

شناخت، رفتار، یادگیری

طراحی مدل تاثیر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی با نقش تعدیل گر هواداری ورزشی

اعظم خلیل پور^۱، علی زارع^{۲*}، زینت نیک آیین^۱، سیدحمید سجادی هزاوه^۱

۱. گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: Dr_alizarei@yahoo.com

تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۱/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۲/۰۲

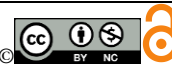
تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

چکیده

هدف از تحقیق حاضر طراحی مدل تاثیر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی با نقش تعدیل گر هواداری ورزشی است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و به حیث مسیر اجرا همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر تماشاگران رویدادهای ورزشی هستند، که رویدادها را از طریق رسانه پیگیری می کنند. در این پژوهش افرادی که مسابقات جام ملت های آسیا (۲۰۱۹) را تماشا کردند بعنوان جامعه آماری پژوهش و به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور برآورد حجم نمونه از نرم افزار SPSS Sample Power استفاده گردید، که حجم نمونه ۳۷۰ نفر برآورد گردید. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه کیم و همکاران (۲۰۱۸)، استفاده شد. این پرسشنامه ۲۱ سوالی شامل: لذت ناشی از تماشای مسابقات (۶ سوال)، خوشحالی ناشی از تماشای مسابقات (۵ سوال)، تحقق نیازهای اجتماعی ناشی از پخش مسابقات ورزشی (۳ سوال)، سلامت ذهنی (۴ سوال) و هوادار ورزشی (۳ سوال) می باشد. تحلیل عاملی تاییدی و با استفاده از نرم افزار Smart PLS ۲.۳۶ تجزیه و تحلیل گردید. نتایج نشان داد لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی اثرگذار است و هواداری ورزشی نقش تعدیلگری بین خوشحالی و سلامت ذهنی ایجاد می کند. با توجه به نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود که مسئولین با الگو گرفتن از نمونه های خارجی مانند کشور ژاپن، می توانند پارک های فوتبال یا یک روز فوتبال در کنار خانواده را فراهم کنند بصورتی که هر فرد در کنار خانواده خود یک روز تفریحی را بگذرانند و در این میان به تماشای فوتبال نیز همراه با خانواده بپردازد.

کلیدواژه ها: سلامت ذهنی، خوشحالی، لذت، نیازهای اجتماعی، هواداری ورزشی.

© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.



شيوه استناددهی: خلیل پور، اعظم، زارع، علی، نیک آیین، زینت، و سجادی هزاوه، سیدحمید. (۱۴۰۳). طراحی مدل تاثیر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی با نقش تعدیل گر هواداری ورزشی. شناخت، رفتار، یادگیری، ۱(۱)، ۲۶-۱۵.

Cognition, Behavior, Learning

Designing a Model for the Impact of Enjoyment, Happiness, and Social Needs on Mental Health with the Moderating Role of Sports Fandom

Azam Khalilpour¹, Ali Zarei^{1*}, Zinat Nikaeen¹, Seyed Hamid Sajjadi Hazaveh¹

1. Department of Sport Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*Corresponding Author's Email: Dr_alizarei@yahoo.com

Submit Date: 2024-01-14

Revise Date: 2024-02-21

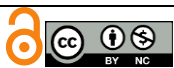
Accept Date: 2024-02-28

Publish Date: 2024-03-20

Abstract

The aim of the present study is to design a model for the impact of enjoyment, happiness, and social needs on mental health with the moderating role of sports fandom. This research is applied in terms of its goal and correlational in terms of its execution path. The statistical population of this study consists of spectators of sporting events who follow these events through the media. In this research, individuals who watched the 2019 AFC Asian Cup were selected as the sample population using a convenience sampling method. To estimate the sample size, SPSS Sample Power software was used, which estimated the sample size to be 370 participants. For data collection, the 21-item questionnaire by Kim et al. (2018) was used. This questionnaire includes: enjoyment derived from watching sports events (6 items), happiness derived from watching sports events (5 items), fulfillment of social needs from the broadcast of sports events (3 items), mental health (4 items), and sports fandom (3 items). Confirmatory factor analysis was conducted using Smart PLS 2.3.6 software. The results showed that enjoyment, happiness, and social needs have an impact on mental health, and sports fandom plays a moderating role between happiness and mental health. Based on the findings, it is suggested that officials, by taking examples from foreign countries such as Japan, can create football parks or a football day alongside family activities, allowing individuals to spend a recreational day with their families and enjoy watching football together.

Keywords: *mental health, happiness, enjoyment, social needs, sports fandom.*



How to cite: Khalilpour, A., Zarei, A., Nikaeen, Z., & Sajjadi Hazaveh, S. H. (2024). Designing a Model for the Impact of Enjoyment, Happiness, and Social Needs on Mental Health with the Moderating Role of Sports Fandom. *Cognition, Behavior, Learning*, 1(1), 15-26.

© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

یکی از اشکال ورزش در جوامع امروزی، تماشای مسابقات ورزشی می‌باشد. تماشای مسابقات ورزشی به عنوان یکی از جذاب‌ترین فعالیت‌های اوقات فراغتی در میان افراد مشخص می‌باشد و بخش مهمی از صنعت ورزش و منبع اساسی از عایدات بازاریابی برای نهادهای ورزشی است (Al-Dirawi, 2024; Ardelt et al., 2018; Chegini, 2024). محققان مدعی هستند که تماشای رویدادهای ورزشی فعالیتی است که تندرستی و بهزیستی را به شکل ورزش و سرگرمی یا رفاه بهبود می‌بخشد، نوعی صرف وقت، بدون استرس ناشی از کار است (Wann, 2011; Wann et al., 2016). معهذاً، تماشای رویدادهای ورزشی بخاطر ایجاد عادت کم تحرکی و طرفداران عصبانی مورد انتقاد قرار می‌گیرد؛ برآیندی که مخالف بهبود تندرستی و سلامت ذهنی محسوب می‌شود (Mohsenifar et al., 2022; Obi, 2024; Sauder, 2024). علاوه بر این، تحقیقات زیادی در مورد فرآیند روانشناختی مرتبط با مزایای (یا ریسک‌های) رفاهی ناشی از تماشای رویدادهای ورزشی در دسترس است. اما درک ما از تندرستی تماشاچیان ورزشی محدود است، دانش عمقی در مورد مکانیسم بهبود تندرستی و عوامل علی موثر بر تندرستی تماشاچیان محدود است. تماشای مسابقات ورزشی را می‌توان فعالیتی در نظر گرفت که بطور بالقوه موجب ارضای نیازهای روانشناختی و تندرستی شخص می‌گردد (Harris, 2014).

هوادر به عنوان مهمترین بخش رویدادهای ورزشی شناخته شده است (Askarian & Dukht Bagher, 2014). تماشای مسابقات ورزشی به عنوان یکی از مناسب‌ترین فعالیت‌های اوقات فراغتی همواره از سوی دولت‌ها و سازمان‌ها تشویق و ترغیب می‌گردد (Apostolou & Lambrianou, 2017). تماشای مسابقات و بازی‌های فوتبال از طریق رسانه‌ها، تنها برای پرکردن قسمتی از برنامه گذران اوقات فراغت نیست نمونه‌هایی در دست است که علاقه‌مندان به فوتبال کار و فعالیت روزانه خود را تعطیل کرده و به تماشای مسابقه می‌نشینند. در این حالت، مزایای تندرستی مشابه یا قوی تری از طریق ارضای نیاز هدونیک می‌توان از تماشای رویداد ورزشی انتظار داشت. همچنین می‌توان به پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۸)، با عنوان "بهبود بهزیستی از طریق برآورده کردن نیازهای اجتماعی در مصرف رسانه ورزشی" اشاره کرد که نتایج پژوهش آن‌ها نشانگر آن بود که ارزش‌های اجتماعی تجربه شده توسط تماشاچیان رویدادهای ورزشی موجب تندرستی و بهزیستی کامل یا نسبی (با توجه به میزان طرفداری ورزشی و محیط استفاده از رسانه) آن‌ها می‌گردد (Kim et al., 2018). پیگیری مسابقات فوتبال برای بسیاری از افراد در جوامع مختلف، فقط وسیله‌ای برای سرگرم شدن نیست، بلکه پیگیری آن جزئی از زندگی برخی از افراد تبدیل شده است. موفقیت در مسابقات فوتبال در سطح منطقه‌ای یا سطح جهانی سبب تهییج احساسات فردی و گروهی می‌گردد. برگزاری مسابقات تهییج کننده، حس حمایت و طرفداری، احساسات و عواطف تند و بعضاً رویارویی یا برخورد افراد با یکدیگر می‌گردد (Heo et al., 2018; Khojasteh Eghbal et al., 2022). مسابقات ورزشی به علت اهمیت بالا از سوی بسیاری از افراد در گروه‌های مختلف دنبال می‌گردد. کارکردهای پخش و تماشای مسابقات ورزشی در بسیاری از تحقیقات مورد مطالعه قرار نگرفته است. از طرفی تاثیرگذاری پخش مسابقات و تماشای مسابقات ورزشی بر ابعاد روحی افراد سبب گردیده است تا تلاش‌هایی در جهت بررسی نقش پخش و تماشای مسابقات ورزشی شکل گیرد. از طرفی اهمیت سلامت ذهنی در جامعه سبب گردیده است تا خلاء تحقیقاتی ناشی از عدم شواهد علمی در خصوص پخش و تماشای مسابقات ورزشی به شکل کاملاً مشخص درک گردد.

با توجه به اهمیت سلامت ذهنی در هر محیطی، پی بردن به شواهد علمی در خصوص نقش پخش و تماشای مسابقات ورزشی و کارکردهای ناشی از این مساله بر روی سلامت ذهنی، سبب گردد تا برنامه‌ریزی در خصوص بهبود سلامت ذهنی در جوامع رنگ و بوی عملیاتی به خود گیرد و از پخش و تماشای مسابقات ورزشی در مسیر بهبود سلامت ذهنی استفاده کاربردی را داشت. یکی از سازه‌هایی که می‌تواند بینشی در مورد این موضوع فراهم سازد، برآورده شدن نیاز است؛ در این میان تماشاگرانی که هر چند آمارشان را نمی‌توان به درستی معین کرد ولی در مورد برخی از بازی‌ها، چون جام جهانی فوتبال شمارشان میلیون‌ها برابر بیشتر از بازیکنان و تماشاگران حاضر در میدان بازی است. علاقه‌مندان به ورزش در هر گوشه‌ای از جهان، جریان بازی را می‌بینند، می‌شنوند و درباره آن می‌خوانند (Saberifar & Hoseini, 2022). شاید امروزه

پیش آمد و پدیده دیگری را سراغ نداشته باشیم که مردم جهان، تا این اندازه نسبت به دیدن و دانستن آن علاقه مند باشند. حتی کسانی که نسبت به ورزش بی تفاوت و بی علاقه اند اهمیت اجتماعی آن را انکار نمی کنند. به عبارت دیگر در «دهکده جهانی» مسابقه های ورزشی، مرزبندی های جغرافیایی نقشی ندارند. علاقه مندی به پیگیری و تماشای مسابقه های ورزشی به اندازه ای است که گمان نمی رود هیچ واقعه علمی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد که جامعه ای با این وسعت، بخواهد با این شتاب، جریان وقوع آن را دنبال کند (DesClouds et al., 2018). سلامت ذهنی به معنای قابلیت یافتن تمام استعداد های فرد است واز تعادل بین عاطفه مثبت و منفی، رضایت مندی زندگی و رضایت مندی شغلی ناشی می شود (Heo et al., 2018)، در واقع افراد در چگونگی رفتار، تفکر، احساس، نیازها و خواسته ها با هم متفاوت می باشند و میزان سازگاری متفاوتی دارند. در یک محیط مشابه اجتماعی برخی افراد توان مقابله با مشکلات و انتظارات را در اندک زمانی از دست می دهند و براحتمی در دام اختلالات روان شناختی و عملکرد نامناسب گرفتار شده و سلامت روان شناختی و سلامت ذهنی آن ها به خطر می افتد و در مقابل عده ای با اندیشه و تحلیل موقعیت و با توجه به ویژگی های شخصیتی خاص، رفتار مناسب از خود نشان می دهند و از سلامت ذهنی مطلوب برخوردار خواهند شد (Ardelt et al., 2018).

گستره تماشای مسابقات ورزشی سبب گردیده است تا حجم بالایی از جمعیت را در خود ایجاد نماید. این مساله سبب گردیده است تا افراد مشتاق به دیدن مسابقات ورزشی دارای جمعیت بالایی باشند که این مساله سبب می گردد تا بواسطه این حجم از افراد، برنامه ریزی مناسبی در مسیر رشد و ارتقای برخی ویژگی های آنان را ایجاد نمود. به عبارتی همه گیر شدن تماشای مسابقات ورزشی، فرصتی را برای جوامع به وجود آورده است تا بتوان به واسطه آن برخی شرایط در جوامع را بهبود داد (Mohsenifar et al., 2022). با توجه به اهمیت سلامت ذهنی در هر محیطی، پی بردن به شواهد علمی در خصوص نقش پخش و تماشای مسابقات ورزشی و کارکردهای ناشی از این مساله بر روی سلامت ذهنی، سبب گردد تا برنامه ریزی در خصوص بهبود سلامت ذهنی در جوامع رنگ و بوی عملیاتی به خود گیرد و از پخش و تماشای مسابقات ورزشی در مسیر بهبود سلامت ذهنی استفاده کاربردی را داشت (Fancourt & Steptoe, 2018)، یکی از سازهایی که می تواند بینشی در مورد این موضوع فراهم سازد، برآورده شدن نیاز است. در این میان تماشاگرانی که هر چند آمارشان را نمی توان به درستی معین کرد ولی در مورد برخی از بازی ها، چون جام جهانی فوتبال شمارشان میلیون ها برابر بیشتر از بازیکنان و تماشاگران حاضر در میدان بازی است. علاقه مندان به ورزش در هر گوشه ای از جهان، جریان بازی را می بینند، می شنوند و درباره آن می خوانند، شاید امروزه پیشامد و پدیده دیگری را سراغ نداشته باشیم که مردم جهان، تا این اندازه نسبت به دیدن و دانستن آن علاقه مند باشند. حتی کسانی که نسبت به ورزش بی تفاوت و بی علاقه اند اهمیت اجتماعی آن را انکار نمی کنند، علاقه مندی به پیگیری و تماشای مسابقه های ورزشی به اندازه ای است که گمان نمی رود هیچ واقعه علمی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد که جامعه ای با این وسعت، بخواهد با این شتاب، جریان وقوع آن را دنبال کند (DesClouds et al., 2018; Gantz & Wenner, 2010). ابراز احساسات کردن هنگام بازی و برد و باخت در فوتبال منحصر به تماشاگران حاضر در میدان نیست تماشاگران تلویزیونی، شنوندگان رادیویی، خوانندگان روزنامه ها و مجلات نیز آرام نمی نشینند و خواه ناخواه با انگیزه های متفاوت، احساسات خود را نسبت به یکی از تیم ها بروز می دهند" (Kumar et al., 2018) اما باتوجه به مطالب ارائه شده در این بخش، کمبود تحقیقات داخلی در زمینه نقش هواداری ورزشی بعنوان یک متغیر تعدیل گر بر سلامت ذهنی و رفتارهای مخاطبان تلویزیونی در ادبیات موضوعی پژوهش مشهود است، چرا که تحقیقات داخلی عمداً به گزارش های توصیفی، تحلیل محتوای رسانه های جمعی و نوع برنامه های ورزشی پرداخته اند، لذا آنجا بررسی های بیشتری ضروری است. خلاء تحقیقاتی در این حوزه سبب گردیده است تا از کارکردهای پخش و تماشای مسابقات ورزشی بر برخی ابعاد ذهنی و روانی از جمله سلامت ذهنی افراد اطلاعات کافی در دست نباشد که این امر سبب گردیده است تا پخش و تماشای مسابقات ورزشی به عنوان یک مساله کلیدی و مهم در جهت بهبود سلامت ذهنی از سوی جوامع دنبال نگردد. باتوجه به این تحقیق حاضر با هدف طراحی مدل تاثیر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی با نقش تعدیل گر هواداری ورزشی،

سعی در پاسخ به این سوال دارد که آیا نوع هواداری ورزشی نقش تعدیل‌گری در ارتباط با اثر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی دارد؟

روش‌شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و به لحاظ راهبردی کمی و به حیث مسیر اجرا همبستگی، به لحاظ گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر زمان آینده‌نگر می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر تماشاگران رویدادهای ورزشی هستند، که رویدادها را از طریق رسانه (تلویزیون، رادیو، اینترنت یا ترکیبی از سه مورد) پیگیری می‌کنند. در این پژوهش افرادی که مسابقات جام ملت‌های آسیا (۲۰۱۹) در کشور امارات، را تماشا کردند بعنوان جامعه آماری پژوهش حاضر انتخاب شدند، که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور برآورد حجم نمونه از نرم‌افزار SPSS Sample Power استفاده گردید، با مدنظر قرار دادن حداکثر متغیرهای مستقل اثرگذار بر متغیر وابسته درگیر در مدل‌های رگرسیونی پژوهش و درصد خطای ۰/۰۵، توان بالاتر از ۰/۸۰ و حجم اثر ۰/۰۵، حجم نمونه تعداد ۳۷۰ نفر برآورد گردید. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات تحقیق از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شد. همچنین به منظور جمع‌آوری داده‌ها برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه کیم و همکاران (۲۰۱۸)، استفاده شد. با هماهنگی گروه تحقیق پرسشنامه در سه مرحله ترجمه شد، مرحله اول ترجمه توسط محقق و یک نفر دانشجوی دکترای مترجمی (بعنوان کمک در ترجمه)، و در محله بعد پرسشنامه ترجمه شده دوباره به انگلیسی برگردانده شد و در نهایت پرسشنامه یک بار دیگر به فارسی ترجمه شد که از ترجمه روان و قابل فهمی برخوردار باشد، که در نهایت ترجمه پرسشنامه مطابق با استانداردها ترجمه گردید.

در مرحله بعد پرسشنامه در اختیار ده نفر از اساتید مدیریت ورزشی قرار گرفت که بعد از دومرحله بازخورد روایی محتوای آن نیز توسط این ده نفر استاد تایید گردید.

این پرسشنامه دارای ۲۱ سوال می‌باشد که سوالات آن لذت ناشی از تماشای مسابقات (۶ سوال)، خوشحالی ناشی از تماشای مسابقات (۵ سوال)، تحقق نیازهای اجتماعی ناشی از پخش مسابقات ورزشی (۳ سوال)، سلامت ذهنی (۴ سوال) و هوادار ورزشی (۳ سوال) را مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دهد. سوالات این پرسشنامه در طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی گردیده است. میزان پایایی این پرسشنامه در قسمت لذت ناشی از تماشای مسابقات (۰/۹۶)، خوشحالی ناشی از تماشای مسابقات (۰/۹۵)، تحقق نیازهای اجتماعی ناشی از پخش مسابقات ورزشی (۰/۹۵)، سلامت ذهنی (۰/۸۳) و هوادار ورزشی (۰/۹۴) در پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۷) گزارش شده است. استفاده از این رویکرد در آزمون فرضیه‌ها و مدل نظری پژوهش به پژوهشگر کمک می‌کند با متغیرهای اصلی درگیر در مدل نظری به عنوان متغیرهای مکنون برخورد کرده و خطاهای اندازه‌گیری را در برآورد پارامترهای مرتبط با آزمون مدل دخالت دهد و در نتیجه برآوردها از دقت بالاتر و قابل اطمینان‌تری برخوردار باشند. فرضیه‌های تحقیق در سطح خطا ۵٪ و با استفاده از نرم افزار Smart PLS نسخه ۲.۳.۶ تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها

در ابتدا باتوجه به یافته‌های بخش آمار توصیفی و ارائه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی باید بیان داشت که ۷۹/۴ درصد از نمونه آماری، مرد و ۲۰/۶ درصد از نمونه آماری زن هستند، همچنین نتایج بیانگر این است که ۲۸/۹ درصد از نمونه آماری پژوهش کمتر از ۲۰ سال سن دارند، همچنین ۳۴/۷ درصد ۲۱ تا ۳۰ سال، ۱۸/۶ درصد ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۲/۵ درصد ۴۱ تا ۵۰ سال و در نهایت ۵/۳ درصد بیش از ۵۰ سال سن دارند. علاوه براین برحسب نتایج ۱۵/۶ درصد از نمونه آماری پژوهش دارای تحصیلات دیپلم و زیردیپلم هستند؛ همچنین ۲۸/۱ درصد تحصیلات فوق‌دیپلم، ۳۱/۱ درصد لیسانس، ۲۰/۶ درصد فوق لیسانس و در نهایت ۴/۷ درصد دکترا دارند.

در ادامه به ارائه شاخص‌های توصیفی گرایش مرکزی، پراکندگی متغیرهای پژوهش پرداخته شده است:

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی گرایش مرکزی، پراکندگی متغیرها

شاخص‌ها	لذت	خوشحالی	نیاز اجتماعی	سلامت ذهنی	هواداری ورزشی
میانگین	۴/۱۳	۴/۱۱	۴/۱۵	۳/۹۹	۴/۰۵
میانه	۴/۲۵	۴/۲۰	۴/۳۳	۴/۰۰	۴/۰۵
کمینه	۱	۱	۱	۱/۵۰	۱/۶۷
بیشینه	۵	۵	۵	۵	۵
انحراف معیار	۰/۶۴۸	۰/۶۴۶	۰/۶۵۷	۰/۶۷۹	۰/۶۸۶
واریانس	۰/۴۲۱	۰/۴۱۹	۰/۴۳۳	۰/۴۶۲	۰/۴۷۲

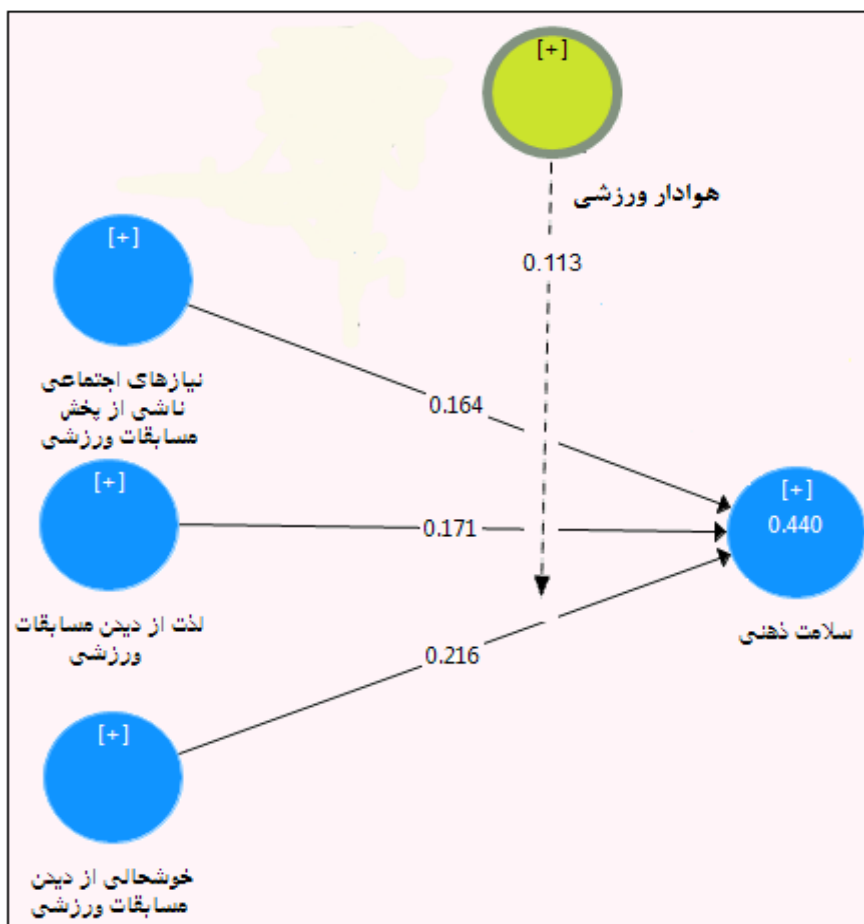
با توجه به مقادیر جدول (۱) می‌توان گفت که شاخص‌های گرایش مرکزی و مهم‌ترین آن یعنی میانگین، نشان دهنده این است که بالاترین مقدار میانگین مربوط به نیازهای اجتماعی می‌باشد؛ و در مجموع باید گفت میانگین متغیرهای پیش‌بین بیشتر از میانگین مورد انتظار است.

جدول ۲. بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	خطای معیار	کشیدگی	خطای معیار	چولگی	مقدار K-S	سطح معناداری
لذت	۰/۲۵۳	۲/۴۶۶	۰/۱۲۷	-۰.۲۳۰	۰/۰۰۰۱	۰/۱۶۳
خوشحالی	۰/۲۵۳	۲/۳۵۴	۰/۱۲۷	-۱/۱۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۱۷۰
نیاز اجتماعی	۰/۲۵۳	۲/۵۴۲	۰/۱۲۷	-۱/۱۵۶	۰/۰۰۰۱	۰/۱۷۵
سلامت ذهنی	۰/۲۵۳	۰/۷۵۷	۰/۱۲۷	-۰/۷۸۳	۰/۰۰۰۱	۰/۱۵۶
هواداری ورزشی	۰/۲۵۳	۰/۰۴۹	۰/۱۲۷	-۰/۶۴۶	۰/۰۰۰۱	۰/۱۴۵

با استناد به نتایج جدول (۲) مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرهای پژوهش در بازه ± 3 قرار دارد، از این رو توزیع آن متقارن است و مقدار کشیدگی آن‌ها در بازه ± 3 قرار دارد، اما بر اساس آزمون کلموگروف-اسمیرنوف سطح معنی‌داری متغیرها کمتر از $\alpha=0/05$ می‌باشد، لذا توزیع داده‌ها غیر نرمال است.

در ادامه تحلیل عاملی تاییدی بر روی پرسشنامه صورت گرفت. تمامی سوالات دارای بار عاملی بالای ۰.۵ و مقادیر معناداری بالای ۱.۹۶ هستند و دقیقاً متغیرهای پیش‌بینی شده در پرسشنامه را اندازه‌گیری می‌کنند. در ادامه مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق را در دو حالت معناداری و ضرایب استاندارد مشاهده می‌نمایید.



شکل ۱. مدل معادلات ساختاری نقش تعدیلگر نوع هوادر ورزشی

جدول ۳. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

متغیر	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده	شاخص اشتراک	شاخص افزونگی	شاخص جزئی	مربعات حداقل
نیازهای اجتماعی ناشی از پخش مسابقات ورزشی	۰/۷۹۹	۰/۵۷۱	۰/۱۸۴	-		
لذت از دیدن مسابقات ورزشی	۰/۸۵۹	۵۰۴	۰/۳۱۲	-		
خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی	۰/۸۲۸	۰/۴۹۲	۰/۲۵۴	-	۰/۰۹۱	
سلامت ذهنی	۰/۸۰۱	۰/۵۰۴	۰/۲۰۴	۰/۱۳۳		
هواداری ورزشی	۱	۱	۱	-		

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۴. اثر متغیر تعدیل‌گر

متغیر	مسیر	متغیر تعدیل‌گر	t	برآورد استاندارد	P. Value	نتیجه
خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی * سلامت ذهنی	<---	هوادر ورزشی	۶/۲۴۱	۰/۱۱۳	۱/۰۰	قبول

با استناد به مقادیر برآورد شده جدول (۴)، اثر متغیر تعدیل‌گر هواداری ورزشی در رابطه بین خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی بر سلامت ذهنی معنادار است ($P \geq 0/05$). به عبارت دیگر هواداری ورزشی اثر خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی بر سلامت ذهنی را تعدیل می‌کند.

جدول ۵. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

متغیر	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده	شاخص اشتراک	شاخص افزایشی	شاخص حداقل مربعات جزئی
نیازهای اجتماعی ناشی از پخش مسابقات ورزشی	۰/۷۹۹	۰/۵۷۱	۰/۱۸۴	-	-
لذت از دیدن مسابقات ورزشی	۰/۸۵۹	۵۰۴	۰/۳۱۲	-	-
خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی	۰/۸۲۸	۰/۴۹۲	۰/۲۵۴	-	۰/۰۸۲
سلامت ذهنی	۰/۸۰۴	۰/۵۰۹	۰/۲۱۰	۰/۱۹۹	-
هواداری ورزشی	۱	۱	۱	-	-

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری (جدول ۵) با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند. این نکته لازم به ذکر است که متغیرهای تعدیل‌گر در مدل معادلات ساختاری به دلیل اینکه تاثیر مستقیم ندارند و نقش متغیر مستقل و وابسته را ندارند به عنوان شاخص‌های کلیت مدل در نظر گرفته نمی‌شوند و اینکه اثرگذار باشد یا نباشد دلیلی برای مطلوب یا غیره مطلوب بودن مدل نهایی نیست بلکه فقط نقش بالابردن تاثیر بین دو متغیر را دارد که در اینجا بحث مهم برای ارزیابی و تایید مدل تاثیر متغیرهای مستقل و میانجی (در صورت وجود) بر متغیر یا متغیرهای وابسته است؛ در رابطه با مدل حاضر نیز می‌توان گفت کلیه قسمت‌های مدل مورد تایید قرار گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از اجرای پژوهش حاضر طراحی مدل تاثیر لذت، خوشحالی و نیازهای اجتماعی بر سلامت ذهنی با نقش تعدیل‌گر هواداری ورزشی بود، نتایج بدست آمده نشان داد که متغیر تعدیل‌گر هواداری ورزشی در رابطه بین خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی بر سلامت ذهنی معنادار است ($P \geq 0/05$). به عبارت دیگر هواداری ورزشی اثر خوشحالی از دیدن مسابقات ورزشی بر سلامت ذهنی را تعدیل می‌کند، نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های پیشین (Bochet & Latin, 2015; Khojasteh Eghbal et al., 2022; Kim et al., 2018) همسو می‌باشد. در تماشای رویداد ورزشی با هواداری ضعیف یا بدون هویت تیمی، موفقیت و کامیابی تیم بار خاصی از طریق ارزش‌های سعادتی بر زندگی آن‌ها ندارد. در این وضعیت، تماشای رویداد ورزشی ممکن است موفقیت و کامیابی تیم را به عنوان یک ارزش لذتی بجای سعادتی در نظر بگیرند، بنابراین روی وضعیت تندرستی کلی فرد از طریق ارضای نیاز به سعادتی تاثیر ندارد. به عبارت دیگر، در تماشای موفقیت و کامیابی تیم، تسلط و توانمندی تیم ممکن است به عنوان یک ارزش زیبایی و تفریحی توسط شخصی در نظر گرفته شود که هویت تیمی برای تماشای رویداد ندارد، بنابراین موجب ارضای نیاز به لذت می‌شود. این یافته با نتایج ما در مورد بهبود تندرستی کلی در تماشای رویداد ورزشی از طریق ارضای نیاز لذتی و با توجه به بحث هواداری ورزشی، هماهنگی دارد. ورزش یک فراغت متداول و رایج در بسیاری از کشورها می‌باشد. ورزش و فعالیت‌های مربوط به آن، زمان و انرژی فراوانی از افراد هر جامعه را بخود اختصاص داده و جایگاه مهمی در فرهنگ جوامع پیدا کرده است. "برگزاری هر مسابقه ورزشی همیشه شامل دو گروه عمده بازیگر و تماشاگر می‌باشد (Gantz & Wenner, 2010).

با توجه به مطالب بیان شده و نتیجه بدست آمده می‌توان بیان کرد که هوادار بودن نقش به سزایی در خوشحالی فرد از دیدن مسابقات ورزشی دارد بصورتی که فرد زمانی که هوادار تیم خود است و با دیدن مسابقات آن بدون شک در زمان و حتی بعد از دیدن آن در حالت هیجان و شغف

وجود دارد که تاثیر مستقیمی بر سلامت ذهنی و روانی فرد دارد. ارزش‌های اجتماعی می‌تواند از طریق تجربه "رابطه خیالی-صمیمی" با تیم ورزشی تجربه شود، علیرغم اینکه مواجهه اجتماعی فیزیکی وجود ندارد. همچنین مطابق نظریه هویت اجتماعی (Kumar et al., 2018)، تماشاچیان رویداد ورزشی ممکن است از طریق تحقق هویت اجتماعی مشترک خود با سایر طرفداران ورزش یا گروه‌های اجتماعی، براساس هویت مشترک تیمی احساس تعلق کنند (Wann, 2016; Wann et al., 2011). احساس ارتباط داشتن، علائق مشترک با دیگران، بخشی از گروه بودن، تعامل اجتماعی، عضویت در جامعه همگی از تجارب اجتماعی هستند که در تماشای رویداد ورزشی رخ می‌دهند. خوشبختی و رضایت زمانی که نیازهای اجتماعی از طریق اینگونه تجارب برآورده می‌شوند، بدست می‌آید. این همان بهبود وضعیت تندرستی کلی تماشاچیان ورزشی است که در زمان برآورده شدن نیازهای اجتماعی از طریق ارزش‌های اجتماعی تجربه شده در تماشای رویداد ورزشی، رخ می‌دهد. ارضای نیاز به لذت به عنوان موثرترین نوع ارضای نیاز از نظر تاثیر تماشای رویداد ورزشی بر تندرستی کلی شناخته شد. یافته‌های ما نشانگر آن است که تماشای رویداد ورزشی می‌تواند یک ابزار اثربخش برای بهبود تندرستی باشد. با در نظر گرفتن اینکه بیشتر از ۵۰٪ وضعیت تندرستی فرد تثبیت می‌شود (لیوبومیرسکی و همکاران، ۲۰۰۵) و مفهوم تندرستی کلی روی ارزیابی شخص از زندگی خودش به طور کل تمرکز دارد.

تماشای مسابقات چه در استادیوم‌ها و چه از طریق تلویزیون معمولاً دسته جمعی انجام می‌شود و این جمع‌های خانوادگی یا دوستانه موجب تقویت روابط بین افراد می‌شود. همچنین افراد خجالتی در این جمع‌ها اجازه ابراز وجود پیدا می‌کنند و بنابراین اعتماد به نفس آن‌ها تقویت می‌شود. بررسی‌های مختلفی نشان داده‌اند که طرفداری از یک تیم ورزشی موجب تقویت رابطه پدر و فرزند می‌شود. معمولاً پدر و فرزند هر دو طرفدار یک تیم می‌شوند و با هم در مورد تیم صحبت می‌کنند یا با هم به تماشای مسابقات می‌پردازند و به این ترتیب فرصت خوبی برای تعامل آن‌ها و تقویت روابط آن‌ها به وجود می‌آید. طرفداری از یک تیم معمولاً اعتماد به نفس افراد را تقویت می‌کند که این اعتماد به نفس در زمان پیروزی تیم مورد علاقه چند برابر می‌شود و البته در زمان شکست تیم کاهش می‌یابد. پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۸) نشان داده که میزان مراجعات به اورژانس‌های روان‌پزشکی در دوران برگزاری مسابقات جام جهانی در چند کشور کاهش یافته است که این موضوع نشان دهنده اثرات مثبت این مسابقات در سلامت روانی افراد است (Kim et al., 2018). باتوجه به نتایج بدست آمده پیشنهاد می‌شود که مسئولین وزارت ورزش و جوانان و همچنین نهادهای مانند صدا و سیما با همکاری هم شرایطی را فراهم کنند که امکان پخش کلیه مسابقات ملی بخصوص بازی‌های تیم ملی فوتبال فراهم شود و همچنین در کنار آن امکان موارد حاشیه‌ای تیم نیز وجود داشته باشد چرا که هواداران به اندازه دیدن بازی از پخش حواشی نیز لذت خواهند برد. علاوه بر این مسئولین با الگو گرفتن از نمونه‌های خارجی مانند کشور ژاپن، می‌تولند پارک‌های فوتبال یا یک روز فوتبالی در کنار خانواده را فراهم کنند بصورتی که هر فرد در کنار خانواده خود یک روز تفریحی را بگذراند و در این میان به تماشای فوتبال نیز همراه با خانواده بپردازد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

Extended Abstract

Introduction

Sport watching, particularly sports events, has become an essential form of entertainment in modern societies. It is widely recognized as one of the most engaging leisure activities, playing a pivotal role in the sports industry and generating substantial revenue through marketing for sports organizations (Al-Dirawi, 2024;

Ardelt et al., 2018; Chegini, 2024). Research suggests that watching sports events improves physical health and wellbeing, functioning similarly to sports or other forms of entertainment that promote relaxation and alleviate work-related stress (Wann, 2016; Wann et al., 2011). However, it has also been criticized for fostering sedentary behavior and creating emotional responses among fans that may be counterproductive to mental health (Mohsenifar et al., 2022; Obi, 2024; Sauder, 2024).

Although the psychological mechanisms behind the potential wellness benefits—or risks—of watching sports are well-documented, our understanding of the specific factors influencing the well-being of spectators remains limited. It is often suggested that watching sports can satisfy psychological needs and contribute to individual health (Harris, 2014). Sports fans are considered the central component of any sporting event (Askarian & Dukht Bagher, 2014). For many individuals, watching football is not simply an entertainment option but has become a part of their daily life, with some even suspending their daily activities to watch matches.

The emotional engagement during sports events, particularly football, tends to trigger personal and group emotions, with fan participation being characterized by intense reactions. The communal nature of these events and the collective emotional experiences that arise have drawn significant attention (Heo et al., 2018; Khojasteh Eghbal et al., 2022). The profound impact of sports broadcasts on individuals' emotional states, including their mental health, has spurred research efforts into the role of sports watching in promoting psychological wellness. Despite the growing importance of mental health in modern societies, the lack of empirical evidence regarding the connection between sports broadcasts and mental wellness remains a critical research gap.

Methods and Materials

The study employed a quantitative, correlational, and cross-sectional research design, with an applied research objective. The population consisted of individuals who watched sports events, specifically the 2019 AFC Asian Cup in the UAE, via various media channels including television, radio, and the internet. A non-probability, convenience sampling method was used to select participants. The sample size was estimated to be 370 individuals, using SPSS Sample Power software, with a maximum of independent variables influencing the dependent variable, an alpha level of 0.05, and a power of 0.80.

Data were collected through a questionnaire adapted from Kim et al. (2018) to measure various variables related to the spectators' experience. The instrument was translated into Persian through a three-phase translation process, which involved back-translation and expert review by ten sports management faculty members for content validity. The questionnaire contained 21 items across five domains: enjoyment, happiness, social need fulfillment, mental health, and sports fandom. Responses were measured using a five-point Likert scale. Reliability coefficients for the subscales were reported as follows: enjoyment (0.96), happiness (0.95), social need fulfillment (0.95), mental health (0.83), and sports fandom (0.94). Data analysis was performed using Smart PLS version 2.3.6 software, with hypothesis testing conducted at the 5% significance level.

Findings

Descriptive statistics revealed that 79.4% of the sample were male, while 20.6% were female. The majority of participants were between 21 and 30 years old (34.7%), followed by those under 20 years old (28.9%), and those aged 31-40 years (18.6%). Educationally, 15.6% had a high school diploma or less, 28.1% had some college education, 31.1% held a bachelor's degree, 20.6% had a master's degree, and 4.7% held a doctoral degree.

Central tendency indicators showed that the highest mean score was related to social need fulfillment, followed by enjoyment, happiness, mental health, and sports fandom. All variables had mean scores above the expected threshold, indicating generally positive responses toward the elements measured.

The normality test, based on the Kolmogorov-Smirnov test, showed that all variables exhibited non-normal distributions ($p < 0.05$), indicating that the data did not follow a normal distribution. Factor analysis indicated that all items had factor loadings above 0.5 and were significant ($p > 1.96$), confirming that the questions effectively measured the intended constructs.

The structural equation modeling (SEM) results indicated that sports fandom plays a moderating role in the relationship between enjoyment, happiness, social need fulfillment, and mental health. In particular, the effect of enjoyment and happiness on mental health was stronger among fans with higher levels of sports fandom.

Discussion and Conclusion

This study sheds light on the psychological benefits and potential risks associated with watching sports events. The findings indicate that the enjoyment, happiness, and social fulfillment derived from watching sports positively influence mental health, with sports fandom serving as a significant moderator. These results suggest that the psychological engagement of fans, particularly those who strongly identify with sports teams, can lead to enhanced mental well-being.

From a practical standpoint, the findings underscore the importance of leveraging sports events as tools for promoting mental health. Governments, sports organizations, and health professionals can use these insights to design interventions that utilize the communal and emotional aspects of sports viewing to support mental wellness.

The role of sports fandom in moderating these effects highlights the need for further research to explore the underlying mechanisms through which fan identification influences mental health outcomes. Future studies should investigate how different types of fandom (e.g., casual vs. passionate fans) impact psychological outcomes in greater depth, considering factors such as personal characteristics and cultural contexts.

In conclusion, while watching sports can be a source of enjoyment and social connection, its psychological benefits are most pronounced among fans who exhibit strong identification with the sport or team. Understanding the dynamics of this relationship can provide valuable insights for both academic research and practical applications in promoting mental health through sports engagement.

References

- Al-Dirawi, A. A. Y. (2024). The Bright and Dark Sides of Sports Interpreting in Iraq: Football Interpreting as an Example. *JLS*, 8(9), 347-355. <https://doi.org/10.25130/lang.8.9.23>
- Apostolou, M., & Lambrianou, R. (2017). What motivates people to do and watch sports? Exploring the effect of sex, age, partner status, and parenthood. *Evolutionary Psychological Science*, 3(1), 20-33. <https://doi.org/10.1007/s40806-016-0071-7>
- Ardelt, M., Gerlach, K. R., & Vaillant, G. E. (2018). Early and Midlife Predictors of Wisdom and Subjective Well-Being in Old Age. *The Journals of Gerontology: Series B*. <https://doi.org/10.1093/geronb/gby017>
- Askarian, F., & Dukht Bagher, N. (2014). The effect of hosting on the performance of teams in the Iranian Premier League. *Journal of Organizational Behavior Management Studies in Sport*, 2(4), 87-100.
- Bochet, K. E., & Latin, R. W. (2015). *Essentials of research methods in health, physical education, exercise science, and recreation*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Chegini, A. H. (2024). The Role of Sports Stars in Shaping Fans' Behavioral Characteristics. *Dmbaj*, 3(3), 19-35. <https://doi.org/10.61838/dmbaj.3.3.2>
- DesClouds, P., Laamarti, F., Durand-Bush, N., & El Saddik, A. (2018). Developing and Testing an Application to Assess the Impact of Smartphone Usage on Well-Being and Performance Outcomes of Student-Athletes. International Conference on Information Theoretic Security, https://doi.org/10.1007/978-3-319-73450-7_84
- Fancourt, D., & Steptoe, A. (2018). Community group membership and multidimensional subjective well-being in older age. *J Epidemiol Community Health*, 72(5), 376-382. <https://doi.org/10.1136/jech-2017-210260>
- Gantz, W., & Wenner, L. A. (2010). Fanship and the television sports viewing experience. *Sociology of Sport Journal*, 12, 56-74. <https://doi.org/10.1123/ssj.12.1.56>

- Harris, R. J. (2014). Sports and music: Emotion in high gear. In R. J. Harris (Ed.), *A cognitive psychology of mass communication* (4th ed., pp. 151-186). Lawrence Erlbaum.
- 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. <https://doi.org/10.1080/17439760.2017.1374438>
- Khojasteh Eghbal, R., Jalali Farahani, M., & Alidoust, E. (2022). Studying the state of Iranian youth football development based on Grassroots football program. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(56), 91-110.
- Kim, J., Kim, Y., & Kim, D. (2018). Improving well-being through hedonic, eudaimonic, and social needs fulfillment in sport media consumption. *Sport Management Review*, 20(3), 309-321. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.10.001>
- Kumar, H., Manoli, E. A., Hodgkinson, I. R., & Downward, P. M. (2018). Sport participation: From policy, through facilities, to users' health, well-being, and social capital. *Sport Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.01.002>
- Mohsenifar, A., Dousti, M., & Dickson, G. (2022). Analysis of Citizens' willingness to pay for the Right to Televisе Iranian Football Matches. *Communication Research*, 29(112), 31-57.
- Obi, O. C. (2024). Data Science in Sports Analytics: A Review of Performance Optimization and Fan Engagement. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(1), 2663-2670. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.0370>
- Saberifar, R., & Hoseini, E. (2022). Determining Effective Components in Citizen Participation in the form of Social Trap Theory and The Bystander Effect (Case Study: Mashhad). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 12(43), 65-90.
- Sauder, M. H. (2024). Worth a Shot? The Impact of Athletes' Vaccine Advocacy on Fan Attitudes and Behaviors. *Sport Marketing Quarterly*, 33(2), 181-196. <https://doi.org/10.32731/smq.2024.a929613>
- Wann, D. L. (2016). Understanding The Positive Social Psychological Benefits Of Sport-team Identification: The Team Identification-Social Psychological Health Model. *Group Dynamics: Theory, Research, And Practice*, 4, 272-296. <https://doi.org/10.1037/1089-2699.10.4.272>
- Wann, D. L., Melnick, M., Russell, G., & Pease, D. (2011). *Sports fans: The psychology and social impact of spectators*. Routledge.