

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار

اجتماعی با هویت اجتماعی^۱

همت‌اله بسطامی^۲؛ رضا محمدی^۳؛ فرزانه ارزانین^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۱/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۷

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه‌بار اجتماعی با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی است. روش تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری پژوهش، شامل تمام مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی به تعداد ۲۵۰ نفر است. با توجه به جدول مورگان، تعداد ۱۵۰ باشگاه به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای در گام نخست و تصادفی در گام دوم انجام شده است. ابزارهای پژوهش عبارت‌اند از: پرسشنامه رفتار اجتماعی آنلاین ایگرس و همکاران (۲۰۱۸)، پرسشنامه اضافه‌بار اجتماعی مایر و همکاران (۲۰۱۵) و پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری‌نیا و همکاران (۱۳۹۰). برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، بعد از تدوین آنها از نظرات و راهنمایی‌های استادان صاحب‌نظر در علم مدیریت ورزش استفاده شده و نظرات آنها در پرسش‌نامه نهایی لحاظ گردیده است. در ادامه، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و استنباطی (کلموگروف - اسمیرنوف، مدل‌سازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم‌افزارهای spss نسخه ۲۴ و اسمارت پلاس نسخه ۳ در سطح معناداری $\alpha=0/05$ استفاده شده است. براساس نتایج، اضافه‌بار اجتماعی با هویت اجتماعی و رفتار اجتماعی آنلاین ارتباط معناداری دارد. همچنین رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه‌بار اجتماعی با هویت اجتماعی نقش میانجی دارد. در نتیجه، برگزاری دوره‌ها و آموزش‌های مرتبط با رفتار اجتماعی آنلاین، امنیت اطلاعات شخصی و حضور دیجیتال مؤثر، می‌تواند به مدیران باشگاه‌های ورزشی کمک کند تا در فضای آنلاین به شکل بهتری عمل کنند.

واژه‌های کلیدی

رفتار اجتماعی، رفتار آنلاین، هویت اجتماعی، اضافه‌بار اجتماعی، مدیران باشگاه.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.
۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

bastami@pnu.ac.ir

۳. دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

rezamohamadi1415@gmail.com

۴. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور تهران، ایران.

farzanin66@gmail.com

مقدمه

هویت جزء مهم‌ترین ابعاد زندگی بشری است و ورزش نیز از این مفهوم تأثیرپذیر است. درواقع، هویت یکی از مفاهیم اساسی در روان‌شناسی است که موردعلاقه بسیاری از متخصصان علوم انسانی است. اریکسون واضح مفهوم هویت است. وی هویت فردی را به صورت یک احساس نسبتاً پایدار از یگانگی خود تعریف می‌کند؛ یعنی علی‌رغم تغییر رفتارها، افکار و احساسات، برداشت یک فرد از خود همواره مشابه است. محققان مقوله هویت را فرایند دستیابی به احساس پایدار از کیستی و اینکه که باید باشم می‌دانند (سلگی، ۱۳۹۹). در میان تعاریف متنوعی که در باب هویت ذکر شد اظهارنظر «جان گاردنیر» از صراحت و جامعیت بیشتری برخوردار است او می‌نویسد؟ یک فرد جوان باید بیاموزد که بیش از هر چیز خودش باشد. در جایی که بیشترین ارزش را برای دیگران دارد دیگرانی که مطمئناً برای او نیز عزیزتر از هر چیز دیگر هستند مراد از اصطلاح هویت چنین رابطه متقابلی است که متضمن یکی بودن با خویشتن و درعین‌حال به نوعی سهیم شدن با زندگی درونی دیگران است (عمادی، ۱۳۸۷). شکل‌گیری هویت فقط منوط به دوره نوجوانی نیست؛ بلکه مربوط به سراسر عمر انسان است که طی آن شکل متعالی‌تری از انسجام فردی و نوآوری‌های اساسی اجتماعی در کل شخصیت فرد هویدا می‌گردد (نونان^۱، ۲۰۱۹). صورت فلکی هویت فرد نسبتاً ثابت بود (هاسر و همکاران، ۲۰۲۰)، اما زمانی که بافت اجتماعی به دلیل القای گروه‌های جدید از مردم به بخش‌های مختلف تبدیل شد، شکل‌گیری هویت به فرآیندی پویا تبدیل شد که در آن افراد برای ادغام عضویت خود در چندین فرهنگ جمعی مختلف تلاش می‌کردند (مکسول و همکاران، ۲۰۲۱). تحقیقات حاکی از آن است که لایه‌های دیگر هویت (ازجمله اجتماعی و ملی) و تغییرات ساختاری اجتماعی نیز ممکن است فرآیند هویت‌یابی و تمایز یافتگی هویت فردی را نیز تحت‌تأثیر قرار دهند (آبرامز^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از مهم‌ترین لایه‌های هویت؛ هویت اجتماعی است. هویت اجتماعی از پایگاهی نشئت می‌گیرد که فرد در جامعه در آن قرار گرفته است (مونتالبانو^۳، ۲۰۱۹).

1. Noonan.

2. Abrams.

3. Montalbano.

هویت اجتماعی عبارت است از شیوه‌هایی که به واسطه آن‌ها فرد و جوامع از هم متمایز می‌شوند و حاصل آن برقراری روابط و پیوندهای هویتی و متمایز ساختن نظام‌مند شباهت و تفاوت میان افراد و جماعت‌هاست (هسلاام^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). می‌توان گفت که هویت اجتماعی در سازه‌هایی چون: نسل، طبقه، ملت، قومیت و فرهنگ متبلور می‌گردند (سامالدینو^۲، ۲۰۱۹). براساس تئوری هویت اجتماعی (ترنر و تاجفل^۳، ۱۹۷۹)، افراد با گروه‌هایی ارتباط برقرار می‌کنند که به آنها هویت می‌دهند. افراد برای تبدیل شدن به بخشی از یک گروه اجتماعی خاص و به دست آوردن حس تعلق، هویت شخصی و اجتماعی ایجاد می‌کنند. هویت شخصی احساس منحصربه‌فرد بودن از سایر اعضای جامعه را توصیف می‌کند، درحالی‌که هویت اجتماعی شامل آگاهی افراد از تعلق به یک گروه خاص است (اسلیتر^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). هویت اجتماعی در عرصه ورزش بیش از هر میدانی دیگر از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در رشد تیم و گروه‌های اجتماعی و تیم‌های ورزشی است (هسلاام و همکاران، ۲۰۲۲). ازاین‌رو، هویت اجتماعی در ورزش به عوامل زیادی که تا حدودی از بعد اجتماعی برخوردار هستند تأثیرپذیر است. به طور مثال یکی از این عوامل محتمل مقوله‌ای اضافه‌بار اجتماعی است که نیاز به بررسی بیشتر در این حوزه موردتوجه محققین است.

پیشینه پژوهش

لاسنتون و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان، مروری بر رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار اجتماعی آنلاین در میان نوجوانان انجام دادند. روش تحقیق تحلیلی بود و از ۳۷۷ مقاله در این حوزه برای گردآوری داده‌های استفاده شد. تمام مقالات از جستجوی خودکار پایگاه داده با استفاده از برنامه وب رایان سیستماتیک بررسی‌ها گردآوری شدند. نتایج نشان داد که رسانه‌های اجتماعی می‌توان تأثیرات مثبت و منفی بر رفتار اجتماعی آنلاین در نوجوانان باقی بگذارد. لو و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان، ذهن‌آگاهی از طریق همدلی شناختی،

1. Haslam.
2. Smaldino.
3. Turner.
4. Slater.

رفتار اجتماعی آنلاین را ترویج می‌کند انجام دادند. شرکت‌کنندگان ۶۷۴ دانشجوی کالج (شامل دانشجویان هنرهای آزاد از گروه‌های تاریخ و چین، و دانشجویان علوم از گروه‌های فیزیک و علوم الکترونیک) بودند که قرار بود در آزمون گروهی شرکت کنند. هیچ یک از دانشجویان قبلاً در معرض آموزش تمرکز حواس یا تمرین‌های مشابه (مثلاً یوگا، کیکونگ، تای چی) قرار نگرفته بودند. نمونه شامل ۳۹۴ زن و ۲۸۰ مرد با میانگین سنی ۱۸.۵ (انحراف معیار = ۰.۷۴) بود که از ۱۷ تا ۲۱ سال متغیر بود. اقدامات در کلاس‌های درس معمولی در پایان یک جلسه مطالعه عصاره با کمک دو دستیار پژوهشی آموزش دیده اجرا شد. به شرکت‌کنندگان گفته شد که این اقدامات شامل احساسات و تجربیات واقعی در زندگی روزمره است و تشویق شدند تا همه موارد را صادقانه تکمیل کنند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه پنج جنبه ذهن‌آگاهی (FFMQ)، شاخص واکنش بین‌فردی (IRI)، مقیاس رفتار نوع‌دوستانه اینترنتی (IABS) بود. نتایج نشان داد که ابعاد مختلف ذهن‌آگاهی، همدلی را پیش‌بینی می‌کنند که به نوبه خود OPB را پیش‌بینی می‌کند. چشم‌انداز میانجی اصلی در پیوند ذهن‌آگاهی-OPB بود. ذهن‌آگاهی، پذیرش نیازها و احساسات دیگران را بهبود می‌بخشد و در نتیجه تمایل به کمک به آنها را حتی در موقعیت‌های غیرحضوری افزایش می‌دهد.

بیکر و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان، نقش هویت اجتماعی در کار نهادی برای گذارهای اجتماعی فنی: مورد زیرساخت‌های حمل‌ونقل در برلین نشان دادند که این مطالعه نشان می‌دهد که چگونه ساخت یک هویت مشترک در میان گروه‌های مختلف بازیگر کلیدی برای کمپین شهروندان برای زیرساخت دوچرخه‌سواری ایمن بوده است. ساخت یک هویت اجتماعی فراگیر مرتبط با دوچرخه‌سواری با اولویت دادن به توسعه یک شبکه کمپین متشکل از پیوندهای ضعیف میان سهام‌داران، به جای شبکه‌ای نزدیک‌تر مبتنی بر گروه انحصاری‌تر دوچرخه‌سواران ورزشی امکان‌پذیر شده است.

ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان، کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین: نقش واسطه‌ای هویت اخلاقی و نقش تعدیل‌کننده اعتماد بین‌فردی آنلاین انجام دادند. نمونه‌ای متشکل از ۷۹۰ دانشجو (میانگین سنی = ۲۰.۱۰ سال، انحراف معیار = ۱.۶۴) از دو دانشگاه در مطالعه ما شرکت کردند. نتایج نشان داد که

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

پس از کنترل جنسیت، سن اینترنت و استفاده روزانه از زمان آنلاین، هویت اخلاقی تا حدی واسطه ارتباط بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین است. علاوه بر این، اعتماد بین‌فردی آنلاین ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل کرد. به طور خاص، ارتباط بین هویت اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین برای شرکت‌کنندگان با اعتماد بین‌فردی آنلاین بالا معنی‌دار بود. با این حال، برای شرکت‌کنندگانی که اعتماد بین‌فردی آنلاین پایینی دارند، بی‌اهمیت می‌شود. یافته‌های مطالعه حاضر اهمیت شناسایی مکانیسم‌هایی را که ارتباط میانجی بین کمال‌گرایی اخلاقی و رفتار اجتماعی آنلاین را تعدیل می‌کنند، برجسته می‌کند.

نیکولا (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان، رفتار اجتماعی نوجوانان در بازی‌های ویدئویی آنلاین. مروری بر ادبیات انجام دادند. در تحقیق از نتیجه یک مطالعه OMNIBUS شروع شد که در رومانی، شهرستان بیهور در سال ۲۰۱۹ با بیش از ۴۰۰۰ دانش‌آموز ۱۳ تا ۱۴ ساله درگیر بود. یکی از سؤالاتی که این مطالعه مطرح می‌کند این است: اگر تمرین همکاری به عنوان شکلی از رفتار اجتماعی در آنلاین در بازی‌های چندنفره رایج است، آیا این می‌تواند تأثیر مثبتی بر رفتار اجتماعی زندگی روزمره داشته باشد؟ نتایج نشان داد روابط ایجاد شده در محیط بازی آنلاین اغلب از الگوهای واقعی پیروی می‌کند، در هر دو مورد، نوجوانان عمدتاً با میل به معاشرت، لذت بازی و تمایل به تعلق داشتن به یک گروه متحرک هستند. گاهی اوقات روابط آنلاین عنصر اجتماعی نوجوانان در ازای پیام‌های مثبت، همکاری یا کمک، حمایت متقابل می‌شود، این تأثیر در زندگی واقعی نیز منعکس می‌شود.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان، تأثیر بیش از حد اطلاعات و اضافه بار اجتماعی بر قصد تغییر در رسانه‌های اجتماعی انجام دادند. برای اطمینان از پایایی و روایی مقیاس‌ها، ۴۷ دانشجوی مقطع کارشناسی در یک دانشگاه را برای انجام آزمون آزمایشی انتخاب کردیم. این دانش‌آموزان همگی تجربه استفاده از رسانه‌های اجتماعی را داشتند. نتیجه آزمون نشان داد که آیت‌های اندازه‌گیری برای اجرای بیشتر کافی هستند. نتایج نشان می‌دهد که خستگی اجتماعی می‌تواند در میانجی‌گری روابط بین بار اطلاعاتی و اضافه بار اجتماعی در ایجاد انگیزه در فرد برای تغییر نقش داشته باشد. علاوه بر این، ارتباط اطلاعات می‌تواند

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

رابطه بین بار اطلاعاتی و خستگی اجتماعی، و همچنین بار اجتماعی و خستگی اجتماعی را تعدیل کند. نتایج این مطالعه مرجع مهمی برای عملکرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی است.

الیان و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان، اضافه بار اطلاعات و اضافه بار ارتباطات در فرسودگی رسانه‌های اجتماعی و عملکرد شغلی انجام دادند. پاسخ‌دهندگان ۷۰ کارمند در بخش بازاریابی هستند. این تحقیق از رویکرد کمی با روش تحلیل مسیر با پردازش داده‌ها براساس برنامه SmartPLS استفاده می‌کند و یافته‌ها از این فرضیه حمایت می‌کند. نتایج پژوهش بیان کرد که اضافه بار اطلاعات و اضافه بار ارتباطی تأثیر مثبت و معناداری بر فرسودگی رسانه‌های اجتماعی دارد، همچنین فرسودگی رسانه‌های اجتماعی، اضافه بار اطلاعات و اضافه بار ارتباطی اثرات منفی و معناداری بر عملکرد شغلی دارند.

فو و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان، اضافه بار رسانه‌های اجتماعی، فرسودگی و قطع استفاده: بررسی اثرات اضافه بار اطلاعات، اضافه بار ویژگی‌های سیستم و اضافه بار اجتماعی انجام دادند. مدل تحقیق پیشنهادی از طریق ۴۱۲ پاسخ پرسشنامه معتبر جمع‌آوری شده از کاربران فیس‌بوک به صورت تجربی تأیید شد. نتایج ما نشان داد که سه نوع اضافه بار از طریق اضافه بار ویژگی سیستم به هم مرتبط هستند. اضافه بار ویژگی‌های سیستم، اضافه بار اطلاعات و اضافه بار اجتماعی باعث خستگی کاربر می‌شود که به نوبه خود منجر به قطع استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی می‌شود. این مطالعه با نشان دادن ارزش دیدگاه SS0 در توضیح عدم تداوم رسانه‌های اجتماعی کاربران، تحقیقات استرس فنی فعلی را گسترش می‌دهد.

از آنجا که باشگاه‌های ورزشی نقش زیادی در توسعه ورزش دارند و وجود مربیان و مدیران با تجربه در این باشگاه‌ها کمک شایانی در رشد تصاعدی ورزش هر استان و در گام بالاتر کشور دارند. نقش مدیران در هویت باشگاه‌های ورزشی نیز بسیار مهم بوده و برای خلق هویت اجتماعی تأثیرات زیادی در بین ورزشکاران و عموم مردم دارند؛ از سویی رفتارهای نو از قبیل رفتار اجتماعی آنلاین برای رشد برند باشگاه‌ها و هویت اجتماعی از جمله سؤالات مهمی هستند که بایستی

به آن پاسخ داده شود و البته مقوله اضافه بار اجتماعی که امروزه مدیران ورزش کشور و به ویژه مدیران باشگاه‌های ورزشی را درگیر کرده و نیاز به تحقیق بیشتر در این حوزه است؛ لذا با توجه به اهمیت این موضوع این پژوهشی به دنبال این سؤال است که آیا رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی نقش میانجی دارد؟

پژوهش‌های قبلی ارتباط احتمالی بین اضافه بار رسانه‌های اجتماعی و قطع استفاده از آن را گزارش کرده است. برای مثال، کائو^۱ و همکاران. (۲۰۱۷) مطالعه‌ای را در بین ۳۵۸ کاربر رسانه‌های اجتماعی چینی انجام داد تا بررسی کند که چگونه عوامل مرتبط با اضافه بار رسانه‌های اجتماعی بر قطع استفاده از آن تأثیر می‌گذارد. آنها اضافه بار رسانه‌های اجتماعی را با استفاده از اضافه بار اطلاعات، اضافه بار ارتباطی و اضافه بار اجتماعی مفهوم‌سازی کردند. یافته‌های آنها نشان می‌دهد که این ابعاد اضافه بار از طریق خستگی و پشیمانی بر قصد قطع استفاده از آن تأثیر می‌گذارد. به طور مشابه، فو^۲ و همکاران. (۲۰۲۰) مطالعه خود را بین ۴۱۲ کاربر فیس‌بوک انجام دادند و دریافتند که فرسودگی رسانه‌های اجتماعی رابطه بین اضافه بار رسانه‌های اجتماعی و قطع استفاده از آن را واسطه می‌کند. در مقابل کائو و همکاران. (۲۰۱۷)، فو و همکاران. (۲۰۲۰) اضافه بار رسانه‌های اجتماعی را با استفاده از اضافه بار ویژگی‌های سیستم، اضافه بار اطلاعات و اضافه بار اجتماعی مفهوم‌سازی کرد. ژانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه خود گزارش دادند که این ابعاد اضافه بار رسانه‌های اجتماعی بر خستگی و نارضایتی رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. به نوبه خود، هم خستگی و هم نارضایتی رسانه‌های اجتماعی بر قطع استفاده از آن تأثیر می‌گذارد. به طور کلی، با توجه به پژوهش‌های قبلی، اثرات اضافه بار رسانه‌های اجتماعی بر قطع استفاده از آن با قرار دادن متغیرهای میانجی مانند خستگی رسانه‌های اجتماعی، خستگی و نارضایتی بررسی شده است شکل‌گیری هویت منوط به سراسر عمر انسان بوده

1. Cao.

2. Fu.

3. Zhang.

که طی آن شکل متعالی‌تری از انسجام فردی و نوآوری‌های اساسی اجتماعی در کل شخصیت فرد نمایان می‌شود. با رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو دهه گذشته، اینترنت به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره افراد تبدیل شده است. تعداد کاربران جهانی اینترنت تا پایان سال ۲۰۱۴ تقریباً به ۲/۵ میلیارد نفر رسیده بود (نیوا و همکاران، ۲۰۱۶). در جهان امروز، مرزهای نفوذناپذیر بین مقولات و گروه‌های هویتی، دیگر مستحکم نیستند، بلکه به شدت آسیب‌پذیر و شکننده هستند. دنیای ارتباطات پیش‌آهنگ این تغییرات است. احساس هویت، فرایند معنابخشی و معناسازی در زندگی است. این معنا قابلیت به چالش کشیده شدن و به بحران دچار شدن را دارد. منابع و ابزارهای اصلی ساخت و حفظ هویتها عبارتند از: مکان و فضا، زمان، دین، زبان و فرهنگ که مهمترین و غنیترین منبع هویتی به شمار می‌روند. در گذشته این منابع هویت فرد را می‌ساختند، ولی امروزه، وسایل نوین ارتباطی و فرآیند جهانی شدن با متحول ساختن فضا و زمان و جدا کردن آنها از مکان، فضایی انحصاری که در اختیار جوامع و فرهنگ‌ها بود تا هویت سازی کنند، از بین برده و در نتیجه توانایی جوامع در هویت‌سازی و هویت‌یابی افراد را به میزان بسیار زیاد کاهش داده است. به بیان دیگر، در گذشته پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگ یا مکان و سرزمین معین، نیازهای هویتی افراد را به خوبی تأمین کرد و انسانها در دنیای کوچک، محدود، پایدار و منسجم به هویت و معنای مورد نیاز خود دست می‌یافتند، ولی فضای مجازی با پاره کردن این پیوند و نفوذپذیر کردن و فرو ریختن زندگی اجتماعی، آن دنیاها را به شدت متزلزل ساخته است (کاروانی، ۱۳۹۷).

تاکنون، رفتارهای ضد اجتماعی و اجتماعی آنلاین عمدتاً به طور مستقل، در رشته‌ها و جمعیت‌های مختلف پژوهشی و با روش‌های متفاوت مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. رفتار اجتماعی آنلاین اغلب یا با تحقیقات تجربی، با مشاهده رفتار افراد در زمینه‌های تبادل اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته است مانند: فن آوری‌ها، به اشتراک گذاری آنلاین منابع و اطلاعات با یک همکلاسی، و کمک به همتایان در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی. این تعریف رفتارهایی مانند کمک‌های مالی آنلاین به موسسات خیریه، داوطلبانه آنلاین و کمک به سازمان

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

های آنلاین را مستثنی می کند. اندازه گیری رفتارهای اجتماعی در میان نوجوانان در سال های اخیر به دلیل علاقه فزاینده به زمینه رشد مثبت جوانان محبوبیت خاصی پیدا کرده است (لرنر^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). رشد رفتار اجتماعی در دوران نوجوانی پیچیده و چند بعدی است و ممکن است به عنوان تابعی از عوامل فردی و زمینه ای متعدد متفاوت باشد (پادیل^۲ واکر، دایر، یورگاسون، فریزر و کوین، ۲۰۱۳). یافته های مطالعات مربوط به رشد اجتماعی در نوجوانی، مسیر روشن و پایداری را ترسیم نمی کند، اگرچه مطالعات متعدد نشان می دهند که رفتارهای اجتماعی در اوایل و اواسط نوجوانی، قبل از اینکه تا بزرگسالی افزایش یابد، کاهش می یابد. بنابراین، رفتارهای جامعه پسندی که برای افراد آنلاین انجام می شود در مقایسه با رفتارهای جامعه پسندی که به سازمان ها و گروه های بزرگ هدایت می شود (مثلاً کمک مالی یا داوطلبانه) ممکن است به طور اساسی متفاوت باشد (سودزینا^۳ و همکاران، ۲۰۱۵).

در فضاهای ورزشی افراد مختلفی از قشرهای مختلف و با هویت های متفاوتی حضور دارند و مدیران ورزشی به صورت مستمر با این افراد در ارتباط هستند. از سوی دیگر با توجه به رشد فزاینده تکنولوژی اهمیت رفتارهای اجتماعی آنلاین روز به روز بیشتر می شود مدیران ورزشی. به دلیل ارتباط با جامعه به عنوان عضوی تأثیرگذار و لزوم به روز بودن آن ها برای انجام وظایفشان می بایست به خوبی از رفتار اجتماعی آنلاین، اضافه بار اجتماعی و هویت اجتماعی و همچنین نحوه ارتباط و تأثیر این متغیرها با هم آشنایی داشته باشند از سویی مدیران با مفهوم اضافه بار اجتماعی تقابل نزدیکی داشته و در امور روزمره کاری با آن سروکار دارند و بررسی این عوامل در کنار هم از مهم ترین موضوعاتی است که مورد توجه این تحقیق است؛ لذا بررسی متغیرهای مذکور از دید نویسندگان یک هدف تحقیقی مهم به شمار می رود و این پژوهش در پی یافتن پاسخی برای این سؤال است که آیا رفتار اجتماعی آنلاین نقش میانجی در ارتباط میان اضافه بار اجتماعی و هویت اجتماعی مدیران باشگاه های ورزشی استان خراسان جنوبی دارد؟

1. Lerner.
2. Sudzina.
3. Sodzino.

چهارچوب نظری

چهارچوب نظری تحقیق بر تئوری هویت اجتماعی (تاجفل و ترنر ۱۹۷۹) استوار است که بیان می‌دارد افراد هویت خود را از تعلق به گروه‌های اجتماعی کسب می‌کنند. با رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو دهه گذشته، اینترنت به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره افراد تبدیل شده است. تعداد کاربران جهانی اینترنت تا پایان سال ۲۰۱۴ تقریباً به ۲.۵ میلیارد نفر رسیده بود (نیو و همکاران، ۲۰۱۶). در آمریکا تقریباً نیمی از نوجوانان آمریکایی گزارش می‌دهند که دائماً آنلاین می‌شوند و ۸۷٪ گزارش می‌دهند که حداقل روزانه از یک پلتفرم رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند (لاسنتون، ۲۰۲۰). از زمانی که شبکه‌های اجتماعی آنلاین مانند فیس‌بوک در دهه گذشته معرفی شدند، میلیون‌ها کاربر را به خود جذب کردند و در روال روزانه ما ادغام شدند. شبکه‌های اجتماعی آنلاین فضاهای مجازی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند تا بتوانند افراد دیگر با علایق مشابه را برای برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری فعالیت‌های اجتماعی خود ببابند (لامبیچ و همکاران، ۲۰۱۶). مفهوم شبکه‌های اجتماعی آنلاین ترکیبی از فناوری، اطلاعات و رابط‌های انسانی است که کاربران را قادر می‌سازد یک جامعه آنلاین ایجاد کنند و یک شبکه اجتماعی از دوستان بسازند (بوررو و همکاران، ۲۰۱۴). تانگ و کو (۲۰۱۷) شبکه‌های اجتماعی آنلاین را به عنوان «جامعه‌های مجازی مبتنی بر وب که در آن کاربران با دوستان واقعی در تعامل هستند و با افراد دیگری با علایق مشترک ملاقات می‌کنند» تعریف کردند. تعریف دقیق‌تر و بهتر از شبکه‌های اجتماعی آنلاین توسط بوید و الیسون (۲۰۰۸) ارائه شد که شبکه‌های اجتماعی آنلاین را به عنوان «سرویس‌های مبتنی بر وب که به افراد اجازه می‌دهد (۱) یک پروفایل عمومی یا نیمه عمومی را در یک سیستم محدود ایجاد کنند، (۲) فهرستی از سایر کاربران برای اشتراک‌گذاری ارائه دهد؛ (۳) فهرست افراد مرتبط با وی و کسانی را که از طریق سایر افراد سیستم به او معرفی شده‌اند، ببیند و اوقاتش را سپری سازد (بوید و الیسون، ۲۰۰۸). این موضوع اهمیت موضوع رفتار اجتماعی را بیش از گذشته نشان می‌دهد. رفتار اجتماعی را می‌توان به عنوان رفتاری داوطلبانه تعریف کرد که هدف آن سود رساندن به دیگران یا ارتقای هماهنگی بین‌فردی است (ایرگرز و همکاران، ۲۰۱۸). مانند به اشتراک گذاشتن منابع، کمک و آرامش

دیگران. رفتارهای اجتماعی برای قرن‌ها مورد توجه روان‌شناسان و متفکران بوده است. در دهه‌های گذشته، فناوری‌های دیجیتال فرصت‌های جدیدی را برای رفتار اجتماعی ایجاد کرده‌اند که اکنون می‌تواند به صورت آنلاین نیز انجام شود. براین اساس، اشکال آنلاین رفتار اجتماعی مانند آزار و اذیت سایبری پدیدار شده است (اریگزر و همکاران، ۲۰۱۸). به دلیل گستردگی و سرعت اینترنت، رفتارهای اجتماعی که در اینترنت اتفاق می‌افتد فراگیرتر از رفتارهای اجتماعی آفلاین شده‌اند و کاربران آنلاین تمایل دارند در اینترنت بیشتر از دنیای آفلاین کمک کنند (ژنگ و همکاران، ۲۰۲۰). رفتار اجتماعی آنلاین یا رفتار اجتماعی سایبری (رایت و لی، ۲۰۱۲)، به رفتار اجتماعی در زمینه دیجیتال (در هنگام حضور در اینترنت) اشاره دارد (لاسنتون و همکاران، ۲۰۲۱) که انگیزه‌های پشت رفتار اجتماعی ممکن است نوع دوستانه یا خودخواهانه باشد.

یکی دیگر از موضوعات مهمی که با شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی در ارتباط است، مفهوم اضافه بار اطلاعات است که یکی از موضوعات مهم عصر حاضر است. اضافه بار درک و ارزیابی ذهنی فرد از تعداد اطلاعات، افراد یا اشیایی را توصیف می‌کند که فراتر از توانایی فرد برای پردازش است. اضافه بار به عنوان عامل مهمی در نظر گرفته می‌شود که منجر به پیامدهای منفی ناشی از استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌شود (لی و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین گزارش شده است که اضافه بار به شدت با تغییرات روانی کاربران در زمینه‌های آنلاین مانند خرید آنلاین مرتبط است؛ بنابراین اضافه بار به عنوان پیشینه اصلی پردازش روانی داخلی کاربران در زمینه‌های آنلاین عمل می‌کند. با این حال، اطلاعات کمیتی در مورد اینکه چگونه اضافه بار منجر به رفتارهای استفاده ناپیوسته کاربران از طریق ایجاد تغییرات روانی می‌شود، وجود ندارد (سالو و همکاران، ۲۰۱۹). هنگامی که افراد بیش از حد اطلاعات را تجربه می‌کنند، احساس غرق شدن و حتی استرس روانی و سایر حالات عاطفی می‌کنند. با پیشرفت سریع فناوری ارتباطات، افراد کانال‌های متعددی برای دسترسی به حجم عظیمی از داده‌ها دارند که منجر به اضافه بار اطلاعات می‌شود. اضافه بار اطلاعات به عنوان یک تأثیر جانبی عصر دیجیتال در نظر گرفته می‌شود (لیو و همکاران، ۲۰۲۱).

تأثیر منفی بار اطلاعاتی باعث نگرانی گسترده محققان شده است. در سال‌های اخیر، اضافه بار اطلاعات به طور گسترده در تنظیمات مختلف مانند پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، جستجوهای اطلاعات سلامت مبتنی بر وب و برنامه‌های اجتماعی موبایلی مورد بررسی قرار گرفته است (فو و همکاران، ۲۰۲۱). محققان ادعا کردند که اضافه بار اطلاعات بر اجرا و توانایی تصمیم‌گیری افراد تأثیر می‌گذارد (لی و چان، ۲۰۲۱). به ویژه بارهای بیش از حد فناوری، اطلاعات و تعامل از طریق تعامل و ارتباط کاربران SNS با متقاضیان مختلف منجر به خستگی و استرس می‌شود (فو و همکاران، ۲۰۲۰). علاوه بر این، اضافه بار اطلاعات به منبع اصلی استرس روانی تأثیر خستگی رسانه‌های اجتماعی تبدیل شده است (لی و چان، ۲۰۲۱). مایر و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند که برخی از افراد در استفاده از رسانه‌های اجتماعی خود بار اجتماعی را تجربه می‌کنند، و آنها استدلال کردند که اضافه بار اجتماعی توضیحی برای قطع رسانه‌های اجتماعی است. علاوه بر پیامدهای روانی، اضافه بار اجتماعی می‌تواند باعث واکنش‌های رفتاری فرد شود (طرافدار و همکاران، ۲۰۱۰) مانند کاهش شدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی یا به طور اساسی‌تر، اجتناب از الگوهای رفتاری قبلی با توقف کامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی. چنین واکنش رفتاری ابتدا به عنوان تمایل کم فرد برای تکرار برخی رفتارها قابل مشاهده است (مایر و همکاران، ۲۰۱۴).

تعاریف مفهومی

اضافه بار اجتماعی: بسیاری از روابط اجتماعی فعال در رسانه‌های اجتماعی ممکن است باعث شود کاربران احساس کنند که به دلیل احساس وظیفه برای پاسخ به درخواست‌های حمایت اجتماعی، حمایت اجتماعی زیادی در رسانه‌های اجتماعی به افراد تعبیه شده در شبکه اجتماعی خود ارائه می‌کنند. (طرافدار و همکاران، ۲۰۱۰).

هویت اجتماعی: مفهومی است که می‌خواهد تعارضات موجود در هویت‌های گروهی را به نوعی کاهش داده و آن‌ها را تحت یک هویت اجتماعی، همگرا سازد و انگیزه همکاری، همدلی و همزیستی را میان افراد جامعه فراهم نماید.

رفتار اجتماعی آنلاین: رفتاری داوطلبانه تعریف کرد که در یک زمینه الکترونیکی

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

با هدف سود رساندن به دیگران خاص یا ترویج روابط هماهنگ با دیگران انجام می‌شود (اگریس و همکاران، ۲۰۱۸).

روش پژوهش

نوع تحقیق کاربردی و ماهیت تحقیق توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری تحقیق تمامی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی به تعداد ۲۵۰ نفر بودند. با توجه به جدول مورگان به تعداد ۱۵۰ باشگاه به عنوان نمونه انتخاب شدند. نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای در گام نخست و تصادفی در گام دوم انجام شد. روش‌های گردآوری اطلاعات در این تحقیق بدین شرح است:

مطالعات کتابخانه‌ای

در این قسمت جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های موردنیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شده است.

تحقیقات میدانی

در این قسمت برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز این تحقیق و به منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

الف) پرسشنامه متغیرهای جمعیت‌شناختی جنسیت، سن، سابقه ورزشی

ب) پرسشنامه رفتار اجتماعی آنلاین ایگرس و همکاران (۲۰۱۸) با ۱۰ گویه که در طیف ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً موافقم=۵، موافقم=۴، نظری ندارم=۳، مخالفم=۴، کاملاً مخالفم=۱) درجه‌بندی شده است. ایگرس (۲۰۱۸) در پژوهش پایایی آن را با ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰/۸۵ گزارش کرد. همچنین یانگ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود ضریب آلفای کرونباخ را ۰/۸۳ گزارش کردند.

ج) پرسشنامه اضافه‌بار اجتماعی مایر و همکاران (۲۰۱۵) با ۴ گویه که در طیف ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً موافقم=۵، موافقم=۴، نظری ندارم=۳، مخالفم=۴، کاملاً مخالفم=۱) درجه‌بندی شده است. پایایی پرسشنامه در تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) آلفای کرونباخ ۰/۹۳ گزارش شد.

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

د) پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری‌نیا و همکاران (۱۳۹۰) با ۲۰ گویه که در طیف ۵ ارزشی لیکرت (کاملاً موافقم=۵، موافقم=۴، نظری ندارم=۳، مخالفم=۴، کاملاً مخالفم=۱) درجه‌بندی شده است. پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ آن در پژوهش وناد و همکاران (۲۰۲۱) مقدار ۰/۹۱ گزارش شد.

برای سنجش روایی پرسشنامه از روش محتوایی و صوری استفاده گردید بدین صورت که از نظرات ۱۰ تن از اساتید صاحب‌نظر در زمینه مدیریت ورزشی استفاده شد و نظرات آنان در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید.

در این تحقیق به‌منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌های تحقیق، تعداد ۳۰ عدد از پرسشنامه‌ها بین جامعه آماری توزیع گردید و پس از جمع‌آوری آن‌ها، نتایج در قالب جدول آورده شده است.

جدول ۱- نتایج آزمون پایایی پرسشنامه‌های تحقیق

عنوان پرسشنامه	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
رفتار اجتماعی آنلاین	۴	۰/۷۹
اضافه‌بار اجتماعی	۴	۰/۸۲
هویت اجتماعی	۲۰	۰/۸۹

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی صورت گرفت. از طریق آمار توصیفی، میانگین، انحراف استاندارد، جدول و نمودار و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای تعیین توزیع داده‌ها، آزمون‌های ضریب همبستگی، رگرسیون و مدل‌سازی معادلات ساختاری) با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۲ و SMART PLS نسخه ۳ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

توصیف ویژگی‌های دموگرافیک مربوط به پاسخ‌دهندگان:

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

جدول ۲- توزیع فراوانی جنسیت پاسخ‌گویان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۶۲	۴۱/۳۳
زن	۸۸	۵۸/۶۶
جمع	۱۵۰	۱۰۰

با توجه به جدول ۲، ۴۱/۳۳ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۵۸/۶۶ درصد آنان را زن تشکیل می‌دهند.

جدول ۳- توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخ‌گویان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
کاردانی	۲۵	۱۶/۶۶
کارشناسی	۹۱	۶۰/۶۶
کارشناسی‌ارشد	۳۰	۲۰
دکتری	۴	۲/۶۶
مجموع	۱۵۰	۱۰۰

با توجه به نتایج جدول ۳ سطح تحصیلات پاسخ‌گویان به این‌گونه است که ۱۶/۶۶ درصد کاردانی، ۶۰/۶۶ درصد کارشناسی، ۲۰ درصد کارشناسی‌ارشد و ۲/۶۶ درصد آنان مدرک دکتری دارند.

جدول ۴- توزیع فراوانی سن پاسخ‌گویان

سن	فراوانی	درصد
زیر ۲۵ سال	۱۷	۱۱/۳۳
۲۶ تا ۳۵ سال	۴۲	۲۸
۳۶ تا ۴۵ سال	۳۸	۲۵/۳۳
بالای ۴۵ سال	۵۳	۳۵/۳۳
مجموع	۱۵۰	۱۰۰

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

با توجه به نتایج جدول ۴ وضعیت فراوانی سنی پاسخ‌گویان به این‌گونه است که ۱۱/۳۳ درصد زیر ۲۵ سال، ۲۸ درصد ۲۶ تا ۳۵ سال، ۲۵/۳۳ درصد ۳۶ تا ۴۵ سال و ۳۵/۳۳ درصد آنان بالای ۴۵ سال سن دارند.

همان‌گونه که اشاره شد قبل از آزمون فرضیات تحقیق برای انتخاب نوع آماره به منظور آزمون فرضیات، لازم است فرض نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف مورد بررسی قرار گیرد.

جدول ۵- نتایج آزمون فرض نرمال بودن متغیرهای تحقیق

متغیر	کولموگروف - اسمیرنوف (z)	سطح معناداری
اضافه‌بار اجتماعی	۰/۰۹۲	۰/۰۳
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۱۶۱	۰/۰۰۱
هویت اجتماعی	۰/۰۷۲	۰/۰۲۵

با توجه به جدول ۵ به دلیل اینکه سطح معناداری متغیرهای تحقیق کمتر از ۵ صدم است، فرض صفر رد و ادعای نرمال بودن توزیع این متغیرها پذیرفته نمی‌شود. با توجه به دوسطحی بودن مدل غیرنرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق برای تأیید مدل و آزمون فرضیات از روش حداقل مربعات جزئی^۱ (PLS) استفاده شده است. روش تخمین PLS ضرایب را به گونه‌ای تعیین می‌کند که مدل حاصله، بیشترین قدرت تفسیر و توضیح را دارا باشد؛ به این معنا که مدل بتواند با بالاترین دقت و صحت، متغیر وابسته نهایی، را پیش‌بینی نماید. روش حداقل مربعات جزئی که در بحث الگوسازی رگرسیونی آن را با PLS نیز معرفی می‌کنند، یکی از روش‌های آماری چندمتغیره محسوب می‌شود که به وسیله آن می‌توان علی‌رغم برخی محدودیت‌ها مانند: نامعلوم بودن توزیع متغیر پاسخ، وجود تعداد مشاهدات کم و یا وجود خودهمبستگی جدی بین متغیرهای توضیحی؛ یک یا چند متغیر پاسخ را به طور هم‌زمان در قبال چندین متغیر توضیحی الگوسازی نمود.

نتایج توزیع میانگین متغیرهای تحقیق و مؤلفه‌های آن در بین مدیران

1. Partial Least Square.

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶- شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق و مؤلفه‌های آن در بین مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی

مؤلفه/ متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
اضافه بار اجتماعی	۱۵۰	۶۰/۱	۱۰۰/۵	۳۸/۳	۸۱/۰
رفتار اجتماعی آنلاین	۱۵۰	۱۰۰/۱	۱۰۰/۵	۴۰/۴	۶۸/۰
ابعاد هویت اجتماعی	هویت جمعی	۵۰/۱	۱۰۰/۵	۳۱/۳	۶۷/۰
	هویت فردی	۳۳/۱	۱۰۰/۵	۵۳/۳	۸۱/۰
هویت اجتماعی	۱۵۰	۱۵/۱	۱۰۰/۵	۴۱/۳	۵۵۳/۱

در جدول (۶) شاخص‌های توصیفی نشان می‌دهد که میزان متغیرهای اضافه بار اجتماعی، رفتار اجتماعی آنلاین و هویت اجتماعی در بین مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی بزرگتر از مقدار متوسط و مطلوب عدد ۳ است. به عبارتی، میزان اضافه بار اجتماعی، رفتار اجتماعی آنلاین و هویت اجتماعی در بین مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی در سطح بالاتر از متوسط قرار دارد. به همین ترتیب، جدول (۶) نشان می‌دهد که میزان مؤلفه‌های هویت اجتماعی در بین مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی نیز بالاتر از سطح متوسط قرار دارند (زیرا میانگین مؤلفه‌ها بزرگتر از مقدار متوسط و مطلوب ۳ می‌باشند)، که در این میان، مؤلفه هویت فردی با میانگین ۳/۵۳ دارای بیشترین میزان و مؤلفه هویت جمعی با میانگین ۳/۳۱ دارای کمترین میزان است.

جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از روایی همگرا^۱، روایی واگرا^۲ و پایایی ابزار که شامل سه معیار ضرایب بار عاملی^۳، ضرایب آلفای کرونباخ^۴ و پایایی ترکیبی^۵ است، بهره گرفته شد.

1. Convergent Validity.
2. Discriminant Validity.
3. Factor load coefficients.
4. Cronbachs Alpha.
5. Composite Reliability.

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

برای بررسی پایایی متغیرهای تحقیق از دو شاخص پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده شده است. پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بنا به گفته فورنر و لارکر (۱۹۸۱) بایستی ≥ 0.7 یا بالاتر باشد که نشان از کافی بودن همگرایی درونی دارد. سازگاری درونی همان پایایی است که هم از آلفای کرونباخ استفاده می‌شود و هم از پایایی ترکیبی. هر دو شاخص به بررسی سازگاری درونی می‌پردازند. برای تمامی متغیرهای تحقیق مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی از ≥ 0.7 بزرگ‌تر شده‌اند که نشان از پایایی ابزار اندازه‌گیری می‌باشد.

برای بررسی روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است. متوسط واریانس استخراج شده (AVE)، یک مقیاس از همگرایی در میان مجموعه‌ای از گویه‌های مشاهده شده یک ساختار است. در واقع یک درصدی از واریانس شرح داده شده در میان گویه‌ها است. این متوسط واریانس استخراجی بایستی بالاتر از ≥ 0.5 باشد تا اعتبار همگرا تأیید شود (فورنل و لارکر ۱۹۸۱).

جدول ۷- معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرایی متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha ≥ 0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR ≥ 0.7)	میانگین واریانس استخراج شده (AVE ≥ 0.5)
اضافه‌بار اجتماعی	۰/۷۵	۰/۸۴	۰/۵۸
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۹۰	۰/۸۲	۰/۶۵
هویت اجتماعی	۰/۹۷	۰/۹۷	۰/۶۶

همان‌گونه که در جدول ۷، نشان داده شده است، هر سه متغیر پنهان پژوهش دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ≥ 0.7 هستند و مناسب بودن وضعیت پایایی را می‌توان مورد قبول دانست.

سنجش روایی واگرا

جهت بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری از معیار فورنل و لارکر استفاده شد. براساس این معیارها، روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. طبق این شاخص واریانس هر متغیر مکنون باید برای شاخص‌های مربوط به خودش بیشتر از سایر شاخص‌ها باشد. برای تشخیص این امر ابتدا جذر AVE متغیرهای مکنون محاسبه می‌شود و سپس حاصل با مقادیر همبستگی‌ای که این متغیر مکنون با سایر متغیرهای مکنون داشته، مقایسه می‌شود. باید حاصل جذر AVE از مقادیر همبستگی‌ها بیشتر باشد. این کار را باید برای تمامی متغیرهای مکنون انجام داد. نتایج بررسی شاخص فورنل و لارکر در جدول زیر مشاهده می‌شود. یک ستون از این جدول ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. لازمه تأیید روایی واگرا بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با باقی متغیرها است. همان‌طور که در جدول مشخص است، مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین شده، برای تمامی متغیرها، از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها می‌باشد.

جدول ۸- (آزمون فورنل لاکر) AVE

متغیرهای مکنون	اضافه بار اجتماعی	رفتار اجتماعی آنلاین	هویت اجتماعی
اضافه بار اجتماعی	۰/۷۶		
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۵۱	۰/۸۰	
هویت اجتماعی	۰/۸۷	۰/۴۸	۰/۸۱
p≤**۰/۰۱			

همان‌گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی ترتیب

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

داده شده‌اند، بیشتر است. از این‌رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر؛ به عبارتی روایی واگرایی مدل در حد مناسبی بوده است.

جدول ۹- ضریب تعیین متغیر درون‌زای و شاخص برازش مدل

متغیرهای درون‌زا	رفتار اجتماعی آنلاین	هویت اجتماعی
ضریب تعیین	۰/۲۶	۰/۷۵

براساس نتایج در جدول ۹، ضریب تعیین برای متغیر درون‌زا مقدار قابل‌قبول است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰- برآورد پارامترهای مدل ساختاری

متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی (Q^2)
اضافه‌بار اجتماعی	-	۰/۳۰
رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۱۵	۰/۵۱
هویت اجتماعی	۰/۴۵	۰/۶۰

با توجه به جدول ۱۰، شاخص افزونگی فقط برای متغیرها درون‌زا (متغیر ملاک) محاسبه می‌گردد و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند؛ لذا با توجه به نتایج مقدار این دو شاخص نیز مطلوب گزارش می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} * R^2} = \sqrt{0.63 \times 0.50} = 0.56$$

جدول ۱۱- ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر کل متغیرها

مسیر	ضریب اثر استاندارد	t-value	سطح معناداری
اضافه‌بار اجتماعی به هویت اجتماعی	۰/۸۴	۲۰/۰۸	۰/۰۰۲
اضافه‌بار اجتماعی به رفتار اجتماعی آنلاین	۰/۵۱	۵/۶۱	۰/۰۰۱

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

مسیر	ضریب اثر استاندارد	t-value	سطح معناداری
رفتار اجتماعی آنلاین به هویت اجتماعی	۰/۲۳	۲/۰۲	۰/۰۴
اضافه بار اجتماعی < رفتار اجتماعی آنلاین > هویت اجتماعی		۲/۲۵	۰/۰۰۲

همان‌طور که از جدول ۱۱ استنباط می‌شود کلیه مسیرهای بین متغیرهای تحقیق معنی‌دار است.

آزمون سوبل (Sobel test equation)

برای آزمودن تأثیر متغیر میانجی، آزمون پر کاربردی به نام آزمون سوبل^۱ (نام‌های دیگر آزمون سوبل: رویکرد حاصل‌ضرب، روش دلتا یا رویکرد نظریه نرمال) وجود دارد که برای معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه با دو متغیر دیگر به کار می‌رود. در پژوهش حاضر متغیر رفتار اجتماعی آنلاین نقش میانجی را بین اضافه بار اجتماعی و هویت اجتماعی ایفا می‌کند. در آزمون سوبل، Z-value از طریق فرمول (۱-۴) به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ صدم معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود (سوبل، ۱۹۸۲).

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

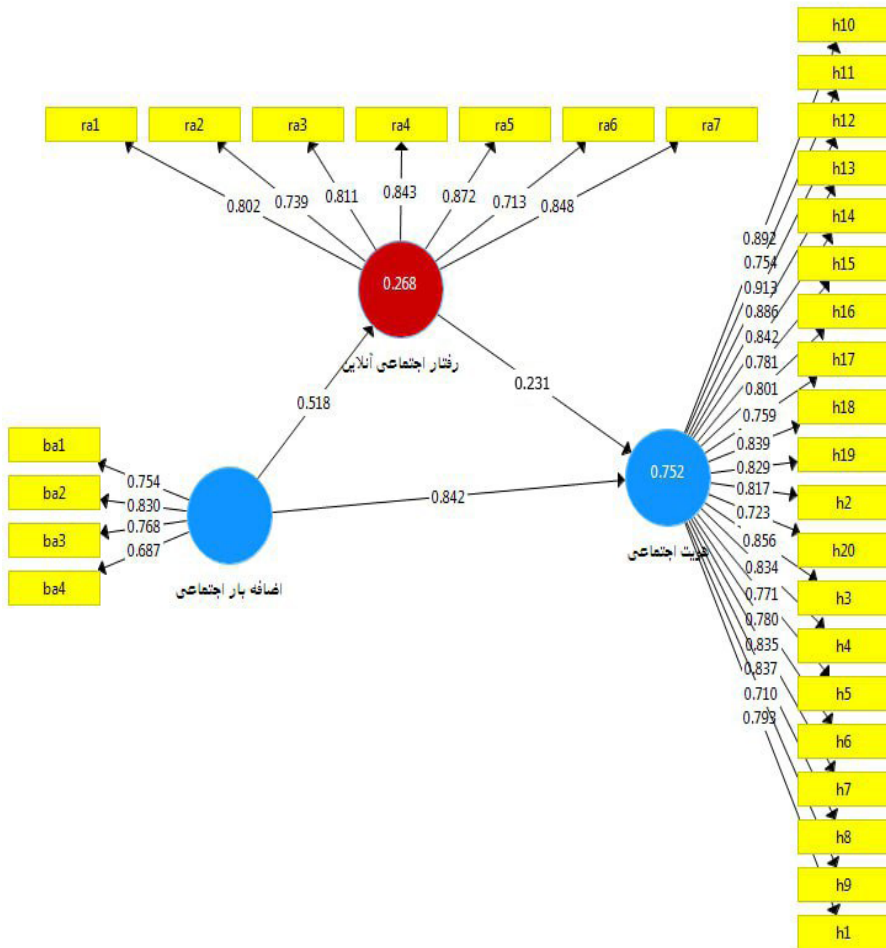
sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

$$z - \text{value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times S_a^2) + (a^2 \times S_b^2) + (S_a^2 \times S_b^2)}} = ۲/۰۹ \quad (۱-۴) \text{ فرمول}$$

با توجه به نتایج فرمول ۱-۴ مقدار آزمون سوبل بیشتر از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ صدم است، لذا تأثیر میانجی‌گری متغیر رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی و هویت اجتماعی تأیید می‌شود.

1. Sobel.

دیاگرام مسیر

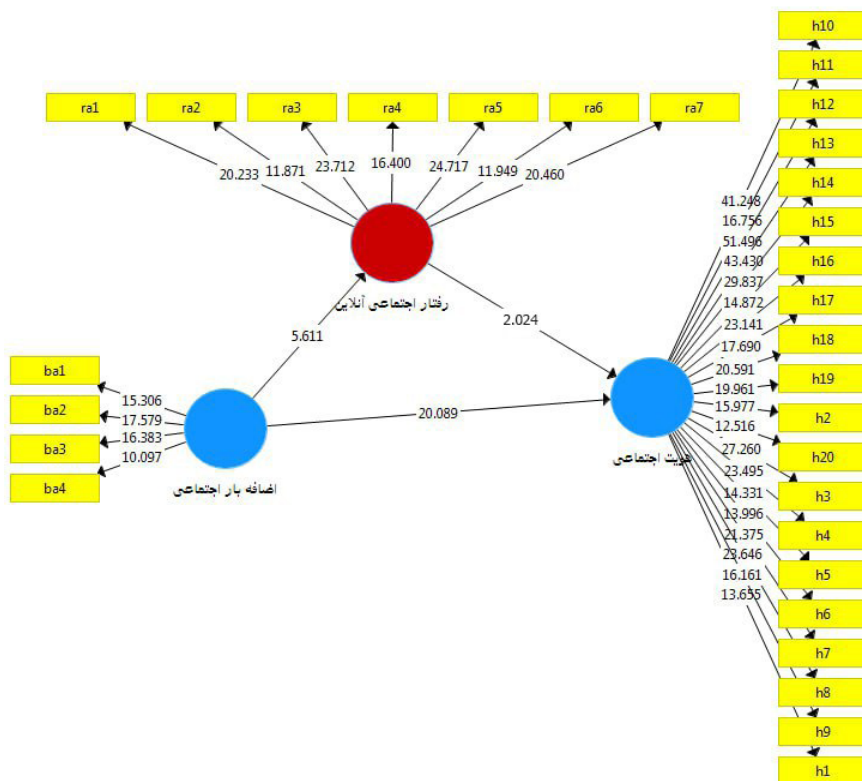


شکل ۱- مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد

شکل ۱ مدل تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. در این نمودار اعداد و یا ضرایب به دودسته تقسیم می‌شوند. دسته اول تحت عنوان معادلات اندازه‌گیری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان (متغیرهای اصلی تحقیق) و آشکار (سؤالات پرسشنامه)

نقش میانجی رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه بار اجتماعی با هویت اجتماعی

می‌باشد (روابط بین بیضی و مستطیل)، این معادلات را اصطلاحاً بارهای عاملی^۱ گویند. دسته دوم معادلات ساختاری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان و پنهان می‌باشند به این ضرایب اصطلاحاً ضرایب مسیر^۲ گفته می‌شود و برای آزمون فرضیات استفاده می‌شوند.



شکل ۲- مدل پژوهش در حالت ضرایب تی

مدل ۲ در واقع تمامی معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و معادلات ساختاری (ضرایب مسیر) را با استفاده از آماره t ، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است اگر مقدار آماره t خارج بازه $-1/96$ تا $+1/96$ قرار گیرد.

1. Loading factor.
2. Path coefficient.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد، بین اضافه‌بار اجتماعی با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی ارتباط معناداری وجود دارد. این نتایج با تحقیقات بیکر و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. افزایش ارتباط اطلاعات فشار روانی را تشدید کرد.

بیکر و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی نشان دادند که هویت اجتماعی تأثیرات زیادی در تمامی ابعاد زندگی فردی بر جای می‌گذارد و خود نیز نشئت گرفته از عوامل بسیاری می‌تواند باشد که نقش اجتماعی افراد در جامعه و تأثیرات فردی بر جامعه از مهم‌ترین نقش تأثیرگذار بر هویت اجتماعی هستند.

کاربران رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به راحتی توسط اطلاعات مرتبط‌تر جذب شوند و در شرایط اطلاعات و بار اجتماعی، این می‌تواند فشار درک شده را افزایش داده و اثرات اضافه‌بار اطلاعات و اضافه‌بار اجتماعی بر خستگی اجتماعی را تشدید کند. براساس نظریه شناخت رشته‌ای (سالوچی و تاتگن، ۲۰۰۸)، فعالیت‌های شناختی افراد از رشته‌های خاصی پیروی می‌کند. درست مانند کامپیوتری که اولویت‌های مختلفی را به چندین کار اختصاص می‌دهد تا بهتر با آن‌ها مقابله کند، ترتیب و مرتبط بودن اطلاعات می‌تواند بر شناخت و ارزیابی افراد به روش‌های پیش‌بینی نشده تأثیر بگذارد. محققان نشان داده‌اند که هنگام مواجهه با وظایف متعدد، به‌ویژه زمانی که وظایف فوری هستند، احتمال بروز احساسات منفی مانند افسردگی و اضطراب در افراد بیشتر است (چن و یان، ۲۰۱۶). اگر اطلاعات بیش از حد مرتبط با کار یا امور اجتماعی ارائه شود، ممکن است باعث تسریع در ایجاد خستگی اجتماعی شود. به خصوص زمانی که با اطلاعات زیادی در رسانه‌های اجتماعی مواجه می‌شوند، افزایش اطلاعات مرتبط می‌تواند تأثیر بیشتری بر خطر خستگی اجتماعی کاربر داشته باشد.

همچنین نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد، بین اضافه‌بار اجتماعی با رفتار اجتماعی آنلاین مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی ارتباط معناداری وجود دارد. این نتایج با تحقیقات نیکولا (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. نیکولا (۲۰۲۰) در تحقیقی گزارش نمودند که روابط ایجاد شده در محیط بازی آنلاین اغلب از

الگوهایی از واقعیت پیروی می‌کند، در هر دو مورد، نوجوانان عمدتاً با میل به معاشرت، لذت بازی و تمایل به تعلق داشتن به یک گروه متحرک هستند. گاهی اوقات روابط آنلاین عنصر اجتماعی نوجوانان در ازای پیام‌های مثبت، همکاری یا کمک، حمایت متقابل می‌شود، این تأثیر در زندگی واقعی نیز منعکس می‌شود.

رفتارهای اجتماعی آنلاین مدیران باشگاه‌ها ورزشی در فضای رسانه و رسانه‌های مجازی انجام می‌گیرد. از طرفی، کاربران رسانه‌های اجتماعی که با وظایف زیادی مواجه می‌شوند که توانایی‌های شناختی آن‌ها به حدی محدود می‌شود، می‌توانند بیش از حد اطلاعات و بار اجتماعی آن‌قدر شدید را تجربه کنند که باعث مشکلات رفتاری شود (گاراوس، واگنر و بک، ۲۰۱۷). وجود اطلاعات مرتبط می‌تواند فشار بیشتری بر مردم وارد کند و منجر به خستگی اجتماعی بیشتر و نه کمتر شود. درحالی‌که اطلاعات کمتر مرتبط می‌تواند تجربیات لذت‌جویی بیشتری را القا کند و به طور مؤثر خستگی اجتماعی را کاهش دهد. طبق نظریه نخ، کاربران در رسانه‌های اجتماعی اطلاعات را به ترتیب مرتبط بودن شخصی پردازش می‌کنند و زمانی که مقدار بیشتری از اطلاعات مرتبط ارائه می‌شود، می‌تواند فشارهای شناختی و روانی درک‌شده‌تری را اضافه کند و در نهایت خستگی اجتماعی را افزایش دهد. ارتباط قوی اطلاعات احتمال مسیری را افزایش می‌دهد که شامل خستگی اجتماعی ناشی از بار اطلاعاتی و اضافه‌بار اجتماعی است.

نتایج همچنین نشان داد، بین رفتار اجتماعی آنلاین با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی ارتباط معناداری وجود دارد. این نتایج با تحقیقات لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱)، لو و همکاران (۲۰۲۱)، ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در هویت افراد دارند و این رسانه‌های می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بر رفتار اجتماعی آنلاین مخاطبین باقی بگذارند. ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند که رفتار اجتماعی آنلاین تأثیر زیادی بر هویت اخلاقی و اجتماعی فرد دارد.

نقش رفتارهای اجتماعی آنلاین در زمان کنونی با رشد فناوری‌های ارتباطی و ابزارهای ارتباطی بیش از گذشته مشخص است و مدت زمان بسیاری از نوجوانان

و جوانان را در رسانه‌های اجتماعی و به صورت مجازی سپری می‌گردد. کنش‌های موجود در این نوع از ارتباط و تأثیرات آن در زندگی و تمامی ابعاد می‌تواند از جمله پژوهش‌هایی باشد که نیاز به بررسی‌های فراوان و مدنظر قراردادن گزینه‌های بسیاری است. از سویی اگرچه بسیاری از ابداعات و نوآوری‌ها با انگیزه تأمین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و در جهت نیل به کمال شکل گرفته است، اما درعین حال به دلیل برخی کج‌فکری‌ها و استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید، این اختراعات، گاه جسم و جان و اخلاق و روان انسان‌ها را مورد آسیب قرار داده و گاه فرهنگ و اعتقادات و رفتارهای اجتماعی وی را دگرگون کرده است و در شبکه‌های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص ایجاد شده‌اند این نوع مشارکت در بستر محیط آنلاین و تأثیرپذیر بودن از متغیرهای فراوان دیگر باعث خلق تئوری‌های فراوان در این حوزه شده است

در نهایت نتایج نشان داد رفتار اجتماعی آنلاین در ارتباط بین اضافه‌بار اجتماعی با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی استان خراسان جنوبی نقش میانجی دارد. این نتایج با بیکر و همکاران (۲۰۲۰)، لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱)، لو و همکاران (۲۰۲۱)، ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد. لاسنستون و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در هویت افراد دارند و این رسانه‌های می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بر رفتار اجتماعی آنلاین مخاطبین باقی بگذارند. ژنگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند که رفتار اجتماعی آنلاین تأثیر زیادی بر هویت اخلاقی و اجتماعی فرد دارد.

هویت اجتماعی در ورزش به مفهوم نقش و تأثیر ورزش در شکل‌دهی به هویت فردی یا گروهی اشاره دارد. ورزش ابزاری است که افراد و گروه‌ها را به طور فعال و مثبت در جوامع مختلف متحد می‌کند و هویت‌های اجتماعی افراد را تقویت می‌کند. در ورزش، افراد به وسیله تعامل با دیگران و شرکت در تیم‌ها یا رقابت‌های ورزشی، هویت اجتماعی خود را شکل می‌دهند. این مفهوم به این معنی است

که شرکت در فعالیت‌های ورزشی به فرد کمک می‌کند تا احساس وابستگی به جامعه‌اش و ارتباط با دیگر افراد را تقویت کند. در عصر حاضر حضور رسانه‌های اجتماعی به ویژه رسانه‌های مجازی ورزش فرصتی برای رفتارهای اجتماعی آنلاین هستند که از سویی فرصت برای خلق هویتی پایدار هستند و از سویی دیگر اضافه‌بار اطلاعاتی است که از سوی این رسانه‌ها در مخاطب ایجاد می‌شود و می‌تواند این نوع اضافه‌بار در دو جهت منفی و مثبت بر رفتار اجتماعی فرد تأثیراتی داشته باشد و باعث تغییراتی در هویت فردی و اجتماعی او گردد.

این احتمال وجود دارد که رفتارهای اجتماعی آنلاین می‌تواند با انگیزه‌های مختلفی هدایت شود، و برخی ممکن است توسط ویژگی‌های خاص بافت آنلاین تسهیل یا مهار شوند. به ویژه، پتانسیل ناشناس ماندن آنلاین، امکان دستیابی به مخاطبان زیادی تقریباً فوری، عمومی بودن برخی از پلتفرم‌ها، و فقدان نشانه‌های غیرکلامی در ارتباطات دیجیتال متنی ممکن است بر انگیزه‌های اجتماعی افراد و اقدامات اجتماعی آنها تأثیر بگذارد. از یک سو، سهولت انجام ناشناس آنلاین ممکن است رفتار اجتماعی ناشناس را تسهیل کند و پتانسیل دستیابی به مخاطبان بزرگ از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی یا انجمن‌های عمومی و وبسایت‌ها ممکن است رفتارهای اجتماعی را ترویج کنند که انگیزه آن میل به جلب احترام و تأیید دیگران است (زیرا این پلتفرم‌ها امکان نمایش عمومی آسان اقدامات اجتماعی را فراهم می‌کنند)، اما همچنین سازگار است. رفتار اجتماعی، زمانی که دیگران علناً برای کمک فریاد می‌زنند. از سوی دیگر، کمبود نشانه‌های رفتار غیرکلامی در ارتباطات دیجیتال مبتنی بر متن ممکن است پاسخ‌های همدلانه را کاهش دهد؛ لذا پیشنهاد می‌شود، برگزاری کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی برای مدیران باشگاه‌های ورزشی با موضوعاتی مانند مدیریت هویت اجتماعی، ارتباطات اجتماعی مؤثر، رهبری تیم و فرهنگ‌سازمانی می‌تواند به تقویت هویت اجتماعی آنان کمک کند. همچنین، برگزاری جلسات گروهی، کارگاه‌های تیم‌سازی و خدمات مشاوره فردی برای مدیران باشگاه‌های ورزشی با هدف ارتقای ارتباطات اجتماعی و هویت اجتماعی آنان می‌تواند مفید باشد. پیشنهاد می‌شود، با برگزاری دوره‌ها و آموزش‌های مرتبط با رفتار اجتماعی آنلاین، امنیت اطلاعات شخصی و حضور دیجیتال مؤثر، به مدیران باشگاه‌های ورزشی کمک کنیم تا در فضای آنلاین به شکل بهتری عمل کنند.

محدودیت‌های پژوهش

- ❖ عدم دسترسی به میزان تجارب شخصی یا اطلاعات شخصی افراد جامعه آماری در زمینه موضوع پژوهش؛
- ❖ حساس بودن موضوع و عدم همکاری پاسخ‌گویان.

پیشنهادهای پژوهشی

- ❖ بررسی نقش رفتار اجتماعی آنلاین مدیران باشگاه‌ها در جذب مخاطب و رشد سودآوری باشگاه؛
- ❖ بررسی عوامل پیشایندهای رفتار اجتماعی آنلاین در بین مدیران باشگاه‌های ورزشی؛
- ❖ بررسی نقش اضافه‌بار اجتماعی در توسعه فردی و اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی؛
- ❖ تعیین تأثیر رفتار اجتماعی آنلاین بر هویت فردی مدیران باشگاه‌های ورزشی.

پیشنهادهای کاربردی

یک پیشنهاد کاربردی برای برقراری رفتار اجتماعی آنلاین با هویت اجتماعی مدیران باشگاه‌های ورزشی می‌تواند شامل ایجاد یک فضای مجازی برای تبادل دانسته‌ها، ایده‌ها و تجارب مرتبط با مدیریت باشگاه‌های ورزشی باشد. این فضا می‌تواند از طریق ایجاد یک وبسایت، اپلیکیشن مخصوص یا گروه‌های اجتماعی مجازی مانند Telegram یا WhatsApp راه‌اندازی شود. در این فضا، مدیران باشگاه‌های ورزشی می‌توانند به طور مستمر با یکدیگر در ارتباط بوده و اطلاعات، تجربیات و راهکارهای خود را در زمینه‌های مختلف از جمله مدیریت تیم، بازاریابی و ارتباطات، مالی و مذاکرات به اشتراک بگذارند. این فضا امکان برقراری ارتباط مستمر و مثبت بین مدیران فراهم کرده و به افزایش همکاری و تبادل اطلاعات بین آنها کمک خواهد کرد.

فهرست منابع

۱. سلگی، محمد (۱۳۹۹). «مطالعه هویت اجتماعی با میزان تمایز یافتگی فردی»، *مجله روان‌شناسی و روان پزشکی شناخت*، شماره ۳، ۱۱۱-۱۰۱.
2. Abrams, D., Lalot, F., & Hogg, M. A. (2021). Intergroup and intra-group dimensions of COVID-19: A social identity perspective on social fragmentation and unity. *Group Processes & Intergroup Relations*, 24(2), 201-209.
3. Becker, S., Bögel, P., & Upham, P. (2021). The role of social identity in institutional work for sociotechnical transitions: The case of transport infrastructure in Berlin. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120385.
4. Borrero, D. J., Yousafzai, Y. S., Javed, U., & Page, L. K. (2014). Perceived value of social networking sites (SNS) in students' expressive participation in social movements. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(1), 56-78. <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2013-0015>.
5. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
6. Cao, X., & Sun, J. (2018). Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An SOR perspective. *Computers in Human Behavior*, 81, 10-18.
7. Cao, Xiongfei, and Jianshan Sun. "Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An SOR perspective." *Computers in human behavior* 81 (2018): 10-18.
8. Eliyana, A., Ajija, S. R., Sridadi, A. R., Setyawati, A., & Emur, A. P.

- (2020). Information overload and communication overload on social media exhaustion and job performance. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8), 344-351.
9. Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranjes, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2018). Development of a measure of adolescents' online prosocial behavior. *Journal of Children and Media*, 12(4), 448-464.
10. Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranjes, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2018). Positive or negative spirals of online behavior? Exploring reciprocal associations between being the actor and the recipient of prosocial and antisocial behavior online. *New Media & Society*, 20(9), 3437-3456
11. Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., Salo, M., 2020. Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, *system feature overload*, and *social overload*. *Inf. Process. Manage.* 57 (6), 102307. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102307>.
12. Haslam, S. A., Haslam, C., Cruwys, T., Jetten, J., Bentley, S. V., Fong, P., & Steffens, N. K. (2022). Social identity makes group-based social connection possible: Implications for loneliness and mental health. *Current opinion in psychology*, 43, 161-165.
13. Häusser JA, Junker NM, van Dick R: The how and the when of the social cure: a conceptual model of group-and individuallevel mechanisms *linking social identity to health and wellbeing*. *Eur J Soc Psychol* 2020, 50:721–732, <https://doi.org/10.1002/ejsp.266>
14. Lambić, D. (2016). Correlation between Facebook use for educational purposes and academic performance of students. *Computers in Human Behavior*, 61, 313–320. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.052>.

15. Lin, W.-Y., Zhang, X., Song, H., & Omori, K. (2016). Health information seeking in the Web 2.0 age: Trust in social media, uncertainty reduction, and self-disclosure. *Computers in Human Behavior*, 56, 289–294. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.055>.
16. Lv, Y., Qiao, X., Leng, J., Zheng, Y., & Guo, Q. (2021). Mindfulness Promotes Online Prosocial Behavior via Cognitive Empathy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13), 7017.
17. Lysenstøen, C., Bøe, T., Hjetland, G. J., & Skogen, J. C. (2021). A Review of the Relationship Between Social Media Use and Online Prosocial Behavior Among Adolescents. *Frontiers in psychology*, 12.
18. Lysenstøen, C. (2020). *To What Extent is Social Media Use Related to Online Prosocial Behavior Among Adolescents?* (Master's thesis, The University of Bergen).
19. Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015a). Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24(5), 447–464.
20. Maxwell-McCaw, D., Leigh, I., & Marcus, A. (2021). *Social identity in Deaf culture: A comparison of ideologies*.
21. Montalbano Lori L. (2019). *Gender, Race, and Social Identity in American Politics: The Past and Future of Political Access*. Rowman & Littlefield, - 308,PP.
22. Muuss, R. (1988). *Theories of Adolescence*. New York: Random house.
23. Nicola, G. C. (2020). The Prosocial Behaviour of Adolescents in Online Video Games. A Literature Review. *Revista Universitară de Sociologie*, 16(1), 202-216.

24. Niu, G. F. Sun, X. J. Subrahmanyam, K. Chang Kong, F. Tian, Y. & Zhou, Z. K. (2016) "Cee -ldddddd Cragggg for lrrrr amogg lrrrr Addssss." *Addictive Behaviors*, 62: 1–5.
25. Noonan HW. (2019). *Personal Identity*. London: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781315107240>
26. Smaldino PE. (2019). *Social identity and cooperation in cultural evolution*. *Behav Processes.*;161:108- 116. doi:10.1016/j.bep-roc.2017.11.015
27. Slater, M. J., Coffee, P., Barker, J. B., & Evans, A. L. (2014). Promoting shared meanings in group memberships: a social identity approach to leadership in sport. *Reflective Practice*, 15(5), 672–685. <https://doi.org/10.1080/14623943.2014.944126>
28. Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 223, 96–102.
29. Tajfel, H. (1978). The achievement of inter-group differentiation. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups* (pp. 77–100). London: Academic Press.
30. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of inter-group conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel
31. Zhang, Z., Zhang, L.i., Xiao, H., Zheng, J., 2021. *Information quality, media richness, and negative coping: A daily research during the covid19- pandemic*. *Personality Individ. Differ.* 176, 110774. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.11077>
32. Zeng, P., Zhao, X., Xie, X., Long, J., Jiang, Q., Wang, Y., ... & Wang, P. (2020). Moral perfectionism and online prosocial behavior: The mediating role of moral identity and the moderating role of online interpersonal trust. *Personality and Individual Differences*, 162, 110017.