

Communication Management in Sports Media

ORIGINAL ARTICLE

Open
Access

Analysis of the Relationship Between Professional Ethics and Organizational Health, With the Mediating Role of Social Media, Among Managers and Employees of Sports and Youth Departments in Kermanshah Province

Hematallah Bastami¹, Ali Karimi^{2*}, Ali Ahmadi³, Hesamaldin Alidousti⁴, Mehdi Hariri⁵

1. Department of Sport Management, Payame Noor, Tehran, Iran.
2. Department of Sport Management, Payame Noor, Tehran, Iran.
3. Department of Sport Management, Payame Noor, Tehran, Iran.
4. Department of Sociology, Payame Noor, Tehran, Iran.
5. Department of Law, Payame Noor, Tehran, Iran.

Correspondence

Author's Name: Ali Karimi
Email: alikarimi60@pnu.ac.ir

How to cite

Bastami, H., Karimi, A., Ahmadi, A., Alidousti, H., & Hariri, M. (2024). Analysis of the relationship between professional ethics and organizational health, with the mediating role of social media, among managers and employees of sports and youth departments in Kermanshah province. *Communication Management in Sport Media*, 11(3), 19-33. 10.30473/jsm.2022.64531.1639

ABSTRACT

One of the important variables in organizations is the professional ethics of employees. Promoting professional ethics within organizations particularly through the lens of one of today's most significant developments, social media not only fosters a vibrant and supportive environment that enhances productivity but also plays a crucial role in achieving organizational health, a key indicator of organizational excellence. This study employed a descriptive-correlational research method and was applied in terms of objective. The statistical population comprised 320 managers and employees of the General Department of Sports and Youth in Kermanshah Province. Using a random sampling method based on Cochran's formula, 175 individuals were selected as the sample. The research utilized three questionnaires focusing on professional ethics, organizational health, and social media. Data analysis was conducted using Smart PLS statistical software, employing structural equation modeling and confirmatory factor analysis. The findings revealed a positive and significant relationship between professional ethics and organizational health, with social media serving as a mediating factor among managers and employees in the sports and youth departments of Kermanshah Province. Specifically, the results indicated that professional ethics influenced social media with a coefficient of 0.76, while professional ethics affected organizational health with a coefficient of 0.34, and social media impacted organizational health with a coefficient of 0.41. Overall, professional ethics had the highest impact on social media (path coefficient of 0.76) and the least impact on organizational health (path coefficient of 0.34). As a new infrastructural element, social media has provided a fresh perspective for sports organizations. Today, the integration of these technologies in planning, decision-making, guidance, and control is crucial for achieving organizational health, with the professional ethics of managers and employees playing a distinctive role in reaching these goals.

KEYWORDS

Professional Ethics, Organizational Health, Social Media.

Extended Abstract

Introduction

One of the important variables in organizations is the professional ethics of employees. Promoting professional ethics within organizations especially by emphasizing one of today's most significant developments, social media not only fosters a dynamic and supportive environment that enhances productivity but also plays a crucial role in achieving organizational health, which is a key indicator of organizational excellence. The activities of sports and youth departments are vital for training efficient and effective human resources in the fields of sports and physical education in the country. Considering the variables of organizational health and professional ethics among managers and employees, along with the mediating role of social media, it becomes evident that social media can be instrumental in promoting organizational health. Therefore, this research aims to evaluate social media as a mediating variable in the relationship between professional ethics and organizational health among employees of the sports and youth departments in Kermanshah Province.

Method

The research utilized a descriptive-correlation method and was applied in terms of its objectives. The statistical population consisted of 320 individuals, including managers and employees from the General Department of Sports and Youth in Kermanshah Province. A statistical sample of 175 individuals was selected using a stratified random sampling method based on Cochran's formula. The research employed three questionnaires focusing on professional ethics, organizational health, and social media. Content validity was assessed using content validity index (CVI) forms and the relative coefficient of content validity (RCVI), yielding a relative coefficient of 0.79 and a content validity index value exceeding 0.80. The face and content validity of the questionnaires were approved by 10 specialists in management and sports media. To determine the reliability of the questionnaires, internal consistency was assessed with Smart PLS software, resulting in Cronbach's alpha coefficients of 0.91 for professional ethics, 0.88 for organizational health, and 0.82 for social media. Data analysis was performed using Smart PLS statistical software, applying structural equation modeling and confirmatory factor analysis methods.

Findings

In general, there is a positive and significant relationship between professional ethics on organizational health and the mediating role of social media among managers and employees of sports and youth departments in Kermanshah province. Specifically, professional ethics significantly

influences social media, with a path coefficient of 0.76, while professional ethics affects organizational health with a path coefficient of 0.34, and social media impacts organizational health with a path coefficient of 0.41. There are generally two mechanisms for fostering a healthy organizational environment: the legal mechanism and the moral mechanism. Both of these mechanisms extend beyond mere compliance with laws and can govern the process of organizational health improvement in a stable and institutional manner. Through these mechanisms, organizational relationships develop, and employees can achieve self-control by internalizing ethical standards, ultimately contributing to a healthier organization. Organizational health is a comprehensive issue that encompasses three elements: mental stress, mental health, and professional ethics within organizations. The health of any group is the result of establishing and institutionalizing professional ethics among its members. The introduction of a "golden rule" in decision-making can significantly mitigate the occurrence of administrative corruption. Researchers emphasize that the first step toward achieving organizational health is a correct understanding of the concept of ethics, along with identifying the factors that influence employees' professional ethics within the organization.

Conclusion

One of the key responsibilities of sports and youth departments is to serve diverse segments of society and create suitable platforms for sports activities, ensuring the physical and mental health of various groups. This mission requires humane resources, along with a strong commitment to high professional ethics. To achieve their goals and objectives, these departments must pay special attention to their human resources and the specific requirements of their roles. The aim of the current research was to explore the relationship between professional ethics and organizational health, with social media acting as a mediating factor among managers and employees in the sports and youth departments of Kermanshah Province. Undoubtedly, the greater the commitment of employees to ethical standards, the more likely the organization will progress toward health and achieve overall organizational well-being. Professional ethics encompasses an individual's behavior, politeness, and actions while performing professional duties. A key component of professional ethics, highlighted in this research, is the concept of responsibility.

KEYWORDS

Professional Ethics, Organizational Health, Social Media.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The authors undertake that they have followed all the ethical issues and considerations related to writing the article and that all the materials have been taken into account by mentioning the correct sources.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

تحلیل ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در بین مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه

همت‌الله بسطامی^۱، علی کریمی^{۲*}، علی احمدی^۳، حسام‌الدین علی‌دوستی^۴، مهدی حریری^۵

چکیده

یکی از متغیرهای مهم در سازمان‌ها، اخلاق حرفه‌ای کارکنان است. ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها با تأکید بر یکی از مهم‌ترین تحولات در دنیای امروز یعنی رسانه‌های اجتماعی، نه تنها محیط بانشاط و مساعدی را برای افزایش بهره‌وری می‌آفریند، بلکه نقش مؤثری در دستیابی به سلامت سازمانی به‌عنوان یکی از نمودهای تعالی سازمان دارد. روش پژوهش حاضر، توصیفی-همبستگی و به لحاظ هدف کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش، ۳۲۰ نفر از مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه بودند که با استفاده از روش تصادفی طبقه‌ای و براساس فرمول کوکران، ۱۷۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش سه پرسش‌نامه اخلاق حرفه‌ای، سلامت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی بود. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری Smart PLS، مدل معادلات ساختاری و روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. به‌طور کلی، بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در بین مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه، رابطه مثبت و معنادار برقرار است. همچنین اخلاق حرفه‌ای بر رسانه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۷۶، اخلاق حرفه‌ای بر سلامت سازمانی با ضریب مسیر ۰/۳۴ و رسانه‌های اجتماعی بر سلامت سازمانی با ضریب مسیر ۰/۴۱ اثرگذار بود.

واژه‌های کلیدی

اخلاق حرفه‌ای، سلامت سازمانی، رسانه‌های اجتماعی.

۱. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
۴. استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
۵. استادیار، گروه حقوق، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

علی کریمی

رایانامه: alikarimi60@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

بسطامی، همت‌الله؛ کریمی، علی؛ احمدی، علی؛ علی‌دوستی، حسام‌الدین؛ و حریری، مهدی. (۱۴۰۳). تحلیل ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در بین مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱(۳)، ۱۹-۳۳. doi: 10.30473/jsm.2022.64531.1639

مقدمه

هر سازمانی برای اینکه اثربخش باشد، قبل از هرچیز باید بتواند در موقعیت‌های بحرانی ضمن سازش با محیط متغیر و مقابله با هر مشکلی، بهترین منابع خود را به کار بگیرد، با نیروهای تهدیدکننده خارجی به‌طور موفقیت‌آمیزی برخورد کرده، نیروی آن‌ها را در جهت هدف اصلی سازمان هدایت کند و همواره با حفظ توانایی‌های خود، بقای آن را رشد و توسعه دهد و به تعبیری دیگر از سلامتی سازمانی برخوردار باشد (مهاجران و همکاران، ۲۰۱۸). سلامت سازمانی^۱ به دوام و بقای سازمان در محیط خود و سازگاری با آن و ارتقای و گسترش توانایی خود برای بقا و سازش بیشتر، اشاره می‌کند (جاهد، ۲۰۰۵). سلامت سازمانی چارچوبی برای مفهوم‌سازی جو عمومی سازمان است. مفهوم سلامت سازمانی، توجه را به شرایطی جلب می‌کند که رشد و توسعه سازمان را تسهیل می‌کند و موجب پویایی سازمان می‌شود. سلامت سازمانی به وضعی فراتر از اثربخشی کوتاه‌مدت سازمان دلالت دارد و به مجموعه‌ای از خصایص سازمانی نسبتاً پردوام اشاره می‌کند. یک سازمان سالم به این معنا نه تنها در محیط خود پایداری می‌کند، بلکه در درازمدت قادر است به اندازه کافی با محیط خود نیز سازگار شود و توانایی‌های لازم را برای بقای خود پیوسته ایجاد کند و گسترش دهد (الوانی، ۲۰۱۷). محققان در مطالعاتی سازمان سالم را سازمانی تعریف می‌کنند که نه تنها در محیط خود دوام می‌آورد، بلکه در برهه زمانی طولانی نیز به‌طور کافی سازش می‌کند و توانایی‌های بقا و سازش خود را به‌طور مداوم توسعه و گسترش می‌دهد. در این تعریف آشکار است که سازمان سالم با نیروهای مانع در بیرون به‌طور موفقیت‌آمیزی برخورد کرده و نیروی آن را به‌طور اثربخشی در جهت اهداف و مقاصد اصلی سازمان هدایت می‌کند (هوی و میسکل^۲، ۲۰۱۸).

به عقیده برخی از محققان، ویژگی سازمان سالم تأمین سه نیاز اصلی شامل نیازهای وظیفه‌ای، نیازهای بقا و نیازهای رشد و توسعه سازمان^۳ است؛ بر این اساس، آن‌ها ابعاد سلامت سازمانی را شامل تمرکز بر اهداف، کفایت ارتباطات، برابری بهینه قدرت، استفاده بهینه از منابع، انسجام و یکپارچگی، روحیه، نوآوری، استقلال، سازگاری با محیط و کفایت حل مسئله می‌دانند (جولائی و همکاران، ۲۰۱۱). در یک سازمان سالم، مدیر رفتاری کاملاً دوستانه و حمایتگر با کارمندان خود دارد و در برنامه‌های خود دارای یگانگی است. کارمندان نیز تمایل بیشتری به ماندن و کارکردن در سازمان دارند و به‌طور مؤثرتری کارها را انجام می‌دهند؛ بنابراین سلامت سازمانی، یکی از

گویاترین و بدیهی‌ترین شاخص‌های اثربخشی سازمانی است (هوی و فدمن^۴، ۲۰۱۹). سلامت سازمانی را می‌توان سازگاری مطلوب جسمی، روحی و اجتماعی سازمان با محیط پیرامون آن تعریف کرد که بر نحوه کارکرد سازمان تأثیر دارد (شیروانی و اسمعیلی، ۲۰۱۹). سازمان‌های سالم از کارکنان خود تعهد زیاد و رفتار مناسب را انتظار دارند و شاخص‌های اصلی این گونه سازمان‌ها برای حل مشکل دوام که به حفظ و نگهداری نظام ارزشی اشاره دارد، شامل وفاداری و توجه به فعالیت‌های سازمان، حس هویت مشترک با سازمان و انگیزه‌های فرد برای کارکردن است (دجاو^۵، ۲۰۱۷).

هنگامی که ویژگی‌های رفتاری یک سازمان سالم بررسی می‌شود، مهم‌ترین موضوعی که به‌صورت بارز در زمینه رفتاری از مدیران و کارکنان مشاهده می‌شود، رفتار اخلاق حرفه‌ای آن‌ها است (دفت^۶، ۲۰۱۳). درواقع، سازمان‌های سلامت‌محور به سازمان‌هایی گفته می‌شود که براساس فضیلت‌های اخلاقی^۷ شکل می‌گیرند و ارتباطات و فعل‌وانفعالات سازمانی در آن‌ها براساس فضایل اخلاقی حرفه‌ای مدیران و کارکنان تنظیم می‌شود (فلدز^۸، ۲۰۱۹). یکی از متغیرهای مهم در سازمان‌ها، اخلاق حرفه‌ای^۹ کارکنان است. ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، نه تنها محیط بانشاط و مساعدی را برای افزایش بهره‌وری می‌آفریند، بلکه نقش مؤثری نیز در دستیابی به سلامت سازمانی به‌عنوان یکی از نمودهای تعالی سازمان دارد. امروزه نقش اخلاق^{۱۰} در عملکرد، رفتار، تصمیم‌گیری‌ها، انتخاب‌ها، برخوردها و ارتباطات، مهم و تعیین‌کننده است؛ به همین دلیل، امروزه اخلاقیات یکی از مباحث مهم در تمام حوزه‌ها است. هیچ نهاد یا حرفه‌ای نیست که قادر باشد فارغ از اخلاق که نشانگر مرزهای سلوک و رفتار بهنجار است، به حیات مشروع خود ادامه دهد. اخلاق هر جامعه، معیار بایدها و نبایدهای آن را تعیین می‌کند و انسان اجتماعی را در مسیر زندگی آینده خود به سمت کمال، فضیلت و سعادت هدایت می‌کند. اخلاق، هم خاستگاه دینی دارد و هم متأثر از عرف، فرهنگ، تاریخ و سایر پدیده‌های اجتماعی است. درواقع، بین پدیده‌های اجتماعی و اخلاق، تعامل دائمی وجود دارد که باعث می‌شود در طول زمان، اصول، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه صیقل بخورد و الگوهای موجه و پذیرفتنی رفتارهای فردی و جمعی را شکل دهد (شیروانی و اسمعیلی، ۲۰۱۹).

اخلاق حرفه‌ای اصول، قوانین، استانداردها یا قوانین رفتاری تعیین‌شده توسط افراد در حرفه‌ای خاص است که وظیفه آن، شناسایی استانداردهای اخلاقی و سنجش‌ها، قضاوت‌ها و مفاهیم با

6. Deft
7. Moral virtues
8. Feldspar
9. Ethics
10. The role of ethics

1. Organizational health
2. Hui & Michel
3. Organizational development
4. Hui & Fedman
5. Dejoy

از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های فناوریانه وب ۲، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده به وسیله کاربران را می‌دهند (بشیر و افراسیابی، ۲۰۲۰). همگرایی رسانه‌ای در جهان امروز درک ما را از مفهوم سازمان رسانه‌ای، مخاطب، محتوا و بازار متحول کرده است (روشندل‌اربطانی و کوهی، ۲۰۱۳). در سال‌های اخیر، دسترسی میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان به رسانه‌های اجتماعی باعث شده است تا این رسانه‌ها در کانون توجه جوامع پیشرفته و افراد زیادی قرار گیرند و از محبوبیت درخور توجهی برخوردار باشند. شناخت صحیح این رسانه‌ها باعث می‌شود تا سازمان‌ها بیش‌ازپیش بتوانند از این ابزارها استفاده مفید و مؤثر کنند (جاوید و اسدی، ۲۰۱۸).

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان محور تشکیل جوامع اطلاعاتی، مدنظر بیشتر کشورهای جهان قرار گرفته است (نیک‌پی مطلق بناب و همکاران، ۲۰۲۱). یکی از مهم‌ترین تحولات در دنیای امروز، شبکه جهانی اینترنت است که نفوذ روزافزونی در زندگی روزمره بشر دارد. بسیاری از فعالیت‌ها با به‌کارگیری این فناوری، راحت‌تر و سریع‌تر شده است (شریفی و یزدانی، ۲۰۱۸). پیشرفت فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، در زندگی بشر سهم بسزایی داشته است و نمی‌توان تغییرات بنیادین ناشی از ظهور این فناوری‌ها را در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی نادیده گرفت (طراوتی، ۲۰۱۴). امروزه یکی از مشکلات کلیدی تمام سازمان‌ها، خدمات فناوری اطلاعات و توسعه آن‌ها در جهت تحقق اهداف کلان سلامت سازمان است. همسو با روند تکامل توسعه فناوری اطلاعات، نگرش‌های مختلف مدیریتی ظهور یافته‌اند که هدف اصلی تمامی آنان، مدیریت مؤثر و کارآمدی فناوری اطلاعات (رسانه‌های اجتماعی) در راستای موفقیت و بقای سلامت سازمان است. مدیریت خدمات فناوری اطلاعات، الگویی برای آگاهی از چگونگی عملکرد و میزان ارائه خدمات با کیفیت و مستمر فناوری اطلاعات در جهت سلامت سازمان‌ها است. پیاده‌سازی فناوری اطلاعات (IT) و رسانه‌های اجتماعی گام مهمی در دستیابی به استانداردهای سلامت سازمانی به شمار می‌رود. پیاده‌سازی این استانداردها به افزایش شفافیت سازمانی، بهبود پایایی خدمات، بهینه‌سازی استفاده از منابع و هزینه‌ها و انطباق با استاندارد سلامت سازمانی خدمات منجر خواهد شد (حاجی علی‌عسکری و همکاران، ۲۰۲۰). ماهونی و همکاران (۲۰۱۹) از رسانه‌های اجتماعی و قابلیت‌های آن‌ها به‌عنوان یکی از راهکارهای مهم و عملیاتی در مسیر بهبود صنعت ورزش نام برده‌اند. فناوری اطلاعات (IT)، برترین تجارب را برای برنامه‌ریزی و اجرای

توصیف افراد به‌صورت نمونه‌هایی از یک حرفه خاص است (ییلدیز^۱ و همکاران، ۲۰۱۳)؛ به بیان دیگر، اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته‌شده‌ای است که از سوی سازمان‌ها مقرر می‌شود تا مطلوب‌ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد. مبانی اخلاق حرفه‌ای و انتظارات اجتماعی عبارت‌اند از: صداقت و راستگویی؛ انصاف و برابری؛ امانت‌داری؛ وفاداری؛ احساس مسئولیت اجتماعی؛ احترام به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی (حجازی‌فر و همکاران، ۲۰۲۰)؛ به‌تعبیری، اخلاق حرفه‌ای و عملکرد اخلاقی موجب تسهیل فرایندهای سازمانی و تاثیرات مثبت بر عملکرد نیروی انسانی می‌شود (حاجی‌محمدی و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعات نشان می‌دهند که دستورالعمل‌های اخلاقی موجود در سازمان که نشانگر جنبه‌های مختلف فرهنگی فضای اخلاقی^۲ است، به از بین رفتن رفتارهای ناهنجار و غیراخلاقی منجر می‌شود (بارنت و وایکس^۳، ۲۰۰۰). محققان بیان می‌کنند که اخلاق حرفه‌ای کارکنان سلامت سازمانی را افزایش می‌دهد (یاویکولی^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). رفتارهای متفاوت اخلاقی افراد به‌عنوان کارمندان سازمان در طیف خطی که در یک سر آن سلامت سازمانی و در سر دیگر طیف فساد سازمانی^۵ قرار دارد، تحلیل‌شدنی است و میزان سلامت سازمانی در میزان موفقیت سازمان در انجام مأموریت‌ها، اجرای راهبردها و برنامه‌ها و درنهایت دستیابی به اهداف نقش بسزایی را ایفا می‌کند. اولین گام در دستیابی به این اهداف، درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان در سازمان است. فقدان و یا پایین‌بودن سطح سلامت سازمانی، ریشه و اساس بسیاری از گرفتاری‌ها و ناکامی‌های فردی، سازمانی و اتلاف منابع مالی و غیرمالی است (مسعودنژاد، ۲۰۱۸). اگر در سازمانی ارزش‌های اخلاقی رعایت شود، نیروی انسانی سازمان به ارزش‌های سازمانی وفادار خواهند بود، به حفظ عضویت در سازمان تمایل خواهند داشت و با تمام تلاش و کوشش خود، فراتر از وضعیت تعیین‌شده در چارچوب شرح شغل فعالیت خواهند کرد. بهبود کیفیت، سلامت سازمانی و جلوگیری از فساد، ازجمله مهم‌ترین آثار اخلاق حرفه‌ای است (یاویکولی^۶ و همکاران، ۲۰۲۰). در دنیای امروز، سازمان‌ها به‌خصوص سازمان‌های ورزشی^۷ که دارای اهداف کیفی هستند، برای افزایش سلامت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای به استفاده از رسانه‌های اجتماعی نوین متوسل شده‌اند (شیروانی و اسمعیلی، ۲۰۱۹). «رسانه‌های اجتماعی»^۸ واژه‌ای است که برای تکامل‌یافته‌ترین رسانه‌های عصر حاضر به کار می‌رود. رسانه‌های اجتماعی، گروهی

5. Organizational corruption
6. Iavicoli
7. Sports organizations
8. Social media

1. Yıldız
2. Ethical atmosphere
3. Barnett & Wyx
4. Yavikoli

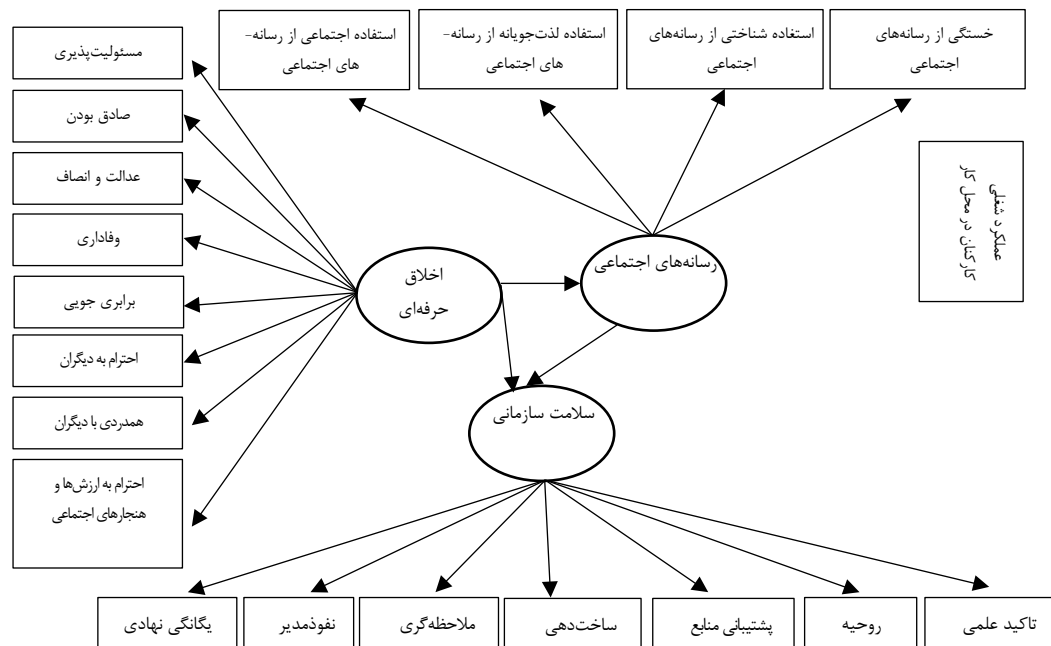
تلقی می‌شود که نیازمند رسانه‌ای جهانی با رویکردی جهان‌وطنانه است. بدیهی است که چنین رسانه‌ای، تعهدی جهانی را به اشتراکات اخلاقی می‌طلبد.

آنچه گفته شد، از ضرورت وجود یک نظام اخلاقی جهان‌وطنانه برای اصحاب رسانه در دنیای دیجیتال حکایت می‌کند. امروزه با شکل‌گیری دنیای واحد توسط فناوری‌های جدید و رسانه‌های اجتماعی، همگان اذعان دارند که بدون برخی اصول مبنایی و ثابت اخلاق، در جهانی با متغیرهای فرهنگی گوناگون نمی‌توان بی‌اخلاقی‌هایی چون آلوده کردن محیط زیست، بمباران‌ها، بمب‌گذاری‌ها، ترورها و... را در سطح جهانی محکوم کرد. همچنین بدون پایبندی جهانی به برخی هنجارهای واحد اخلاقی موجود در ورای سیاست‌های ملی مختلف، نمی‌توان بر ضرورت مقابله ملل مختلف جهان با قدرتهای استعماری خارجی و نیز حکومت‌های استبدادی داخلی‌شان تأکید کرد (وارد و وازمن، ۲۰۱۸). پژوهشگران در تحقیقی با عنوان «اخلاق و فناوری اطلاعات» از یک سو در حوزه جامعه‌شناسی آموزش و پرورش به رابطه فناوری اطلاعات و زیرساخت‌های فکری آن توجه کردند و از سوی دیگر ضمن اشاره به تکنیک‌ها، ابزارهای اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی، تناسب آن را با اخلاق حرفه‌ای بررسی کردند (خانی‌جزنی، ۲۰۰۷). در کشور ما ورزش روندی روبه‌رشد دارد و بخش بزرگی از این رسالت، برعهده سازمان‌های ورزشی است. ادارات کل ورزش و جوانان به‌عنوان متولی ورزش در استان‌های کشور که به‌صورت مستقیم در امر هدایت ورزش جامعه دخیل‌اند، در راستای واکنش سریع به تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده محیط و استفاده بهینه از فرصت‌ها، نیازمند داشتن محیط سازمانی سالم هستند. به نظر می‌رسد، گام برداشتن در راستای افزایش رعایت اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی در سازمان‌های ورزشی، یکی از راه‌هایی است که این سازمان‌ها را یاری می‌دهد تا علاوه بر بهره‌مندی از مزایای سلامت سازمانی بتوانند محیطی سالم فراهم کنند و به دستاوردهای مهمی در این باره دست یابند. فعالیت‌های ادارات ورزش و جوانان به‌عنوان یک سازمان حیاتی در تربیت نیروی انسانی کارآمد و اثربخش در زمینه ورزش و تربیت بدنی کشور اهمیت دارد. همچنین با توجه به متغیرهایی مانند سلامت سازمانی و اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارکنان با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی که می‌تواند در ارتقای سلامت سازمانی مفید باشد، در پژوهش حاضر سعی شد که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان متغیری میانجی در رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه ارزیابی شود. با بررسی تحقیقات مشخص شد که این موضوع کمتر مدنظر محققان قبلی قرار گرفته است و بیشتر بر روابط

برنامه مدیریت خدمات فناوری اطلاعات به‌منظور بهبود کیفیت و کاهش ریسک هزینه سلامت سازمانی ارائه می‌دهد. استفاده از فناوری اطلاعات (رسانه‌های اجتماعی) به‌عنوان زبان مشترک، ویژه سازمان‌هایی است که وظیفه آن‌ها خدمات رسانی است و می‌خواهند خدمات بهتر و سریع‌تر را با تکیه بر فناوری اطلاعات (IT) ارائه دهند؛ چراکه هدف این چارچوب، مکانیزه کردن رفتار یک سیستم سلامت‌محور در سازمان‌ها است (صدیق پورمند و همکاران، ۲۰۲۳). محققان در بررسی اطلاعات و رفتارهای سلامت الکترونیک مشارکتی نشان دادند که سواد سلامت الکترونیک تأثیر مستقیم بر رفتارهای سلامت الکترونیک اطلاعاتی دارد. همچنین تفاوت مشخصی بین ویژگی‌های سلامت، جنسیت و کلاس، دانشجویان وجود دارد (شاین و پاتل، ۲۰۲۱). در عصر حاضر که جوامع با پدیده‌های تازه‌ای در حوزه ارتباطات روبه‌رو هستند، لزوم بازنگری کلی در مباحث جانبی رسانه‌های اجتماعی از جمله اخلاق حرفه‌ای احساس می‌شود (علایی و همکاران، ۲۰۲۰). در واقع، یکی از مسائل اساسی جوامع بشری، اخلاق حرفه‌ای است که نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت به حساب می‌آید و می‌توان اخلاقی‌بودن در حرفه را حاصل دانستن، خواستن، توانستن و نگرش دانست. رعایت اخلاق در محیط کار و زندگی منافع بسیار زیادی اعم از منافع عملکردی و منافع اخلاقی برای اجتماع دارد. این مطالب به‌خصوص در عصر حاضر که جامعه با ارزش‌های بسیار متنوعی در محیط کار و زندگی سروکار دارد، صادق است. همچنین رعایت‌نشدن اخلاقیات در سازمان می‌تواند حیات و بقای سازمان را به خطر بیندازد؛ چراکه سازمان علاوه بر کسب سود باید مبانی اخلاق حرفه‌ای و پیامدهای مسئولیت اجتماعی را در سازمان مشخص کند. امروزه بسیاری از شرکت‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که باید در سازمان‌ها فرهنگ مبتنی بر اخلاق نفوذ کند. ویژگی‌های تعریف‌شده برای اخلاق حرفه‌ای عواملی مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر و مواردی از این دست است (عباسی، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات (رسانه‌های اجتماعی) اصول اخلاقی را که براساس باورهای رفتاری و استانداردها و عادت‌های اجتماعی شکل می‌گیرند، تغییر داده و شخصیت‌ها، گروه‌ها، سازمان‌ها، شبکه‌های اجتماعی-اقتصادی و گروه‌بندی‌های سیاسی جدیدی را ایجاد کرده است (عرب‌اسدی، ۲۰۱۹). جهان امروزی به‌واسطه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی دیجیتال به دنیای واحد تبدیل شده که از امکانات و اقتضات نوینی برخوردار است و به همین علت الزامات خاصی را طلب می‌کند. این دنیای واحد به‌منزله وطن واحدی برای انسانیت میان ملل و اقوام مختلف

درست و به شیوه‌های درست و سالم انجام دهند؛ بنابراین محققان در این تحقیق به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال هستند که نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در بررسی رابطه بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه چگونه است؟ با توجه به روابط ارائه شده در بخش پیشینه تحقیق که حاکی از ارتباط بین متغیرهای اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی است و اخلاق حرفه‌ای از یک سو بر سلامت سازمانی تأثیرگذار است و از طرفی هر دو متغیر از رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌پذیرند، این روابط در الگوی مفهومی تحقیق ارائه شده است (شکل ۱).

دوگانه بین متغیرهای اخلاق حرفه‌ای، سلامت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. اخلاق حرفه‌ای و استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان دو متغیر مهم در سازمان‌ها، از جایگاه و منزلت خاصی برخوردار هستند. در نگاهی خوش‌بینانه، توجه به رشد اخلاق حرفه‌ای به پرورش محیطی اخلاقی در ادارات منجر می‌شود و این محیط اخلاقی می‌تواند فضای سالم سازمانی را تقویت کند و به ارتقای سلامت سازمانی منتهی شود. پایداری به استفاده بهینه و مؤثر از رسانه‌های اجتماعی نشان‌دهنده اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارکنان در سازمان‌ها است و مانع از افراط و تفریط در اعمال و احساسات می‌شود. این تعادل، قلب سلامت سازمانی است و به مدیران و کارکنان اجازه می‌دهد تا عمل درست را به دلایل درست، در زمان



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

Figure 1. Conceptual Model of Research

ملاحظه‌گری، ساخت‌دهی، پشتیبانی منابع، روحیه و تأکید علمی است. این پرسش‌نامه براساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شده است؛ ۳- پرسش‌نامه محقق ساخته نوزده‌سؤالی رسانه‌های اجتماعی (استفاده اجتماعی از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۱ تا ۴، استفاده لذت‌جویانه از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۵ تا ۷، استفاده شناختی از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۸ تا ۱۱، خستگی از رسانه‌های اجتماعی سؤال‌های ۱۲ تا ۱۵ و عملکرد شغلی کارکنان سؤال‌های ۱۶ تا ۱۹). این پرسش‌نامه در دو بخش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار و پیامدهای شغلی است و در دسته‌بندی عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها قرار می‌گیرد. سؤالات این پرسش‌نامه براساس طیف لیکرت (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) ارزش‌گذاری شده است. پرسش‌نامه محقق ساخته محصول یک پژوهش و برگرفته از رساله دکتری

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، توصیفی-همبستگی و به لحاظ هدف کاربردی بود. جامعه آماری پژوهش، ۳۲۰ نفر از مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بودند که با استفاده از روش تصادفی طبقه‌ای و براساس فرمول کوکران، ۱۷۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش، سه پرسش‌نامه بود: ۱- پرسش‌نامه اخلاق حرفه‌ای شانزده‌سؤالی کرستن و همکاران (۲۰۰۱)، اخلاق حرفه‌ای کارکنان را در هشت بعد مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، برتری‌جویی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران و رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، به‌صورت طیف پنج‌ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) می‌سنجد؛ پرسش‌نامه سلامت سازمانی هوی و همکاران (۲۰۰۹) حاوی ۴۴ سؤال و هفت مؤلفه یگانگی نهادی، نفوذ مدیر،

یافته‌های پژوهش

براساس شاخص‌های آمار توصیفی، مردان ۸۰ درصد افراد نمونه و زنان ۲۰ درصد را تشکیل دادند. ۲۷ درصد افراد بین ۲۵ تا ۳۵، ۴۰ درصد افراد بین ۳۶-۴۵ و ۳۳ درصد افراد ۴۶-۵۵ سال سن داشته‌اند. همچنین ۱۷ درصد افراد دارای مدرک کاردانی، ۳۲ درصد افراد دارای مدرک کارشناسی، ۴۶ درصد افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۵ درصد افراد نمونه نیز دارای مدرک دکتری تربیت بدنی و علوم ورزشی بوده‌اند (جدول ۱).

همان‌طور که در جدول ۱ مشخص شده است، مقادیر مربوط به پایایی متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۷ است که نشان از پایایی مناسب پرسش‌نامه‌های پژوهش حاضر دارد.

کریمی و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان «اعتباریابی و هنجاریابی پرسش‌نامه تبلیغات محصولات ورزشی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی» است. روایی محتوایی این پرسش‌نامه با استفاده از فرم‌های روایی سنجی شاخص روایی محتوا و ضریب نسبی روایی محتوا تعیین شد. مقدار ضریب نسبی روایی محتوا ۰/۷۹ و مقدار شاخص روایی محتوا بیشتر از ۰/۸۰ به دست آمد. در این پژوهش، روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها به تأیید ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت و رسانه‌های ورزشی رسید. به‌منظور تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها، سازگاری درونی آن‌ها با کمک نرم‌افزار Smart PLS محاسبه شد و ضریب آلفای کرونباخ به‌ترتیب برای هر یک از عوامل پرسش‌نامه‌ها ۰/۹۱، ۰/۸۸ و ۰/۸۲ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها و آزمون مدل این پژوهش از نرم‌افزار آماری Smart PLS، مدل معادلات ساختاری و روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

جدول ۱. آزمون‌های پایایی سازه پژوهش

Table 1. Cronbach's Alpha Coefficients and the Combined Reliability of the Research Variables

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	پایایی اشتراکی	پایایی rho_A
اخلاق حرفه‌ای	۱۶	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۸۹	۰/۹۱
سلامت سازمانی	۴۴	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۸۷
رسانه‌های اجتماعی	۱۹	۰/۸۲	۰/۸۴	۰/۷۸	۰/۷۶

مقادیر شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. مقادیر شاخص‌های توصیفی در خصوص متغیرهای اصلی (n=۳۲۰)

Table 2. Descriptive Index Values for the Main Variables (n = 320)

متغیر	مد	میانه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
اخلاق حرفه‌ای	۳/۰	۳/۲	۳/۳	۰/۹	-۰/۲	-۰/۵	۱/۰	۵/۰
سلامت سازمانی	۲/۹	۲/۹	۲/۹	۰/۷	۰/۲	۰/۳	۱/۰	۵/۰
رسانه‌های اجتماعی	۲/۱	۲/۲	۳/۱	۰/۶	-۰/۲	-۰/۴	۱/۰	۵/۰

در ادامه به بررسی استنباطی و رابطه بین متغیرهای پژوهش براساس تحلیل مسیر معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS پرداخته می‌شود.

براساس جدول ۲، متغیر اخلاق حرفه‌ای دارای بیشترین میزان میانگین و متغیر سلامت سازمانی دارای کمترین میزان میانگین هستند.

جدول ۳. بررسی آزمون فورنل و لاکر مدل پژوهش

Table 3. Examining the Fornell and Locker Test of the Research Model

سازه‌ها	اخلاق حرفه‌ای	رسانه‌های اجتماعی	سلامت سازمانی
اخلاق حرفه‌ای	۰/۶۶۲		
رسانه‌های اجتماعی	۰/۷۶۳	۰/۶۹۷	
سلامت سازمانی	۰/۶۶۴	۰/۶۷۰	۰/۷۸۳

پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و است که یک سازه باید واریانس بیشتری با معرف‌های خود تا سایر سازه‌ها داشته باشد. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که تمامی متغیرها رویایی واگرایی قابل قبول دارند.

بررسی مدل درونی (ساختاری) پژوهش

بررسی ارتباط بین متغیرها در قالب الگوی معادله ساختاری (شکل ۲) آزمون شد. به منظور محاسبه ضرایب مسیر، واریانس تبیین شده متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل، از آزمون PLS Algorithm استفاده شد. نتایج نشانگر آن است که همه روابط بین متغیرهای پژوهش تأیید شده است.

جدول ۳، بررسی رویایی واگرایی مدل پژوهش را نشان می‌دهد. رویایی واگرا، اندازه‌ای است که یک سازه به درستی از سایر سازه‌ها با معیار تجربی متمایز می‌شود. این رویایی در دو سطح معرف و متغیر مکنون محاسبه می‌شود. در سطح معرف برای محاسبه رویایی واگرا از بارهای عرضی استفاده می‌شود که لازم است بار یک معرف متناظر سازه، بیشتر از همه بارهای آن معرف روی سایر سازه‌ها باشد. در سطح متغیر مکنون از معیار فورنل-لارکر استفاده شد که ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده (AVE) است. هر متغیر مکنون باید بیشتر از بالاترین همبستگی آن سازه با سایر سازه‌های مدل باشد؛ یعنی مقدار جذر میانگین واریانس استخراجی (AVE) متغیرهای مکنون در چپ قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر باشد. منطق سازه مذکور این

جدول ۴. بررسی آزمون HTMT مدل پژوهش

Table 4. Examination of the HTMT Test of the Research Model

سازه‌ها	اخلاق حرفه‌ای	رسانه‌های اجتماعی	سلامت سازمانی
اخلاق حرفه‌ای			
رسانه‌های اجتماعی	۰/۴۹۷		
سلامت سازمانی	۰/۷۹۶	۰/۷۵۱	

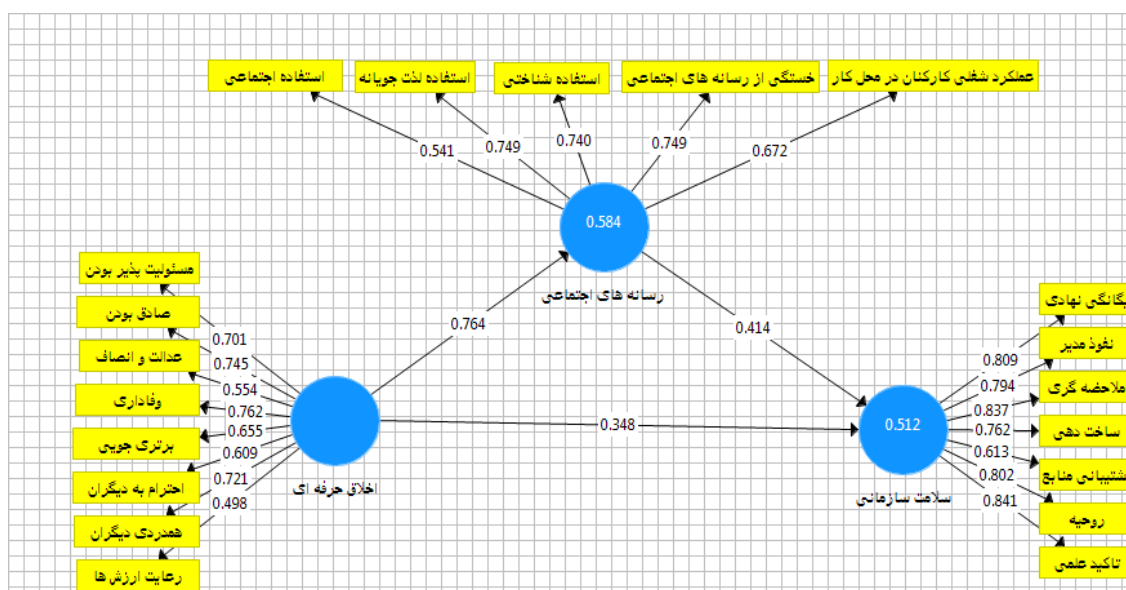
مقدار همه متغیرها کمتر از ۰/۹ است.

حد مجاز معیار HTMT ۰/۸۵ تا ۰/۹ است. اگر مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد، رویایی واگرا قابل قبول است. براساس جدول ۴،

جدول ۵. بررسی آزمون بارهای عرضی مدل پژوهش

Table 5. Examination of the Cross-Loading Test of the Research Model

سازه‌های اجتماعی	اخلاق حرفه‌ای	سلامت سازمانی
۰/۶۵۷	۰/۷۰۱	۰/۴۴۰
۰/۷۱۸	۰/۷۴۵	۰/۴۱۹
۰/۶۷۹	۰/۵۵۴	۰/۴۳۱
۰/۵۱۴	۰/۷۶۲	۰/۷۱۱
۰/۳۳۳	۰/۶۵۵	۰/۳۹۲
۰/۳۷۱	۰/۶۰۹	۰/۷۸۹



شکل ۲. مدل ساختاری نهایی پژوهش براساس مدل مفهومی با مقادیر سطح معناداری ضرایب مسیر

Figure 2. The Final Structural Model of the Research is Based on a Conceptual Model with Significant Level Values of Path Coefficients

رسانه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۷۶ بیشترین تأثیر و اخلاق حرفه‌ای بر سلامت سازمانی با ضریب مسیر ۰/۳۴ کمترین تأثیر را داشت.

نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که اخلاق حرفه‌ای بر رسانه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۷۶، اخلاق حرفه‌ای بر سلامت سازمانی با ضریب مسیر ۰/۳۴ و رسانه‌های اجتماعی بر سلامت سازمانی با ضریب مسیر ۰/۴۱ اثرگذار است؛ بر این اساس، اخلاق حرفه‌ای بر

جدول ۶. تفکیک اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل

Table 6. Separation of Direct, Indirect and Total Effect

شدت فرضیه‌ها	مقدار سوبل	اثرات کل	اثرات غیرمستقیم	اثرات مستقیم (بتا)	روابط
زیاد		۰/۷۶۴	----	۰/۷۶۴	رسانه‌های اجتماعی ← اخلاق حرفه‌ای
متوسط	۲/۵۹۵	۰/۶۶۴	۰/۳۱۶	۰/۳۴۸	سلامت سازمانی ← اخلاق حرفه‌ای
متوسط		۰/۴۱۴	----	۰/۴۱۴	سلامت سازمانی ← رسانه‌های اجتماعی

متغیرها است که به این منظور از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده می‌شود (جدول ۶).

در بخش مدل درونی، ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش تحلیل می‌شود. اولین معیار برای بررسی مدل درونی، بررسی نبود هم‌خطی

جدول ۷. نتایج شاخص‌های هم‌خطی

Table 7. Results of All-Linear Indices

VIF	متغیرها
۱/۸۵۲	اخلاق حرفه‌ای
۱/۳۴۷	سلامت سازمانی
۲/۰۶۹	رسانه‌های اجتماعی

اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی الگو به کار می‌رود. حدود این شاخص بین صفر و ۱ است و سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این شاخص به‌صورت میانگین R^2 و متوسط شاخص مقادیر اشتراکی به‌صورت دستی محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{average (Comunalitie)} * R^2}$$

مطابق با جدول ۸، شاخص GOF این مدل ۰/۴۰۱ به دست آمده است که از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

با توجه به جدول ۷ مشاهده می‌شود که شرط نبود هم‌خطی برای هر متغیر رعایت شده است (VIF کمتر از ۵). در محاسبه شاخص نیکویی برازش مدل در حداقل مجزورات جزئی در مدل‌سازی معادله ساختاری به کمک روش PLS برخلاف روش کوواریانس‌محور، شاخصی برای سنجش کلی الگو وجود ندارد، ولی شاخصی به نام نیکویی برازش (GOF) پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو الگوی

این شاخص مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی (Comunalitie) و متوسط ضریب تعیین (average R Square) است.

جدول ۸. مقادیر اشتراکی

Table 8. Shared Values

متغیر	مقادیر اشتراکی	آزمون SRMR	ضریب تعیین
اخلاق حرفه‌ای	۰/۴۰۵	۰/۰۴	۰/۶۳۰
سلامت سازمانی	۰/۴۶۹		$\sqrt{0.406 * 0.630} = 0.401$
رسانه‌های اجتماعی	۰/۳۴۴		
میانگین	۰/۴۰۶		GOF = ۰/۴۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

دست خواهد یافت. اخلاق حرفه‌ای به رفتار، ادب و عمل شخص هنگام انجام کار حرفه‌ای مربوط است و یکی از مؤلفه‌های مهم آن که در این تحقیق هم لحاظ شده، مسئولیت‌پذیری است (شیروانی و اسماعیلی، ۲۰۱۹). به نظر می‌رسد، در ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه در بعد مسئولیت‌پذیری، فرد در سازمان پاسخ‌گو است و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد، سرمشق دیگران است، حساس و اخلاق‌مند است، به درست‌کاری و خوش‌نامی در کارش اهمیت می‌دهد، برای ادای تمام مسئولیت‌های خویش کوشا است و مسئولیتی را که به عهده می‌گیرد، با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد و این امر می‌تواند باعث افزایش و بهبود سلامت سازمانی شود.

نتایج تحقیق نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان واسطه میانجی، اثر غیرمستقیم وجود دارد. نتایج مذکور تحقیق با نتایج تحقیق شاه‌علی (۲۰۱۷) همخوانی دارد؛ مبنی بر اینکه پیشرفت رسانه‌های اجتماعی و فناوری ارتباطی در قالب ارتباطات جمعی، ضرورت رعایت اخلاق حرفه‌ای را توسط منابع انسانی در جهت حمایت از حق حریم خصوصی افراد در سازمان‌ها بیشتر می‌کند، یکی از مهم‌ترین تحولات در دنیای امروز، شبکه جهانی اینترنت است که نفوذ روزافزونی در زندگی روزمره بشر دارد. بسیاری از فعالیت‌ها امروزه با به‌کارگیری این تکنولوژی، راحت‌تر و سریع‌تر شده است (شریفی و یزدانی، ۲۰۱۸). این امر ناشی از مجموعه کارکردها و نقش‌هایی است که ابزارهای ارتباطی برای مخاطبان به ارمغان آورده است. پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، در زندگی بشر سهم بسزایی داشته است و نمی‌توان تغییرات بنیادین ناشی از ظهور این فناوری‌ها را در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی نادیده گرفت (طراوتی، ۲۰۱۴). توجه به نقش اخلاق و ارزش‌های اخلاقی در عرصه‌های مختلف زندگی به‌ویژه فعالیت‌های سازمانی و اداری همواره از اهمیت بسزایی برخوردار بوده است. سازمان‌ها با ایجاد برنامه مدیریت اخلاقی می‌توانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. برنامه اخلاق به سازمان‌ها کمک می‌کند تا بتوانند در شرایط آشفته، عملکرد اخلاقی خود را حفظ کنند (رنگریز و لطیفی، ۲۰۱۸). در اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط‌های داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، اما حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق خوب با توجه به رسانه‌های اجتماعی از پیش‌شرط‌های مدیریت راهبردی خوب است. این اصول موجب ایجاد شرکت و سازمان خوب می‌شود. مقصود از اخلاق

یکی از وظایف ادارات ورزش و جوانان، خدمت‌رسانی به افراد جامعه و همچنین ایجاد بستری مناسب برای انجام فعالیت‌های ورزشی توسط اقسام مختلف به‌منظور تأمین سلامت جسمی و روحی آن‌ها است؛ از این‌رو این وظیفه مستلزم داشتن منابع انسانی^۱ با تعهد و اخلاق حرفه‌ای سطح بالا است. آن‌ها در زمینه تحقق اهداف و مقاصد خود باید به نیروی انسانی و نیازمندی‌های شغلی آنان توجه خاصی داشته باشند. هدف تحقیق حاضر، تبیین الگوی ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در بین مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. نتایج حاصل از تحلیل مدل پژوهش نشان داد که بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه اثر مستقیم و معنادار وجود دارد. نتایج مذکور تحقیق با نتایج پژوهش‌های شیروانی و اسماعیلی (۲۰۱۱)، شریفی و همکاران (۲۰۱۸) و شینده و همکاران (۲۰۲۱) مبنی بر اینکه اخلاق حرفه‌ای با سلامت سازمانی ارتباط معنادار و مستقیم دارد، همسوست. به‌طور کلی، برای سالم‌سازی محیط سازمان دو سازوکار وجود دارد: یکی سازوکار قانون و دیگری سازوکار اخلاقی که هر دو فراتر از قانون‌اند و به‌صورت پایدار و نهادی می‌توانند سالم‌سازی را به صورت یک فرایند در سازمان حاکم کنند. در واقع، از طریق این سازوکار، روابط سازمانی^۲ اصلاح می‌شود و کارکنان با درونی‌کردن اخلاق به خودکنترلی می‌رسند و سازمان سالم می‌شود. سلامت سازمانی موضوعی کلی است که با سه مجموعه فشار روانی، بهداشت روانی و اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها در ارتباط است. سلامت سازمانی در هر مجموعه‌ای محصول نهادینه‌شدن اخلاق حرفه‌ای در کارکنان آن مجموعه است که ورود قانون‌طلایی در زندگی افراد و تصمیم‌گیری‌های فردی براساس آن، زمینه‌های بروز هرگونه فساد اداری را تا حدودی از بین می‌برد. پژوهشگران بیان کردند که اولین گام برای دستیابی به سلامت سازمانی، درک صحیح از مفهوم اخلاق و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان در سازمان است (میرکمالی و حاجی خوزینه، ۲۰۱۷؛ امیریان زاده و محمدپور، ۲۰۲۰). همچنین پژوهشگران یازده مؤلفه برای سلامت سازمانی ارائه کردند که یکی از آن‌ها اخلاق حرفه‌ای است؛ یعنی در یک سازمان سالم عمدتاً رفتار غیراخلاقی وجود ندارد و کارکنان تمایل دارند بیشتر برای اخلاق باطنی ارزش قائل شوند و جایگاهی را برای سیاست در سازمان در نظر نگیرند. بدون شک، هرچه کارکنان سازمان به اخلاقیات متعهدتر باشند، سازمان بیشتر در مسیر سالم‌سازی و سلامت سازمانی قدم خواهد گذاشت و بیشتر به سلامت سازمانی

اثربخشی ورزشکاران را به دنبال دارد. به نظر می‌رسد، در ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه، وقتی مدیران از منابع انسانی در زمینه‌های مختلف پشتیبانی مناسب می‌کنند (مانند توجه به شرایط زندگی کارکنان از طریق زمان‌بندی و حجم کاری، دادن حقوق و مزایای کافی برای تأمین نیازهای مادی و معنوی، دادن اختیار و فرصت بیشتر درخصوص مشارکت کارکنان در تصمیمات سازمان)، در وهله اول باعث جلب رضایت کارکنان شده که خود به به سلامت سازمانی بیشتر در ادارات منجر می‌شود. همچنین به نظر می‌رسد، نفوذ مدیران ادارات ورزش و جوانان در بین کارکنان و استفاده کارکنان از رسانه‌های اجتماعی مطلوب و بهینه سازمانی و روحیه‌دادن آن‌ها به کارکنان به‌عنوان مؤلفه‌هایی از سلامت سازمانی، می‌تواند باعث افزایش نگرش خوش‌بینی و اعتماد بین کارکنان و مدیران شود؛ بنابراین توصیه می‌شود که مدیران ادارات ورزش و جوانان، برای توسعه و بهبود اخلاق حرفه‌ای کارکنان و سلامت سازمانی با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی، باید کارکنان را به درست انجام‌دادن کار در جهت منافع سازمان تشویق کرده و از آن‌ها بخواهند که به تعهدات خود در سازمان عمل کنند. همچنین مدیران باید تعریف دقیق و واضحی از اهداف سازمان برای کارکنان ارائه دهند تا کارکنان احساسات ژرف و عمیقی درباره اهداف سازمان که واکنش‌ها را هدایت می‌کند، داشته باشند. در این حالت است که کارکنان به علت داشتن تعریف دقیق از اهداف و مأموریت‌های سازمان، حتی زمانی که سازمان با چالش‌های عمده‌ای مواجه باشد، به موفقیت خود خوش‌بین هستند (خوش‌بینی). همچنین توصیه می‌شود، مدیران برای گسترش ابراز همدردی بین کارکنان و توجه به دیگران به هنگام انجام وظایف، تلاش مضاعف کنند (همدردی و انسجام). مدیران باید در جهت ارتقای سطوح انسجام و یکپارچگی در ادارات، رایج‌بودن عزت و شرافت، صداقت، راستی و درستی و مهربانی در کرمانشاه بودند و در تعمیم نتایج پژوهش به دیگر سازمان‌ها باید جوانب احتیاط در نظر گرفته شود. در این راستا برخی موضوعات، در چارچوب این مقاله برای تحقیقات آتی قابل‌شناسایی است. پیشنهادهای زیر بر غنای تحقیقات بعدی در این زمینه می‌افزاید:

۱. برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای افزایش سلامت سازمانی بر مبنای ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای در بین مدیران و کارکنان؛
۲. تلاش هرچه بیشتر در راستای به‌کارگیری کارکنان بااخلاق و تلاش در احترام‌گذاشتن به افراد مختلف و آموزش آن بر مبنای سلامت تیم مدیریتی، با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی؛
۳. کاربرد طرح‌های عقلایی اخلاق حرفه‌ای همچون کلاس‌های آموزشی، دینی و معرفتی بر مبنای کارکرد عملی، با توجه به واقعیت‌های اجتماعی ادارات و بر مبنای نیاز کارکنان و تیم‌هدرایی سازمان برای سلامت سازمان.

حرفه‌ای، مجموعه قواعدی است که باید افراد داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف، به مجازات‌های قانونی دچار شوند (رحمانی و سردرودی، ۲۰۱۵).

با توجه به تأیید رابطه بین رسانه‌های اجتماعی با اخلاق حرفه‌ای کارکنان پیشنهاد می‌شود، ارتقای ارزش‌های اخلاقی به‌عنوان مبنای روابط سالم و سیرت نیکو مدنظر مدیران ادارات ورزش جوانان استان کرمانشاه قرار گیرد. ارتقای ارزش‌های اخلاقی که با عنوان رسانه‌های اجتماعی از آن یاد شد، می‌تواند از طریق درک خودباوری، مهارت‌های اجتماعی و حمایت‌های محیطی پرورش یابد؛ از این رو به مدیران ادارات ورزشی پیشنهاد می‌شود که در راستای ارتقای سطح اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارکنان، برای همه آن‌ها با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی دوره‌های آموزشی در نظر گرفته شود تا از طریق برپایی این دوره‌ها برای همه افراد سازمان فرصت‌هایی به‌منظور درک مشکلات واقعی و باور به توانایی خود برای عمل‌کردن براساس ارزش‌های تعیین‌شده، به کمک بحث‌های عمیق در محیط کار فراهم شود.

یکی دیگر از نتایج پژوهش حاضر، اثر غیرمستقیم و با واسطه بین سلامت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی در بین مدیران و کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. نتایج مذکور با نتایج تحقیقات عبدالهی و جوشقانی (۲۰۱۴) و لطفی یامچی و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد. این پژوهشگران معتقدند، متغیرهای تأثیرگذاری فناوری اطلاعات بر کاهش فساد اداری بر مبنای اهمیت‌دادن به فناوری در سازمان و به‌کارگیری فناوری توسط کارکنان، به سیستم‌های کارآمد، پاسخ‌گو و نظارتی بر عملکرد کارکنان منجر خواهد شد و کاربرد فناوری اطلاعات در ادارات ورزش و جوانان، ارتقای ورزش قهرمانی، موفقیت ورزشکاران در میدان‌های بین‌المللی، تدوین برنامه‌ریزی جامع سازمان‌دهی ورزش کشور و سازمان، تلاش کنند تا از این طریق، اعتماد در وزارتخانه رایج شود. همچنین برای گسترش فضایل سازمانی، مدیران باید روحیه بخشش اشتباهات در سازمان را در بین کارکنان گسترش دهند؛ بدین صورت که اشتباهات، صادقانه با عذرخواهی در سازمان پذیرفته شود و به‌عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری در زمینه استانداردهای سطح بالای سلامت سازمانی به آن نگریسته شود (بخشش). در این حالت است که اخلاق حرفه‌ای و سلامت سازمانی با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی از سطح بالایی برخوردار خواهد شد.

محدودیت‌های پژوهش حاضر، استفاده از سه متغیر اخلاق حرفه‌ای، سلامت سازمانی و رسانه‌های اجتماعی بود و بدیهی است که نتایج پژوهش حاضر براساس این سه متغیر است و استفاده از دیگر متغیرها ممکن است نتایج دیگری را به همراه داشته باشد. از طرف دیگر، جامعه آماری پژوهش حاضر، مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان

References

1. Abbas Ghanbari, A. (2020). *Ethics in public relations*. Tehran: Micro-based publications. (In Persian)
2. Abdoullahi, A., & Joushaghani, N. T. (2014). Considering the role of IT on clarification and decreasing administrative corruption in public offices. *Journal of Public Administrative Perspective*, 5(2), 65- 86. (In Persian) https://jpap.sbu.ac.ir/article_95349.html
3. Alaei, M., Mokhtari Dinani, M., & Rezaei Bandari, A. (2020). Designing an interpretative structural model for factors influencing professional ethics in female national team coaches. *Ethics in Science and Technology*, 14, 87-92. (In Persian) <http://ethicsjournal.ir/article-1-1669-fa.html>
4. Alwani, M. (2017). *General management* (14th ed.). Tehran: Ney Publications. (In Persian)
5. Amirianzadeh, M., & Mohamadpoor, H. (2020). The relationship professional ethics and organizational health with effectiveness staffs in Fars Central Education and Training Organization. *Educational Management Innovations*, 3(11), 7-24. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/Journal/jmte/Article/1110348>
6. Arab Asadi, M. (2019). Copyright. *Library Message Quarterly*, 3(2), 93-121. (In Persian)
7. Barnett, T., & Vaycis C. (2000). The moderating effect of individual's perception of ethical work climate on ethical judgments and behavioral intentions. *Journal of Business Ethics*, 27, 351-362. <https://doi.org/10.1023/A:1006382407821>
8. Bashir, H., & Afrasiabi, M. S. (2020). Online social networks and lifestyle of young people: A case study of the largest Iranian virtual community. *Cultural Research*, 5(1), 31-63. (In Persian). <https://doi.org/10.7508/ijcr.2012.17.002>
9. Deft, R. (2013). *Organization theory and design* (S. Ali Rezayian, & M. Arabi, Trans) (3rd ed.). Tehran: Office of Cultural Studies.
10. Dejoy, W. (2017). Organizational health promotion: Broadening the horizon of workplace health promoting. *Health Facility Management UAS*, 110(4), 98-101. <https://doi.org/10.4278/0890-1171-17.5.337>
11. Feldner, S. (2019). How corporations manage industry and consumer expectations via the CSR report. *Public Relations Journal*, 8(3), 1-26. <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol8/N03/>.
12. Javid, M., & Assadi, H. (2018). The role of mass media in the developing sports tourism. *Sports Physiology and Management Investigations*, 9(4), 29-43. (In Persian) https://www.sportrc.ir/article_60142_en.html
13. Khani Jazani, J. (2007). Philosophy of morality and information technology. *Journal of Business Management Perspective*, 6(23 & 24), 5-29. (In Persian)
15. Haji Ali Asgari, F., Tabatabaeian, H., Taghva, M. R., & Abolhasani, F. (2018). Development policies in health organizations: a maturity model for implementing ITIL. *Iranian Journal of Public Policy*, 3(4), 29-50. (In Persian) <https://doi.org.10.22059/ppolicy.2018.65590>
16. Haji Mohammadi, M., Pourshafi, H., Zabarak, M., & Momeni Mahmoudi, H. (2022). Construction and validation of the professional ethics questionnaire of elementary school principals. *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, 17(1), 172-182. (In Persian) https://ethicsjournal.ir/browse.php?a_id=2593&sid=1&slc_lang=en
17. Hejazifar, H., Rizqi Shirsavar, H., & Hashemnia S. (2020). Relationship professional ethics and organizational discipline with staff administrative health (Case study: Alborz Payame Noor University). *Journal of Future Studies Management*, 28(1), 15-31. (In Persian)
18. Hoy, W. K., & Fedman, J. A. (2019). Organizational health: The concept and its measure. *Journal of research and Development in Education*, 20(4), 30-37. <https://eric.ed.gov/?id=EJ357467>
19. Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2018). *Educational administration, theory, research and practice*. New York: McGraw Hill.
20. Iavicoli, S., Valenti, A., Gagliardi, D., & Rantanen J. (2020). Ethics and occupational health in the contemporary world of work. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(8), 1713-1724. <https://doi.org/10.3390/ijerph15081713>
21. Jahed, H. A. (2005). Organizational health. *Tadbir*, 48(9), 16-21. (In Persian)
22. Joolae, S., Jalili, H., Rafiee, F., & Haggani, H. (2011). The relationship between nurses' perception of moral distress and ethical environment in Tehran University of Medical Sciences. *Iranian Journal of Medical Ethics and History of Medicine*, 4(4), 56-66. (In Persian) <http://ijme.tums.ac.ir/article-1-167-en.html>
23. Lotfi yamchi, S., Seyed Ameri, S. H., & Lotfi yamchi, K. (2014). Surveying the effects of information technology and sport organizational effectiveness (The physical education organization West Azerbaijan province). *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 1(2), 53-62. (In Persian) https://fmss.journals.pnu.ac.ir/article_900.html?lang=en
24. Mahoney, T. Q., Lovich, J., & Brady, L. (2019). *Social media strategy in the sporting goods industry:*

- Potential application for brooks sports, Inc.* London: SAGE Publications.
25. Masoudinejad, F. (2018). *The relationship between organizational health of high schools in Shiraz and the establishment of central school management* (Unpublished master's thesis). Islamic Azad University of Shiraz. (In Persian)
 26. Mirkamali, M., & Haj khozaymeh, M. (2017). Explanation of organizational health based on professional eithics of male primary school teachers in tehran. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 8(29), 231-262. (In Persian)
https://jedu.marvdasht.iau.ir/article_2325.html
 27. Mohajeran, B., Ghaleei, A., Ashrafi Salimkandi, F., & Darvishi, Z. A. (2018). A study of the relationship between social capital and organizational health by the mediating role of organizational self-esteem. *Journal of Applied Sociology*, 29(4), 39-58. (In Persian)
<https://doi.org/10.22108/jas.2018.101197.1026>
 28. Nikpi Motlag Bonab, E., Sepasi, H., Nourbakhsh, P., & Noorbakhsh, M. (2022). Knowledge designing a causal model of the relationship between leadership styles. *Communication Management in Sport Media*, 9(2), 109-121. (In Persian)
<https://doi.org/10.30473/jsm.2020.54762.1449>
 29. Rangriz, H., & Latifi, S. (2018). Consequences of work ethics in organizations using a meta-analysis approach. *Ethics in Science and Technology*, 13(2), 59-82. (In Persian) <https://ethicsjournal.ir/article-1-1099-en.html>
 30. Rahmani, M., & Majrouhi, J. (2015). Code of professional ethics of engineering in Iran. *Iranian Journal of Engineering Education*, 14(11), 942-951. (In Persian)
https://ijee.ias.ac.ir/article_9661.html?lang=en
 31. Roshandel Arbatani T., & Kohi. A. (2013). Media convergence (The relationship between on-line content creation and type of TV viewing). *Journal of Culture-Communication Studies*, 13(20), 143-168. (In Persian)
https://www.jccs.ir/article_3361.html?lang=en
 32. SediqPormand, M., Hakakzadeh, M., & Manochehri Negad, M. (2023). Designing a strategic decision model based on information and communication technology in the deputy of physical education. *Communication Management in Sport Media*, 11(1), 78-89. (In Persian)
<https://doi.org/10.30473/jsm.2022.63193.1604>
 33. Sharifi, E., & Yazdani N. (2018). Study the effect of internet marketing capabilities on the development strategies of the international markets for export companies. *Journal of Strategic Management Studies*, 9(34), 169-186. (In Persian)
https://www.smsjournal.ir/article_87853.html?lang=en
 34. Shah Ali, A. R. (2016). Media ethics and privacy; Islamic approach. *Journal of Plant Ethics and Privacy, an Islamic Approach*, 5(8), 151-182. (In Persian)
https://qjmn.farhang.gov.ir/article_76867.html?lang=en
 35. Shinde, M., & Patel S. (2021). Co-relation between problematic Internet use and mental health in professional education studentsInternational. *Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(2), 194-202.
<https://www.ijsr.net/archive/v3i2/MDIwMTM5MzE=.pdf>
 36. Shirvani, T., & Ismaili, M. (2019). Investigating mediator role of organizational health in relationship between professional ethics and organizational virtue of employees of Sports and Youth Departments of Chaharmahal and Bakhtiari province. *Journal of Human Resource Management in Sports*, 2(6), 297-313. (In Persian)
<https://doi.org/10.22044/shm.2019.7494.1817>
 37. Yıldız, M. L., Eti, I., & Ercan Gegez, A. (2013). Perceived academic code of ethics: A research on Turkish academics. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 99, 282-293.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.496>
 38. Taravati, P. (2014). *Investigate the role of Facebook social network in publishing advertising messages to attract the audience* (Unpublished master's thesis). Islamic Azad University, Tehran. (In Persian)



COPYRIGHTS

© 2024 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)