



رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان

کیومرث شهبازی راد^{۱*}، احمد علی آصفی^۲ و مهدی سلیمی^۳

۱. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه اصفهان

۲. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه اصفهان

۳. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه اصفهان

(این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد آقای کیومرث شهبازی راد است)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۴/۸

چکیده

هدف: هدف این تحقیق تعیین رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان بود. **روش‌شناسی:** روش تحقیق به لحاظ نوع، توصیفی - همبستگی و به لحاظ هدف، کاربردی بود که جمع‌آوری داده‌های آن نیز، به صورت پیمایشی انجام گردید. جامعه آماری تحقیق را کلیه بازیکنان تیم‌های لیگ برتر اصفهان و بازیکنان تیم‌های حاضر در لیگ آسیاویژن استان اصفهان تشکیل داده بودند (۳۰۰ نفر) که از این تعداد، ۱۶۹ نفر با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به عنوان نمونه تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای گزینش شدند. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، دو پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی جونز (۱۹۸۶) و تعهد روانشناختی به تیم ماهونی (۲۰۰۰) بود که روایی و پایایی آن‌ها، مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی (مانند جداول و نمودارها) و روش‌های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تی‌تک نمونه‌ای و رگرسیون) استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که بین جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن یعنی، جامعه‌پذیری رسمی، جمعی، فردی، پیوسته و گسسته، با تعهد روانشناختی به تیم، همبستگی مثبت و معناداری وجود داشت، ولی بین جامعه‌پذیری غیررسمی با تعهد روانشناختی به تیم، رابطه معناداری مشاهده نشد.

نتیجه‌گیری: بنابر نتایج تحقیق می‌توان گفت، چنانچه مدیران و مسئولان تیم‌های فوتبال اصفهان شرایط طی نمودن فرایند جامعه‌پذیری را برای بازیکنان و اعضای جدیدالورود به تیم ایجاد نمایند، تعهد روانشناختی آن‌ها به تیم افزایش خواهد یافت.

واژه‌های کلیدی: تعهد روانشناختی، تیم فوتبال، جامعه‌پذیری سازمانی، ورزشکار.

مقدمه

نیروی انسانی کارآمد، شاخص عمده برتری یک سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر است (کریمی‌نیا و همکاران، ۱۳۸۹). از این رو، طی سال‌های اخیر بخش عظیمی از زمان و سرمایه سازمان‌های پیشرو به نیروی انسانی سازمان اختصاص یافته است. در شرایط رقابتی فعلی، سازمان‌ها خواهان داشتن نیروی انسانی خلاق، نوآور، وفادار و متعهد به سازمان هستند. نیروی انسانی متعهد به سازمان، ارزش و جایگاه بالایی برای سازمان دارد و چنین افرادی می‌توانند نتایج و دستاوردهای مطلوبی برای خود و سازمانشان داشته باشند. نیروی انسانی متعهد، عامل بسیار مهمی در اثربخشی سازمان به حساب می‌آید. وجود چنین نیرویی در سازمان، نه تنها موجب افزایش سطح عملکرد و کاهش میزان غیبت، تأخیر و ترک خدمت می‌شود، بلکه وجهه و اعتبار سازمانی را در اجتماع، مناسب جلوه می‌دهد و زمینه را برای رشد و توسعه آن فراهم می‌کند؛ همچنین تعهد بالا، موجب سطح بیشتری از شناخت نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان، میل قوی برای ماندن در سازمان و تمایل به اعمال تلاش فوق‌العاده برای سازمان می‌شود و با تأثیر بر عملکرد کارکنان، باعث افزایش بهره‌وری عرضه خدمات و افزایش کیفیت آن می‌شود (بحرالعلوم و همکاران، ۱۳۸۴؛ میرکمالی و همکاران، ۱۳۸۸؛ پاگلیس و گرین^۱، ۲۰۰۲؛ اشرفی، ۱۳۷۴؛ به نقل از آشتیانی، ۱۳۹۰). به علاوه، کارکنان بسیار متعهد به سازمان، افرادی هستند که خود را در رفتارهای فرانقشی مانند خلاقیت و نوآوری در شغل درگیر می‌کنند که بروز چنین رفتارهایی، از آنجایی که با روحیه رقابت‌جویی سازمان در ارتباط است، مطلوب هر سازمانی است (ماتیو و زاجاک^۲، ۱۹۹۰). در عوض، نیروی انسانی با احساس وفاداری و تعلق و تعهد کم، نه تنها خود در جهت اهداف سازمان حرکت نمی‌کند، بلکه با ایجاد فرهنگ بی‌تفاوتی به مسائل سازمان، روح تعاون و همکاری را در بین سایر همکاران تضعیف می‌کند و در نهایت، موفقیت سازمان را به تأخیر می‌اندازد یا مانع تحقق آن می‌شود (قلانودی و سلطانزاده، ۱۳۹۰).

تیم‌های ورزشی نیز، به عنوان یک نوع سازمان با مقوله تعهد بازیکنان خود مواجه هستند. گاهی اوقات مشاهده می‌شود، با وجود اینکه ورزشکاران دارای سطوح بالایی از قابلیت‌ها و مهارت‌های اجرایی هستند، ولی تمایل چندانی به ماندن در تیم ورزشی خود ندارند و این موضوع عملکرد آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، این بدان دلیل است که تعهد به عنوان یکی از ویژگی‌های فردی، نقش مهمی در موفقیت و بالا بردن سطح عملکرد تیم‌های ورزشی دارد (همتی نژاد و دانش ثانی، ۲۰۱۲)؛ همچنین تعهد به تیم نقش مهمی در میزان تلاش، سختکوشی و عملکرد ورزشکار دارد و می‌تواند دستیابی به اهداف فردی و تیمی را تحت تأثیر قرار دهد (بشارت، ۱۳۸۴؛ به نقل از علی‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابر نقش مهمی که تحقیقات مختلف در ارتباط با تعهد در تیم‌های ورزشی مطرح نموده‌اند، توجه به تعهد بازیکنان در تیم به عنوان یک متغیر موثر بر عملکرد فردی و تیمی حائز اهمیت است. مدیران و مسئولین تیم‌های ورزشی می‌توانند با تمرکز بر این مقوله و چگونگی رشد و توسعه آن در تیم، استراتژی‌های مناسبی جهت جذب و پرورش ورزشکاران متعهد اتخاذ کنند؛ زیرا به کارگیری افراد متعهد در تیم ضمن افزایش کیفیت و کارایی تیم، می‌تواند از صرف هزینه‌های زیاد جلوگیری کند (کواکلی^۳، ۲۰۰۱).

مطالعات در حوزه ورزش نشان می‌دهد که تعهد روانشناختی^۴، یک سازه مناسب برای سنجش بعد نگرشی وفاداری به تیم ورزشی است (یکمن و کرابتون^۵، ۱۹۹۱؛ ماهونی^۶ و همکاران، ۲۰۰۰). تعهد روانشناختی به عدم تمایل فرد برای تغییر علائق یا ترجیحاتش اشاره دارد که حاصل یک فرایند تصمیم‌گیری روانشناختی بر حسب باورها و ایده‌ها، ثبات عاطفی - شناختی،

1. Paglis and Green

2. Maththeiu and Zajac

3. Coakly

4. Psychological Commitment

5. Backman and Crompton

6. Mahony

اعتماد به قضاوت‌ها، رابطه بین ارزش مهم و مرجع با خویشتن شناسی و انتخاب ارادی است (ایواسکی و هاویتز^۱، ۲۰۰۴؛ پریچارد^۲، ۱۹۹۱؛ پریچارد و همکاران، ۱۹۹۹). کرازبی و تیلور^۳ (۱۹۸۳)، تعهد روانشناختی را به عنوان عدم تمایل برای تغییر علایق و ترجیحات در پاسخ به تجربه یا اطلاعات متناقض تعریف کرده‌اند. بوچانن^۴ (۱۹۸۵)، عنوان کرد که تعهد روانشناختی، وابستگی عاطفی به یک موضوع است که رفتارهای سازگار را تحت تاثیر قرار می‌دهد و بر رد رفتارهای جایگزین اشاره دارد. پریچارد و همکاران (۱۹۹۹)، ذکر کردند که سازه‌های شکل دهنده تعهد روانشناختی فرایندهای اطلاعاتی، شناسایی و ارادی هستند، این فرایندها "مقاومت در برابر تغییر" که پیامد تعهد روانشناختی است را به عنوان یک شاهد اصلی از تعهد داشتن ایجاد می‌کنند. فرایندهای اطلاعاتی با ساختار شناختی ارتباط دارند و اینکه چگونه افراد اطلاعات را درباره علایق و ترجیحاتشان مدیریت می‌کنند (پریچارد و همکاران، ۱۹۹۹). فرایندهای شناسایی به وسیله درگیری موقعیتی نشان داده می‌شوند، درگیری موقعیتی به دل بستگی شخصی بین ترجیح یک برند خاص به خویشتن شناسی و ارزش مهم اشاره دارد (کرازبی و تیلور، ۱۹۸۳؛ فریدمن^۵، ۱۹۶۴؛ پریچارد، ۱۹۹۱، پریچارد و همکاران، ۱۹۹۹). فرایندهای ارادی توسط انتخاب عامدانه با توجه به ادراک فرد از انتخاب آزاد نشان داده می‌شوند (کیسلر^۶، ۱۹۷۱؛ پریچارد، ۱۹۹۱، پریچارد و همکاران، ۱۹۹۹). بنابراین، پیچیدگی شناختی، درگیری موقعیتی و انتخاب ارادی، ابعاد مقاومت در برابر تغییر نگرش فردی^۷ هستند. مقاومت در برابر تغییر نگرش فردی - پیامد سازه‌های شکل دهنده تعهد روانشناختی - به عدم تمایل فرد برای تغییر علایق و ترجیحاتش، ارتباطات مهمش و یا باورهایش درباره یک محصول یا یک عامل اشاره دارد (ایواسکی و هاویتز، ۲۰۰۴). این بعد نگرشی وفاداری بازیکنان به تیم، تحت تاثیر عوامل مختلفی است که شناخت آنها و چگونگی تاثیرگذاریشان بر تعهد روانشناختی، به تیم اهمیت و ضرورت دارد؛ زیرا با توجه به این شناخت می‌توان جهت برنامه‌ریزی‌های اصولی برای جذب و پرورش بازیکنان متعهد به تیم گام‌های مناسبی برداشت.

ممکن است بازه زمانی که تعاملات اولیه بین اعضای جدیدالورود و اعضای فعلی سازمان رخ می‌دهد، یک نقطه اهرمی کلیدی برای مدیریت پویایی‌های تیمی در ورزش باشد (فانگ^۸ و همکاران، ۲۰۱۱؛ هاگمن^۹، ۲۰۱۲ و ساکس و آشفورت^{۱۰}، ۱۹۹۷). چندین دلیل برای چرایی این حالت بیان می‌شود؛ اول اینکه، افراد در طول این انتقال، به نقش جدید گروهی بیشتر تأثیر پذیر هستند و احتمالاً، گروه‌ها تأثیرات بیشتری بر تازه واردها می‌گذارند (ون مانن و اسپین^{۱۱}، ۱۹۷۹). دوم، تیم‌های ورزشی متشکل از حدود ساختارمند اجتماعی هستند که مشخص می‌کنند، چگونه اعضای گروه با یکدیگر در نقش‌های تیمی‌شان تعامل داشته باشند (بنسون^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۴). اعضای جدیدالورود که با چنین حدودی ناآشنا هستند، ممکن است به رفتارهایی اقدام ورزند که سبب بروز تعارضات بین فردی (جن و مانیکس، ۲۰۰۱)، مشکلات ارتباطی (بنسون و همکاران، ۲۰۱۶) یا محرومیت اجتماعی شود (پرایس و ونوگت^{۱۳}، ۲۰۱۴ و ون مانن، ۱۹۷۸) سوم، این حدود ممکن است، برای تازه واردهایی که خودشان را با انتظارات مرتبط با عضویت در گروه خو می‌دهند، ایجاد تنش و عدم اطمینان کند (الیس^{۱۴} و

1. Iwasaki and Havitz

2. Pritchard

3. Crosby and Taylor

4. Buchanan

5. Freedman

6. Kiesler

7. Resistance to changing one's attitude

8. Fang

9. Hackman

10. Saks and Ashforth

11. Van Maanen and Schein

12. Benson

13. Price and Van Vugt

14. Ellis

همکاران، ۲۰۱۵). با توجه به این مطالب، روش‌های بکار برده شده توسط تیم‌های ورزشی برای مدیریت "تجربه ورود" تازه واردین و پیامدهای بعد از آن نیاز به توجه خاص دارد. تجربه ورود به محیط تیم‌های ورزشی، پر از ابهامات بالقوه پیرامون این است که چگونه ورزشکاران نقششان را به عنوان یک تازه وارد ایفا می‌کنند. هر تیم ورزشی در یک زمینه محیطی منحصر به فردی (به عنوان مثال، فیزیکی، وظیفه‌ای، اجتماعی، فردی) قرار دارد که به وسیله یک واقعیت اجتماعی مجزا مشخص می‌شود (مارتین^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). از آنجایی که ورزشکاران به طور مشترک با همدیگر برای رسیدن به اهداف جمعی کار می‌کنند، توانایی اجتماعی کردن سریع و اثربخش تازه واردها احتمالاً نتایج ارزشمندی مانند، افزایش ادراک نقش، رشد انسجام گروهی و به وجود آمدن تعهد بیشتر در میان اعضای گروه را در بر خواهد داشت (هاکمن، ۲۰۱۲). جامعه پذیری سازمانی،^۲ به عنوان یک نظریه علمی می‌تواند به مسئولان، مدیران و مربیان تیم‌های ورزشی در مدیریت روزهای آغازین ورود یک بازیکن جدید به تیم و اجتماعی کردن موثر آن‌ها کمک زیادی کند. جامعه‌پذیری سازمانی، فرایندی است که طبق آن تازه واردین فرهنگ، هنجارها و انتظارات مرتبط با عضویت در گروه خاصی را یاد می‌گیرند (ون مانن، ۱۹۷۸). همچنین جامعه‌پذیری، فرایندی است که طی آن افراد ارزش‌های سازمانی، انتظارات مرتبط با رفتارهای شغلی و دانش اجتماعی لازم برای قبول نقش‌ها در سازمان را شناخته و یاد می‌گیرند (بیگلیاردی^۳ و همکاران، ۲۰۰۵). کلین و هوسر^۴ (۲۰۰۸)، بیان کردند که افراد باید خودشان را با سیاست‌ها، زبان، ساختار، روابط کاری، روابط اجتماعی، اهداف و استراتژی‌ها، فرهنگ و ارزش‌ها، قوانین و رویه‌ها، مشوق‌ها و تاریخچه گروهی که تازه به آن ملحق شده‌اند، انس و عادت دهند. از بسیاری جهات، شرایطی که ورزشکاران هنگام ورود به یک تیم ورزشی تجربه می‌کنند، با شرایط کارکنان هنگام ورود به یک محیط کاری جدید شباهت دارد. تعجب آور نیست که این زمینه‌ها در ویژگی‌های ساختاری مانند اهداف عملکرد محور، وظایف و نتایج وابسته، تمایز نقش و سلسله مراتب مسئولیت‌ها مشترک هستند (دی^۵ و همکاران، ۲۰۱۲). روش‌های مختلفی برای جامعه‌پذیری سازمانی ذکر شده است. ون مانن و اسپین (۱۹۷۹)، شش دسته روش جامعه‌پذیری برای افراد تازه وارد معرفی کرده‌اند که مبنایی برای اکثر کارهای انجام شده تا این زمان است. اولین دسته از تاکتیک‌های جامعه‌پذیری ممکن است، از نظر اینکه تازه واردین تجارب آموزشی یکسان (روش‌های جمعی) یا آموزش و تمرین شخصی جدا از سایرین بینند (روش‌های فردی)، متفاوت باشند. دومین دسته بین فرایندهای جامعه‌پذیری از نظر درجه رسمیت تجارب یادگیری تفکیک ایجاد می‌کند. این نوع دامنه‌ای از کاربرد ساختاری معین و تنظیم شده برای ابلاغ انتظارات نقش (روش‌های رسمی) تا یادگیری از طریق آزمون و خطا (روش‌های غیررسمی) را در بر می‌گیرد. دسته سوم از روش‌های جامعه‌پذیری، این موضوع را مد نظر دارد که آیا افزایش مسئولیت‌های فرد به دنبال طی یک سری منطقی از مراحل است (روش‌های متوالی) یا آیا مراحل افزایش مسئولیت غیرقابل پیش بینی است (روش‌های تصادفی). دسته چهارم روش‌های جامعه‌پذیری نیز مرتبط با افزایش یا پیشرفت مسئولیت‌ها است، اما تمرکز آنها بر این است که آیا یک جدول زمانبندی مناسب وجود دارد که پیشرفت مورد انتظار را تعیین کند (روش‌های ثابت)، آیا پیشرفت فرد تحت هیچ جدول زمانی از قبل تعیین شده نمی‌باشد (روش‌های متغیر). دسته پنجم روش‌های جامعه‌پذیری در سازمان‌ها ممکن است، از این منظر متفاوت باشد که آیا اعضای قدیمی و کارآموده گروه برای دادن اطلاعات به تازه واردین ترغیب می‌شوند (روش‌های پیوسته)، آیا تازه واردین هیچ راهنمایی از هم‌تایان باتجربه خود دریافت نمی‌کنند (روش‌های گسسته). نهایتاً، فرایندهای جامعه‌پذیری ممکن است، از نظر درجه‌ای متفاوت باشد که هویت شخصی تازه وارد تقویت یا تضعیف می‌شود که به عنوان روش‌های سرمایه‌گذاری یا واگذاری معرفی می‌شوند (بنسون و همکاران، ۲۰۱۵). کاربرد تاکتیک‌های صحیح جامعه

1. Martin

2. Organizational Socialization

3. Bigliardi

4. Klein and Heuser

5. Day

پذیری، فواید زیادی از جمله وضوح نقش (لاپوینت^۱ و همکاران، ۲۰۱۴)، وابستگی متقابل اهداف جمعی (لو و جوسولد^۲، ۲۰۱۳) و شبکه‌های اجتماعی قوی تر در سرتاسر سازمان (فانگ و همکاران، ۲۰۱۱)، کاهش ادراکات منفی نقش (به عنوان مثال، ابهام نقش و تعارض نقش)، پیامدهای روانشناختی مطلوب برای افراد (مانند، پذیرش اجتماعی، خودکارآمدی، رضایت شغلی) و تعهد بیشتر اعضای گروه به سازمان را در بر دارد (بوئر^۳ و همکاران، ۲۰۰۷؛ ساکس و همکاران، ۲۰۰۷). در این میان برخی تحقیقات رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد را تایید کرده اند (شائمی برزکی و اصغری، ۱۳۸۹؛ قلاوندی و سلطانزاده، ۱۳۹۰؛ هویدا و همکاران، ۱۳۹۰؛ رئیسی و همکاران، ۱۳۹۰؛ گاس^۴، ۱۹۹۳؛ اگزوم^۵، ۱۹۹۸؛ چاو^۶، ۲۰۰۲؛ کیم^۷ و همکاران، ۲۰۰۵؛ آلن^۸، ۲۰۰۶؛ بوئر و همکاران، ۲۰۰۷؛ ساکس و همکاران، ۲۰۰۷؛ کوتا^۹، ۲۰۰۸). با این وجود خلأیی که در تحقیقات فوق الذکر وجود دارد این است که اولاً، این تحقیقات در سازمان های غیر ورزشی انجام شده است و تاکنون تحقیقی به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد در حیطه ورزش نپرداخته است. دوماً، تعهد بررسی شده در این تحقیقات تعهد سازمانی بوده است و تعهد روانشناختی به تیم به عنوان یک متغیر مورد توجه پژوهشگران در حوزه ورزش مطالعه و بررسی نشده است. سوماً، فضای تیم‌های ورزشی امروزی به خصوص در کشورمان با نرخ کناره گیری بیشتری از بازیکنان رو به رو شده است که نیاز است ضمن شناخت دلایل آن، از طریق روش‌های علمی بررسی گردد که چه متغیرهایی می‌تواند سطوح تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم را افزایش داده و باعث ماندگاری بیشتر بازیکنان در تیم‌ها شود. از این رو و با توجه به مطالب بالا، سوال اصلی تحقیق این است که چه رابطه‌ای بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان وجود دارد؟ و کدام روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی پیش بین تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم هستند؟

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی بود که از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی است و به صورت میدانی اجرا گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه بازیکنان تیم‌های لیگ برتری اصفهان (ذوب آهن اصفهان و فولاد مبارکه سپاهان) و ۱۰ تیم حاضر در لیگ آسیا ویزن استان اصفهان تشکیل داده بودند (۳۰۰ نفر). در تحقیق حاضر روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای بود. ۱۶۹ نفر به عنوان نمونه تحقیق از طریق جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) انتخاب شدند (جدول، ۱).

جدول ۱ - حجم جامعه و نمونه آماری بازیکنان تیم‌های فوتبال شهر اصفهان

ردیف	باشگاه	حجم جامعه	درصد از کل	حجم نمونه
۱	لیگ برتر	۵۰	۱۶/۶۷	۲۸
۲	آسیاویژن	۲۵۰	۸۳/۳۳	۱۴۱
	جمع کل	۳۰۰	۱۰۰	۱۶۹

ابزار جمع آوری داده ها در تحقیق حاضر دو پرسشنامه جامعه‌پذیری جونز (۱۹۸۶) و پرسشنامه تعهد روانشناختی به تیم ماهونی (۲۰۰۰) بودند. در پرسشنامه ۳۶ سوالی جامعه‌پذیری که سوالات بر اساس طیف لیکرت ۶ گزینه‌ای (اصلاً، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) سنجیده می‌شدند، سوالات ۱ تا ۱۴ مربوط به روش رسمی و غیررسمی جامعه‌پذیری، سوالات

1. Lapointe
2. Lu and Tjosvold
3. Bauer
4. Geuss
5. Exum
6. Chow
7. Kim
8. Bauer
9. Kowtha

۱۵ تا ۲۹ مربوط به روش جمعی و فردی و سؤالات ۳۰ تا ۳۶ مربوط به روش پیوسته و گسسته بودند. پرسشنامه تعهد روانشناختی به تیم نیز، دارای ۱۴ سوال با طیف پاسخگویی ۶ گزینه‌ای لیکرت (اصلاً، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) است. روایی صوری و محتوی ابزارهای تحقیق، توسط ۱۰ نفر از اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی تأیید شد؛ همچنین پایایی آنها از طریق ضریب آلفای کرونباخ بررسی و برای پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی ضریب آلفا ۰/۹۴ و خرده مقیاس‌های آن به ترتیب جامعه‌پذیری جمعی؛ ۰/۸۳، جامعه‌پذیری رسمی؛ ۰/۸۹، جامعه‌پذیری پیوسته؛ ۰/۷۸، جامعه‌پذیری فردی؛ ۰/۸۴، جامعه‌پذیری غیررسمی؛ ۰/۶۸ و جامعه‌پذیری گسسته؛ ۰/۷۴ محاسبه شد؛ همچنین ضریب آلفا برای پرسشنامه تعهد روانشناختی به تیم ۰/۸۷ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از شاخص‌های آمار توصیفی (مثل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) استفاده شد و شاخص‌های استنباطی (مانند، آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه) استفاده شد. نرم افزار مورد استفاده برای تحلیل داده‌ها، اسپس اس^۱ نسخه ۱۹ بود.

یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی بازیکنان نشان داد، بیشتر نمونه‌ها (۵۰/۳ درصد) در گروه سنی ۲۱-۲۵ سال و کمترین تعداد (۶ درصد)، در رده سنی بالاتر از سن ۴۰ سال قرار داشتند. در خصوص سابقه بازی بیشترین درصد (۳۹/۹ درصد)، مربوط به سابقه ۶-۱۰ سال و کمترین درصد (۶/۱ درصد)، مربوط به بالاتر از ۲۱ سال بود. بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات لیسانس (۳۶/۲ درصد) و کمترین فراوانی، مربوط به سطح تحصیلات دکتری (۰/۶ درصد) بوده است. رشته تحصیلی ۹۳ نفر، غیر تربیت بدنی (۵۷/۱ درصد) بود و ۷۰ نفر تربیت بدنی (۴۲/۹ درصد) بودند. به علاوه، جدول (۲) بیانگر نتایج آزمون کلموگراف اسمیرنوف پیرامون وضعیت توزیع داده‌ها است.

نتایج جدول ۲ و آزمون کلموگراف اسمیرنوف نشان می‌دهد که سطح معناداری هر دو متغیر، بیشتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین فرضیه صفر تأیید و فرضیه مقابل رد می‌شود؛ بدین معنی که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال می‌باشند.

جدول ۲- وضعیت نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آماره آزمون (Z)	سطح معناداری
تعهد روانشناختی	۱۶۳	۴۵/۵۳	۱۲/۳۰	۰/۶۹۰	۰/۷۲۹
جامعه‌پذیری	۱۶۳	۸۳/۵۳	۲۹/۹۳	۰/۸۴۲	۰/۴۷۸

جدول ۳ همبستگی بین جامعه‌پذیری سازمانی و روش‌های آن را با تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم نشان می‌دهد؛ جدول ۳ نشان می‌دهد که سطح معناداری بدست آمده برای همه متغیرهای تحقیق به جزء جامعه‌پذیری غیررسمی، کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه مقابل تأیید می‌شود، بدین معنی که با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت، بین جامعه‌پذیری سازمانی و انواع آن به غیر از جامعه‌پذیری غیررسمی با تعهد روانشناختی به تیم رابطه معناداری وجود دارد. جداول ۴ و ۵، نتایج رگرسیون چندگانه را نشان می‌دهند.

جدول ۳- رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و روش‌های آن با تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان

متغیر	تعهد روانشناختی		
	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب همبستگی
جامعه‌پذیری رسمی	۲/۰۴	۱/۰۴	۰/۳۸
جامعه‌پذیری غیررسمی	۲/۲۶	۱/۰۵	۰/۰۲
جامعه‌پذیری جمعی	۲/۷۷	۱/۰۵	۰/۳۸
جامعه‌پذیری فردی	۲/۵۰	۰/۹۴۲	۰/۴۱
جامعه‌پذیری پیوسته	۲/۲۸	۱/۱۱	۰/۳۲
جامعه‌پذیری گسسته	۲/۰۶	۱/۱۵	۰/۳۳
جامعه‌پذیری سازمانی	۲/۳۲	۰/۸۳۱	۰/۴۳

مقدار ضریب همبستگی چندگانه نشان می‌دهد که بین مولفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی به تیم رابطه معناداری ($R = ۰/۴۸$) وجود دارد. از طرفی مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ($R^2_{adj} = ۰/۲۰$) نشان می‌دهد که ۲۰ درصد از کل تغییرات تعهد روانشناختی به تیم را ۶ مولفه جامعه‌پذیری سازمانی پیش‌بینی می‌کنند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مقدار آزمون F در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است، بدین معنی که مدل رگرسیونی تحقیق، مرکب از ۶ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته مدل خوبی است و مجموع متغیرهای مستقل قادرند، تغییرات تعهد روانشناختی به تیم را تبیین کنند.

جدول ۴- تأثیر روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی بر تعهد روانشناختی به تیم

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۰	۰/۷۸۸

متغیرهای پیش‌بین: جامعه‌پذیری رسمی، غیررسمی، فردی، جمعی، پیوسته و گسسته
متغیر وابسته: تعهد روانشناختی به تیم

مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	مربع میانگین‌ها	آماره آزمون (F)	سطح معناداری
رگرسیون	۲۸/۳۱۲	۶	۴/۷۱۹	۰/۵۹۸	۰/۰۰۱
باقیمانده	۹۶/۸۸۴	۱۵۶	۰/۶۲۱	۷	
کل	۱۲۵/۱۹۶	۱۶۲			

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که تأثیر دو متغیر جامعه‌پذیری غیررسمی و جامعه‌پذیری فردی بر تعهد روانشناختی به تیم معنادار است، از طرفی تأثیر چهار متغیر جامعه‌پذیری رسمی، جمعی، پیوسته و گسسته بر تعهد روانشناختی به تیم معنادار نمی‌باشد. متغیر جامعه‌پذیری فردی با ضریب رگرسیونی ۰/۲۰ و جامعه‌پذیری غیررسمی با ضریب رگرسیونی ۰/۱۷- به ترتیب، بیشترین تأثیر را بر متغیر تعهد روانشناختی به تیم دارند. به عبارتی به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای جامعه‌پذیری فردی و غیررسمی، میزان تعهد روانشناختی به تیم به ترتیب به میزان ۰/۲۰، انحراف استاندارد افزایش و ۰/۱۷- انحراف استاندارد کاهش می‌یابد.

(جامعه‌پذیری غیررسمی) ۰/۱۷- (جامعه‌پذیری فردی) ۰/۲۰ = تعهد روانشناختی به تیم

جدول ۵ - ضرایب تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

متغیرهای مستقل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد بتا	آماره آزمون (t)	سطح معناداری	همبستگی	
	B	خطای استاندارد				مرتبه صفر	تفکیکی
ثابت	۲/۳۱۰	۰/۲۱۰	-	۱۱/۰۲	۰/۰۰۱	-	-
جامعه پذیری رسمی	۰/۰۸۶	۰/۰۹۴	۰/۱۰	۰/۹۱	۰/۳۶۴	۰/۳۸	۰/۰۷
جامعه پذیری غیر رسمی	-۰/۱۴	۰/۰۶۶	-۰/۱۷	-۲/۱۳	۰/۰۳۵	۰/۰۲	-۰/۱۷
جامعه پذیری فردی	۰/۱۷	۰/۰۸۲	۰/۲۰	۲/۰۲	۰/۰۴۴	۰/۳۸	۰/۱۶
جامعه پذیری جمعی	۰/۱۱	۰/۱۱۵	۰/۱۲	۰/۹۹	۰/۳۲۱	۰/۴۱	۰/۰۸
جامعه پذیری پیوسته	۰/۰۸	۰/۰۸۰	۰/۱۱	۰/۰۵	۰/۲۹۲	۰/۳۲	۰/۰۸
جامعه پذیری گسسته	۰/۰۷	۰/۰۶۹	۰/۰۹۴	۱/۰۳	۰/۳۰۳	۰/۳۳	۰/۰۸

بحث و نتیجه گیری

امروزه در حوزه ورزش و در تیم‌های ورزشی، مساله تعهد روانشناختی به تیم به موضوعی حائز اهمیت برای مدیران باشگاه‌های ورزشی تبدیل شده است و اکثر آنان به دنبال یافتن راه حل‌هایی برای افزایش سطوح تعهد روانشناختی بازیکنان خود به تیم هستند تا از این طریق با افزایش میزان تلاش، سختکوشی و ممارست بازیکنان در ایفای نقش‌های خود، سطح عملکرد آنان را بهبود بخشند و دستیابی به اهداف فردی و تیمی را امکان پذیر سازند. از این رو، هدف این تحقیق، تعیین رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان بود که به عنوان یک متغیر تاثیرگذار بر تعهد روانشناختی مطرح است. از این رو، نتایج تحقیق نشان داد، بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی به تیم رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. تحقیقی یافت نشد که به بررسی رابطه جامعه‌پذیری و تعهد روانشناختی به تیم پرداخته باشد، با این حال برخی از تحقیقات در سایر حوزه‌ها، رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد را تایید کرده‌اند. به عنوان مثال، شامی، برزکی و اصغری، (۱۳۸۹)؛ قلاوندی و سلطانزاده، (۱۳۹۰)؛ هویدا و همکاران، (۱۳۹۰)؛ رئیسی و همکاران، (۱۳۹۰)؛ گاس، (۱۹۹۳)؛ اگزوم، (۱۹۹۸)؛ چاو، (۲۰۰۲)؛ کیم و همکاران، (۲۰۰۵)؛ آلن، (۲۰۰۶)؛ بائور و همکاران، (۲۰۰۷)؛ ساکسس و همکاران، (۲۰۰۷)؛ کوتا، (۲۰۰۸). جامعه‌پذیری سازمانی فرایندی است که ضمن آن افراد مسئولیت‌ها، هنجارها و فرهنگ یک گروه خاص را درک می‌کنند. به عبارتی، فرایند جامعه‌پذیری مستلزم این است که تازه واردها یاد بگیرند که چه انتظاری از آنها در زمینه‌های مختلف است، در عین حال، مهارت‌ها و توانایی‌هایشان را برای پاسخگویی به این انتظارات توسعه دهند (جونز، ۱۹۸۶). کاربرد روش‌های صحیح جامعه‌پذیری ضمن ایجاد وضوح نقش (لاپوینت و همکاران، ۲۰۱۴)، وابستگی متقابل اهداف جمعی (لو و جوسولد، ۲۰۱۳)، ایجاد شبکه‌های اجتماعی قوی‌تر سرتاسر سازمان (فانگ و همکاران، ۲۰۱۱)، کاهش ابهام و تعارض نقش، افزایش پذیرش اجتماعی، خودکارآمدی و رضایت شغلی، باعث تعهد بیشتر اعضای گروه به سازمان می‌شود (هاکمن، ۲۰۱۲). پیامدهای حاصل از این تعهد بالاتر می‌تواند در سطح عملکرد فردی و گروهی بازیکن تازه وارد به تیم تأثیر گذارد و وی را به فردی مفید برای تیم و باشگاه تبدیل سازد. موضوع مهمی که باید بسیار مد نظر و توجه قرار گیرد، این است که انواع روش‌های جامعه‌پذیری مورد استفاده برای جامعه پذیر کردن تازه واردها که در تحقیقات سازمانی مطرح شده‌اند، به آسانی نمی‌توانند در تیم‌های ورزشی به کاربرده شوند. در این ارتباط بنسون و همکاران (۲۰۱۶)، در مطالعه کیفی که روی روش‌های جامعه‌پذیری در تیم‌های ورزشی انجام دادند، ذکر کردند شیوه‌ای که روش‌های جامعه‌پذیری در زمینه‌های سازمانی عملیاتی می‌شود، به طور کامل قابل کاربرد در تیم‌های ورزشی نیستند. روش‌های جامعه‌پذیری تشریح شده به وسیله مربیان و ورزشکاران به طور کل با حدود چارچوب ون مانن و اسپچین (۱۹۷۹) تناسب دارد، اما شیوه‌های به کارگیری روش‌های جامعه

پذیری به خاطر ویژگی‌های ساختاری و مفهومی تیم‌های ورزشی متفاوت است. به طور مثال، بعد از یک فصل رقابت، ورزشکاران زمان کمتری را به خاطر نبود مسابقات زمانبندی شده رسمی، صرف تعامل و تمرین رسمی با همدیگر می‌کنند. در طول این بازه زمانی، تیم‌های ورزشی به طور فعال افراد جدیدی را برای جایگزینی با افراد که از تیم جدا شده‌اند، جذب می‌کنند؛ بنابراین، موقعی که تیم‌ها مجدداً برای شروع تمرینات برای فصل رقابتی جدید دور هم می‌آیند، آنها باید با مشکلات جامعه پذیر کردن تازه واردین در گروه شان کنار بیایند. ویژگی دیگر منحصر به فرد ورزش، تمایز واقعی بین جلسات و رویدادهای رقابتی زمانبندی شده در ورزش است. از این رو، با در نظر گرفتن اینکه جامعه پذیر کردن ورزشکاران تازه وارد یک فرایند رسمی و تشریفاتی است که در یک مقیاس بزرگ در شروع هر فصل اتفاق می‌افتد، تعیین روش‌هایی که تیم‌های ورزشی برای تسهیل این فرایند به کار می‌برند، نیاز به توجه زیادی دارد. تیم‌های ورزشی باید روش‌های جامعه پذیر مناسبی را برای حداکثر کردن نتایج برای افراد و گروه به طور ایده آل با هم ترکیب و اجرا کنند. از این رو، مدیران و مسئولین تیم‌های ورزشی باید ضمن شناخت روش‌های جامعه پذیر مناسب در تیم‌های ورزشی، زمینه‌های اجرای موفقیت آمیز این روش‌ها را نیز فراهم سازند تا ضمن کاهش اضطراب و نگرانی روزهای اول ورود به تیم که به کمیت و کیفیت عملکرد فردی و تیم صدمه می‌زند، سطوح تعهد روانشناختی بازیکنان خود به تیم را نیز افزایش دهند و شاهد موفقیت تیم در رقابت‌های مختلف باشند.

نتایج دیگر تحقیق نشان داد، بین جامعه‌پذیری رسمی، فردی، جمعی، پیوسته و گسسته با تعهد روانشناختی به تیم رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در روش جامعه‌پذیری رسمی، ساختاری معین و تنظیم شده‌ای برای ابلاغ انتظارات نقش افراد به کار برده می‌شود. به عبارتی، افراد بعد از طی دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی خاص به توسعه توانایی‌های شناختی مثل درک کردن، استدلال و باور داشتن وظایف و مسئولیت‌های مربوطه دست پیدا می‌کنند. به کارگیری چنین روش منسجمی در تیم‌های ورزشی که ضمن آن افراد تازه وارد با ارزش‌ها، هنجارها و اهداف و استراتژی‌های تیمی به طور رسمی آشنا می‌گردند، می‌تواند بازیکن را آن طور که خواست تیم است با تیم و آداب و اصول آن آشنا سازد و وی در مسیر مطلوبی از حرکت در تیم قرار گیرد. این روند، ضمن کاهش ابهامات و نگرانی‌های روزهای اولیه ورود، همچنین القای این حس در بازیکن تازه وارد که تیم به وی توجه دارد و برای وی ارزش قایل است، زمینه ساز تعهد روانشناختی بیشتر وی به تیم گردد، از طرفی شناخت اهداف، ارزش‌ها و هنجارهای تیمی در همان بدو ورود می‌تواند به بازیکن فرصت دهد تا تصمیم‌گیری بهتری برای ماندن و یا خروج از تیم اتخاذ کند. از آنجایی که برخی از ارزش‌ها، هنجارها و اهداف تیمی ممکن است با باورها، ارزش‌ها و اهداف فردی بازیکن تازه ورود به تیم مغایرت داشته باشد، بازیکن در همان روزهای اول می‌تواند تصمیم بگیرد که این ارزش‌ها، هنجارها و اهداف تیمی را بپذیرد یا نه. پذیرش آنها احتمالاً بر سطح تعهد فرد به آنها تأثیر خواهد گذاشت. از این رو، روش‌های رسمی می‌توانند به یادگیری بهتر موازن و معیارهای تیمی توسط بازیکنان تازه وارد و درک یکسان آنها کمک کنند و آنها را افرادی متعهدتر به تیم نمایند. علاوه بر این، روش‌های جامعه‌پذیری فردی که طی آن فرد آموزش و تمرین شخصی جدا از سایرین می‌بینند، نیز در تعیین سطوح تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم موثر است. در این روش، فرایند اجتماعی شدن فرد به تنهایی و جدا از دیگران صورت می‌گیرد. باشگاه یا تیم ورزشی می‌تواند با تدارک دیدن آموزش‌ها و برنامه‌های مناسب هر بازیکن با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و فردی وی، اقدام به آموزش مناسب کند، لذا این امر موجب می‌شود تا فرد مهارت‌هایی را که برای سازمان ضروری است، به صورت عمیق و آگاهانه کسب کند؛ همچنین حس مهم بودن و توجه داشتن به بازیکن بیشتر در وی القا شود و از آنجایی که بازیکن فرصت بیشتری برای پرسیدن سوالات و ابهاماتی که برایش پیش می‌آید را دارد، می‌تواند با رفع آنها کمتر دچار استرس‌های در جمع بودن شود. افزایش چنین وضعیتی به احتمال زیاد با افزایش تعهد بازیکنان به تیم همراه خواهد بود. از طرفی، در روش جمعی جامعه پذیر که مستلزم این است که تازه واردین تجارب آموزشی یکسان ببینند، افراد با استفاده از مجموعه‌ای از دوره‌های یکسان و برنامه‌های مشترک برای انجام کار آماده می‌شوند تا حس مشترک بودن در یک

قایق بین آنها القا گردد. از آنجایی که در روش جمعی، آموزش‌هایی که به منظور پاسخ‌های استاندارد به موقعیت‌های مختلف طراحی شده، به افراد داده می‌شود و افراد به صورت گروهی این فرایند را طی می‌کنند، لذا جذب اطلاعات بهتر صورت می‌گیرد و سطح اخذ تصمیمات مشترک در قبال چنین موقعیتی‌هایی در بازیکنان بیشتر می‌شود که چنین روند می‌تواند کمک کند، تعارضات بین فردی و کاری کمتر بین اعضای گروه ایجاد گردد و حس همبستگی و دلبستگی بیشتری به تیم و هم تیمی‌ها در بازیکنان ایجاد شود که این خود می‌تواند سطح تعهد روانشناختی به تیم آنان را افزایش دهد.

به علاوه، ترغیب اعضای قدیمی و کارآزموده گروه برای دادن اطلاعات به تازه واردین (روش پیوسته) یا عدم دریافت راهنمایی از هم‌تایان باتجربه توسط تازه واردین (روش گسسته)، نیز در تعیین سطوح تعهد روانشناختی به تیم بازیکنان موثر هستند. در جامعه‌پذیری پیوسته اعضای با تجربه تیم به عنوان الگو عمل می‌کنند و یک فرد مسئولیت آشناسازی افراد تازه‌وارد به مجموعه را بر عهده دارد. از آنجایی که یکی از روش‌های انتقال دانش و تجربیات به دیگران، استفاده از الگوها و سرمشق‌ها است، این فرایند می‌تواند در باشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد، به این نحو که اعضای با تجربه تیم به عنوان الگو عمل کنند و ارزش‌ها، هنجارها و اهداف تیمی را به نحو مطلوب به بازیکنان جدیدالورود منتقل سازند. به عبارتی اگر بازیکنان بتوانند رهنمودهای آموزشی جدیدی را از افراد الگو و سرمشق کسب کنند، می‌توانند کنش متقابل با دیگران، یکپارچه شدن در نظم تیمی و انطباق با نقش‌های جدید تیمی را بهتر فرا گیرند. نکته بسیار مهمی که در این فرایند وجود دارد، انتخاب افرادی است که قرار است، نقش الگو و سرمشق را ایفا کنند. چنانچه این افراد از توانمندی و شایستگی لازم برخوردار نباشند و همچنین تعهد بالایی به تیم نداشته باشند، ممکن است نتیجه کار برعکس گردد. وجود الگویی که به طور پیوسته در کنار بازیکن جدیدالورود باشد و مهارت‌های لازم برای ایفای نقش در تیم را به وی یاد بدهد، به نظر می‌رسد در تیم‌های ورزشی اجرایی تر باشد و بتوان از این طریق بهتر فرایند جامعه‌پذیری افراد جدیدالورود را طراحی و اجرا کرد. با این حال، روش‌های گسسته نیز بنابر نتایج تحقیق تعهد روانشناختی به تیم را تحت تأثیر دارند. در روش‌های گسسته، یک الگو مشترک یا یک فرد با تجربه برای افراد تازه‌وارد وجود ندارد، بلکه ممکن است هر فردی با یک نفر مرتبط شود. اگر افراد انتخابی با هر فرد تناسب داشته باشد و همچنین از صلاحیت و شایستگی مناسب برخوردار باشد، در این صورت باورهای افراد در پذیرش ارزش و اهداف تیم و تمایل به تلاش بیشتر و حفظ عضویت در تیم بهتر می‌تواند شکل گیرد. فردی که راهنمایی و هدایت تازه وارد را بر عهده می‌گیرد، آینده‌ای است که تازه وارد آینده خود را در آن می‌بیند. اگر وی، شخصی موفق در تیم باشد، تازه وارد نیز خود را در آینده موفق می‌بیند یا حداقل بیشتر برای موفقیت تلاش می‌کند؛ ولی اگر فرد موفق نباشد، ممکن است نتایج و پیامدهای مطلوبی حاصل نگردد. این انتخاب‌ها به خصوص انتخاب افرادی که تعهد روانشناختی بالاتری به تیم دارند، می‌تواند سطوح تعهد روانشناختی به تیم اعضای جدیدالورود را تحت تأثیر و بازیکنان متعهدتری در تیم پرورش دهد. با اینکه همه این روش‌های جامعه‌پذیری ارتباط معناداری با تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم داشتند، چنین رابطه‌ای بین جامعه‌پذیری غیررسمی و تعهد روانشناختی به تیم مشاهده نشد. روش‌های غیررسمی، مستلزم یادگیری از طریق آزمون و خطا است و تازه واردین از سایر اعضای رسمی تیم برای طی فرایند جامعه‌پذیری جدا نمی‌شوند. در چنین حالتی که آموزش از طریق آزمون و خطا است، در برخی حالات ممکن است، بازیکن تازه وارد رفتارها و اقدامات نامطلوب که بعضاً در تیم دیده می‌شود را به عنوان اقدام درست تشخیص دهد و همان را بپذیرد و مورد اجرا قرار دهد، چرا که در این روش هیچ بسته آموزشی از قبل پیش بینی شده‌ای وجود ندارد. همچنین از آنجایی که ممکن است، در بین بازیکنان قدیمی افرادی باشند که به دلیل فرسودگی و نداشتن انگیزه، چندان حس ماندن در تیم را نداشته باشند و کمتر متعهد به تیم باشند - ضمن شکل‌گیری ارتباط بین این بازیکنان با افراد تازه وارد - این عدم تعهد را به بازیکن جدید و تازه‌وارد تسری داده و آنان را نیز تحت تأثیر خود قرار دهند و بدین صورت سطح تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم را کاهش دهند. در این تحقیق، رابطه معناداری بین این دو متغیر مشاهده نشد. شاید بتوان گفت،

دلیل عدم این رابطه این باشد که بازیکنان تیم‌های ورزشی چندان از اینکه در محیط‌های ورزشی پر از ابهام و سردرگمی به حال خود رها شوند و خودشان کشف کنند، اهداف، ارزش‌ها، هنجارها و استراتژی‌های تیم و نقش و انتظارات از آنها چه هستند، استقبال نکنند و کمتر یادگیری از طریق آزمون و خطا را بپسندند و بیشتر خواستار ساختارمندی در روش آشناسازی با تیم و محیط ورزشی باشند. به علاوه، ساختار تیم‌های ورزشی و ماهیت وظیفه متفاوت آنها با سازمان‌های دیگر و همچنین محدودیت‌های زمانی در دستیابی به اهداف که در محیط‌های ورزشی بسیار زیاد است، به نظر نمی‌رسد شرایط را برای طی نمودن این نوع جامعه پذیری فراهم کنند.

در نهایت نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که تنها دو روش جامعه‌پذیری غیررسمی و فردی، تأثیر معناداری بر تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم داشتند. جامعه‌پذیری فردی با ضریب رگرسیونی ۰/۲۰ و جامعه‌پذیری غیررسمی با ضریب رگرسیونی ۰/۱۷- به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر تعهد روانشناختی به تیم داشتند. با توجه به اینکه در روش فردی، فرایند اجتماعی شدن فرد به تنهایی و جدا از دیگران صورت می‌گیرد، آموزش‌ها و برنامه‌های مناسب هر فرد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و فردی وی لحاظ می‌شود و فرد بیشتر فرصت پرسیدن سوالات و ابهامات زیادی که برایش پیش می‌آید را دارد، چنین روشی بیشتر از سایر روش‌های جامعه‌پذیری با محیط‌های ورزشی که بازیکنان نیاز به در رأس توجه بودن دارند، تناسب داشته باشد و به القای حس مهم بودن بازیکن برای تیم کمک کند و از این رو، بیشتر تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم را تحت تأثیر قرار دهد. با این حال صحت این ادعا نیاز به تحقیقات بیشتر در این زمینه دارد. از طرفی، به کارگیری روش‌های غیررسمی که مستلزم آزمون و خطا است و تازه واردین از سایر اعضای رسمی تیم برای طی فرایند جامعه‌پذیری جدا نمی‌شوند، با توجه به ماهیت محیط ورزشی که سطح استرس، رقابت، عدم اطمینان و ابهام در آن زیاد است، ممکن است چندان مثر و ثمر نباشد و نتواند تعهد به تیم را موجب گردد. همانطور که نتایج تحقیق نشان می‌دهد، روش غیر رسمی تأثیر معناداری بر تعهد روانشناختی دارد، ولی اثر آن منفی است و این بدان معنا است که به کارگیری چنین روشی در محیط‌های ورزشی ممکن است مطلوب نباشد و پیامدهای منفی در بر داشته باشد. بنا بر نظر جونز (۱۹۸۶)، برخی از روش‌های جامعه‌پذیری مانند روش‌های غیررسمی، گسسته، متغیر و ... منعکس کننده یک مسیر یادگیری غیرقابل پیش بینی و بی نظم است که افراد را برای کشف و تعریف مجدد مسئولیت‌های سازمانی ترغیب و تشویق می‌کند. به نظر می‌رسد، چنین بی‌نظمی و غیرقابل پیش بین بودن در محیط‌های ورزشی شدت بگیرد و این روش‌ها در محیط‌های ورزشی نتوانند خوب پاسخ دهند. در نهایت با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود، مدیران و مسئولین تیم‌های فوتبال، طی یک فرایند جامعه‌پذیری مناسب با محیط تیم‌های ورزشی که مستلزم شناخت و اجرای آن است، بازیکنان و افراد تازه‌وارد به تیم را با انتظارات، ارزش‌ها، هنجارها و معیارهای عملکردی تیم آشنا کنند تا ضمن تطابق و سازگاری بیشتری بین تیم و بازیکنان، تعارض و درگیری کمتری در محیط تیم‌ها تجربه کنند و در صورت ایجاد اختلافات و تضادهای درون تیمی، راه‌های درست و سازگارانه حل آن‌ها را فرا گیرند و روابط بهتری را با افراد هم‌تیمی و مدیران و مسئولین تیم برقرار سازند، چنین روندی احتمالاً افزایش سطح تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم را در پی خواهد داشت.

منابع

- آشتیانی، بابک. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی کارکنان بانک کشاورزی (حوزه ستاد مرکزی). دانشگاه پیام نور مرکز تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.
- بحر العلوم، حسن؛ امیرتاش، علی محمد؛ خبیری، محمد و تندنویس، فریدون. (۱۳۸۴). ارتباط بین سبک مدیریت با رضایت شغلی کارشناسان تربیت بدنی شاغل در تهران. نشریه پژوهش در علوم ورزشی، ۴، ۸۳-۱۰۰.

- رئیس، زهره؛ سلیمیان، فرهاد؛ نجاری، رضا و امیرخانی، امیرحسین. (۱۳۹۰). رابطه بین جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی در پرستاران شریعتی اصفهان. دو ماهنامه مدیریت اطلاعات سلامت. ۸(۸)، ۱۱۰۴-۱۱۱۱.
- شائمی برزکی، علی و اصغری، ژیل. (۱۳۸۹). رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در شرکت گاز استان کردستان. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۳، ۱۰۹-۱۲۷.
- علی حسینی، بهناز، بحرالعلوم، حسن و حسینی نیا، سیدرضا. (۱۳۹۳). ارتباط بین انگیزه‌های مشارکت و تعهد ورزشی در بین ورزشکاران جانباز و معلول. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۲(۶)، ۴۳-۵۴.
- قلانودی، حسن و سلطانزاده، وحید. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه. فرایند مدیریت و توسعه، ۷۸، ۹۴-۱۱۱.
- کریمی‌نیا، رضا؛ سلیمی، سید حسین و امینی، علی. (۱۳۸۹). رابطه سبک رهبری با فرهنگ سازمان و تعهد سازمانی در نیروهای نظامی. طب نظامی، ۱۲(۳)، ۶۵-۷۰.
- میرکمالی، سید محمد؛ حیات، علی اصغر؛ نوروزی، علی و نازنین، جراحی. (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین توانمندسازی روانشناختی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی در میان کارکنان دانشگاه تهران. دانشور رفتار، ۳۹، ۱۵-۳۰.
- همتی، مریم و عبدالهی، بیژن. (۱۳۹۳). رابطه جامعه‌پذیری و تعهد سازمانی در میان کارکنان دو سازمان داوطلبان و جوانان جمعیت هلال احمر. فصلنامه امداد و نجات، ۶(۱)، ۴۳-۵۴.
- هویدا، رضا؛ جمشیدیان، عبدالرسول و مختاری‌فر، حجت‌اله. (۱۳۹۰). رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در بین دبیران مدارس متوسطه شهر همدان. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۲(۳)، ۶۳-۸۲.
- Allen, D. G. (2006). Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover? *Journal of Management*, 32(2), 237-256.
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13, 205-220.
- Bauer, T. N., Bodner, T., Erdogan, B., Truxillo, D. M., & Tucker, J. S. (2007). Newcomer adjustment during organizational socialization. A Meta analytic review of antecedents, outcomes, and methods. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 701-721.
- Benson, A. J., Eys, M., & Irving, P. G. (2016). Great expectations: How role expectations and role experiences relate to perceptions of team cohesion. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 38, 160-172.
- Benson, A. J., Hardy, J., & Eys, M. A. (2016). Contextualizing leaders' interpretations of proactive followership. *Journal of Organizational Behavior*, 37, 949-966.
- Benson, A. J., Surya, M., & Eys, M. A. (2014). The nature and transmission of roles in sport teams. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, 3, 228-240.
- Bigliardi, B., Petroni, A., & Dormio, A. I. (2005). Organizational socialization, career Aspirations and turnover intentions among design engineers. *Journal of Leadership & Organization Development*, 26(6), 441 -424.
- Buchanan, T. (1985). Commitment and leisure behavior: A theoretical perspective. *Leisure Sciences*, 7(4), 401-420.
- Chow, I. (2002). Organizational socialization and career success of Asian managers. *The International Journal of Human Resource Management*, 13(4), 720-737.
- Coakly, J. (2001). *Sport in Society, Issues and Controversies*. 7th edition. USA: Ma Graw Hill. 9-86.

- Crosby, L. A., & Taylor, J. R. (1983). Psychological commitment and its effects on post-decision evaluation and preference stability among voters. *Journal of Consumer Research*, 9, 413-431.
- Day, D. V., Gordon, S., & Fink, C. (2012). The sporting life: exploring organizations through the lens of sport. *Academy of Management Annals*, 6(1), 397-433.
- Ellis, A. M., Bauer, T. N., Mansfield, L. R., Erdogan, B., Truxillo, D. M., & Simon, L. S. (2015). Navigating uncharted waters newcomer socialization through the lens of stress theory. *Journal of Management*, 41, 203-235.
- Exum, M. E. (1998). An examination of the relationship between organizational socialization and the Orientational Commitment, job Satisfaction, and role orientation of new student affairs professionals. *Ohaio University*, 12-26.
- Fang, R., Duffy, M. K., & Shaw, J. D. (2011). The organizational socialization process: Review and development of a social capital model. *Journal of Management*, 37, 127-152.
- Freedman, J. L. (1964). Involvement, discrepancy and change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69(3), 290-295.
- Geuss, R. R. (1993). Organizational socialization of first and second career teacher: A survey of selected outcomes. *Dissertation Abstracts*. International University Microfilm, 32-40.
- Hackman, J. R. (2012). From causes to conditions in group research. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 428-444.
- Jehn, K. A., & Mannix, E. A. (2001). The dynamic nature of conflict: A longitudinal study of intragroup conflict and group performance. *Academy of Management Journal*, 44, 238-251.
- Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment*. New York: Academic Press.
- Kim, T. Y., Cable, D. M., & Kim, S. P. (2005). Socialization tactics, employee proactivity, and person-organization fit. *Journal Applied Psychology*, 90(2), 232-241.
- Klein, H. J., & Heuser, A. E. (2008). The learning of socialization content: a framework for researching orientating practices. In *Research Personnel and Human Resource Management*, 27, 279-336, Emerald Group Publishing Limited.
- Kowtha, N. R. (2008). Engineering the engineers: Socialization tactics and new engineer adjustment in organizations. *Academic Journal*, 55(1), 67-81.
- Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (2004). Examining relationships between leisure involvement, psychological commitment and loyalty to a recreation agency. *Journal of Leisure Research*, 36(1), 45-72.
- Lapointe, E., Vandenberghe, C., & Boudrias, J. S. (2014). Organizational socialization tactics and newcomer adjustment: The mediating role of role clarity and affect based trust relationships. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87, 599-624.
- Lu, S. C., & Tjosvold, D. (2013). Socialization tactics: Antecedents for goal interdependence and newcomer adjustment and retention. *Journal of Vocational Behavior*, 83, 245-254.
- Mahony, D. F., Madrigal, R., & Howard, D. (2000). Using the Psychological Commitment to Team (PCT) Scale to Segment Sport Consumers Based on Loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 9(1), 15-25.
- Martin, L., Bruner, M., Eys, M., & Spink, K. (2014). The social environment in sport: selected topics. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 7(1), 87-105.

- Mathieu, J. E., & Zajac, D. M. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, Correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, 108(2), 171-194.
- Paglis, L., & Green, S. (2002). Leadership self- efficacy and manage motivation for leading change. *Journal of organizational behavior*, 23, 215-235.
- Price, M. E., & Van Vugt, M. (2014). The evolution of leader-follower reciprocity: The theory of service-for-prestige. *Frontiers in Human Neurosciences*, 8, 1-17.
- Pritchard, M. P. (1991). Development of the psychological commitment instrument (PCI) for measuring travel service loyalty. Unpublished doctoral dissertation, The University of Oregon.
- Pritchard, M. P., Havitz, M. E., & Haward, D. R. (1999). Analyzing the commitment-loyalty link in service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(3), 333-348.
- Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). Organizational socialization: Making sense of the past and present as a prologue for the future. *Journal of Vocational Behavior*, 51, 234-279.
- Saks, A. M., Uggerslev, K. L., & Fassina, N. E. (2007). Socialization tactics and newcomer adjustment: A meta-analytic review and test of a model. *Journal of Vocational Behavior*, 70, 413-446.
- Van Maanen, J. (1978). People processing: Strategies of organizational socialization. *Organizational Dynamics*, 7, 19- 36.
- Van Maanen, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a theory of organizational socialization. *Research in Organizational Behavior*, 1, 209-264.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

شهبازی راد، کیومرث؛ آصفی، احمد علی و سلیمی، مهدی. (۱۳۹۶). رابطه جامع‌پذیری سازمانی و تعهد روانشناختی بازیکنان به تیم‌های فوتبال اصفهان. *نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۵(۱)، ۳۳-۱۹.



Relationship between Organizational Socialization and Player's Psychological Commitment to Football Teams in Isfahan

Qmars Shahbazi Rad¹, Ahmad Ali Asefi², and Mahdi Salimi³

1. M.A. in Sport Management, University of Isfahan

2. Assistant Professor in Sport Management, University of Isfahan

3. Assistant Professor in Sport Management, University of Isfahan

Received: 29 June 2017

Accepted: 8 January 2018

Abstract

Objective: The purpose of this research was to determine the relationship between organizational socialization and player's psychological commitment to football teams of Isfahan.

Methodology:

The research method of present study was correlative - descriptive according to type and functional according to aim that data gathering was conducted in survey method. The statistical population of this study was all of players of Isfahan's premier league and Asia Vision league (N=300). By using of Krejcie and Morgan table was assigned 169 people as research sample that they were selected by using of random sampling method. Research measurement tool was two standard questionnaires include Jones's organizational socialization questionnaire (1986) and Mahoney's psychological commitment to team questionnaire (2000) that their validity and reliability after evaluation were confirmed. Also for analyzing the data used of descriptive statistics methods (i.e. Tables and graphs) and inferential statistics methods (i.e. Pearson correlation coefficient, one-sample T test and multiple linear regression).

Results: Results showed that there was a significant correlation between organizational socialization and its components (formal, collective, individual, serial, and disjunctive socialization) with psychological commitment to team, but there wasn't any significant correlation between informal socialization and psychological commitment to team.

Conclusion: according to research results can say that in order to increase psychological commitment to team in players and newly-added members of team, managers and authorities of Isfahan football teams should provide socialization process for them.

Keywords: organizational socialization, psychological commitment to team, football team, player.

To cite this article:

Shahbazi Rad, Q., Asefi, A. A., & Salimi, M. (2018). Relationship between Organizational Socialization and Player's Psychological Commitment to Football Teams in Isfahan. *Journal of Human Resource Management in Sport*, 5(1), 19-33.

Corresponding Author: **Qmars Shahbazi Rad**

E - mail: qmars.shahbazirad@gmail.com