

## عنوان مقاله:

نقش تعدیل‌کنندگی استفاده از اینستاگرام در رابطه بین درگیری با تیم، وابستگی و وفاداری هواداران (مطالعه موردی: تیم فوتبال پرسپولیس)

## محل انتشار:

مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره 8، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

عابد محمودیان - مدیریت ورزشی، دانشگاه کردستان

سعید صادقی بروجردی - استاد مدیریت ورزشی، دانشگاه کردستان

مجتبی قاسمی سیانی - دانشگاه کردستان

آکو ابراهیم فقی محمود - استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه حلبچه

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش تعدیل‌کنندگی استفاده از اینستاگرام در رابطه بین درگیری با تیم، وابستگی و وفاداری هواداران بود. روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان هوادار تیم فوتبال پرسپولیس در دانشگاه کردستان بودند که ۴۲۰ نفر از آنها به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. از پرسشنامه های ابعاد درگیری ورزشی از کایل و همکاران (۲۰۰۳)، وابستگی از فانک و جیمز (۲۰۰۶)، وفاداری از بائر و همکاران (۲۰۰۸) استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن به وسیله متخصصان و همسانی درونی آنها از طریق آلفای کرونباخ تایید و برای آزمون فرضیات از مدل معادلات ساختاری و رگرسیون خطی استفاده گردید. نتایج نشان داد که درگیری با تیم با ضریب رگرسیون ۲۴٪ بر وابستگی به تیم و متغیر وابستگی به تیم نیز با ضریب رگرسیون ۵۰٪ بر وفاداری هواداران اثر مثبت و معناداری دارد. همچنین متغیر درگیری با تیم بدون حضور استفاده از اینستاگرام به میزان ۱۴ درصد از واریانس وابستگی به تیم را پیش بینی می کند و این مقدار در حضور استفاده از اینستاگرام به میزان ۵/۳ درصد یعنی برابر با ۵/۱۷ درصد افزایش می یابد به لحاظ نظری نتایج این پژوهش کاربرد شبکه اجتماعی اینستاگرام و اهمیت تولید محتوای مجازی در استراتژی های بازاریابی تیم های ورزشی را برجسته می کند. به لحاظ عمی، به مدیران تیم های ورزشی پیشنهاد می شود، با تقویت روابط خود با هواداران از طریق اینستاگرام، افزایش احتمال درگیری، وابستگی و وفاداری هواداران خود را فراهم سازند.

## کلمات کلیدی:

اینستاگرام، درگیری، وابستگی، وفاداری، هواداران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1419736>

