراد ورزشکار، یکی از انگیزه‌های حضور افراد در برنامه‌های ورزشی پارک‌ها بوده است. خطیب‌زاده (۲۰۱۵) در تبیین الگوی مشارکت ورزشی منظم نشان داد که شبکه‌های اجتماعی بیشترین میزان اثر را در تغییر نگرش و ایجاد انگیزش برای فعالیت ورزشی دارند. صفاری (۲۰۱۳) نیز در تبیین مدل ورزش همگانی ایران نشان داد که رسانه‌های محیطی و رسانه‌های اجتماعی، نقش معنی‌داری در سطح رفتاری مشارکت در ورزش همگانی دارند.

یافته‌های دیگر این تحقیق نشان داد که فرهنگ‌پذیری ورزش بر انگیزه مشارکت ورزشی جوانان شهر تهران تأثیر دارد که با نتایج تحقیقات ریسکا^۲ (۲۰۰۱) و بنیتز^۳ و همکاران (۲۰۱۶) همسو است.

References

- Aghajani, N and Naderi Nejad, P. (2010). Investigating the role of mass communication media (newspapers, radio and television) in the spread of public sports culture. *Communication Culture*, 1(1), 139-167. SID. <https://sid.ir/paper/207192/fa>. (Persian)
- Asefi, A. A; Asadi Dastjardi, H & Khabeiri, M. (2017). Effective factors in institutionalizing public sports in Iran: individual factors. *Journal of Sports Management*, 10(3), 415-434. doi: 10.22059/jsm.2019.25306.
- Bashir, H and Afrasiabi, M. (2012). Internet social networks and youth lifestyle: a case study of the largest virtual community of Iranians, cultural research of the fifth year of spring 2012, number 1 (17 series). Page 31-62. (Persian)
- Benitez, T. J., Dodgson, J. E., Coe, K., & Keller, C. (2016). Utility of acculturation in physical activity research in Latina adults: An integrative review of literature. *Health Education & Behavior*, 43(3), 256-270
- Farajzaheh, Sh., Kashef, S M & Aghapour, S M. (2014) Identification and analysis of factors affecting the acculturation of sports from the perspective of graduate students of Urmia University. *Contemporary researches in sports management*. Year 5(9):11-22. (Persian)
6. Ghafari Nasab, E; Karavani, A and Namdari, M. (2016). Studying the impact of virtual social networks on global identity: a case study of Sistan and Baluchistan University students. *World Media*, 12(2), 67-88. SID. <https://sid.ir/paper/358586/fa>. (Persian)
- Ghasemi, H & Keshkar, S. (2013). *Social and cultural foundations of sports*. First edition, Tehran: Sports publications. (Persian)
- Hayes, S. C., Hofmann, S. G., & Ciarrochi, J. (2020). A process-based approach to psychological diagnosis and treatment: The conceptual and treatment utility of an extended evolutionary meta model. *Clinical psychology review*, 82, 101908.
- Khaledian, M; Mustafaei, F; Samadi, M and Farrokh, K. (2012). The role of mass media in the development of sports. *Communication management in sports media*. (Persian)
- Khatibzadeh, M. (2015). *Designing a pattern of regular sports participation*, doctoral thesis, Tarbiat Modares University. (Persian)
- Kim, Y., Liu, Y., & Shan, Z. (2017). Beyond touchdown: College students' sports participation, social media use, college attachment, and psychological well-being. *Telematics and Informatics*, 34(7), 895-903.
- Ludwig, M., & Schierl, T. (2013). Sport, media and migration: use of sports media by Turkish migrants and its potential for integration. *Sport in Society*, 16(1), 94-105. 4
- Motallebi, N., Davoodzadeh, K., Borjalilu, S., Kashanimovahhed, B., Anbari, M., Nikfarjad, H & Lankarani, K. B. (2018). The Influential Aspects of Cyberspace in Promotion of Sports. *Asian Journal of Sports Medicine*, 9(3). (Persian)
- Mulchrone, M. (2021). Motivating exercise through social media.
- Nadobnik, J. (2019). The use of selected social media: Instagram to promote physical activity and a pro-health lifestyle. *Stud Sport Humanit*, 24, 33-38.
- Nastaran Borojeni, I; Ghorbani, M.H; Koze Chian, H and Ehsani, M. (2017). "Identifying factors affecting the development of public sports culture in Iran", *Journal of Sports Management*. 10(4), pp. 723-738. doi: 10.22059/jsm.2019.222485.1747. (Persian).
- Noami, A.Z and Nouri Samarin, SH. (2015). Predicting addiction to social networks based on loneliness and self-esteem in female students, women in culture and art, volume 8, number 2, page 2304-193. (Persian)
- Olecká, I., Trochtová, L., Pospíšil, J., & Pospíšilová, H. (2022). Social Networking as Leisure: An Attempt to Conceptualize Liquid Leisure. *Sustainability*, 14(9), 5483.
- Ramezani Khalilabadi, Gh.(1994). *Investigating the motivation of people participating in public sports in Tehran*, Master's thesis, Tarbiat Moalem University, Tehran. (Persian)

- Razavi, S; Majdi, N and Mohammadiyat, F. (2019). Analysis of the effect of the role of virtual communication networks on the attitude and sports participation of Tehrani citizens. Quarterly magazine of the Center for Strategic Studies of the Ministry of Sports and Youth. 2019; 19(47): 223- 246. (Persian)
- Ryska, T. A. (2001). The impact of acculturation on sport motivation among Mexican-American adolescent athletes. The Psychological Record, 51(4), 53
- Sáez, I., Solabarrieta, J., & Rubio, I. (2021). Motivation for physical activity in university students and its relation with gender, amount of activities, and sport satisfaction. Sustainability, 13(6), 3183
- Safari, M. (2013). Designing a model for the development of public sports in Iran, doctoral dissertation, Tarbiat Modares University. (Persian)
- Shabani, A., Ghafouri, F and Honari, H. (2014) Study of the policies and strategies of the general sport of the comprehensive system of sports development in the country. Journal of Sport Management Studies, 27 (6): 15-30. (Persian).
- Shahizadeh, H. (1400). Examining the demographic approaches of the Internet and its users. Paper presented at the first international conference on new ideas in jurisprudence, law and psychology. <https://civilica.com/doc/1622269>.
- Shimoga, S. V., Erlyana, E., & Rebello, V. (2019). Associations of social media use with physical activity and sleep adequacy among adolescents: Cross-sectional survey. Journal of medical Internet research, 21(6), e14290.
- Soltani, P. & Morice, A. H. (2020). Augmented reality tools for sports education and training. Computers & Education, 155, 103923.
- Tricás-Vidal, H. J., Vidal-Peracho, M. C., Lucha-López, M. O., Hidalgo-García, C., Monti-Ballano, S., Márquez-Gonzalvo, S., & Tricás-Moreno, J. M. (2022). Impact of Fitness Influencers on the Level of Physical Activity Performed by Instagram Users in the United States of America: Analytical Cross-Sectional Study. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(21), 14258.
- Vafai Moghadam, A; Farzan, F; Razavi, S.M.H & Afshari, M. (2017). Analysis of the development factors of public sports based on the foundation data theory. Sports Management Studies 10(52), 43-72. doi: 10.22089/smrj.2017.3818.1745. (Persian)
- Zamani, A and Taghipour, F. (2022). Mothers' experiences of the normative opportunities of virtual social networks in relation to male children aged 11 to 18 in Isfahan city (a qualitative study of Instagram), Sociology of Communication, second term, page 8, page 20-3. (Persian)