



Research Paper

## Relationship between Nostalgia and Mental Welfare with Mediating Role of Social Belonging in Sport Event Volunteers

Fatemeh Rabiei<sup>1</sup>, Mohammad Sadegh Afroozeh<sup>2</sup>, Hamid Reza Safari Jafarlo<sup>3</sup>

1. Master's student in strategic management in sports organizations, Jahrom University, Jahrom, Iran.

2. Assistant Professor in Sports Management, Jahrom University, Jahrom, Iran.

3. Associate Professor in Sports Management, Jahrom University, Jahrom, Iran.

Received: 11 July 2023

Accepted: 2 January 2024

### Abstract

**Objective:** Today, the presence of volunteers in sports has brought countless cultural and economic benefits to this sector; therefore, the purpose of this research work was to investigate the relationship between nostalgia and mental well-being with social belonging in the presence of most volunteers in sports events.

**Methodology:** This research work was of a descriptive-correlation type. The statistical population of the present study included all volunteers in sports events; 312 people were randomly selected as a sample. Research tools included nostalgia questionnaires, social belonging questionnaires, and mental well-being questionnaires. The face validity of the questionnaires and the convergent and divergent validity of the questionnaires were also checked and confirmed by the professors. Also the reliability of the questionnaires was calculated and confirmed using Cronbach's alpha test and composite reliability. Structural equation modeling was used to analyze the data.

**Results:** The results showed that there is a positive and significant relationship between nostalgia and social belonging, nostalgia, and mental well-being, and social belonging and mental well-being. Also the results showed that social belonging is significant as a mediator in the relationship between nostalgia and mental well-being.

**Conclusion:** According to the results of the research work that showed a significant relationship between nostalgia and mental well-being, it is suggested that managers of sporting events design the working environment of volunteers optimally, to be able to form a sense of nostalgia in the volunteers and make voluntary management methods fruitful based on their psychological needs.

**Keywords:** Sports volunteer, Nostalgia, Mental well-being, Social trust.

### To cite this article:

Rabiei F, Afroozeh M S, Safari Jafarlo H R. Relationship between Nostalgia and Mental Welfare with Mediating Role of Social Belonging in Sport Event Volunteers. *Human Resource Management in Sport*. 2024; 11(1):17-33. <https://doi.org/10.22044/shm.2023.13350.2565>

Corresponding Author: **Mohammad Sadegh Afroozeh**

E-mail: s\_afroozeh@yahoo.com



## Extended Abstract

### Summary

The purpose of the research work was to investigate the relationship between nostalgia and mental well-being with social belonging in the presence of most volunteers in sports events. The statistical population included all volunteers in sports events; 312 people were randomly selected as samples. Research tools included nostalgia, social belonging, and mental well-being questionnaires. The results showed that there is a positive and significant relationship between nostalgia and social belonging, nostalgia, and mental well-being, and social belonging and mental well-being. It is suggested that managers of sports events design the work environment optimally so that they can create a sense of nostalgia in volunteers.

### Introduction

Volunteers are a vital resource at sporting events; the role of volunteers is an important factor for the sustainability of major sports events (1). Fairley *et al.* (2007) named nostalgia as one of the four main factors of volunteers' participation in sports events (8). Nostalgic versus non-nostalgic state has a different effect on the sense of social belonging (2). Social psychology suggests that many mental health outcomes result from meaningful belonging to social groups in a wide range of contexts (3). This research work examines the relationship between nostalgia and mental well-being with the mediating role of social belonging in volunteers.

### Methodology and Approach

The current research work was applied in terms of purpose, and descriptive in terms of correlation type. The statistical population of the research work was made up of all the volunteers of sports events who had officially played a role in local-regional, city, provincial, national, and international competitions. The statistics of the number of volunteers according to the volunteering websites and the official statistics of the country were unlimited. The random sampling method was that 312 volunteers were selected in various sports fields by stratified sampling. The research tool included three questionnaires. Hitai Cho's adjusted nostalgia questionnaire (2014), which included 15 questions and measured 5 components. Bidel *et al.*'s modified social belonging questionnaire (2011), which had 9 questions and three components (4), and finally, Borhani *et al.*'s (2015) modified mental well-being questionnaire, which includes 9 questions and three components (5). The face validity of all three questionnaires was confirmed by the experts in this field, and its convergent and divergent validity was also confirmed by the software. The reliability of all three questionnaires was confirmed in the form of Cronbach's alpha and composite reliability. Reliability was confirmed in the nostalgia questionnaire with a value of 0.86, in the social belonging questionnaire with a value of 0.76, and finally, in the mental well-being questionnaire with a value of 0.88. In order to analyze the data, descriptive and inferential statistics were used using the SmartPLS software to check the relationships between the data.

### Results and Conclusion

Skewness and kurtosis were used to check the distribution of the research data; the values of each of the skewness and kurtosis statistics are not in the acceptable range (2, -2), and this shows that the data distribution is abnormal. The indicators considered in this research work have high reliability, so that Cronbach's alpha is higher than 0.7; the Rho index is higher than 0.7, the composite reliability is higher than 0.8, and the average variance is higher than 0.5; therefore, it is possible to examine the research structures in the stage of fitting the structural model. In the partial least squares (PLS) approach, the quality and fit of the model is measured using several criteria. Also the values obtained for the Q2 index are between 0.15 and 0.35 (strong). Also the R2 values are in the strong range, and the SRMR value is less than 0.1, which indicates the appropriate quality of the tested model. According to the values obtained from the path coefficient and t-statistic between the two variables of nostalgia and mental well-being, it can be said with 95% confidence that nostalgia has a direct and significant effect on the mental well-being of sports volunteers; in addition, due to the larger significance coefficient of the path t (1.96) between social belonging and mental well-being, it can be said with 95% confidence that social belonging has a direct and significant effect on the mental well-being of sports volunteers; also the values obtained from the significance coefficient of the path t (1.96) between the two variables of



nostalgia and social belonging confirmed that with 95% confidence, nostalgia has a direct and significant effect on the social belonging of sports volunteers; similarly, it was determined based on the mediation test the mediating hypothesis of the role of nostalgia on the mental well-being of sports volunteers with the mediation of social belonging (4/540) significant. The results of the present study showed that the social aspect of helping and working with others can have a significant effect on people's mental recovery. In particular, the findings show that the phenomenon of volunteering can be effective in developing and improving people's psychological and social needs. Also it seems that the repetition of voluntary activity can provide many benefits for volunteers' mental peace. Finally, this article tried to investigate the two internal (mental well-being) and external (social belonging) dimensions in evoking the sense of nostalgia of sports event volunteers. Considering the importance of knowing the types of motivations in order to increase the performance and productivity of human resources, studying the quality of commitment and belonging to the sports organization (extrinsic motivation), and examining the appropriate platform to satisfy the mental peace of sports volunteers (intrinsic motivation) are prioritized in this research work. It has been addressed to some extent that the results showed that there is a positive and significant relationship between nostalgia and its components and social belonging and its components; the results of this research work can be considered consistent with the results of Majnounian Noushabadi *et al.* (2017) (2). Also the results showed that there is a positive and significant relationship between nostalgia and its components with mental well-being, which is consistent with the research results of Chu (2023) (6).

**Ethical Considerations:** This article is taken from the master's thesis, and all ethical principles are considered in this article. The participants were informed about the purpose of the research work and the steps of its implementation. They were also assured of the confidentiality of their information.

**Funding:** This research work has not received any financial support from financial organizations.

**Authors' Contributions:** All the authors of this article have actively participated from the stage of research implementation to the writing of the article.

**Conflicts of interest:** According to the authors, there is no conflict of interest in this research work.

**Acknowledgements:** We are very grateful to all the professors who helped the authors in judging and correcting this article.

## References

1. Lachance EL, Cuskelly G. Virtual Volunteering. *The Routledge Handbook of Digital Sport Management*: Routledge; 2022. p. 37-51.
2. Majnounian Noushabadi M, Saeedi H, Chitsaz S. The effect of individual self-concept (collective versus individualist) and nostalgia on the attitude and intention of recommending and buying consumers of food products. *Journal of Marketing Management*. 2017;12(36):21-33. [In Persian]
3. Haslam C, Jetten J, Cruwys T, Dingle G, Haslam SA. *The new psychology of health: Unlocking the social cure*: Routledge; 2018.
4. Bidel Pan, Mahmoudzadeh A. Investigating the degree of social belonging of people to Iranian society and its relationship with social trust and individualism, a case study of Mashhad city. *Iranian Cultural Research Quarterly*. 2012; 5(2):31-63. [In Persian]
5. Borhani T, Hadizadeh Moghadam A. Studying factors influencing the mental well-being of employees. *Public administration perspective*. 2015; 27(0):85-103. [In Persian]
6. Cho H . Work-leisure conflict and well-being: The role of leisure nostalgia. *Leisure Sciences*. 2023; 45(4):309-30.





## رابطه نوستالژی و رفاه ذهنی با نقش میانجی تعلق اجتماعی در داوطلبان رویدادهای ورزشی

فاطمه ربیعی<sup>۱</sup>، محمد صادق افروزه<sup>۲</sup>، حمید رضا صفری جعفرلو<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران.

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران.

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰

### چکیده

**هدف:** امروزه حضور داوطلبان در ورزش توانسته فواید بی‌شمار فرهنگی و اقتصادی را نصیب این بخش نماید؛ از این رو هدف این تحقیق بررسی رابطه نوستالژی و رفاه ذهنی با تعلق اجتماعی در حضور بیشتر داوطلبان در رویدادهای ورزشی بود.

**روش‌شناسی:** این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه داوطلبان در رویدادهای ورزشی بود که تعداد ۳۱۲ نفر به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه‌های نوستالژی، پرسشنامه تعلق اجتماعی و پرسشنامه رفاه‌ذهنی بود. روایی صوری پرسشنامه‌ها توسط اساتید و روایی همگرا و واگرایی پرسشنامه‌ها نیز بررسی و تایید شد؛ همچنین پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد و مورد تأیید قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج نشان داد که بین نوستالژی با تعلق اجتماعی، نوستالژی با رفاه ذهنی و تعلق اجتماعی با رفاه ذهنی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین نتایج نشان داد، تعلق اجتماعی به عنوان یک میانجی در رابطه بین نوستالژی با رفاه‌ذهنی معنادار است.

**نتیجه‌گیری:** با توجه به نتایج تحقیق که رابطه نوستالژی با رفاه ذهنی را معنی‌دار نشان داده است، پیشنهاد می‌گردد، مدیران رویدادهای ورزشی محیط کاری داوطلبان را بهینه طراحی کنند تا بتواند حس نوستالژی در داوطلبان را شکل دهند و شیوه‌های مدیریت داوطلبانه را بر اساس نیازهای روانی آنان ثمر بخش نمایند.

**واژه‌های کلیدی:** داوطلب ورزشی، نوستالژی، بهزیستی ذهنی، اعتماد اجتماعی.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

ربیعی فاطمه، افروزه محمد صادق، صفری جعفرلو حمید رضا. رابطه نوستالژی و رفاه ذهنی با نقش میانجی تعلق اجتماعی در داوطلبان رویدادهای ورزشی. مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۱۴۰۲؛ ۱۱(۱)، ۱۷ - ۳۳. <https://doi.org/10.22044/shm.2023.13350.2565>

نویسنده مسئول: محمد صادق افروزه

E - mail: s\_afroozeh@yahoo.com



## مقدمه

داوطلبان در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی یک منبع حیاتی هستند؛ نقش داوطلبان عامل مهمی برای پایداری رویدادهای بزرگ ورزشی است (۱). داوطلب ورزشی کسی که در یک سازمان رسمی ورزشی مانند باشگاه‌ها یا نهادهای حاکمه بدون دریافت هیچ گونه پاداش یا هزینه‌ای کار می‌کند (۲). ۷/۶ درصد از سالمندان یک بار در سال یا بیشتر درگیر ورزش و ورزش داوطلبانه می‌شوند و فعالیت‌های اصلی سازماندهی، مدیریت یا حمایت از مسابقات، رویدادها، باشگاه‌ها یا گروه‌ها و آموزش را عهده دار می‌شوند (۳). برای برگزاری یک رویداد ورزشی که در یک محدوده زمانی مشخص برگزار می‌شود، نیاز به تعداد زیادی نیروی انسانی است. بدیهی است که در یک شهر یا کشوری این تعداد نیروی انسانی رسمی و حقوق بگیر در سازمان‌های ورزشی وجود ندارد، بنابراین برای برگزاری رویدادهای ورزشی افراد زیادی به عنوان نیروی داوطلب در زمینه‌های مختلف فعالیت می‌کنند (۴). در خصوص اهمیت و نقش نیروهای داوطلب در ارائه خدمات در ورزش می‌توان به حامیان مالی المپیک در سراسر جهان اشاره کرد که به عنوان سرمایه‌گذاران اصلی و برگزارکنندگان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین رویداد ورزشی جهان هستند (۵). می‌توان با فراهم کردن عوامل رضایتمندی داوطلبان، زمینه‌های حفظ و نگهداری را فراهم نموده و تعهد سازمانی آنان را افزایش داده، در نتیجه هزینه‌های برگزاری مسابقات را به حداقل ممکن تقلیل داد (۶). داوطلبان پس از مشارکت داوطلبانه می‌توانند به عنوان منبع نیروی کار برای رویدادهای ورزشی آینده، همچنین انتشار نظرات مثبت در مورد فعالیت داوطلبانه رویدادهای ورزشی به دیگران نقش داشته باشند، از طرفی در توسعه جریان گردشگری در بازدید مجدد از شهر میزبان فعالیت داوطلبی موثر واقع شوند (۷). فایرلی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) یکی از چهار عامل عمده حضور داوطلبان در رویدادهای ورزشی را دلتنگی برای وطن (نوستالژی) عنوان کردند (۸).

نوستالژی در فرهنگ فارسی معین به صورت دلتنگی به سبب دوری از وطن یا دلتنگی حاصل از یادآوری گذشته‌های درخشان یا تلخ و شیرین تعریف شده است. نوستالژی یادآوری افراد و متعلقات مهم زندگی است که در گذشته برای فرد رخ داده است (۹). صنعت ورزش امروزه به سرعت در حال رشد است و نوستالژی ورزشی نیز از زوایای مختلف مورد توجه قرار گرفته است (۱۰). نوستالژی به عنوان منبع دستیابی به هویت عمل می‌کند (۱۱). نوستالژی می‌تواند یک حس نیرومندی درباره خود را برانگیزد و وحدت درونی خود را از طریق گذاشتن تکه‌هایی از زندگی گذشته‌مان در کنار یکدیگر افزایش دهد. وجه اجتماعی تجربه نوستالژی از جمله در ظرفیت این هیجان، برای ترغیب حمایت اجتماعی و دوستانه، تغذیه احساسات حمایت‌گرانه و عاشقانه، ایجاد حسی از شایستگی بین فردی، ترغیب رفتار جامعه‌پسند (به‌طور مثال، داوطلبی و بخشش بیشتر برای امور خیریه، داوطلبی خیرخواهانه و کمک) و تقویت نگرش در راستای نیرومندسازی تعامل‌های بین گروهی دیده می‌شود (۱۲، ۱۳). افراد با عجز شدن در انواع خاصی از گذران اوقات فراغت، از جمله تماشای فیلم‌های قدیمی و مسابقات ورزشی قبلی و ارتباط با خانواده برای یادآوری خاطرات، احساسات نوستالژیک در مورد اوقات فراغت را ابراز می‌کند (۱۴). نوستالژی پیامدهای مثبت و منفی می‌تواند داشته باشد. در این راستا، افزایش اعتماد به نفس، چگونگی ادراک افراد از خودشان، معناداری زندگی، خوش‌بینی و پیوند با ارتباطات اجتماعی و معنای احساس دیگران به زندگی، همدلی، احساس حمایت و دوست‌داشتنی بودن، کاهش دل‌بستگی اضطرابی و اجتنابی و درک حمایت اجتماعی که در تقابل با احساس تنهایی است از جمله پیامدهای مثبت نوستالژی است (۱۵). کارکردهای احساس نوستالژیک در جهت برقراری ارتباط ذهنی افراد با محیط‌های مختلف در پژوهش‌های بسیاری مورد بررسی قرار گرفته است (۱۶). نوستالژی باعث مزایای روانی مهمی مانند ایجاد اعتماد به نفس، خوش‌بینی در فرد، افزایش خلاقیت، مقابله فعال، پیشرفت تحصیلی، شکوفایی روابط فردی می‌شود (۱۵). مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که با وجود پیامدهای مثبت، نوستالژی می‌تواند پیامدهای منفی مانند نشخوار فکری به گذشته، احساس اضطراب، افسردگی و نگرانی نیز داشته باشد (۱۷). نوستالژی ورزشی نقش مهمی در قصد حضور برای رویدادهای ورزشی ایفا می‌کند (۱۸). به صراحت، نوستالژی ورزشی تعهد روانشناختی افراد را به یک تیم ورزشی افزایش می‌دهد و قصد مشارکت آن‌ها را تقویت می‌کند (۱۹). نوستالژی همچنین انگیزه کار را افزایش می‌دهد و باعث می‌شود، افراد



سخت‌تر کار کنند و عملکرد بهتری داشته باشند (۲۰). از طرفی مدیران ورزشی می‌توانند با ارائه کدهای اخلاقی و توسعه اصول اخلاق کار، تعهد سازمانی را در میان داوطلبان ورزشی افزایش دهند (۲۱). نوستالژی به طور کلی به عنوان عاملی مثبت در پاسخ‌های رفتاری و روانی افراد در نظر گرفته می‌شود (۲۲). به طور خاص، نوستالژی باعث ارتقای رفاه افراد در ورزش و اوقات فراغت می‌شود. به عنوان مثال نوستالژی به طور مثبت بر رضایت از زندگی فرد تأثیر می‌گذارد (۲۳). نوستالژی از طریق افزایش پیوند اجتماعی (احساس پذیرش و تعلق پذیری) پرورش‌دهنده خوش‌بینی است (۱۵). ایجاد حالت نوستالژیک در برابر غیرنوستالژیک، تأثیر متفاوتی را بر حس تعلق اجتماعی ایجاد می‌کند. تعلق اجتماعی بین حالت نوستالژیک و غیر نوستالژیک یکسان نیست و تفاوت معنی‌داری مشاهده شده‌است. حالت نوستالژیک در برابر غیرنوستالژیک بر حس تعلق اجتماعی تأثیر بیشتری داشته است (۲۴).

احساس تعلق فرآیندی است که طی آن احساس مسئولیت افزایش می‌یابد و به دنبال آن مشارکت تحقق می‌پذیرد. در واقع با کاهش حس تعلق، روحیه منفعت طلبی شخص تقویت شده و فرد فقط به منافع شخصی خود می‌اندیشد (۲۵). چنین وضعیتی به تدریج، آشفته‌گی و از هم گسیختگی اجتماعی را به دنبال آورده و باعث می‌شود تا جامعه شرایط توسعه و توسعه یافتگی را در خود به وجود نیابد (۲۶). حس تعلق اجتماعی مجموعه عواطفی است که در جریان شکل‌گیری شخصیت فرد، توسط جامعه و جریان جامعه‌پذیری ایجاد می‌شود و عوامل اجتماعی سبب تغییر آن می‌شود، بنابراین تعلق اجتماعی عبارت است از حس دل‌بستگی، وابستگی و وفاداری به جامعه که موجب همبستگی بین افراد و ایجاد پیوستگی یا «احساس ما» شده به نحوی که فرد، خود را بخش جدایی‌ناپذیری از جامعه می‌داند (۲۷). روان‌شناسی اجتماعی نشان می‌دهد که بسیاری از پیامدهای سلامت جسمی و روانی ناشی از تعلق معنادار به گروه‌های اجتماعی در طیف وسیعی از زمینه‌ها است (۲۸). مطابق با نظریه پردازان کسالی مانند پاتنام<sup>۱</sup>، کلمن<sup>۲</sup> و لومان<sup>۳</sup> و به‌طور کلی نظریه پردازان اعتماد اجتماعی، احساس رضایت و رفاه محصولی است که در بستر اعتماد اجتماعی فرد معنا می‌یابد، پس اعتماد اجتماعی می‌تواند رفاه‌ذهنی افراد را نیز تحت تأثیر خود قرار دهد؛ زیرا بشر امروزین بدون اعتماد اجتماعی تا حد زیادی قادر به حیات اجتماعی نیست (۲۹). رفاه ذهنی شامل ارزیابی‌های بازتابی شناختی همچون رضایت از زندگی، رضایت شغلی، علاقه، تعهدات و هم چنین شامل عکس‌العمل‌های عاطفی در برابر وقایع زندگی همچون شادی یا ناراحتی است؛ بنابراین رفاه ذهنی مانند چتری است برای ارزیابی‌های متفاوتی که افراد بر اساس زندگی‌شان و نوع وقایعی تفسیر می‌کنند که برایشان اتفاق می‌افتد (۳۰). بهتر است، سازمان‌های ورزشی هنگام جذب و به‌کارگیری نیروهای داوطلب جهت فعالیت در عرصه ورزش کشور به شاخص سرمایه اجتماعی و عامل‌های مرتبط با آن، خصوصاً عامل اعتماد که نقش تعیین‌کننده‌ای را دارا است، توجه خاص نمایند (۳۱). داوطلب شدن می‌تواند احساس حمایت جامعه را ایجاد کند و به احساس مثبت رفاه کمک نماید. روابط اجتماعی تجارب داوطلبان را شکل می‌دهد و داوطلبی بر احساس تعلق، حمایت و رفاه آن‌ها به جامعه تأثیر می‌گذارد (۳۲). احساس نوستالژی تسهیل‌کننده نوعی پیوستگی اجتماعی و عزت نفس است و از این طریق، به افزایش خوش‌بینی در روابط اجتماعی منجر می‌گردد (۱۵). داوطلبی از طریق واسطه‌های زنجیره‌ای شناسایی جامعه و حمایت اجتماعی، بهزیستی را پیش‌بینی می‌کند (۳۲). اقشار مختلف جامعه با سطح تحصیلات و شغل‌های مختلف و همچنین با علایق و انگیزه‌های گوناگون می‌توانند در فعالیت‌های داوطلبی شرکت کنند. برای مثال در دانشجویان تربیت بدنی به ترتیب عوامل رسمیت، توسعه شغلی، تعامل اجتماعی، عزت نفس، رشد شخصی، سرگرمی و ارزش بیشترین امتیازات انگیزشی را به خود اختصاص دادند؛ همچنین؛ در دانشجویان غیر تربیت بدنی عوامل تعامل اجتماعی، رسمیت، عزت نفس، سرگرمی، رشد شخصی، توسعه شغلی و ارزش به ترتیب بیشترین و کمترین عوامل انگیزشی بودند (۳۳). محققان استدلال کرده‌اند که نارضایتی داوطلبان عامل اصلی است که مانع از تأمین امنیت داوطلبان رویداد توسط شهرهای میزبان می‌شود (۳۴). در این راستا، مطالعات قبلی بر روی عوامل تعیین‌کننده رضایت داوطلبانه تمرکز کرده‌اند (۳۵) به طور خاص، مشخص شده است که رضایت داوطلبانه تحت تأثیر

1. Putnam  
2. Coleman  
3. Luhmann





انگیزه داوطلب (۳۶)، رضایت نیازهای مربوط به انگیزه‌های درونی (۳۷)، مشارکت (۳۸)، آموزش شغلی (۳۹)، تکالیف شغلی (۲۲) و محیط شغلی (۴۰) است.

چو<sup>۱</sup> (۲۰۲۳) نشان داد، دو کارکرد نوستالژی در ورزش و اوقات فراغت شامل عمل به عنوان القای رفتار مثبت و تقویت روان‌شناسی مثبت است (۴۱)؛ همچنین احساس نوستالژی ورزشی بر تمایل هواداران تیم ملی فوتبال به حضور در ورزشگاه تاثیر معناداری در جهت مثبت دارد. از این رو با بهبود احساس نوستالژی ورزشی می‌توان، به بهبود و تمایل هواداران جهت حضور در ورزشگاه اقدام نمود (۴۲). از طرفی چو و همکاران (۲۰۲۰) اظهار داشتند که نوستالژی ممکن است، همیشه با پیامدهای مثبت همراه نباشد و حتی می‌تواند نتایج منفی ایجاد کند، اگر مردم وضعیت فعلی خود را غیرقابل کنترل و نا امید بدانند و به سختی از رویدادهای جاری عبور کنند. به عبارت دیگر، وقتی افراد متوجه می‌شوند که نمی‌توانند به نتایج مطلوب خود برسند، ممکن است تسلیم شوند و نوستالژی ممکن است در آن موقعیت کارساز نباشد (۴۳). از آنجایی که استدلال آن‌ها به صورت تجربی آزمایش نشده است، تحقیقات آینده برای بررسی رابطه بین نوستالژی و عوامل مختلف شناختی و عاطفی که از موقعیت‌های فعلی در زمینه‌های ورزشی ناشی می‌شوند، ضروری است. اگرچه برخی از محققان در زمینه نوستالژی پژوهش‌هایی انجام داده‌اند و کارکردهای نوستالژی در حوزه‌های مختلف از جمله روانشناسی (۴۴)، بازاریابی (۴۵)، ادبیات (۴۶)، اوقات فراغت (۱۴)، دل‌بستگی به مکان (۴۷) مورد بررسی و پژوهش قرار گرفته است، اما درک ما از چگونگی ارتباط نوستالژی با پیامدهای روان‌شناختی و رفتاری موضوعات مختلف تحقیقاتی در ورزش (به عنوان مثال، داوطلبان ورزشی، مربیان و ورزشکاران) نامفهوم و ناقص است؛ بنابراین ابعاد و کارکردهای نوستالژی در برخی حوزه‌های ورزش نیاز به پژوهش‌های عمده‌ای دارد؛ همچنین کارکردهای آن در ورزش داوطلبانه نیاز به پژوهش‌های جامع‌تری دارد. پژوهش‌هایی که تاکنون انجام شده بیشتر در رابطه با نقش نوستالژی در فرآیند بازاریابی یا گردشگری بوده و مواردی از قبیل تعهد به برند و توصیه به خرید محصولات و حس تعلق خاطر به مکان‌های ورزشی را بررسی کرده و کمتر به موضوع‌هایی همچون رابطه نوستالژی با وفاداری و حس تعلق اجتماعی به جامعه و به دنبال آن آرامش ذهنی افراد پرداخته و تاثیر این عوامل در تمایل به حضور آزادانه و اختیاری افراد در عرصه‌های داوطلبی ایران تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است. در این تحقیق به بررسی رابطه نوستالژی و رفاه‌ذهنی با نقش میانجی تعلق اجتماعی در داوطلبان ورزشی پرداخته می‌شود؛ به امید آن که نتایج این پژوهش در آینده در زمینه بررسی و شناخت علل عدم تعهد و تمایل به همکاری کارکنان و داوطلبان در سازمان‌های ورزشی و مشکلات کمبود داوطلب در سازمان‌ها موثر واقع شود؛ همچنین در جهت برنامه‌ریزی استراتژیک مدیران رویدادهای ورزشی و طراحی اقداماتی در جهت آموزش داوطلبین و افزایش عملکرد شغلی و کارایی آنان، فراهم کردن فرصت‌هایی در جهت ایجاد حس تعلق خاطر و التزام به سازمان و همچنین بررسی تجربیات ذهنی داوطلبان و تاثیر آنان در نوع همکاری با سازمان‌های ورزشی به کار آید.

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش را همه داوطلبان رویدادهای ورزشی تشکیل می‌دادند که به صورت رسمی در مسابقات محلی - منطقه‌ای، شهرستانی، استانی، کشوری و ملی و بین‌المللی ایفای نقش کرده بودند. آمار تعداد داوطلبان با توجه به وب سایت‌های داوطلبی و آمار رسمی کشور به صورت نامحدود بود. روش نمونه‌گیری تصادفی بود که تعداد ۳۱۲ نفر داوطلب در انواع رشته‌های ورزشی به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. پژوهشگر با مراجعه به هیئت‌های ورزشی استان‌ها، انجمن ورزشی دانشگاه‌ها و همچنین با مراجعه به داوطلبین و مساعدت از روسا و نایب رئیس‌ان و دبیران فدراسیون‌های ورزشی، به صورت آنلاین پرسشنامه‌ها را توزیع و با همکاری داوطلبان پرسشنامه‌ها تکمیل گردید. ابزار پژوهش شامل سه پرسشنامه بود. پرسشنامه تعدیل شده نوستالژی هیتای چو (۲۰۱۴) که شامل ۱۵ سوال بود و ۵ مولفه تیم ورزشی (۳ سوال)، محیط (۳ سوال)، اجتماعی شدن (۳ سوال)، هویت تماشاچیان (۳ سوال) و هویت گروهی (۳ سوال) را می‌سنجد. پرسشنامه تعدیل یافته تعلق اجتماعی بیدل و

همکاران (۲۰۱۱) که دارای ۹ سوال و سه مولفه‌ای بود؛ مولفه‌ها مشتمل بر تعلق میهنی (۳ سوال)، تعلق ارزشی (۳ سوال) و تعلق مردمی (۳ سوال) بود (۴۸) و در نهایت پرسشنامه تعدیل شده رفاه ذهنی برهانی و همکاران (۲۰۱۵) که شامل ۹ سوال و سه مولفه رفاه محیطی (۳ سوال)، رفاه شغلی (۳ سوال) و رفاه روحی (۳ سوال) را می‌سنجد (۴۹)؛ همچنین طیف اندازه‌گیری پرسشنامه‌ها لیکرت ۵ ارزشی بود. رویی صوری هر سه پرسشنامه توسط اساتید مسلط به این حوزه تایید و روایی همگرا و واگرا آن نیز توسط نرم افزار تایید شد. پایایی هر سه پرسشنامه در قالب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد تایید قرار گرفت. پایایی در پرسشنامه نوستالژی با مقدار ۰/۸۶، در پرسشنامه تعلق اجتماعی با مقدار ۰/۷۶ و در نهایت در پرسشنامه رفاه ذهنی ۰/۸۸ تایید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس<sup>۱</sup> جهت بررسی روابط بین داده‌ها استفاده شد.

## یافته‌ها

در خصوص مشخصات جمعیت شناختی پژوهش، فراوانی گروه مرد (۵۳/۵ درصد) و گروه زن (۴۶/۵ درصد) تقریباً برابر بود. مدرک کارشناسی ارشد و شغل کارمندی از مشخصه‌های بیشتر آزمودنی‌ها است؛ همچنین حدود یک سوم داوطلبان در رویدادهای داوطلبی در سطح کشوری به فعالیت پرداخته بودند. از طرفی تعامل اجتماعی بیشترین هدف و انگیزه داوطلبان از حضور در رویدادهای داوطلبی و رسمیت کمترین هدف داوطلبان از حضور در رویداد داوطلبی بوده است. فراوانی نقش داوطلبان در برنامه‌های داوطلبانه به ترتیب مری (۴۵/۵ درصد)، داور (۱۷/۶ درصد)، پذیرش و ثبت‌نام (۱۳/۸ درصد)، روابط عمومی (۱۱/۱۵ درصد)، تدارکات و تشریفات (۷/۱ درصد)، فوریت‌های پزشکی (۳/۲ درصد)، نظافت (۰/۶ درصد) و مترجم (۰/۶ درصد) بوده است. برای بررسی چگونگی توزیع داده‌های تحقیق از چولگی و کشیدگی استفاده شد، همان‌طور که در جدول ۱ نشان می‌دهد، مقادیر هریک از آماره‌های چولگی و کشیدگی در بازه‌ی مورد قبول (۲، -۲) قرار ندارند و این نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها به صورت غیرطبیعی است.

### جدول ۱. بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها

Table 1. Checking the skewness and kurtosis of the data

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
نوستالژی	۳/۸۹۱۵	۰/۴۹۸۸۱	۲/۴۶۰	-۰/۷۳۷
تعلق اجتماعی	۳/۴۳۲۰	۰/۵۷۱۴۲	۱/۱۹۲	-۰/۱۶۵
رفاه ذهنی	۳/۸۸۷۸	۰/۵۷۶۴۵	۲/۵۴۳	-۰/۸۵۵

به منظور بررسی روایی، داده‌های جمع آوری شده در نرم افزار اسمارت پی ال اس وارد و مدل اندازه‌گیری و ساختاری ترسیم شد. در مدل اندازه‌گیری بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند، که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۵ باشد، نشان می‌دهد که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری، قابل قبول است. بار عاملی تمامی گویه‌های مرتبط با متغیرهای نوستالژی، تعلق اجتماعی و رفاه ذهنی از مقدار ملاک یعنی مقدار (۰/۵) بیشتر است، بنابراین معیار پایایی در مورد مدل تحقیق، تأیید می‌گردد. این معیار نشان می‌دهد که تمامی سؤالات پژوهش با متغیر مربوط به خود همبستگی مطلوب و مناسبی دارند.

بررسی جدول ۲ نشان می‌دهد که شاخص‌های موردنظر در این پژوهش از اعتبار بالایی برخوردار هستند؛ بدین‌صورت که آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷؛ شاخص Rho بالاتر از ۰/۷، پایایی مرکب بالاتر از ۰/۸ و میانگین واریانس بیشتر از ۰/۵ است؛ بنابراین می‌توان به بررسی سازه‌های تحقیق در مرحله برازش مدل ساختاری پرداخت. در رویکرد حداقل مربعات جزئی (پی‌ال‌اس)، کیفیت و برازش مدل با استفاده از چندین معیار سنجیده می‌شود.



## جدول ۲. نتایج مربوط به تحلیل‌های روایی و پایایی تحلیل عاملی مرتبه دوم

Table 2. The results related to the validity and reliability analyzes of the second-order factor analysis

مؤلفه	میانگین واریانس	پایایی مرکب	Rho	آلفای کرونباخ
نوستالژی	۰/۵۵۰	۰/۸۸۷	۰/۸۷۴	۰/۸۶۳
تعلق اجتماعی	۰/۶۱۹	۰/۸۲۴	۰/۷۷۶	۰/۷۶۳
رفاه ذهنی	۰/۵۵۲	۰/۹۰۷	۰/۸۸۹	۰/۸۸۴

اولین معیار بررسی مدل ساختاری، ضرایب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است و نشان‌دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شوند.

دومین معیار بررسی مدل ساختاری،  $Q^2$  است. این معیار که توسط استون و گیسر (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند. مقدار باید در مورد تمامی سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به‌عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند.

همچنین برای ارزیابی مدل کلی، پس از منسوخ شدن معیار نیکویی برازش (GOF)، از شاخص ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده<sup>۱</sup> (SRMR) استفاده می‌شود که مقدار این شاخص کمتر از ۰/۱ یا ۰/۰۸ مناسب است. جدول ۳ نشان می‌دهد که مقادیر به‌دست‌آمده برای شاخص  $Q^2$  بین ۰/۱۵ و ۰/۳۵ (قوی) است؛ همچنین مقادیر  $R^2$  در محدوده قوی قرار دارد و مقدار SRMR نیز کمتر از ۰/۱ است که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون شده است.

## جدول ۳. مقادیر شاخص‌های برازش برای متغیرهای مدل پژوهش

Table 3. Values of fit indices for research model variables

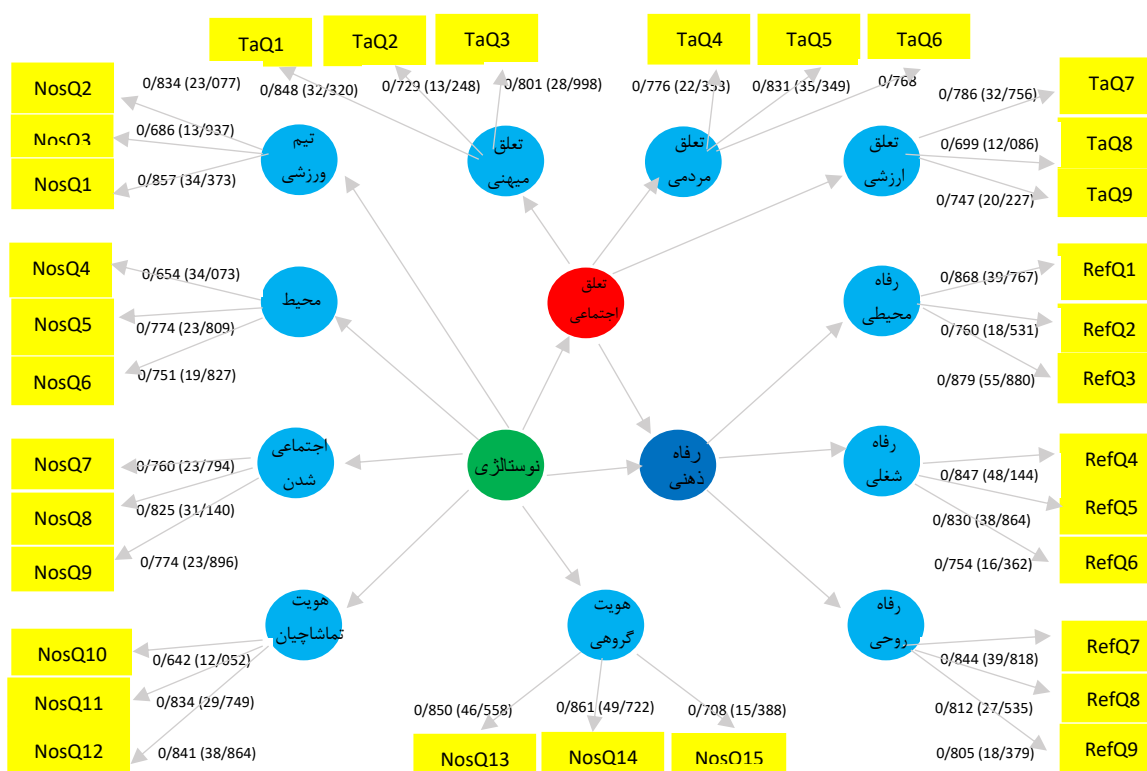
متغیر	$Q^2$	$R^2$	SRMR
تعلق اجتماعی	۰/۲۰۲	۰/۳۲۸	۰/۹۱۱
رفاه ذهنی	۰/۲۲۷	۰/۴۶۸	

برای بررسی برازش مدل ساختاری این پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که مهم‌ترین معیار، آماره  $t$  است. جدول ۴ نشان می‌دهد که با توجه به مقادیر حاصل از ضریب مسیر و آماره  $t$  میان دو متغیر نوستالژی و رفاه ذهنی، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که نوستالژی بر رفاه ذهنی داوطلبان ورزشی، تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛ علاوه بر این با توجه به بزرگتر بودن ضریب معناداری مسیر  $t$  (۱/۹۶) بین تعلق اجتماعی و رفاه ذهنی با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که تعلق اجتماعی بر رفاه ذهنی داوطلبان ورزشی، تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛ همچنین مقادیر به دست آمده از ضریب معناداری مسیر  $t$  (۱/۹۶) میان دو متغیر نوستالژی و تعلق اجتماعی تایید نمود که با ۹۵ درصد اطمینان نوستالژی بر تعلق اجتماعی داوطلبان ورزشی، تأثیر مستقیم و معناداری دارد، به همین ترتیب بر اساس آزمون میانجی مشخص شد، فرضیه میانجی نقش نوستالژی بر رفاه ذهنی داوطلبان ورزشی با میانجی‌گری تعلق اجتماعی (۴/۵۴۰) معنادار است.

جدول ۴. مقادیر آماره t و ضریب مسیر فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

رابطه	آماره t	ضریب مسیر	نتیجه آزمون
نوستالژی ← رفاه ذهنی	۵/۵۵۸	۰/۳۸۶	تایید
تعلق اجتماعی ← رفاه ذهنی	۵/۸۴۳	۰/۳۸۶	تایید
نوستالژی ← تعلق اجتماعی	۹/۵۴۳	۰/۵۷۲	تایید
نوستالژی ← تعلق اجتماعی ← رفاه ذهنی	۴/۵۴۰	۰/۴۷۶	تایید

در نهایت شکل ۱ مدل نهایی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش (در حالت ضریب مسیر، بارهای عاملی و مقادیر معناداری)

Figure 1. The final model of the research (in the form of path coefficient, factor loadings and significant values)

## بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد، جنبه ارتباط اجتماعی کمک و کار با دیگران می‌تواند تأثیر به‌سزایی در بازیابی روان افراد داشته باشد. به طور خاص، یافته‌ها نشان می‌دهد، پدیده داوطلبی می‌تواند در توسعه و بهسازی نیازهای روانی و اجتماعی افراد تأثیرگذار باشد؛ همچنین به نظر می‌رسد، تکرار مجدد فعالیت داوطلبانه می‌تواند مزایای زیادی برای آرامش روحی داوطلبین فراهم کند. در نهایت این مقاله، درصدد بررسی دو بعد درونی (رفاه ذهنی) و بیرونی (تعلق اجتماعی) در تداعی احساس نوستالژی داوطلبان رویدادهای ورزشی بود. تاکنون کمتر پژوهشی تجربیات زیسته داوطلبان را هم در بعد روانی و هم در بعد اجتماعی به این سبک بررسی کرده است. با توجه به اهمیت شناخت نوع انگیزه‌ها در راستای افزایش عملکرد و بهره‌وری نیروی انسانی، مطالعه کیفیت التزام و تعلق خاطر به سازمان ورزشی (انگیزه بیرونی) و بررسی بستر مناسب جهت ارضای آرامش ذهنی داوطلبان ورزشی (انگیزه درونی) در اولویت می‌باشند که در این پژوهش تا حدودی به آن پرداخته شده است.

نتایج نشان داد که بین نوستالژی و مؤلفه‌های آن با تعلق اجتماعی و مولفه‌های آن ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. هر چند پژوهش‌های اندکی در این زمینه انجام شده است، اما نتایج حاصل از این پژوهش را می‌توان با نتایج پژوهش مجنونیان نوش‌آبادی و همکاران (۲۰۱۷)، همسو دانست (۵۰). این پژوهش‌ها نشان می‌دهد، تعلق اجتماعی بین حالت نوستالژیک و غیرنوستالژیک یکسان نیست بدین صورت که تفاوت معناداری در تعلق اجتماعی بین حالت نوستالژیک و غیرنوستالژیک مشاهده شده است و حالت نوستالژیک در برابر حالت غیرنوستالژیک بر حس تعلق اجتماعی به میزان ۱/۶۹۲ تاثیر بیشتری داشته است (۲۴)؛ همچنین با پژوهش فابری و همکاران (۲۰۰۵) از جهت مطالعه خرده مقیاس‌های نوستالژی همسو است (۵۱). پژوهش‌های مختلفی داخل و خارج کشور به مطالعه نوستالژی پرداخته‌اند، اما آنچه مورد پژوهش و بررسی قرار نگرفته است، تاثیر خرده مقیاس‌های نوستالژی بر تعلق افراد است. در تبیین نتایج حاصل از این ارتباط می‌توان گفت، احساس نوستالژی در ورزش ممکن است، در اثر عوامل مختلفی مانند احساس تعلق به یک گروه در گذشته (هویت گروهی) در افراد ایجاد شود؛ همچنین خاطرات مثبت در مورد رفتار گروهی تماشاچیان و هواداران ورزشی، از جمله خاطرات قدیمی مربوط به بازیکنان و مربیان، اماکن ورزشی، معاشرت با اعضای گروه، نوستالژی را بر می‌انگیزد (۵۱). علاوه بر این، مدیران ورزشی رویدادها را برای افزایش تعلق گروهی و هویت گروهی و ویژگی‌های منحصر به فرد هر گروه برگزار می‌کنند. با تبلیغات برای به خاطر آوردن سنت‌های گروه، هنجارها و مراسم تداعی احساسات نوستالژیک، فرد برای حضور در بازی‌ها، مصرف کالا و بازدید مکان‌های تاریخی ورزشی خاص تمایل بیشتری پیدا می‌کند و به طور مثبتی با تجاربش ارتباط برقرار می‌کند (۵۲). بطور مثال بازی‌های المپیک انجمن دانشجویان کره<sup>۱</sup> فضایی را برای آمریکایی‌های کره‌ای فراهم کرد تا هر دو راه تعلق و ارتقای خود را ایجاد کنند که به میانجی‌گری بحران هویت کمک می‌کند (۵۳). اتاونگر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۷) بیان داشتند که جشن‌های اطراف یک رویداد ورزشی حتی خیلی مهمتر از فضای رویداد می‌باشند با ارائه رویدادهای قبل و یا پس از بازی، ممکن است افراد منابع بیشتری برای به اشتراک گذاشتن و به خاطر آوردن به دست آورند (۵۴). با نظر به این که هویت گروهی یکی از خرده مقیاس‌های پراهمیت نوستالژی در این مطالعه است و بر نگرش و تمایلات رفتاری افراد تاثیر گذار است، پیشنهاد می‌شود برای تقویت هویت گروهی، ویژگی‌های نوستالژی منحصر به فرد تیم‌ها و هنجارها و سنت‌های گروهی در تبلیغات در نظر گرفته شود. تبلیغات باعث می‌شود، یک فرد در مورد خودش به عنوان یک هوادار (هویت هواداران) و یا به عنوان عضوی از گروه (هویت گروهی) آگاهی پیدا کند و به ترتیب بر روی نگرش و تمایلات رفتاری اش تاثیر مثبتی بگذارد؛ همچنین پیشنهاد می‌گردد، از تبلیغات به عنوان یک راهکار مهم برای تداعی هویت داوطلب استفاده شود. تبلیغات ورزشی باید بر اهمیت نقش داوطلبان در رویدادهای داوطلبی تمرکز کنند و بر مبنای غرور و افتخاری که فرد برای ایفای نقش خاص دارد، باشد و این موضوع را پررنگ کند. به این ترتیب امکان و احتمال حمایت فرد از تیم مورد علاقه‌اش از طریق حضور مجدد در رویدادهای ورزشی افزایش می‌یابد. از طرفی مدیران و مسئولین ورزشی با فراهم کردن شرایط مناسب و ایجاد محرک‌های نوستالژی در فضای مسابقات (پخش موسیقی محلی، سرودهای ملی، اشعار ملی، تصاویر قومی و ملیتی) و همچنین استفاده از وسایل مورد استفاده در قدیم می‌توانند زمینه لازم برای تداعی احساس نوستالژی در داوطلبان فراهم کنند و از این طریق باعث افزایش میزان دل‌بستگی و تعلق داوطلبان به سازمان گردند. به همین ترتیب سازمان‌های ورزشی می‌توانند در داوطلبان خود این حس را ایجاد کنند که گذشته‌ها بهتر بوده و زمان در حال تغییر است و از این طریق میزان دل‌بستگی داوطلبان را به سازمان خود افزایش دهند. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های ورزشی با تشکیل گروه‌های اجتماعی با فرهنگ و اعتقادات مشابه جهت اعزام گروهی و سازمان‌یافته داوطلبان به رویدادهای ورزشی اقدام کنند و در این راستا تعلقات داوطلبان را به گروه، ارزش‌ها، آداب، سنت‌ها و هنجارها و الگوهای اجتماعی مناسب و حتی تعلق آنان به مردم و تماشاچیان را تحریک کنند؛ همچنین فراهم کردن شرایط برای اردوهای دانش آموزی و دانشجویی در رویدادهای ورزشی می‌تواند باعث بهبود تعلق میهنی و غرور آفرینی داوطلبان ورزشی شود.

1. Korea Student Association Olympic Games  
2. Ottevanger



همچنین نتایج نشان داد که بین نوستالژی و مؤلفه‌های آن با رفاه ذهنی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که با نتایج تحقیقات چو (۲۰۲۳)، روسلن (۲۰۲۲)، لایوس و همکاران (۲۰۲۲) و چو (۲۰۲۰) همسو است (۱۸، ۲۲، ۴۱، ۵۵). در تبیین نتایج حاصل از این ارتباط می‌توان گفت که رفاه ورزش دوستان تأثیر قابل توجهی بر قصد آن‌ها برای حضور مجدد در رویدادهای داوطلبی دارد که نشان می‌دهد، تکرار حضور آن‌ها بر اساس درک رفاه ذهنی آن‌ها شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر نوستالژی به یک پدیده روانی ناشی از ادراک عینی و ذهنی اشاره دارد و از آن برای توصیف خاطره احساسی از یک نهاد یا محیط آشنا استفاده می‌شود (۵۶)؛ همچنین نتایج نشان داد که نوستالژی می‌تواند یکی از عوامل موثر بر حضور داوطلبان در رویدادها و انگیزه قوی برای پر کردن اوقات فراغت باشد که می‌توان با نتایج حاصل از پژوهش‌های روسلن و همکاران (۲۰۲۲)، چو و همکاران (۲۰۱۷)، نیومن و همکاران (۲۰۱۴) و زیجلسترا و همکاران (۲۰۰۶) همسو دانست (۲۲، ۳۴، ۵۷، ۵۸). نوستالژی اوقات فراغت در افرادی برانگیخته می‌شود که مایلند تجربه ایده‌آل مربوط به اوقات فراغت خود را از گذشته زنده کنند و افراد اگر نتوانند به طور فعال در اوقات فراغت شرکت کنند می‌توانند به راحتی احساس نوستالژی داشته باشند (۲۲). نشان داده شده است که شرکت در فعالیت‌های اوقات فراغت مزایای روانی متعددی را به همراه دارد و مهمتر از همه، به عنوان بهبودی برای رفاه افراد عمل می‌کند (۵۷) و باعث کاهش بروز بیماری‌های روانی می‌شود، به ویژه برای کارکنانی که ساعات طولانی کار می‌کنند (۵۸). علاوه بر این، نوستالژی اوقات فراغت ناشی از تجربیات مثبت اوقات فراغت به طور مثبت بر کار و رفاه تأثیر می‌گذارد (۳۴). نوستالژی اوقات فراغت به عنوان یک احساس مثبت عمل می‌کند که با دور کردن ذهن از وظایف مربوط به شغل، به عنوان یک مهلت برای افراد عمل می‌کند. در عوض، به کارمندان اجازه می‌دهد تا در خاطرات مثبت مربوط به اوقات فراغت غرق شوند و با وضعیت ذهنی مثبت‌تری به کار خود ادامه دهند؛ بنابراین، با درک مزایای حاصل از تجربه نوستالژی، نوستالژی اوقات فراغت به طور مثبت بر سلامت ذهنی تأثیر می‌گذارد. تحقیقات نشان داد که مشارکت کاری در تولید نتایج مثبت در سطح سازمانی و در سطح شخصی تأثیرگذار است (۵۹)؛ همچنین نتایج حاصل از پژوهش‌های لایوس و همکاران (۲۰۲۲) و ویلسون (۲۰۰۴) فرضیه ارتباط نوستالژی با مولفه‌های رفاه ذهنی (رفاه روحی) را تایید می‌کند (۵۵، ۶۰). ایجاد حالت نوستالژیک در برابر غیر نوستالژیک، تأثیر متفاوتی را بر نگرش ایجاد می‌کند (۲۴). تمرینات نوستالژی با موفقیت‌های نیازهای روانی و همچنین عواطف مثبت، افکار و رفتارها را تقویت کرده و می‌توانند به مرور زمان بهزیستی را افزایش دهند (۵۵). به عبارت دیگر نوستالژی به عنوان یک فرایند ذهنی و عاطفی در نظر گرفته شده است (۶۰). نوستالژی اوقات فراغت بر تعارض کار به اوقات فراغت و بهزیستی ذهنی تأثیر مثبت دارد و تعارض کار به اوقات فراغت تأثیر منفی بر بهزیستی ذهنی دارد (۴۰). نوستالژی تیم‌های ورزشی به طور قابل توجهی بر قصد ورزش دوستان برای بازدید مجدد از استادیوم‌ها تأثیر دارد (۴۰). چهار کارکرد نوستالژی در ورزش و اوقات فراغت شامل عمل به عنوان یک ابزار بازاریابی، القای رفتار مثبت، خدمت به عنوان یک بافر و تقویت روان‌شناسی مثبت است (۴۳). به طور خلاصه می‌توان ادعان نمود، افراد احساسات و خاطرات مثبتی به وسیله مشارکت در ورزش با توجه به رویدادهای ورزشی متفاوت دارند که منجر به تجربه نوستالژی افراد می‌شود. در موارد زیادی وقتی که افراد تصمیم می‌گیرند به رویدادهای ورزشی بروند به وسیله خاطرات گذشته‌شان متأثر می‌شوند، در نتیجه نگرش اشخاص بر مبنای خاطرات گذشته‌شان ممکن است روی تمایلات رفتاری شان تأثیر بگذارد. یک فرد که احساس نوستالژی دارد، نگرش مثبت در او ایجاد می‌شود و نگرش به طور مستقیم بر تمایلات رفتاری او تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر خاطرات مثبت مرتبط با بازیکنان، مربیان و فضای استادیوم، خاطرات مرتبط با سلف سرویس و حتی نوع غذا، خاطرات برقراری ارتباط با دیگران و خاطراتی در مورد سنت‌ها، آداب و رسوم و هنجارهای گروه باعث ایجاد نگرش مثبت و نگرش مثبت باعث ایجاد تمایل قوی برای مشارکت در مسابقات، تمایل به صحبت با دیگران در مورد جنبه‌های مثبت داوطلبی می‌شود؛ لذا پیشنهاد می‌شود، برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی زمان کافی برای شرکت‌کنندگان فراهم کنند تا قبل از مسابقات به معاشرت با دیگران بپردازند. سازمان‌های ورزشی می‌توانند با در نظر گرفتن فراوانی سن اکثریت داوطلبان خود ویژگی‌هایی را به محیط اضافه کنند که یادآور خاطرات داوطلبی در گذشته و توسعه بهزیستی ذهنی داوطلبان باشد. علاوه بر این برنامه‌ها و جشن‌هایی قبل و یا پس از بازی ارائه کنند تا افراد بیشتر با دیگران ارتباط برقرار کنند و منابع بیشتری برای به اشتراک گذاشتن و به خاطر آوردن بدست

آورند. با نظر به اینکه داشتن تجربه لذت‌بخش بر نگرش و در نهایت بر تمایلات رفتاری فرد تاثیرگذار است، پیشنهاد می‌شود، امکانات رفاهی مناسب از جمله پارکینگ، سالن غذاخوری و مکان استراحت در استادایوم‌ها جهت ایجاد تجربه خوشایند و مطلوب در داوطلبان فراهم شود.

همچنین نتایج نشان داد که بین تعلق اجتماعی و مؤلفه‌های آن با رفاه ذهنی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. هر چند پژوهش‌های بسیار اندکی در این زمینه انجام شده‌است، اما نتایج حاصل از این پژوهش را می‌توان با نتایج پژوهش مجنونیان نوش‌آبادی و همکاران (۲۰۱۷) همسو دانست (۲۴). این پژوهش نشان می‌دهد که حس تعلق اجتماعی بر نگرش تاثیر مستقیم دارد. حس تعلق اجتماعی باعث بهبود سلامتی روانی و شادی افراد در اجتماع می‌شود. در مطالعات نیز به مفهوم تعلق اجتماعی و احساس ناشی از آن، به عنوان حلقه مفقود شده در تبیین تحولات و مسائل اجتماعی توجه شده‌است (۲۶)؛ همچنین نتایج به‌دست آمده از پژوهش، با نتایج پژوهش‌های بو و همکاران (۲۰۲۰)، مبارکی و همکاران (۲۰۱۴) همسو است (۲۶، ۳۲). با توجه به نتایج حاصل از پژوهش‌ها می‌توان گفت که داوطلب با تصور حس وفاداری به جامعه به کنش اجتماعی پرداخته‌است؛ به نحوی که زمینه دستیابی به بهزیستی روانی برای فرد فراهم می‌شود. مشارکت در رویداد اجتماعی از طریق داوطلبانه ممکن است، یکی از مسیرهای ایجاد هویت جامعه محلی و افزایش سلامت و رفاه ساکنان باشد؛ فعالیت داوطلبانه بر احساس تعلق، حمایت و رفاه داوطلبان به جامعه تأثیر می‌گذارد. داوطلبی از طریق واسطه‌های زنجیره‌ای شناسایی جامعه و حمایت اجتماعی، بهزیستی را پیش‌بینی می‌کند؛ مشارکت داوطلبانه در واقع فرصت‌هایی را برای ارتباط با جامعه از طریق تقویت هویت اجتماعی ارائه می‌دهد. به طور کلی، شواهد اولیه از این یافته‌ها وجود دارد که نشان می‌دهد، مشارکت در نقش‌های داوطلبانه این پتانسیل را دارد که سلامت و رفاه اعضای جامعه را به طور مثبت پیش‌بینی کند و این با احساس تعلق آن‌ها به یک گروه اجتماعی حمایت‌کننده مرتبط است (۳۲). در عصر حاضر شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و تمایل به سهیم شدن در اداره جوامع توسط مردم افزایش پیدا کرده‌است؛ درگیر بودن با جامعه به فرد کمک می‌کند تا خود را از نظر فردی و روابط فردی، احساسات و ارزش تعریف کند. حس تعلق یک عنصر در توسعه و حفظ رابطه فرد با دیگران و کمک به رفاه فرد است. حس تعلق اجتماعی فرایندی است که طی آن، مسئولیت‌پذیری و اعتماد اجتماعی افزایش می‌یابد و به مشارکت می‌انجامد. همچنین با تنظیم روابط اجزای هر نظام، به کاهش پیچیدگی روابط اجتماعی منجر شده و رفتار دیگران را پیش‌بینی پذیر می‌کند؛ همچنین این امر باعث افزایش اعتماد اجتماعی و به دنبال آن، افزایش احساس امنیت اعضای جامعه و کاهش ناهماهنگی شناختی و سرانجام، ثبات رفتار اعضای جامعه می‌شود و هم بستگی و انسجام و حس وفاداری به جامعه را افزایش می‌دهد؛ در نتیجه، افراد به دلیل وابستگی به جامعه خود، آمادگی ایثار و فداکاری برای آن را پیدا خواهند کرد. از طرفی از طریق بررسی چگونگی برخورد فرد با دیگران و نوع عضویت فرد در جامعه می‌توان شخصیت فرد را ارزشیابی کرد. تعلق اجتماعی در نوع احساسات ما نسبت به دیگران و روابط با آن‌ها تأثیر به‌سزایی دارد و بشاشیت و جذابیت ما تا حد زیادی از همین تعلق اجتماعی متأثر است؛ لذا پیشنهاد می‌گردد، در خصوص بهبود و آگاهی از میزان تعلق اجتماعی به عنوان یکی از عوامل روانی تأثیرگذار در رفتار و منش داوطلبان، در آغاز کمیته برگزاری مسابقات فرم نظرسنجی بین داوطلبان رویدادهای ورزشی توزیع کرده و همچنین به‌طور مستمر داوطلبان را تحت نظر داشته و سعی کنند ریشه و گرایش پیوستگی و وفاداری داوطلب به سازمان در گذشته را یافته و در جهت تقویت آن در آینده بکوشند. یکی دیگر از پیشنهادهای سازنده در این زمینه می‌تواند ارائه یک برنامه دقیق همراه با نظارت توسط مدیران ورزشی باشد تا داوطلب فرصت پرداختن به حاشیه‌های منجر به تفرقه تیمی را نداشته باشد؛ همچنین به مدیران باشگاه‌ها پیشنهاد می‌گردد با برقراری مشارکت خانوادگی - ورزشی در توسعه نقش مثبت حمایت خانواده و دوستان در موفقیت ورزشکاران اقدام کنند؛ همچنین با برگزاری دوره‌های آموزشی و فراهم آوری زمینه‌های تجدید خاطرات (پخش فیلم و سرود ملی) سعی شود، حتی‌الامکان داوطلبان را از شرایطی دور کنند که ممکن است آن‌ها را به سمت جدایی از تیم داوطلبی سوق دهد.

در این پژوهش عدم وجود و دسترسی به سامانه یکپارچه که گزارشگر تعداد داوطلبان، سطح داوطلبی و نوع داوطلبی رویدادهای ورزشی باشد، سبب کند شدن روند پژوهش و دسترسی به نمونه‌ها و تکمیل پرسشنامه‌ها گردید که از محدودیت‌های پژوهش محسوب می‌شود.



برای دستیابی به اهداف تحقیق نیازمند آمار و اطلاعات دقیق از تعداد داوطلبان رویدادهای ورزشی است. آمارگیری در پژوهش، مسأله مهمی است که در به نتیجه رساندن پژوهش در مسیری صحیح نقش عمده دارد. علاوه بر این یکی دیگر از محدودیت‌های پژوهش عدم دسترسی به داوطلبانی است که رویدادهای ورزشی یکسانی را تجربه کرده‌اند و در نتیجه به نظر می‌رسد تحلیل حس نوستالژی داوطلبان پژوهش حاضر مربوط به فضای ورزشی همسان نیست. به علاوه در این مطالعه امکان تناقض در مقصود پژوهشگر با درک و تعریف نمونه‌ها از فعالیت داوطلبی وجود داشت که به نظر می‌رسد روی نتایج تاثیر گذار بوده است که از محدودیت‌های پژوهش به حساب می‌آیند؛ همچنین احتمالا مسائل روانی دیگری وجود داشته که همبستگی آماری قوی‌تر یا ضعیف‌تری با تداعی احساسات نوستالژیک و پدیده داوطلبی داشته که در این مطالعه به آن‌ها پرداخته نشده است؛ بنابراین توصیه می‌شود، سایر موضوعات در تحقیقات آینده در نظر گرفته شوند؛ همچنین توصیه می‌شود که تفاوت زنان و مردان در ارتباط بین نوستالژی با تعلق اجتماعی و رفاه ذهنی مورد بررسی قرار گیرد. علاوه بر این می‌توان پژوهشی با مدل فراخوانی نیروهای داوطلب و تداعی احساسات نوستالژی در محیط‌هایی که سابقه ورزشی داشته‌اند انجام داد و تجربیات زیسته هر کدام از داوطلبان که نیازهای روانی ویژه‌ای داشته‌اند را بررسی کرد.

**ملاحظات اخلاقی:** این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است و تمامی اصول اخلاقی در این مقاله در نظر گرفته شده‌است. شرکت کنندگان در جریان هدف پژوهش و مراحل اجرای آن قرار گرفتند. آن‌ها همچنین از محرمانه بودن اطلاعات خود اطمینان داشتند.

**حامی مالی:** این پژوهش هیچ گونه کمک مالی از سازمان‌های تأمین مالی دریافت نکرده است.

**مشارکت نویسندگان:** تمامی نویسندگان این مقاله از مرحله اجرای پژوهش تا نگارش مقاله مشارکت فعال داشته‌اند.

**تعارض منافع:** بنابر اظهار نویسندگان، تعارض منافی در این پژوهش وجود ندارد.

**تشکر و قدردانی:** از همه اساتیدی که در داوری و اصلاح این مقاله نویسندگان را یاری کردند، کمال تشکر را داریم.

## منابع

1. Lachance EL, Cuskelly G. Virtual Volunteering. The Routledge Handbook of Digital Sport Management: Routledge; 2022. p. 37-51.
2. Downward PM, Ralston R. The sports development potential of sports event volunteering: Insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. European sport management quarterly. 2006;6(4):333-51.
3. Tsuji T, Kanamori S, Yamakita M, Sato A, Yokoyama M, Miyaguni Y, et al. Correlates of engaging in sports and exercise volunteering among older adults in Japan. Scientific Reports. ۲۰۲۲;۱۲(۱):۳۷۹۱.
4. Jalali Farahani M, Alidoust E. Event Management and Sports Camps. Tehran: University of Tehran [In Persian]. 2012.
5. Safania AM. Management of sports organizations. First edition, Tehran: Bammad Kitab [In Persian]. 2008.
6. Andam R, Karimi Z, Montazeri A. investigating the relationship between satisfaction and organizational commitment of event volunteers. National Conference of Applied Sports and Health Sciences, Tabriz. 2014.
7. Kim D, Park C, Kim H, Kim J. Determinants and outcomes of volunteer satisfaction in mega sports events. Sustainability. 2019;11(7):1859.
8. Fairley S, Kellett P, Green BC. Volunteering abroad: Motives for travel to volunteer at the Athens Olympic Games. Journal of sport management. 2007;21(1):41-57.
9. Kim S, Kim S, Petrick JF. The effect of film nostalgia on involvement, familiarity, and behavioral intentions. Journal of Travel Research. 2019;58(2):283-97.
10. Hahm J, Kang T-A, Matsuoka H. From inspiration to nostalgia: the football participation legacy of the 2۰۰۲ FIFA World Cup Korea/Japan. Sport in Society. 2020;23(12):2055-77.





11. Zhou X, Wildschut T, Sedikides C, Chen X, Vingerhoets AJ. Heartwarming memories: Nostalgia maintains physiological comfort. *Emotion*. 2012;12(4):678.
12. Sedikides C, Wildschut T, Arndt J, Routledge C. Self and affect: The case of nostalgia. *Affect in social thinking and behaviour: Frontiers in social psychology*. 2006:197-215.
13. Sedikides C, Wildschut T, Routledge C, Arndt J, Hepper EG, Zhou X. To nostalgize: Mixing memory with affect and desire. *Advances in experimental social psychology*. 51: Elsevier; 2015. p. 189-273.
14. Gammon S, Ramshaw G. Distancing from the present: Nostalgia and leisure in lockdown. *Leisure Sciences*. 2021;43(1-2):131-7.
15. Cheung W-Y, Sedikides C, Wildschut T. Induced nostalgia increases optimism (via social-connectedness and self-esteem) among individuals high, but not low, in trait nostalgia. *Personality and Individual Differences*. 2016;90:283-8.
16. Sedikides C, Cheung WY, Wildschut T, Hepper EG, Baldursson E, Pedersen B. Nostalgia motivates pursuit of important goals by increasing meaning in life. *European Journal of Social Psychology*. 2018;48(2):209-16.
17. Verplanken B. When bittersweet turns sour: Adverse effects of nostalgia on habitual worriers. *European Journal of Social Psychology*. 2012;42(3):285-9.
18. Cho H, Joo D, Woosnam KM. Cross-cultural validation of the Nostalgia Scale for Sport Tourism (NSST): A multilevel approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2020;44(4):624-43.
19. van de Kop JH, van Kernebeek WG, Otten RH, Toussaint HM, Verhoeff AP. School-based physical activity interventions in prevocational adolescents: a systematic review and meta-analyses. *Journal of Adolescent Health*. 2019;65(2):185-94.
20. Van Dijke M, Leunissen JM, Wildschut T, Sedikides C. Nostalgia promotes intrinsic motivation and effort in the presence of low interactional justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2019;150:46-61.
21. Andam R, Karimi Z, Montazeri A. The Relationship between Work Ethics and Organizational Commitment of Event Volunteers. *Sport Physiology & Management Investigations*. 2018;10(3):85-97.
22. Roslan NQB, Cho H. Sport participants' well-being during the COVID-19 pandemic: The roles of nostalgia, resilience, and curiosity. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*. 2022:1-17.
23. Cho H. Importance of leisure nostalgia on life satisfaction and leisure participation. *The Service Industries Journal*. 2020;40(1-2):90-109.
24. Majnonian Noshabadi M, Saeedi H, Chitsaz S. The effect of individual self-concept (Collective versus individualist) and nostalgia on the attitude and intention of recommending and buying consumers of food products. *Journal of Marketing Management*. 2017;12(36):21-33.
25. Natiqpour Maj. social development and belonging; Emphasizing the role of Islamic councils. *Development of social science education*. 2013;25(1):28-32. **[In Persian]**
26. Mobaraki M, Salihi S. The Quality of Urban Services, Citizenship Commitment and Sense of Social Belonging. *Social Welfare*. 2014;13(50):275-315.
27. Manouchehr M, Ezra J. Social participation in Iran: note; 2012. **[In Persian]**
28. Haslam C, Jetten J, Cruwys T, Dingle G, Haslam SA. *The new psychology of health: Unlocking the social cure*: Routledge; 2018.
29. Putnam R. The prosperous community: Social capital and public life. *The American*. 1993;4.
30. Baradaran, Murad, Hosseinpour. The relationship between social capital and the mental well-being of employees of the Ministry of Welfare and Social Security. *Social Welfare Quarterly*. 2013;13(49):41-66. **[In Persian]**
31. Andam R, Akbari A. Identifying the social capital components of volunteers in sports associations of universities. *Physiology and management research in sports*. 2015;7(3):35-48. **[In Persian]**
32. Bowe M, Gray D, Stevenson C, McNamara N, Wakefield JR, Kellezi B, et al. A social cure in the community: A mixed-method exploration of the role of social identity in the experiences and well-being of community volunteers. *European Journal of Social Psychology*. 2020;50(7):1523-39.



33. Afroozeh MM-Z. The Study of Motivational Factors of Volunteers In University Sport. *Journal of Research on Sport Sciences*. 2008;5(2):143.-
34. Cho H, Lee H-W, Moore D ,Norman WC, Ramshaw G. A multilevel approach to scale development in sport tourist nostalgia. *Journal of Travel Research*. 2017;56(8):1094-106.
35. Cho H, Pyun DY, Wang CKJ. Leisure nostalgia: Scale development and validation. *Journal of Leisure Research*. 2019; 50(4): 330-49.
36. Mandal S, Gunasekar S, Dixit SK, Das P. Gastro-nostalgia: Towards a higher order measurement scale based on two gastro festivals. *Tourism Recreation Research*. 2022;47(3):293-315.
37. Cho H. Power of good old days: how leisure nostalgia influences work engagement, task performance, and subjective well-being. *Leisure Studies*. 2021;40(6):793-809.
38. Hahm J, Kang T-A, Matsuoka H. Understanding the relationship between past experience of a sports mega-event and current spectatorship: The mediating role of nostalgia. *Sustainability*. 2021;13(6):3504.
39. Rajendran RP, Arun CJ. The effect of sport nostalgia on discrete positive emotions, positive eWOM, and revisit intention of sport tourists: a conceptual framework. *International Journal of Business and Economics*. 2021;6(2):232-48.
40. Takata K, Hallmann K. Sport fans' nostalgia and revisit intention to stadiums during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Event and Festival Management*. 2022;13(4):406-21.
41. Cho H. Nostalgia in sport and leisure. *Current Opinion in Psychology*. 2023:101551.
42. Ahmadizadeh Z, Tojari F, Nikaeen Z, Amirtash A. Investigating the Role of Athletic Nostalgia in Fans' Intention to Attend Stadium. *Sport Psychology Studies*. 2021;10(37):125-40.
43. Cho H .Work-leisure conflict and well-being: The role of leisure nostalgia. *Leisure Sciences*. 2023;45(4):309-30.
44. Bialobrzeska O, Elliot AJ, Wildschut T, Sedikides C. Nostalgia counteracts the negative relation between threat appraisals and intrinsic motivation in an educational context. *Learning and Individual Differences*. 2019;69:219-24.
45. Kim YK, Yim MYC. When nostalgia marketing backfires: Gender differences in the impact of nostalgia on youthfulness for older consumers. *Applied Cognitive Psychology*. 2۰۲۲;(۶)۳۲; ۰۱۸-۰۱۵
46. Batcho KI. Nostalgia in literature and memoir. *Current Opinion in Psychology*. 2023:101557.
47. Toh ZG, Diehl JA. Projecting nostalgia: Portrayal of memoryscapes in local cinema as place attachment for community-driven redevelopment of Singapore landscapes. *Singapore Journal of Tropical Geography*. 2022;43(3):383-98.
48. Bidel Pan, Mahmoudzadeh A. Investigating the degree of social belonging of people to Iranian society and its relationship with social trust and individualism, a case study of Mashhad city. *Iranian Cultural Research Quarterly*. 2012;5(2):31-63. **[In Persian]**
49. Borhani T, Hadizadeh Moghadam A. Studying factors influencing the mental well-being of employees. Public administration perspective. 2015;27(0):85-103. **[In Persian]**
50. Majnunian Noushabadi Man, Saidi, Saz Ch. The effect of individual self-concept (collectivist vs. individualist) and sense of nostalgia on consumers' attitude and intention to recommend and buy food products. *Marketing Management*. 2017;12(36):21-33. **[In Persian]**
51. Fairley S, Gammon S. Something Lived, Something Learned: Nostalgia's Expanding Role in Sport Tourism. *Sport in Society*. 2005;8(2):182-97.
52. Cho H. Development and application of a nostalgia scale for sport tourism: A multilevel approach: Clemson University; 2014.
53. Kim S, Chepyator-Thomson JR. Second-generation Korean Americans in US Universities: experiences and perspectives on transnational sport activities. *World Leisure Journal*. 2022. ۲۵۲-۷۱:(۳)۶۴;
54. Ottevanger H-J. Sport Tourism: Factors of influence on sport event visit motivation. Master of Arts in European Tourism Management, Bournemouth University (UK). 2007:7-28.
55. Layous K, Kurtz JL. Nostalgia: A potential pathway to greater well-being. *Current Opinion in Psychology*. 2022:101548.



56. Sedikides C, Wildschut T, Arndt J, Routledge C. Nostalgia: Past, present, introspection: an illustrative photographic essay. *J Bus Res.* 2006;59(6):714-25.
57. Newman DB, Tay L, Diener E. Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of happiness studies.* 2014;15:555-78.
58. Zijlstra FR, Sonnentag S. After work is done: Psychological perspectives on recovery from work. *European journal of work and organizational psychology.* 2006;15(2):129-38.
59. Shimazu A, Schaufeli WB. Is workaholism good or bad for employee well-being? The distinctiveness of workaholism and work engagement among Japanese employees. *Industrial health.* 2009;47(5):495-502.
60. Wilson AL. The relationship between consumer role socialization and nostalgia sport tourism: A symbolic interactionist perspective: University of Florida Gainesville; 2004.

