

مهدی سلیمی ، دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه اصفهان در گفت وگو با «ایران»:

مسئولیت اجتماعی باید سبک زندگی شود

رفتار خیرخواهانه منجر به افزایش «مشروعیت اجتماعی» ورزشکاران می شود

پریسا غفاری / موضوع مسئولیت اجتماعی از مسائل کلان و بنیادین هر جامعه به شمار می رود و تحقق و نهادینه‌سازی آن، به‌ویژه در حوزه ورزش، می تواند نقشی اثرگذار و تعیین کننده در ارتقای فرهنگ عمومی و توسعه اجتماعی ایفا کند. در این میان، ورزشکاران به‌عنوان چهره‌های اثرگذار و الگوهای اجتماعی،

به‌طورکلی مسئولیت‌اجتماعی در جامعه‌شناسی‌را چگونه تعریف می‌کنند؟

در علم جامعه‌شناسی، «مسئولیت‌اجتماعی» به این معناست که هر فرد در کنار برخورداری از حقوق و منافع خود در جامعه، وظایف و تعهداتی نیز در قبال دیگران و کل جامعه دارد. انسان‌ها فقط دریافت‌کننده خدمات و امکانات نیستند، بلکه باید در حفظ و بهبود شرایط اجتماعی نیز نقش فعالی ایفا کنند.

این مسئولیت ابعاد مختلفی دارد؛ از جمله توجه به مسائل زیست‌محیطی، مشارکت در حل مشکلات اقتصادی و حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی مانند فقر، نابرابری یا آسیب‌های اجتماعی. بنابراین، مسئولیت اجتماعی صرفاً یک وظیفه بیرونی نیست، بلکه نوعی نگرش درونی و اخلاقی است که فرد را وادار می‌کند در حد توان خود برای ایجاد تعادل و بهبود وضعیت جامعه تلاش کند.

آیا فقط داشتن شغل و فعالیت در جامعه، مسئولیت اجتماعی را ایجاد می‌کند؟

صرف داشتن شغل یا فعالیت اجتماعی به معنای برخورداری از مسئولیت اجتماعی نیست. هر فردی که در جامعه فعالیت می‌کند، از یک سو دارای حقوقی است که باید برای او تضمین شود؛ اما از سوی دیگر، این حقوق با مسئولیت‌هایی همراه است. مسئولیت اجتماعی زمانی معنا پیدا می‌کند که فرد نسبت به پیامدهای رفتار خود در جامعه آگاه باشد و تلاش کند کنش‌هایش نه‌تنها به خودش، بلکه به دیگران نیز سود برساند. به عبارت دیگر، فعالیت اجتماعی باید با نوعی تعهد اخلاقی همراه باشد؛ نوعی که فرد را نسبت به محیط پیرامونش حساس و پاسخگو می‌کند.

چه رابطه‌ای بین مسئولیت اجتماعی و توسعه‌یافتگی جامعه وجود دارد؟

میان سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی و میزان توسعه‌یافتگی یک جامعه، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. در جوامعی که از نظر اقتصادی، فرهنگی و نهادی پیشرفته‌تر و بنیابت‌تر هستند، افراد معمولاً آگاهی بیشتری نسبت به مسائل عمومی دارند و در قبال مشکلات اجتماعی احساس تعهد بیشتری می‌کنند.
نهادهای مدنی نقش مهمی در تقویت حس مسئولیت اجتماعی دارند. در مقابل، در جوامعی که با بی‌ثباتی یا مشکلات اقتصادی شدید مواجه‌اند، ممکن است افراد بیشتر درگیر مسائل فردی و معیشتی خود باشند و کمتر به مسئولیت‌های جمعی توجه نشان دهند.

آیا انجام کارهای داوطلبانه به‌تنهایی نشان‌دهنده‌مسئولیت‌پذیری اجتماعی است؟

انجام فعالیت‌های داوطلبانه، مانند شرکت در امور خیریه یا کمک به دیگران، بدون شک بخشی از مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شود؛ اما به‌تنهایی کافی نیست. مسئولیت اجتماعی یک امر صرفاً رفتاری یا مقطعی نیست، بلکه باید به یک ارزش درونی تبدیل شود. یعنی فرد باید یک نگرش را در سبک زندگی خود نهادینه کند و در تصمیم‌ها و رفتارهای روزمره‌اش نیز آن را نشان دهد. برای مثال، رعایت حقوق دیگران، مصرف مسئولانه منابع، و توجه به اثرات اجتماعی رفتارها، همگی نشانه‌های مسئولیت‌پذیری واقعی هستند.

باین تقاسم‌مسئولیت‌اجتماعی ورزشکاران چگونه تعریف می‌شود؟

مسئولیت اجتماعی ورزشکاران را می‌توان حاصل تعامل میان «اعمالیت فردی» و «ساختار اجتماعی» دانست. از یک سو، ورزشکاران به‌عنوان افراد شناخته‌شده و تأثیرگذار، این توانایی را دارند که با آگاهی و انتخاب شخصی خود وارد عرصه‌های اجتماعی شوند. در مسائل مختلف نقش‌آفرینی کنند. این نوع کنش را می‌توان «کنش اجتماعی هدفمند» نامید.

از سوی دیگر، نهادهای ورزشی مانند باشگاه‌ها، لیگ‌ها و فدراسیون‌ها نیز با تدوین قوانین و برنامه‌های مشخص، ورزشکاران را به مشارکت در فعالیت‌های

اجتماعی، خیریه یا کمپین‌های عمومی ترغیب یا حتی ملزم می‌کنند.

بنابراین، ورزشکاران در چهارچوبی نهادی فعالیت می‌کنند، اما همچنان این امکان را دارند که با خلاقیت، آگاهی و تعهد اخلاقی خود، نقش فعال‌تری در جامعه ایفا کنند. فراتر از الزامات رسمی عمل نمایند.

نقش ورزشکاران در فعالیت‌های اجتماعی پس از جنگ تحمیلی چگونه بوده‌است؟

در دوران پس از جنگ تحمیلی، بسیاری از ورزشکاران در کنار سایر اقدشار جامعه، نقش‌بوایی در فعالیت‌های اجتماعی ایفا کرده‌اند. این مشارکت می‌تواند

شامل حضور در برنامه‌های بانرساری، کمک به اقدشار آسیب‌دیده، ترویج امید و همبستگی اجتماعی و شرکت در کمپین‌های عمومی باشد.

ورزشکاران به دلیل محبوبیت و جایگاه اجتماعی خود، می‌توانند تأثیر قابل‌توجهی بر افکار عمومی داشته باشند. از این رو، حضور فعال آنها در عرصه‌های اجتماعی به حل مشکلات کمک می‌کند، بلکه می‌تواند الهام‌بخش دیگران نیز باشد و حس مسئولیت‌پذیری را در جامعه تقویت کند.

ورزشکاران چگونه می‌توانند در ایجاد و تقویت اعتماد اجتماعی نقش داشته باشند؟

ورزشکاران به دلیل برخورداری از نوعی «سرمایه نمادین» شامل شهرت، محبوبیت و دسترسی گسترده به رسانه‌ها، جایگاهی ویژه در جامعه دارند. این موقعیت به آنها امکان می‌دهد که به‌عنوان عاملان مؤثر در تولید و تقویت «اعتماد اجتماعی» عمل کنند، به‌ویژه در سطح اعتماد افقی میان افراد و گروه‌های مختلف جامعه.

پژوهش‌های تجربی، از جمله مطالعات انجام‌شده در جوامعی مانند سودان جنوبی، نشان می‌دهد که حضور ورزشکاران در فعالیت‌های مشترک میان گروهی یا میان‌قبیله‌ای، می‌تواند میزان اعتماد به «دیگران» را افزایش دهد. این امر به‌ویژه در جوامعی که با چالش‌های اجتماعی مواجه‌اند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

علاوه بر این، ورزشکاران الگویی می‌توانند از طریق رفتارهای شفاف، به‌ویژه در زمینه مالی و همچنین مشارکت در فعالیت‌های خیرخواهانه و اجتماعی، اعتماد عمومی به نهادهای ورزشی را بازتولید و تقویت کنند. در این چهارچوب، مسئولیت اجتماعی نه‌تنها یک وظیفه اخلاقی، بلکه ابزاری برای پاسخگویی به مطالبات اجتماعی و مدیریت ارتباط با ذی‌نفعان محسوب می‌شود.

باید توجه داشت که رفتارهای منفی مانند دوپینگ، فساد مالی در حوزه ورزش یا کنش‌های غیراخلاقی از سوی ورزشکاران، می‌توانند پیامدهای جدی داشته باشد و حتی به تضعیف سرمایه اجتماعی در سطح یک نسل منجر شود. بنابراین، نقش ورزشکاران در این حوزه، هم فرصت‌ساز و هم حساس و پریسیک است.

در ایران، مسئولیت اجتماعی ورزشکاران بیشتر در چه قالب‌هایی انجام می‌شود؟

در جامعه ایران، اقدامات مرتبط با مسئولیت اجتماعی در حوزه ورزش را می‌توان در سه دسته کلی و فراگیر طبقه‌بندی کرد.

نخست، «کنش‌های خیرخواهانه و حمایتی» که شامل فعالیت‌هایی مانند کمک به نیازمندان، مشارکت در امور خیریه، حمایت از بیماران یا اقدشار آسیب‌پذیر است.

دوم، «توسعه اجتماعی و فرهنگی» که به‌اقداماتی نظیر ترویج سبک زندگی سالم، ارتقای آگاهی عمومی و مشارکت در برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مربوط می‌شود.

سوم، «الگوسازی و تشویق به مشارکت عمومی» که در آن ورزشکاران با رفتار و گفتار خود، نقش الگو را ایفا کرده و مردم را به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی،

ورزشی یا داوطلبانه ترغیب می‌کنند.

نکته قابل توجه این است که در ایران، بخش عمده این فعالیت‌ها به‌صورت فردی و توسط خود ورزشکاران انجام

تلقی شود. در شرایطی که جامعه با چالش‌هایی مانند تورم یا پیامدهای اقتصادی جنگ تحمیلی مواجه است، طبیعی است که انتظار نوعی همبستگی اجتماعی از همه اعضای جامعه، از جمله ورزشکاران پردرآمد، وجود داشته باشد. ورزشکاران نیز به عنوان بخشی از جامعه، از امکانات و فرصت‌های آن بهره‌مند شده‌اند و به همین دلیل می‌توان انتظار داشت که در شرایط دشوار، نوعی همراهی و مسئولیت‌پذیری از خود نشان دهند. این همراهی می‌تواند در قالب‌هایی مانند کمک‌های مالی، مشارکت در برنامه‌های حمایتی یا حتی اتخاذ مواضع همدلانه با مردم بروز پیدا کند.

اگر این انتظار فقط به ورزشکاران محدود شود و سایر گروه‌های برخوردار نادیده گرفته شوند، این مطالبه از حالت اخلاقی خارج شده و به نوعی فشار نابرابر تبدیل می‌شود.

نابرابری در دستمزده ورزشکاران چه تأثیری برنگاه جامعه به‌انها دارد؟

نابرابری در حوزه دستمزده معمولاً به شکل‌گیری نوعی دوگانگی در بازنمایی اجتماعی ورزشکاران منجر می‌شود. از یک‌سو، ورزشکاران موفق به‌ویژه آنهایی که از طبقات پایین‌تر به جایگاه‌ها بالا رسیده‌اند، به عنوان «نماد فرصت برابر» و «قهرمان خاسته از محرومیت» معرفی می‌شوند؛ تصویری که بر بسیاری از موارد، پیش از حد ساده‌سازی شده و حتی دقیق نیست.

از سوی دیگر، همین ورزشکاران ممکن است در نگاه بخشی از جامعه به‌نماد شکاف طبقاتی تبدیل شوند؛ افرادی ثروتمند که گویا از مشکلات اقتصادی مردم فاصله گرفته و نسبت به آنها بی‌تفاوت‌اند. این دو تصویر متضاد، نشان‌دهنده پیچیدگی رابطه میان موفقیت فردی و ساختارهای نابرابر اجتماعی است.

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌ها در جوامع دارای نابرابری بالا در حوزه دستمزدها، اغلب به سمت یکی از دو رویکرد افراطی حرکت می‌کنند: یا «اسطوره‌سازی یک‌سویه» و ورزشکاران، یا «رسواسازی اخلاقی» آنها. در حالی که

بازنمایی واقع‌بینانه مستلزم آن است که رسانه‌ها همزمان دو وجه را نشان دهند: هم تلاش و موفقیت فردی ورزشکار و هم محدودیت‌ها و نابرابری‌های ساختاری جامعه. تمرکز صرف بر ثروت یا محرومیت، تصویری ناقص و گمراه‌کننده ارائه می‌دهد.

فعالیت‌های خیرخواهانه ورزشکاران چگونه به‌عنوان جایگاه اجتماعی آنهاکم می‌کند؟

فعالیت‌های خیرخواهانه ورزشکاران بر اساس نظریه «پیر بوردیو» درباره «سرمایه نمادین»، فعالیت‌های خیرخواهانه زمانی می‌توانند به سرمایه نمادین تبدیل شوند که سه ویژگی اساسی داشته باشند. نخست، «تداوم»؛ به این معنا که این فعالیت‌ها نباید محدود به یک اقدام مقطعی یا نمایشی باشند، بلکه باید به صورت مستمر و بلندمدت دنبال شوند. دوم، «شفافیت»؛ یعنی منابع مالی، نحوه هزینه‌کرد و گروه‌های هدف این فعالیت‌ها روشن و قابل پیگیری باشد. این شفافیت، اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد و از شکل‌گیری شبهات جلوگیری می‌کند.

سوم، «تناسب با نیازهای واقعی جامعه»؛ به این معنا که فعالیت‌های خیرخواهانه باید در پاسخ به مسائل و نیازهای واقعی اجتماعی طراحی شوند، نه صرفاً برای جلب توجه یا نمایش وجهه‌ای مثبت از فرد.

در صورتی که این سه شرط رعایت شود، فعالیت‌های اجتماعی و خیرخواهانه می‌توانند به افزایش مشروعیت اجتماعی و ورزشکاران کمک کنند و آنها را در برابر انتقادات و فشارهای رسانه‌ای مقاوم‌تر سازند. به بیان دیگر، عمومی‌سازی این نوع سرمایه نمادین نوعی «پشتوانه اعتباری» برای ورزشکار ایجاد می‌کند.

این فعالیت‌ها چه تأثیری بر اعتبار و مشروعیت اجتماعی ورزشکاران دارند؟

ورزش قهرمانی نیز در چهارچوبی

وسیع‌تر، بخشی از نظام اقتصادی و اجتماعی کلان-به‌ویژه اقتصاد مبتنی بر رقابت-محسوب می‌شود؛ جایی که افراد برای عرضه «بهترین عملکرد» خود تلاش می‌کنند و هرچه این عملکرد برتر باشد، ارزش و اعتبار بیشتری به همراه دارد.

در این مسیر، ورزشکاران نابزرگند حداکثر توان و انرژی خود را برای دستیابی به استانداردهای بالاتر به کار گیرند. اما در کنار این تلاش، هم‌توانی اخلاقی نیز وجود دارد که نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری جایگاه اجتماعی آنها ایفا می‌کند.

اخلاق در ورزش صرفاً به رعایت قوانین رسمی محدود نمی‌شود، بلکه شامل نحوه تعامل ورزشکار با رقیب، هم‌تیمی، جامعه و حتی خود فرد نیز هست. بسیاری از این روابط در قالب قوانین رسمی قابل تنظیم نیستند و به درونی‌سازی ارزش‌های اخلاقی وابسته‌اند.

در چنین بستری، فعالیت‌های خیرخواهانه می‌توانند به تقویت مشروعیت اجتماعی ورزشکاران کمک کنند، اما به شرط آنکه اصیل و صادقانه باشند. اگر این فعالیت‌ها صرفاً به منظور «ترمیم وجهه» پس از یک رسوایی یا رفتار غیراخلاقی انجام شوند، نه‌تنها به سرمایه نمادین تبدیل نمی‌شوند، بلکه می‌توانند موجب از دست رفتن «اعتبار ذخیره‌ای» فرد نیز شوند. به عبارت دیگر، مشروعیت اجتماعی امری تدریجی و انباشتی است که با رفتارهای مداوم و مهربانگ با ارزش‌های اخلاقی شکل می‌گیرد و به‌راحتی از دست می‌رود.

رسانه‌ها چگونه تصویر «ورزشکار مسئول اجتماعی» را می‌سازند؟

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری و بازتولید تصویر «ورزشکار مسئول اجتماعی» دارند و این کار را از طریق سه سازوکار اصلی انجام می‌دهند. نخست، «انتخاب‌گری» است؛ یعنی رسانه‌ها تصمیم می‌گیرند کدام ورزشکاران و کدام فعالیت‌ها را پوشش دهند و کدام را نادیده بگیرند. این انتخاب‌ها به‌طور مستقیم بر اینکه چه کسی به‌عنوان چهره مسئول اجتماعی



عکس

سایت فدراسیون فوتبال

حساسیت و واکنش عاطفی خود را از دست می‌دهند.

سوم، کنش اجتماعی به نوعی رقابت نمایشی میان ورزشکاران تبدیل می‌شود؛ به‌طوری که هر فرد تلاش می‌کند فعالیت خود را پرزگ‌تر و چشمگیرتر نشان دهد. برای آنکه بازنمایی رسانه‌ای واقعاً به تقویت همبستگی اجتماعی منجر شود، لازم است رسانه‌ها در کنار برجسته‌سازی اقدامات فردی، به تحلیل ریشه‌های ساختاری مشکلات و نقش نهادهای نیز بپردازند. این رویکرد باعث می‌شود مخاطب درک عمیق‌تری از مسأله پیدا کند و مشارکت اجتماعی به‌صورت آگاهانه‌تری شکل بگیرد.

آیا مسئولیت اجتماعی ورزشکاران باید فقط برعهده خود آنها باشد یا نهادهای ورزشی هم باید نقش داشته باشند؟

انتقال مسئولیت اجتماعی از سطح فردی به سطح نهادی نه‌تنها مطلوب، بلکه کاملاً ضروری است. اگر این مسئولیت صرفاً بر دوش ورزشکاران قرار گیرد، در بهترین حالت به اقداماتی داوطلبانه و پراکنده محدود می‌شود و در بدترین حالت، مسائل عمیق و ساختاری جامعه به‌صورت نادرست «فردی‌سازی» می‌شوند.

باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و سایر نهادهای ورزشی باید به‌صورت رسمی و ساختاری وارد این حوزه شوند. برای مثال، باشگاه‌ها می‌توانند موظف شوند بخشی از درآمد‌های خود — مانند درآمد حاصل از بلیت‌فروشی یا قراردادهای اسپانسری — را به صندوق‌های توسعه اجتماعی اختصاص دهند.

همچنین فدراسیون‌ها می‌توانند شاخص‌های مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یکی از معیارهای ارزیابی عملکرد باشگاه‌ها و با شرط دریافت مجوز حرفه‌ای در نظر بگیرند.

تجربه برخی نهادهای ورزشی در اروپا، مانند اتحادیه فوتبال اروپا (یوفا) و لیگ فوتبال آلمان (بوندس لیگا)، نشان می‌دهد که وقتی استانداردهای پایدار و مسئولیت اجتماعی به‌صورت نهادی و الزام‌آور تعریف می‌شوند، تأثیر اجتماعی ورزش نه‌تنها افزایش می‌یابد، بلکه به‌صورت پایدار و قابل تضمین در ساختار ورزش نهادینه می‌شود.

آیا تأکید بر مسئولیت فردی ورزشکاران می‌تواند باعث شود مسائل اصلی اجتماعی نادیده گرفته شوند؟

این یکی از نقدهای مهم به نگاه رایج درباره مسئولیت اجتماعی در ورزش است. وقتی رسانه‌ها و نهادهای مدام از ورزشکاران انتظار دارند که مثلاً مشکل بی‌خانمانی را حل کنند یا با کاهش دستمزدها به اقتصاد کمک کنند، توجه از ریشه‌های اصلی مشکلات منحرف می‌شود. این نوع نگاه باعث می‌شود هم ورزشکاران تحت فشار روانی قرار بگیرند و احساس گناه و فرسودگی کنند، و هم جامعه از مطالبه اصلاحات اساسی دور شود. بنابراین، مسئولیت فردی ورزشکاران باید در کنار مسئولیت دولت و نهادهای تعریف شود، نه به‌جای آن.

ورزشکاران چه نقشی در شکل‌گیری هویت جمعی و انسجام اجتماعی دارند. بویژه در جوامعی که نابرابری در حوزه دستمزدها زیاد است؟

ورزشکاران معمولاً به‌عنوان نمادهای هویت جمعی شناخته می‌شوند. یک تیم ملی یا باشگاه می‌تواند افراد زیادی را حول یک هویت مشترک متحد کند. این امر فاصله طبقاتی زیاد است، اما نشان دو جنبه دارد. از یک طرف، موفقیت یک ورزشکار از طبقات پایین می‌تواند امید و انگیزه ایجاد کند و از طرف دیگر، وقتی درآمدهای بسیار بالای ورزشکاران برجسته می‌شود، ممکن است احساس بی‌عدالتی و حسادت را افزایش دهد. برای کاهش این اثر منفی، بهتر است رسانه‌ها بیشتر بر مسیر موفقیت (تلاش، استعداد و فرصت‌ها) تمرکز کنند، نه فقط بر میزان درآمد.

آیا می‌توان ورزش را فضایی برای ارتباط بین طبقات مختلف اجتماعی دانست؟

ورزش یکی از معدود فضاهایی است که افراد از طبقات مختلف اجتماعی می‌توانند در کنار هم قرار بگیرند و راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی، در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند. این اقدامات نه تنها در راستای اهداف حرفه‌ای آنهاست، بلکه به منظور خدمت به اجتماع و در مقیاسی وسیع‌تر، به جامعه ورزشی می‌گردد. این دسته از ورزشکاران به‌دلیل شناخته‌شدگی بالا، بویژه در میان جوانان، تأثیرگذاری قابل‌توجهی دارند.

در نهایت، می‌توان مسئولیت اجتماعی ورزشکاران مشهور را در هشت بعد اصلی دسته‌بندی کرد: مسئولیت سیاسی، اقتصادی، قانونی، اجتماعی، بشردوستانه، زیست‌محیطی، رسانه‌ای (خبری) و آموزشی ورزشی.



ورزشی.