

تعیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر علی اخلاق حرفه‌ای مدیران بر اخلاق مدنی شهروندی هواداران باشگاه‌های فوتبال لیگ دسته یک ایران

زهرا کبیری^۱، رضا صابونچی^{۲*}، نجف آقایی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

۲. استادیار مدیریت ورزشی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی تهران

تاریخ دریافت: (۹۸/۰۱/۲۴) تاریخ پذیرش: (۹۸/۰۵/۱۵)

Determining The Mediating Role Social Capital in the causal Effects professional ethics of the managers on the citizenship civic moral among football clubs fans in Premier League Football of Iran

Z. Kabiri¹, R.Saboonchi^{2*}, N. Aghaei³

1. PhD.Student in Sport Management, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran.
2. Assistant Professor in Sport Management, Borujerd Branch, Islamic Azad University, Borujerd, Iran
3. Associate Professor of Sport Management, Shahib Beheshti University.

Received: (13 April 2019)

Accepted: (06 August 2019)

Abstract

The purpose of this research was to determining the Mediating Role Social Capital in the causal Effects professional ethics of the managers on the citizenship civic moral among football clubs fans in Premier League Football of Iran. The research method is descriptive correlational. The statistical population of this research was all the fans of the national football league in 1397, who were present at the stadium to watch their favorite football team matches. Using the sample size formula for an unlimited society, 320 people were selected as samples, three questionnaires were used to collect information: Eidi and colleagues' professional ethics questionnaire (1395), the researcher-made citizenship ethics questionnaire and Goshal and Nahapit social capital questionnaire (2002). Collected data were analyzed by inferential methods such as Pearson correlation coefficient, Sobel test and structural equation model. The results of the research showed that there is a significant relationship between professional ethics and its components and social social capital ($r=0/717$) and its components with the citizens' ethics ($r=0/581$) of the supporters. The AMOS software outlets indicate the fitting suitability of the structural model. ($NFI=0/9$, $IFI=0/97$, $RMSEA=0/07$ و $CFI=0/97$ indicate the fit of the structural model). According to the results: The Sobol Amount statistic is equal to $8/314$, which is at 99% confidence level, Significant reporting was reported ($P-Value \leq 0.05$). It seems that social capital of the club can act as a mediating variable between the managers' ethics and civil ethics and the citizenship of the fans, and professional ethics, thereby, reveal their effects on the ethics of the citizenry of the fans.

Keywords

professional ethics, citizenship civic moral, fan, social capital

چکیده

هدف از این تحقیق تعیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر علی اخلاق حرفه‌ای مدیران بر اخلاق مدنی شهروندی هواداران باشگاه‌های فوتبال لیگ دسته یک ایران بود. روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش تمام هواداران لیگ دسته یک فوتبال کشور در سال ۱۳۹۷، که برای تماشای مسابقات فوتبال تیم محبوب خود در ورزشگاه حضور یافتند؛ بود. با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه برای جامعه نامحدود ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از سه پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای عیدی و همکاران (۱۳۹۵)، پرسشنامه اخلاق شهروندی محقق ساخته و پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناپاهایت و گوشال (۲۰۰۲) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون سوبل و مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد بین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن و سرمایه اجتماعی ($r=0/717$) و مؤلفه‌های آن با اخلاق شهروندی هواداران ($r=0/581$) رابطه معنادار وجود دارد ($p \leq 0/01$). خروجی‌های نرم افزار AMOS نشان دهنده برازش مناسب مدل ساختاری بود. (میزان شاخص‌های $NFI=0/9$ ، $IFI=0/97$ ، $RMSEA=0/07$ و $CFI=0/97$ نشان دهنده برازش مدل ساختاری بودند). با توجه به نتایج تحقیق: مقدار آماره سوبل برابر با $8/314$ است که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار گزارش شد ($P-Value \leq 0.05$) به نظر می‌رسد، که سرمایه اجتماعی باشگاه می‌تواند به عنوان متغیر میانجی بین اخلاق حرفه‌ای مدیران و اخلاق مدنی و شهروندی هواداران عمل نماید و اخلاق حرفه‌ای از این طریق اثرات خود را بر اخلاق شهروندی هواداران نمایان سازد.

کلید واژه‌ها

اخلاق حرفه‌ای، اخلاق مدنی و شهروندی، هوادار، سرمایه اجتماعی

*Corresponding Author: Reza Saboonchi

E-mail: saboonchi.reza@yahoo.com

* نویسنده مسئول: رضا صابونچی

مقدمه

مدیران و کارکنان سازمان‌ها برای انجام امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی نیاز به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی^۱ و ارزشی دارند، که آنان را در رفتارها و اعمال سازمانی یاری دهند و نوعی هماهنگی و وحدت رویه در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی را برایشان میسر سازد (مسکاین و همکاران، ۲۰۱۰). سطح اخلاقی سازمان به قرار گرفتن ارزش‌های محوری همچون؛ امانت‌داری، دوری از تبعیض، صداقت، اعتماد متقابل، عدالت، رعایت حقوق ذینفعان سازمان و لحاظ کردن منفعت ذی‌نفعان درون خط مشی‌ها، برنامه‌ها، اقدامات و تصمیمات گفته می‌شود. برای اتخاذ یک تصمیم مساعد باید بتوان، ارزش هر یک از نتایج احتمالی را که پس از انجام تصمیم حاصل خواهد شد، پیش‌بینی نمود و به طور ضمنی این ارزش‌ها را با نوعی مقیاس کمی مقایسه و احتمال موفقیت را بررسی کرد، که این کار همیشه ساده نخواهد بود. تصمیم‌گیری از اجزای جدایی‌ناپذیر مدیریت به شمار می‌آید و در هر وظیفه مدیریت به نحوی جلوه‌گر است؛ در تعیین خط‌مشی‌های سازمان، در تدوین هدف‌ها، طراحی سازمان، انتخاب، ارزیابی و در تمامی اعمال مدیریت. تصمیم‌گیری جزء اصلی و رکن اساسی است. اقدامات و تصمیمات سازمانی زمانی می‌تواند اثربخش باشد، که شناخت کافی درباره اصول اخلاقی در عرصه سازمان و مدیریت وجود داشته باشد. رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های جامعه از جمله صنعت ورزش^۲ و زیرمجموعه‌های آن، باشگاه‌های ورزشی به وجود آورده است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵). اخلاق حرفه‌ای^۳ یکی از مسائل اساسی همه جوامع بشری است. در حال حاضر، متأسفانه در جامعه ما و به ویژه در باشگاه‌های فوتبال، کمتر به اخلاق حرفه‌ای توجه می‌شود (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵). در حالی که در غرب سکولار، در دانش‌های مربوط به مدیریت و سازمان و در قسمت ورزش، شاخه‌ای با عنوان اخلاق حرفه‌ای وجود دارد، ولی در جامعه ما در مدیریت و خصوصاً صنعت ورزش، به اخلاق توجه کافی نشده است. چنان که شاهد هستیم بیشترین بی‌اخلاقی‌ها در باشگاه‌های فوتبال رخ می‌دهد و این بی‌اخلاقی‌ها روز به روز افزایش پیدا کرده و سبب نارضایتی اهالی ورزش، بخصوص هواداران این باشگاه‌ها گردیده است. باشگاه‌های فوتبال ما نیازمند آن است، تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه

مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و... در آنها تعریف و برای تحقق آن در باشگاه و در بین پرسنل فرهنگ‌سازی شود (عیدی و همکاران، ۱۳۹۵). در چند سال گذشته، پاسخگویی به خواسته‌های هواداران و نیز سعی در ارتقاء ارزش‌های اجتماعی، تناقضات پیچیده‌های رابرای باشگاه‌های فوتبال به همراه داشته است، که باشگاه‌های ورزشی متعهد در زمینه‌های مختلف، با آن درگیرند. ایجاد مصالحه و برقراری تعادل میان خواسته‌های هواداران و جامعه، موضوعی است که در چارچوب کاری اخلاق حرفه‌ای باشگاه تعریف می‌شود و به رابطه میان باشگاه و جامعه کمک می‌کند. همان گونه که مشخص است خلاء پژوهش در محیط‌ها و سازمان‌های ورزشی و به خصوص بر روی هواداران و اخلاق شهروندی آنها در زمینه اخلاق حرفه‌ای، چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور مشهود می‌باشد. اخلاق شهروندی عبارت است از: مجموعه‌ای از مبانی و معیارها، بایدها و نبایدها و هنجارهایی که بر رفتار، اعمال، روابط و مناسبات اجتماعی شهروندان حاکم است و به لحاظ اهمیت از موضوعات مهم زندگی شهروندان محسوب می‌شود که با گذشت زمان و در نتیجه ی پیشرفت علوم و فناوری‌های جدید و ترویج فرهنگ‌های مختلف و نیز رشد شهرنشینی و آشکارشدن نیازهای جدید مادی و معنوی انسان، ضرورت آن بیشتر احساس می‌شود (غلامی نیا، ۱۳۸۸). صنعت ورزش و باشگاه‌های ورزشی از جمله محیط‌ها و سازمان‌هایی می‌باشند که در جامعه نقش و وظیفه مهم و حساسی بر عهده آنها است، که رسالت آنها ارائه خدمات مورد نیاز، ورزشی، تندرستی و توانبخشی در بالاترین سطح استاندارد جهت تأمین، حفظ و ارتقای سلامت جامعه است. رعایت اخلاقیات در باشگاه‌های ورزشی من جمله باشگاه‌های فوتبال، ضرورت بیشتری دارد، چرا که رفتار مبتنی بر اصول اخلاقی در مدیران باشگاه، نقش مؤثری در جذب و حفظ هواداران دارد. باشگاه‌های ورزشی و مدیریت آنها نقش مهمی در اخلاق فردی هواداران ایفاء می‌نماید. ایجاد ارزش‌های اخلاقی در سطح باشگاه می‌تواند از طریق تأثیر بر متغیرهای سازمانی دیگر، منجر به سطح بالاتر اخلاق شهروندی هواداران شود. در همین راستا زینالی صومعه و پورعزت (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی آثار فضای غیراخلاقی در محیط کار، بر رفتارهای ضد شهروندی سازمانی پرداخته و به این نتیجه رسیدند، که ارتقاء فضای اخلاقی شامل فضای مراقبتی، فضای کارایی، فضای مستقل، فضای قانونی و فضای حرفه‌ای بر کاهش رفتارهای ضد شهروندی از جمله انحراف سیاسی، انحراف تولید، پرخاشگری فردی و انحراف دارایی مؤثر بوده است. فرآیند انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی یا نهادینه کردن الگوها و عناصر فرهنگی از طریق تربیت و پرورش کودکان و نوجوانان از موضوعات بسیار

1- Ethical guidance

McCain et al 2-

1- Sports industry

2- Professional ethics

شبکه‌های اجتماعی‌ای که می‌توانند حس همکاری و اطمینان را در میان افراد یک جامعه پدید آورند. بسیاری از جامعه‌شناسان و متفکران حوزه‌های علوم اجتماعی بر این باورند، که توجه به سرمایه اجتماعی یکی از ابعاد مهم توسعه جوامع است. امروزه در کنار سرمایه‌های مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی^۵ مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. این مفهوم به ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد، که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف می‌شود (پناهی و همکاران، ۱۳۹۳). باشگاه‌های ورزشی به مثابه سیستم‌های اجتماعی، از اجزایی تشکیل شده است، که لازمه عملکرد کارا و اثربخش آن به شمار می‌روند. سرمایه‌ها نیز به عنوان یکی از اجزای باشگاه نقش حیاتی در تأمین نیازهای آن، پیشبرد اهداف و بقای آن بازی می‌کنند. در این میان، سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از اشکال سرمایه سازمانی همچون ابزاری در دست مدیریت باشگاه است، که از طریق آن می‌توان به گونه‌ای کارا تر و با هزینه‌های کمتری اهداف باشگاه را تحقق بخشید. این واقعیت، علاقه مدیران سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی را به تئوری سرمایه اجتماعی به منظور تبیین و تفسیر برخی مسائل و مشکلات موجود در سازمان به خود جلب نموده است. سرمایه اجتماعی و اخلاق شهروندی هواداران به عنوان یکی از موضوعات در عرصه ورزش، به ویژه باشگاه‌های ورزشی در عصر حاضر درآمدی است و کلید موفقیت هر سازمانی می‌باشند. تلاش‌هایی که به منظور افزایش سرمایه اجتماعی باشگاه و اخلاق شهروندی هواداران صورت گرفته است، نتایج مثبتی را در زمینه اثربخشی، کارایی و بالا رفتن اعتماد و راندمان باشگاه‌های ورزشی و در نهایت صنعت ورزش کشور به ارمغان آورده است. سرمایه اجتماعی تسهیل کننده فعالیت اخلاقی در جامعه است، به طوری که منشأ فعالیت اخلاقی از سرمایه اجتماعی است و نمی‌تواند جدا از ساختار اجتماعی انجام گیرد. با افزایش سرمایه اجتماعی افراد، اخلاق حرفه‌ای آنان قابل پیش‌بینی و خودکارآمدی در بین آنان افزایش می‌یابد. هسو و همکاران^۶ (۲۰۱۱) نشان دادند با کاهش سرمایه اجتماعی، رفتارهای ضد اخلاقی مانند سرقت، اختلاس و خشونت در سازمان‌ها افزایش یافته و برعکس با افزایش آن، احترام به حقوق شهروندان افزایش می‌یافت. علی زاده و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به تعیین رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و سازمانی با سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی، در میان دبیران

مهمی است که از دیرباز و در طول سیر تحولات فرهنگی و علمی جوامع متمدن ذهن و اندیشه متفکران و اندیشمندان اجتماعی را به خود مشغول داشته است. در این بخش از پژوهش موضوع‌های مرتبط با اخلاق شهروندی به طور مختصر مورد بررسی قرار می‌گیرد. در عصر حاضر اخلاقیات و مدیریت آن از عوامل اصلی عملکرد موفقیت‌آمیز در یک محیط رقابتی است. عدم توجه به اخلاق در باشگاه‌های فوتبال، می‌تواند معضلات بزرگی برای این باشگاه‌ها به وجود آورد. در این میان قضاوت هواداران در مورد اخلاقی بودن و یا غیراخلاقی بودن امور باشگاه بر کمیت و کیفیت کار آنان و در نتیجه موفقیت باشگاه تأثیر قابل توجهی دارد. باشگاه‌های فوتبال از جمله نهادهایی است، که در جامعه ما از حساسیتی خاص برخوردار است. این حساسیت بیشتر به آن دلیل است که عملیات داخلی آنها در معرض دید هواداران قرار دارد و مورد قضاوت آنان است. همچنین باشگاه‌ها بیش از سایر سازمان‌ها با نیروی انسانی در ارتباطند و عهده‌دار تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و ورزشکار می‌باشند. بنابراین باشگاه ورزشی نیازمند فضایی است که در آن کارکنان، مدیران و افراد دیگر باید افرادی مسئولیت‌پذیر، دلسوز، درستکار، وفادار، با تعهد و به طور کلی اخلاقی بار آیند و با تکیه بر انرژی درونی خود، باشگاه را در مسیر موفقیت قرار دهند. باقری (۱۳۹۳) معتقد است اخلاق و تعهد شهروندی فرآیندی است که باید آن را همچون هدفی اساسی در نظر گرفت و به صورت تدریجی ایجاد کرد. به اعتقاد فرمپینی فراهانی (۱۳۹۳) تعلیم و تربیت شهروندی با مفهوم ارزش‌ها و اخلاق آمیخته شده است، بنابراین اخلاق شهروندی مقوله‌ای عمومی و بین‌رشته‌ای است که تمام دیسیپلین‌ها و رشته‌های علمی باید به آن بپردازند. اگر بپذیریم تربیت شهروند خوب و اخلاقی باید یکی از اهداف هر نظام آموزشی باشد، آنگاه اخلاق شهروندی در این میان نقش کلیدی پیدا خواهد کرد. عطااللهی (۱۳۹۴) به بررسی رابطه هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی پرداخت. نتایج نشان داد، که بین دو متغیر هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. یکی از عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی، هوش اخلاقی است و هوش اخلاقی بر تمام مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است. متغیر دیگری که تاکنون در این زمینه مورد غفلت واقع شده است، سرمایه اجتماعی است که دارای توان بالقوه فراوانی جهت اثرگذاری بر متغیرهای سازمانی و احتمالاً اخلاق شهروندی است. سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی و چندلایه است، که در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه اجتماعی به مثابه یک کل عبارت است از، ارتباطات و

1- Social capital

2- Hsu et al

مقطع اول متوسطه شهرستان نغده پرداختند نتایج به دست آمده گویای آن است که بین مؤلفه های اخلاق حرفه ای و ابعاد مسئولیت اجتماعی و بین مولفه های اخلاق حرفه ای و ابعاد سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. هم چنین مولفه های اخلاق حرفه ای و سازمانی قادر به پیش بینی سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی به طور مثبت و معنادار هستند. نتایج پژوهش امام قلی زاده و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد اخلاق حرفه ای نقش میانجی مثبت و معناداری را در اثر فرهنگ سازمانی بر سرمایه اجتماعی ایفا می کند. اسماعیل زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و اخلاق حرفه ای کارکنان فدراسیون شنا جمهوری اسلامی ایران پرداختند. نتایج آزمون رگرسیون نشان دهنده تایید فرضیه های تحقیق بود. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده توسط علی زاده و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد تحلیل همبستگی کانونی با ۹۹ درصد احتمال وجود همبستگی بین دو مجموعه مؤلفه های اخلاق حرفه ای با ابعاد سرمایه اجتماعی را تایید می کند. کانگ و کیونا (۲۰۱۸)، در تحقیقی با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و پیشرفت رقابت و ادامه کسب و کارهای اقتصادی در شرکت های کره ای به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و پیشرفت رقابت در کسب و کارهای اقتصادی و همچنین بین سرمایه اجتماعی و و ادامه کسب و کارهای اقتصادی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. رفیعی و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار کارآفرینی در اعضای هیات علمی دانشگاه پزشکی قزوین به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و رفتار کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود داشته و هر چه سرمایه اجتماعی بالاتر، بروز رفتار کارآفرینی در اعضای هیات علمی دانشگاه پزشکی قزوین بیشتر می شد. یافته های تحقیق گودرزی (۱۳۹۰) بیانگر آن است که به هر میزان فردگرایی خودخواهانه در جامعه بیشتر، میزان سرمایه اجتماعی و در نتیجه میزان رعایت اخلاق شهروندی در رفتار شهروندان کمتر خواهد بود. همچنین نتایج حاصله حاکی از آن است که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و رعایت اخلاق شهروندی رابطه معنادار وجود دارد این در حالی است که منطقه سکونت تأثیری بر میزان رعایت اخلاق شهروندی نداشته است. دمیرتاز^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و اخلاقیات: یک برنامه کاربردی در بخش بهداشت و درمان به این نتایج دست یافت که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و

اخلاق کار وجود دارد. علاوه بر این پرستاران شاغل در بخش خصوصی نمره اخلاق بالاتری نسبت به کارمندان شاغل در بخش دولتی کسب نمودند. محقق همچنین ابراز داشت که سرمایه اجتماعی در هر دو گروه سبب بروز رفتارهای فراتر از شهروندی بیشتری در قبال سازمان، مشتریان و جامعه شده است. ولیخانی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی میزان هوش اخلاقی مدیران و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی سازمان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، که بین هوش اخلاقی و ابعاد آن با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین هوش اخلاقی قادر به پیش بینی سرمایه اجتماعی بود. بنابراین هرچه مدیران از هوش اخلاقی بالاتری برخوردار باشند، سرمایه های اجتماعی ارزشمندی برای سازمان هستند. در این میان، اخلاق شهروندی ورزشی، بخاطر اثربخشی و تأثیرات چشمگیری که بر سازمان های ورزشی داشته اند، توجه زیادی را به خود اختصاص داده اند. در سال های اخیر این توجه به باشگاه های فوتبال نیز سرایت کرده است. از میان عناصر مختلف تشکیل دهنده باشگاه های ورزشی، هواداران^۱ بعنوان هسته مرکزی و حامیان حقیقی باشگاه مطرح بوده و تأثیر رفتارهای آنان بر باشگاه به اندازه ای زیاد است، که می توان گفت سعادت باشگاه و پرسنل مربوطه در دست آنهاست. از طرفی تحولاتی که امروزه در عرصه های مختلف روی داده است، رویکرد به حرفه ای شدن توسعه منابع انسانی را در مراکز و باشگاه های ورزشی غنی تر و پررنگ تر کرده است. رفتار حرفه ای^۲، جلوه ایست که یک مدیر حرفه ای سعی دارد، از خود بر اساس شرح شغلی که متصدی آن است، در ذهن مخاطب خود ایجاد نماید. مدیر حرفه ای به صورت مؤثر این مهارت را کسب کرده، تا بتواند در مجموع هوشمندانه و در اکثر زمان ها و مکان ها، اثر مطلوب مورد نظر خود را روی اکثر افراد مرتبط با کار خود بر جای بگذارد (سلیمانی، ۱۳۹۰). بررسی پژوهش های مختلف در حیطه موضوع تحقیق و بخصوص در زمینه اخلاق حرفه ای و تأثیر آن بر دیگر متغیرها در محیط ورزش، خصوصاً باشگاه ورزشی فوتبال یک نشان دهنده خلاء بزرگ در زمینه توجه کافی و عدم استفاده مطلوب از این متغیرها و به خصوص صنعت فوتبال ایران به عنوان پرتعدادترین ورزش کشور می باشد. همان طور که ملاحظه شد، تحقیقات در حوزه شهروندی و به خصوص اخلاق شهروندی قدمت چندانی ندارد و در چند سال اخیر تا حدی رواج یافته است. از تحقیقات و پژوهش های اخیر به این نتیجه می توان رسید که شهروندی در ایران پدیده ای نو و در حال ظهور است و با توجه به این که ویژگی

1- Fans

2- Professional Behavior

3- Demirtas

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر توصیفی از نوع همبستگی با رویکرد معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش تمام هواداران بالای ۱۸ سال تیم‌های فوتبال لیگ دسته یک کشور (مورد مطالعه: باشگاه قشقایی و فجر سپاسی شیراز) بود، که به تماشای مسابقات فوتبال تیم محبوب خود از طریق حضور در ورزشگاه می‌پردازند روش نمونه‌گیری این تحقیق هدفمند و در دسترس می‌باشد و جهت تعیین حجم نمونه از روش جامعه نامحدود استفاده شده است. برای انجام این کار، از فرمول تعیین حجم جامعه نامحدود استفاده شد. بنابراین با تعیین حجم نمونه و احتمال ریزش آن تعداد ۳۶۰ پرسشنامه در جامعه مورد نظر توزیع گردید که از این تعداد ۳۲۰ پرسشنامه جمع‌آوری و ۳۰۳ پرسشنامه که بطور کامل تکمیل شده بود مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار اندازه‌گیری پژوهش حاضر شامل سه پرسشنامه استاندارد بر اساس هدف تحقیق پرسشنامه اخلاق حرفه‌ای توسط عیدی و همکاران (۱۳۹۵) شامل ۱۸ سؤال در قالب ۴ خرده‌مقیاس (خرده‌جمعی، قانون‌مداری، احترام به ارزش‌ها و روابط انسانی) تدوین شده است. پرسشنامه اخلاق شهروندی توسط محقق تدوین شده که شامل ۱۰ سؤال می‌باشد این پرسشنامه در یک قالب کلی اخلاق شهروندی هوادار را اندازه‌گیری می‌نماید. پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناپاهایت و گوشال (۲۰۰۲)، شامل ۱۵ سؤال ۳ خرده‌مقیاس (ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) تدوین شده است. در این پرسشنامه مؤلفه سرمایه ساختاری ۴ سؤال، مؤلفه سرمایه شناختی ۵ سؤال و مؤلفه سرمایه رابطه‌ای ۶ سؤال را به خود اختصاص داده‌اند. برای تعیین روایی محتوایی، پرسشنامه‌های تحقیق بین ۶ نفر از اساتید دانشگاه‌ها و صاحب‌نظران متخصص رشته مدیریت ورزشی در حوزه رفتار سازمانی توزیع گردید و اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه‌ها همان خصیصه مورد نظر محقق را می‌سنجد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر بدست آمده از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در رابطه با متغیرهای پژوهش به تفکیک در مورد اخلاق حرفه‌ای ۰/۸۹؛ اخلاق شهروندی ۰/۹۴ و سرمایه اجتماعی ۰/۹۵ می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کسیدگی یا چولگی به منظور بررسی نرمال یا غیر نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش استفاده گردید. با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون سوبل برای تعیین اثر غیر مستقیم متغیر مستقل بر وابسته با نقش متغیر میانجی، توسط نرم‌افزار SPSS۲۴ استفاده شد. سپس بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری

اصولی نظریات تغییر، مقطعی بودن و به روز شدن آن هاست، نمی‌توان نظریه یا مدل واحدی را برای شهروندی ایجاد کرد. اکثر تحقیقات انجام شده درباره سایر حوزه‌های شهروندی از قبیل آگاهی شهروندی، تعهدات شهروندی، مشارکت شهروندی، نگرش شهروندی، فرهنگ شهروندی و ... می‌باشد و اندک توجهی نسبت به اخلاق شهروندی شده است. تا جایی که نظریه منسجم و واحدی در خصوص اخلاق شهروندی موجود نمی‌باشد. همچنان ضعف و عدم توجه و به‌کارگیری متغیرهای مذکور در باشگاه‌های فوتبال به چشم می‌خورد. با توجه به پیشینه پژوهش و نتایج تحقیقات انجام شده در محیط‌های غیر ورزشی مشخص گردید، که اخلاق شهروندی از متغیرهایی مانند اخلاق حرفه‌ای، سرمایه اجتماعی تأثیر می‌پذیرد، لذا خلاء پژوهشی در زمینه اثر متغیرهای مذکور بر اخلاق شهروندی در محیط‌های ورزشی و بخصوص باشگاه‌های فوتبال کاملاً احساس می‌گردد، که این امر لزوم توجه بیشتر باشگاه‌های فوتبال در این زمینه و همچنین انجام پژوهش‌هایی در ارتباط با این موضوع توسط محققین را می‌طلبد. نکته قابل توجه دیگر که در پیشینه و تحقیقات انجام شده خلاء آن احساس می‌گردد، نبود مدلی جامع و کاربردی بین متغیرهای مذکور می‌باشد، که در صورت وجود این مدل نتایج پژوهش‌ها در این زمینه ملموس‌تر و عینی‌تر به دید مدیران و مسئولین ارشد سازمان و همچنین دیگر محققین می‌رسید. نکته جالب در انجام و مطالعه مقالات خارجی این است که متأسفانه در خارج از کشور نیز در رابطه با اخلاق شهروندی هیچ‌گونه تحقیق جامعی صورت نگرفته است و بیشتر به آموزش شهروندی، فرهنگ شهروندی، مشارکت شهروندی و شهروندی فعال و منفعل پرداخته شده است. از طرف دیگر با توجه به مطالعات انجام شده تاکنون پژوهشی در مورد اخلاق شهروندی هواداران ورزش انجام نشده است به همین جهت بر آن شدیم تا در این پژوهش بر این امر همت گماریم و تلاش کنیم تا نتایجی جامع در این زمینه ارائه دهیم. با این اختصار و با توجه به اهمیت اصول اخلاقی و لزوم رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، خصوصاً باشگاه‌های فوتبال و تأثیر و نقشی که در بروز اخلاق شهروندی از سوی هواداران دارد، همچنین با توجه به معضلات و مشکلاتی که پیش روی باشگاه‌های فوتبال است، که بخشی از این مشکلات به رعایت نشدن اصول اخلاقی و برخی دیگر ناشی از عدم حضور و بی‌توجهی هواداران به باشگاه می‌باشد، محقق در تحقیق پیش رو بر آن است تا نقش میانجی سرمایه اجتماعی باشگاه‌های فوتبال را در تأثیر اخلاق حرفه‌ای مدیران بر اخلاق شهروندی هواداران مورد بررسی قرار دهد.

برای آزمون تاثیر متغیرهای تحقیق با کمک نرم افزار AMOS مدل تحقیق انجام پذیرفت.

یافته‌های پژوهش

نتایج تجزیه و تحلیل ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان نشان داد که ۱۱۴ نفر (۳۷/۶ درصد) افراد نمونه تحقیق مجرد و ۱۸۹ نفر (۶۲/۴ درصد) افراد نمونه در وضعیت تأهل می باشند. همچنین ۱۳۹ نفر (۴۵/۹ درصد) افراد نمونه مورد تحقیق دارای مدرک دیپلم، ۵۳ نفر (۱۷/۵ درصد) افراد مدرک آنها فوق دیپلم، ۹۳ نفر (۳۰/۷ درصد) افراد دارای مدرک لیسانس و ۱۸ نفر (۵/۹ درصد) افراد نمونه دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر می

باشند. همچنین ۹۱ نفر (۳۰/۱ درصد) افراد نمونه تحقیق کمتر از یک سال، ۱۱۱ نفر (۳۶/۶ درصد) افراد ۱ تا ۳ سال، ۴۰ نفر (۱۳/۲ درصد) افراد ۳ تا ۵ سال و ۶۱ نفر (۲۰/۱ درصد) افراد نمونه تحقیق بیشتر از ۵ سال است، که از تیم محبوب خود حمایت می کنند.

برای بررسی روابط بین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن با سرمایه اجتماعی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. اگر سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۱ باشد، وجود رابطه تأیید خواهد شد. در جدول ۲ ضریب همبستگی بین اخلاق حرفه‌ای و سرمایه اجتماعی نشان داده شده است:

جدول ۱: ضریب همبستگی بین اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن با سرمایه اجتماعی

متغیرها	اخلاق حرفه‌ای	خرد جمعی	قانون مداری	احترام به ارزش	روابط انسانی	سرمایه اجتماعی
اخلاق حرفه‌ای	۱					
خرد جمعی	۰/۷۲۵***	۱				
قانون مداری	۰/۸۲۶***	۰/۴۹۹***	۱			
احترام به ارزش	۰/۷۲۱***	۰/۳۳۹***	۰/۴۲۲***	۱		
روابط انسانی	۰/۵۷۴***	۰/۲۶۰***	۰/۳۷۱***	۰/۱۹۲***	۱	
سرمایه اجتماعی	۰/۷۱۷***	۰/۴۶۱***	۰/۶۷۷***	۰/۴۵۹***	۰/۴۴۲***	۱

** $p \leq 0/01$

جدول ۲: ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با اخلاق شهروندی

متغیرها	سرمایه اجتماعی	سرمایه ساختاری	سرمایه شناختی	سرمایه رابطه‌ای	اخلاق شهروندی
سرمایه اجتماعی	۱				
سرمایه ساختاری	۰/۷۰۹***	۱			
سرمایه شناختی	۰/۸۶۲***	۰/۵۱۷***	۱		
سرمایه رابطه‌ای	۰/۸۱۵***	۰/۳۴۰***	۰/۵۱۶***	۱	
اخلاق شهروندی	۰/۵۸۱***	۰/۴۵۹***	۰/۵۷۳***	۰/۳۷۲***	۱

** $p \leq 0/01$

جدول ۱ روابط بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، بین اخلاق حرفه‌ای با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($P < 0/01$). علاوه بر این، بین مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد ($P < 0/01$). برای بررسی روابط بین سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن با اخلاق شهروندی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. در جدول ۲ ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و اخلاق شهروندی نشان داده شده است. جدول ۲ روابط بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، سرمایه اجتماعی با اخلاق شهروندی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($P < 0/01$). علاوه بر این، بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با اخلاق شهروندی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد ($P < 0/01$). برای بررسی نقش میانجی متغیر سرمایه اجتماعی ابتدا از آزمون سوبل استفاده شد. در این آزمون اجرای یک تحلیل رگرسیون که در آن متغیر مستقل اخلاق حرفه‌ای متغیر پیش بین و متغیر میانجی سرمایه اجتماعی متغیر وابسته است مقادیر $Sea a$ را می‌دهد و یک تحلیل رگرسیون که در آن متغیر مستقل اخلاق حرفه‌ای و متغیر میانجی سرمایه اجتماعی متغیر

۰/۹۰۳ و معنا دار است ($P < 0.05$). میزان اثر مستقیم اخلاق حرفه ای بر اخلاق شهروندی ۰/۳۹۰ و معنادار است و اثر غیر مستقیم آن ۰/۵۵۸ و اثر کل آن ۰/۹۴۸ و هر دو معنادار ($P < 0.05$) هستند. لذا متغیر میانجی اثرش معنا دار و باعث افزایش اثرگذاری بر متغیر اخلاق شهروندی شده است.

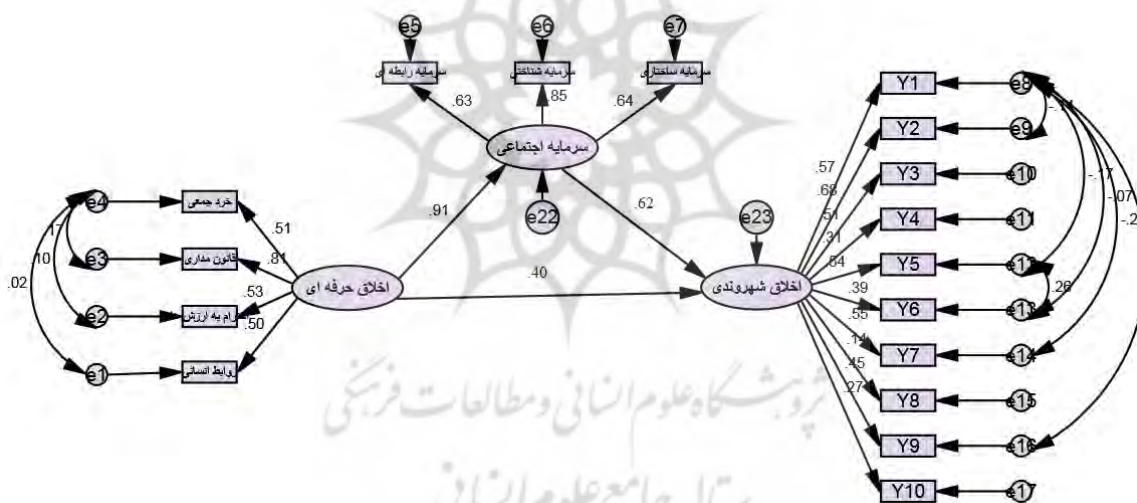
جدول ۳: نتایج آزمون سوبل برای سرمایه اجتماعی

مقدار a	۰/۷۱۷
مقدار b	۰/۳۷۳
SE_a	۰/۰۳۵
SE_b	۰/۰۴۱
آماره آزمون سوبل	۸/۳۱۴
سطح معنی دار P	۰/۰۰۰

پیش بین و متغیر وابسته اخلاق شهروندی متغیر پاسخ است مقادیر b و SEb را می دهد. سپس آماره سوبل و سطح معنی داری آزمون محاسبه می شود. با در نظر گرفتن سطح خطای $\alpha = 0.05$ اگر مقدار Z از ۰/۰۵ کوچکتر باشد، اثر غیرمستقیم مشاهده شده از نظر آماری معنادار است.

با توجه به جدول ۳ نتایج آزمون سوبل نشان داد که حضور متغیر میانجی سرمایه اجتماعی در ارتباط بین اخلاق حرفه ای و اخلاق شهروندی، مقدار آماره سوبل برابر با ۸/۳۱۴ است که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار گزارش شد ($P < 0.05$). بر این اساس می توان این طور نتیجه گرفت که متغیر سرمایه اجتماعی در ارتباط بین اخلاق حرفه ای و اخلاق شهروندی، نقش میانجی دارد.

در جدول ۷ میزان اثرات کل، مستقیم و غیر مستقیم آورده شده است. میزان اثر کل اخلاق حرفه ای بر سرمایه اجتماعی



شکل ۱: بررسی رابطه بین متغیرهای اصلی پژوهش (در حالت استاندارد)

جدول ۴: ضرایب رگرسیونی مدل

سطح معنی داری	S.E	C.R	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد	
۰/۰۰۰	۰/۲۵۷	۷/۰۳۱	۱/۸۱	۰/۹۰۳	اخلاق حرفه ای - سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۷	۰/۰۶۶	۲/۶۸۶	۰/۱۷۷	۰/۶۱۸	سرمایه اجتماعی - اخلاق شهروندی
۰/۲۵۵	۰/۱۳۰	۱/۱۳۹	۰/۱۴۸	۰/۳۹۰	اخلاق حرفه ای - اخلاق شهروندی

جدول ۵: معیارهای برازش مدل در معادلات ساختاری

شاخص های برازش مدل	بازه	نتیجه
X^2/DF	کم تر از ۲	برازندگی عالی
	بین ۲ تا ۵	برازندگی خوب
	بیش از ۵	برازندگی ضعیف و غیر قابل قبول
CFI	بیش از ۰/۹	مورد قبول
NFI	نزدیک ۱	مورد قبول
IFI	بیش از ۰/۹	مورد قبول
RMSEA	بین ۰/۰۸ تا ۰/۱	برازش متوسط
	بین ۰/۰۵ تا ۰/۰۸	برازش مناسب
	کم تر از ۰/۰۵	برازش عالی

جدول ۶: معیارهای برازش مدل

مدل	X^2	DF	X^2/DF	CFI	RMSEA	IFI	NFI
مدل	۲۹۶/۶۱۱	۱۱۲	۲/۶۴۸	۰/۹۶۹	۰/۰۷۴	۰/۹۷۱	۰/۹۰۸
نتیجه	-	-	برازندگی خوب	قابل قبول	برازش مناسب	قابل قبول	قابل قبول

جدول ۷: جدول اثرات کل، مستقیم و غیر مستقیم بر اخلاق شهروندی

اثرات	اخلاق حرفه‌ای	سرمایه اجتماعی	اخلاق شهروندی
کل	۰/۹۰۳	۰	۰
مستقیم	۰/۹۰۳	۰	۰
غیرمستقیم	۰	۰	۰
کل	۰/۹۴۸	۰/۶۱۸	۰
مستقیم	۰/۳۹۰	۰/۶۱۸	۰
غیرمستقیم	۰/۵۵۸	۰	۰

بحث و نتیجه گیری

خوبش می‌بایست، به تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد متقابل در میان مدیران و کارکنان خویش بپردازند. سرمایه‌گذاری باشگاه‌ها در توسعه سرمایه اجتماعی، از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرآیند ارتباطات و تعاملات میان هواداران و مدیران در داخل و خارج باشگاه، ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی همگی موجب توسعه سرمایه اجتماعی باشگاه و حرکت آن به سمت رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای را تسریع خواهد کرد. تحلیل داده‌های مطالعه حاضر نشان داد، که اخلاق حرفه‌ای و مؤلفه‌های آن بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته به دست آمده، همسو با یافته‌های علی زاده و همکاران (۱۳۹۷)، امام قلی زاده و همکاران (۱۳۹۶) و ایزنبرگ و همکاران (۲۰۰۶) است، که نشان داد کسانی که

اخلاق حرفه‌ای در باشگاه‌های فوتبال، فرهنگ باشگاه و تعهد پرسنل را نسبت به باشگاه تحت تأثیر قرار می‌دهد. یا به بیان دیگر اخلاق حرفه‌ای و سرمایه اجتماعی یکدیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهند. توجه به تمام افراد و گروه‌های برخوردار، میزان سود سازمان‌ها را در بلند مدت افزایش خواهد داد، زیرا موجب انگیزش نیروی انسانی، افزایش حسن نیت اجتماعی، اعتماد مردم و نیز کاهش جرمه‌ها می‌شود (دمیرتاس، ۲۰۱۵). در این میان سرمایه اجتماعی نیز باعث افزایش اعتماد و کاهش هزینه‌ها می‌گردد. حال اگر باشگاه‌های فوتبال به عنوان واحدهای اجتماعی بتوانند سرمایه اجتماعی ایجاد نمایند، قادر به فعالیت بهتر و بیشتر خواهند شد. باشگاه‌های ورزشی برای مدیریت اثربخش اخلاق حرفه‌ای مدیران

دارای مهارت شناخت اجتماعی و عواطف اجتماعی هستند، بیشتر پایبند به اصول اخلاق حرفه‌ای بودند. به عبارت دیگر، افراد نوع‌دوست برای برطرف کردن انگیزه‌های انسان‌دوستانه علاوه بر نیازهای خود به نیازهای سایر هم‌نوعان خود توجه می‌نمایند. همچنین، یافته به دست آمده هم سو با یافته پلگرینو^{۱۲} (۲۰۰۲) است، که نشان داد برای افزایش اخلاق حرفه‌ای باید نوع‌دوستی که یکی از زیرمؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است، را تقویت کرد. علاوه بر این، نتیجه مطالعه حاضر با نتایج پژوهش آرنولد^{۱۳} (۲۰۰۷)، که نشان داد بیشتر افراد حس نوع‌دوستی را اولین دلیل برای رعایت اخلاق در حرفه خویش معرفی کردند، همخوانی دارد. در حالی که یافته فوق متناقض با یافته‌های کارلو و همکاران^{۱۴} (۲۰۰۳) بود، که نشان دادند؛ شاخص‌های نوع‌دوستی با اصول اخلاق حرفه‌ای رابطه ندارد. از دلایل عدم همخوانی پژوهش مذکور با تحقیق حاضر می‌توان به جامعه و فرهنگ متفاوت آزمودنی‌های هر دو پژوهش اشاره نمود؛ با توجه به اینکه کشور ما از فرهنگی ایرانی-اسلامی برخوردار است، که بر اساس آموزه‌های دینی بر روابط حسنه و دوستانه بیشتر توصیه می‌شود، از این رو این عامل می‌تواند، میزان سرمایه اجتماعی در بین افراد جامعه و عمل کردن به ارزش‌های اخلاقی را بالا برده و به افراد این مهم را القاء نماید که به اخلاقیات و متغیرهای وابسته به آن توجه نمایند. با توجه به یافته مطالعه حاضر، می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی در افزایش اخلاق حرفه‌ای مدیران باشگاه‌های فوتبال تأثیر به‌سزایی دارد و باعث می‌شود که مدیران رفتارهای اخلاقی و اجتماع‌پسند را به صورت زیر از خود نشان دهند: ارجحیت دادن منافع جمع بر منافع خود، توجه نشان دادن به خواسته‌های هواداران، صرف وقت و حوصله برای توضیح اطلاعات به پرسنل باشگاه، صرف وقت و حوصله برای آرامش بخشیدن به بازیکنان، دلسوزانه گوش دادن به نگرانی‌های بازیکنان و هواداران، مشارکت در سازمان‌های حرفه‌ای محلی و ملی، پیشنهاد کمک به سایر اعضای تیم، داوطلب شدن برای انجام کار فرد دیگری که نمی‌تواند کارش را انجام دهد و در نهایت، در اختیار دیگران قرار دادن دانش و مهارت‌های خود. گروه‌های حرفه‌ای مدیران، محیطی را ایجاد می‌کنند که اصول اخلاق حرفه‌ای در درون آن زاده می‌شود (عیدی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ هرچه ساختار این گروه‌ها مستحکم‌تر و هرچه روابط اعضای آنها گسترده‌تر و مکررتر باشد، مبادله افکار و احساسات بیشتر و افکار عمومی حاصل از این تماس‌ها و مبادلات

فرگیرتر می‌شود و عده بیشتری را در برمی‌گیرد. این گروه‌ها از یک سو علایق و منفعت‌طلبی‌های خودخواهانه فردی را مهار می‌کنند و اخلاق اجتماعی را به اعضای خود می‌آموزند و از سوی دیگر در روابط با دیگران احساس همبستگی کرده و اصول اخلاقی را سرلوحه کار خود قرار می‌دهند. متغیر دیگری که ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با بروز اخلاق شهروندی در هواداران باشگاه دارد و تاکنون در این زمینه مورد غفلت واقع شده است، سرمایه اجتماعی است که دارای توان بالقوه فراوانی جهت اثرگذاری بر متغیرهای سازمانی و احتمالاً اخلاق شهروندی است. سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که به عنوان یک اهرم توفیق‌آفرین مطرح و مورد استقبال فراوان واقع شده است، این سرمایه بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست داده و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، همواره دشوار می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی تولید نمایند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند، به زندگی فرد، معنی و مفهوم می‌بخشند و زندگی را ساده‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌نمایند (ولبخانی و همکاران، ۱۳۹۱). همان‌گونه که نتایج نشان داد، هر سه مؤلفه سرمایه اجتماعی بر روی اخلاق شهروندی هواداران اثرگذار بودند. وجود رابطه معنادار بین ابعاد سرمایه اجتماعی و اخلاق شهروندی هواداران نشان از مهم بودن سرمایه اجتماعی مدیران باشگاه دارد. این تحقیق با تحقیق تازه مرد (۱۳۹۳) بیانگر این امر است که بین سرمایه اجتماعی و میزان پایبندی به اخلاق شهروندی پاسخگویان همسو می‌باشد. با توجه به نتایج کسب شده اخلاق و سرمایه اجتماعی در زمینه بهره‌گیری از مزایای اخلاق شهروندی هواداران در جهت کاستن از مسائل و مشکلات و همچنین حرکت در جهت تعالی و کسب مزیت رقابتی پایدار و عملکرد مطلوب باشگاه‌ها، می‌توان بهره برد. خلفی (۱۳۸۳) مطالعه‌ی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان پایبندی به اخلاق شهروندی در میان شاغلین مراکز دانشگاهی شهر تهران نشان می‌دهد، رابطه‌ی معناداری بین مؤلفه‌های مختلف اخلاق شهروندی و مؤلفه‌های شخصی و اجتماعی وجود دارد. در ارتباط با تحلیل متغیرهای فوق نیز می‌توان گفت که هرچه میزان آموزش شهروندی پاسخگویان از طریق آموزش و پرورش بیشتر باشد پایبندی به اخلاق شهروندی آنان نیز افزایش خواهد یافت. همچنین با افزایش میزان دینداری، مشارکت اجتماعی، حقوق و امکانات شهروندی و آموزش شهروندی خانواده افراد، میزان پایبندی به اخلاق شهروندی آنان افزایش خواهد یافت. نتایج پژوهش در زمینه سرمایه اجتماعی با نظر

لوری (چلبی، ۱۳۷۵) همسو است که سرمایه‌ی اجتماعی موجب می‌شود که اعضای یک جامعه به هم اعتماد کنند و به تشکیل گروه‌ها و مجامع داوطلبانه بپردازند. به اعتقاد پاتنام (شارع پور، ۱۳۸۴) تفاوت در سرمایه‌ی اجتماعی، علت اصلی ایجاد تفاوت بین مناطق گوناگون در زمینه‌ی اجتماع مدنی است. به عبارت دیگر، مناطق دارای سرمایه‌ی اجتماعی زیاد، دارای اجتماع مدنی زنده و پرشوری هستند و در نتیجه، اقتصاد پررونق و نهادهای سیاسی فعال دارند ولی مناطق دارای سرمایه‌ی اجتماعی اندک، هم در عرصه‌ی اجتماع، هم در عرصه‌ی اقتصاد و هم در عرصه‌ی سیاست، دچار مشکل هستند. از دیدگاه فوکویاما^{۱۵} (۲۰۰۸)، هر مجموعه‌ای از هنجارها که به طور مشخص هم ذکر شده باشد، باعث به وجود آمدن سرمایه اجتماعی نمی‌شود. تنها آن مجموعه از هنجارها مورد نظر است، که به همکاری در گروه‌ها منجر می‌شود. بنابراین با فضیلت‌هایی از قبیل صداقت، حفظ تعهد، انجام درست وظایف و مواردی از این قبیل ارتباط پیدا می‌کند نهایتاً اینکه مدیران باشگاه‌های فوتبال می‌توانند با بهبود کیفیت سرمایه اجتماعی در درون باشگاه که دارای مهم سازمانی شمرده می‌شود، هواداران را به ایفای نقش‌های شهروندی بیش از پیش ترغیب نمایند. ذکر این نکته ضروری است، که کنش‌های انسانی از جمله ایفای نقش شهروندی آن هم در یک باشگاه ورزشی، مستلزم رعایت سطحی از پیش فرض‌هاست، که از جمله مهم‌ترین آنها سازه کاربردی سرمایه اجتماعی است، که بایست به این مقوله بیشتر از همیشه در سازمان‌ها و به‌ویژه در باشگاه‌های فوتبال، توجه گردد؛ چرا که بدون توجه به سرمایه اجتماعی، مقوله اخلاق شهروندی از سوی هواداران مفهومی دور از انتظار خواهد بود. صنعت ورزش و باشگاه‌های فوتبال با چالش‌های متعددی روبه‌رو است و مدیران باشگاه با توجه به تماس مداوم با دیگر اعضا و پرسنل و هواداران باشگاه، بر میزان رضایتمندی آنها از خدمات ارائه شده نقش مهمی دارند. واضح است که رعایت اصول اخلاقی در باشگاه‌های فوتبال تا چه حد می‌تواند مدیران را در برخورد با مسائل گوناگون در ابعاد مختلف تحت تأثیر قرار دهد. چون مدیران باشگاه در امر باشگاه‌داری با مسائل متفاوتی برخورد می‌کنند، که نیاز به توانایی‌های اخلاقی در تصمیم‌گیری و عملکرد مناسب دارد، لازم است نسبت به مسائل اخلاقی مربوط به حرفه خود آشنایی داشته باشند، تا نسبت به حقوق همگان در اتخاذ تصمیمات احترام گذاشته و استقلال آنها را حفظ نمایند. با توجه به نتایج این تحقیق مبنی بر تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر سرمایه اجتماعی، همچنین، به علت اهمیت پیامدهای سرمایه اجتماعی و نوع‌دوستی، برنامه‌ریزی مناسب از طرف مسئولان ضروری به نظر می‌رسد. یافته‌ها پژوهش حاکی از تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر اخلاق شهروندی بود بر همین اساس به باشگاه‌های فوتبال پیشنهاد می‌شود با مسئول قرار دادن عده‌ای از افراد برای شناخت بیشتر هواداران و نیازهای آنان و از طرفی نظرخواهی و گرفتن بازخورد از هواداران بعد شناختی سرمایه اجتماعی باشگاه را از این طریق تقویت نماید و زمینه بروز اخلاق شهروندی هواداران را ایجاد نماید. از مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای این است که بر سرمایه اجتماعی اثرگذارتر بود، قانون‌مداری است، با توجه به این یافته مدیران باشگاه از طریق رعایت قوانین و مقررات در تمام امور باشگاه می‌توانند زمینه بالا رفتن سرمایه اجتماعی را فراهم نمایند.

کشور، دانش مفصل و اطلاعات منظم درباره‌ی اخلاق شهروندی هواداران فوتبال در دست نیست. با توجه به نتایج کسب شده اخلاق و سرمایه اجتماعی در زمینه بهره‌گیری از مزایای اخلاق شهروندی هواداران در جهت کاستن از مسائل و مشکلات و همچنین حرکت در جهت تعالی و کسب مزیت رقابتی پایدار و عملکرد مطلوب باشگاه‌ها، می‌توان بهره برد. مدیران باشگاه‌های فوتبال می‌توانند با بهبود کیفیت سرمایه اجتماعی در درون باشگاه که دارای مهم سازمانی شمرده می‌شود، هواداران را به ایفای نقش‌های شهروندی بیش از پیش ترغیب نمایند. ذکر این نکته ضروری است، که کنش‌های انسانی از جمله ایفای نقش شهروندی آن هم در یک باشگاه ورزشی، مستلزم رعایت سطحی از پیش فرض‌هاست، که از جمله مهم‌ترین آنها سازه کاربردی سرمایه اجتماعی است، که بایست به این مقوله بیشتر از همیشه در سازمان‌ها و به‌ویژه در باشگاه‌های فوتبال، توجه گردد؛ چرا که بدون توجه به سرمایه اجتماعی، مقوله اخلاق شهروندی از سوی هواداران مفهومی دور از انتظار خواهد بود. صنعت ورزش و باشگاه‌های فوتبال با چالش‌های متعددی روبه‌رو است و مدیران باشگاه با توجه به تماس مداوم با دیگر اعضا و پرسنل و هواداران باشگاه، بر میزان رضایتمندی آنها از خدمات ارائه شده نقش مهمی دارند. واضح است که رعایت اصول اخلاقی در باشگاه‌های فوتبال تا چه حد می‌تواند مدیران را در برخورد با مسائل گوناگون در ابعاد مختلف تحت تأثیر قرار دهد. چون مدیران باشگاه در امر باشگاه‌داری با مسائل متفاوتی برخورد می‌کنند، که نیاز به توانایی‌های اخلاقی در تصمیم‌گیری و عملکرد مناسب دارد، لازم است نسبت به مسائل اخلاقی مربوط به حرفه خود آشنایی داشته باشند، تا نسبت به حقوق همگان در اتخاذ تصمیمات احترام گذاشته و استقلال آنها را حفظ نمایند. با توجه به نتایج این تحقیق مبنی بر تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر سرمایه اجتماعی، همچنین، به علت اهمیت پیامدهای سرمایه اجتماعی و نوع‌دوستی، برنامه‌ریزی مناسب از طرف مسئولان ضروری به نظر می‌رسد. یافته‌ها پژوهش حاکی از تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر اخلاق شهروندی بود بر همین اساس به باشگاه‌های فوتبال پیشنهاد می‌شود با مسئول قرار دادن عده‌ای از افراد برای شناخت بیشتر هواداران و نیازهای آنان و از طرفی نظرخواهی و گرفتن بازخورد از هواداران بعد شناختی سرمایه اجتماعی باشگاه را از این طریق تقویت نماید و زمینه بروز اخلاق شهروندی هواداران را ایجاد نماید. از مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای این است که بر سرمایه اجتماعی اثرگذارتر بود، قانون‌مداری است، با توجه به این یافته مدیران باشگاه از طریق رعایت قوانین و مقررات در تمام امور باشگاه می‌توانند زمینه بالا رفتن سرمایه اجتماعی را فراهم نمایند.

REFERENCES

- Ali Zadeh, Masoumeh (1395), Determining the relationship between professional and organizational ethics with social capital and social accountability among the first grade high school teachers in Naghadeh. Master's thesis, Urmia University, Faculty of Literature and Human Sciences.
- Ali Zadeh, Masoomeh, Mohajeran, Behnaz, Qalaei, Alireza (1397). The focal analysis of the relationship between the components of professional ethics and the dimensions of social capital, thirteenth, No. 2, Scientific Research (Ministry of Science), pp. 60-52.
- Arnold L. (2007). Assessing professional behavior: yesterday, today, and tomorrow. *Acad Med* 2007; 77(6): 1-15.
- Ataullahi, Tahereh, Rabiei, Ali and Amini, Mohammad Taghi (1394). The Relationship of Ethical Intelligence with Social Capital. *Ethics in Technology Science*, Vol. 10, No. 3, pp. 40-29.
- Bagheri, Layla (1393) Investigating Ethics and Citizenship Rights in the Society and Expecting People from the Government (Case Study: Tehran City), *Journal of Biological Ethics*, Fourth Year, No 11, Spring 1393.
- Carlo G, Hausmann A, Christiansen S, Randall BA. (2003). Sociocognitive and behavioral correlates of a measure of prosocial tendencies for adolescents. *J Early Adolesc* 2003 23(1): 107-34.
- Chalabi, Masoud (1375), *Sociology of Order*, Tehran, Publishing: Ney.
- Demirtas, O. (2015). The relationship between Social Capital and Ethics: An Application at Health Sector. *Journal of Public Management Research*. Vol. 1, No. 1, 21-29.
- Eidi, Hossein, Sha'bani Moghadam, Satan and Amiri, World (1395). Standardization of professional ethics questionnaire of sports coaches. *Applied Research in Sport Management*, Vol. 5, No. 1, pp. 22-11
- Eisenberg N Guthrie IK, Murphy BC Shepard SA, Cumberland A, Carlo G (2006). Consistency and development of prosocial dispositions: a longitudinal study. *Child Dev*, 70(6): 1360-72.
- Esmaeilzadeh, Mansour (1397), Investigating the Relationship between Social Capital and Professional Ethics of Marketing of the Employees of the Swimming Federation of the Islamic Republic of Iran. Master's Thesis, Alborz University.
- Farmahimi Farahani, Mohsen (1393). *Citizenship Ethics: Interdisciplinary, Ethics and Culture Quarterly in Nursing and Midwifery*, Shahed University, Volume 1, Number 1, Successive 1.
- Fukuyama, Francis (1379). The end to the order of social capital and its maintenance. Translation by Gholam Abbas Tavassoli, Iranian Society of Publications, Tehran, p. 12-10.
- Goodarzi, Nasrin (1390). Investigating the Factors Affecting the Observation of Citizenship Ethics in Tehran. Master's Thesis, Social Sciences, Sociology, Social Psychology, Social Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch
- Gholami Nia, Abdolhamid (2009). The Impact of Anthropology on Citizenship Ethics, *Journal of Human Sciences*, Article 10, Volume 6, Issue 21 & 22, autumn and Winter, pp. 171-161.
- Goshal, S & Nahapit, J (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. Vol. 23, Issue 2, p. 242-266. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1505219>.
- Hsu CP, Chang CW, Huang HC, Chiang CY. (2011). The relationships among social capital, organisational commitment and customer-oriented prosocial behaviour of hospital nurses. *Journal of Clinical Nursing*. 20(9-10):1383-92.
- Imam Gholizadeh, Saeed, Fallahpour, Farhad, Ranjbar Gouksherani, Koushan (1396). The study of the effect of organizational culture on social capital with the role of mediation of professional ethics in Sari road and transportation management. Volume 4, Issue 3, *Scientific Research (Ministry of Science)*, pp. 428-405.
- Khalafi, Shahla (1383). Study of Social Factors Affecting Adherence to Ethics of Citizenship among the Employees of Academic Centers.

- Master's thesis, Social Sciences Sociology, Faculty of Social Sciences and Economics, Al-Zahra University, Tehran.
- McCain SL, Ch Tsai H, Bellino N. (2010). Organizational justice, employees' ethical behavior, and job satisfaction in the casino industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; 22 (7): 992 – 1009.
 - Mohammadi, Masoomeh; Bahr al-ulum, Hasan and Hosseinine, Sayed Reza (1395). Relationship of social responsibility and ethical atmosphere with perceived sport performance Case study: Volleyball players of North Khorasan province. *Human Resources Management in Sport*, Third Year, No. 2, pp. 174-165.
 - Panahi, Inspiration, Taghizzadeh, Farzad, Mohammadi, Mehdi and Zare, Mehdi (1393). Investigating the Relationship between Social Capital and the Extent of Organizational Behavior Behavior among Special Economic Zone Employees in Imam Khomeini Port (R). 16th Marine Labor Conference, Bandar Abbas, University of Marine Sciences.
 - Pellegrino E.D (2002). Altruism, vs. self-interest: ethical models for the medical profession. *NYU Physician*; 45(1): 40-3.
 - Rafiei S, Mohebibar R, Ahadi Nejad B, Nisari N (2018). The study of the Relationship between Social Capital and Entrepreneurship Behavior of Faculty Members of Qazvin University of Medical Sciences in 2017. *Evidence Based Health Policy, Management & Economics*. 2018; 2(4): 275-80.
 - Sharipoor, Mahmoud (2005). *Sociology of Education*, Tehran: Samt.
 - Soleimani, Nader (1390). The Relationship between Ethical Behavior of Managers and Teachers and Staff Citizenship Behavior in Garmsar Schools. *Quarterly Journal of Thoughts in Education*, Seventh, No. 1, pp. 26-11.
 - Sungmin Kang and Youn Kue Na (2018). The Effect of the Relationship Characteristics and Social Capital of the Sharing Economy Business on the Social Network, Relationship Competitive Advantage, and Continuance Commitment. www.mdpi.com/journal/sustainability, Sustainability 2018, 10, 2203.
 - Tazehmard, Masoomeh (1393). The degree of adherence to citizenship ethics and the factors affecting it. Master's Thesis, Cultural Studies, Faculty of Humanities, Kashan University.
 - Valikhani, Mashallah, Ansari, Mohammad Esmail and Sperani, Maryam (2012). Investigating the Ethical Intelligence of Managers and Its Impact on Social Capital of the Organization Case Study: Managers of Public Banks of Isfahan. *Quarterly Journal of Social Sciences*, Azad University, Shoushtar Branch, Year 6, No. 18, pp. 198-171.
 - Zeinali, Masoomeh and Poz Ezat, Ali (2011). The effects of the workplace's unethical atmosphere on organizational anti-citizenship behaviors. *Journal of Ethics in Science and Technology*, Year 6, No. 4, pp. 31-40.