Spring (2024) 11(1): 43-60
DOI: 10.30473/fmss.2024.66974.2503
Received: 25 December 2022 Accepted: 30 September 2023

Organizational Behavior Management in Sport Studies

ORIGINAL ARTICLE

Designing a Model for Developing Personal Social Responsibility of Iranian Professional Athletes

Mohammad Hosein Bibikobadi[1], Najaf Aghaei[2*], Mohammad Nikravan[3]

[1] Department of Physical Education, Bo. C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran.
[2] Associate Professor in Sport Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.
[3] Department of Physical Education, Bo. C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran.

Correspondence
Najaf Aghaei
Email: aghaei.hamid@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study was to design a model for development of personal social responsibility of professional athletes in Iran. The method of the study was qualitative research based on Grounded theory, and the Strauss-Corbin model was used to identify the phenomenon and collect data through interviews. The research participants were experts and researchers in the field of social responsibility and sport management, and professional coaches and athletes, were selected using snowball sampling method. The data was collected through semi-structured in-depth interviews that continued until theoretical saturation was reached. The validity of the research was confirmed by showing the process of analyzing the interviews to the experts and research reliability in terms of methodology and content, the accuracy of different aspects of research from collection to data analysis, was investigated by asking two experts in the field who had no connection to the research. Findings showed causal factors including: social culture, social status, sports privileges, sports philosophy; Underlying factors: ethics, spirituality, organizational support, family-centered, responsibility; Interfering factors include: awareness, planning, support, macro limitations; Central phenomenon: participation, empathy, authority, benevolent presence, communication, support for the deprived, environmental support, appreciation. Also strategies: social relations, support, awareness, motivation, validation, planning; Implications also include: athlete brand, health-oriented sport, social improvement and culture building. Implementing the athlete's social responsibility model and focusing on development of its components, sports managers can influence the athletes participation and subsequently the participation of the society in social activities and achieve the social goals of sports in society. The application of the model is important since knowing the relationships between the factors of the model can give managers and athletes a better understanding and have a more scientific view of the phenomenon in question.

KEYWORDS
Development, Personal Social Responsibility, Professional athlete, Strategies, Outcomes.

© 2023, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.
This is an open access article under the CC BY 4.0 license
(http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

سال ۱۱، شماره ۱، پیاپی ۴۱، بهار ۱۴۰۳ (۶۰-۴۳)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۸

DOI: 10.30473/fmss.2024.66974.2503

نشریه علمی

مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش

«مقاله پژوهشی»

طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران

محمدحسین بی بی کبادی[۱]، نجف آقایی[۲*]، محمد نیکروان[۳]

[۱] گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

[۲] دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی تهران، ایران.

[۳] گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

نویسنده مسئول:
نجف آقایی
رایانامه: aghaei.hamid@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران انجام شد. روش پژوهش کیفی گراندد تئوری بوده است که با رویکرد اشتراس و کوربین به شناسایی پدیده و گردآوری داده‌های از طریق مصاحبه اقدام گردید. شرکت کنندگان در پژوهش، صاحب‌نظران، اساتید و پژوهشگران فعال در حوزه مسئولیت اجتماعی و مدیریت ورزشی، مربیان و ورزشکاران حرفه‌ای با سوابق فعالیت‌های اجتماعی بودند که با استفاده از روش گلوله برفی انتخاب شدند. روش اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته بود که تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. روایی پژوهش از طریق نمایش روند تحلیل مصاحبه‌ها به متخصصین مورد تأیید قرار گرفت و در خصوص تأیید پایایی به لحاظ روش‌شناختی و محتوایی، از دو متخصص این حوزه که هیچ ارتباطی با پژوهش نداشتند، دربارهٔ درستی جنبه‌های مختلف پژوهش از گردآوری تا تحلیل داده‌ها نظرخواهی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد عوامل علی شامل: فرهنگ اجتماعی، جایگاه اجتماعی، تشویق و ترغیب، فلسفه ورزشی؛ عوامل زمینه‌ای: رعایت اخلاق، معنویت، حمایت سازمانی، خانواده محوری، مسئولیت‌پذیری؛ عوامل مداخله‌گر شامل: عدم آگاهی، عدم برنامه‌ریزی، عدم حمایت، محدودیت‌ها؛ پدیده محوری: مشارکت، همدلی، مرجعیت، حضور خیرخواهانه، حفظ ارتباطات، حمایت از محرومان، حمایت زیست محیطی، قدردانی است. همچنین راهبردها: روابط اجتماعی، حمایت، آگاه‌سازی، انگیزش، صحه‌گذاری، برنامه‌ریزی؛ پیامدها نیز شامل: برند ورزشکار، سلامت ورزش، بهبود اجتماعی و ترویج فرهنگ است. مدیران ورزشی می‌توانند با به کارگیری مدل مسئولیت اجتماعی ورزشکاران و تمرکز بر توسعه مولفه‌های آن، مشارکت اجتماعی ورزشکاران و در پی آن مشارکت جامعه را تحت تاثیر قرار داده و اهداف اجتماعی ورزش را در جامعه محقق سازند. کاربرد مدل از آن جهت اهمیت دارد که شناخت ارتباطات میان عوامل مدل می‌تواند درک بهتری به مدیران و ورزشکاران داده و نگاه علمی‌تری به پدیده موردنظر داشته باشند.

واژه‌های کلیدی

پیامدها، توسعه، راهبردها، مسئولیت اجتماعی فردی، ورزشکار حرفه‌ای.

استناد به این مقاله:

بی بی کبادی، محمدحسین, آقایی, نجف, & نیکروان, محمد. (۱۴۰۳). طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه ای ایران. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش, ۱۱(۱): ۶۰-۴۳.

مقدمه

در پاسخ به تقاضای روزافزون جامعه از سازمان‌ها و افراد دارای توان اثرگذاری در اجتماع یا مشارکت در رفع مسائل اجتماعی، مسئولیت اجتماعی مورد توجه بسیاری از اندیشمندان قرار گرفته است (۱۰). مسئولیت پذیری اجتماعی را می‌توان یکی از عوامل بنیادی بقای هر جامعه دانست (۲۴). مسئولیت اجتماعی باعث ایجاد باور در سازمانها و افراد تاثیرگذار می‌شود که خود را عضوی مسئول در جامعه بدانند (۱۴). جوامع امروزی، بیش از هر چیز نیازمند افراد مسئولیت پذیر می‌باشد تا هم نسبت به سرنوشت و زندگی خود احساس مسئولیت کند و هم نسبت به افراد پیرامون و جامعه خود توجه کند (۳۷). مسئولیتی که در آن هر فرد علاوه بر خود و نزدیکان خود، نسبت به سایر افراد جامعه نیز احساس مسئولیت و تعهد می‌کند و نسبت به بهبود کیفیت تمامی افراد جامعه دغدغه مند است، به عنوان مسئولیت اجتماعی فردی شناخته می‌شود (۴).

امروزه ارتقای ارزش‌های مسئولیت پذیری اجتماعی به بحثی مهم در میان مجامع علمی تبدیل شده است (۱۲). مسئولیت اجتماعی و اقدامات آن محدود به سازمان‌ها یا افراد خاصی نمی‌شود و تمامی سازمان‌ها و افراد از جمله سازمان-های ورزشی و افراد ورزشکار نیز می‌توانند نقش مهمی در این زمینه ایفا کنند (۶). از سوی دیگر، موفقیت ورزشکاران تنها با عملکرد ورزشی آنها در میدان مسابقه سنجیده نمی شود، بلکه با تمایزشان در سبک زندگی و تاثیری که بر جامعه دارند نیز در ارتباط است (۷) و می‌تواند بر مطرح شدن آنها عنوان یک الگوی ورزشی- اجتماعی تاثیر گذار باشد (۳). مسئولیت پذیری اجتماعی ورزشکاران از فعالیت‌های محیط زیستی نظیر حضور دیوید بکهام و و یائو مینگ در کمپین مبارزه با قاچاق شاخ کرگدن، تا مشارکت رونالدو و زین‌الدین زیدان در فعالیتهای سازمان‌های حامی حقوق بشر به عنوان سفیران صلح و نوع‌دوستی سازمان ملل، تا آگاه‌سازی و آموزش در خصوص کاهش استفاده از پلاستیک و جایگزینی محصولات چندبار مصرف توسط معین علی و استوارت براد فوتبالیست‌های انگلیسی تا حتی اقدامات سیاسی و اقتصادی در کمک به مردم جامعه نظیر تلاش‌های مرحوم غلامرضا تختی در حمایت سیاسی از انقلاب اسلامی ایران متغیر بوده است.

ورزش در چارچوب مطالعات جامعه شناختی به مثابه یک پدیده اجتماعی است که جامعه را با خود درگیر کرده و ضمن تحمیل تحولاتی عظیم بر ساختار جامعه، می‌تواند افکار عمومی را نیز تحت تاثیر قرار دهد (۳۱). به ویژه ورزشکاران شناخته شده و موفق که به عنوان سلبریتی‌های ورزشی شناخته می‌شوند، می‌توانند با رفتار و اقدامات خود الگوی مناسبی برای افراد جامعه و به ویژه قشر جوان ارائه نموده و نسبت به فرهنگ سازی در جامعه اقدام نمایند. در سال‌های اخیر توجه به مسئولیت اجتماعی در حوزه ورزش توسط ورزشکاران و سازمان‌های ورزشی به عنوان یک ضرورت مهم در نظر گرفته شده است (۲۳). مسئولیت اجتماعی در ورزش با دیگر حیطه‌ها تفاوت اساسی دارد، زیرا حوزه ورزش ویژگی‌هایی منحصر به فردی دارد که آن را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کند (۳۲). مسئولیت اجتماعی از طریق ورزش است که برای سازمان‌های غیر مرتبط با ورزش کاربرد دارد که می‌توانند با استفاده از ورزش با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند و شهرت خود را گسترش دهند و درک و تصورعمومی از سازمان خود را بهبود بخشند که در نهایت منجر به بهبود عملکرد آن سازمان می‌شود (۲۵). یکی از مؤلفه‌های کلیدی در حوزه ورزش که می‌تواند نقش کلیدی در اثربخشی دو چندان مسئولیت اجتماعی داشته باشد، نقش ورزشکاران حرفه ای، مطرح و شناخته شده می‌باشد (۲۱). به نظر می‌رسد مسئولیت پذیری فردی ورزشکاران به دو صورت می‌توانند بر اجتماع اثرگذار باشد: اول، اقداماتی که مستقیما توسط شخص ورزشکاران و با حمایت مستقیم وی در رفع مسائل اجتماعی انجام می‌شوند، و دوم، تاثیرات عمیقی که رفتار و گفتار یک ورزشکار می‌تواند بر ترغیب سایر افراد جامعه برای اقدام در خصوص مسائل اجتماعی داشته باشد. رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران با سلامت روان، وفاداری هواداران، اخلاق اجتماعی، همبستگی اجتماعی و مدیریت اثربخش مورد بررسی قرار گرفته است (۱۹ و ۳۵ و ۲۱ و ۱۳). در این خصوص نیازی تبار و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند که هر چند اغلب پژوهش‌های انجام شده در حوزهٔ مسئولیت اجتماعی، بر نقش اقتصادی فوتبال در توسعهٔ جوامع تأکید دارند، پیش از توسعهٔ نقش فرهنگی و اجتماعی فوتبال جوامع در حال توسعه، توسعهٔ اقتصادی در چارچوب مسئولیت اجتماعی فوتبال، کمی دور از انتظار است.

خلیفه سلطانی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی به ارائه مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی پرداخته و ابعاد مسئولیت بشردوستی، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت قانونی، مسئولیت زیست محیطی، مسئولیت فرهنگی، مسئولیت اقتصادی و مسئولیت سیاسی را برای مدل مسئولیت اجتماعی سلبریتی‌های ورزشی

شناسایی نمودند. همچنین نقوی و همکاران (۱۳۹۶) هشت مقوله اقتصادی، سازمانی، سیاسی، فرهنگی و اخلاقی، فنی، اجتماعی، قوانین و مقرران ورزشی را به عنوان عوامل موثر بر شکل دهی رفتارهای اجتماعی ورزشکاران حرفه ای ایران شناسایی نمودند. علوی، غفوری و هنری (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور پرداخته اند. در نهایت، هشت مقوله اصلی شامل مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستی، زیست‌محیطی، رسانه‌های خبری و آموزشی، ورزشی شناسایی شدند. یافته‌های سعیدپور، آقایی و الهی (۱۳۹۸) تأثیر مستقیم و مثبت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد تیمی و رضایت‌مندی هواداران را تایید کرد. منتظری، طالب پور، اندام و کاظم نژاد (۱۳۹۸) به این نتیجه رسیدند که مسئولیت اجتماعی در فوتبال بر نگرش هواداران نقش مثبت و موثری دارد. خسروی (۱۳۹۸) در پژوهشی به توسعه پایدار در پرتو انتخاب معیار برتر مسئولیت اجتماعی از دیدگاه خبرگان پرداخته است. با توجه به نظر خبرگان پایداری اجتماعی به عنوان برترین معیار توسعه پایدار و مسئولیت مدیریتی به عنوان گزینه ارجح، انتخاب شد. همچنین نقش جامعه در تشویق ورزشکاران به مشارکت اجتماعی از طریق فرهنگ و سنت‌های بنیادی و الگوسازی در پژوهش گودرزی و شجاعی (۱۴۰۰) مورد بررسی قرار گرفته و بیان نموده‌اند که رفتار مناسب با هواداران، ترویج سبک زندگی سالم و تعهد ورزشی آنها را به همراه داشته است (۳۹). لی و همکاران(۲۰۲۰) به این نتایج دست یافتند که فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی مراکز ورزشی بر وفاداری مشتریان تأثیر مثبتی می‌گذارد. رابرتسون، ایمی و وستربیک (۲۰۱۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که رابطه معنی‌داری بین سلامت روان جامعه و مسئولیت اجتماعی سازمان‌های ورزشی وجود دارد. میلر و بالسام (۲۰۱۸) در پژوهشی نشان دادند که بین فعالیت‌های حرفه‌ای ورزشکاران و مسئولیت اجتماعی آنها رابطه معنی‌دار وجود دارد. مارتینز و همکاران (۲۰۱۷) نشان دادند که رابطه قوی بین مسئولیت اجتماعی و مسئولیت فردی وجود دارد. نتایج تحقیق سنگیر[1] (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی فردی در میان ورزشکاران از اهمیت زیادی برخوردار است و با میزان وفاداری هواداران رابطه معنی‌داری دارد. دیویس، ریوز و مایا[2] (۲۰۱۷) بیان می‌کند که مسئولیت اجتماعی فردی عنصر کلیدی در کلیه فعالیت‌های اجتماعی می‌باشد و توجه به مسئولیت اجتماعی فردی به معنای بها دادن به فعالیت‌های اجتماعی می‌باشد.

به دلایل درگیر کردن افراد در فعالیت‌های اجتماعی جامعه، تقویت حس وفاداری افراد و جلب توجه مثبت عموم جامعه نسبت به امور اجتماعی، توجه به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی از اهمیت اساسی برخوردار است و می‌تواند مزایایی را برای جامعه به همراه آورد (۳۰). در سال‌های اخیر، بسیاری از ورزشکاران مطرح ایران و جهان در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت داشته و تلاش نموده‌اند از جایگاه اجتماعی خود برای تحقق ارزش‌های والای اجتماعی بهره ببرند، با این وجود به نظر می‌رسد بسیاری از ورزشکاران نسبت به نقش موثری که می‌توانند در جامعه ایفا نمایند آگاهی نداشته و یا سازوکارهای اقدام صحیح را به درستی نمی‌دانند. تاثیرات این شرایط، در بسیاری مواقع به واکنش‌های احساسی و هیجان زده ورزشکاران و یا اقدامات پراکنده و انفرادی هر ورزشکار در شرایط خاص اجتماعی منجر شده است. از این رو، طراحی الگویی برای توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای می‌تواند باعث شود که سازمان‌های ورزشی و اجتماعی بتوانند با برخورداری از یک نقشه راه جامع از چگونگی جلب مشارکت ورزشکاران حرفه‌ای در فعالیت‌های اجتماعی در قالب مسئولیت اجتماعی بهره برده و از سوی دیگر، ورزشکاران علاقه‌مند به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، بتوانند با شیوه صحیح و به طور اثربخش و سازمان یافته در جامعه ایفای نقش نمایند. داشتن چنین الگویی به جامعه ورزشی کمک می‌کند تا همگام با تحولات، خواسته‌ها و نیازهای جامعه بتوانند پاسخ مناسبی به رویدادهای اجتماعی بدهند و نقش خود را به رشد اجتماعی جامعه ایفا کنند. یکی از مزیت‌های عمده‌ای که ارائه الگویی برای توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای می‌تواند به بار آورد این است که به دست اندرکاران و ذیربطان حوزه مسئولیت اجتماعی در ورزش، ورزشکاران حرفه‌ای، مسئولین ورزشی، فعالان اجتماعی، سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی، وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و فدراسیون‌های ورزشی ایران کمک می‌کند تا الگویی عملیاتی برای توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای در دست داشته باشند تا بتوانند با استفاده

1 Singer

2 Davis, Rives, & de Maya

از این الگو، میـزان مشـارکت و مسـئولیت‌پـذیری اجتمـاعی ورزشکاران حرفه‌ای را توسـعه و ارتقـاء بخشـند. لـذا در ایـن پژوهش با توجه به ضرورت و اهمیت موضوع و شـکافی کـه در زمینه توسعه مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه‌ای وجود دارد، محقق بنا دارد تا با طراحی الگویی جامع بـرای توسـعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای به ایـن نیـاز و ضرورت جامعه پاسخی شایسته ارائه نماید. نتایج این پژوهش می‌تواند ضـمن تسـهیل حضـور و مشـارکت ورزشـکاران در فعالیت‌های اجتماعی، به عنوان راهبردی برای سـازمان‌هـا و انجمن‌هایی که تمایل دارند از حضور ورزشکاران در فعالیت‌های اجتماعی خود بهره مند شوند مورد استفاده قرار گیرد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف تحقیق، با توجه به اینکه تحقیق حاضر به ارائه الگو می‌پردازد، پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود. همچنین، از نظر چگونگی گردآوری داده‌های موردنیاز، در گروه اکتشافی طبقه‌بندی می‌شود. در این پژوهش، با استفاده از روش نظریه داده بنیاد[1] با رویکرد اشتراس و کوربین[2] و رهیافت نظام مند[3] به شناسایی پدیده و گردآوری داده‌های از طریق مصاحبه اقدام گردید. شرکت کنندگان در پژوهش، از گروه‌های مختلف ورزشکاران و مربیان فعال در حوزه‌های مختلف اجتماعی، کنشگران آشنا با حوزه مسئولیت اجتماعی ورزشکاران و متخصصین و اساتید با سوابق آموزشی و پژوهشی در حوزه مسئولیت اجتماعی و مدیریت ورزشی بودند و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، ۲۰ نفر به عنوان نمونه مشارکت کننده در تحقیق انتخاب شدند.

روش اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته بود که تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در واقع مصاحبه‌ها آنقدر ادامه یافت تا محقق با تکرار در اطلاعات قبلی مواجه شده و دیگر از مصاحبه‌های جدید، نکته و اطلاعات تازه‌ای مشاهده نشد. در مصاحبه ۱۵ به بعد تکرار در داده‌های دریافتی مشاهده شد و در مصاحبه ۱۷ میزان داده‌های دریافتی از مصاحبه شونده‌ها به اشباع رسید؛ اما با هدف کسب اطمینان از داده‌های دریافتی تا مصاحبه ۲۰ ادامه یافت.

با هدف تجزیه و تحلیل یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها، کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و گزینشی برای تحلیل و دسته‌بندی داده‌ها استفاده گردید و با تحلیل روابط بین مقوله‌ها، نظریه بر اساس مدل نظریه داده بنیاد تهیه و تدوین گردید. در کدگذاری باز پژوهشگر با ذهنی باز به نام گذاری مفاهیم می‌پردازد و در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود، پژوهشگر مقوله اصلی کدگذاری باز را انتخاب نموده و آنها را در مرکز فرآیند مورد بررسی قرار داد. سپس سایر مقوله‌ها را به آن‌ها مرتبط می‌سازد. این مقوله‌ها عبارت اند از: شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها. در نهایت در سومین مرحله کدگذاری، کدگذاری انتخابی یا گزینشی انجام شده و پژوهشگر به تکوین نظریه‌ای درباره رابطه میان مقوله‌های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری با مقوله اصلی (مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران حرفه‌ای) می‌پردازد. در حقیقت این مرحله فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود نظریه است.

به منظور بررسی روایی، نتایج به دست آمده و روند انجام مصاحبه‌ها در پژوهش توسط متخصصین حوزه مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفت و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه نهایی بیان شد (بازگشت به منظور تعیین اعتبار). برای محاسبه پایایی نیز، از میان مصاحبه‌های انجـام گرفتـه، شش مصـاحبه بـرای نمونه انتخاب شده و هر یک از مصاحبه‌ها در فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری شدند؛ سپس کدهای مشخص شده با یکدیگر مقایسه شد. با مشخص نمودن کدهایی که از نظر هر دو محقق مشابه بودند به عنوان "توافق" و کدهای غیرمشابه به عنوان "عدم توافق"، درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی مدنظر قرار می‌گیرد، از طریق فرمول زیر محاسبه شد: درصد توافق درون موضوعی = تعداد توافقات ضربدر دو، تقسیم بر تعداد کل کدها، ضربدر ۱۰۰. نتایج به دست آمده در جدول ۱ نشان داده شده‌اند:

1 Grounded Theory
2 Strauss and Corbin
3 Systematic

جدول ۱. نتایج بررسی پایایی

ردیف	تعداد کدها	تعداد توافق	مجموع درصد
۱	۱۰	۴	۰.۸۰
۲	۱۲	۶	۰.۱۰۰
۳	۹	۴	۰.۸۸
۴	۱۱	۵	۰.۹۰
۵	۹	۴	۰.۸۸
۶	۱۰	۵	۰.۱۰۰

در نهایت، تعداد کل کدها در این شش مصاحبه برابر با ۶۱ مورد و تعداد توافق برابر ۲۸ بود. بنابر رابطه درصد توافق درون موضوعی، پایایی برابر است با ۰/۹۱ که نشان دهنده پایایی مناسب کدگذاری می‌باشد. پیتنی و پارکر[1] (۲۰۰۹) روش‌هایی را برای افزایش مقبولیت تحقیق پیشنهاد کردند که شامل منابع متعدد، تحلیلگران متعدد و روش‌های متعدد است. در این زمینه محقق از منابع گوناگون مانند افراد آگاه و منابع مکتوب مختلف به جمع‌آوری داده‌های تحقیق پرداخت. انتقال‌پذیری نتایج پژوهش، بیانگر تعمیم‌پذیری نتایج حاصل به سایر گروه‌ها و محیط‌های مشابه است. هر چند این امر خارج از توانایی پژوهشگر کیفی است، می‌توان با استخراج و ارائهٔ حداکثری داده‌ها تا حدودی این بخش از روایی تحقیق را نیز تأمین کرد که در این پژوهش با مرور متعدد مصاحبه‌ها و استخراج حداکثری و غیرتکراری مطالب سعی بر اجرای این توصیه شد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق شامل گزارش توصیفی و نتایج حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها و تدوین مدل تحقیق است. در این بخش ابتدا مشحصات مشارکت کنندگان در پژوهش و سپس نتایج کدگذاری‌ها در سه مرحله ارائه شده است. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان تحقیق در جدول شماره ۲، گزارش شده است.

1 Pitney & Parker

جدول ۲. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان

مصاحبه شونده	جنسیت	تحصیلی مقطع	تحصیلی رشته	سال تولد	سابقه پژوهش و آموزش	فعالیتهای اجتماعی
ورزشکار ملی رشته تیراندازی	زن	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۱۳۶۳	بله	بله
ورزشکار بین المللی رشته کوهنوردی	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت	۱۳۵۸	بله	بله
ورزشکار بین المللی شنا	مرد	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۵۶	بله	بله
مربی و ورزشکار ملی دو و میدانی	زن	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۷	خیر	بله
مربی و ورزشکار ملی اسبق رشته رفتینگ	مرد	دکتری	مدیریت گردشگری	۱۳۵۸	بله	بله
ورزشکار ملی و مربی تکواندو	زن	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۱۳۷۰	خیر	بله
مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق نجات غریق	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۴	خیر	بله
مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق وزنه برداری	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۰	بله	بله
مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق فوتبال	مرد	کارشناسی	تربیت بدنی و علوم ورزشی	۱۳۵۷	خیر	بله
ورزشکار باشگاهی فوتبال	مرد	کاردانی	نقشه کشی صنعتی	۱۳۶۹	خیر	بله
ورزشکار ملی قایقرانی	مرد	کارشناسی	مدیریت	۱۳۶۴	خیر	بله
ورزشکار ملی و مربی شطرنج	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۳	بله	بله
ورزشکار ملی قایقرانی	زن	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۱۳۶۹	خیر	بله
مدیر موسسه محیط زیستی	مرد	دکتری	دندانپزشکی	۱۳۴۹	بله	بله
مدیر کانون ورزش برای توسعه اجتماعی	زن	دانشجوی دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۸	بله	بله
دبیر فدراسیون ملی دوچرخه سواری	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی	۱۳۵۸	خیر	بله
عضو هیئت علمی دانشگاه	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی		بله	بله
دبیر کل فدراسیون ملی ورزشهای دانشگاهی و عضو هیئت علمی دانشگاه	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۴۶	بله	بله
پژوهشگر حوزه مسئولیت اجتماعی	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۶۸	بله	خیر
عضو هیئت علمی دانشگاه	مرد	دکتری	مدیریت ورزشی	۱۳۵۲	بله	بله

پس از انجام مراحل کدگذاری باز و محوری بر اساس مدل اشـتراس و کوربین، کدگذاری انتخابی برای انتخاب دسته‌بندی اصلی، مرتبط کردن نظام مند آن با دیگر دسته بندی‌ها، تأیید اعتبار این روابط و تکمیل دسته بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند انجام شده است (جدول ۲ و شکل ۱). در نهایت، یافته‌های تحقیـق دسته‌بندی شده و متغیرها تبیین شدند. بدین ترتیب، ۱۸۶ کد از مصاحبه‌ها احصاء شد که پس از حذف موارد مشابه، ۱۵۳ کد به صورت کدهای اولیه مکتوب شد و پس از شناسایی مقوله‌های فرعی و سپس مقوله‌های اصلی، مولفه‌ها و عوامل موثر بر مدل مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه ای، در شش مقوله اصلی شامل عوامل علی (شامل ۴ مقوله فرعی و ۲۱ کد باز)، عوامل زمینه‌ای (شامل ۵ مقوله فرعی و ۱۸ کد باز)، عوامل مداخله گر (شامل ۴ مقوله فرعی و ۱۳ کد باز)، پدیده محوری (شامل ۸ مقوله فرعی و ۴۸ کد باز)، راهبردها (شامل ۶ مقوله فرعی و ۳۲ کد باز) و پیامدها (شامل ۴ مقوله فرعی و ۲۱ کد باز) شناسایی شدند.

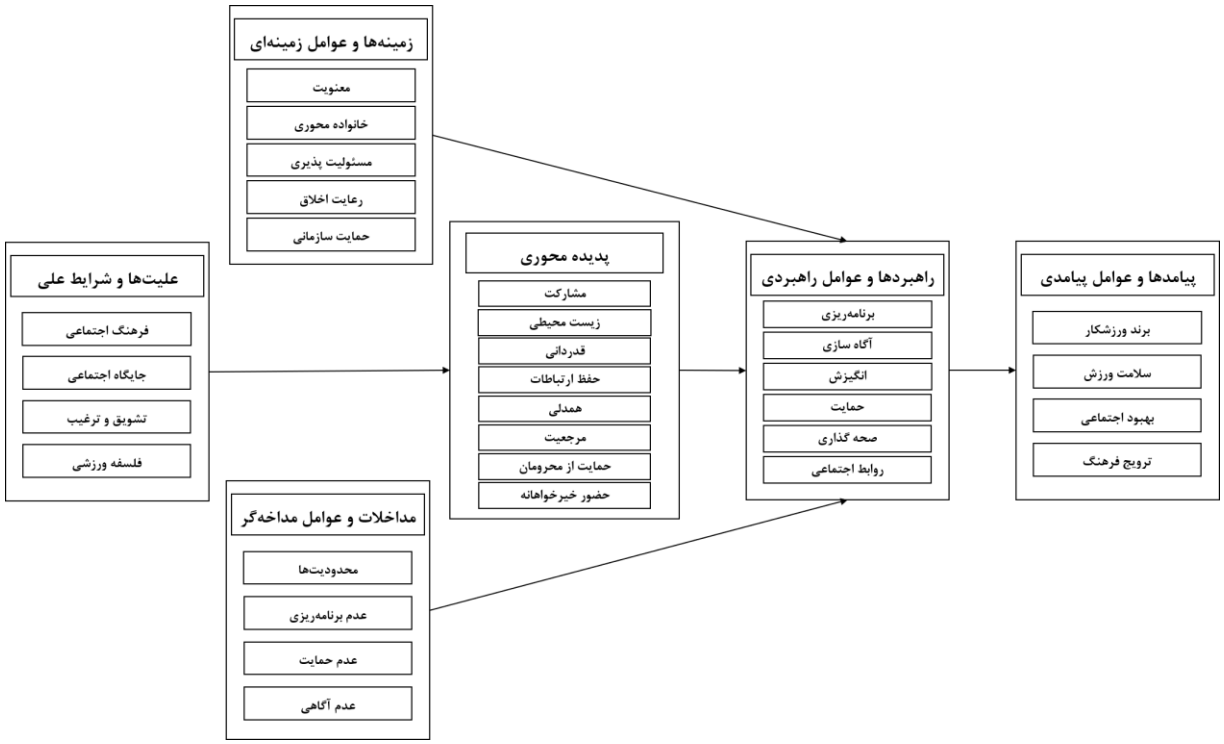
جدول ۳. عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران

عوامل علی	فرهنگ اجتماعی	استفاده از الگوهای مطلوب حفظ و تبلیغ نمادها، سنتها و فرهنگ ملی نهادینه کردن فرهنگ مسئولیت پذیری در جامعه توجه رسانه‌ها به اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی نمایش ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در جامعه	
	جایگاه اجتماعی	اهمیت مقبولیت و محبوبیت اجتماعی ورزشکار شخصیت اجتماعی ورزشکار حفظ و نگهداری شهرت اجتماعی حفظ و توسعهٔ هنجارهای فنی- ورزشی متمایزبودن نسبت به سایر ورزشکاران و رقبا	
	تشویق و ترغیب	کسب امتیاز معافیت مالیاتی ورزشکاران اختصاص منابع مالی جهت ایجاد مسئولیت اجتماعی اطلاع رسانی اقدامات ورزشکاران در جامعه	
	فلسفه ورزشی	لذت بردن بیشتر از ورزش نوع رشته ورزشی و فلسفه وجودی آن ارائه الگوی سبک زندگی سالم به جامعه	
عوامل زمینه ای	رعایت اخلاق	تبعیت از اخلاق جمعی و سازگاری اجتماعی رعایت اصول بازی عادلانه، قانونی بازی منصفانه در داخل زمین رفتار و گفتار مناسب در رسانه‌ها رعایت قوانین و مقررات ورزش حرفه‌ای در زمین بازی	
	معنویت	باورهای مذهبی و معنوی در ورزشکاران وجود انگیزه معنوی و حمایت معنوی از سمت مدیران وجود تفکر انجام امور خیرخواهانه در ورزشکاران	
	حمایت سازمانی	عملکرد روابط عمومی فدراسیون‌ها و سازمان‌های ورزشی وجود سمن‌های حامی محیط زیست مبتنی بر ظرفیت ورزشکاران وجود بنیادهایی برای افزایش تندرستی و کاهش فقر و اعتیاد وجود سیستم نظارتی بر فعالیت‌های ورزشکاران	
	خانواده محوری	ساختار تربیتی مناسب خانواده حمایت خانواده از فعالیتهای اجتماعی ورزشکاران وجود بسترهای حمایتی خانواده‌ها	
	فرهنگ مسئولیت پذیری	رویکر مسئولانه باشگاه و سازمانهای ورزشی در انجام امور خیرخواهانه الگو بودن مربیان و مدیران سازمان‌های ورزشی برای ورزشکار نگاه دولت به مشارکت‌های ورزشکاران	

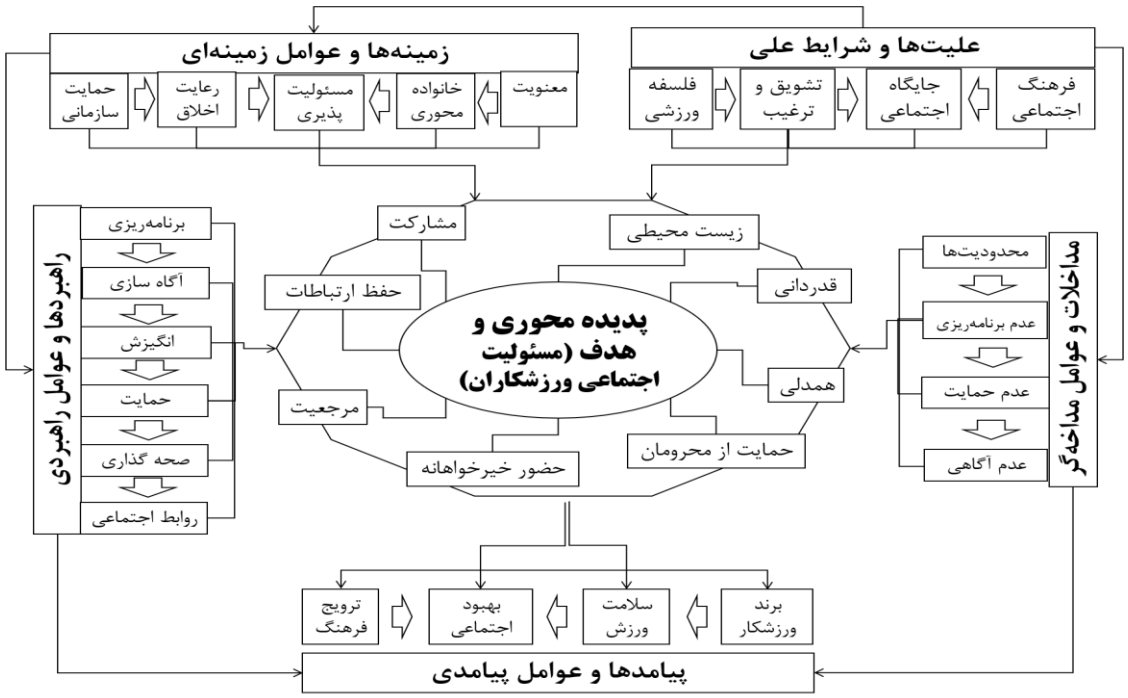
عوامل مداخله گر	عدم آگاهی	عدم ارائه آموزش کافی و مناسب به ورزشکاران آموزش ناکافی موضوعات اجتماعی از سوی نهادهای مرجع عدم فرهنگ سازی مطلوب در خصوص مسئولیت پذیری نامشخص بودن روند قانونی و عرفی انجام فعالیتهای اجتماعی برای ورزشکاران
	برنامه‌ریزی نامناسب	عدم برنامه ریزی مناسب برای توسعه الگوهای رفتاری اجتماعی ورزشکاران عدم برنامه مدون سازمان‌های ورزشی برای جلب مشارکت اجتماعی عدم برنامه ریزی کافی برای بهبود روابط اجتماعی ورزشکاران
	حمایت ناکافی	عدم تجلیل کافی از ورزشکاران با مسئولیت اجتماعی مطلوب عدم حمایت گروه دوستان، سایر ورزشکاران، مربیان و مدیران عدم وجود سازوکارهای حمایتی از فعالیت‌های اجتماعی ورزشکاران عدم اختصاص امتیاز به ورزشکاران در حوزه فعالیتهای اجتماعی غفلت از مسائل و نیازهای ورزشکاران
	محدودیت‌ها	چارچوب‌های فرهنگی جامعه فقدان ساختار سازمانی جهت مدیریت فعالیتهای اجتماعی در بدنه ورزش کشور محدویتهای مالی ورزشکاران برای کمک به دیگران
پدیده محوری	مشارکت	مشارکت در برنامه‌های زیست محیطی مشارکت در فعالیت‌های خیریه و عام ال منفعه مسئولیت اجتماعی راهبردی برای بازاریابی اجتماعی مشارکت‌های اجتماعی در حوزه سلامت جامعه ایفای نقش موثر در تحولات سیاسی شرکت در فعالیت‌های مذهبی و اجتماعی
	همدلی	کمک به استعدادیابی و جهت دهی ورزشی کمک به جامعه برای دستیابی به اهداف والای اجتماعی کمک به بهبود مسائل فنی رشتهٔ ورزشی خود کمک به خوشنامی و معرفی کشور کمک به کاهش آلودگی‌های محیط زیست ایفای نقش در حاکمیت موثر کشور کمک‌های مالی به سازمان‌های خیریه و بیمارستان‌ها
	مرجعیت	الگوی مناسب بودن در زمان شادی و غم‌های اجتماعی مرجع و سفیرسازی اجتماعی ورزشکاران در حوزه های مختلف اجتماعی نقش آفرینی به عنوان مشاور برای سیاستمداران همدردی و تسکین درد مردم در حوادث غم انگیز همراهی و حمایت از مردم در رویدادهای روز جامعه
	حضور خیرخواهانه	حضور در ایستگاه‌های ورزش همگانی حضور در مکان‌های فرهنگی و هنری حضور در بین افراد مناطق دورافتاده و محروم حضور ورزشکاران در جمع‌آوری کمکهای مردمی برای نیازمندان حضور ورزشکاران در مراکز نگهداری از سالمندان، معلولان و بیماران
	حفظ ارتباطات	شرکت در کنفرانس‌های مطبوعاتی فعالیتهای موثر و سازنده در شبکه های اجتماعی ارتباط با مردم از طریق حضور در رسانه‌های دیداری حفظ ارتباط مستقیم و سازنده با هواداران ارتباط مناسب با داوران و کادر اجرایی مسابقه‌ها
	حمایت از محرومان	کمک‌های مالی به بیماران بی‌بضاعت دریافت حضانت کودکان بی سرپرست دعوت از کودکان بی بضاعت برای تماشای رایگان بازی واسطهٔ خدمت به محرومان و قربانیان حوادث طبیعی فعالیت‌های انسان دوستانه مانند انجام بازی‌های دوستانه با هدف کمک به نیازمندان تلاش ورزشکاران در جهت سود رسانی به تمام اقشار جامعه

راهبردها	حمایت زیست محیطی	احترام به مقررات زیست محیطی صرف بخشی از درآمدهای ورزشکاران به توسعه محیط زیست تلاش برای محافظت از محیط زیست
	قدردانی	احترام به حقوق طرفداران فراتر از الزام‌های قانونی احترام به قوانین و مقررات تعیین شده قدردانی از طرفداران و اهمیت دادن به رضایت آنها
	روابط اجتماعی	بهبود روابط ورزشکار با جامعه و آحاد مردم تاکید گروه همسالان و دوستان بر مسئولیت پذیری پاسخگویی به انتقادها و پیشنهادهای هواداران در فضای مجازی تاثیر گذاری رسانه‌ها در هویت‌یابی ورزشکاران آگاه سازی اجتماعی برای افزایش مشارکت ورزشی در جامعه اقدام و اطلاع رسانی علیه نژادپرستی و نابرابری‌های جنسیتی پاسخگویی و همکاری با مجله‌ها و نشریه‌های خبری
	حمایت اجتماعی	حمایت از فعالیت‌های مربوط به بهداشت و سلامت در جامعه حمایت فدراسیون‌ها از فعالیتهای اجتماعی ورزشکار حمایت مادی و معنوی به سازمان‌های مردم نهاد حمایت در زمان بحران‌های زیست محیطی ملی حمایت‌های آموزشی در زمینهٔ توسعهٔ پایدار حمایت‌های در کاهش فقر و بیکاری حمایت مادی و معنوی از کودکان کار حمایت و توجه به بیماری‌های خاص حمایت‌های حقوقی مسئولیت اجتماعی حمایت‌های مادی و معنوی از رویدادهای اجتماعی
	آگاه سازی	ارائه آموزشهای لازم برای ورزشکاران در حوزه های مختلف اجتماعی، محیط زیستی به عنوان سفیران آگاهی در جامعه آموزش مسائل حقوقی انجام فعالیت‌های اجتماعی به ورزشکارانآموزش و آگاه سازی زیست محیطی به هواداران آموزش و فرهنگ سازی در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاد آگاهی اجتماعی در جامعه از موضوع‌هایی مثل فقر آموزش و توجه سازمان‌های متولی ورزش به مسائل اجتماعی
	انگیزش	تشویق، ترویج و فرهنگ‌سازی آموزش‌های اخلاقی به ورزشکاران تقدیر از ورزشکاران شاخص در زمینه مسئولیت اجتماعی
	صحه گذاری	تلاش برای صحه گذاری و استفاده از منابع تجدیدپذیر صحه گذاری بر رشته ورزشی خود صحه گذاری بر رفتار یا هنجار اجتماعی
	برنامه ریزی	برنامه‌ریزی برنامهٔ بلند مدت مدیران در جهت مسئولیت اجتماعی برنامه ریزی هدفمند و ساختار یافته برای ارتقای مسئولیت ورزشکاران تأسیس کمیتهٔ مسئولیت اجتماعی در باشگاه‌ها تأسیس مؤسسه‌های آموزشی–ورزشی برای کودکان بی سرپرست تدوین برنامهٔ استراتژیک مسئولیت اجتماعی باشگاه و بازیکنان
پیامدها	برند ورزشکار	ارتقای روحیهٔ جوانمردی بهبود برند ورزشکاران و ماندگاری در ذهن آحاد جامعه معرفی و خوشنامی ورزشکار غنای روحی و اعتماد به نفس و آرامش القای احساس مفید بودن در ورزشکار افزایش وفاداری هواداران نسبت به ورزشکار
	سلامت ورزش	ترویج سبک زندگی سالم و ارتقا سلامتی در جامعه پیشگیری از آسیب‌های روانی اجتماعی افزایش اقبال خانواده‌ها به ورزش جذب قشرهای مختلف جامعه به ورزش توسعه سلامت روانی ورزشکاران جذب کودکان و جوانان به ورزش

بهبود اجتماعی	ارائه الگوی مناسب به قشر جوان و نوجوان بهبود کیفیت زندگی افراد جامعه افزایش محبوبیت اجتماعی باشگاه و ورزشکاران ترویج و بالا بردن میزان مشارکت اجتماعی در جامعه توسعهٔ امید، شور و نشاط اجتماعی بهبود همبستگی و انسجام ملی کاهش بزهکاری‌های اجتماعی
ترویج فرهنگ	ترویج امر به معروف در جامعه ترویج سبک زندگی سالم ترویج فرهنگ دوستی و اعتماد ترویج فعالیت‌های اجتماعی فرهنگسازی در خصوص مسئولیت اجتماعی الگوسازی مناسب در جامعه شفاف سازی و افشاگری فسادهای موجود در ورزش افزایش همدردی مردم جامعه در حوادث



شکل ۱. مدل توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران مستخرج از مصاحبه‌های تحقیق



شکل ۲. چارچوب مفهومی تحلیل و هدایت مسئولیت اجتماعی ورزشکاران (درخت مفاهیم و جریان روابط پیش‌فرض)

بحث و نتیجه‌گیری

پویایی و نشاط یک جامعه به مشارکت موثر و فعالانه‌ی نسل جوان آن در امور مختلف جامعه منوط است. فردی که آگاهانه و با شخصیتی توسعه یافته بتواند در جامعه‌اش مشارکت همه جانبه داشته، نقش شهروندی خود را به خوبی ایفا کرده و در برخورد با مسائل و مشکلات، منطقی بیندیشد و عاقلانه در جهت حل آنها تصمیم‌گیری کند. در این میان، نقش ورزشکاران به عنوان افراد اثرگذار در جامعه همواره مورد توجه پژوهشگران در سطح ملی و بین‌المللی بوده است. پژوهش حاضر در تلاش بوده است تا با شناسایی عوامل موثر، به تدوین الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران بپردازد. بر اساس یافته‌های تحقیق عوامل علی که به عنوان عوامل موثری که منجر به بروز پدیده محوری هستند شناخته می‌شوند، شامل مولفه‌های فرهنگ اجتماعی، جایگاه اجتماعی، تشویق و ترغیب، و فلسفه ورزشی هستند.

مولفه فرهنگ اجتماعی به جایگاه مسئولیت پذیری اجتماعی در دل جامعه می‌پردازد و بیان می‌کند که حفظ و تبلیغ نمادها، سنت‌ها و فرهنگ ملی، نهادینه کردن فرهنگ مسئولیت‌پذیری در جامعه، توجه رسانه‌ها به اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی و نمایش ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در جامعه از یک سو و جایگاه اجتماعی ورزشکار نظیر مقبولیت و محبوبیت اجتماعی ورزشکار از سوی دیگر، می‌تواند منجر به ترویج مسئولیت‌پذیری اجتماعی در جامعه شود. این در صورتی است که با حمایت و تشویق سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی و بازخورد مثبت از سوی جامعه همراه باشد، این اقدامات تشویقی و حمایتی می‌تواند شامل ارائه مزایا و تسهیلات از سوی فدراسیون‌های ورزشی و وزارت ورزش و یا کمک به برندسازی و بهبود تصویر ورزشکار در جامعه باشد. این یافته با نتایج تحقیق ولی‌پور و حبیبیان (۱۳۹۸)، سینگر (۲۰۱۶) و مارتینز و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های فرهنگ اجتماعی، اخلاق است. هر چند جامعه از سازمان‌ها می‌خواهد که به تولید و ارائه کالاها و خدمات مورد نیاز بپردازند، ولی در عین حال این انتظار را هم دارد که در انجام فعالیت‌های اقتصادی خود، اصول اخلاقی را نیز در نظر داشته باشند (۵). امروزه بیش از پیش، از سازمان‌ها این انتظار می‌رود که در زمان تصمیم‌گیری‌های خود، اصول اخلاقی و ارزش را مد نظر داشته و همواره تلاش کنند که تعادلی بین امور اقتصادی و اخلاقی برقرار سازند. به دلیل اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی از یک سو و جایگاه ویژه ورزشکاران حرفه‌ای در میان مردم و اجتماع، این موضوع از موضوعات مهم و قابل توجه در سطح بین‌المللی در میان محققان بوده است. برای مثال رابطه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران با سلامت روان، وفاداری هوادران، اخلاق اجتماعی، همبستگی اجتماعی و مدیریت اثربخش مورد بررسی قرار گرفته است

(۱۹ و ۳۵ و ۲۱ و ۱۳).

بر اساس نتایج تحقیق، عوامل زمینه‌ای که در الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران شناسایی شده‌اند شامل مولفه‌های معنویت، رعایت اخلاق، حمایت سازمانی، خانواده محوری و فرهنگ مسئولیت‌پذیری است. ورزشکاران حرفه‌ای به عنوان الگوهای مورد علاقه مردم و به ویژه نوجوانان و جوانان، همواره مورد توجه جامعه بوده و بدیهی است رفتار حرفه‌ای و اجتماعی آنها درون و بیرون از فضای ورزشی، از اثرگذاری اجتماعی قابل توجهی برخوردار است. از این رو، رعایت قوانین و مقررات ورزش حرفه‌ای و پایبندی به اصول بازی عادلانه، جوانمردانه و منصفانه در داخل زمین از یک سو و رعایت اخلاقیات و سازگاری اجتماعی و رفتار و گفتار مناسب در رسانه‌ها از سوی دیگر می تواند به طور قابل توجهی میزان اثرگذاری ورزشکاران در جامعه را پیش بینی نموده و بر مسئولیت پذیری اجتماعی آنها نقشی موثر داشته باشد.

عامل دیگری که می‌تواند زمینه‌ساز افزایش مشارکت ورزشکاران در فعالیت‌های اجتماعی بوده و بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها موثر باشد، باورهای مذهبی و معنوی در ورزشکاران و مدیران باشگاه‌ها و فدراسیون‌های ورزشی و وجود تفکر انجام امور خیرخواهانه است؛ چرا که در ادیان مختلف و به ویژه دین اسلام بر اصول بنیادی مسئولیت‌پذیری در جامعه و تلاش برای بهبود وضعیت معیشت اقشار کم برخوردار و ضعیف جامعه تاکید شده است. این تمایل به مسئولیت‌پذیری در ورزشکاران و جامعه ورزشی، تحت تاثیر ساختار تربیتی مناسب خانواده و حمایت خانواده از فعالیتهای اجتماعی ورزشکاران نیز قرار دارد. چرا که تشویق و حمایت از مسئولیت پذیری از سوی خانواده به ویژه در دوران نوجوانی و جوانی، می تواند بر تداوم این فعالیت های در طی دوران ورزش حرفه ای ورزشکاران تاثیرگذار باشد.

از آنجا که خانواده محوری از زمینه‌های بروز مسئولیت پذیری ورزشکاران است باید بیان کرد که خانواده کوچکترین و مهمترین واحد اجتماعی است که بیشترین تأثیر را بر رشد همه جانبه فرد دارد. خانواده از طریق ارائه الگوهای معیارها، پاداش‌ها، همانندسازی و شیوه‌های تربیتی، نقش خود را ایفا می‌کند. شخصیت افراد متأثر از خانواده و تجربه‌های زندگی آنهاست. رشد شخصیت سالم و موفقیت در زمینه‌های متعدد زندگی متأثر از الگوهای ارتباطی حاکم بر محیط خانواده است. کودکی که در یک خانواده ی حمایت کننده رشد می‌کند. در مقایسه با کودکی که در خانواده طرد کننده رشد می‌کند تجربه‌های متفاوتی دارد. خانواده فراگیرترین و با نفوذترین اثر را روی رشد شخصیت دارد. به نظر او حمایت افراطی والدین باعث احساس بی کفایتی و عدم مقبولیت کودک می‌شود، زیرا فرصت مستقل بودن و احساس مسئولیت از او گرفته می‌شود و ممکن است از پرخاشگری برای جبران احساس بی کفایتی خود استفاده کند. مسامحه و غفلت والدین نیز ممکن است باعث شود کودک دیگران را به عنوان افرادی طلب کار و غیردوستانه بنگرد و احساس ناتوانی در همکاری‌های اجتماعی نماید. یکی از دغدغه‌های امروز مباحث روان‌شناسی، شکل گیری مسئولیت‌پذیری در خانواده‌ها و بخصوص پذیرفتن آن از جانب کودکان است. خانواده‌های ایرانی در دهه‌هایی که سپری کرده‌اند با حرکت به سمت فرزند سالاری، حوزه مسئولیت پذیری فرزندان را عملا از دست داده‌اند. متأسفانه این تصور در جامعه ما رو به افزایش است که کودکان را به کار و مسئولیت وادار کردن، نشان دهنده خشونت رفتاری و آگاهی نداشتن والدین نسبت به علوم رفتاری و تربیتی است. خانه تکانی فکری – فرهنگ بزرگی که در جامعه ایرانی باید روی دهد. تغییر شیوه نگرش والدین در تصحیح رابطه میان مسئولیت و کودکان است که اگر این گونه شود در آینده شاهد فرزندانی خلاق، مستقل، و با اعتماد به نفس خواهیم بود، فرزندانی که نقطه اتکای خود را از دیگران برداشته و به سمت قدرت درونی خود معطوف می‌کنند. نکته مهم در زمینه آموزش مسئولیت‌پذیری و مهارت‌های مرتبط با آن، توجه به این واقعیت اساسی است که علاوه بر مراکز آموزشی، نهادهای دیگر به ویژه خانواده، نقش و جایگاه برجسته‌ای دارند. در واقع، مسئولیت پذیری فرایندی است که فرد باید از سال‌های آغازین زندگی خود در خانواده بیاموزد به همین علت، سه عامل ارزش‌ها، طرز تلقی و مهارت والدین، در مسئولیت‌پذیر کردن اعضای خانواده تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارد. ارزش‌ها و اعتقادات خانواده درباره مسئولیت و نوع آن، تعیین‌کننده دامنه فعالیت والدین در جریان آموزشی مسئولیت است. طرز تلقی والدین در باره‌ی میزان آزادی کودکان در داخل خانواده و دادن اجازه به آنها برای ابراز احساسات نیز عامل دیگری در جریان آموزش مسئولیت به کودکان محسوب می‌شود. بدیهی است که تبحر و مهارت والدین در زمینه روش‌های تربیت کودک و نحوه مواجهه با رفتارهای کودک در موارد متعدد می‌تواند عامل تعیین کننده‌ی دیگری در آموزش مسئولیت به کودکان باشد (۳۴).

مدیران و مربیان ورزشی نیز می‌توانند با اتخاذ رویکرد مسئولانه در انجام امور خیرخواهانه و الگو بودن برای ورزشکار، منجر به افزایش تمایل ورزشکاران به مشارکت در مسئولیت‌های اجتماعی شوند. از سوی دیگر، سازمان‌های فعال در حوزه‌های مختلف اجتماعی

و محیط زیستی نیز می‌توانند با ترسیم فرآیندهایی برای دعوت ورزشکاران به مشارکت اقدام نمایند. بدیهی است این امر می‌تواند منجر به همراستاسازی اقدامات و افزایش اثربخشی آنها شود. این حمایت سازمانی می‌تواند منجر به افزایش تمایل ورزشکاران به حضور در فعالیت‌هایی شود که به صورت ساختارمند و با اهداف و برنامه‌های مشخص انجام می‌شوند. این یافته‌ها با نتایج شفیع آبادی (۱۳۹۳) ، هندرسون و همکاران (۲۰۱۴)؛ مک گرون و ماهون[1] (۲۰۰۹) همسو است. بر اساس یافته‌ها اخلاق، محور رشد مسئولیت‌پذیری است. قواعد اخلاقی منعکس کننده ارزش‌های حاکم بر سازمان هستند که در زمینه ارزش‌های ذینفعان و جامعه‌ای که آن سازمان در آن فعالیت می‌کند، تعیین می‌گردند، اخلاق چیزی بیش از خوب بودن به خاطر خود آن است، هر سازمان خود از افرادی تشکیل شده است که خدمت رسانی به سایر افراد دیگر را بر عهده دارد و اخلاق جز کلیدی در ایجاد روابط انسانی است. مسئولیت اجتماعی ورزشکاران یک نظریه اخلاقی و ایدئولوژیکی است که معتقد است ورزشکاران به عنوان الگوهای جامعه، وظایف و مسئولیت‌هایی را نسبت به جامعه خود به ویژه جامعه ورزشی خود دارند (۲۱). از ورزشکاران انتظار می‌رود که همچون سایر اعضای جامعه به ارزش‌ها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئونات اخلاقی را در کارها و فعالیت‌های خود مورد توجه قرار دهند. بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را پاسخگویی اجتماعی می‌گویند. چهارمین بعد، بعد انسان دوستی است که از ورزشکاران انتظار می‌رود در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور انجام دهد (۱۱).

هر فرد، در ارضای نیازهای زیستی – اجتماعی خود با محدودیت‌های قانونی، عرفی، اخلاقی و مواجه می‌شود و در همین محدوده، نیازهایش درجه‌بندی می‌شوند و تحقق می‌یابند. در نتیجه انسان برای زیستن از همان ابتدای زندگی ناگزیر به همکاری با همنوعان خود و قبول مسئولیت می‌باشد، چرا که نیازهای او با کمک و همیاری دیگران مرتفع می‌شوند. سرزنش و نکوهش، عاملی است که فرزندان را خاطی می‌کند و موجب می‌شود که آتش لجبازی و عدم مسئولیت‌پذیری در آنها شعله‌ور گردد. نداشتن تجربه گروهی و بازی‌های دسته جمعی موجب می‌شود که روحیه همکاری و تعاون و اشتراک مساعی، که یکی از ابزارهای مهم مسئولیت‌پذیری است؛ رشد نکند. فقدان محبت موجب آن است که فرد، در تعامل با جامعه دچار مشکل شود، همواره فاصله خود را با دیگران حفظ کند و از همکاری با آنها اجتناب ورزد. این جزء رفتارهایی است که با روحیه‌ی مسئولیت‌پذیری و مشارکت جویی ناسازگار است (۱۵).

بر اساس نتایج به دست آمده در این پژوهش، عوامل مداخله‌گری که در توسعه مسئولیت‌پذیری ورزشکاران حرفه‌ای نقش بازدارنده ایفا می‌نمایند شامل مولفه‌های عدم آگاهی، برنامه‌ریزی نامناسب، حمایت ناکافی و محدودیت‌ها هستند. یکی از مهم ترین موانع توسعه مسئولیت پذیری در ورزشکاران را می‌توان عدم آگاهی آنها از اهمیت این اقدامات و نقشی که می‌توانند در بهبود وضعیت اجتماعی ایفا نمایند دانست. این مشکل زمانی حاصل می‌شود که آموزش کافی و مناسب به ورزشکاران، با موضوعات اجتماعی از سوی نهادهای مرجع و فرهنگ‌سازی مطلوب در این خصوص صورت نپذیرد. از دیگر عوامل تاثیر گذار در موفقیت برنامه‌های مسئولیت‌پذیری، حمایت و تشویق است. چنانچه این امر به خوبی اتفاق نیفتد و عوامل تشویق و ترغیب مناسب از ورزشکاران با مسئولیت پذیری مطلوب صورت نگیرد، این امر می‌تواند بر روی مشارکت اجتماعی ورزشکار تاثیر گذاشته و منجر به تضاد در پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی گردد (۳۹). بنابراین برنامه ریزی‌ها باید در راستای تحقق اهداف مسئولیت پذیری ورزشکاران باشد و موانعی مانند عدم وجود برنامه مدون سازمان–های ورزشی برای جلب مشارکت اجتماعی و عدم برنامه‌ریزی کافی برای بهبود روابط اجتماعی ورزشکاران و نامشخص بودن روند قانونی و عرفی انجام فعالیتهای اجتماعی برای ورزشکاران برطرف گردد.

عامل دیگری که می تواند مانع از مشارکت ورزشکاران در مسئولیت‌های اجتماعی شود، عدم دریافت بازخورد مطلوب و حمایت کافی در تجربیات قبلی آنها است. در واقع، عدم تجلیل و قدردانی کافی، عدم حمایت گروه دوستان، سایر ورزشکاران، مربیان و مدیران، عدم وجود سازوکارهای حمایتی از فعالیتهای اجتماعی ورزشکاران، عدم اختصاص امتیاز به ورزشکاران در حوزه فعالیتهای اجتماعی و غفلت از مسائل و نیازهای ورزشکاران، می‌تواند به عنوان عدم دیدن اقدامات صورت گرفته از سوی ورزشکار تلقی شده و منجر به کاهش تمایل وی در ادامه فعالیت اجتماعی شود.

این شرایط با وجود محدودیت هایی نظیر غفلت از مسائل و نیازهای ورزشکاران، فقدان ساختار سازمانی جهت مدیریت فعالیتهای اجتماعی در بدنه ورزش کشور و محدویت‌های مالی ورزشکاران برای کمک به دیگران می توانند بر تمایل ورزشکاران به مشارکت در مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر منفی داشته باشند.

یافته‌های تحقیق نشان داد پدیده محوری شامل مولفه‌های مشارکت، همدلی، مرجعیت، حضور خیرخواهانه، حفظ ارتباطات، حمایت

1 McGowan, & Mahon

از محرومان، حمایت زیست محیطی و قدردانی است. مشارکت اجتماعی ورزشکاران و ایفای نقش موثر درحوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و محیط زیستی می‌تواند ضمن ارائه مزایای قابل توجه به جامعه، منجر به بهبود تصویر و برند اجتماعی ورزشکاران شده و آنها را به فراتر از عملکرد ورزشی آنها به عنوان مرجع معرفی نماید. این مرجعیت به ویژه در مواقع بروز رویدادهای مخاطره آمیز و بلایای طبیعی از اهمیت دوچندانی برخوردار خواهد بود. بدیهی است مشارکت‌های اجتماعی ورزشکاران، نیازمند بازتاب خبری در رسانه‌های مختلف است که به درستی و به نحوی اثربخش به ورزشکاران کمک نماید تا به ایجاد ارتباطی سازنده با جامعه بپردازند. این ارتباط موثر می تواند اقدامات مختلفی از جمله شرکت در کنفرانس‌های مطبوعاتی، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و حفظ ارتباط مستقیم و سازنده با هواداران را شامل شود.

با آموزش مسئولیت می‌توان انسان‌هایی اندیشمند، خلاق، سرزنده و با نشاط تربیت کرد؛ انسان‌هایی که در شناسایی و حل مشکلات موجود تلاش می‌کنند و اگر در موردی شکست بخورند، برای پیدا کردن راه حل مناسب می‌کوشند و مأیوس و دلسرد نمی‌شوند (۱). فردی که دارای روحیه مسئولیت‌پذیری است، در فعالیت‌های اجتماعی به خوبی مشارکت دارد. این مشارکت می‌تواند در عرصه‌هایی مانند مشارکت در برنامه‌های زیست محیطی، فعالیت‌های خیریه و عام ال‌منفعه، مسئولیت اجتماعی راهبردی برای بازاریابی اجتماعی، شرکت در تحولات سیاسی کشور، شرکت در فعالیت‌های مذهبی، شرکت در کنفرانس‌های مطبوعاتی باشد. در کنار روحیه مشارکت ورزشکار مسئولیت‌پذیر با کمک به استعدادیابی و جهت‌دهی ورزشی، سعی در کمک به ایجاد شغل‌های جدید، کمک به خوشنامی و معرفی کشور و کمک‌های مالی به سازمان‌های خیریه و بیمارستان‌ها دارد. این روحیه زمانی فعال می‌گردد که مسئولیت پذیری به درجه بالای خود برسد. زمانی که این اتفاق افتاد ورزشکار دارای مرجعیت اجتماعی است و حس همذات پنداری با هواداران دارد و به عنوان سفیر در بیماری‌هایی خاص، سفیر صلح، مشاور برای سیاستمداران و همراهی و حمایت از مردم در رویدادهای روز جامعه نقش آفرینی می‌کند. این یافته‌ها با نتایج علوی، غفوری و هنری (۱۳۹۹)، میلر و بالسام (۲۰۱۸) همسو بود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، راهبردهای توسعه مسئولیت‌پذیری ورزشکاران شامل مولفه‌های روابط اجتماعی، حمایت، آگاه‌سازی، انگیزش، صحه‌گذاری، برنامه‌ریزی است.

یکی از مهم‌ترین راهبردها ایجاد روابط اجتماعی است. به این منظور می‌توان اقداماتی نظیر بهبود روابط ورزشکار با جامعه و آحاد مردم، تبلیغات رسانه‌ای به منظور افزایش مشارکت مردمی، تدوین پیام مرتبط با مسائل روزِ جامعه در صفحه‌های مجازی است. همچنین می‌توان برای ارتقای مسئولیت اجتماعی از راهبرد آگاه‌سازی استفاده کرد. در این مسیر می‌توان برنامه‌هایی نظیر آموزش آگاهی زیست محیطی به هواداران، فرهنگ‌سازی در خصوص مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ایجاد آگاهی اجتماعی در جامعه از موضوع‌هایی مثل فقر و ارائه آموزشهای لازم برای ورزشکاران در حوزه های مختلف اجتماعی، محیط زیستی به عنوان سفیران آگاهی در جامعه را انجام داد. در این راستا می‌توان حمایت‌های سازمان‌های مردم نهاد، فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان را از مهم‌ترین الزامات تحقق مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران دانست. این حمایت ها می توانند در حوزه های مختلف اجتماعی نظیر حمایت‌های در کاهش فقر و بیکاری، حمایت مادی و معنوی از کودکان کار، حمایت و توجه به بیماری‌های خاص و ... را شامل شود. این حمایت‌ها لازم است با برنامه ریزی مناسب و منسجم صورت پذیرد، چرا که این امر اجرایی شدن و اثربخشی برنامه های حمایت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری ورزشکاران را افزایش می‌دهد. این برنامه‌ریزی مستلزم ایجاد ساختار سازمان یافته مسئولیت اجتماعی در ساختار ورزش کشور چه در باشگاه‌ها و فدراسیون ها و حتی در وزارت ورزش و جوانان خواهد بود. این برنامه ریزی‌های استراتژیک و منسجم، ضمن صحه گذاری بر عملکرد ورزشکاران و ایجاد انگیزه تداوم فعالیت در آنها، می‌تواند با تشویق، ترویج و فرهنگ‌سازی آموزش‌های اخلاقی به ورزشکاران و تقدیر از ورزشکاران شاخص در زمینه مسئولیت اجتماعی، منجر به افزایش احتمال مشارکت و همراهی سایر ورزشکاران نیز شود.

بر اساس نتایج به دست آمده، توسعه مسئولیت پذیری اجتماعی ورزشکاران می‌تواند پیامدهای متعددی از جمله مولفه‌های برند ورزشکار، سلامت ورزش، بهبود اجتماعی و فرهنگ سازی را در پی داشته باشد. پیامدهای استقرار موفق الگوی مسئولیت پذیری اجتماعی ورزشکاران می تواند جامعه، و همچنین خود ورزشکار را تحت تاثیر قرار دهد. بدیهی است مشارکت های اجتماعی ورزشکاران، با نشان دادن توانمندیهای ورزشکار خارج از فضای ورزش، می تواند به معرفی و خوشنامی ورزشکار، بهبود برند ورزشکاران و ماندگاری در ذهن آحاد جامعه منجر شده و با بهبود برند و تصویر مردم از ورزشکار، به افزایش وفاداری هواداران نسبت به ورزشکار منجر شود. از سوی دیگر، ترویج سبک زندگی سالم توسط ورزشکاران و همچنین افزایش مشارکت ورزشی آحاد جامعه از جمله نوجوانان و جوانان

زمینه ساز ارتقا سلامت و کیفیت زندگی در جامعه شود. بدیهی است این ارتقای کیفی، می تواند منجر به ارتقا سلامت روان و توسعهٔ امید، شور و نشاط اجتماعی و بهبود همبستگی و انسجام ملی شده و در نهایت به کاهش بزهکاری‌های اجتماعی منجر شود. مسئولیت-پذیری ورزشکاران عاملی برای توسعه سلامت اجتماعی است. لذا می‌تواند پیامدهایی مطلوبی نظیر پیشگیری از آسیب‌های روانی اجتماعی، گسترش اقبال خانواده‌ها به ورزش، توسعه سلامت روانی ورزشکاران و جذب کودکان و جوانان به ورزش را در پی داشته باشد. همچنین یکی دیگر از کارکردهای مسئولیت اجتماعی ورزشکاران فرهنگ‌سازی است. ترویج امر به معروف در جامعه، ترویج سبک زندگی سالم، فرهنگ دوستی و اعتماد، الگوسازی مناسب در جامعه، شفاف سازی و افشاگری فسادهای موجود در ورزش و افزایش همدردی مردم جامعه در حوادث از شاخص‌های فرهنگ سازی به عنوان پیامد مسئولیت‌پذیری ورزشکاران است. این یافته‌ها با نتایج لی و همکاران (۲۰۲۰) و میگنان و همکاران (۲۰۰۵) همسو است. پژوهش خسروی (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران حرفه‌ای به عنوان بخشی از خبرگان جامعه می‌تواند تأثیر معناداری در توسعه پایدار جامعه داشته باشد. از سوی دیگر، توجه کردن به مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند باعث ارتقای سلامت روان خود ورزشکار هم شود (۹). همچنین موير[1] (۲۰۱۵) پنج مزیت برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شمارد که حاکی از اهمیت مسئولیت اجتماعی در جامعه می‌باشد. این مزیت‌های عبارتند از: ۱) قابلیت مسئولیت اجتماعی در اثرگذاری مثبت بر اجتماع؛ ۲) قابلیت مسئولیت اجتماعی در حمایت کردن از هنجارهای ارزشمند جامعه؛ ۳) قابلیت مسئولیت اجتماعی در کمک به افراد جامعه؛ ۴) قابلیت مسئولیت اجتماعی در رشد و توسعه فردی و حرفه‌ای و ۵) قابلیت مسئولیت اجتماعی در بهبود روابط بین افراد.

مسئولیت‌پذیری در ابعاد فردی و اجتماعی به مثابه ابزار اصلی حفظ انسجام و همبستگی اجتماعی در عین احترام به تفاوت‌های موجود است، یعنی اینکه مسئولیت‌پذیری در بعد شخصی، زمینه‌ساز مسئولیت‌پذیری اجتماعی است و مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز پیامدهای اجتماعی و فرهنگی زیادی دارد که یکی از مهم ترین آنها، دیگر خواهی در روابط اجتماعی است (۳۶).

نکته قابل تامل در یافته‌های این پژوهش ارتباط و اثرگذاری عواملی شناسایی شده در مدل هستند که در چارچوب مفهومی تحلیل و هدایت مسئولیت اجتماعی ورزشکاران (شکل دو) نشان داده شده‌اند. بر اساس شکل، نشان داده شده است که هر یک از عوامل مولفه‌های شناخته شده در مدل بر یکدیگر تاثیر داشته و می‌توانند اثربخشی یکدیگر بر پدیده محوری را دو چندان نمایند؛ برای مثال، عوامل مداخله‌گر شناخته شده در مدل شامل عدم آگاهی، عدم برنامه ریزی، عدم حمایت و محدودیت‌ها می‌توانند با اثرگذاری بر یکدیگر تاثیر منفی خود را بر پدیده محوری تشدید کنند. بدین صورت که محدودیت‌ها منجر به عدم حمایت شده، عدم حمایت بر عدم برنامه‌ریزی اثرگذاشته و در نهایت این فرآیند به عدم آگاهی منجر خواهد شد. و یا در خصوص پیامدهای مدل که شامل مولفه‌های برند ورزشکار، سلامت ورزش، بهبود اجتماعی و فرهنگ سازی است، تقویت برند اجتماعی ورزشکار به توسعه سلامت ورزش منجر شده و در کنار فرهنگ سازی اجتماعی مناسب، بهبود اجتماعی جامعه را در پی خواهد داشت. نتایج به دست آمده از این پژوهش، همراستا با نتایج سایر پژوهشهایی که بر اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی تاکید داشته‌اند، با شناسایی عوامل موثر می‌تواند راهبردهایی را برای غلبه بر محدودیت‌ها و تحقق مسئولیت‌پذیری ورزشکاران ارائه داده و ضمن به همراه داشتن فواید بیشمار در جامعه، به توسعه فردی و اجتماعی ورزشکاران منجر شود.

1 Muir

References

1. Ahmadi A, Ramezani A. The effect of Glaser's style of responsibility training on reducing the identity crisis of Isfahan high school students. Journal of Educational and Psychological Sciences. 2008; 2:23-32. [Persian]
2. Alavi S, Ghafouri F, Honari H. Identification Dimension of Social Responsibility of Celebrities Athletes, Journal of Sports Management Studies. 2020; 2 (59): 153-176. [Persian]
3. Andrews DL, Jackson SJ. Sport stars: The cultural politics of sporting celebrity. Research Annual. 2013; 5: 107–122.
4. Arena M, Azzone G, Mapelli F. What drives the evolution of Corporate Social Responsibility strategies? An institutional logics perspective. Journal of cleaner production. 2018; 171: 345-355.
5. Badavar Nahandi Y, Hassanzadeh R, Jalalifar Z. Examining the relationship between social responsibility and the performance of companies admitted to the Tehran Stock Exchange. Productivity Management Quarterly. 2015; 7(28). [Persian]
6. Bai N, Haji Enzehayi Z, Esfahaninia A. The effect of social responsibility and moral atmosphere of the organization on the involvement in the work of employees of sports and youth departments of Golestan province. Journal of Organizational behavior management in sports studies. 2019; 5(20). [Persian]
7. Choi R. Who Is the Celebrity in Advertising? Understanding Dimensions of Celebrity Images. The Journal of Popular Culture. 2007; 40(2): 304-324.
8. Davis, S. L., Rives, L. M., & de Maya, S. R. Introducing personal social responsibility as a key element to upgrade CSR. Spanish Journal of Marketing-ESIC. 2017; 21(2): 146-163.
9. Eisamorad A, Jamaetloo N. The relationship between responsibility and mental health of female amateur athletes in Karaj. Journal of research in sports management. 2013; 1(4). [Persian]
10. Fu H, Ye BH, Law R. You do well and I do well? The behavioral consequences of corporate social responsibility. International Journal of Hospitality Management. 2014; 40: 62-70.
11. Ghofrani M. The relationship between social responsibility and the reputation of bodybuilding clubs in Sistan and Baluchistan province. Two quarterly journals of sports management and development. 2016; 3(7). [Persian]
12. Hatami S, Aghaei N, Poorsoltani Z H, Akbari Yazdi H. The mediating role of social responsibility in the relationship between managers' professional ethics and the behavior of football fans. A study of organizational behavior management in sports. Journal of Organizational behavior management in sports studies. 2019; 5(1). [Persian]
13. Henderson C, O'Hara S, Thornicroft G, Webber M. Corporate social responsibility and mental health: the Premier League football Imagine Your Goals programme. International review of psychiatry. 2014; 26(4): 460-466.
14. Hinson RE, Avornyo F, Kuada J, Asante FA. Corporate social responsibility and international business: examining the nexus and gaps from a developing economy perspective. International Journal of Corporate Social Responsibility. 2017; 2(1): 5.
15. Hosseini G T. Responsibility in students. Roshd School Counselor Magazine. 2013; 30: 16-19. [Persian]
16. Khalife S M, Goodarzi M, Dehghan G A, Alidoost G A. Presenting the social responsibility model of sports celebrities. Journal of Organizational behavior management in sports studies. 2022; 8(29): 29-48. [Persian]
17. Khosravi A. Sustainable development in the light of the selection of the best criterion of social responsibility from the experts' point of view. Journal of environmental education and sustainable development. 2020; 7(2). [Persian]
18. Lee S, Han H, Radic A, Tariq B. Corporate social responsibility (CSR) as a customer satisfaction and retention strategy in the chain restaurant sector. Journal of Hospitality and Tourism Management. 2020; 45: 348-358.
19. Lockett A, Moon J, Visser W. Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. Journal of management studies. 2006; 43(1): 115-136.
20. Maignan I, Ferrell OC, Ferrel L. A Stakeholder Model for Implementing Social Responsibility in

Marketing. European Journal of Marketing. 2005; 39(9): 956-977.
21. Martins P, Rosado A, Ferreira V, Biscaia R. Personal and social responsibility among athletes: The role of self-determination, achievement goals and engagement. Journal of human kinetics. 2017; 57(1): 39-50.
22. McGowan RA, Mahon JF. Corporate social responsibility in professional sports: An analysis of the NBA, NFL, and MLB. Academy of Business Disciplines Journal. 2009; 1(1): 45-82.
23. Miller AR, Balsam JS. Guest Editors' Introduction to JLAS Special Issue on Athlete Activism and Sports Social Responsibility. Journal of Legal Aspects Sport. 2018; 28(118).
24. Mirmohammadi SM, Rahimian M, Abedini M. Perception of social responsibility and intra-role and extra-role performance of employees; Work attitudes as a mediating variable. Quarterly Journal of Management Research in Iran. 2018; 21(2). [Persian]
25. Montazeri A, Talebpour M, Andam R, Kazemnejad A. Measuring corporate social responsibility in sport industry: Development and validation of measurement scale. Annals of Applied Sport Science. 2017; 5(2): 97-114. [Persian]
26. Montazeri A, Talebpour M, Andam R, Kazemnejad A. The role of social responsibilities in the attitude of Iranian football fans. Journal of Sports Management Studies. 2020; 11(53). [Persian]
27. Muir, S. (2015). Top 5 benefits of Corporate Social Responsibility. Retrieved in Oct 1, 2019 from https://cubegroup.com.au/top-5-benefits-of-corporate-social-responsibility/
28. Naghavi M, Hosseini SE, Ramezaninezhad R, Keshkar S. Identifying the areas and factors affecting the formation of social behaviors of Iranian professional athletes. Journal of Organizational behavior management in sports studies. 2018; 4(61): 37-53. [Persian]
29. Niyazitabar M, Andam R, Bahrololoom H, Memari Zh, Rezayipandi A. Social responsibility in football. Journal of sports management and development. 2022; 9(3): 107-124. [Persian]
30. Nochamani H, Bahrololoom H, Bagheri H. The Effect of Ethical Leadership and Social Responsibility on the Organizational Reputation of Sports and Youth Departments in Golestan Province 2021; 8(30): 79-92. [Persian]
31. Robertson J, Eime R, Westerbeek H. Community sports clubs: are they only about playing sport, or do they have broader health promotion and social responsibilities.?. Annals of Leisure Research. 2019; 22(2): 215-232.
32. Rohani S. Investigating the relationship between perceived organizational support and dimensions of social responsibility and social identity of Iranian national handball teams. Master's thesis. Payam Noor University of Tehran Province. 2017. [Persian]
33. Saeedpoor S, Aghaei N, Elahi A. The role of social responsibility on team performance of Persepolis club with the mediation role of fans' satisfaction. Journal of Organizational behavior management in sports studies. 2020; 6(21). [Persian]
34. Shafieabadi A. Children education techniques. Tehran: Jihoon Publications, 8th edition. 2015. [Persian]
35. Singer JN. An Exploratory Study of Professional Black Male Athletes' Individual Social Responsibility (ISR). The Ethics of Sport: Essential Readings. 2016; 242.
36. Soroush M. The sense of individual and social responsibility, otherness and social trust, studies of adolescents in Shiraz. Journal of Applied Sociology. 2013; 2(4): 193-211. [Persian]
37. Tran B. Corporate social responsibility. In Advanced Methodologies and Technologies in Business Operations and Management. 2019; 270-281.
38. Valipoor M, Habibian M. Investigating the relationship between organizational culture and social responsibility of physical education teachers in Babolsar. Applied Research Journal of Sport Sciences Without Borders. 2020; 11(6). [Persian]
39. Goodarzi M, Shojaei A. Presenting the social responsibility development model of elite female athletes in social media. Journal of Organizational behavior management studies in sports. 2022; 8(1): 67-87. [Persian]
40. Pitney WA, Parker J. Qualitative research in physical activity and the health professions. Champaign, IL: Human Kinetics; 2009.