

Organizational Behavior Management in Sport Studies

ORIGINAL ARTICLE

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

Mohammad Hosein Bibikobadi¹, Najaf Aghaei^{2*}, Mohammad Nikravan³

¹ PhD Student in Sport Management, Islamic Azad University, Boroujerd, Iran.

² Associate Professor in Sport Management, Kharazmi University, Tehran, Iran.

³ Associate Professor in Sport Management, Islamic Azad University, Boroujerd, 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.

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

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران انجام شد. روش پژوهش کیفی گراند تئوری بوده است که با رویکرد اشتراک 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 روش شناختی و محتوایی، از دو متخصص این حوزه که هیچ ارتباطی با پژوهش نداشتند، درباره‌ی 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، صحنه‌گذاری، 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 تأثیر 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.

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، بروجرد، ایران.
^۲ دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه خوارزمی تهران، ایران.
^۳ دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، بروجرد، ایران.

نویسنده مسئول:

نجف آقایی

رایانامه: aghaei.hamid@gmail.com

استناد به این مقاله:

بی بی کبادی، محمدحسین، آقایی، نجف، & نیکروان، محمد. (۱۴۰۳). طراحی الگوی توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای ایران. مطالعات مدیریت رفتار

سازمانی در ورزش، ۱۱(۱): ۴۳-۶۰.

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). مسئولیت‌پذیری 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 مسئولیت‌پذیر 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 مسئولیت‌پذیری 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 سازمان‌های 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 نمی‌شود، بلکه با تمایزشان در سبک زندگی و تأثیری که بر جامعه دارند نیز در ارتباط است (۷) و می‌تواند بر مطرح شدن آنها عنوان یک الگوی ورزشی-اجتماعی تاثیر گذار باشد (۳). مسئولیت‌پذیری 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 جامعه‌شناختی 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 تصور عمومی 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 حرفه‌ای، مطرح و شناخته شده می‌باشد (۲۱). به نظر می‌رسد مسئولیت‌پذیری فردی ورزشکاران به دو صورت می‌تواند بر اجتماع اثرگذار باشد: اول، اقداماتی که مستقیماً توسط شخص ورزشکاران و با حمایت مستقیم وی در رفع مسائل اجتماعی انجام می‌شوند، و دوم، تأثیرات 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 حوزه مسئولیت اجتماعی، بر نقش اقتصادی فوتبال در توسعه جوامع تأکید دارند، پیش از توسعه نقش فرهنگی و اجتماعی فوتبال جوامع در حال توسعه، توسعه 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

دارد. دیویس، ریوز و مایا^۲ (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 مسئولیت-پذیری 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. تأثیرات این شرایط، در بسیاری مواقع به واکنش-های 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 حرفه-ای 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

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 حرفه‌ای ایران شناسایی نمودند. علوی، غفوری و هنری (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی ابعاد مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور پرداخته‌اند. 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 پایدار 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 وستریک (۲۰۱۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که رابطه معنی-داری 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^۱ (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی فردی در میان ورزشکاران از اهمیت زیادی برخوردار است و با میزان وفاداری هواداران رابطه معنی‌داری

از این الگو، میزان مشارکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران حرفه‌ای را توسعه و ارتقاء بخشند. لذا در این پژوهش با توجه به ضرورت و اهمیت موضوع و شکافی که در زمینه توسعه مسئولیت اجتماعی ورزشکاران حرفه‌ای وجود دارد، محقق بنا دارد تا با طراحی الگویی جامع برای توسعه مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران حرفه‌ای به این نیاز و ضرورت جامعه پاسخی شایسته ارائه نماید. نتایج این پژوهش می‌تواند ضمن تسهیل حضور و مشارکت ورزشکاران در فعالیت‌های اجتماعی، به عنوان راهبردی برای سازمان‌ها 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^۱ با رویکرد اشتراک و کوربین^۲ و رهیافت نظام مند^۳ 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 انجام گرفته، شش مصاحبه برای 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:

جدول ۱. نتایج بررسی پایایی

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

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^۱ (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 ارائه 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 مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش و سپس نتایج کدگذاری‌ها در سه مرحله ارائه شده است. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان تحقیق در جدول شماره ۱، گزارش شده است.

جدول ۱. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه شونده‌گان

فعالیت‌های اجتماعی	سابقه پژوهش و آموزش	سال تولد	رشته تحصیلی	تحصیل مقطع	جنسیت	پژوهنده مصاحبه
بله	بله	۱۳۴۳	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	زن	ورزشکار ملی رشته تیراندازی
بله	بله	۱۳۵۸	مدیریت	کارشناسی ارشد	مرد	ورزشکار بین‌المللی رشته کوهنوردی
بله	بله	۱۳۵۶	مدیریت ورزشی	دانشجوی دکتری	مرد	ورزشکار بین‌المللی شنا
بله	خیر	۱۳۶۷	مدیریت ورزشی	دانشجوی دکتری	زن	مربی و ورزشکار ملی دو و میدانی
بله	بله	۱۳۵۸	مدیریت گردشگری	دکتری	مرد	مربی و ورزشکار ملی اسبق رشته رفتینگ
بله	خیر	۱۳۷۰	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	زن	ورزشکار ملی و مربی تکواندو
بله	خیر	۱۳۶۴	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق نجات غریق
بله	بله	۱۳۶۰	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق وزنه برداری
بله	خیر	۱۳۵۷	تربیت بدنی و علوم ورزشی	کارشناسی	مرد	مدیر، مربی و ورزشکار ملی اسبق فوتبال
بله	خیر	۱۳۶۹	نقشه‌کشی صنعتی	کارדانی	مرد	ورزشکار باشگاهی فوتبال
بله	خیر	۱۳۶۴	مدیریت	کارشناسی	مرد	ورزشکار ملی قایقرانی
بله	بله	۱۳۶۳	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	ورزشکار ملی و مربی شطرنج
بله	خیر	۱۳۶۹	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	زن	ورزشکار ملی قایقرانی
بله	بله	۱۳۴۹	دندانپزشکی	دکتری	مرد	مدیر موسسه محیط زیستی
بله	بله	۱۳۶۸	مدیریت ورزشی	دانشجوی دکتری	زن	مدیر کانون ورزش برای توسعه اجتماعی
بله	خیر	۱۳۵۸	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	مرد	دبیر فدراسیون ملی دوچرخه سواری
بله	بله		مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه
بله	بله	۱۳۴۶	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	دبیر کل فدراسیون ملی ورزشهای دانشگاهی و عضو هیئت علمی دانشگاه
خیر	بله	۱۳۶۸	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	پژوهشگر حوزه مسئولیت اجتماعی
بله	بله	۱۳۵۲	مدیریت ورزشی	دکتری	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

پس از انجام مراحل کدگذاری باز و محوری بر اساس مدل اشتراک و کوربین، کدگذاری انتخابی برای انتخاب دسته‌بندی اصلی، مرتبط کردن نظام مند آن با دیگر دسته‌بندی‌ها، تأیید اعتبار این روابط و تکمیل دسته‌بندی‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند انجام شده است (جدول ۲ و شکل ۱). در نهایت، یافته‌های تحقیق 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 حرفه‌ای، 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 مداخله‌گر (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.

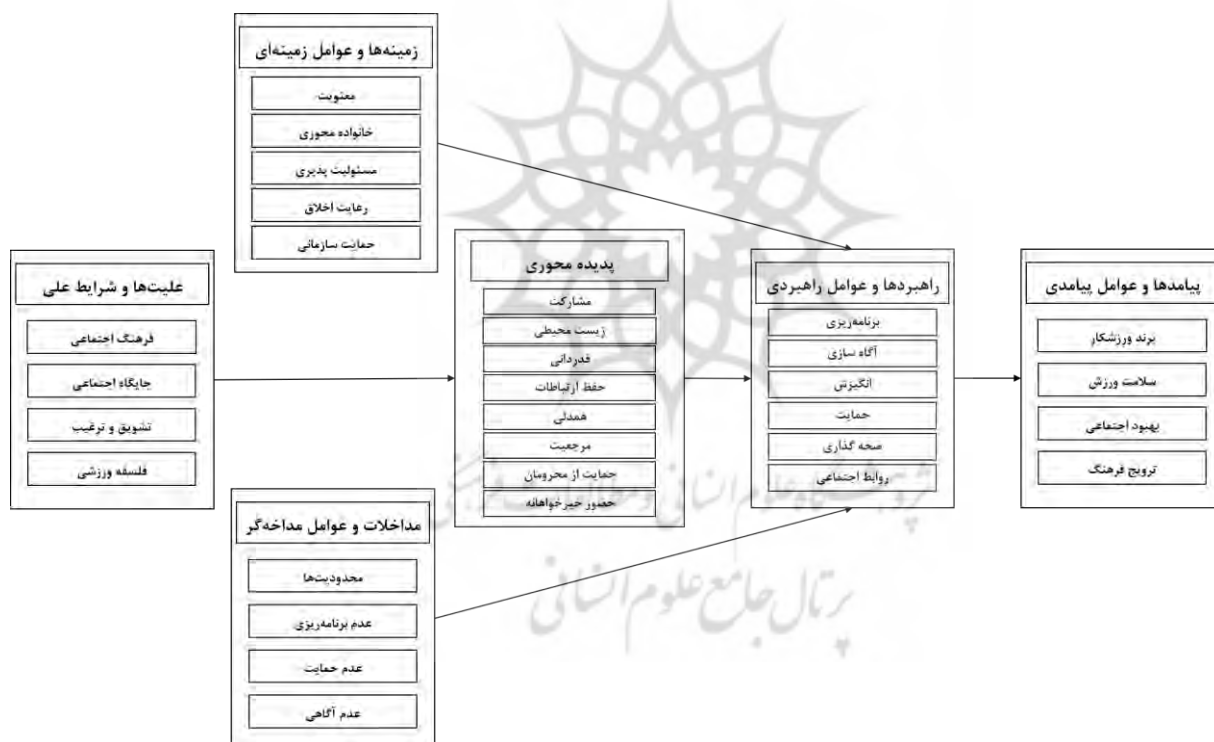
جدول ۲. عوامل موثر بر مسئولیت اجتماعی فردی ورزشکاران

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 توسعه هنجارهای فنی- ورزشی تمایز بودن 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
	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
عوامل زمینه‌ای	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

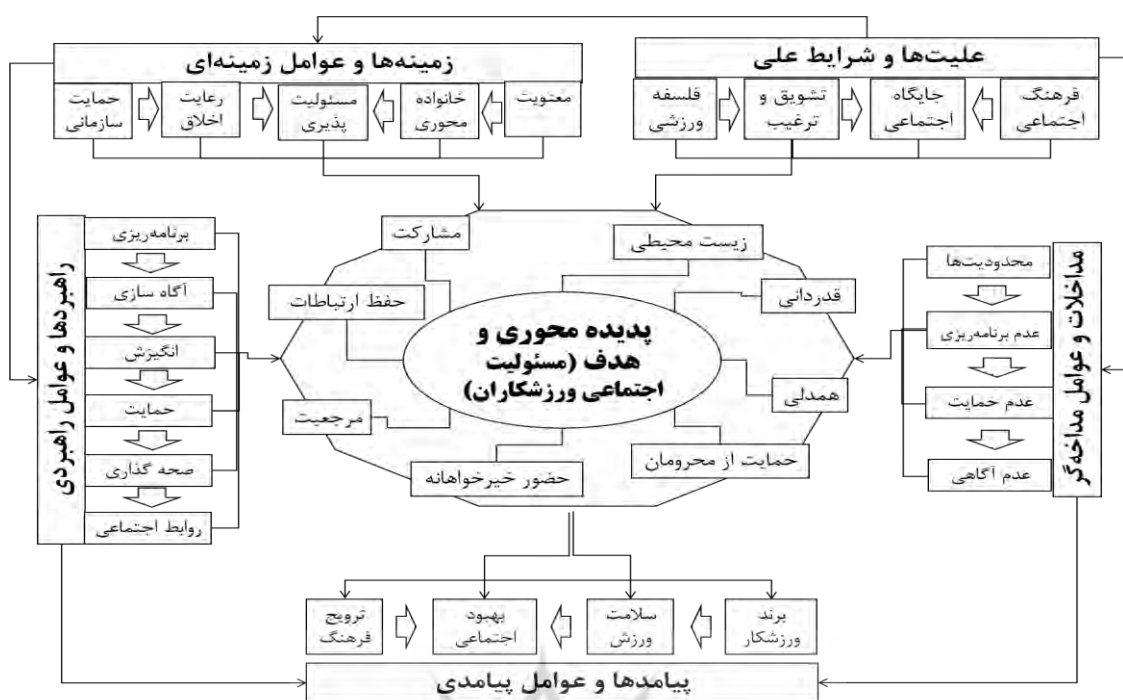
عوامل مداخله‌گر	
عدم آگاهی	عدم ارائه آموزش کافی و مناسب به ورزشکاران آموزش ناکافی موضوعات اجتماعی از سوی نهادهای مرجع عدم فرهنگ سازی مطلوب در خصوص مسئولیت پذیری نامشخص بودن روند قانونی و عرفی انجام فعالیتهای اجتماعی برای ورزشکاران
برنامه‌ریزی نامناسب	عدم برنامه ریزی مناسب برای توسعه الگوهای رفتاری اجتماعی 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
محدودیت-ها	چارچوب‌های فرهنگی جامعه فقدان ساختار سازمانی جهت مدیریت فعالیتهای اجتماعی در بدنه ورزش کشور محدودیتهای مالی ورزشکاران برای کمک به دیگران
پدیده محوری	
مشارکت	مشارکت در برنامه‌های زیست محیطی مشارکت در فعالیتهای خیریه و عام‌ال 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 رشته 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 واسطه 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

حمایت زیست محیطی	احترام به مقررات زیست محیطی صرف بخشی از درآمدهای ورزشکاران به توسعه محیط زیست تلاش برای محافظت از محیط زیست	
قردانی	احترام به حقوق طرفداران فراتر از الزامهای قانونی احترام به قوانین و مقررات تعیین شده قردانی 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 انتقادات و پیشنهادهای هواداران در فضای مجازی تأثیر 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	راهبردها
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 زمینه توسعه 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 ورزشکاران آموزش 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	
صحة گذاری	تلاش برای صحت گذاری و استفاده از منابع تجدیدپذیر صحة گذاری بر رشته ورزشی خود صحة گذاری بر رفتار یا هنجار اجتماعی	
برنامه ریزی	برنامه‌ریزی برنامه بلند مدت مدیران در جهت مسئولیت اجتماعی برنامه ریزی هدفمند و ساختار یافته برای ارتقای مسئولیت ورزشکاران تأسیس کمیته مسئولیت اجتماعی در باشگاهها تأسیس مؤسسه‌های آموزشی-ورزشی برای کودکان بی سرپرست تدوین برنامه استراتژیک مسئولیت اجتماعی باشگاه و بازیکنان	
برند ورزشکار	ارتقای روحیه جوانمردی بهبود برند ورزشکاران و ماندگاری در ذهن آحاد جامعه معرفی و خوشنامی ورزشکار غناى روحی و اعتماد به نفس و آرامش القای احساس مفید بودن در ورزشکار افزایش وفاداری هواداران نسبت به ورزشکار	پیامدها
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	<p>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 توسعه امید، شور و نشاط اجتماعی بهبود همبستگی و انسجام ملی کاهش بزهکاری‌های اجتماعی</p>
ترویج فرهنگ	<p>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 افشاکاری فسادهای موجود در ورزش افزایش همدردی مردم جامعه در حوادث</p>



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 پیش فرض)

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 همه‌جانبه 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 مسئولیت‌پذیری 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 هواداران، 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 می‌تواند به طور قابل توجهی میزان اثرگذاری ورزشکاران در جامعه را پیش بینی نموده و بر مسئولیت‌پذیری 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 تأکید 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 مسئولیت‌پذیری از سوی خانواده به ویژه در دوران نوجوانی و جوانی، می‌تواند بر تداوم این فعالیت‌های در طی دوران ورزش حرفه‌ای ورزشکاران تاثیرگذار باشد.

از آنجا که خانواده محوری از زمینه‌های بروز مسئولیت‌پذیری ورزشکاران است باید بیان کرد که خانواده کوچکترین و مهمترین واحد اجتماعی است که بیشترین تاثیر 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 خانواده‌ی حمایت‌کننده رشد می‌کند. در مقایسه با کودکی که در خانواده طردکننده رشد می‌کند تجربه‌های متفاوتی دارد. خانواده فراگیرترین و با نفوذترین اثر را روی رشد شخصیت دارد. به نظر او حمایت افراطی والدین باعث احساس بی‌کفایتی و عدم مقبولیت کودک می‌شود، زیرا فرصت مستقل بودن و احساس مسئولیت از او گرفته می‌شود و ممکن است از پرخاشگری برای جبران احساس بی‌کفایتی خود استفاده کند. مسامحه و غفلت والدین نیز ممکن است باعث شود کودک دیگران را به عنوان افرادی طلب‌کار و غیردوستانه بنگرد و احساس ناتوانی در همکاری‌های اجتماعی نماید. یکی از دغدغه‌های امروز مباحث روان‌شناسی، شکل‌گیری 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 مسئولیت‌پذیری فرزندان را عملاً از دست داده‌اند. متأسفانه این تصور در جامعه ما رو به افزایش است که کودکان را به کار و مسئولیت‌آوار 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 فرزندان خلاق، مستقل، و با اعتماد به نفس خواهیم بود، فرزندان 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، مسئولیت‌پذیری 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 تبصر و مهارت والدین در زمینه روش‌های تربیت کودک و نحوه مواجهه با رفتارهای کودک در موارد متعدد می‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ی 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^۱ (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 شئون 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 هموعان 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 مسئولیت‌پذیری 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 مسئولیت‌پذیری 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 مسئولیت‌پذیری 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 می‌تواند 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 محدودیت‌هایی نظیر غفلت از مسائل و نیازهای ورزشکاران، فقدان ساختار سازمانی جهت مدیریت فعالیت‌های اجتماعی در بدنه ورزش کشور و محدودیت‌های مالی ورزشکاران برای کمک به دیگران می‌تواند بر تمایل ورزشکاران به مشارکت در مسئولیت‌پذیری اجتماعی تاثیر منفی داشته باشند.

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

از محرومان، حمایت زیست محیطی و قدردانی است. مشارکت اجتماعی ورزشکاران و ایفای نقش موثر در حوزه‌های 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 می‌تواند 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 عام‌المنفعه، 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 خوشنمایی و معرفی کشور و کمک‌های مالی به سازمان‌های خیریه و بیمارستان‌ها دارد. این روحیه زمانی فعال می‌گردد که مسئولیت‌پذیری به درجه بالای خود برسد. زمانی که این اتفاق افتاد ورزشکار دارای مرجعیت اجتماعی است و حس همذات‌پنداری 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 روز 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 موضوع-هایی مثل فقر و ارائه آموزش‌های لازم برای ورزشکاران در حوزه‌های مختلف اجتماعی، محیط زیستی به عنوان سفیران آگاهی در جامعه را انجام داد. در این راستا می‌توان حمایت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد، فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی و وزارت ورزش و جوانان را از مهم‌ترین الزامات تحقق مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران دانست. این حمایت‌ها می‌تواند در حوزه‌های 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 برنامه‌ریزی مناسب و منسجم صورت پذیرد، چرا که این امر اجرایی شدن و اثربخشی برنامه‌های 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 فدراسیون‌ها و حتی در وزارت ورزش و جوانان خواهد بود. این برنامه‌ریزی‌های استراتژیک و منسجم، ضمن صحه‌گذاری 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 مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران می‌تواند پیامدهای متعددی از جمله مولفه‌های برند ورزشکار، سلامت ورزش، بهبود اجتماعی و فرهنگ‌سازی را در پی داشته باشد. پیامدهای استقرار موفق الگوی مسئولیت‌پذیری اجتماعی ورزشکاران می‌تواند جامعه، و همچنین خود ورزشکار را تحت تاثیر قرار دهد. بدیهی است مشارکت‌های اجتماعی ورزشکاران، با نشان دادن توانمندی‌های ورزشکار خارج از فضای ورزش، می‌تواند به معرفی و خوشنمایی 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 توسعه امید، شور و نشاط اجتماعی و بهبود همبستگی و انسجام ملی شده و در نهایت به کاهش بزهکاری‌های اجتماعی منجر شود. مسئولیت‌پذیری 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 افشاکاری 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 خیرگان 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 مویر (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 تأثیر 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 تأثیر منفی خود را بر پدیده محوری تشدید کنند. بدین صورت که محدودیت‌ها منجر به عدم حمایت شده، عدم حمایت بر عدم برنامه‌ریزی اثر گذاشته 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 مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأکید داشته‌اند، با شناسایی عوامل موثر می‌تواند راهبردهایی را برای غلبه بر محدودیت‌ها و تحقق مسئولیت‌پذیری ورزشکاران ارائه داده و ضمن به همراه داشتن فواید بیشتر در جامعه، به توسعه فردی و اجتماعی ورزشکاران منجر شود.

References

- 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]
- 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]
- Andrews DL, Jackson SJ. Sport stars: The cultural politics of sporting celebrity. *Research Annual*. 2013; 5: 107-122.
- 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.
- 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]
- 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]
- Choi R. Who Is the Celebrity in Advertising? Understanding Dimensions of Celebrity Images. *The Journal of Popular Culture*. 2007; 40(2): 304-324.
- 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.
- 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]
- 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.
- 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]
- 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]
- 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.
- Hinson RE, Avorny 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.
- Hosseini G T. Responsibility in students. *Roshd School Counselor Magazine*. 2013; 30: 16-19. [Persian]
- 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]
- 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]
- 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.
- 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.
- 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, Ramezanezhad 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.