

عزت‌نامه پژوهش‌های نوین در علوم ارتباطات

مدیرمسئول و صاحب امتیاز: دکتر محمد رضا حقیقی
سر دبیر: دکتر فیروز دیندار فرکوش

در این شماره می‌خوانید:

- ۱- تاثیر یک دوره تمرین استقامتی همراه با مصرف مکمل زنجبیل بر روی سطوح التهابی و کنش ارتباطی سربازان جوان ۲۵-۲۰ سال (سید حسین قاضی طباطبایی^۱، دکتر سعید صانعی^۲، دکتر معصومه حسینی^۳)
- ۲- تاثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد سازمان (مطالعه موردی وزارت صنعت، معدن و تجارت) - (صادق دوپیکر- دکتر محمد رضا حقیقی)
- ۳- بررسی تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی و فرسودگی شغلی کارکنان « مطالعه موردی: آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت » (۱- سمیرا مویدی، ۲- دکتر فرشته کردستانی)
- ۴- الگوی آپارتمان نشینی ایرانی و اسلامی و راهبردهای نهادینه‌سازی آن (میثم صحرایی^۱، بهرام فرهی^۲)
- ۵- بررسی تاثیر عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی) سارا ضرغام مهین^۱، دکتر پرستو خسروی^۲، دکتر سید فرهاد افتخارزاده^۳
- ۶- بررسی تاثیر فضای مجازی بر وضعیت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا (دکتر ناهید خوشنویس^۱، دکتر محمد رضا حقیقی^۲، مرضیه حیدری^۳)
- ۷- نگرهبانان اخلاق در عصر هوش مصنوعی (یحیی احمدی^۱، مسعود کریم خانی^۲)

تأثیر یک دوره تمرین استقامتی همراه با مصرف مکمل زنجبیل بر روی سطوح التهابی و کنش ارتباطی سربازان جوان ۲۰-۲۵ سال

سید حسین قاضی طباطبایی، دکتر سعید صانعی، دکتر معصومه حسینی

۱ (نویسنده مسئول): کارشناسی ارشد فیزیولوژی ورزشی، دانشکده علوم انسانی گروه آموزشی فیزیولوژی ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران. تلفن: ۰۹۱۲۳۱۲۵۶۸۷ پست الکترونیکی: siyahpoosh66@yahoo

آدانش یار دانشکده علوم انسانی، گروه آموزشی تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران. تلفن: ۰۹۱۲۲۹۴۴۲۹۵
۳ استادیار دانشکده علوم انسانی، گروه آموزشی فیزیولوژی ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران. تلفن: ۰۹۱۲۶۸۴۴۴۹۶

چکیده

زمینه و هدف: هدف از تحقیق حاضر تأثیر یک دوره تمرین استقامتی همراه با مصرف مکمل زنجبیل بر روی سطوح التهابی و کنش ارتباطی سربازان جوان ۲۰-۲۵ ساله بود.

مواد و روش‌ها: در این مطالعه تجربی، ۳۰ سرباز با میانگین سنی ۲۰ تا ۲۵ سال و با شاخص توده بدنی بین ۲۰ و ۲۵ کیلوگرم به طور تصادفی به دو گروه مکمل زنجبیل و دارونما تقسیم شدند. برنامه تمرینی شامل ۸ هفته، ۳ جلسه در هفته، هر جلسه ۴۵ تا ۶۰ دقیقه با شدت ۶۵-۷۵ درصد حداکثر ضربان قلب هدف بود. ۱ گرم زنجبیل به ازای هر کیلوگرم وزن بدن ۳ روز در هفته به مدت ۸ هفته به گروه دریافت کننده مکمل داده شد. پس از پایان آخرین جلسه تمرین نمونه خونی از آزمودنی ها گرفته شد.

سطوح IL-6 و کورتیزول محاسبه شد. آنالیز واریانس با اندازه‌گیری مکرر و ضریب همبستگی پیرسون مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها: در گروه زنجبیل، وزن، شاخص توده بدن و IL-6 کاهش یافت، اما تفاوت معناداری بین میزان تغییرات دو گروه مشاهده نشد. سطوح سرمی کورتیزول نیز در گروه زنجبیل کاهش یافت، اما تفاوت معناداری بین میزان تغییرات دو گروه زنجبیل و دارونما وجود داشت.

نتیجه‌گیری: به نظر می‌رسد یک دوره تمرین استقامتی همراه با مکمل زنجبیل با تاثیر بر IL-6 و کورتیزول، می‌تواند در کاهش التهاب، و کنش ارتباطی پیشگیری و درمان التهاب نقش مهمی ایفا کند.

واژه‌های کلیدی: زنجبیل، التهاب، IL-6، کورتیزول، کنش ارتباطی.

Effect of one period Endurance training and with ginger consumption on inflammatory markers Young solders 20-25 years old

Seyed hossein ghazi tabatabaei, Dr Saeid Sanei, Dr Masoumeh Hossieni

Abstract

Background and Objective: The aim of this research was to determine the Effect of one period Endurance training and ginger consumption on inflammatory markers Young solders 20-25 years.

Materials and Methods: In this experimental study, 30 solders of with age average of 20-25 years and the body mass index average of 20 and 25 kg/m² were randomly divided into four groups: "supplement ginger" and "placebo group". Training program was planned for 8 weeks and 3 sessions per week. Each session consisted of 45 – 60 minutes with an intensity of 65-75 VO₂max. In the supplement group, 1 grams ginger solution per kilogram of body weight were injected 3 sessions per week for 8 weeks. Blood samples were taken after the last training session and the levels of IL-6 and Cortisol were measured. analysis of variance (2×2) And Pearson's correlation coefficient were used for data analysis.

Results: In the ginger group, Weight, BMI and Serum levels of IL-6 decreased, but there was no significant difference between the changes in the ginger and placebo groups. In the ginger group Serum levels of cortisol significant decreased, but there was significant difference between the changes in the ginger and placebo groups.

Conclusion: It seems that the one period Endurance training and with ginger consumption affects serum IL-6 and Cortisol in this way can play a major role in reducing The inflammation, Prevention and treatment of inflammation.

Key words: Ginger, Inflammation, IL-6, Cortisol.

مقدمه

ورزش و فعالیت بدنی دارای تاثیرات مثبت و منفی بر روی سیستم ایمنی است، به طوری که تمرین ملایم و منظم انتشار عفونت را کاهش داده در حالی که تمرین بلند مدت شدید یکی از دلایل سرکوب آنی

تعداد زیادی از پارامترهای ایمنی با توجه به شدت و مدت ورزش است (۱). محققین معتقدند که ورزش باعث القاء یا آسیب عضله شده و در آزاد کردن مواد گوناگون همانند پروتئین های درون سلولی و سایتوکاین ها نقش موثری دارد. به طوری که فعالیت فیزیکی ممکن است باعث رخدادهایی همانند تولید رادیکال های آزاد، لختگی و آبشارهای انعقادی و نیز التهاب شود. در جریان التهاب نیز، میانجی های مختلفی توسط سلول های سیستم ایمنی، همانند سایتوکاین های پیش التهابی مانند IL-6 ترشح می شود که باعث تشدید پاسخ ایمنی می گردد (۲).

IL-6 اصولاً اثرات ضدالتهابی دارد و باعث رهایی پروتئین های مرحله ای حاد از سلول های کبدی همانند CRP می شود، CRP نیز پروتئین مرحله حاد است که به عنوان مولکول پیش التهاب و ضد التهاب به کار می رود و در حالت پیش التهابی به عنوان مکانیسمی جهت پاتوزن علامت گذاری سلول های تخریب شده و در حالت ضدالتهابی، خنثی کردن سایتوکاین ضدالتهابی، پروتئاز و شروع اکسایش در طول پاسخ التهاب را بر عهده دارد (۳).

از طرفی دیگر مشخص شده است که در حین فعالیت های بدنی و پس از آن سطوح سرمی و پلاسمایی هورمون کورتیزول نیز دستخوش تغییراتی می گردد. به طوری که گزارش شده است هر اندازه فعالیت بدنی شدیدتر باشد منجر به افزایش بیشتری در محتوای کورتیزول سرم ورزشکاران می گردد، که این تغییرات برای مدت طولانی تری پس از توقف ورزش نیز باقی می ماند (۴). از سوی دیگر بسیاری از تحقیقات به اهمیت کورتیزول به عنوان هورمونی که تنظیم کننده پاسخ ایمنی و مسئول تغییرات دستگاه ایمنی پس از فعالیت بدنی است اشاره داشته اند که ماهیت این تنظیمات با توجه به گستردگی انواع فعالیت های ورزشی از نظر مدت، درگیر بودن عوامل فیزیولوژیک مانند نقش هورمون ها و نیز عوامل روان شناختی و تاثیر عوامل محیطی و نیز جنسیت مرتبط متفاوت می باشد (۵).

اجرای تمرین منظم بدنی باعث حفاظت بدن در برابر انواع بیماری ها می شود، به طوری که مقادیر پایه شاخص های التهابی در افراد به لحاظ بدنی فعال، کمتر از افراد غیر فعال گزارش شده است. به طور کلی، پس از ورزش در یک دوره زمانی معین کاهش عملکرد دستگاه ایمنی دیده می شود که با ایجاد پنجره ی باز در دستگاه ایمنی موجب افزایش احتمال ابتلا به عفونت می شود. کاهش مزمین عملکرد ایمنی زمانی که دوره های ورزش شدید و بدون ریکاوری کافی باشد، عملکرد ایمنی را کاهش می دهد (۶). مطالعات زیادی به بررسی نقش ورزش بر سیستم ایمنی و عوامل التهابی و کنش ارتباطی پرداخته اند. نتایج نشان دادند که در اثر تمرینات ورزشی شدید، ممکن است بدن ورزشکار دچار التهاب فیزیولوژیک ناشی از پاسخ های ایمنی گردد (۷).

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد گیاه زنجبیل از جمله گیاهان دارویی به ویژه در کشور ایران می‌باشد، که در طب قدیم ایران به عنوان گیاه ضدالتهابی معرفی شده است (۸). در راستای اثرات ضدالتهابی این گیاه گزارشات متعدد نشان داده اند ترکیبات فعال این گیاه مثل جینجرول، شوگول و کورکومین به خوبی توانایی مهار پروستاگلاندین ها، نیتریک اکساید و حتی اینترلوکین های درگیر در التهاب دارند. علاوه بر این ها به طور اختصاصی تر آنزیم های تولید کننده این مواد واسطه گر التهابی توسط مواد موثر در گیاه زنجبیل مهار می شوند. فعالیت های دارویی اصلی زنجبیل و ترکیبات ایزوله شده آن شامل تنظیم کننده ایمنی، مهار تشکیل تومور، کاهش دهنده التهاب، ضد آپتوز و ضد تهوع است (۸). با این حال، مصرف زنجبیل بر سربازان یگان های مختلف نیروهای مسلح کشورمان و به خصوص نیروی زمینی تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است و هنوز مشخص نیست که آیا مصرف مکمل زنجبیل تاثیر معناداری بر عوامل التهابی بدنبال یک دوره تمرینات استقامتی بر کنش ارتباطی سربازان نیروی زمینی کشورمان دارد یا خیر؟ لذا در این پژوهش، پژوهشگر بدنبال پاسخ به این سوال بود که آیا مصرف مکمل زنجبیل همراه با تمرینات استقامتی، تاثیر معناداری بر عوامل التهابی (IL-6 و کورتیزول) دارد یا خیر؟

مواد و روش ها

روش پژوهش حاضر از نوع تجربی با طرح پس آزمون با گروه کنترل می باشد. طی فراخوان، از بین سربازان نیروی زمینی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی پادگان قدس، مجموعاً ۳۰ سرباز با دامنه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال و با شاخص توده بدنی بین ۲۰ و ۲۵ (بیشتر از ۲۰ و کمتر از ۲۵) با شرایط خاص از جمله برخوردار از سلامت کامل و عدم وجود سابقه بیماری، عدم استفاده از داروها و مکمل های موثر در نتایج تحقیق و عدم اجرای تمرینات منظم ورزشی و یا داشتن سابقه تمرین ثبت نام نموده، و به طور تصادفی به دو گروه مکمل زنجبیل (۱۵ نفر) و گروه دارونما (۱۵ نفر) تقسیم شدند.

۱ گرم کپسول زنجبیل (زینتوما) از شرکت فراورده های دارویی گیاهی گل دارو با مجوز بهداشتی IRC ۱۳۲۸۰۲۲۷۷۷ از اداره کل نظارت بر مواد غذایی وزارت بهداشت را در دوزهای ۲۵۰ گرمی، ۴ وعده در روز به مدت ۸ هفته (۲ ماه) به گروه مکمل داده شد. به آزمودنی های گروه دارونما نیز کپسول دارونما (مالتودکسترین) به همین شیوه داده شد.

برنامه تمرین استقامتی گروه تجربی شامل ۸ هفته فعالیت، ۳ جلسه در هفته و ۴۵ تا ۶۰ دقیقه در هر جلسه با شدت ۶۵-۷۵ درصد حداکثر ضربان قلب هدف (حفظ ضربان قلب در دامنه مورد نظر و نحوه انجام صحیح حرکات با کنترل مربی انجام شد) بود. پروتکل تمرینی بر اساس پیشنهاد انجمن دیابت

آمریکا، شامل ۱۰ دقیقه گرم کردن با حرکات کششی و دویدن آرام، تمرینات هوازی پیشرونده در شدت و مدت، (جدول ۱) و ۱۰ دقیقه سرد کردن در انتهای فعالیت خواهد بود (۹).

جدول ۱. پروتکل تمرین

| هفته | اول | دوم | سوم | چهارم | پنجم | ششم | هفتم | هشتم |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| مدت (دقیقه) | ۴۰ | ۴۰ | ۵۰ | ۵۰ | ۵۰ | ۶۰ | ۶۰ | ۶۰ |
| شدت | ۶۵-۶۰ | ۶۵-۶۰ | ۷۰-۶۵ | ۶۵-۷۰ | ۶۵-۷۰ | ۷۰-۷۵ | ۷۰-۷۵ | ۷۰-۷۵ |
| (درصد ضربان قلب بیشینه) | | | | | | | | |

برای بررسی متغیرهای بیوشیمیایی، عمل خونگیری در دو مرحله یعنی ۲۴ ساعت قبل از شروع تمرینات (هفته صفر)، و هفته هشتم (۴۸ ساعت پس از آخرین جلسه تمرینات) صورت گرفت. نمونه گیری خونی بدین صورت بود که آزمودنی در یک وضعیت ثابت و نشسته قرار گرفته و از ورید میانی (باسلیک) با سرنگ ۵ سی سی خون گیری به عمل آمد. نمونه‌های جمع آوری شده داخل لوله‌های استریل حاوی K3EDTR ریخته شد. لوله‌های هپارینه و EDTA درون یخ قرار گرفت و سپس تا چند دقیقه در دمای محیط باقی ماند. سپس توسط سانتریفیوژ به مدت ۱۰ دقیقه با دور ۳۵۰۰ RPM سرم از پلاسما جدا شد. کلیه نمونه‌های خونی به صورت فریز شده در دمای ۲۰- درجه سانتی گراد تا رسیدن به آزمایشگاه نگهداری شدند و در آنجا نیز با دمای ۷۰- درجه سانتی گراد فریز شدند. غلظت اینترلوکین ۶ به روش الایزا و با استفاده از کیت eBioscience بدست آمد. کورتیزول نیز با روش الایزا و با استفاده از کیت IBL با میزان حساسیت ۲/۵ نانوگرم بر میلی لیتر اندازه گیری شد.

کلیه عملیات آماری با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ انجام گردید. جهت تعیین نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. هم چنین برای بررسی تغییرات معناداری هریک از متغیرهای تحقیق، بین گروه های مختلف، از تحلیل واریانس آمیخته بین - درون آزمودنی‌ها با اندازه گیری مکرر در یک طرح ۲*۲ (۲ گروه و ۲ زمان) استفاده شد. سطح معنی داری برابر با $P \leq 0.05$ در نظر گرفته شد استفاده شد.

نتایج

نتایج این پژوهش نشان داد وزن، نمایه توده بدن و IL-6 در گروه زنجبیل کاهش یافت که در مقایسه بین گروهی تفاوت معنی داری بین گروه‌ها از لحاظ آماری وجود نداشت (جدول ۲). همچنین نتایج نشان داد سطوح سرمی کورتیزول در گروه رنجبیل کاهش یافت که در مقایسه بین گروهی تفاوت معنی داری بین گروه‌ها از لحاظ آماری وجود داشت (جدول ۲). علاوه بر آن، همبستگی بین IL-6 و کورتیزول در سربازان جوان دو گروه زنجبیل و دارونما نیز محاسبه گردید و نتیجه آنها نشان داد رابطه معناداری بین IL-6 و کورتیزول در کنش ارتباطی سربازان هیچ کدام از گروه‌ها وجود نداشت (جدول ۲).

جدول ۲. متغیرهای مورد بررسی در دو گروه زنجبیل و دارونما

| متغیرها | گروه زنجبیل | گروه دارونما | سطح معنی داری |
|-----------------------------|--|---|---------------|
| IL-6 (pg/ml) | پیش از مداخله $3/0.02 \pm 0/66$ بعد از مداخله $2/80 \pm 0/99$ | پیش از مداخله $2/62 \pm 0/92$ بعد از مداخله $3/11 \pm 1/24$ | 0/29 |
| کورتیزول (mg/dl) | پیش از مداخله $9/93 \pm 2/32$ بعد از مداخله $7/63 \pm 2/48$ | پیش از مداخله $7/63 \pm 2/06$ بعد از مداخله $10,3 \pm 1/94$ | * 0/000 |
| وزن (kg) | پیش از مداخله $73/40 \pm 4/53$ بعد از مداخله $71/20 \pm 4/87$ | پیش از مداخله $75/73 \pm 4/80$ بعد از مداخله $74/53 \pm 4/45$ | 1 |
| نمایه توده بدن (kg/M^2) | پیش از مداخله $23/72 \pm 1/48$ بعد از مداخله $21/31 \pm 1/51$ | پیش از مداخله $24/005 \pm 1/08$ بعد از مداخله $23/49 \pm 1/05$ | 0/61 |

* سطح معنی داری ($P \leq 0/05$) در نظر گرفته شده است.

بحث

نتایج پژوهش نشان داد که وزن و شاخص توده بدن بر اثر یک دوره تمرینات استقامتی در کنش ارتباطی سربازان جوان به طور معنادار کاهش یافت، اما تفاوت معناداری بین دو گروه زنجبیل و دارونما وجود نداشت. همچنین نتایج نشان داد یک دوره تمرین استقامتی همراه با مصرف مکمل زنجبیل بر IL-6 سربازان جوان ۲۰-۲۵ ساله تاثیر معناداری ندارد. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش یوسفی و همکاران (۱۳۹۳) که گزارش کردند هشت هفته تمرینات هوازی و ترکیبی بر سطوح IL-6 تغییری ایجاد نمی‌کند (۱۰) همسو است. اکبر پور (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود نشان داد پس از دوازده هفته تمرین مقاومتی سطوح IL-6 کاهش یافت (۱۱) که این کاهش معنادار نبود.

یکی از عوامل اثر گذار بر سطوح IL-6 سازگاری به فعالیت بدنی است. در واقع سطوح آمادگی جسمانی بالا موجب کاهش سطوح استراحتی IL-6 می شود (۱۲). به نظر می رسد در پژوهش حاضر کنش ارتباطی سربازان از آمادگی جسمانی مطلوبی برخوردار بودند و این عامل می تواند موجب کاهش هر چند غیر معنادار در سطوح IL-6 باشد. هنگام ورزش عضله اسکلتی در حال انقباض مقادیر مشخصی IL-6 را به درون گردش خون رها می کند (۱۳). این فرضیه وجود دارد که IL-6 رها شده از عضله دارای نقش متابولیکی است. پاسخ IL-6 ممکن است نشان دهنده کاهش بحرانی ذخایر گلیکوژن عضلانی و تکیه بیشتر عضلات اسکلتی بر گلوکز خون به عنوان منبع انرژی باشد بنابراین شدت تمرین و منبع سوختی مورد استفاده نیز می تواند عامل اثر گذار دیگری در تغییرات سطوح IL-6 باشد. با توجه به شدت تمرین بکار گرفته شده در این پژوهش، به نظر می رسد منبع سوختی دیگری به جز گلیکوژن در تولید انرژی سهم داشته باشد.

در همین راستا، حسین زاده و همکاران (۲۰۱۵) تغییر معنی دار سطوح اینترلوکین ۶ در گروه مکمل زنجبیل-تمرین در مقایسه با گروه پلاسیبو را پس از فعالیت گام برداری در زنان سالم مشاهده کردند (۱۴). زهساز و همکاران (۲۰۱۴) نیز کاهش معنی دار سطوح IL-6، IL-1 β و TNF- α در گروه مکمل زنجبیل در مقایسه با گروه کنترل پس از 12 هفته تمرین تداومی را گزارش کردند (۱۵) که با نتایج پژوهش حاضر ناهمسو هستند. در هر صورت در پژوهش حاضر عدم تاثیر معنادار مکمل زنجبیل IL-6 پس یک دوره تمرینات استقامتی در کنش ارتباطی سربازان جوان مشاهده شد. دلایل مختلفی جهت این نتیجه می تواند وجود داشته باشد. یکی از مهمترین دلایل این است که آزمودنی های پژوهش حاضر همگی افرادی سالم و با میزان عوامل التهابی اولیه طبیعی بودند که از شاخص توده بدنی در حد مطلوب نیز برخوردار بودند. لذا شاید مکمل زنجبیل نتواند سطوح استراحتی عوامل التهابی را در افرادی که عوامل التهابی آنها در حد طبیعی بوده است را کاهش دهد. شاید اگر این پژوهش بر روی افراد چاق و دارای اضافه وزن و یا افرادی که به دلیل برخی بیماری ها عوامل التهابی افزایش یافته ای داشتند انجام می شد، نتایج نیز چیز دیگری بود و کاهش معنادار عوامل التهابی نیز مشاهده می شد. از طرفی تمرینات استقامتی نیز نتوانسته است سطوح سرمی IL-6 را به طور معنادار تغییر دهد. شاید اگر این تمرینات تغییر معنادار در شاخص های التهابی را ایجاد کرده بودند، مکمل زنجبیل نیز به وظیفه خود جهت کاهش التهاب عمل کرده بود. احتمالاً کافی نبودن شدت تمرینات و طول دوره تمرینات می تواند در این نتایج دخیل باشد. از طرفی توجه این نکته مهم حائز اهمیت است که اگرچه مکمل زنجبیل تاثیر معناداری بر IL-6 را نشان نداد، اما سطوح سرمی IL-6 در گروه زنجبیل در مقایسه با گروه دارو نما کاهش یافت و افزایش خیلی کمی نیز در گروه دارونما مشاهده شد، اما این تغییرات و تفاوت بین دو گروه معنادار نبود. اگرچه این نتایج معنادار نبود، اما نمی توان به سادگی از آن گذشت، زیرا شاید اگر مداخلات پژوهش (مصرف مکمل زنجبیل و دارونما) همراه با تمرینات استقامتی ادامه

پیدا می‌کرد (مثلا تا یک ماه دیگر و حتی بیشتر)، این تغییرات معنادار می‌شد. گاوس^۴ و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیقی گزارش دادند عصاره زنجبیل باعث مهار ترشح IL-6 از لیپوساکاریدهای سلول‌های تک هسته‌ای خون محیطی می‌شوند و این نتایج گواه آن است که عصاره زنجبیل خاصیت ضد التهابی دارد و می‌تواند برای سرطان معده مفید باشد. بنابراین مصرف مکمل زنجبیل متعاقب اجرای پروتکل‌های تمرین استقامتی که با تولید رادیکال‌های آزاد و گونه‌های فعال اکسیژن همراه است، منجر به کاهش تولید سایتوکین‌ها از طریق اثر بر خنثی‌سازی تولید رادیکال‌های آزاد و گونه‌های فعال اکسیژن و همچنین مهار فعالیت مسیرهای انتقال سیگنال حساس به اکسایش و کاهش شده، به احتمال به کاهش مقادیر IL-6 و کورتیزول در پژوهش حاضر منجر شده است. به طور کلی، مکمل زنجبیل به دلیل دارا بودن خاصیت ضد التهابی و آنتی‌اکسیدانی به مهار سنتز پروستاگلاندین‌ها و متوقف ساختن سایتوکین‌های پیش التهابی منجر شده است (۱۶).

علاوه بر آن، نتایج پژوهش حاضر نشان داد یک دوره تمرین استقامتی همراه با مصرف مکمل زنجبیل بر کورتیزول سربازان جوان ۲۰-۲۵ ساله تاثیر معناداری دارد. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش شیروانی و سبحانی (۱۳۹۵) که در پژوهش خود نشان دادند هشت هفته تمرین هوازی کورتیزول را در پاسخ به فعالیت وامانده ساز کاهش معناداری می‌دهد (۱۷) همسو است.

کورتیزول یکی از مهم‌ترین هورمون‌های تنظیم‌کننده متابولیسم کربوهیدرات و چربی در بدن است. ترشح کورتیزول تحت تاثیر ریتم شبانه روزی، وزن، میزان توده چربی است (۱۸). برای توجیه تغییرات در غلظت سطوح استراحتی کورتیزول متعاقب فعالیت بدنی، مکانیسم‌های متفاوتی وجود دارد که از میان آن می‌توان به تغییرات دمای مرکزی، تحریک محور هیپوتالاموس - هیپوفیز - آدرنال، ترشح هورمون آدرنوکورتیکوتروپیک (ACTH) ^۵، تغییرات PH، دستگاه عصبی سمپاتیک و تجمع لاکتات و هیپوکسی اشاره کرد (۱۹).

در مقابل، کرم پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان دادند پس از هشت هفته تمرین تناوبی شدید کورتیزول سرمی در کاراته کاران نخبه افزایش معناداری را نشان داد (۲۰) که با پژوهش حاضر ناهمسو است. پاسخ متفاوت شاخص‌های التهابی در مطالعات مختلف را می‌توان به وضعیت جسمانی آزمودنی‌ها، استفاده از طرح‌ها و روش‌های تمرینی مختلف (نوع پروتکل تمرینی)، سابقه تمرینی آزمودنی‌ها، مدت و همچنین شدت محرک فشار آور، عادات ورزشی و سازگاری به تمرینات نسبت داد.

⁴ Gaus

⁵ Adrenocorticotrophic hormone

علاوه بر آن نتایج نشان داد، بین مقادیر IL-6 و کورتیزول در اثر یک دوره تمرین استقامتی و مکمل زنجبیل سربازان جوان ۲۰-۲۵ ساله رابطه معناداری وجود ندارد. از جمله محدودیت های این تحقیق فعالیت های خارج از برنامه آزمودنی ها بود که پیشنهاد می شود این محدودیت در پژوهش های آتی در کنترل محقق در آید. پیشنهاد می شود پژوهش های آینده با رویکرد تغییر در میزان دوز زنجبیل، زمان نمونه برداری، تجویز مکمل های گیاهی دیگر، تغییر مدت و شدت تمرینات ورزشی و بررسی شاخص های التهابی دیگر انجام شود.

نتیجه گیری

نتایج این مطالعه نشان داد انجام یک دوره تمرینات استقامتی همراه بر مصرف زنجبیل می تواند بر سطوح IL-6 و کورتیزولو کنش ارتباطی تاثیر گذار باشد؛ به طوری که سبب کاهش IL-6 و کورتیزول شد. تمرینات استقامتی همراه بر مصرف زنجبیل می تواند راه حلی مناسب برای کاهش التهاب، پیشگیری و درمان آن باشد.

References

1. Taghian F, Esteki Ghashghaei F, Badami R, Esteki Ghashghaei S. Comparison The Effect of One Session Submaximal Exercise on Plasma Levels of IL6 and TNF-a in Obese and Non-Obese Women. *ARYA Atheroscler* 2011;6(4):153-6. [Persian].
2. Andring JM. The consistency of inflammatory responses and muscle damage to high-force eccentric exercise. *Montana State University* 2006;107:1893-900.
3. Tartibian B, Parseh R, Baghaiee B. Response of interleukin 6, necrosis factor alpha and cortisol to intensive exercise in athlete's women. *Razi Journal of Medical Sciences* 2015; 22(133). [Persian].
4. Rahman ZA, Abdullah N, Singh R, Sosroseno W. Effect of acute exercise on the levels of salivary cortisol, tumor necrosis factor-alpha and nitric oxide. *J Oral Sci* 2010;52(1):133-6.
5. Nishimoto N, Yoshizaki K, Miyasaka N, Yamamoto K, Kawai S, Takeuchi T, et al. Treatment of rheumatoid arthritis with humanized anti-interleukin-6 receptor antibody: a multicenter, double-blind, placebo-controlled trial. *J Arthritis Rheum* 2004;50:1761-1769.
6. Atashak S, Peeri M, Azarbayjani MA, Stannard SR, Haghghi MM. Obesity-related cardiovascular risk factors after long-term resistance training and ginger supplementation. *J Sports Sci Med* 2011;10(4):685-91. [Persian].
7. Bregholm R. Effect of weight loss, physical training and anti-inflammatory therapy on endothelial function in vivo. *Helsinki Academic dissertation* 2003.
8. Ali BH, Blunden G, Tanira MO, Nemmar A. Some phytochemical pharmacological and toxicological properties of ginger (*Zingiber officinale* Roscoe): a review of recent research. *Food Chem Toxicol* 2008; 46(2):409-20.
9. Sanz C, Gautier JF, Hanaire H. Physical exercise for the prevention and treatment of type 2 diabetes. *Diabetes Metab* 2010;36(5):346-51.

10. Yousefipoor P, Tadibi V, Behpoor N, Parnow A, Delbari E, Rashidi S. The effect of 8-week aerobic and concurrent (aerobic- resistance) exercise training on serum il-6 levels and insulin resistance in type 2 diabetic patients. *J ShahidSadoughi Univ Med Sci* 2013;21:619- 31. [Persian].
11. Akbarpour M. The Effect of Resistance Training on Serum Levels of Adipokine and Inflammatory Markers of Cardiovascular Disease in Obese Men. *Qom Univ Med Sci J* 2013;7(3):1-10. [Persian].
12. Gleeson M. Immune function in sport and exercise. Philadelphia. *ELSEVIER* 2007.
13. Steensberg A, van Hall G, Osada T, Sacchetti M, Saltin B, Klarlund Pedersen B. Production of interleukin-6 in contracting human skeletal muscles can account for the exercise-induced increase in plasma interleukin-6. *J Physiol* 2000; 529 (1):237-42.
14. Hoseinzadeh Kh, Daryanoosh F, Javad Baghdasar P, Alizadeh H. Acute effects of ginger extract on biochemical and functional symptoms of delayed onset muscle soreness. *Med J Islam Repub Iran* 2015; 29:261. [Persian].
15. Zehsaz F, Farhangi N, Mirheidari L. The effect of *Zingiber officinale* R. rhizomes (ginger) on plasma pro-inflammatory cytokine levels in well-trained male endurance runners. *Cent Eur J Immunol* 2014; 39: 174–180. [Persian].
16. Wang S, Zhang C, Yang G, Yang Y. Biological properties of 6-gingerol: a brief review. *Natural Product Communications* 2014; 9(7): 1027-30.
17. Shirvani H, Sobhani V. The Effect of a Period of Selected Aerobic Training on the Response of Thyroid and Cortisol Hormones to Exhaustive Exercise in Women. *Journal of Military Medicine* 2016; 18(3): 253-261. [Persian].
18. De Souza Vale RG, de Oliveira RD, Pernambuco CS, da Silva Novaes J, de Andrade AD. Effects of muscle strength and aerobic training on basal serum levels of IGF-1 and cortisol in elderly women. *Archives of gerontology and geriatrics* 2009; 49(3):343-7.
19. Astrand PO, Rodahl K, Dahl HA, Strømme S B. Textbook of Work Physiology. Champaign IL, Human Kinetics 2003; 103-112.
20. Karampour S, Valizadeh R, Darakhshannezhad M, Hedayatmanesh Z. Comparison of Immunoglobulins (IgA, IgG, IgM) and Cortisol Serum Response Following Resistance and High Intensity Interval Exercises . *Jundishapur Sci Med* 2017; 16(1): 13-23. [Persian].

تأثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد سازمان (مطالعه موردی وزارت صنعت، معدن و تجارت)

صادق دوپیکر

کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه، دانشگاه پیام نور، تهران غرب

دکتر محمدرضا حقیقی

(مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق و دانشگاه علمی کاربردی)

چکیده:

موضوع مدیریت عملکرد قلمرو وسیعی را در مدیریت سازمان ها شامل می شود. صاحب نظران مدیریت در سال های اخیر این واژه را جایگزین ارزیابی عملکرد کرده اند، به گونه ای که در درون فلسفه مدیریت عملکرد؛ سنجش عملکرد، ارزیابی عملکرد، تعیین شایستگی ها و نقاط قوت و ضعف نیز نهفته است و می توان گفت این مفاهیم ابزاری برای استقرار و اجرای مدیریت عملکرد هستند.

این مقاله به بررسی تأثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد سازمان با مطالعه موردی وزارت صنعت، معدن و تجارت می پردازد. سؤال این است که در وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به گسترده بودن حوزه کاری وزارتخانه آیا عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد سازمانی تأثیرگذار بوده است؟ و در صورتی که پاسخ مثبت می باشد این تأثیرگذاری بر کدام بخش ها و جنبه های عملکردی وزارت صنعت، معدن و تجارت خود را نشان داده است؟

کلمات کلیدی: وسایل ارتباط جمعی، مدیریت عملکرد، محیط بیرونی، عناصر محیط بیرونی، وزارت

صنعت، معدن و تجارت

مقدمه:

یکی از مراحل بسیار مهم مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک در هر سازمانی بررسی محیط بیرونی سازمان و پارامترهای بیرونی است که خواه یا ناخواه بر سازمان تأثیر گذارند. سازمان‌ها در خلاء زندگی نمی‌کنند و ارتباط آنها با دنیای بیرون است که به آنها موجودیت و هویت می‌دهد.

این دنیای بیرون را می‌توان کشور، جامعه و فرهنگ آن، دولت و قوانین آن، مشتریان و خواسته‌ها، نیازها و سلائق آنها، تأمین کنندگان، رقبا، کشورهای دیگر، شرکت‌های بین‌المللی، چندملیتی و افکار عمومی، رسانه‌ها و غیره دانست.

هر کدام از عوامل تأثیرگذار بیرونی، تأثیری مثبت و سازنده و یا اثری مخرب و بازدارنده بر سازمان دارند. در نظر گرفتن همین نکته کافی است که سازمانها و مدیران ارشد آنها، ضرورت محیط بیرونی خود را با شیوه‌هایی صحیح، علمی و کاربردی، بررسی و عوامل مؤثر خارجی را ارزیابی نمایند و در نهایت، فرصت‌ها و تهدیدهایی را که در بیرون، سازمان را انتظار می‌کشند، مشخص نمایند.

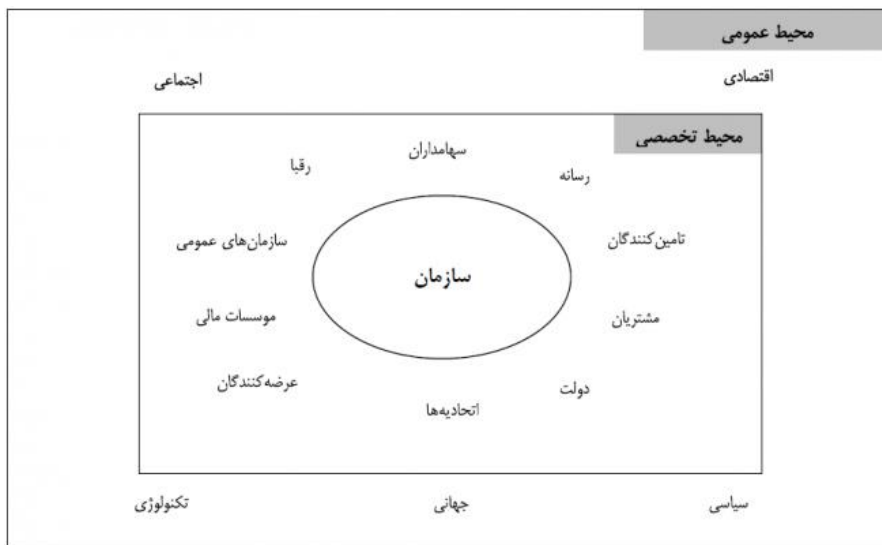
تنها در این صورت و در کنار تحلیل مناسب محیط درونی سازمان است که می‌توان استراتژی‌ها و رویکردهایی ثمر بخش و کارا را به کار گرفت تا در محیط متغیر امروز، سازمانی بتواند گلیم خود را از آب بیرون بکشد، تا پس از کسب اطمینان از بقاء و ادامه حیات خود در پی گسترش و توسعه برآید.

محیط در سازمان‌ها از موضوعات مهمی است که پیوسته مطرح و بر اهمیت و چگونگی ایجاد محیطی مناسب و کارا برای نیروهای انسانی تأکید می‌شود؛ یک محیط خوب، می‌تواند بر رشد ارزش‌های پرسنل، افزایش توان و بهره‌وری آنان اثرگذار باشد.

به همین دلیل علم مدیریت انسانی یا ارگونومی برای رهبران و مدیران سازمان از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. امروزه با پیچیده‌تر شدن ساختار و عملکرد سازمان‌ها، سازماندهی محیط کار و ایجاد محیطی آرام و بهره‌ور در سازمان‌ها طوری که منجر به فعال شدن بیشتر نیروی انسانی، شادابی آنها، حذف خطرات احتمالی، افزایش کیفیت در کار، کاهش افسردگی‌ها، رشد خدمات مثبت و در نهایت دستیابی به بهره‌وری مورد نظر شود، از دغدغه‌های مدیران اجرایی و سرپرستان سازمان‌ها است.

نتایج حاصل از مطالعات مربوط به نیروهای انسانی، نشان می‌دهد که توسعه نیروهای انسانی بهره‌ور به طور مستقیم در دستیابی به بسیاری از اهداف سازمانی نقش بسزایی دارد. ارائه خدمات موثر، بر اثر ایجاد فضا و محیط‌های هم‌افزا، تعاملی، پاسخگو، بسیار مناسب و سالم به دست می‌آید. این که این فضا و محیط در سازمانی دولتی باشد یا خصوصی و یا فضای باز باشد یا بسته، مهم نیست.

آنچه اهمیت دارد ایجاد خشنودی و رضایتمندی در نیروی انسانی است تا بتواند با روحیه ای مناسب به فکر تلاش در انجام هر چه بهتر وظایف خود، پاسخگویی بهتر به ارباب رجوع و تعامل با مخاطبان مجموعه باشد و نتایج ارزنده ای را نصیب سازمان خود نماید.



همچنین مدیریت عملکرد پیامدهای مختلفی برای سازمان‌ها دارد و تحت تأثیر عوامل مختلفی در درون و بیرون سازمان است که در این پژوهش تلاش شده است تا نقش وسایل ارتباط جمعی (رسانه‌ها) به عنوان یکی از عناصر محیط بیرونی بر مدیریت عملکرد مورد مطالعه قرار گیرد.

چارچوب نظری:

رسانه‌های جمعی شامل کلیه مراکز اطلاع‌رسانی به آحاد مردم مانند: صداوسیما، روزنامه‌ها، مجلات اطلاع‌رسانی علمی و سایت‌های اینترنتی می‌باشد.

سازمان‌های دولتی؛ کلیه بخش‌هایی که در ارتباط با امور توسعه مردم فعالیت مستقیم دارند، می‌باشد. (shefritz,2000,8) به عبارت دیگر کلیه نهادهایی که به امور اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مردم بطور مستقیم اقدام نمایند، سازمانهای دولتی یا بخش عمومی گویند. (Steinberg,1990,32)

رسانه جمعی به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار مهم اجتماعی بر رفتارهای درست و تسویه شده سازمان‌های دولتی معرفی می‌شود. در آغاز انقلاب سوم صنعتی که از دهه ۱۹۸۰ شروع و تا به امروز

ادامه دارد این تحول را به نام **موج سوم** نام می‌برند. بوخولز تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر سازمان‌ها، به خصوص سازمان‌های بخش عمومی را با استعاره **تنگ ماهی** مصداق‌سازی میکند.

مراد از تنگ ماهی شفاف‌سازی، مرئی کردن و نمایش صحیح و مناسب رفتارهای سازمانی است. اغلب مردم از سازمان‌های بخش دولتی و عمومی تصویر دقیق و شفافی در اختیار ندارند، رسانه‌های جمعی به دلیل تخصص و ابزارهایی که در اختیار دارند میتوانند رصد مناسبی از رفتارهای خرد و کلان سازمان‌های دولتی ایجاد نمایند و در تنظیم مشی‌های سازمانی تعدیل‌گری عادل باشند.

حال هر قدر جامعه دموکراتیک تر باشد این نقش می‌تواند پررنگ‌تر خودنمایی کند. خصیصه‌ای که امروزه جوامع مترقی به خوبی و به طور مطلوب از آن استفاده می‌کنند.

تأثیرگذاری و نفوذ رسانه بر بخش‌های مختلف در جوامع جهان سوم محدود و در خیلی اوقات نمایشی است که البته این امر با نوسانات مختلف در هر یک از این ممالک متفاوت می‌باشد.

در اندیشه دولت خوب به جهت آنکه مدیران در آینه شبکه‌های اجتماعی ارتباطات و اطلاعات قرار دارند (ظرف بلورین)، باید به راهبرد دولت شفاف و مدیر صادق روی آورد.

با روی آوردن به راهبرد صداقت به قول دایسون (۱۹۹۷)، مدیران در گذر زمان به این نکته خواهند رسید که این راهبرد، نه تنها مخرب و بی‌فایده نیست، بلکه خواهد توانست چهره و اعتبار سازمان را نزد جامعه و شهروندان بهبود بخشد و بر مشروعیت آن بیافزاید. (دانایی فر، ۱۳۸۲: ۲۵)

مطبوعات و رسانه‌های گروهی یکی از اهرم‌های موثر بر پاسخگویی دولت و بیان‌کننده خواسته‌های مردم به شمار می‌روند، این ابزار اجتماعی در یک نظام مردمی، امکان تبادل افکار و اطلاعات را فراهم میکند و دولت و مردم را در جریان مواضع و خواسته‌های یکدیگر قرار میدهد. (هاشمی، ۱۳۷۴، ج ۳۲۸-۲۹۸)

از آنجائیکه امروزه یکی از مهمترین زیر بناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی در دنیا بر عهده رسانه‌ها است، کاربرد این وسایل در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بیش از پیش شده است. روابط موجود میان دولت-ملت در هیچ مقطعی از تاریخ به اندازه دوران معاصر نبوده است، چنانکه میتوان گفت یکی از مهمترین عوامل در سیاسی شدن جوامع، گسترش وسایل ارتباط جمعی و رسانه هاست.

از این منظر کارکرد رسانه‌ها در تعامل و تقابل با دو حوزه قدرت و عرصه عمومی مورد بررسی قرار می‌گیرد. یعنی از یکسو رسانه‌ها با انعکاس اخبار و اطلاعات در واقع میان اجزای سازنده عرصه عمومی ارتباط برقرار میکنند و با افزایش سطح آگاهی عمومی مبادرت به مهندسی افکار عمومی مینمایند و از

سوی دیگر با جمع آوری و انعکاس نظرات، انتقادات و عقاید مردم و مسئولان، ارتباط میان حکومت کنندگان (دولت) و حکومت شوندهگان (مردم) را برقرار می‌سازند (صالحی، ۱۳۸۶).

رسانه‌های جمعی در کنار احزاب سیاسی و گروه‌های ذینفع از اجزای تشکیل دهنده جامعه مدنی به شمار می‌رود و نقش واسطه و میانجی را میان افکار عمومی و نظام سیاسی مرکب از قوای سه‌گانه و دیگر تشکیلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کنند.

نقش چنین واسطه‌هایی بسته به نوع نظام سیاسی و میزان استقلال جامعه مدنی متفاوت است، اما در مجموع همگی آنها به ویژه رسانه‌ها، در تامین خواسته‌های جامعه و واداشتن حکومت به پاسخگویی نقش اصلی بر عهده دارد، به گونه‌ای که در صورت فقدان آنها حکومت می‌تواند به راحتی از تامین نیازهای جامعه و گروه‌ها خودداری کند و یا مردم برای بیان خواسته‌هایشان دست به رفتارهای خشن بزنند.

در هر حال رسانه‌ها به عنوان عضوی از جامعه مدنی و واسطه‌ای میان افکار عمومی و حکومت از سویی به ساختن افکار و عقاید جامعه می‌پردازند و آنها را نسبت به عملکرد حکومت بسیج می‌کنند و از سوی دیگر به طور مستقیم با بیان و تجمیع تقاضاهای جامعه و گروه‌های مختلف و نظارت بر عملکرد حاکمان نسبت به برآورده سازی انتظارات و عدم کجروی نهادهای رسمی اقدام می‌نمایند. (رهبری، ۱۳۸۴: ۸۶)

هارولد لاسول جامعه شناس آمریکایی که تحقیقات گسترده‌ای درباره تبلیغات جنگ جهانی اول انجام داده بود با توجه به اهمیت پیدا کردن رادیو و نیاز آن به شناسایی مخاطبان تحقیقات خاصی را در دهه‌ی ۳۰ و ۴۰ در آمریکا انجام داد، وی در سال ۱۹۴۸ در مقاله‌ای تحت عنوان ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه سه نقش عمده برای رسانه‌ها را مشخص و تعریف کرد.

این سه نقش عبارت بودند از نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی افراد (نقش راهنمایی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی). البته باید گفت که نقش رهبری کننده وسایل ارتباطی و تاثیر آنها در بیداری و ارشاد افکار عمومی، اکنون بر هیچ کس پوشیده نیست و روز به روز نیز بر اهمیت آن افزوده می‌شود.

پیشینه پژوهش: در ادامه، برخی پژوهش‌های انجام شده در گذشته با موضوع بررسی تاثیر وسایل ارتباط جمعی در سازمان‌های مختلف به صورت فهرست وار مورد اشاره قرار می‌گیرد.

بر اساس یافته‌های پژوهش دکتر مهرداد متانی و مهشید حسن پور در (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، سال یازدهم، شماره ۳۴، تابستان ۱۳۹۳ رسانه‌ها میتوانند از طریق هدایت و آموزش افکار عمومی، تجمیع خواسته‌ها و نظارت و آگاهی بخشی در واداشتن سازمانهای دولتی به پاسخگو بودن در قبال

عملکرد خود به مردم موثر واقع شوند. همچنین یافته‌ها نشان داد چنانچه نظام رسانه‌های آزاد و مستقل حاکم باشد رسانه‌ها بهتر میتوانند به وظائف خود عمل کنند. نتیجه دیگری که از این پژوهش حاصل شده این است که از بین رسانه‌ها، اثربخشی تلویزیون در ملزم نمودن بخش دولتی به پاسخگویی در قبال عملکرد خود به مراتب موثرتر از سایر رسانه‌هاست.

تحقیقی در سال ۲۰۰۹ که توسط سازمان اخلاق و کسب کار انجام شد نشان داد ۷۹٪ از پاسخگویان رسانه‌های جمعی را از عوامل تأثیرگذار بر ارتقاء مسئولیت اجتماعی سازمانها دانسته‌اند. پاسخ دهندگان رسانه‌های جمعی را به عنوان مهمترین عامل بیرونی و اجتماعی در شفاف سازی رفتار سازمانها برای آحاد جامعه دانسته‌اند. (<http://www.businessethics.2010>)

در تحقیقی که توسط حسن گیوریان، عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی در سال ۱۳۹۰ انجام شد، سازمان‌ها دولتی ایران قابل توجه است بطوریکه نمره میانگین اهمیت علمی ۲۲,۳۱ و در مقابل میانگین به کارگیری و توجه به آن در ایران ۱۰,۴۲ بدست آمده است. همین امر می‌تواند نقش پررنگ رسانه‌های جمعی را در تأثیرگذاری بر مسئولیت اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران نشان دهد. در این پژوهش جهت تحلیل و استنتاج داده‌های عددی از آزمون همبستگی، آزمون پارامتری همبسته، آزمون ناپارامتری F، آزمون ناپارامتری فریدمن و تحلیل رگرسیون استفاده شد.

همچنین در تحقیقی که توسط محمد بحرینی و همکاران در سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (اسفند ۱۳۹۴- استانبول) انجام شد، نتایج نشان دهنده این است که بین محیط بیرونی و مدیریت عملکرد تأثیر مثبت و مستقیمی وجود دارد.

افراد نمونه این پژوهش معتقد بودند که عوامل اقتصادی، تکنولوژیکی، قانونی و اجتماعی بر فرایند برنامه ریزی، اجرای برنامه‌ها، فرایند کنترل نتایج حاصل از اجرای برنامه‌ها و ویژگی‌ها و مهارت‌های مدیران شرکت تأثیرگذار بوده‌اند که در نتیجه بر مدیریت عملکرد موثر واقع شده‌اند.

هانگ (۲۰۰۲)، در تحقیق به بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد جامعه مدنی در ویتنام پرداخته است. در تحقیقی دیگری همین محقق به نقش رسانه‌های جمعی و فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی در ایجاد شفافیت و پاسخگویی در حکومتها به عنوان مولفه‌های اصلی حکمرانی خوب پرداخته شده است. هانگ (۲۰۰۵) نیز در تحقیقی به بررسی میزان شفافیت در حکومتهای محلی و حرکت آنها به سوی حکومت داری خوب پرداخته است.

دانایی فرد (۱۳۸۱)، در تحقیقی به بررسی پاسخگویی در سازمانهای دولتی: آیا فناوری اطلاعات پاسخگویی را افزایش میدهد؟ پرداخته است. در این تحقیق ضمن نگاهی اجمالی به مقوله فناوری

اطلاعات عناصر اصلی در اصلاح بخش دولتی و چگونگی تأثیر این فناوری بر پاسخگویی بررسی و با نگاهی به ایران نتیجه گیری کرد که تأثیر فناوری اطلاعات در پاسخگویی ترکیبی و غیر خطی است. رهبری (۱۳۸۶)، در تحقیقی نظری به بررسی رسانه ها و پاسخگویی نهادهای حکومتی پرداخته است و یافته های نظری او نشان داد که رسانه ها بعنوان یکی از اجزای قدرتمند جامعه مدنی و تأثیرگذار بر افکار عمومی نقشهای سیاسی و غیر سیاسی مهمی بر عهده دارند که یکی از عمده ترین آنها واداشتن حکومت به پاسخگویی است.

ابراهیم پور(۱۳۸۷) در تحقیقی به بررسی جایگاه رسانه ملی در الگوی حکمرانی پایداری در ایران پرداخته است. بر اساس یافته‌های این تحقیق، بخش دولتی بیشترین دخالت در امور مختلف جامعه را داشته و بخش های رسانه، خصوصی و عمومی در رتبه های بعدی قرار دارند. در این میان، رسانه ملی بیشترین تعامل را با بخش دولتی و کمترین را در رابطه با بخش عمومی دارد.

این پژوهش با هدف بررسی میزان تأثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد در وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شده است.

روش تحقیق: در این مقاله بصورت علمی و ترویجی از روش مروری و مطالعه اسناد و ابلاغیه های اداری و مطالعات قبلی استفاده شده است و تأثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد در وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد بررسی قرار گرفته است. سؤال این است در وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به گسترده بودن حوزه کاری وزارتخانه چه میزان عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد تأثیرگذار بوده است؟

بحث و تبادل نظر:

وزارت صنعت، معدن و تجارت، براساس جایگاه قانونی و اهداف و مأموریت های اعلامی، متولی اصلی رشد و توسعه صنعتی در تعامل با دیگر دستگاههای دولتی و حاکمیتی و نیز در پیوند با بخش خصوصی و نیروهای اجتماعی و تولیدی کشور است.

اغلب شاخص های مهم اقتصادی اعم از تولید، اشتغال، فقر زدایی، سرمایه گذاری، صادرات، واردات و نیز در سطح کلان تر، استقلال اقتصادی و اقتصاد مقاومتی کشور، با عملکرد این وزارت خانه عظیم و راهبردی مرتبط است.

بخش صنعت، معدن و تجارت همچنین، با دارا بودن بیشترین سهم از اقتصاد کشور، دارای تعامل گسترده‌ای با سایر بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه است. ارتباط فراگیر این بخش با حوزه های پولی و بانکی، بورس، بازرگانی، خدمات، گمرکات و نیز ایجاد پل ارتباطی میان مصرف کننده و تولیدکننده، نشانگر اثر بخشی آن در اقتصاد ملی و قابلیت تبدیل به مؤثرترین پیشران اقتصادی کشور است.

به همین دلیل، ضروری است تا این وزارتخانه، در خصوص ارتباط موثر و سازنده با رسانه ها در یک کنش و واکنش متقابل و تمرکز بر شیوه‌های اطلاع‌رسانی درباره عملکرد و نیز توضیح مسائل و چالش‌های فراروی بخش صنعت، معدن و تجارت، از بدیع ترین ابزارهای ارتباطی و وسایل ارتباط جمعی نوین به بهترین و موثرترین روش ها استفاده نمایند.

یکی از ویژگی های نظام‌های سیاسی مردم سالار توانایی پاسخگویی آنها در قبال عملکرد خود است. البته در این خصوص نمی توان انتظار داشت که حکومتی خود به تنهایی پاسخگوی عمل خود باشد، بلکه چنین فرایندی از سازوکارهای اساسی برخوردار است که از آن میتوان به عنوان نهادهای جامعه مدنی یاد کرد.

رسانه های ارتباط جمعی بعنوان یکی از اجزای قدرتمند جامعه مدنی و تاثیرگذار بر افکار عمومی نقشهای مهمی بر عهده دارد که یکی از عمده ترین آنها وا داشتن حکومت به پاسخگویی است. به همین منظور هدف اصلی این پژوهش تاثیر عناصر محیط بیرونی مانند وسایل ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد در وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

در این راستا به منظور امکان برنامه‌ریزی لازم برای ارتقای ارتباط وزارت صمت با رسانه های ارتباط جمعی و استفاده از ظرفیت‌های رسانه ها در جهت پیشبرد برنامه‌ها و نیز افزایش سرمایه‌های اجتماعی، به دستور وزیر صمت مقرر شده است که بصورت مداوم، نشست هایی به طور جداگانه با اصحاب رسانه برنامه ریزی و برگزار شود. در این خصوص بانک اطلاعاتی رسانه‌های مرتبط با مجموعه صمت ایجاد شد و برنامه ریزی های لازم نیز صورت پذیرفت.

اکنون در دل مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت صمت، واحدی به عنوان پاسخگویی به رسانه‌ها وجود دارد که بر اساس دستورالعمل های ابلاغی از سوی وزیر و مصوبات شورای عالی اطلاع رسانی وزارتخانه، نسبت به ارسال جوابیه به رسانه‌های ارتباط جمعی در راستای رفع هر گونه شبهات و تنویر افکار عمومی در صورت درج خبر اشتباه و یا انتقاد و لزوم ارائه پاسخ مناسب اقدام می نماید.

در حوزه پاسخگویی به رسانه‌ها، بعد از رصد و پایش اخبار وزارتخانه، مواردی که نیاز به پاسخگویی به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم دارند، شناسایی می شود و در مواردی نیز اخبار انتقادی از کانال شورای اطلاع رسانی دولت در قالب آیین نامه روشنگری برای این مرکز ارسال می گردد.

این مرکز بعد از شناسایی خبر انتقادی مجموع اقدامات زیر را برای شفاف سازی و تنویر افکار عمومی که همانا یکی از رسالت ها و وظایف روابط عمومی است انجام می دهد.

خبر انتقادی طی نامه و در قالب یک فرم مشخص به واحد مربوطه جهت پاسخگویی ارسال شده و بعد از اینکه واحد مربوطه پاسخ لازم را ارسال کرد، این مرکز جوابیه را در قالب مربوطه و براساس سیاست های ابلاغی تهیه و تنظیم نموده و برای رسانه منتقد ارسال می نماید تا با پیگیری های صورت گرفته در اولین فرصت رسانه منتقد نسبت به انتشار آن اقدام کند.

در مواردی که موضوع انتقادی بصورت کلی و توسط اکثر رسانه ها منتشر می گردد نیز این مرکز بلافاصله جوابیه و یا تکذیبیه را در کمترین زمان ممکن تهیه و برای رسانه های منتقد ارسال کرده و یا بصورت کلی بیانیه ای صادر می نماید.

بطور میانگین در یک ماه گذشته در مجموع این مرکز نسبت به پاسخگویی به بیش از ۲۰ مورد انتقاد مطرح شده اقدام نموده است که البته در برخی موارد انتقاد مطرح شده توسط چند رسانه بصورت همزمان مطرح گردیده که برای رسانه های منتقد دیگر نیز جوابیه ارسال گردید.

همچنین شکایات مردمی به عنوان مطالبات مخاطبان بیرونی مجموعه از طریق یکی از وسایل ارتباط جمعی در پورتال ارتباط مردمی وزارتخانه به آدرس <https://www.mimt.gov.ir> ثبت می شود که فراوانی و درصد این مطالبات به صورت ماهانه گزارش گیری می شود که در ادامه برخی از جداول آماری در این حوزه بصورت نمونه آورده شده است. در این دو جدول درصد مطالبات مردمی ثبت شده در پورتال ارتباط مردمی از ابتدای سال تا پایان مرداد ۱۴۰۰ در حوزه های مختلف کاری مربوط به وزارتخانه و همچنین فراوانی این مطالبات در ۵ ماهه اول ۱۴۰۰ نشان داده شده است.

| ردیف | موضوع | ترتیب فراوانی | درصد |
|------|-----------------------|---------------|------|
| ۱ | خودرو | ۵۱ | ۲۱/۵ |
| ۲ | قیمت کالا و خدمات | ۲ | ۰/۸ |
| ۳ | دفتر وزارتی | ۲۷ | ۱۱/۳ |
| ۴ | صادرات و واردات | ۸ | ۳/۳ |
| ۵ | حراست و بازرسی | ۷ | ۲/۹ |
| ۶ | درخواست اشتغال | ۳۰ | ۱۲/۶ |
| ۷ | ستاد تسهیل | ۹ | ۳/۷ |
| ۸ | استانها | ۱۴ | ۵/۹ |
| ۹ | امور معدنی | ۲۹ | ۱۲/۲ |
| ۱۰ | بازرگانی داخلی | ۲۸ | ۱۱/۸ |
| ۱۱ | جهش تولید | ۴ | ۱/۶ |
| ۱۲ | توسعه تجارت الکترونیک | ۱۳ | ۵/۴ |
| ۱۳ | متفرقه | ۱۵ | ۶/۳ |
| | جمع | ۲۳۷ | ۱۰۰ |

| جدول درصد مطالبات مردمی ثبت شده در پورتال ارتباط مردمی | | | | | | | |
|--|-----------------------|---------|----------|-------|-----|-------|-----|
| جدول فراوانی مطالبات در ۵ ماهه سال ۱۴۰۰ | | | | | | | |
| ردیف | موضوع | فروردین | اردیبهشت | خرداد | تیر | مرداد | جمع |
| 1 | خودرو | ۵ | ۰ | ۲۸ | ۱۲ | ۶ | ۵۱ |
| 2 | قیمت کالا و خدمات | ۰ | ۰ | ۲ | ۰ | ۰ | ۲ |
| 3 | دفتر وزارتی | ۰ | ۰ | ۱۳ | ۱۰ | ۴ | ۲۷ |
| 4 | صادرات و واردات | ۲ | ۰ | ۵ | ۱ | ۰ | ۸ |
| 5 | حراست و بازرسی | ۲ | ۰ | ۱ | ۳ | ۱ | ۷ |
| 6 | درخواست اشتغال | ۳ | ۰ | ۱۲ | ۱۳ | ۲ | ۳۰ |
| 7 | ستاد تسهیل | ۰ | ۰ | ۱ | ۴ | ۴ | ۹ |
| 8 | استانها | ۳ | ۰ | ۳ | ۶ | ۲ | ۱۴ |
| 9 | امور معدنی | ۲ | ۰ | ۱۲ | ۱۳ | ۲ | ۲۹ |
| 10 | بازرگانی داخلی | ۴ | ۰ | ۱۰ | ۱۳ | ۱ | ۲۸ |
| ۱۱ | جهش تولید | ۰ | ۰ | ۴ | ۰ | ۰ | ۴ |
| ۱۲ | توسعه تجارت الکترونیک | ۲ | ۰ | ۲ | ۸ | ۱ | ۱۳ |
| ۱۳ | متفرقه | ۳ | ۰ | ۸ | ۱ | ۳ | ۱۵ |
| | جمع | ۲۶ | ۰ | ۱۰۱ | ۸۴ | ۲۶ | ۲۳۷ |

روابط عمومی ستاد وزارتخانه متشکل از بخش‌ها و اداراتی است که ارتباط با رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای یکی از آنهاست.

تهیه و تدوین بولتن‌های خبری به منظور اطلاع‌رسانی از فعالیتهای و رویدادهای وزارت صنعت، معدن و تجارت، برقراری ارتباط و هماهنگی با جراید، رسانه‌ها، شبکه‌های خبری جهت اعلام و انعکاس اخبار و رویدادها، ارتباط مستمر و دیدار با اصحاب رسانه، تولید و یا سفارش ساخت آگهی‌ها (تبزر) و فیلم‌های مورد نیاز برای تبلیغ عملکرد و مستندسازی وزارت صمت، مدیریت و نظارت بر نحوه اجرای برگزاری مصاحبه مطبوعاتی و کنفرانس خبری مسئولین وزارت صمت، اعزام خبرنگار و یا همکار روابط عمومی به مراسم و همایش‌های مرتبط با فعالیتهای وزارت صمت جهت تهیه خبر و عکس، استفاده و بهره‌برداری از

شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسانی انعکاس اخبار، اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی، انتخاب نماینده‌ای در مراکز استانها جهت هماهنگی در پوشش خبری و انعکاس سفرهای استانی مسئولین وزارتخانه، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و هدایت امور تبلیغاتی وزارتخانه و برقراری ارتباط مستمر و مداوم با خبرنگاران رسانه‌های داخلی و خارجی در این اداره دنبال می‌شود.

نحوه ارزیابی عملکرد روابط عمومی‌ها از مباحث و چالش‌های قدیمی این حوزه است. یکی از راه‌حل‌ها برای این معضل، مرتبط کردن اهداف کلی شرکت برای حداکثر ساختن ارزش با اهداف استراتژیک و عملیاتی است و مقبول‌ترین و رایج‌ترین روش برای انجام این کار، استفاده از کارت امتیازی متوازن (Balanced Score Card) است که توسط رابرت کاپلان و دیوید نورتون ایجاد شده است. متدولوژی کارت امتیازی متوازن (BSC) این امکان را به مدیران میدهد تا چهارچوبی یکپارچه برای متوازن کردن اهداف مالی و استراتژیک و تفکیک معیارهای عملکرد سازمان به واحدها و بخش‌های تجاری مستقل فراهم کنند.

در این مدل همه چیز از تدوین یک نقشه راهبردی آغاز می‌شود که برای نمایش راهبرد یک سازمان در یک نگاه است. مرحله پایانی در ایجاد نقشه راهبردی کشیدن فلش‌های ما بین اهداف راهبردی است که رابطه علت و معلولی را نمایش می‌دهد.

همچنین در نقشه راه مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت صمت ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی و به روزرسانی (پرتال فارسی- انگلیسی) و بروزرسانی اطلاعات موجود (راه‌اندازی اینترنت)، راه‌اندازی وبسایت در فضای اینترنت جهت نمایش هویت، نحوه و نوع فعالیت و به روزرسانی آن (ویکی‌پدیا)، حضور و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی جهت انعکاس اخبار وزارتخانه، تهیه و ارسال پیام کوتاه جهت اطلاع‌رسانی مناسبتهای مختلف، اخبار مهم، دعوتنامه (اطلاع‌رسانی پیامکی)، ایجاد تور مجازی یا نمایشگاه آنلاین جهت معرفی بانک، امکانات و فعالیتهای آن بدون حضور مخاطبین و ارتباط موثر و تنگاتنگ با مدیریت فناوری اطلاعات IT و کارشناسان مربوطه به عنوان اهم برنامه‌ها در حوزه رسانه‌های نوین آورده شده است.

ارتباط گران‌امروزی با دنیایی به شدت رسانه‌ای شده مواجهند. رسانه‌ها برای جلب توجه هرچه بیشتر آنها به رقابت با هم برخاسته‌اند و از انواع تکنیک‌ها برای در اختیار داشتن مخاطبان و فروش آنها به سرمایه‌داران و تبلیغات‌چی‌ها بهره می‌گیرند. ادارات و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و... جهت نیل به اهداف سازمانی باید از منابع خبری رسانه‌ها بهره‌گیرند و اخبار و اطلاعات مورد نیاز افکار عمومی را در اختیار کارکنان قرار دهند.

ادارات و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و... جهت نیل به اهداف سازمانی باید از منابع خبری رسانه‌ها بهره‌گیرند و اخبار و اطلاعات مورد نیاز افکار عمومی را در اختیار کارکنان قرار دهند.

یافته‌ها:

پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی در تامین خواسته‌های جامعه و واداشتن وزارتخانه به امر پاسخگویی نقش اصلی بر عهده دارند، به گونه‌ای که در صورت فقدان رسانه، وزارتخانه می‌تواند به راحتی از تامین تقاضاهای جامعه و گروه‌ها خودداری کند.

این پژوهش همچنین نشان داد که وزارتخانه در صورتی که از نظارت بر عملکرد خویش مطلع باشد و خود را همواره در معرض نقد و بررسی افکار عمومی ببیند، مراقب عملکرد خود در تمامی حوزه‌های ستادی و زیرمجموعه خواهد بود.

مقایسه نتایج پژوهش با پژوهش انجام شده توسط علیرضا شریف، طاهر روشن دل اربطانی در پژوهشی با عنوان تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز قابل بررسی است.

نتایج پژوهش یادشده نشان داد که میان کاربرد اجتماعی رسانه‌های اجتماعی توسط کارکنان و تعداد ارتباطات رسا، ارتباطات ابزاری، سرمایه اجتماعی رابطه مثبتی وجود دارد. میان کاربرد مطبوع رسانه‌های اجتماعی توسط کارکنان و تعداد ارتباطات رسا رابطه مثبتی وجود دارد. میان تعداد ارتباطات رسا کارکنان و عملکرد شغلی رابطه مثبتی وجود دارد. میان تعداد ارتباطات ابزاری کارکنان، عملکرد شغلی، سرمایه اجتماعی شناختی کارکنان و عملکرد شغلی رابطه مثبت وجود دارد.

مقایسه یافته‌های این تحقیق با نتایج مطالعات پیشین قابل تامل است. رحیمی (۱۳۸۴) در تحقیقی به بررسی پاسخگویی سازمان‌های دولتی با تاکید بر توانمندسازی دریافت کنندگان خدمات دولتی و ارائه یک الگوی مناسب پرداخته است. محقق در این تحقیق آموزش و پرورش و رسانه‌های گروهی را بعنوان یکی از راه‌های توانمندسازی شهروندان و تاثیر آن بر کارآمدی نظام پاسخگویی سازمان‌های دولتی در نظر گرفت.

هانگ (۲۰۰۲)، در تحقیق به بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد جامعه مدنی در ویتنام پرداخته است. در تحقیقی دیگری همین محقق به نقش رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در ایجاد شفافیت و پاسخگویی در حکومتها به عنوان مولفه‌های اصلی حکمرانی خوب پرداخته شده است. دانایی فرد (۱۳۸۱)، در تحقیقی به بررسی پاسخگویی در سازمان‌های دولتی: آیا فناوری اطلاعات پاسخگویی را افزایش میدهد؟ پرداخته است. در این تحقیق ضمن نگاهی اجمالی به مقوله فناوری اطلاعات عناصر اصلی در اصلاح بخش دولتی و چگونگی تاثیر این فناوری بر پاسخگویی بررسی و با

نگاهی به ایران نتیجه گیری کرد که تأثیر فناوری اطلاعات در پاسخگویی ترکیبی و غیر خطی است. رهبری (۱۳۸۶)، در تحقیقی نظری به بررسی رسانه ها و پاسخگویی نهادهای حکومتی پرداخته است و یافته های نظری او نشان داد که رسانه ها به عنوان یکی از اجزای قدرتمند جامعه مدنی و تأثیرگذار بر افکار عمومی نقشهای سیاسی و غیر سیاسی مهمی بر عهده دارند که یکی از عمده ترین آنها وا داشتن حکومت به پاسخگویی است.

نتیجه گیری و پیشنهادات: نتایج این پژوهش نشان داد که عناصر محیط بیرونی مانند رسانه های ارتباط جمعی بر مدیریت عملکرد در مجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت تأثیرگذار است. رسانه ها می توانند از طریق هدایت افکار عمومی، تجمیع خواسته ها و نظارت و آگاهی بخشی منجر به پاسخگویی وزارتخانه در قبال عملکرد خود شود، کاری که اگر بدرستی انجام پذیرد، زمینه را برای نزدیک شدن مردم و مسئولان وزارتی به یکدیگر، کارآمدی بیشتر وزارتخانه و مشارکت مردم و گروه ها در تصمیم گیری ها فراهم خواهد آورد.

منابع:

- بحرینی، محمد و نیک پی، مهرداد و بهاروند، بهجت (۱۳۹۴). بررسی تأثیر محیط بیرونی بر مدیریت عملکرد در شرکت توزیع نیروی برق استان لرستان، سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (اسفند ۱۳۹۴- استانبول)
- گیوریان، حسن (۱۳۹۰). بررسی تأثیر رسانه بر مسئولیت اجتماعی سازمان های دولتی ایران، نشریه مطالعات رسانه ای، سال ششم، شماره دوازدهم، بهار ۱۳۹۰
- متانی، مهرداد و حسن پور، مهشید (۱۳۹۳). بررسی نقش رسانه های جمعی در ارتقای سطح پاسخگویی سازمانهای دولتی، فصلنامه مدیریتی پژوهشگر، سال یازدهم، شماره ۳۴، تابستان ۱۳۹۳
- الوانی، مهدی و حسن دانایی فرد (۱۳۸۲). مدیریت دولتی و اعتماد عمومی، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۵۵
- هاشمی، محمد (۱۳۷۴). حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران، جلد اول. دانشگاه شهید بهشتی، نشر یلدا
- صالحی، سید رضا (۱۳۸۶). رسانه، کارکردها و آسیبها، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهشنامه شماره ۶.
- رهبری، مهدی (۱۳۸۴). رسانه ها و پاسخگویی نهادهای حکومتی، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۴۱.

ابراهیم پور، حبیب و روشندل اربطانی، طاهر(۱۳۸۷). بررسی جایگاه رسانه ملی در الگوی حکمرانی پایداری در ایران، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱. شماره ۱.

رحیمی، غلامرضا (۱۳۸۲). پاسخگویی سازمانهای دولتی با تاکید بر توانمندسازی دریافت کنندگان خدمات دولتی و ارائه یک الگوی مناسب، پایان نامه دکتری دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی تهران

تاثیر رسانه های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان وزارت صنعت، معدن و تجارت علیرضا شریف، طاهر روشن دل اربطانی، روزنامه نگاری الکترونیک، سال دوم، شماره مسلسل ۶، بهار ۹۳۱

- Shefritz. M, Jay, Russell. W. E, (۲۰۰۰), Introducing public administration, Longman, Second.
- Steinberg. S, Austen, D. T, (۱۹۹۰), Government Ehtics and Managers: A Guide to Solving Ethical Dilemmain in the public Sector, Westport, First.
- Hong, H. T (2002). Media and civil society in support of good governance in Vietnam, Media Asia Journal, vol. 29, p: 24



بررسی تأثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی و فرسودگی شغلی کارکنان « مطالعه موردی: آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت »

سمیرا مویدی^۱، دکتر فرشته کردستانی^۲

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
(samira.moayedil360@gmail.com)

^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، نویسنده و مسئول
(Fe.kordestani92@ gmail.com)

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی و فرسودگی شغلی کارکنان « مطالعه موردی: آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت » می‌باشد. روش تحقیق از نظر نوع هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری ۲۷۰ نفر از کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت باشند. حجم نمونه براساس جدول مورگان ۱۵۰ نفر می‌باشند. روش نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که پرسشنامه ارتباطات جو سازمانی مدل بابایی و همکاران (۱۳۹۶)، پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی مدل اورگان و کانوسکی (۲۰۱۶) و پرسشنامه فرسودگی شغلی مدل ماسلاچ و همکارش (۲۰۱۷) می‌باشد. روایی پرسشنامه از طریق تأیید استاد راهنما و خبرگان حاصل شده است و پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد و ضرایب همگی بالاتر از ۰٫۷ می‌باشند. روش تجزیه و تحلیل در این تحقیق، روش رگرسیون می‌باشد. یافته‌ها نشان داد: ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تأثیر مستقیم دارد؛ ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان

آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد؛ رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد.

کلیدواژه ها: ارتباطات جو سازمانی، رفتار شهروندی، فرسودگی شغلی

Abstract

The main purpose of this study is to investigate the effect of organizational climate on citizenship behavior and burnout of employees "Case Study: Education of Pakdasht Region 2". The research method is applied in terms of the type of purpose and descriptive and survey in terms of collection method. The statistical population is 270 education staff of Pakdasht region 2. The sample size according to Morgan table is 150 people. Sampling method is simple random sampling method. The data collection tool in this study is a questionnaire that is the organizational climate questionnaire of Babaei et al. (2017), the organizational citizenship behavior questionnaire of Oregon and Kanowski (2016) and the burnout questionnaire of Maslach et al. (2017). The tutor and experts have been obtained and the reliability of the questionnaire has been calculated through Cronbach's alpha and the coefficients are all higher than 0.7. The method of analysis in this research is regression method. Findings showed: organizational climate has a direct effect on the citizenship behavior of education staff in Pakdasht Region 2; Organizational climate has an adverse effect on burnout of education staff in Pakdasht Region 2; Citizenship behavior has an adverse effect on burnout of education staff in Pakdasht Region 2.

Keywords: organizational climate, citizenship behavior, burnout

مقدمه

یکی از عوامل کلیدی و بسیار مهم در تحقق نیافتن رفتار شهروندی سازمانی در سازمانها فرسودگی شغلی افراد در محیط کار است. فرسودگی کاری در حقیقت نوعی فرسودگی روانی است که با فشارهای روانی یا استرس های مربوط به شغل و محیط کار توأم گشته است. این اختلال در میان انواع مشاغل مدد رسان و یاری دهنده نظیر مشاوران، معلمان، مددکاران اجتماعی، پزشکان، پلیس، پرستاران و مواردی از این قبیل مشاهده شده و با محرک های تنش زایی مانند داشتن مراجعان بیش از حد در یک زمان، نداشتن وقت کافی و فقدان حمایت یا قدردانی، مرتبط است. اما میزان فشار کاری و به تبع آن فشار روانی شغلی و فرسودگی شغلی در افراد مختلف متفاوت است (بدری، ۱۳۹۶)

یکی از عوامل بیان شده دیگر موثر بر رفتار شهروندی سازمانی، ارتباطات جو سازمانی می باشد. جو سازمانی را جلوه‌ای از فرهنگ، حاصل ترکیبی از احساسات، نگرش‌ها، رفتارهای شکل دهنده زندگی سازمانی و یک واقعیت سازمانی با یک مفهوم عینی تعریف می‌کنند جو سازمان به ادراکات اعضای



سازمان از عناصر بنیادی سازمان اشاره دارد. از آنجا که جو مبتنی بر چشم اندازهای فردی است، تغییر پذیری سریعی دارد ضمن اینکه روی رفتار افراد هم تاثیرگذار است. در زمینه شناسایی ابعاد جو سازمانی حامی نوآوری مطالعات زیادند. (کرسپل و هنسن^۱، ۲۰۱۷).

فرسودگی شغلی سندرمی است، متشکل از خستگی عاطفی (احساس تخلیه توان روحی)، مسخ شخصیت (واکنش منفی، عاری از احساس و توام با بی اعتنایی مفرط نسبت به گیرندگان خدمات) و کاهش احساس موفقیت فردی (کاهش احساس شایستگی و موفقیت در حرفه) است که در بین کارکنان حرف خدمات اجتماعی بروز می کند. این سندرم با ایجاد تصور منفی از خود، نگرش منفی نسبت به شغل و احساس عدم ارتباط با مددجو (مشتری)، به افت شدید کیفیت خدمات ارائه شده می انجامد (پیامی، ۲۰۱۷). نشانگان فرسودگی شغلی یک اختلال روانی نیست، ولی به آهستگی در طول زمان گسترش یافته و ممکن است به یک ناتوانی روانی تبدیل گردد. این پدیده که از نظر معنایی یک حالت خستگی بدنی، هیجانی و ذهنی را در بر می گیرد، موضوعی است که امروزه مورد توجه پژوهشگران زیادی قرار گرفته، از جمله کوری^۲ و همکاران معتقدند که فرسودگی شغلی پدیده ای بسیار شایع در حرفه های یاری رسان (خدماتی) است (اسفندیاری، ۱۳۹۸). این سندروم هم رنج و آزار را به مبتلایان آن تحمیل کرده و هم بار سنگینی را بر سازمان ها تحمیل می کند (رضائی، ۱۳۹۵)

افرادی که از فرسودگی بدن رنج می برند، اصولاً دارای انرژی کم و دارای احساس بیش از حد هستند، در این افراد نشانه های فشار بدنی نظیر سردرد، کم خوابی و تغییراتی در عادات غذایی بطور فراوان، گزارش شده است. فرسودگی عاطفی (خستگی عاطفی)، نوعی افسردگی و احساس درماندگی و عدم کارایی در شغل است. مسخ شخصیت با علائمی مثل بدبینی نسبت به دیگران، بی اعتمادی، گله مندی از دیگران، بدگمانی نسبت به درستی و صداقت دیگران خود را نشان می دهد (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۵)

جو سازمانی مربوط به تعیین ویژگی های قابل اندازه گیری محیط کار است که بطور مستقیم یا غیرمستقیم توسط کسانی که در این محیط کار می کنند درک شده است و فرض می شود که روی انگیزش و رفتارشان تاثیر می گذارد (شائمی، ۱۳۹۷)

شناخت هرچه بهترین متغیرها، تحقیقات و پژوهش های وسیعی رامی طلبد. درچنین پژوهش هایی، علاوه برآنکه ماهیت و ابعاد این سازه ها را باید به خوبی مشخص کرد، اثرات و نیازهای سازمان به آن نیز

^۱- Crespell, P., & Hansen, E

^۲- Corey

باید مشخص گردد. اهمیت و ضرورت تحقیق حاضر نیز بر همین مبنی مشخص می‌گردد. پژوهش حاضر به بررسی رابطه جوسازمانی و رفتار شهروندی کارکنان با فرسودگی شغلی کارکنان می‌پردازد. به عبارت دیگر سوال اصلی این تحقیق آن است که آیا جوسازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان و فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت موثر است؟

اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق:

تعیین تاثیر جوسازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان و فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت

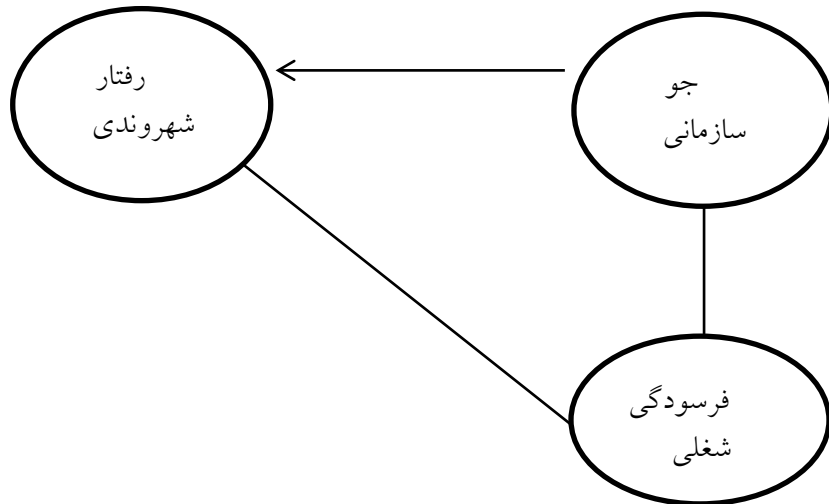
اهداف فرعی تحقیق :

- تعیین تاثیر ارتباطات جوسازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت
- تعیین تاثیر ارتباطات جوسازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت
- تعیین تاثیر رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت

چارچوب نظری

مدیران همواره در پی آن اند تا با به کارگیری روش‌های مناسب و با استفاده از ایجاد جوسازمانی مناسب، فرسودگی شغلی کارکنان را به تأخیر بیندازند. همین امر به بروز رفتار شهروندی سازمانی مناسب از سوی کارکنان می‌انجامد. در این راستا، یکی از مشکلات پیش روی مدیران، شناسایی رابطه میان چنین عوامل درون سازمانی همچون متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق به همراه تعیین مؤثرترین و تأثیرپذیرترین عوامل است. برای حل این مشکل، امروزه رویکردها و روش‌های متفاوتی وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به روش‌های آماری اشاره کرد که مبنای ریاضی دارند.

در این پژوهش هدف اصلی تاثیر جوسازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان و فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت می‌باشد. الگو و چارچوب مفهومی این تحقیق بر مبنای الگوی ارتباطات جوسازمانی بابایی و همکاران (۱۳۹۶)، رفتار شهروندی سازمانی اورگان و کانوسکی (۲۰۱۶) و فرسودگی شغلی ماسلاچ و همکارش (۲۰۱۷) می‌باشد که در شکل زیر نشان داده می‌شود.



منبع: بابایی و همکاران (۱۳۹۶)، اورگان و کانوسکی (۲۰۱۶) و ماسلاچ و همکارش (۲۰۱۷)

پیشینه تحقیق

پیشینه تحقیق در پژوهش حاضر به دو بخش پیشینه داخلی و خارجی تقسیم می شود که در بخش خارجی می توان به موارد زیر اشاره کرد:

درویش یوسف^۱ (۲۰۲۱) در تحقیق که در بین ۴۲۵ کارمند مسلمان از چند سازمان در ادارات امارات متحده عربی صورت گرفت رابطه بین ادراک برابری و جو سازمانی و رضایت شغلی مورد بررسی قرار گرفت نتایج بدست آمده به این صورت بود، که بین ادراک برابری و جو سازمانی رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد و ادراک برابری با ابعاد جو سازمانی و برخی از ابعاد رضایت شغلی رابطه معنی دار داشت. پارنل و کراندل^۲ (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان " تمایل برای مشارکت تصمیم گیری ، اثربخشی شغلی، تعهد سازمانی ، رفتار شهروندی سازمانی در مصر " انجام داده اند . نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از وجود رابطه معنادار میان اثربخشی شغلی و تعهد سازمانی، رابطه مثبت معنادار میان اثربخشی شغلی و رفتار شهروندی سازمانی و همچنین رابطه مثبت معنادار میان اثربخشی شغلی و رفتار شهروندی سازمانی

^۱ Darvish yosef

^۲ - Parnell & Crandull

و همچنین رابطه مثبت معنادار میان تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی است. چيو و چن^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان " بررسی ارتباط بین ویژگی های شغل و رفتار شهروندی سازمانی : نقش میانجی اثربخشی کار " انجام داده اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داده است که اثربخشی شغلی کلی، اثربخشی درونی و اثربخشی بیرونی به طور مثبت با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت دارند. در بخش پژوهش های داخلی تحقیقات متعددی طی چند سال اخیر صورت گرفته که می توان به موارد زیر اشاره کرد:

کوهی، کمال (۱۴۰۰) در مقاله ای به بررسی تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی، جو سازمانی و سابقه شغلی بر فرسودگی شغلی مورد مطالعه: اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز پرداخت. سازمان بخش عمده‌ای از زندگی افراد شاغل را تشکیل می‌دهد. زمانی که محل کار پرتنش باشد، سلامت روانی و اجتماعی فرد تهدید می‌شود و ممکن است او را دچار فرسودگی شغلی کند. بر همین اساس در پژوهش حاضر کوشش می‌شود میزان فرسودگی شغلی میان اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز و تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی، جو سازمانی و سابقه شغلی بر فرسودگی شغلی مطالعه شود. نتایج به دست آمده از الگوی ساختاری فرسودگی شغلی نیز بیان کننده آن است که سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی و جو سازمانی از عوامل تأثیرگذار بر فرسودگی شغلی‌اند؛ به عبارت دیگر، اگر سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی اعضای هیئت علمی در سطح مناسب و جو سازمانی برای فعالیت مطلوب باشد، میزان فرسودگی شغلی به طور معنی داری کاهش می‌یابد. بین متغیرهای پژوهش، سابقه شغلی در میزان فرسودگی شغلی تأثیر معنی داری نداشته است. کفاش و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی رابطه بین جو سازمانی و هویت سازمانی پرداخت. تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین جو سازمانی و هویت سازمانی انجام شد. این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر روش اجرا توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان ستاد مرکزی - دانشگاه علوم پزشکی مشهد بود که تعداد کل آنها برابر با ۱۵۰۰ نفر می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران ۳۱۶ نفر تعیین شد که اعضای نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه جمع آوری شد. نتایج حاصله از معادلات ساختاری و با نرم افزار لیزرل نشان داد که جو سازمانی میتواند به میزان حدودا ۲۸ درصد بر هویت سازمانی تأثیرگذار باشد. همچنین نتایج حاصله از بررسی فرضیات این بخش نشان داد که بین تمامی ابعاد جو سازمانی (به جز بُعد روحیه گروهی) و هویت سازمانی نیز رابطه معناداری وجود دارد. -آقایی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان " بررسی رابطه میان

^۱ - Chiu & Chen

فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی" به بررسی ارتباط میان فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی پرداخت. ارزیابی رابطه میان هر یک از متغیرهای مذکور را می‌توان به نوعی مسئلهٔ تصمیم‌گیری نیز تلقی کرد که در آن تعاملات روش‌مند میان متغیرها موجب برقراری روابط درونی می‌گردد. در این راستا، می‌توان از روش آزمایشگاه ارزیابی و آزمون تصمیم‌گیری (دیمتل) برای استخراج روابط علی میان متغیرها استفاده کرد و از آن علاوه بر تعیین روابط میان متغیرها، برای مدیریت وابستگی‌های درونی در مجموعه‌ای از متغیرها نیز بهره برد. در این تحقیق، با استفاده از نظر ده کارشناس و تجربهٔ مدیریت منابع انسانی در شرکت ایران خودرو دیزل رابطهٔ میان متغیرهای مذکور بررسی شد. نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که فرسودگی شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی و جو سازمانی، جو سازمانی بر فرسودگی شغلی و رفتار شهروندی سازمانی، فرهنگ سازمانی بر فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی و جو سازمانی تأثیرگذارند. از طرف دیگر، رفتار شهروندی سازمانی تأثیرپذیرترین و فرهنگ سازمانی تأثیرگذارترین متغیرها هستند.

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی است. تحقیق حاضر از لحاظ قلمرو به سه بخش قلمرو موضوعی، مکانی و زمانی تقسیم می‌شود: که قلمرو موضوعی این تحقیق تأثیر جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان و فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت است؛ قلمرو مکانی تحقیق قلمرو مکانی تحقیق حاضر آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت در نظر گرفته شده است. و قلمرو زمانی پژوهش فاصله زمانی سال ۱۴۰۰ به مدت یک سال در نظر گرفته شده است. جامعه آماری تحقیق عبارتند از د کلیه کارکنان اداری آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت که تعداد این افراد ۲۷۰ نفر می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به دست آمده که ۱۵۰ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار اصلی مورد استفاده در پژوهش حاضر جهت گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که پرسشنامه ارتباطات جو سازمانی مدل بابایی و همکاران (۱۳۹۶)، پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی مدل اورگان و کانوسکی (۲۰۱۶) و پرسشنامه فرسودگی شغلی مدل ماسلاچ و همکارش (۲۰۱۷) می‌باشد. روایی پرسشنامه به روش محتوایی است که در این پژوهش از طریق تأیید خبرگان، پس از اصلاحات لازم، حاصل گردیده است. در این پژوهش به منظور سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضرایب اعتماد پرسشنامه‌ها برای متغیر پژوهش ۰/۸۷ ارائه شده است که گویای آن است ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر مورد نظر در سطحی بالاتر از ۰/۷ قرار دارد که گواه بر پایایی و قابل اعتماد بودن سوالات پرسشنامه به کار گرفته شده است. نتایج تحلیل آماری آزمون فرضیات تحقیق به کمک آزمون کولموگروف اسمیرنوف که برای آزمون نرمال بودن داده‌های تحقیق استفاده شده و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها، از آزمون کالموگراف اسمیرونف استفاده شد. در واقع در این روش، هدف آزمون فرض‌های زیر است:

داده‌های مورد نظر از توزیع نرمال پیروی می‌کنند: H_0

داده‌های مورد نظر از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند: H_1

جدول ۱: خلاصه آزمون اسمیرونف ($n=150$)

| متغیر | آماره‌ی آزمون | سطح معنی‌داری |
|---------------------|---------------|---------------|
| رفتار شهروندی | ۰/۷۶ | ۰/۶۱ |
| ارتباطات جو سازمانی | ۰/۷۷ | ۰/۵۹ |
| فرسودگی شغلی | ۱/۰۸ | ۰/۱۹ |

بر پایه اطلاعات جدول بالا سطح معناداری در هر سه متغیر پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است؛ به عبارت دیگر داده‌های مربوط به متغیرهای "فرسودگی شغلی"، "رفتار شهروندی" و "ارتباطات جو سازمانی" دارای توزیع نرمال می‌باشند.

فرضیه ۱: ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر دارد.

جدول ۲: خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی

کارکنان

| متغیر پیش‌بین | R | R^2 | B | SE | t | P |
|---------------------|-------|-------|-------|------|-----|------|
| ارتباطات جو سازمانی | ۰/۵۲۸ | ۰/۲۷۹ | ۰/۲۷۳ | ۰/۰۲ | ۶/۴ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: رفتار شهروندی

بر پایه اطلاعات جدول بالا، همبستگی مشاهده شده بین دو متغیر برابر با ۰/۵۲۸ می‌باشد ($P = 0.01, r = 0.528$). یعنی "ارتباطات جو سازمانی" کارکنان، می‌تواند در حدود ۲۷/۹

درصد در افزایش یا کاهش "رفتار شهروندی" کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت مؤثر باشد. اما ضریب B نیز نشان دهنده نقش افزایشی این تأثیر است. یعنی افزایش یک واحد در ارتباطات جو سازمانی، موجب افزایش ۰/۲۷۳ واحد در رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت خواهد شد.

فرضیه ۲: ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تأثیر دارد.

جدول ۳: خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی

| متغیر پیش‌بین | R | R^2 | B | SE | t | P |
|---------------------|-------|-------|--------|------|------|------|
| ارتباطات جو سازمانی | ۰/۴۸۳ | ۰/۲۳۳ | -۰/۲۵۲ | ۰/۰۴ | -۵/۷ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: فرسودگی شغلی

چنانکه در جدول بالا ملاحظه می‌شود رابطه بین "ارتباطات جو سازمانی" و "فرسودگی شغلی" برابر با ۰/۴۸۳ می‌باشد ($P = ۰/۰۱$, $r = ۰/۴۸۳$)، یعنی "ارتباطات جو سازمانی" به اندازه ۲۳/۳ درصد در فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت مؤثر است. منفی بودن ضریب B نیز نشان می‌دهد که با افزایش یک واحد در ارتباطات جو سازمانی، به میزان ۰/۲۵۲ واحد از "فرسودگی شغلی" کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت کاسته خواهد شد.

فرضیه ۳: رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تأثیر دارد.

جدول ۴: خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی

| متغیر پیش‌بین | R | R^2 | B | SE | t | P |
|---------------|-------|-------|--------|------|------|------|
| رفتار شهروندی | ۰/۴۷۵ | ۰/۲۲۵ | -۰/۲۳۴ | ۰/۰۴ | -۵/۵ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: فرسودگی شغلی

ارقام به دست آمده از جدول بالا حاکی از آن است که رابطه بین دو متغیر برابر با ۰/۴۷۵ می‌باشد ($P = ۰/۰۱$, $r = ۰/۴۷۵$)، این نتیجه نشان می‌دهد که در حدود ۲۲/۵ درصد از تاثیرپذیری فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت، وابسته به میزان "رفتار شهروندی" آنهاست. به طوری که ضریب B نیز نشان می‌دهد با افزایش یک واحد در رفتار شهروندی کارکنان،

به اندازه ۰/۲۳۴ واحد از فرسودگی شغلی آنها در آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت کاسته می شود.

نتیجه گیری

نتایج فرضیه ۱: ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر دارد.

نتایج نشان می دهد، همبستگی مشاهده شده بین دو متغیر برابر با ۰/۵۲۸ می باشد. یعنی ارتباطات جو سازمانی کارکنان، می تواند در حدود ۲۷/۹ درصد در افزایش یا کاهش رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت مؤثر باشد. همچنین افزایش یک واحد در ارتباطات جو سازمانی، موجب افزایش ۰/۲۷۳ واحد در رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت خواهد شد.

بنابراین می توان نتیجه گرفت ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر مستقیم دارد.

نتایج فرضیه ۲: ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر دارد.

نتایج نشان می دهد رابطه بین ارتباطات جو سازمانی و فرسودگی شغلی برابر با ۰/۴۸۳ می باشد، یعنی ارتباطات جو سازمانی به اندازه ۲۳/۳ درصد در فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت مؤثر است. همچنین با توجه منفی بودن ضریب B با افزایش یک واحد در ارتباطات جو سازمانی، به میزان ۰/۲۵۲ واحد از فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت کاسته خواهد شد.

بنابراین میتوان نتیجه گرفت ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد.

نتایج فرضیه ۳: رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر دارد.

نتایج حاکی از آن است که رابطه بین دو متغیر برابر با ۰/۴۷۵ می باشد. این نتیجه نشان می دهد که در حدود ۲۲/۵ درصد از تاثیرپذیری فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت، وابسته به میزان رفتار شهروندی آنهاست. همچنین با افزایش یک واحد در رفتار



شهروندی کارکنان، به اندازه ۰/۲۳۴ واحد از فرسودگی شغلی آنها در آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت کاسته می شود.

بنابراین می توان نتیجه گرفت رفتار شهروندی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد.

چنانچه اشاره شد، در این پژوهش از روش رگرسیون با نرم افزار SPSS در ارزیابی نحوه ارتباط و تاثیر میان عوامل مؤثر استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر آن است که ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر مستقیم دارد. ارتباطات جو سازمانی بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد. رفتار شهروندی نیز بر فرسودگی شغلی کارکنان آموزش و پرورش منطقه ۲ پاکدشت تاثیر معکوس دارد. پس فقط تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی مستقیم و صعودی است. از نتایج فرضیه دوم و سوم اینطور می توان تفسیر کرد که فرسودگی شغلی عامل تاثیر معکوس در فرضیه هاست.

پیشنهادهات

- ۱- بررسی تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی با فرسودگی شغلی در سازمان های دیگر پاکدشت و مقایسه نتایج آن با آموزش و پرورش پاکدشت
- ۲- بررسی تاثیر ارتباطات جو سازمانی بر رفتار شهروندی با نقش میانجی تعهد سازمانی در بین کارکنان آموزش و پرورش پاکدشت
- ۳- بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی و جو سازمانی در بین کارکنان آموزش و پرورش پاکدشت
- ۴- سنجش سطح فرسودگی شغلی و جو سازمانی در مدیریت آموزش و پرورش
- ۵- مطالعه رابطه بین عملکرد کارکنان آموزش و پرورش با رضایت شغلی و ارتباطات جو سازمانی کارکنان آن.

منابع فارسی

- آقایی، ر، ۱۳۹۹. بررسی رابطه میان فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی، مدیریت دولتی. فصلنامه علوم و مدیریت ایران، دوره اول، شماره ۲، ۶۲
- بابایی زکلیکی، م ع . مومنی، ن. ۱۳۹۶، پژوهش در رابطه با رابطه هوش عاطفی مدیران و جو سازمانی، فصلنامه علوم و مدیریت ایران، دوره ششم، شماره ۱۲. ص ۳۵-۶۲

- بدری گرگری، ر، ۱۳۹۶، «سندرم روانشناختی و فرسودگی شغلی معلمان و مکانیزم‌های مقابله ای»، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، به راهنمایی هاشمیان، کیانوش.
- رضایی، س، ۱۳۹۷، عوامل موثر بر میزان تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد کرمانشاه، اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال
- شائمی، ع، ۱۳۹۷، تحلیل تاثیر جو سازمانی ادراک شده بر رفتار شهروندی، پرستاری و مامایی جامع نگر، ۲۷-۳۷.
- کفاش، ن، دبیحی، م، ۱۳۹۹، بررسی رابطه بین جو سازمانی و هویت سازمانی. کنفرانس بین المللی و ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران.
- کوهی، کمال (۱۴۰۰) در مقاله ای به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی، جو سازمانی و سابقه شغلی بر فرسودگی شغلی مورد مطالعه: اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز. ششمین همایش ملی علوم مدیریت نوین

منابع لاتین:

- Chia. Ping, Yu., Tsai, Hsim, CHU. 2017., Exploring knowledge contribution from an OCB perspective, Information and management. Vol. 44, PP: 321-331
- Crespell , P., & Hansen, E. 2017.. Work Climate And Innovativeness In The Forest Products Industry: A Preliminary Approach. Submitted To Journal Of Forest Products Business Research.
- Organ D.W., Konovsky M, 2016. ,Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior, Journal of Applied Psychology, Vol.74, pp.157-164
- Organ, D.W. 2016, Organizational citizenship behavior the good soldier syndrome, Lexington book, Lexington, A. M
- Podsakoff, P. M. , MacKenzie, S. B. , Paine, J. B. , & Bachrach, D. G, 2019, Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions For Future Research, Journal of Management, 26, 513-563.
- Organ D.W., Konovsky M, 2016 ,Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior, Journal of Applied Psychology, Vol.74, pp.157-164
- Parnell, J., & Crandall , W. 2018. Propensity For Participative Decision-Making, Job Satisfaction, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior And



Intentions To Leave Among Egyptian Managers. . The Multinational Business Review Journal.

- Payami Boosari M. Assessment of social support condition and correlation between intensive care nursing burnout, thesis for master of science, Tehran, Tarbiat Modares university, 2017; p:3-99.
- WHO.Guidlines for the primary prevention of mental neurological disorders: staff burn out division of mental health.Geneva,WHO .2018 ;p: 91-108.

الگوی آپارتمان نشینی ایرانی و اسلامی و راهبردهای نهادینه‌سازی آن

میثم صحرایی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی
بهرام فرهی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات

چکیده:

سبک زندگی اسلامی ایرانی که موضوع آپارتمان نشینی هم از جمله آن است علاوه بر این که منبع ارزشمندی برای ترسیم خطوط و چارچوب زندگی فردی و اجتماعی مان برای هایت و دستیابی به زندگی شایسته و حیات طیبه است ظرفیتی برای گسترش پیوندهای اجتماعی و تعلقات محلی مان نیز می باشد هدف از پژوهش حاضر بررسی الگوی آپارتمان نشینی ایرانی و اسلامی و راهبردهای نهادینه‌سازی آن می باشد این پژوهش از نوع نظری کاربردی و از لحاظ روش مطالعه توصیفی تحلیلی می باشد داده ها و اطلاعات مورد نیاز برای انجام این پژوهش به روش کتابخانه ای انجام شد. نتایج نشان می دهد بین آپارتمان نشینی و سبک زندگی ایرانی اسلامی در شهر صحنه تفاوت معناداری وجود دارد. عدم هویت بخشی و انتقال ارزش ها، خالی شدن آپارتمان ها از روح دینی، فردی شدن خانه، تضعیف حیا در خانه، کوچک شدن خانواده ها، فقدان اخلاق آپارتمان نشینی منجر شده است.

کلیدواژه ها: آپارتمان نشینی، ایرانی و اسلامی، نهادینه‌سازی.

بیان مسئله

طراحی آپارتمان‌ها به گونه‌ای است که سبب فردی شدن خانه و گسستن اعضای خانواده از یکدیگر می‌گردد (پیرنیا، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر، آپارتمان و زندگی آپارتمانی یکی از عرصه‌های فردگرایی شده است. میل به جدایی‌گزینی از خانواده و تخصیص یافتن فضای خصوصی به هر یک از افراد خانه (اتاق فرزندان، اتاق خواب والدین)، اهمیت یافتن کارکرد حریم خصوصی و محدود شدن روابط خانوادگی سبب فردی شدن خانواده شده است (اقدامی و قاسمی، ۱۳۹۲). تأثیر و اهمیت بنا و ساخت و ساز مسکن بدین سبب است که هرچند انسان در ابتدا خالق بناست، اما در ادامه این بناست که بر رفتار و فرهنگ وی و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند تأثیری گذارد. (پیرنیا، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر، تناسب فضای مختلف بر اساس سرشت انسانی منشأ تأثیراتی بر انسان‌ها و جوامع انسانی است؛ یعنی معماری هم فرهنگ‌ساز و هم زاده‌ی فرهنگ است (دل‌آور و مرادی فر، ۱۳۹۳). رسالت معماری طراحی فضا است. طراحی فضا و مدیریت فضا نیز برای مدیریت رفتاری است که داخل آن فضا اتفاق می‌افتد؛ یعنی رفتارهای داخل یک فضا را می‌توان با نوع طراحی مدیریت کرد. از این رو، معماران در گذشته در خلق آثار هنری خود از منبع طبیعت، فرهنگ و مذهب الهام می‌گرفتند و از این سه رکن در طراحی و معماری ساختمان‌ها بسیار بهره می‌بردند (پیرنیا، ۱۳۸۹). انگیزه‌ی اصلی معماران سنتی ایرانی بیان و انعکاس مفاهیم فرهنگی و باورهای دینی مردم از یک سو و تحت تأثیر قرار دادن رفتارهای مردم توسط این عناصر از سوی دیگر بوده است (زلفی پور، ۱۳۹۲). امروزه معماری ایرانی، به دلیل بروز برخی جنبه‌های از خودبیگانگی، مورد تهاجم فرهنگی غربی واقع شده و این موضوع سبب شده است معماری ایرانی - اسلامی در ساختمان‌های ایرانی بیش از پیش کم رنگ و کم رنگ تر شود (لطیفی، ۱۳۹۸). از آنجایی که معماری و سبک خانه نقش مهمی در شکل‌دهی روابط، خلق و خوی و فرهنگ اهل خانه دارد، کالبد بسیاری از فضاهای شهری و ساختمان‌ها یکی از زمینه‌های ظهور فرهنگ غربی و اروپایی را در ایران فراهم کرده است (دل‌آور و مرادی فر، ۱۳۹۳). آپارتمان هم یکی از مصادیق معماری غیر سنتی و غیرهمخوان با فرهنگ ایرانی است که قطعاً در طولانی مدت سبب ایجاد آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی برای خانواده و جامعه‌ی ایران خواهد گردید.

در دوران معاصر، شهرنشینی خواه‌ناخواه به عنوان الگوی برتر سکونت در همه‌ی کشورها پذیرفته شده است. گرایش و اشتیاق شدیدی به شهرنشینی پدید آمده و سبب شده است که بسیاری از شهرها، به ویژه کلان‌شهرها، از نظر جمعیت‌پذیری، اشتغال‌زایی، خدمات‌دهی و توسعه‌ی فضایی درآستانه‌ی پر شدن ظرفیت و حتی فراتر از آن قرار گیرند (شیخی، ۱۳۹۶). یکی از تدابیر کارساز برای کنترل یا تعدیل این

مشکل که در موارد بسیار به اجرا درآمده ساخت شهرها و شهرک‌های جدید است. در ایران نیز شهرنشینی از انقلاب مشروطیت به این سو و همگام با ورود درآمدهای نفتی به اقتصاد ملی و پیدایش نهاد دولت در مدیریت کشور رو به گسترش نهاد و روند شهرنشینی از آن پس به پیروی از روند افزایش جمعیت و گسترش جوامع شهری، به کلان شهرنشینی و قطبی شدن انجامید (جمعه پور، ۱۳۹۴). از آنجایی که انقلاب مشروطه با تحولات بزرگ صنعتی در دنیای غرب متقارن بود، فرصتی ایجاد شد تا معضلات جامعه با راهکارهای نوین اروپا چاره‌جویی شود (دل‌آور و مرادی فر، ۱۳۹۳). تکنولوژی، صنعت و تولید یکی از وسوسه‌انگیزترین شیوه‌ها بود. بنابراین صنایع مختلف کم‌کم وارد کشور شدند و تأثیرات همه‌جانبه و عمیقی بر روابط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی معماری ایرانیان تحمیل کردند (لطیفی، ۱۳۹۲). کارخانه‌ها یکی پس از دیگری شروع به کار می‌کردند و مشاغل جدیدی پدیدار می‌شدند که به نیروی کار تازه نیاز داشتند. بخشی از این نیروها از طریق جذب شاغلین حرفه‌های سنتی و مخصوصاً بخش کشاورزی قابل تأمین بود. از سوی دیگر، جاذبه‌های جدید شهری، همچون خدمات رفاهی، امکانات تازه‌ی تفریحی و ظاهر آراسته‌ی شهرها، تعادل دیرپای جمعیت شهری و روستایی را دگرگون کرد. شیوه‌های متحول شده‌ی تجارت و جابه‌جایی توازن و انباشت سرمایه‌ها نیز مزید بر دلایل فوق بودند. در نتیجه، شهرها از نظر وسعت و جمعیت دچار چنان رشد بی‌قاعده‌ای شدند که با تمام طول تاریخ این سرزمین قابل مقایسه نبود و طبیعتاً تهران، به عنوان مرکز، بیشترین سهم را داشت (اقدامی و قاسمی، ۱۳۹۲).

بعد از وقوع انقلاب اسلامی نیز متعاقب جابه‌جایی قدرت‌های سیاسی و اقتصادی، از یک طرف و وعده‌های مبتنی بر شور و هیجان دوران گذار، از جمله شایعه‌ی تقسیم و واگذاری املاک و مستغلات مصادره‌ای به مردم و... از دیگر سو، تهران بحران جمعیتی تازه‌ای را تجربه کرد. محدودیت اراضی قابل ساخت، افزایش بهای زمین‌های مرغوب، افزایش هزینه‌های ساخت، بُعد غیرقابل پذیرش مسافت و تردهای لازم روزانه، مشکلات ارائه‌ی خدمات انتظامی و امنیتی، محدودیت توسعه‌ی شبکه‌های خدماتی مثل خیابان، آب، برق و... همه و همه تصمیم‌ها و سیاست‌گذاری‌های خُرد و کلان را به سمت رشد عمودی سوق می‌دادند. بنابراین باز هم الگوی دیگری از غرب، بدون آنکه با فرهنگ شهرنشینی گذشته همخوانی و انطباق کافی داشته باشد، به همت فرنگی مآب‌های پایتخت، برگزیده شد (شیخی، ۱۳۹۶). امکانات وسیع ساختمان‌سازی، تکنیک‌ها و مصالح جدید - ره‌آورد تمدن فراگیر - در ورود این الگوی تازه بی‌تأثیر نبود. خانه‌های چند واحدی، برج‌نشینی و آپارتمان‌نشینی که به آرامی و با فرصت کافی در شهرهای بزرگ غرب متولد شده بود، شباهتی به خانه‌های سنتی ایرانی و شیوه‌های هم‌نشینی ایرانی نداشت. در شهرهای ایران، جامع‌ترین نمونه‌های این نوع مجاورت‌ها را تنها می‌توان در خانه‌های

پدرسالاری دید که همراه با خانواده‌ی فرزندان ذکور و در بناهای وسیع و مجلل اتفاق می‌افتاد. خانه‌های پدرسالار، با توجه به میزان توانایی مالک، از حیاط‌های مجزا و مستقل برخوردار بود (دل آور و مرادی فر، ۱۳۹۳).

بعدها به تدریج در شهرهای بزرگ‌تر و متأثر از کوچ‌های فامیلی، نوع تازه‌ای از هم‌نشینی نیز ظهور کرد. این خانه‌ها عمدتاً با مصالح و اصول معماری سنتی و حیاط مرکزی ساخته شده بودند که به اقتضای نیاز، اتاق‌های آن‌ها به خانواده‌های مختلف واگذار می‌شد. اهالی این خانه‌ها اغلب نسبت‌های قبیله‌ای و خانوادگی با هم داشتند یا از طریق همشهری‌ها و هم ولایتی‌های خود به صاحب‌خانه معرفی می‌شدند (اقدامی و قاسمی، ۱۳۹۲). این نوع اسکان اگرچه گاهی سال‌ها طول می‌کشید، اما اغلب به خاطر سطح اقتصادی و درآمد سرپرست خانواده و محدودیت فضا، از نظر تنوع لوازم ضروری زندگی، ظاهری موقت داشت. (دل آور و مرادی فر، ۱۳۹۳). اهالی این نوع خانه‌ها مجبور بودند از سرویس و منبع آب و خدمات مشترک استفاده کنند (شیخی، ۱۳۹۶). نمونه‌های اولیه‌ی خانه‌های سازمانی - که بعد از تخریب برج و باروی دوره‌ی ناصری و تسطیح قسمت‌های شرقی شهر برای کارمندان دولتی ساخته شدند - و ساختمان‌های بانک رهنی و... این حرکت را بیش از پیش شتاب داد و متعاقب این مجموعه‌ها، فرزندان کوچک و اغلب ناقص‌الخلقه‌ی ایاز این پدرهای وارداتی در گوشه و کنار شهر زاده شدند که بیشتر مورد استفاده‌ی گروه جویای رفاه و آسایش زندگی شهری، به معنای غربی آن، قرار گرفتند؛ گروهی که علاوه بر محدودیت‌های مالی، می‌کوشیدند خود را متعلق به طبقه‌ی پیشتاز جامعه‌ی شهری معرفی نمایند و آپارتمان نشینی را به عنوان نمادی از تجدد، تمایز و برتری طبقاتی برمی‌گزیدند (لطیفی، ۱۳۹۸). در استقبال از این پدیده، توجه حکومت، ترکیب جمعیتی و ویژگی‌های کوهپایه‌ای، تهران را مستعدتر از دیگر نقاط ایران کرده بود؛ اما همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، این الگوهای نوظهور و بیگانه‌ی غربی به سرعت از طریق پایتخت به شهرهای بزرگ‌تر نیز سرایت کرد. (شیخی، ۱۳۹۶). خانه و مسکن سنتی در جامعه‌ی سنتی به صورت‌های مختلف حامل ارزش‌های دینی و باورهای اسطوره‌ای و متافیزیکی بود؛ اما در شرایط مدرن دیگر خانه از نمادها و نشانه‌های متافیزیکی خالی می‌شود. ساخت و ساز خانه تحت قواعد عقلانی که معماری و دانش مدرن تعیین و ایجاد می‌کند صورت می‌گیرد. برای مثال، در معماری ایرانی، گنبد نمادی از آسمان و ملکوت بود و به خانه صورتی از معماری مسجد و اماکن مذهبی و زیارتگاهی می‌داد (جمعه پور، ۱۳۹۷). همچنین استفاده از رنگ فیروزه‌ای، رو به قبله ساختن بنا، به کار بردن نمادهای دینی مانند نصب کاشی‌های مزین به آیات قرآنی و ادعیه‌ی دینی و استفاده از نمادهای دینی دیگر در خانه‌های سنتی مرسوم بود. این مجموعه، علاوه بر کارکردهایی که در زمینه‌های مختلف برای ساکنین خانه داشتند، به خانه روح اسلامی و دینی می‌بخشیدند و به تبع آن، ساکنین خانه نیز متأثر از این گونه ارزش

ها و نشانه‌ها می‌گردیدند (کلانتری، ۱۳۹۷). اما با گسترش معماری مدرن، خانه‌های گنبدی، استفاده از رنگ فیروزه‌ای و کاشی‌های مزین به آیات قرآن و دیگر نمادها و نشانه‌های مذهبی تنها محدود به مساجد، حسینیه‌ها و اماکن متبرکه گردید و خانه‌ها خالی از این مجموعه‌ها و همچنین کارکردهای ارزشی و روانی و تربیتی آن شدند. از این بررسی الگوی آپارتمان‌نشینی ایرانی و اسلامی و راهبردهای نهادینه‌سازی آن می‌تواند به بازیابی الگوهای بومی و منطقه‌ای کمک کند.

اهداف پژوهش:

الگوی آپارتمان‌نشینی ایرانی و اسلامی و راهبردهای نهادینه‌سازی آن
شاخص‌های الگوی آپارتمان‌نشینی ایرانی و اسلامی
راهبردهای نهادینه‌سازی الگوی آپارتمان‌نشینی ایرانی و اسلامی

چارچوب نظری

با توجه به موضوع انتخابی و حجم مقاله‌ها و کتابهای متعددی که در این زمینه نوشته شده است سعی شد پژوهش‌های پیشین را به سمت تک موضوعی هدایت کرده و آپارتمان‌نشینی در اولویت قرار گیرد. کتاب «آپارتمان‌نشینی و سبک زندگی» با توجه به اهمیت روابط همسایگان با یکدیگر و رعایت حقوق آنها از سوی یکدیگر تلاش بر این است تا به پاره‌ای از حقوق همسایگان که از روایات جدا شده است به بیان چگونگی روابط کنونی همسایگان در دنیای امروز پرداخت. مقاله «آپارتمان‌نشینی در شهرهای ایرانی اسلامی و مشکلات اجتماعی و فرهنگی ناشی از آن (مطالعه موردی: شهر تبریز)» به بیان این مطلب می‌پردازد که افزایش سریع جمعیت شهرنشین و گسترش افقی شهرها در مناطق پیرامون، بسیاری از جوامع را بر آن داشته که توجه به مسکن را به عنوان یکی از اولویت‌های مهم برنامه‌های توسعه خود قرار دهند. افزایش سریع جمعیت شهری که حاصل آن از هم‌گسیختگی پیوندهای اجتماعی خانواده‌ها و تضعیف سنت‌های فرهنگی در اغلب شهرهای بزرگ کشور بوده است، موجب بروز مشکلات فراوانی در روابط اجتماعی افرادی که در مجتمع‌های مسکونی زندگی می‌کنند گردیده است. در این سبک زندگی شهروندی، عملاً شهرنشینی هستند که از زندگی (روستایی) جدا گردیده و در عین حال، با فرهنگ جدید غریبه بوده و به اصطلاح شهرگرا نشده‌اند؛ لذا در جریان انتقال از فرهنگی به فرهنگ جدید دچار تضاد و تناقض گشته و عملاً به حاشیه فرهنگی شهر رانده شده‌اند. در نتیجه آپارتمان‌نشینی، با شرایط سکونت در آپارتمان‌سازی لازم را نیافته و اجبار در پذیرش این نوع سکونت مغایر با فرهنگ و نگرش جامعه سنتی و ناآشنا به قوانین و فرهنگ آپارتمان‌نشینی محیط‌های آپارتمانی را

به فضایی تنش زا تبدیل کرده است. (احدنژاد، رشتی نژاد، ولی خواجه؛ ۱۳۹۲، ۵). نظریات مطرح شده درباره شهرنشینی و یا بصورت خاصتر درباره تاثیر آپارتمان (به عنوان یک فضای شهری و محیط) بر رفتار و کنشهای آپارتمان نشینان و مسائل و مشکلات بوجود آمده از این پدیده معاصر (آپارتمان) را می-توان در سه دسته الف- فضایی (جبرگرایی، اکولوژیکی)، ب- نافضایی (نظریه ترکیبی)، ج- غیر فضایی (نظریه خرده فرهنگی) قرار داد. نظریه های "جبرگرایی" به عنوان مهمترین و با نفوذترین نظریات در باره شهرنشینی و مسائل آن، نظریاتی هستند که در تبیین روابط، فرایندها و پدیده های اجتماعی، فضا را تعیین کننده می-دانند و دنیای اجتماعی را بر حسب مقولات و تمایز فضایی آنها تحلیل می-کنند. تلاش این آرا علت یابی مکانی وجوه غیرمادی روانی و فرهنگی- اجتماعی است. این عده مدعی هستند که شهرنشینی نابسامانیهای شخصیتی و اجتماعی را افزایش می دهد. بر اساس این دیدگاه "آپارتمان" به عنوان عنصر شهری به مانند شهر عامل اصلی مسائل و مشکلات بوجود آمده در روابط و روند زندگی روزمره افراد است.

نظریه پردازان این دیدگاه می توان به راجر بارکر، جورج زیمل، رابرت پارک و لویی ورت اشاره کرد. در مقابل دیدگاه جبرگرایی، دیدگاه یا "نظریه ترکیبی" (فضایی) قرار دارد، که نقطه مقابل دیدگاه اول بوده و در تبیین روابط و پدیده های اجتماعی، عوامل ذهنی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را عمده می کنند. این دسته ادعای جبرگرایان را نمی پذیرند و چنین نتیجه ای را به شهر و عوامل فضایی و مکانی مثل آپارتمان یا هر عنصر دیگر نسبت نمی دهند و مسائل و مشکلات رفتاری موجود در شهر یا در عناصر آن مثل "مشکلات آپارتمان نشینی" را به عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و دیگر عوامل غیراکولوژیک نسبت می دهند. از این دسته می توان به نظریه پردازان متعددی مانند هربرت گنز، اسکار لویس اشاره نمود. علارغم قوت منطقی دیدگاه ترکیب گرایان در مقابل دیدگاه جبرگرایان یا اکولوژیستها باز هم نمی توان نظر ترکیبگرایان را بطور کامل پذیرفت. با همه این احوال هنوز هم ادعا می شود که شهر و عناصر آن مانند آپارتمان نشینی پدیده متفاوتی است و "آپارتمان نشینی"، ویژگیهای خاص خود را دارد. بینشی که به شهر و شهرنشینی و عناصر اصلی آن مانند آپارتمان نشینی از دید سوم، یعنی از دیدگاه غیرفضایی یا "خرده فرهنگی" می نگرد. دیدگاهی که به رغم انکار تاثیر علی و ذاتی عوامل فضایی با نفی مطلق فضا و محو کلی آن در تبیینات اجتماعی نیز موافق نیستند و یک موضع میانی اتخاذ می کنند (باصری ۱۳۸۸، ۳۰). در واقع نظریه خرده فرهنگی سنتز دو نظریه فوق الذکر است و در حالی که نظریه ترکیبی را تایید می کند، این نکته را نیز می پذیرد که شهرنشینی اثرات خاصی بر شهرنشینان می-گذارد و یا بطور خاصتر آپارتمان نشینی اثرات خاصی بر آپارتمان نشینان می-گذارد و پیامدهایی را در بر دارد، شبیه آنچه جبرگرایان آنرا نشانه نابسامانی اجتماعی می-دانند. صاحب نظر اصلی این دیدگاه کلود فیشر

است. هانری، لوفربر، دیکنز، آموس راپوپورت، راجر ترانسیک، جان لنگ از دیگر نظریه‌پردازانی هستند که در این دسته قرار می‌گیرند. (یاصری ۱۳۸۸؛ ۳۰). هم چنین در این خصوص سعی شد از نظریات در خصوص هویت مکانی و حس تعلق مکان بخصوص نظریات امس راپوپورت نیز بهره گرفته شود. وی در درک فضا به عنوان مجموعه‌های پویا از صحنه‌ها تأکید می‌کند و صحنه را محدوده‌ای از فضا می‌داند که نظامی از فعالیت‌ها در درون خود جای می‌دهد به صورتی که فضاها با محیط درون آن فضا روابطی قابل انتظار به وجود آوردند. بنابر این هر صحنه را می‌توان مکانی با مناسبتی ویژه دانست. (فکوهی ۱۳۸۳: ۲۳۷) دو نکته مورد تأکید راپوپورت ۱- هر هویت محیطی یک محتوا درون دارد که ذات و ماهیت خودش را نشان می‌دهد. ۲- دارای مرزی است که آنرا بیرون از خودش و از غیر خودش جدا می‌کند. به عقیده وی هویت محیطی به دو طریق مطرح می‌شود: ۱- هویت اثباتی- که تعلق یک فرد را به یک گروه و مجموعه نشان می‌دهد و در بردارنده همبستگی داخلی است. این هویت اغلب به صورت اختیاری و از طریق رفتار خاص یا محیط کالبدی ابراز شده می‌تواند به عنوان وسیله ابراز هویت در فرد در داخل گروه و جامعه نیز مورد استفاده قرار بگیرد. ۲- هویت القایی- که بوسیله عناصر و عوامل محیطی گروه و جامعه خاص در مقابل افراد و گروه‌های بیگانه متمایز می‌شود این نوع هویت محیطی شکلی از مرزبندی بین ما و آنها را مطرح کرد. وی تأکید می‌گذارد نوع دوم عوامل هویت بخش برخلاف نوع اول با انتشار نشانه‌های واضح و خوانا تفاوت بین گروه‌ها و جوامع مختلف را ایفاء می‌کنند. (دانشپور ۱۳۷۹: ۲) فضای شهری خاصیت تداعی‌کنندگی و ادراکی دارد و از این رو نه تنها در تشخیص هویت مکان به ما کمک می‌کند، بلکه راه‌هایی را برای ایجاد هویت اجتماعی گروه مورد مطالعه فراهم می‌سازد.

روش تحقیق

روش گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-تحلیلی است. و به روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری گردید. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد.

یافته‌ها

آپارتمان نشینی و سبک زندگی اسلامی

طراحی آپارتمان‌ها به گونه‌ای است که سبب فردی شدن خانه و گسستن اعضای خانواده از یکدیگر می‌گردد. به عبارت دیگر، آپارتمان و زندگی آپارتمانی یکی از عرصه‌های فردگرایی شده است. میل به جدایی‌گزینی از خانواده و تخصیص یافتن فضای خصوصی به هر یک از افراد خانه (اتاق فرزندان، اتاق

خواب والدین)، اهمیت یافتن کارکرد حریم خصوصی و محدود شدن روابط خانوادگی سبب فردی شدن خانواده شده است (تولایی؛ نوین ۱۳۸۹). تأثیر و اهمیت بنا و ساخت و ساز مسکن بدین سبب است که هرچند انسان در ابتدا خالق بناست، اما در ادامه این بناست که بر رفتار و فرهنگ وی و جامعه ای که در آن زندگی می کند تأثیر می گذارد. به عبارت دیگر، تناسبات فضایی مختلف بر اساس سرشت انسانی منشأ تأثیراتی بر انسان ها و جوامع انسانی است؛ یعنی معماری هم فرهنگ ساز و هم زاده ی فرهنگ است (دانشپور، ۱۳۷۹). رسالت معماری طراحی فضا است. طراحی فضا و مدیریت فضا نیز برای مدیریت رفتاری است که داخل آنضا اتفاق می افتد؛ یعنی رفتارهای داخل یک فضا را می توان با نوع طراحی مدیریت کرد. از این رو، معماران در گذشته در خلق آثار هنری خود از منبع طبیعت، فرهنگ و مذهب الهام می گرفتند و از این سه رکن در طراحی و معماری ساختمان ها بسیار بهره می بردند. انگیزه ی اصلی معماران سنتی ایرانی بیان و انعکاس مفاهیم فرهنگی و باورهای دینی مردم از یک سو و تحت تأثیر قرار دادن رفتارهای مردم توسط این عناصر از سوی دیگر بوده است. امروزه معماری ایرانی، به دلیل بروز برخی جنبه های از خود بیگانگی، مورد تهاجم فرهنگی غربی واقع شده و این موضوع سبب شده است معماری ایرانی - اسلامی در ساختمان های ایرانی بیش از پیش کم رنگ و کم رنگ تر شود. از آنجایی که معماری و سبک خانه نقش مهمی در شکل دهی روابط، خلق و خوی و فرهنگ اهل خانه دارد، کالبد بسیاری از فضاهای شهری و ساختمان ها یکی از زمینه های ظهور فرهنگ غربی و اروپایی را در ایران فراهم کرده است. آپارتمان هم یکی از مصادیق معماری غیرسنتی و غیرهمخوان با فرهنگ ایرانی است که قطعاً در طولانی مدت سبب ایجاد آسیب های فرهنگی و اجتماعی برای خانواده و جامعه ی ایران خواهد گردید (تولایی؛ نوین ۱۳۸۹).

آپارتمان در ایران

در دوران معاصر، شهرنشینی خواه ناخواه به عنوان الگوی برتر سکونت در همه ی کشورها پذیرفته شده است. گرایش و اشتیاق شدیدی به شهرنشینی پدید آمده و سبب شده است که بسیاری از شهرها، به ویژه کلان شهرها، از نظر جمعیت پذیری، اشتغال زایی، خدمات دهی و توسعه ی فضایی درآستانه ی پر شدن ظرفیت و حتی فراتر از آن قرار گیرند. یکی از تدابیر کارساز برای کنترل یا تعدیل این مشکل که در موارد بسیار به اجرا درآمده ساخت شهرها و شهرک های جدید است. در ایران نیز شهرنشینی از انقلاب مشروطیت به این سو و همگام با ورود درآمدهای نفتی به اقتصاد ملی و پیدایش نهاد دولت در مدیریت کشور رو به گسترش نهاد و روند شهرنشینی از آن پس، به پیروی از روند افزایش جمعیت و گسترش جوامع شهری، به کلان شهرنشینی و قطبی شدن انجامید. از آنجایی که انقلاب مشروطه با تحولات بزرگ

صنعتی در دنیای غرب متقارن بود، فرصتی ایجاد شد تا معضلات جامعه با راهکارهای نوین اروپاچاره جویی شود. تکنولوژی، صنعت و تولید یکی از سوسه‌انگیزترین شیوه‌ها بود. بنابراین صنایع مختلف کم‌کم وارد کشور شدند و تأثیرات همه‌جانبه و عمیقی بر روابط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی معماری ایرانیان تحمیل کردند. کارخانه‌ها یکی پس از دیگری شروع به کار می‌کردند و مشاغل جدیدی پدیدار می‌شدند که به نیروی کار تازه نیاز داشتند. بخشی از این نیروها از طریق جذب شاغلین حرفه‌های سنتی و مخصوصاً بخش کشاورزی قابل تأمین بود. از سوی دیگر، جاذبه‌های جدید شهری، همچون خدمات رفاهی، امکانات تازه‌ی تفریحی و ظاهر آراسته‌ی شهرها، تعادل دیرپای جمعیت شهری و روستایی را دگرگون کرد. شیوه‌های متحول شده‌ی تجارت و جابه‌جایی توازن و انباشت سرمایه‌ها نیز مزید بر دلایلیفوق بودند. در نتیجه، شهرها از نظر وسعت و جمعیت دچار چنان رشد بی‌قاعده‌ای شدند که با تمام طول تاریخ این سرزمین قابل مقایسه نبود و طبیعتاً تهران، به عنوان مرکز، بیشترین سهم را داشت.

آپارتمان‌نشینی بعد از انقلاب اسلامی

بعد از وقوع انقلاب اسلامی نیز متعاقب جابه‌جایی قدرت‌های سیاسی و اقتصادی، از یک طرف و وعده‌های مبتنی بر شور و هیجان‌دوران گذار، از جمله شایعه‌ی تقسیم و واگذاری املاک و مستغلات مصادره‌ای به مردم و... از دیگر سو، تهران بحران جمعیتی تازه‌ای را تجربه کرد. محدودیت اراضی قابل ساخت، افزایش بهای زمین‌های مرغوب، افزایش هزینه‌های ساخت، بعد غیرقابل پذیرش مسافت و تردهای لازم روزانه، مشکلات ارائه‌ی خدمات انتظامی و امنیتی، محدودیت توسعه‌ی شبکه‌های خدماتی مثل خیابان، آب، برق و... همه و همه تصمیم‌ها و سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان را به سمت رشد عمودی سوق می‌دادند. بنابراین باز هم الگوی دیگری از غرب، بدون آنکه با فرهنگ شهرنشینی گذشته همخوانی و انطباق کافی داشته باشد، به همت فرنگی‌مآب‌های پایتخت، برگزیده شد. امکانات وسیع ساختمان‌سازی، تکنیک‌ها و مصالح جدید - ره آورد تمدن فراگیر - در ورود این الگوی تازه بی‌تأثیر نبود. خانه‌های چندواحدی، برج‌نشینی و آپارتمان‌نشینی که به آرامی و با فرصت کافی در شهرهای بزرگ غرب متولد شده بود، شباهتی به خانه‌های سنتی ایرانی و شیوه‌های هم‌نشینی ایرانی نداشت. در شهرهای ایران، جامع‌ترین نمونه‌های این نوع مجاورت‌ها را تنها می‌توان در خانه‌های پدرسالاری دید که همراه با خانواده‌ی فرزندان ذکور و در بناهای وسیع و مجلل اتفاقی افتاد. خانه‌های پدرسالار، با توجه به میزان توانایی مالک، از حیاط‌های مجزا و مستقل برخوردار بود (تولایی؛ نوین ۱۳۸۹). بعدها به تدریج در شهرهای بزرگ‌تر و متأثر از کوچ‌های فامیلی، نوع تازه‌ای از هم‌نشینی نیز ظهور کرد. این خانه‌ها عمدتاً با مصالح و اصول معماری سنتی و حیاط مرکزی ساخته شده بودند که به اقتضای

نیاز، اتاق های آن ها به خانواده های مختلف واگذار می شد. اهالی این خانه ها اغلب نسبت های قبيله ای و خانوادگی با هم داشتند یا از طریق همشهری ها و هم ولایتی های خود به صاحب خانه معرفی می شدند. این نوع اسکان اگرچه گاهی سال ها طول می کشید، اما اغلب به خاطر سطح اقتصادی و درآمد سرپرست خانواده و محدودیت فضا، از نظر تنوع لوازم ضروری زندگی، ظاهری موقت داشت. اهالی این نوع خانه ها مجبور بودند از سرویس و منبع آب و خدمات مشترک استفاده کنند. نمونه های اولیه ی خانه های سازمانی - که بعد از تخریب برج وباروی دوره ی ناصری و تسطیح قسمت های شرقی شهر برای کارمندان دولتی ساخته شدند - و ساختمان های بانک رهنی و... این حرکت را بیش از پیش شتاب داد و متعاقب این مجموعه ها، فرزندان کوچک و اغلب ناقص الخلقه ایاز این پدرهای وارداتی در گوشه و کنار شهر زاده شدند که بیشتر مورد استفاده ی گروه جویای رفاه و آسایش زندگی شهری، به معنای غربی آن، قرار گرفتند؛ گروهی که علاوه بر محدودیت های مالی، می کوشیدند خود را متعلق به طبقه ی پیشتاز جامعه ی شهری معرفی نمایند و آپارتمان نشینی را به عنوان نمادی از تجدد، تمایز و برتری طبقاتی برمی گزیدند. (دانشپور، ۱۳۷۹). در استقبال از این پدیده، توجه حکومت، ترکیب جمعیتی و ویژگی های کوهپایه ای، تهران را مستعدتر از دیگر نقاط ایران کرده بود؛ اما همان طور که پیش بینی می شد، این الگوهای نوظهور و بیگانه یغری به سرعت از طریق پایتخت به شهرهای بزرگ تر نیز سرایت کرد.

مسکن از شکل سنتی و درون گرا به مدرن و برون گرا

سابقه ی به کارگیری معماری برون گرا در ساختمان های معاصر، به ویژه در ساختمان های دولتی و با عملکردهای جدید، زمینه ی مناسبی بود برای ورود تفکر طرح های برون گرا در مجتمع های ساختمانی که تأثیرات مشهودی در پلان و تزئینات نمای ساختمان ها داشت. به جای دیوارهای ساده و بی روزن، پنجره های متعدد و بزرگ رو به خیابان و کوچه گشوده شدند و اغلب نماها با تزئیناتی به مراتب پرتکلف تر آراسته گشتند. عناصر تازه ای همچون بالکن، پاسیو یانورگیر و پاگرد و راه پله ها برای تردهای پرتعداد و با امکان استفاده ی سهل تر و... جای خود را در پلان های جدید باز کردند. در مواردی هم فضاهای کوچک تجاری و مغازه هادر طبقات همکف، بخشی از فضا را اشغال نمودند و کاربری ها و نیازهای جدید، فضاهایممثل پارکینگ و انباری را به خود اختصاص دادند. در عوض، جایگاه معماری و عاطفی گذشته و عناصری همچون ایوان، سرداب، باغچه، حیاط، هشتی، بادگیر، حوض، پشت بام و... کنار گذاشته شدند. دیگر حریمیت و سلسله مراتب، که اساس خانه های سنتی بود، کاربردیتر تعریف جدید مجتمع های مسکونی، خانه ها و آپارتمان ها نداشت. در پلان های تحمیلی، بعضی از فضاها نیز با افت و خیزها و ارزش گذاری های متفاوت، جایگاه دیگرگونه ای پیدا کردند. آشپزخانه های اوپن، که ترجیحاً مخصوص

آماده سازی غذاهای سبک و فوری هستند، جای آشپزخانه‌ها و مطبخ‌هایی محبوب و با وظایف پیچیده تر و پرکارتر در سبک پذیرایی و پخت و پزهای ایرانی را گرفتند. در حالی که مجموع عملکرد الگوهای اولیه یا پارتمان کمی بیش از یک خوابگاه خصوصی است، خانه‌های ایرانی در مفهوم سنتی آن، با اتکا به وسعت و تفکیک اندرونی و بیرونی و ترکیبی از فضاها، مختلف، ظرفیت انجام فعالیت‌های متنوعی را داشتند. بسیاری از ملاقات‌های تجاری مردان خانه در بیرون انجام می‌شد، در حالی که خانم‌ها می‌توانست از مجلس زنانه یا نشست‌های روزانه و مداوم خود با اقوام و همسایه‌ها لذت ببرند. اغلب مراسم مذهبی و خانوادگی در همین خانه‌ها انجام می‌شدند و به طور کلی، افراد خانواده می‌توانستند بیشتر نیازهای فضایی خود را در داخل همین خانه‌ها تأمین نمایند.

آسیب‌ها و معضلات آپارتمان

عدم هویت بخشی و انتقال ارزش‌ها

اولین چیزی که انسان پس از تأمین غذا در جست‌وجوی آن است تهیه‌ی سرپناهی است که بتواند در آن آرام گیرد. مسکن خردترین و کوچک‌ترین شکل تجسم کالبدی رابطه‌ی متقابل انسان و محیط است و تبلور فضایی کارکرد حیاتی سکونت انسانی در ایفای نقش‌های اساسی وی است (باصری، ۱۳۸۸). در روان‌شناسی بخشی از هویت شخصی انسان‌ها به واسطه‌ی خانه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند. لذا لزوم هویت داشتن خود مکان نیز از مسائل بسیار مهم در روان‌شناسی محیط، انسان‌شناسی و شهرسازی محسوب می‌شود. پیش از خلق مکانی برای سکونت، باید رابطه‌ی متقابل هویت و این مکان را بشناسیم. ما نمی‌توانیم محیط‌مان را مجموعه‌ی نامرتبلی از اشیای مادی بنامیم و نمی‌توانیم فضایمان را صرفاً ظرفی برای روابط اجتماعی، بدون بُعد فیزیکی، فرض کنیم (دانشپور، ۱۳۷۹).

مسکن نقطه‌ی پیوند انسان و جهان مادی اوست؛ امری است ملموس که در آن دنیایی نامحسوس از احساسات، عواطف، شادی‌ها و رنج‌ها و خاطرات و دلبستگی‌های افراد و مهم‌تر از آن، بازتاب یک فرهنگ نهفته است. به عبارت دیگر، اولین نظام فضایی که فرد در آن متولد می‌شود و شخصیت می‌گیرد خانه است. خانه نه تنها یک سازه، بلکه نهادی است که برای اهداف پیچیده‌ای ایجاد شده است. از آنجا که ساخت خانه یک پدیده‌ی فرهنگی است، شکل و سازمان دهی آن به شدت تحت تأثیر محیط فرهنگی‌ای است که به آن تعلق دارد. (دانشپور، ۱۳۷۹). خانه به عنوان مکانیسم فیزیکی، از آن جهت که به بیان جهان بینی، عادات و رسوم و باورها و ساختن و باز تولید آن‌ها کمک می‌کند، قابل مقایسه با دیگر مکانیسم‌ها یا نهادهای اجتماعی همچون آموزش و مذهب نیست. خانه‌ی آپارتمانی، به دلیل نوع

فضاسازی و ساخت آن، بسیاری از کارکردهای سنتی اش مانند خانه به مثابه ی محل تفریح و آسایش، محل ملاقات و میهمانی، محل جشن ها و برگزاری آیین ها و محل کار و البته تولید و همه چیز به جز محل خواب را به فضاهای شهری منتقل کرده است (باصری، ۱۳۸۸). بنابراین دیگر در شعار «شهر ما، خانه ما»، بیش از آنکه خانه «استعاره ای» برای شهر باشد، بیانگر و توصیف کننده ی «واقعیت» است. امروزه بخش عمده ای از اوقات زندگی در شهر و فضاها و مکان های گوناگون شهری سپری می گردد. متعاقباً اوقات مختص به درون منزل بسیار کمتر شده و خانه بیشتر تبدیل به خوابگاه گشته است. بنابراین هویت یابی و جامعه پذیری فرزندان به بیرون از خانه ها - مدرسه، خیابان، سینما، تلویزیون، اینترنت، پارک، کافی شاپ، کتابخانه، ورزشگاه و استادیوم، شهر بازی، و... - منتقل گردیده و تلقی کاملاً متفاوتی از جایگاه و نقش خانه نسبت به سابق به وجود آمده است (تولایی؛ نوین، ۱۳۸۹).

خالی شدن آپارتمان ها از روح دینی

خانه و مسکن سنتی در جامعه ی سنتی به صورت های مختلف حامل ارزش های دینی و باورهای اسطوره ای و متفاوتی بود؛ اما در شرایط مدرن دیگر خانه از نمادها و نشانه های متفاوتی خالی می شود. ساخت و ساز خانه تحت قواعد عقلانی که معماری و دانش مدرن تعیین و ایجاد می کند صورت می گیرد. برای مثال، در معماری ایرانی، گنبد نمادی از آسمان و ملکوت بود و به خانه صورتی از معماری مسجد و اماکن مذهبی و زیارتگاهی می داد. همچنین استفاده از رنگ فیروزه ای، رو به قبله ساختن بنا، به کار بردن نمادهای دینی مانند نصب کاشی های مزین به آیات قرآنی و ادعیه ی دینی و استفاده از نمادهای دینی دیگر در خانه های سنتی مرسوم بود. (دانشپور، ۱۳۷۹). این مجموعه، علاوه بر کارکردهایی که در زمینه های مختلف برای ساکنین خانه داشتند، به خانه روح اسلامی و دینی می بخشیدند و به تبع آن، ساکنین خانه نیز متأثر از این گونه ارزش ها و نشانه ها می گردیدند. اما با گسترش معماری مدرن، خانه های گنبدی، استفاده از رنگ فیروزه ای و کاشی های مزین به آیات قرآن و دیگر نمادها و نشانه های مذهبی تنها محدود به مساجد، حسینیه ها و اماکن متبرکه گردید و خانه ها خالی از این مجموعه ها و همچنین کارکردهای ارزشی و روانی و تربیتی آن شدند.

فردی شدن خانه

باید فضایی که در خانه ها طراحی می شود به گونه ای باشد که در ساعاتی از شبانه روز تعاملاتی بین خانواده اتفاق بیفتد. این بدان معنا نیست که از خانواده بخواهیم دور هم جمع شوند و با هم تعامل فیزیکی داشته باشند، بلکه باید طراحی فضا به گونه ای باشد که موجب افزایش تعامل روحی اعضای

خانواده شود؛ بدین لحاظ که فضایی دربرگیرنده ی فعالیت‌های مشترک خانواده باشد و نیز امکان گرد هم آمدن افراد خانواده برای مقاصد متعدد و متنوع را فراهم آورد (دهقانی، ۱۳۸۹). با توجه به تأثیر انکارناپذیر فضا بر بُعد اجتماع و علی‌الخصوص سرمایه ی اجتماعی که در خانواده به عنوان مهم‌ترین نهاد جامعه - از طریق خانه حاصل می‌شود و به تقویت همبستگی، مشارکت و اعتماد و روابط درون گروهی می‌انجامد، در شکل سنتی، خانه با المان‌های ایرانی طراحی فضاها به منظور تعریف و تقویت سرمایه ی اجتماعی بوده و هست. اگر بررسی‌های عمیق‌تری در نوع پلان خانه‌های سنتی داشته باشیم، کارکردهای فضایی اغلب در جهت تقویت و برقراری روابط اجتماعی بوده است. برای مثال، پلان معماری خانه به شکل اندرونی و بیرونی نه به جهت کمبود فضا، بلکه به جهت اعتقاد به ارتباط اعضا با هم و ایجاد حس یگانگی و انسجام خانوادگی و اعتماد بوده و ملاک جداسازی (به معنای اندرونی و بیرونی) نه به خاطر فردیت افراد، بلکه بر اساس یک ارزش دینی بوده است. اما طراحی آپارتمان‌ها به گونه ای است که سبب فردی شدن خانه و گسستن اعضای خانواده از یکدیگر می‌گردد. به عبارت دیگر، آپارتمان و زندگی آپارتمانی یکی از عرصه های فردگرایی شده است. میل به جدایی‌گزینی از خانواده و تخصیص یافتن فضای خصوصی به هر یک از افراد خانه (اتاق فرزندان، اتاق خواب والدین)، اهمیت یافتن کارکرد حریم خصوصی و محدود شدن روابط خانوادگی سبب فردی شدن خانواده شده است. (باصری، ۱۳۸۸). از این منظر شاید یکی از دلایل توسعه ی فضاهایی مانند خانه های سالمندان، توسعه ی آپارتمان نشینی و فردگرایی ناشی از آن باشد. همچنین از سوی دیگر، نوع طراحی آپارتمان سنت مهمانی را که سبب پیوند خانواده ها بود دستخوش تغییر می‌سازد؛ چرا که نه فضای فیزیکی اجازه ی مهمانی‌های بزرگ را به افراد می‌دهد و نه فضای اجتماعی برای انجام این امر در آپارتمان‌ها میسر است. ساکنان واحدهای آپارتمانی در مواقع اضطرار، مهمانی‌ها و مراسم ویژه ی خود را در رستوران‌ها، پارک‌ها و ... برگزار می‌کنند که این نیز به نوبه ی خود سبب فردی تر شدن زندگی آپارتمانی و گسستن از خویشاوندان می‌شود، در حالی که تا پیش از این خویشاوندان نقش مهمی در زندگی اجتماعی، هویت یابی و جامعه پذیری ایفا می‌نمودند (دهقانی، ۱۳۸۹).

تضعیف حیا در خانه

یکی از کارکردهای مهم خانه ایجاد حریم برای زنان خانه بود، اما نوع معماری آپارتمان‌ها سبب شده است تا کارکرد پنهان سازی خانه بسیار کاهش یابد و کمتر نقش ایجاد فاصله بین خودی و غیرخودی را در فرهنگ معاصر ایفا کند. آنچه به خانه و دیوارهایش اهمیت می‌بخشد حفاظت از اموال و دارایی‌های مادی درون خانه است تا از دسترس سارقان در امان بماند، نه روابط اجتماعی و معنوی ساکنان خانه. برداشته شدن دیوارهای آشپزخانه، قابل رویت بودن اتاق‌ها، برداشته شدن اندرونی و بیرونی، افزایش

پنجره ها و گشودگی به فضاهای بیرون برخی از تغییراتی است که در آپارتمان نسبت به خانه هایی با طراحی سنتی رخ داده است. اکنون اکثر فضاهای نشیمن گاهی آپارتمان ها طوری طراحی شده اند که در آن ها تفکیک خاصی بین فضای مهمان و اهالی خانه وجود ندارد، چون دیگر فضای اندرونی و بیرونی قدیم را نداریم و تمام فضاها عمومی شده اند و نوع طراحی آپارتمان ها سبب شده است تا همه ی افراد حاضر در خانه، اعم از مهمانان و اهالی خانه، دور هم در یک فضا جمع شوند که این امر سبب می گردد تا هم حریم ها کم رنگ شوند و هم حجب و حیاها از بین بروند.

کوچک شدن خانواده ها

ابعاد کوچک و نوع طراحی آپارتمان ها سبب تک فرزندی و کوچک شدن خانواده ها می گردد. همچنین محدودیت های فضایی آپارتمان ها سبب ایجاد مشکلات عدیده ای در کودکان می شود، زیرا نبود فضای کافی برای جست و خیز کودکان سبب می شود تا آن ها نتوانند انرژی های نهفته ی خود را با بازی و ورزش آزاد کنند و بنابراین دچار بی قراری، رفتارهای تخریبی و پرخاشگری می شوند. با گذشت زمان، این گونه رفتارها و ساختار شکنی ها به داخل جامعه کشیده می شوند (دهقانی، ۱۳۸۹).

فقدان اخلاق آپارتمان نشینی

هرچند از استقرار بخش قابل توجهی از جمعیت کشور در واحدهای آپارتمانی سال ها می گذرد، اما هنوز مانند خیلی موارد دیگر، فرهنگ این پدیده ی وارداتی غربی در کشورمان شکل نگرفته است یا حداقل اگر هم تا حدودی عرفی شده باشد، درونی نشده است. این مورد هرچند در کل کشور عمومیت دارد، در شهرهای کوچک تر که کمتر مردم با آپارتمان نشینی خو گرفته اند، به یکی از معضلات اساسی شهرک های مسکن مهر تبدیل خواهد شد که منجر به نزاع میان اهالی خانه خواهد گردید (سلطان زاده، ۱۳۶۵).

راهکارهای نهادینه سازی سبک زندگی اسلامی ایرانی در فرهنگ آپارتمان نشینی

مهم ترین و تاثیرگذارترین اقدام در نهادینه سازی سبک زندگی اسلامی ایرانی در فرهنگ آپارتمان نشینی، آموزش و فرهنگ سازی می باشد. متولیان امر در این خصوص با دو گروه اصلی مواجهند. اولین گروه، عموم مردمی می باشند که در آپارتمان ها زندگی می کنند و دومین گروه، دانشجویان، مهندسی و جامعه متخصصین کشور می باشند.

رسانه ملی: این سازمان، پرمخاطب‌ترین و اصلی‌ترین متولی در این حوزه می‌باشد. شاید بدون اغراق میتوان گفت که تمامی ۷۵ میلیون ایرانی، مخاطب این رسانه هستند و این پتانسیل، قدرت تأثیرگذاری این متولی را دوچندان خواهد کرد، ولیکن متأسفانه تاکنون برنامه‌ای کلان و منسجم برای گروه‌های مختلف سنی توسط رسانه ملی تهیه نشده است. ساخت برنامه‌های "پویا نمایی"، دعوت از کارشناسان مذهبی و پژوهشگران و تشریح ابعاد زندگی اسلامی-ایرانی، دعوت از کارشناسان حوزه ساخت و ساز و تهیه فیلم و سریال با موضوع فرهنگ آپارتمان نشینی، از جمله راهکارهای پیشنهادی در رسانه ملی می‌باشد.

وزارت آموزش و پرورش: بی‌شک مدرسه زیباترین تجلی‌گاه نظام تعلیم و تربیت است و اگر بخواهیم به سبک زیبایی از زندگی دست یابیم باید در این نهاد پایه‌هایش ریخته شود. مدارس بهترین مکان برای آموزش سبک زندگی اسلامی به پدران و مادران آینده است و بسیاری از دانش‌آموزان بیش از خانواده و والدین از معلمان خود الگوبرداری می‌کنند که این امر مسئولیت این وزارتخانه را به مراتب حساس‌تر می‌کند. این‌ها در حالیکه به اعتقاد کارشناسان نظام آموزشی و دلسوزان حوزه تعلیم و تربیت، آموزش سبک زندگی اسلامی-ایرانی در مدارس ایران بسیار ضعیف است. حال باید این موضوع مورد بررسی قرار گیرد که آموزش و پرورش چگونه می‌تواند شاخص‌های سبک زندگی را شناسایی و از کودکی در افراد نهادینه سازد (دهقانی، ۱۳۸۹).

وزارت راه و شهرسازی: متولی اصلی در حوزه ساخت و ساز در کشور، این وزارتخانه می‌باشد. صنعت ساختمان یکی از صنایع مهم در کشور است که باید نظم، استحکام و زیبایی را در آن به عرصه ظهور رساند و مهندسان در این زمینه میراث‌دار سرمایه‌هایی عظیم هستند. متأسفانه در حال حاضر، طراحی، اجرا و نظارت بر ساخت و سازهای کلان در کشور، معمولاً با سهل‌انگاری همراه است. طبق آمارهای منتشرشده از سوی سازمان نظام مهندسی کشور، در طول سال، ۲۶۰ میلیون متر مربع ساختمان در کشور ساخته می‌شود که از این میان ۱۶۰ میلیون متر مربع مسکونی است و سرمایه‌ای بالغ بر ۲۰۸ هزار میلیارد تومان در این بخش هزینه می‌شود. این در حالیکه عمر مفید ساختمان در ایران، ۳۰ سال می‌باشد که فاصله بسیار زیادی در مقایسه با استاندارد جهانی (۱۰۰ سال)، وجود دارد. آموزش و تربیت معماران و مهندسين حرفه‌ای در کنار تجدیدنظر در برخی قوانین، از مهم‌ترین راهکارها در این حوزه می‌باشد (سلطان زاده، ۱۳۶۵).

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری: نظام دانشگاهی به عنوان مسئول اصلی پرورش دانشجویان معماری باید مورد توجه و بازنگری جدی قرار گیرد. در حال حاضر، حجم انبوه کتب ترجمه شده "معماری لیبرال" و حضور اساتید غیرحرفه‌ای در دانشگاه‌ها، مهم‌ترین معضل در این حوزه می‌باشد. زیرا دانشگاه

مهمترین و اساسی‌ترین مکانی است که قادر است، روحیه خلاقیت، ابتکار، خود باوری و اعتماد به نفس را در نسلهای جوان شکوفا سازد. دانشگاهها از یک سو حافظ و انتقال دهنده میراث فرهنگی و ارزشهای حاکم بر جامعه هستند و از سوی دیگر پاسخگوی نیازهای اجتماعی برای کسب، گسترش و توسعه دانش و فناوری می‌باشند (تولایی؛ نوین ۱۳۸۹)

شهرداری های کل کشور: وظیفه شهرداری ها در دو حوزه بسیار حائز اهمیت می باشد. نخستین وظیفه، طراحی، نظارت و اجرای پروژه های ساختمانی براساس معماری اسلامی-ایرانی است. در این خصوص لازم است که ضمن تعامل با شوراهای اسلامی شهر و روستا، آیین نامه ای اصولی در این خصوص تدوین شود تا براساس آن، طراحی، ساخت و نظارت صورت گیرد. وظیفه دوم که ابعاد گسترده ای نیز دارد، آموزش فرهنگ آپارتمان نشینی و سبک زندگی اسلامی-ایرانی به خانواده ها می باشد (سلطان زاده، ۱۳۶۵). شورای عالی انقلاب فرهنگی، کمیسیون های فرهنگی، مدیریت شهری و... مجلس شورای اسلامی، شوراهای اسلامی شهر و روستا و رسانه‌های (مکتوب و مجازی) از دیگر متولیان این امر می باشند.

نتیجه گیری

با رشد شهرنشینی، افزایش جمعیت شهری در کنار کمبود فضای ساخت و ساز، جهان در قرن گذشته به آپارتمان نشینی روی آورد تا تغییرات بنیادی و اساسی در نحوه و شکل زندگی خود بوجود آورد. خارج شدن خانه‌ها از فضای وسیع و تبدیل شدن آنها به خانه‌هایی در ابعاد کوچکتر، به گونه ای که هر خانه روی خانه ای دیگر بنا شده، مدلی از زندگی را شکل بخشیده است بنابراین فرهنگ، نخستین شاخصه بوجود آمدن امکان مناسب برای آپارتمان نشینی است. پذیرش قواعد زندگی شهرنشینی امروز به معنی پذیرش تغییراتی در الگوهای زیستی در اطراف ماست. این تغییرات نه تنها در رفتارهای ما بلکه به قالب زندگی اجتماعی ما دیگران نیز سرایت کرده است. در چنین شرایطی حس کلی که پس از ادراک و قضاوت نسبت به محیط خاص در فرد به وجود می‌آید، حس مکان نامیده می شود. این حس عاملی مهم در هماهنگی فرد و محیط است و باعث بهره‌برداری بهتر از محیط، رضایت استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق آنها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود. آپارتمان نشینی زیرمجموعه ای از روابط اجتماعی است که ناگزیر از قوانین اجتماعی پیروی می کند. از آن جا که آپارتمان محل سکونت افراد است و تمام اتفاقات و مراحل مختلف زندگی اعضای خانواده در همین محل شکل می گیرد و از آن تاثیر می پذیرد، برای ایجاد آرامش و آسایش بیشتر و در عین حال حفظ و ارتقای موقعیت اجتماعی و خانوادگی خود، باید قوانین اجتماعی مربوط به آپارتمان نشینی وجود داشته و الزامات آن آموزش داده شود. اما

متاسفانه شرایط نامطلوبی که آپارتمان نشینی در ایران دارد نشان می‌دهد مردم برای آشنایی با این اصول و قوانین آن چنان علاقه ای ندارند. به ویژه آن که از تغییرات ایجاد شده در خانه های سنتی زمان زیادی نمی‌گذرد. به دلیل کوتاه مدت بودن آپارتمان نشینی که به کشورمان راه پیدا کرده نه تنها هنوز زندگی آپارتمان نشینی در بین مردم فرهنگ سازی نشده بلکه زمینه های مناسب برای بسترهای فرهنگی در این زمینه نیز فراهم نشده است. رعایت نکردن حقوق آپارتمان نشینی و نیز عدم پذیرش قوانین و مناسبات آپارتمان نشینی، به دلیل نبود سابقه زندگی جمعی و فرهنگ آپارتمان نشینی، اصلی ترین دلیل وجود مشکلات در آپارتمان هاست. به ویژه آن که در آموزه های دینی ما، به رعایت حقوق همسایگان در آپارتمان نشینی تاکید زیادی شده است اما همین آموزه ها در عمل رعایت نمی‌شود. برخی سکونت در آپارتمان را فقط به عنوان سرپناه و از روی اجبار پذیرفته اند. اطلاع داشتن از مقررات مربوط به آپارتمان نشینی و افزایش دانش حقوقی شهروندان هم می‌تواند در ایجاد آرامش بین افراد موثر باشد. در گسترش فرهنگ آپارتمان نشینی، خانواده ها نقشی بسیار کلیدی دارند. علاوه بر این دولت، شهرداری ها و نهادهای شهری هم می‌توانند در این فرهنگ سازی نقش تاثیرگذاری داشته باشند. ضمن آن که این برنامه های کوتاه مدت و موقت باعث عدم احساس تعلق یا هویت خاصی نسبت به آپارتمان مسکونی خود می‌کند. استفاده از اخلاق و ضوابط شهروندی و آموزش آن باعث عدم وجود ناهنجاریهای اجتماعی انزوا و بیگانگی، حس همسایگی و تعلق به مکان در این فضاها می‌شود.

منابع

- اقدامی، ا. و قاسمی، م. (۱۳۹۲) بررسی هویت در معماری معاصر ایران با تاکید بر آپارتمان سازی، دومین همایش ملی معماری و شهرسازی اسلامی، تبریز، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ص ۱۳۶۱.
- احد نژاد روشتی، محسن؛ غلامحسینی؛ رحیم، ولی خواجه؛ شاهرخ، (۱۳۸۵) «آپارتمان نشینی در شهرهای ایرانی - اسلامی و مشکلات اجتماعی و فرهنگی ناشی از آن» (مطالعه موردی: شهر تبریز مقاله چاپ در فصلنامه معماری
- اسماعیلی؛ شبنم (۱۳۸۶) «سازماندهی فضایی خانه و فرهنگ» (با مطالعه موردی خانه‌های کاشان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران
- استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۹۰) اصول روش تحقیق کیفی (نظریه مبنایی). ترجمه بیوک محمدی

باصری، علی، (۱۳۸۸) «بررسی آپارتمان نشینی در کرج» با همکاری طرح شهرداری

بحرینی؛ سید حسینی (۱۳۷۷)، «فرایند طراحی شهری»، انتشارات دانشگاه تهران

دل آور، م. و مرادی فر، ا. (۱۳۹۳) تحلیلی بر آسیب شناسی آپارتمان سازی و پیامدهای آن بر ناپایداری محیط زیست شهری، مجموعه مقالات کنفرانس بین المللی عمران، معماری و توسعه پایدار شهری، تبریز، ص ۵

زلفی پور، ن. (۱۳۹۲) استفاده از الگوی سلسله مراتب فضایی در مجتمع های مسکونی با رویکرد احیای هویت معماری اسلامی - ایرانی، همایش ملی معماری و شهرسازی ایرانی - اسالمی، مشهد، موسسه آموزش عالی خارزمی، ص ۴

پیرنیا، م.ک. (۱۳۸۹)، سبک شناسی معماری ایران، تدوین غالم حسین معماریان، تهران، انتشارات سروش دانش، چاپ نهم، ص ۲

تولایی؛ نوین (۱۳۸۹)، «شکل شهرمنسجم»، نشر دانشگاهی، تهران
دانشپور؛ عبدالهادی؛ (۱۳۷۹) «بازشناسی مفهوم هویت در فضاهای عمومی»، تهران ۱، پایان نامه برای مقطع دکترا.

دهقانی؛ زکيه، (۱۳۸۹) «بررسی انسانشناسانه هویت قومی - جماعتی در یک محله (چهارصد دستگاه) در کرج» پایان نامه برای مقطع ارشد؛

سلطان زاده؛ حسین، (۱۳۶۵) «مقدمه ای بر تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران»، نشر آبی،

بررسی تاثیر عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی)

سارا ضرغام مهین، دکتر پرستو خسروی، دکتر سید فرهاد افتخارزاده

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر عوامل محیطی آموزش بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی) می‌باشد. جامعه آماری تحقیق عبارتند از دانشجویان ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی که تعداد ۵۵۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه براساس نفر ۲۲۵ است. روش گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه ای و میدانی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که پرسشنامه عوامل محیطی آموزش مجازی محقق ساخته برگرفته از مدل کوار و عباس (۲۰۱۸) و پرسشنامه یادگیری آموزش الکترونیکی از پرسشنامه مدل واتکین و همکاران (۲۰۱۶) می‌باشد. روایی پرسشنامه از طریق تأیید خبرگان و اساتید مدیریت حاصل شده است و پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد و ضرائب همگی بالاتر از ۰٫۷ می‌باشند. آزمون فرضیات با توجه به ماهیت پژوهش از روش رگرسیون تک متغیره و چند متغیره انجام شد. نتایج این پژوهش نشان داد که سامانه آموزشی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد دسترسی به فناوری بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد؛ عوامل مدیریتی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد؛ عوامل فیزیکی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد

کلیدواژه‌ها: عوامل محیطی، آموزش، یادگیری آموزش الکترونیکی، دوران پاندمی کرونا

Abstract

The main purpose of this study was to investigate the effect of environmental factors of education on e-learning learning of students during the corona pandemic (Case study: Azad University, Central Tehran Branch). The statistical population of the study is the senior students of management of Islamic Azad University, Central Tehran Branch, which is 550 people. The sample size is 225 per person. The method of data collection is library and field method. The data collection tool is a questionnaire that is a questionnaire of environmental factors of researcher-made education, taken from the model of Kavar and Abbas (2018) and e-learning learning questionnaire from the model of Watkin et al. (2016). The validity of the questionnaire was obtained through the approval of experts and management professors and the reliability of the questionnaire was calculated through Cronbach's alpha and the coefficients are all higher than 0.7. Hypotheses were tested according to the nature of the research using univariate and multivariate regression methods. The results of this study showed that the educational system has an effect on e-learning learning of students during the corona pandemic in Azad University, Central Tehran Branch; Access to technology has an impact on students' e-learning learning during the Corona pandemic at the Azad University, Central Tehran Branch; Management factors affect the learning of students' e-learning during the corona pandemic in Azad University, Central Tehran Branch; Physical factors affect the learning of students' e-learning during the Corona pandemic at the Azad University, Central Tehran Branch

Keywords: environmental factors, education, e-learning learning, Corona pandemic er

مقدمه

امروزه با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات*، تولید و تعاملات علمی شکل دیگری به خود گرفته و چگونگی کسب و انتقال دانش در جامعه تحت تاثیر قرار گرفته است. در این میان دانشگاهها به عنوان مراکز اصلی تولید و انتقال علم، به جای اینکه بر اصول سنتی مبتنی باشند، دانشجو محور بوده و تعاملات بیشتری را با مراکز علمی و تحقیقاتی خواهند داشت و در جهت ایجاد و بکارگیری روشهای آموزش و یادگیری پربازده، مستمر و مشارکتی به پیش خواهد رفت. در این راستا، نظام آموزش عالی با چالش ترکیب فناوری های جدید و رو به رشد با شیوه مرسوم و سنتی آموزش و یادگیری در دانشگاه روبروست. (موری و همکاران، ۱۳۹۷)

با شیوع بیماری کروناویروس جدید، ابعاد مختلف زندگی انسان تحت تاثیر قرار گرفته است. دانشجویان نیز نیاز مبرمی به دریافت آموزش های کیفی مناسب دارند. فاصله گذاری اجتماعی باعث شده است که شیوه آموزش بخش بزرگی از دروس دانشجویان به روش مجازی تغییر شکل پیدا کند. برای

* Information & Communication Technology

اطمینان از کیفیت مناسب آموزش در دوره پاندمی، تعیین دقیق چالش‌ها و نیازهای دانشجویان اهمیت بالایی می‌یابد که در این مطالعه به بررسی آن به صورت کیفی پرداخته شد. (منصوری و درویش پور ۱۴۰۰)

با توجه به نقش انکارناپذیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه کشورها، بسترسازی مناسب برای رسیدن به یادگیری الکترونیکی یعنی یادگیری استفاده و بهره‌بردن از این فناوری‌ها جهت توسعه و پیوستن به جامعه اطلاعاتی جهانی، امری ضروری است. بعلاوه، ارزیابی یادگیری الکترونیکی، دولتها را در تدوین و دستیابی به اهدافی واقعی برای یک جامعه اطلاعاتی، اقتصاد دانشی و دولت الکترونیکی قادر می‌سازد. (دولابی، ۱۳۹۵) ورود به عرصه دنیای الکترونیکی در اولویت‌های بالای بیشتر سازمانهای بزرگ و کوچک، انتفاعی و غیر انتفاعی قرار گرفته است و مدیران در این زمینه با چالش‌های جدیدی رو به رو شده‌اند (عزیزی و قربانی، ۱۳۹۵). رهبران کشورها، شرکت‌ها و سازمانهای در حال توسعه می‌توانند از ابزارهای ارزیابی یادگیری الکترونیکی جهت اندازه‌گیری و برنامه‌ریزی برای انسجام و یکپارچه‌سازی کمک گیرند. این امر به آنها کمک می‌کند تا بر تلاش‌ها و نیازهایی تمرکز کنند و حوزه‌هایی را مورد شناسایی قرار دهند که نیازمند پشتیبانی و سرمایه‌گذاری و کمک می‌باشند. (حیبی، ۱۳۹۶)

بهره‌گیری موثرتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور توسعه‌ی بیشتر در صورتی ممکن است که بستر و زمینه مناسبی برای پذیرش و به‌کارگیری آن فراهم شود بر این اساس، نیاز است با روی آوردن به ابزارهای سنجش یادگیری الکترونیکی و یا خلق ابزارهایی از این نوع به بازآفرینی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات برای دست‌یافتن به وضعیتی مطلوب‌تر از وضع موجود اقدام کرد. (کیم*، ۲۰۱۸)

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی بخصوص در زمان حال که به سمت و سوی دانشگاههای مجازی در حرکتند از این امر مستثنی نیستند و در راستای همگامی و همسویی با محیط متغیر و متاثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات چاره‌ای جز کسب یادگیری الکترونیکی ندارند. طراحی و برنامه‌ریزی محیط آموزشی فعالیتی بسیار پیچیده است. برای ایجاد یک محیط آموزشی، از طریق شبکه، علاوه بر محتوای آموزشی، لازم است زیرساخت مناسبی برای این محیط مهیا شود چنین زیرساختی شامل: معلم، مواد آموزشی و رسانه‌های ارتباطی است. از سوی دیگر لازم است هر یک از دانشگاههای مجری برنامه‌های یادگیری الکترونیکی برای پیاده‌سازی نظام یادگیری الکترونیکی فهرستی از الزامات شامل: اهداف (اهداف کلی برنامه و اهداف یادگیرندگان)، تعیین درجه یادگیری برای پذیرش یادگیری الکترونیکی،

* kim

فهرست مزایا و موانع بالقوه ی پذیرش ، فهرستی از پیکربندی وضعیت موجود یادگیری الکترونیکی و ... را برای ارزیابی در اختیارداشته باشند.(مفاخری، ۱۳۹۸)

با توجه به مطالب گفته شده در این پژوهش به دنبال پاسخ این سوالیم که عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی چه تاثیری دارد؟

اهداف تحقیق

هدف اصلی

بررسی تاثیر عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

اهداف فرعی تحقیق :

تعیین تاثیر سامانه آموزشی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی .

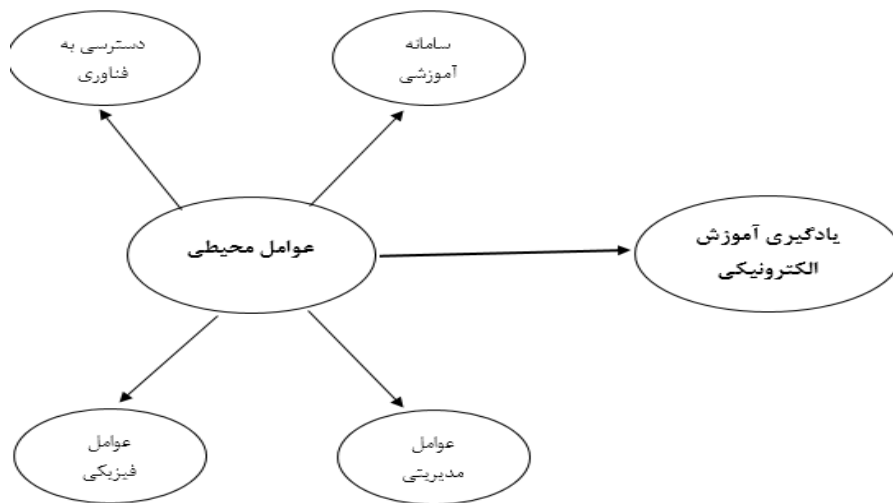
تعیین تاثیر دسترسی به فناوری بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی .

تعیین تاثیر عوامل مدیریتی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی .

تعیین تاثیر عوامل فیزیکی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی

چارچوب نظری

در این پژوهش هدف اصلی تاثیر بررسی تاثیر عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی می باشد. الگو و مدل مفهومی در شکل زیر نشان داده می شود.



منبع: واتکین و همکاران* (۲۰۱۶)

پیشینه تحقیق

پیشینه تحقیق در پژوهش حاضر به دو بخش پیشینه داخلی و خارجی تقسیم می‌شود که در بخش خارجی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

وان و همکاران[□] (۲۰۲۰) به بررسی عوامل موفقیت یادگیری الکترونیکی در دانشگاه‌های کالیفرنیا ارائه گردید و مدل مناسبی برای ارزیابی موفقیت یادگیری الکترونیکی در دانشگاه‌ها ارائه شد. بدین منظور ابتدا مدل‌های مطرح در زمینه موفقیت نظام‌های یادگیری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت، سپس با توجه به عوامل شناسایی شده در موفقیت نظام‌های یادگیری الکترونیکی کشورهای مختلف و تلفیق آنها با عوامل اصلی، مدل مناسبی برای ارزیابی میزان موفقیت نظام یادگیری الکترونیکی در دانشگاه‌ها ارائه شد. الیس[□] (۲۰۱۹) در مقاله‌ای به بررسی عوامل موفقیت در نظام یادگیری الکترونیکی پرداخت و نتایج نشان می‌دهد که عوامل یادگیرنده، یاددهنده، طراحی آموزشی، خدمات پشتیبانی، زیرساخت فناوری، سیاست‌های آموزشی،

* Watkins et.al

□ Van . et al.

□ Ellis

نظام مدیریت و منابع مالی، از جمله عواملی هستند که در اغلب مدل‌های موفقیت نظام یادگیری الکترونیکی، مورد توجه قرار گرفته‌اند. نصیر قریچداگی و همکاران* (۲۰۱۹) به بررسی اثربخشی دوره‌های آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه قفقاز با توجه به مدل پاتریک پرداختند. هدف اصلی این تحقیق ارزیابی بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب اثربخشی در سیستم آموزشی الکترونیکی دوره‌های آموزشی است. به منظور بررسی این رابطه، با توجه به مدل مفهومی در چهار سطح مدل پاتریک مورد ارزیابی قرار گرفت و برای هر سطح با مقایسه‌های زوجی دو طرفه ارزیابی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین وضع موجود و وضع مطلوب، قبل و بعد از آموزش وجود دارد. اختلاف به دست آمده منفی است و بیانگر این است که وضعیت موجود از وضعیت مطلوب بدتر بوده است.

در بخش پژوهش‌های داخلی تحقیقات متعددی طی چند سال اخیر صورت گرفته که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰) در مقاله‌ای به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر موفقیت یادگیری الکترونیکی در دوران شیوع کرونا و ویروس از نظر دانشجویان و اساتید دانشگاه پیام نور پرداختند. پژوهش حاضر درصدد است به شنایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر موفقیت یادگیری الکترونیکی در دوران شیوع کرونا و ویروس از نظر دانشجویان و اساتید دانشگاه پیام نور بپردازد، حاصل یافته‌ها نشان داد که بین میانگین پاسخ به وضعیت عوامل موثر بر موفقیت یادگیری الکترونیکی در دوران شیوع کرونا و ویروس از نظر دانشجویان و اساتید دانشگاه پیام نور (زیرساخت، تخصص و مهارت، انگیزش و قدرت یادگیری) با میانگین معیار، تفاوت معنی‌داری وجود دارد و همچنین براساس آزمون t استیودنت تک گروهی نتایج حاکی از این است که میانگین پاسخ به عوامل زیرساخت‌های الکترونیکی و تخصص و مهارت کار با ابزارهای الکترونیکی بیشتر از میانگین معیار است، لذا می‌توان این طور بیان کرد که ابعاد زیرساخت و تخصص و مهارت کار با ابزارهای الکترونیکی، انگیزش و قدرت یادگیری دارای وضعیت مطلوب در دانشگاه پیام نور می‌باشند. منصوری و درویش پور (۱۴۰۰) در مقاله‌ای به بررسی تجارب یادگیری مجازی در دوران کرونا از دیدگاه دانشجویان پرستاری پرداختند. هدف از پژوهش حاضر توصیف تجارب یادگیری مجازی در دوران کرونا از دیدگاه دانشجویان پرستاری بود. نتیجه‌گیری: یادگیری به شیوه مجازی در دوران کرونا تجربه جدیدی برای دانشجویان پرستاری بود. این سبک آموزشی ضمن اینکه باعث یادگیری آسان در دانشجویان شد، موجبات بروز مشکلات جسمی و روحی برای آنان نیز گردید. برخی از

* Nassir Gharechedaghi

دان شجویان دغدغه‌های یادگیری را مطرح نمودند که مستلزم توجه مسئولین ذیربط در جهت برنامه ریزی برای ایجاد زیرساخت‌های لازم آن می‌باشد. فتحی و همکاران (۱۳۹۹) ارزشیابی اثربخشی دوره‌های آموزش مجازی در نظام آموزش عالی ایران (مطالعه موردی: دانشگاه فردوسی مشهد) پرداختند. هدف از پژوهش حاضر ارزشیابی اثربخشی دوره آموزش مجازی دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد که به روش پیمایشی انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که از نظر استادان اثربخشی دوره آموزش مجازی مطلوب بوده و دانشجویان اثربخشی این دوره را در حد متوسط برآورد نموده‌اند. همچنین مقایسه بین نظرات استادان و دانشجویان نشان داد که استادان در مورد اثربخشی دوره آموزش مجازی، نظرات مثبت تری نسبت به دانشجویان دارند.

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی است. تحقیق حاضر از لحاظ قلمرو به سه بخش قلمرو موضوعی، مکانی و زمانی تقسیم می‌شود: که قلمرو موضوعی تحقیق شناسایی عوامل موثر بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا می‌باشد؛ لمر و مکانی تحقیق حاضر دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی در نظر گرفته شده است. و قلمرو زمانی پژوهش فاصله زمانی سال ۱۴۰۱-۱۴۰۰ به مدت یک سال در نظر گرفته شده است. جامعه آماری تحقیق عبارتند از دانشجویان ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی که تعداد ۵۵۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان محاسبه می‌شود که ۲۲۵ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس استفاده شده است. ابزار اصلی مورد استفاده در پژوهش حاضر جهت گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که پرسشنامه عوامل محیطی محقق ساخته برگرفته از مدل کووار و عباس (۲۰۱۸) و پرسشنامه یادگیری الکترونیکی مدل واتکین و همکاران (۲۰۱۶) می‌باشد. روایی پرسشنامه به روش محتوایی است که در این پژوهش از طریق تأیید خبرگان، پس از اصلاحات لازم، حاصل گردیده است. در این پژوهش به منظور سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضرایب اعتماد پرسشنامه برای متغیر پژوهش ۰/۸۷ ارائه شده است که گویای آن است ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر مورد نظر در سطحی بالاتر از ۰/۷ قرار دارد که گواه بر پایایی و قابل اعتماد بودن سؤالات پرسشنامه‌ها به‌کار گرفته شده است. در آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون تک متغیره و چند متغیره استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

فرضیه اصلی پژوهش:

عوامل محیطی آموزش بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

جدول ۱. خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر عوامل محیطی آموزش بر یادگیری آموزش الکترونیکی

| مدل | متغیر های پیش بین وارد شده در مدل | ضریب همبستگی | مجدور ضریب همبستگی | همبستگی تعدیل شده | سطح معنی داری |
|-----|--|--------------|--------------------|-------------------|---------------|
| ۱ | سامانه آموزشی دسترسی به فناوری عوامل مدیریتی عوامل فیزیکی | ۰/۵۵۸ | ۰/۳۱۲ | ۰/۲۹۹ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

نتایج جدول بالا نشان می دهد رابطه جندگانه بین مولفه های "عوامل محیطی"، با "یادگیری آموزش الکترونیکی" برابر با ۰/۵۵۸ می باشد. به عبارت دیگر "سامانه آموزشی"، "دسترسی به فناوری"، "عوامل مدیریتی" و "عوامل فیزیکی" دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی مجموعاً در حدود ۳۱/۲ درصد از واریانس مربوط به "یادگیری آموزش الکترونیکی" را تبیین می کنند ($R^2=0/312$). محاسبات مربوط به آماره ی F نیز نشان داد که مدل رگرسیونی مرکب از ۴ متغیر پیش بین، به خوبی قادرند متغیر ملاک را تبیین کنند ($p=0/01$ ؛ $F=24/2$ ، $df=4$ و 214).

جدول ۲. ضرایب مولفه های عوامل محیطی آموزش در پیش بینی یادگیری آموزش الکترونیکی

| متغیر های وارد شده در مدل | مدل | B | SE | (Beta) | t | سطح معناداری |
|---------------------------|------------|--------|------|--------|------|--------------|
| ۱. عرض از مبدا | ۳/۸ | ۴/۸ | | | ۰/۷۸ | ۰/۴ |
| سامانه آموزشی | ضریب متغیر | ۰/۵۸۷ | ۰/۲۲ | ۰/۱۷۳ | ۲/۷ | ۰/۰۱ |
| دسترسی به فناوری | ضریب متغیر | ۱/۱۹ | ۰/۲۸ | ۰/۲۷۰ | ۴/۲ | ۰/۰۱ |
| عوامل مدیریتی | ضریب متغیر | -۰/۴۷۲ | ۰/۲۳ | -۰/۱۳۱ | ۲/۰۷ | ۰/۰۴ |
| عوامل فیزیکی | ضریب متغیر | -۰/۷۶۸ | ۰/۲۴ | -۰/۲۰۰ | ۳/۱ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

چنانکه در اطلاعات جدول بالا مشاهده می شود سطح معنی داری در هر چهار متغیر پیش بین، کمتر از ۰/۰۵ است. به عبارت دیگر در مدل رگرسیونی "سامانه آموزشی"، "دسترسی به فناوری"، "عوامل مدیریتی" و "عوامل فیزیکی"، قادر به پیش بین معنی دار "یادگیری آموزش الکترونیکی" می باشند.

بنابراین بر اساس اطلاعات جدول بالا می توان معادله پیش بینی را به شرح زیر نوشت:

$$\text{آموزشی} = ۰/۵۸۷ + ۳/۸(Y) + ۰/۷۶۸(\text{عوامل مدیریتی}) + ۰/۴۷۳(\text{دسترسی به فناوری}) + ۱/۱۹(\text{سامانه آموزشی})$$

یعنی با افزایش یک واحدی در "سامانه آموزشی"، "دسترسی به فناوری"، "عوامل مدیریتی" و "عوامل فیزیکی"، به ترتیب به اندازه ۰/۵۸۷، ۰/۴۷۳، ۱/۱۹ و ۰/۷۶۸ واحد به "یادگیری آموزش الکترونیکی" دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی افزوده خواهد شد. همانطور که در مدل رگرسیونی مشاهده می شود بیشترین ضریب را دسترسی به فناوری دارد و کمترین ضریب را عوامل مدیریتی دارد. یعنی از مولفه های عوامل محیطی، دسترسی به فناوری بیشترین تاثیر را در یادگیری آموزش الکترونیکی دارد و بعد از آن به ترتیب عوامل فیزیکی، سامانه آموزشی عوامل می باشند و عوامل مدیریتی دارای کمترین تاثیر در یادگیری آموزش الکترونیکی در دانشجویان مدیریت دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی می باشد.

فرضیه های فرعی:

فرضیه ۱. سامانه آموزشی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

جدول ۳ خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر سامانه آموزشی بر یادگیری آموزش الکترونیکی

| متغیر پیش بین | R | R ² | B | SE | t | P |
|---------------|-------|----------------|------|------|-----|------|
| سامانه آموزشی | ۰/۳۸۹ | ۰/۱۵۱ | ۱/۳۲ | ۰/۲۱ | ۶/۲ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

ارقام به دست آمده از جدول بالا حاکی از آن است که بین دو متغیر به اندازه ۰/۳۸۹ همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد ($P = ۰/۰۱$ ، $r = ۰/۳۸۹$). این نتیجه بدین معنی است که در حدود ۱۵/۱ درصد از تاثیرپذیری "یادگیری آموزش الکترونیکی" دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، وابسته به "سامانه آموزشی" است. به طوری که ضریب B نیز نشان می دهد با افزایش یک واحد در سامانه آموزشی، به اندازه ۱/۳۲ واحد به یادگیری آموزش الکترونیکی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، افزوده می شود.

فرضیه ۲. دسترسی به فناوری بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

جدول ۴. خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر دسترسی به فناوری بر یادگیری آموزش الکترونیکی

| متغیر پیش‌بین | R | R ² | B | SE | t | P |
|------------------|-------|----------------|------|------|-----|------|
| دسترسی به فناوری | ۰/۴۴۸ | ۰/۲۰۰ | ۱/۹۶ | ۰/۲۷ | ۷/۴ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

بر اساس اطلاعات جدول بالا، رابطه بین دو متغیر برابر با ۰/۴۴۸ برآورد شده است ($P = ۰/۰۱$, $r = ۰/۴۴۸$). به عبارت دیگر "دسترسی به فناوری"، می‌تواند در حدود ۲۰ درصد در تغییرات "یادگیری آموزش الکترونیکی" دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، مؤثر باشد. ضریب B نیز نشان‌دهنده نقش افزایشی این تأثیر است. یعنی افزایش یک واحد در دسترسی به فناوری، موجب افزایش ۱/۹۶ واحدی یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی خواهد شد.

فرضیه ۳: عوامل مدیریتی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

جدول ۵. خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر عوامل مدیریتی بر یادگیری آموزش الکترونیکی

| متغیر پیش‌بین | R | R ² | B | SE | t | P |
|---------------|-------|----------------|------|------|-----|------|
| عوامل مدیریتی | ۰/۳۳۵ | ۰/۱۱۲ | ۱/۲۱ | ۰/۲۳ | ۵/۲ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

چنانکه در جدول بالا ملاحظه می‌شود رابطه بین "عوامل مدیریتی" و "یادگیری آموزش الکترونیکی" برابر با ۰/۳۳۵ می‌باشد ($P = ۰/۰۱$, $r = ۰/۳۳۵$)، یعنی "عوامل مدیریتی" به میزان ۱۱/۲ درصد در یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی مؤثر است. ضریب B نیز حاکی از مثبت بودن این تأثیر است. به عبارت دیگر افزایش یک واحدی در عوامل مدیریتی، افزایش ۱/۲۱ واحدی یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی را در پی خواهد داشت.

فرضیه ۴: عوامل فیزیکی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

جدول ۶. خلاصه آزمون رگرسیون جهت بررسی تاثیر عوامل فیزیکی بر یادگیری آموزش الکترونیکی

| متغیر پیش‌بین | R | R ² | B | SE | t | P |
|---------------|-------|----------------|------|------|-----|------|
| عوامل فیزیکی | ۰/۳۹۷ | ۰/۱۵۸ | ۱/۵۳ | ۰/۲۴ | ۶/۴ | ۰/۰۱ |

متغیر ملاک: یادگیری آموزش الکترونیکی

نتایج جدول بالا نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر در سطح ۰/۰۱ معنی دار است (۰/۰۱). $P = ۰/۳۹۷$ ، $r = ۰/۳۹۷$). به عبارت دیگر عوامل فیزیکی آموزش تقریباً ۱۵/۸ درصد از بر "یادگیری آموزش الکترونیکی" دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی موثر می‌باشد. ضریب B نیز بیانگر مثبت بودن این تاثیر است، به طوری که با افزایش یک واحد در عوامل فیزیکی، ۱/۵۳ واحد به یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، افزوده خواهد شد.

نتیجه گیری

نتایج فرضیه اصلی پژوهش: عوامل محیطی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

نتایج نشان می‌دهد رابطه چندگانه بین مولفه‌های عوامل محیطی، با یادگیری آموزش الکترونیکی برابر با ۰/۵۵۸ می‌باشد. به عبارت دیگر سامانه آموزشی، دسترسی به فناوری، عوامل مدیریتی و عوامل فیزیکی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی مجموعاً در حدود ۳۱/۲ درصد از واریانس مربوط به یادگیری آموزش الکترونیکی را تبیین می‌کند. محاسبات مربوط به آماره‌ی F نیز نشان داد که مدل رگرسیونی مرکب از ۴ متغیر پیش‌بین، به خوبی قادرند متغیر ملاک را تبیین کنند. همچنین نتایج نشان می‌دهد سطح معنی داری در هر چهار متغیر پیش‌بین، کمتر از ۰/۰۵ است. به عبارت دیگر در مدل رگرسیونی سامانه آموزشی، دسترسی به فناوری، عوامل مدیریتی و عوامل فیزیکی، قادر به پیش‌بین معنی دار یادگیری آموزش الکترونیکی می‌باشند. همچنین با افزایش یک واحدی در سامانه آموزشی، دسترسی به فناوری، عوامل مدیریتی و عوامل فیزیکی، به ترتیب به اندازه ۰/۵۸۷، ۱/۱۹، ۰/۴۷۸ و ۰/۷۶۸ واحد به یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی افزوده خواهد شد. پس می‌توان گفت: بیشترین ضریب را دسترسی به فناوری دارد و کمترین ضریب را عوامل مدیریتی دارد. یعنی از مولفه‌های عوامل محیطی، دسترسی به فناوری بیشترین تاثیر را در یادگیری آموزش الکترونیکی دارد و بعد از آن به ترتیب عوامل فیزیکی، سامانه آموزشی عوامل می‌باشند و عوامل مدیریتی دارای کمترین تاثیر در یادگیری آموزش الکترونیکی در دانشجویان مدیریت دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی می‌باشد.

- ✓ این فرضیه با نتایج تحقیقات بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰)، منصوری و درویش پور (۱۴۰۰)، وان و همکاران (۲۰۲۰) و الیس (۲۰۱۹) هم سو می باشد.
- نتایج فرضیه ۱. سامانه آموزشی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.
- نتایج حاکی از آن است که بین دو متغیر به اندازه $0/389$ همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. این نتیجه بدین معنی است که در حدود $15/1$ درصد از تاثیرپذیری یادگیری آموزش الکترونیکی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، وابسته به سامانه آموزشی است. همچنین با افزایش یک واحد در سامانه آموزشی، به اندازه $1/32$ واحد به یادگیری آموزش الکترونیکی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، افزوده می شود.
- ✓ این فرضیه با نتایج تحقیقات بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰)، منصوری و درویش پور (۱۴۰۰)، وان و همکاران (۲۰۲۰) و الیس (۲۰۱۹) هم سو می باشد.
- نتایج فرضیه ۲. دسترسی به فناوری بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.
- نتایج نشان می دهد رابطه بین دو متغیر برابر با $0/448$ برآورد شده است. به عبارت دیگر دسترسی به فناوری، می تواند در حدود ۲۰ درصد در تغییرات یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، مؤثر باشد. همچنین افزایش یک واحد در دسترسی به فناوری، موجب افزایش $1/96$ واحدی یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی خواهد شد.
- ✓ این فرضیه با نتایج تحقیقات بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰)، منصوری و درویش پور (۱۴۰۰)، وان و همکاران (۲۰۲۰) و الیس (۲۰۱۹) هم سو می باشد.
- نتایج فرضیه ۳: عوامل مدیریتی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.
- نتایج نشان می دهد رابطه بین عوامل مدیریتی و یادگیری آموزش الکترونیکی برابر با $0/335$ می باشد. یعنی عوامل مدیریتی به میزان $11/2$ درصد در یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی مؤثر است. همچنین افزایش یک واحدی در عوامل مدیریتی، افزایش $1/21$ واحدی یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی را در پی خواهد داشت.
- ✓ این فرضیه با نتایج تحقیقات بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰)، منصوری و درویش پور (۱۴۰۰)، وان و همکاران (۲۰۲۰) و الیس (۲۰۱۹) هم سو می باشد.
- نتایج فرضیه ۴: عوامل فیزیکی بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان در دوران پاندمی کرونا در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی تاثیر دارد.

نتایج نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر در سطح $0/01$ معنی دار است. به عبارت دیگر عوامل فیزیکی آموزش تقریباً $15/8$ درصد از بر یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی موثر می‌باشد. همچنین با افزایش یک واحد در عوامل فیزیکی، $1/53$ واحد به یادگیری آموزش الکترونیکی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، افزوده خواهد شد.

✓ این فرضیه با نتایج تحقیقات بخشش و عبدالوند (۱۴۰۰)، منصوری و درویش پور (۱۴۰۰)، وان و همکاران (۲۰۲۰) و الیس (۲۰۱۹) هم سو می‌باشد.

پیشنهادات

- پیشنهاد می‌شود تا پژوهشگران به تحقیق در زمینه هر یک از عوامل موثر دیگر بر یادگیری آموزش الکترونیکی دیگر، چه به صورت کیفی و چه به صورت کمی در دوران پاندمی کرونا بپردازد.
- تحقیقات عمیق تر در زمینه تأثیر عوامل محیطی در مجموعه همه رشته های و دانشکده های دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی داشته باشند که می‌تواند نتایج مفید علمی و اجرایی داشته باشد.
- از آنجا که هر یک عوامل محیطی آموزش قابل مشاهده و بررسی اند، می‌توان تحقیقات مشابهی را در خصوص سایر سازمان ها صورت داد.
- بررسی عوامل محیطی در کار کارکنان و مدیران در این سازمان نیز بررسی شود و مشکلات شناسایی شوند راهکارهایی برای رفع پیشنهاد شوند.

منابع فارسی

- بخشش، مریم و عبدالوند، فاطمه. (۱۴۰۰). شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر موفقیت یادگیری الکترونیکی در دوران شیوع کرونا و ویروس از نظر دانشجویان و اساتید دانشگاه پیام نور. دومین کنفرانس بین المللی فقه، حقوق، روانشناسی و علوم تربیتی در ایران و جهان اسلام.
- پورحیدر، مینا، صالحی، پژمان، (۱۳۹۹)، چالش های آموزش الکترونیکی در دوره کرونا. نشریه تحقیقات در علوم انسانی. شماره ۳۲. ص ۱۱ تا ۳۰.
- پور نصیریان، سعید. (۱۳۹۷) ارزیابی نقش فن آوری ارتباطات و اطلاعات با دیدگاه رویکرد منابع در توسعه راهبردی-رقابتی تجارت الکترونیک
- حبیبی، محمد. (۱۳۹۶). بررسی آمادگی اساتید و دانشجویان در زمینه یادگیری الکترونیکی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد قزوین.

- دولایی، پرویز (۱۳۹۵). نبوی، شکل‌دهی بدنه آموزش الکترونیکی کشور: یک ضرورت ملی (سخنرانی). دفتر مدیریت طرح توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- فتحی، کوروش، پرداخت چی محمدحسن، ربیعی مهدی (۱۳۹۹) ارزشیابی اثربخشی دوره های آموزش مجازی در نظام آموزش عالی ایران (مطالعه موردی: دانشگاه فردوسی مشهد) فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. شماره ۳۸.
- مفاخری، ندا (۱۳۹۸) آموزش الکترونیکی و ارتباط آن با منابع انسانی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم.
- منصوری، فاطمه و درویش پور، آذر (۱۴۰۰). بررسی تجارب یادگیری مجازی در دوران کرونا از دیدگاه دانشجویان پرستاری. دومین کنگره ملی دانشگاه و کووید - ۱۹.

منابع لاتین:

- Azzi, V., Catharine, D., Roberto, J., (2018), An evaluation method for school building design at the preliminary phase with optimization of aspects of environmental comfort for the school system of the State São Paulo in Brazil, Building and Environment, Volume 47, Issue 7, Pages 134-111
- Ellis (2019) A Study of Success Factors in the E-Learning System. International Education. D.Journal, 2 (4).
- Kim, C.Y. (2018). Teachers in digital knowledge-based society: New roles and vision. Asia Pacific Education Review, 3 (2), 144-148.
- Nassir Gharechedaghi, N., Fartash, A. & Ghotbi A. (2019). Evaluating the Effectiveness of E-Learning Courses Based on the Kirkpatrick Model. J. Basic. Appl. Sci. Res. 2(6)5636-5643.
- Van .A. et al. (2020) A Survey of E-Learning Success Factors in California Universities. Journal of Research on Technology in Education, 35(1),p.150-161

بررسی تاثیر فضای مجازی بر وضعیت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا

دکتر ناهید خوشنویس (مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب و دانشگاه علمی کاربردی)
دکتر محمدرضا حقیقی (مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق و دانشگاه علمی کاربردی)
مرضیه حیدری ، دانشجوی مقطع کارشناسی رشته روابط عمومی

چکیده

امروزه شبکه های اجتماعی و فضاهای آنلاین ، حضوری به مراتب پررنگ تر در زندگی ایفا می کنند. با شیوع ویروس کرونا ، فضای مجازی به تاخت و تاز پرداخت. در این میان دانش آموزان به عنوان یکی از گروههای حساس بسیار بیشتر از سایرین در معرض آسیب های این ابزار قرار دارند. مجازی شدن آموزش ها سبب شد فرزندان در نقش دانش آموز استفاده بیشتری از شبکه های اجتماعی داشته باشند. اگر چه آسیب های فضای مجازی منحصر به دانش آموزان نیست اما این افراد به واسطه سن کم و بازه زمانی حساسی که در آن قرار دارند ، بیشترین تاثیر را از این فضا دریافت می کنند. یافته های این پژوهش نشان می دهد که آسیب های فضای مجازی به دودسته روانی و جسمی تقسیم می شوند. در حالت کلی فضای مجازی را می توان به عنوان یک شبکه در نظر گرفت که ویژگی های مختلف را ارائه می دهد. در این مقاله به بررسی تاثیر فضای مجازی بروضعیت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا و وضعیت آموزش مجازی درایران پرداخته شده و به درک آسیب ها و معایب و مزایای این نوع آموزش رسیدیم.

بیان مسئله

در اوایل دهه ۱۹۸۰ ، دانشمندان حوزه رسانه برای اولین بار اصطلاح دنیای مجازی را استفاده کردند. دردوران کنونی نیز شبکه های ارتباطی از قبیل اینترنت و تلفن همراه جهان را به صورت دهکده ای

درآورده اند. در حال حاضر استفاده از این تکنولوژی اجتناب ناپذیر است و عدم استفاده از آن زندگی را برای کسانی که به آن خو گرفته اند، دشوار کرده است.

فضای مجازی عبارت است از محیطی که در آن برقراری ارتباطات، رویت و انتقال اطلاعات به صورت غیرقابل لمس و با اشغال اندکی از محیط قابل لمس در ساختارها و قالب هایی به عنوان خدمات به انسان ها، طراحی و کنترل می شود. بنابراین کلیه خدمات، ابزارهای نرم و سخت، محتواها، ارتباطات، قالب ها و.. دنیای اطلاعات و ارتباطات، شامل فضای مجازی می شود. در واقع فضای مجازی محیط است و نامحدود نیست، در قالب خدمات ارائه می شود، خدمات و ارتباطات کنترل می شود. فضای مجازی امتداد زندگی حقیقی است و حتی گاهی نقطه شروع بسیاری از تعاملات و اتفاقات دنیای محسوس و ملموس ماست.

کرونا و ویروسها خانواده بزرگی از ویروس ها هستند که ممکن است باعث عفونت های تنفسی از سرماخوردگی گرفته تا بیماری های شدیدتر مانند مرس و سارس شوند. در اواخر دسامبر سال ۲۰۱۹، کرونا ویروس نوین، باعث آغاز شیوع پنومونی از کشور چین به مناطق دیگری از دنیا شد. در این دوران مباحثی چون زندگی با کرونا، آموزش مجازی و زندگی پس از کرونا ایجاد شد. این شکل از همه گیری یک بیماری، در واقع یک رخداد بزرگ اجتماعی است که لازم است اثرات آن بر جوامع مورد توجه قرار گیرد. یکی از بزرگترین معضلات و مشکلات این همه گیری، موضوع آموزش بود. بسیاری از کشورها به سرعت وارد فاز آموزش از راه دور یا آنلاین شدند. در ایران شبکه آموزشی به نام شاد ساخته شد و در اختیار دانش آموزان در همه مقاطع قرار گرفت. محقق در این مقاله تلاش دارد که بیند فضای مجازی و استفاده از آن به عنوان ابزاری در تدریس دانش آموزان چه تاثیری بر ابعاد مختلف زندگی آنها داشته و در آخر به بررسی وضعیت آموزش آنلاین در ایران می پردازد.

کلیدواژه

(فضای مجازی، آموزش آنلاین، کرونا، یادگیری، دانش آموزان)

مقدمه

با شیوع ویروس کرونا یکی از مشکلات بزرگ در تمام کشورهای جهان، موضوع آموزش بود. مدارس جزء اولین مراکزی بودند که تعطیل شدند. در پی این تعطیلی مدارس در ایران، آموزش از رسانه ها (شبکه آموزش تلویزیون و..) و فضای مجازی (پیام رسانهای داخلی و خارجی) انجام گرفت. در بعضی از کشورها مانند ایران، نبود زیرساخت های لازم و ضعف دسترسی مردم به اینترنت قوی، باعث بروز مشکلات زیادی شد. (ensani.ir)

از طرفی تهیه گوشی یا تبلت مخصوص دانش آموز هم یکی از معضلات بزرگ بود. بسیاری از دانش آموزان بخاطر هزینه بالای مصرف اینترنت یا نداشتن گوشی همراه و یا نبود اینترنت در منطقه زندگی شان از تحصیل بازماندند. پس از گذشت چند ماه از شیوع ویروس کرونا، پلتفرم شاد در دسترس دانش آموزان قرار گرفت. البته این پلتفرم نیاز به بروزرسانی هایی داشت؛ طی مدتی که مدارس به صورت آنلاین برگزار می شدند، نتایج خوبی به دست آورد. به گونه ای که در حال حاضر به هردلیلی مدارس تعطیل شوند، دانش آموزان از این بستر به راحتی می توانند استفاده نمایند. از منظر اجتماعی و آسیب های روحی و روانی می توان به این موضوع اشاره نمود که دسترسی راحت به گوشی با اینترنت متصل، برای کودکان و نوجوانانی که تا آن روز به راحتی به این ابزار ارتباطی دسترسی نداشتند، آسیب های بسیاری به وجود آورد.

البته نمی توان نقش مهم و تاثیرگذار آموزش آنلاین را نادیده گرفت؛ زیرا این نوع آموزش باعث می شود تمام دانش آموزان به یک اندازه از آموزش سهم ببرند به شرط اینکه زیرساخت ها کامل مهیا شود.



آموزش مجازی چیست؟

آموزش مجازی یک نوع آموزش از راه دور است که در آن فضای مجازی بستر یاددهی و یادگیری است. دانش آموز و معلم یا استاد و دانشجو به جای اینکه در مدرسه و دانشگاه حاضر باشند و با هم ارتباط بگیرند، در فضای آنلاین بایکدیگر ارتباط می گیرند. دراصل، یک فرد هدایت کننده این اتفاق است. معلم

یا استاد رهبری این فضا را به عهده دارد. او اطلاعات را با دانش آموزان یا دانشجویان به اشتراک می گذارد و کاربران هم با استفاده از آن ها نکاتی را که باید فرا می گیرند. (alocom.co)

تفاوت آموزش مجازی با آموزش الکترونیک

درنگاه کلی آموزش مجازی با آموزش ازراه دور و الکترونیک یکی هستند و یک مفهوم را می رسانند. ولی اگر بخو اهییم جزئی نگاه کنیم ، متوجه تفاوت های بین آنها می شویم. آموزش ازراه دور انواع مختلفی دارد. کتاب و جزوه نوعی آموزش از راه دور هستند. دانشجویان دانشگاه پیام نور سالهاست از این طریق ازراه دور تحصیل می کنند. نوع دیگر آموزش از راه دور آموزش الکترونیک است. آموزش الکترونیک نوعی از آموزش است که به واسطه ابزارهای الکترونیک و دیجیتال برگزار می شود. آموزشی که به واسطه هر نوع فناوری الکترونیک و از طریق ابزارهایی مانند موبایل ، تبلت ، کامپیوتر، لپتاپ و حتی تلویزیون و سایر وسایل مشابه برگزار شود، آموزش الکترونیک گفته می شود. در نتیجه آموزش مجازی نوعی آموزش الکترونیک است و آموزش الکترونیک نیز نوعی آموزش از راه دور. (alocom.co)

تاریخچه آموزش مجازی در جهان

آموزش مجازی درسال ۱۸۰۰ میلادی در ایالات متحده آمریکا ابداع شد که به آموزش مکاتبه ای معروف بود که با نامه نگاری توسط موسسه های واجد شرایط مانند مدرسه ها ، برگزار می شد. این روش از طریق نامه نگاری بین استادها و دانشجویان برقرار می شد که بسیار مورد توجه قرار گرفت. همزمان با آمریکا ، کشورهای اروپایی که قبل از ۱۸۴۰ به صورت جزوه های خلاصه شده ، آموزش ازراه دور را آغاز کرده بودند ، نخستین آموزش مجازی دانشگاهی را درسال ۱۸۹۲ تاسیس کردند که اداره این شیوه متکی بر اداره پست بود. این روش در اوایل قرن بیستم از برنامه های متنوعی برخوردار شد که برای افرادی که امکان حضور در کلاس های متمرکز را نداشتند ، مورد استقبال قرار گرفت. با همه گیری و گسترش استفاده از تلویزیون و رادیو ، تکنولوژی جدیدی برای آموزش ایجاد شد که به سیستم پستی اتکا نداشت. به همین صورت درسال ۱۹۲۱ نخستین رادیو آموزشی دانشگاهی ، مجوز گرفت که اولین پایه شکل گیری آموزش مجازی محسوب می شود. در ۱۹۶۰ شیوه آموزش رادیویی با سایر ابزارهای رسانه ای مالی مدیا و ساختارهای اداری ترکیب شد و دانشجویان برای ثبت نام اقدام کردند. این روش آموزشی ، علاوه بر انگلستان و آمریکا در دیگر کشورهای اروپایی و آسیایی نیز رواج پیدا کرد و امروزه نیز با توجه به وجود و پیشرفت تکنولوژی های همگانی رادیو و تلویزیون و فناوری های نوین شبکه های کامپیوتری ، لپ تاپ و.. امکانات کلاس آنلاین رواج و گسترش یافته اند. در واقع اختراع تلویزیون و ویدئو بیشترین و

اصلی‌ترین تاثیر را بر آموزش از راه دور داشته است اما کامپیوترهای شخصی و اینترنت شیوه جدید از آموزش مجازی را به وجود آورده است. (alocom.co)

تاریخچه آموزش مجازی در ایران

آموزش مجازی در ایران تجربه کمی دارد. تاریخچه آموزش مجازی در ایران به تاسیس دانشگاه پیام نور در سال ۱۳۶۷ بازمی‌گردد. در آن زمان دانشگاه پیام نور از روش آموزشی ارتباط از راه دور استفاده می‌کرد. به طور تقریبی در پایان دهه ۷۰، دانشگاه تهران نرم افزار آموزشی مجازی LMS را در دستور کار خود قرار داد. پس از راه اندازی این نرم افزار، دانشگاه تهران آموزش مجازی خود را آغاز کرد. سال ۱۳۸۰ بود که این دانشگاه برای دانشجویان روزانه خود، ۹ درس را بر روی این سامانه قرار داد و این سامانه به طور رسمی فعالیت خود را از نیم سال اول تحصیلی ۱۳۸۰ آغاز نمود. پس از شروع فعالیت های مجازی دانشگاه تهران، وزارت علوم تحقیقات و فناوری در همان سال تاسیس دانشگاههای مجازی و آموزش از راه دور را اعلام کرد. این دانشگاهها به صورت موسسات غیرانتفاعی در سراسر کشور تحت نظارت وزارت علوم شروع به فعالیت نمودند. به همین ترتیب برخی دیگر از دانشگاهها نیز برای راه اندازی سیستم آموزش مجازی اقدامات لازم را انجام دادند و تعدادی از واحدها را از این روش برای دانشجویان خود ارائه دادند. حتی در دوران قبل از کرونا نیز پردیس های مجازی دانشگاههایی چون تهران، امیرکبیر، تبریز و اصفهان و... به صورت مجازی در حال آموزش و فعالیت بودند. با شیوع پاندمی کرونا تمامی کلاسها به صورت آنلاین و غیرحضوری برگزار شد.

موانع آموزش مجازی در ایران آموزش مجازی در کشور ما یک نظام و سیستم آموزشی نوپا و جدید است که جایگزین سیستم قدیمی با پیشینه طولانی شده است. به همین دلیل روند رشد آهسته، ایرادات و موانع موجود در آن یکامر طبیعی است. این روش، در سیستم آموزشی قبلی تحولی عظیم ایجاد نموده و نیازمند فرهنگسازی های جدید است. به همین دلیل بسیاری از افراد به سختی می‌توانند با این شیوه ارتباط برقرار کرده و به نوعی مخالف آموزش های مجازی هستند. نبود زیرساخت های مهم مانند ابزارهای الکترونیکی و عدم دسترسی راحت مردم به این ابزارها، نبود اینترنت رایگان و هزینه بالای آن در ایران، سرعت کم اینترنت در ایران و نبود فرهنگ استفاده صحیح از این فضا از چالش های این نوع آموزش نوین در ایران هستند. (alocom.co)



چه زمانی نیاز به آموزش مجازی داریم؟

به دلیل اینکه در کلاس حضوری رابطه بین معلم و دانش آموز و دانش آموزان با همدیگر بسیار تعاملی و سازنده می باشد بهتر است تا جایی که امکان دارد کلاس حضوری برگزار شود. در صورتی می توان گفت به آموزش مجازی نیاز داریم .

۱ . وقتی که از لحاظ مکانی به کلاس های سطح بالا و اساتید مجرب دسترسی نداریم ؛ ممکن است اطلاعاتی مورد نیاز باشد که در یک دوره آموزشی عنوان شده اند. ولی این دوره در شهری دیگر برگزار می شود و نقل مکان به آن شهر میسر نیست. یا ثبت نام در دانشگاه خاص در شهری دیگر با داشتن محدودیت های شغلی در این مواقع استفاده از آموزش مجازی بهترین راه است.

۲ . وقتی که امکان حضور در کلاسهای حضوری وجود نداشته باشد ؛ مثلا در دوران قرنطینه که بعد از شیوع کرونا به وجود آمد، آموزش حضوری به مجازی تبدیل گردید. (roshdmag.ir)

انواع آموزش مجازی

۱ . آموزش از طریق پیامرسان ها : پیام رسان هایی مانند واتساپ ، تلگرام و شاد قابلیت ایجاد گروه دارند. خیلی از کلاسهای گروهی مجازی در این پیام رسان ها شکل می گیرند. دانش آموز و معلم از طریق چت کردن و ارسال صوت و تصویر با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. سوال و جواب می کنند ، تمرین حل می کنند ، تکالیف ارسال می کنند و حتی امتحان برگزار می کنند.

۲ . آموزش آنلاین از طریق ویدئوکال : ویدئو کال یا همان تماس تصویری نوع دیگری از آموزش مجازی است. این روش بیشتر برای دانش آموزان دبیرستانی و دانشجویان مورد استفاده قرار می گیرد. اگر تعداد دانش آموزان کم باشد همه می توانند در تماس تصویری حضور پیدا کنند. ولی وقتی دانش آموزان زیاد باشند معمولا تماس تصویری به صورت یک طرفه برقرار می شود و فقط تصویر معلم در دسترس دانش آموزان قرار می گیرد.

۳ . آموزش مجازی از طریق سامانه های آموزش مجازی (LMS) : سامانه های آموزش مجازی مخصوص فضای آموزشی طراحی شده اند. این سامانه ها ممکن است به صورت صفحات وب یا به صورت نرم افزار ارائه شود. اگر این سیستم ها نرم افزاری باشند باید هر دو طرف نرم افزار مربوطه را نصب کنند . البته وقتی این سامانه ها از صفحات وب تشکیل شده باشند ، با استفاده از مرورگرها قابل دسترسی اند. سامانه های آموزشی مجازی بسیاری وجود دارد. برخی از آنها برای همه قابل استفاده اند و به صورت رایگان در اختیار عموم قرار گرفته اند. برخی با پرداخت هزینه قابل دسترسی اند و برخی دیگر به خاطر

تحریم‌ها در ایران قابل استفاده نیستند. سیستم‌های آموزش مجازی زیادی نیز وجود دارد که وطنی هستند و برای کاربران ایرانی به راحتی قابل استفاده اند.

۴. آموزش مجازی از طریق دانلود فیلم و صوت: در این روش مدرس کلاس درس خود را از قبل ضبط می‌کند و آن را به صورت فایل‌های صوتی و تصویری قابل دانلود در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهد. (roshdmag.ir)

مقایسه آموزش مجازی و حضوری

آموزش آنلاین با آموزش حضوری متفاوت است. هر کدام از آنها ویژگی‌های خاص خود را دارند. در ادامه این دوروش را باهم مقایسه می‌کنیم.

۱. محل برگزاری آموزش: در آموزش حضوری همه باید سر کلاس حضور داشته باشند. چه معلم و چه دانش‌آموزان. ولی در کلاسهای مجازی هیچ محدودیت مکانی وجود ندارد.

۲. ابزارهای آموزشی: ابزارهای آموزشی در آموزش حضوری با آموزش مجازی متفاوت است. سر کلاس حضوری نیاز به نیمکت، تخته، ماژیک و وسایل کمک آموزشی فیزیکی هست ولی در کلاس مجازی تنها به یک گوشی هوشمند یا کامپیوتر متصل به اینترنت نیاز است.

۳. میزان تمرکز دانش‌آموزان در کلاس: در کلاس‌های حضوری مخصوصاً برای کودکان کوچکتر میزان تمرکز دانش‌آموزان بیشتر است. ولی در کلاسهای مجازی به خاطر دسترسی همه جانبه دانش‌آموز به همه چیز میزان تمرکز او کمتر است. ابزار آموزشی مجازی مثل گوشی و کامپیوتر و دیگر عوامل محیطی در خانه ممکن است بر میزان تمرکز دانش‌آموز تاثیر منفی بگذارد.

۴. تسلط معلم بر کلاس درس: این که معلم بر کلاس حضوری بیشتر تسلط دارد تا کلاس آنلاین موضوعی است که با توجه به تحقیق‌های میدانی صورت گرفته از دبیران، ثابت شده است. معلم در کلاس آنلاین دانش‌آموز را نمی‌بیند و خیلی از والدین هم نظارت درستی بر حضور موثر فرزند خود ندارند.

۵. موفقیت در انتقال مفاهیم آموزشی: از آنجایی که سابقه آموزش آنلاین در کشور ما حداقل در رابطه با مقاطع پایین‌تر بسیار کم است، نمی‌توان توقع زیادی از آن داشت. فرهنگ آموزش مجازی برای معلمان، دانش‌آموزان و خانواده‌ها جا نیفتاده است. خیلی از خانواده‌ها ترجیح می‌دهند به جای همراهی فرزند خود به جای او سر کلاس حاضر شوند و خیلی از کودکان ترجیح می‌دهند به جای یادگیری، روش‌های تقلب را بیاموزند. بسیاری از معلمان هم نمی‌توانند آنطور که باید در انتقال مفاهیم موفق

عمل کنند. (tizland.ir)



مزایای آموزش مجازی

۱. عدم محدودیت مکانی : مهم نیست که کجا هستید! در کدام شهر یا در کدام محله ! هیچ محدودیت مکانی ای در آموزش مجازی وجود ندارد.
۲. عدم محدودیت زمانی برای آموزش دیدن : در برخی از روش ها حضور سرکلاس کاملا مطابق میل دانش آموز است. او می تواند فایل کلاس را دانلود کرده و هر وقت که خواست از آن به دفعات استفاده کند.
۳. دسترسی به منابع بیشمار آموزشی : دسترسی به منابع آموزشی در آموزش مجازی بیشتر است ؛ به طور مثال برای ثابت کردن این که کره زمین گرد است می توان از انواع فیلم های آموزشی استفاده نمود.
۴. بازدهی بهتر : این روش برای ارائه دروس بهتر است. ابزار آموزش مجازی نظیر ویدئوها ، پی دی اف ها و پادکست ها می توانند در کنار معلم مجموعه ای خوب برای آموزش باشند.
۵. بهبود مشارکت دانش آموزان : چون از مکان مورد نظرشان در کلاس ها شرکت می کنند امکان غیبتشان کمتر می شود.
۶. برای روش های مختلف یادگیری مناسب است : هر کس به یک روش خاص یاد می گیرد. بعضی با تصویر و عده ای با صوت ارتباط برقرار می کنند. سیستم آموزش مجازی با در اختیار گذاشتن روش های مختلف یادگیری نیاز اکثر دانش آموزان را رفع می کند. (tizland.ir)

مزایای دسترسی به شبکه جهانی در مدارس



معایب آموزش مجازی

۱. عدم توانایی در تمرکز بر صفحه ی نمایش : برای بسیاری از دانش آموزان بزرگترین چالش یادگیری به شکل مجازی ، تمرکز بر صفحه نمایش است. احتمال از دست رفتن تمرکز به خاطر دم دست بودن شبکه های مجازی هم در این شکل بیشتر است.

۲. مشکلات مرتبط با فناوری: یکی از معایب اصلی این شکل تدریس دسترسی به اینترنت است. هرچند در سال‌های گذشته دسترسی به اینترنت رشد پیدا کرده اما هنوز هم نقاطی هستند که اینترنت با کیفیتی ندارند. و در صورت عدم دسترسی به اینترنتی پایدار، آموزش دچار خدشه می‌شود. و این مشکل توسط معلم یا آموزشگاه برطرف نمی‌شود.
۳. حس تنهایی: در کنار هم بودن به دانش‌آموزان کمک می‌کند از یکدیگر یاد بگیرند. ولی در یک کلاس آنلاین تعامل بین دانش‌آموزان کمتر است.
۴. آموزش مدرسین: آموزش آنلاین و مجازی نیاز به معلمی دارد که بتواند این شکل از یادگیری را درک کند. بیشتر اوقات معلم‌ها بدون آشنایی با روش کار ابزار دیجیتال شروع به تدریس با این شیوه می‌کنند که سبب کم شدن تاثیر آموزش می‌شود.
۵. مدیریت زمان نگاه کردن به صفحه نمایش: بسیاری از والدین نگران آسیب‌هایی هستند که خیره شدن طولانی مدت به صفحه نمایش برای فرزندان‌شان به بار می‌آورد. این یکی از مهم‌ترین معایب آموزش مجازی است. (dorehsara.org)



تاثیرات اجتماعی و روانی آموزش مجازی در دوران کرونا در دانش‌آموزان

بی‌شک همه گیری کرونا و قرنطینه و به طبع آن تعطیلی مدارس و مراکز آموزشی، بزرگترین تهدید برای کودکان و نوجوانان مابود. نبود زیرساخت‌های لازم برای آموزش آنلاین و نداشتن فرهنگ درست استفاده از ابزارهای آموزشی، خانواده‌ها را دچار بحران نمود. تعطیلی مدارس به دلیل تغییر و تحول



دربرنامه های روزانه دانش آموزان مثل تغییر ساعت خواب ، آسیبهای زیادی به دنبال داشته است. این دیرخوابیدن و دیربیدار شدن در روز رشد جسمانی کودک و نوجوان را به تاخیر می اندازد. بیداری شبانه حافظه دانش آموزان را تحت تاثیر منفی قرار می دهد. با تداوم آموزش مجازی و تعطیلی مدارس پدیده ی **داینینگ کروگر** توسط دانشمندان مطرح می شود. این پدیده نوعی سوگیری شناختی در افراد غیر حرفه ای است که از توهم برتری رنج می برند و به اشتباه توانایی شان بسیار بیش از اندازه واقعی ارزیابی می کنند. براساس این پدیده سواد و مهارت کمتر سبب تخمین خود برتری بیشتر و بالعکس می شود. این رویداد در فضای مجازی و آموزش غیرحضوری اتفاق می افتد ، دانش آموزان در آموزش مجازی از طریق کتب درسی و اینترنت و کمک والدین در امتحانات شرکت می کنند و به تدریج و با گذشت زمان فراموش می کنند که برای پاسخگویی به این مولفه ها تکیه نموده اند. در مقابله با این پدیده دو راهکار وجود دارد. یک اینکه از فرزندان درباره یادگیری سوال شود و دوم نیز به تاخیر انداختن پاسخ ها به میزان پنج دقیقه است. (khabaronlin.ir)

موضوع دیگر استفاده بی رویه و بدون کنترل دانش آموزان از فضای مجازی بدون حد و مرز می باشد. در فضای مجازی نوجوان درگیر رفتار واقعی اجتماعی نیست. **استرس و اضطراب** یکی دیگر از آثار مخرب آموزش مجازی است. قرنطینه و مجازی شدن مدارس به استرس و اضطراب نوجوانان دامن زد. ((نوجوانان به کسی نیاز دارند که منبع عاطفی بی قید و شرط باشد؛ کسی که آنها را درک کند؛ ولی متأسفانه بیشتر از نیمی از والدین با سخت گیری های بیش از حد در این دوران ، باعث استرس و اضطراب و فراری شدن فرزندشان از درس خواندن شدند.))

قطعی و کندی اینترنت ، عدم دسترسی به ابزارهای آموزش مجازی و... از عوامل مخرب و استرس زا برای نوجوانان است. بی رغبتی دانش آموزان به برگشتن سر کلاسهای حضوری به دلیل تغییر شیوه زندگی یکی دیگر از آثار آموزش مجازی در دوران کروناست. بعضی از دانش آموزان که خانواده های کم درآمد دارند ، با تعطیلی مدارس به کار کردن پرداختند و توانستند هزینه های خود و خانواده را تا حدودی تامین کنند . برخی دیگر از دانش آموزان با شیوه دیرخوابیدن و دیربیدار شدن خو گرفته اند . این پدیده بی میلی نسبت به مدرسه نام نهاده شده است. نبود زیرساخت لازم در تمام نقاط کشور مان ایران ، متأسفانه باعث جاماندن بسیاری از دانش آموزان (بیش از ۳/۵ میلیون نفر) از تحصیل در دوران کرونا شد. البته مزایای آموزش مجازی هم کم نیست ولی با نبود زیرساختهای کافی ، آسیبهها از مزایا بیشتر نمود پیدا کرده است. نگرانی جدی مسئولین و خانواده ها از افت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا یکی دیگر از موضوعات جدی این نوع آموزش است. نبودن تعامل میان معلم و دانش آموز و محیط خانه و دوری از

چهارچوب کلاس ، باعث عدم تمرکز و جدی نگرفتن درس و یادگیری توسط دانش آموز شده است. از طرفی ترک تحصیل های گسترده پس از بازگشایی مدارس چالش بزرگ نظام آموزشی کشور است. البته این دوچالش در کنار چالشی اساسی تر به عنوان بلوغ زودرس برخی دانش آموزان به دلیل بی رویه استفاده نمودن و قانونمند نبودن خانواده در استفاده از موبایل و اینترنت کمی عقب نشینی نموده اند. یکی دیگر از معایب استفاده از آموزش مجازی ، استفاده طولانی مدت از موبایل و تبلت است. نشستن ، خوابیدن یا ایستادن مداوم و نامناسب هنگام استفاده از گوشی موبایل یا تبلت باعث مشکلات ستون فقرات می شود. فشار به مهره های گردن ، فشار به عضلات مچ و بازو ، ضعف و مشکلات بینایی از دیگر عوارض آموزش مجازی و استفاده از موبایل است. عدم تحرک دانش آموز ، چاقی مفرط و به دنبال آن بیماری هایی مانند دیابت ، فشار و چربی خون به دنبال دارد. (tasnimnews.com)

تاثیر فضای مجازی بر وضعیت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا

افت اشکار و پنهان دانش آموزان وضعیتی است که در شرایط آموزش مجازی رقم خورده و در سال های آینده خود را نشان خواهد داد؛ طبق اعلام آموزش و پرورش حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد از دانش آموزان با افت شدید تحصیلی روبرو شده و چهار میلیون نفر از تحصیل بازماندند.



بررسی و مقایسه میانگین نمرات امتحانات دانش آموزان دوره متوسطه نشان می دهد میانگین نمرات دانش آموزان دوره اول و دوم متوسطه نظری در سال تحصیلی ۹۹-۹۸ و ۱۴۰۰-۱۳۹۹ نسبت به سال تحصیلی ۹۸-۹۷ نه تنها هیچ گونه افت آشکاری نداشته بلکه در برخی موارد تورم غیرمنطقی میانگین نمرات دانش آموزان در این دوره تحصیلی مشاهده می شود. یعنی نمرات کاذب و از ابزارهای تقلب استفاده شده است. (tasnimnews.com)



یکی از دلایل افت تحصیلی دانش آموزان در این دوران ، عدم ارتباط چهره به چهره میان معلم و دانش آموز است. عدم انتقال احساسات و برقراری تعاملات انسانی موجب افت تحصیلی شد. شیوه تدریس مجازی باعث شد که والدین به خصوص آنها که شاغل هستند ، به دلیل فشارهای ناشی از کار و مشکلات روزمره توان رسیدگی کافی به دانش آموز را نداشته و نمی توانند فرزند خود را کنترل کنند.

یکی دیگر از عوامل افت تحصیلی دانش آموزان ، استفاده از شیوه های سنتی تدریس به جای شیوه های نوین به دلیل سن بالای معلمان و عدم آشنایی آنها با فضای مجازی و تدریس آنلاین بود.

دانش آموزان مقطع ابتدایی به واسطه قرارگیری در موقعیت یادگیری داده های اولیه علمی در بدترین شرایط قرار دارند. آموزش مجازی که با حجم زیادی از ضعف به میان آمد ، دانش آموزان را به خصوص در مقطع ابتدایی با چالش های زیادی روبرو کرد. یادگرفتن الفبا و مهارت نوشتاری از اصلی ترین چالش های دانش آموزان اول و دوم ابتدایی بود. تا قبل از شیوع ویروس کرونا دانش آموزان مجبور بودند به صورت حضوری تحصیل کنند اما با شیوع این ویروس و تعطیلی مدارس ، آموزش مجازی روی کارآمد که به واسطه ناآشنا بودن معلم و دانش آموز و والدین آنها ، نتوانست جایگزین خوبی برای روش حضوری باشد. مخصوصا در پایه های تحصیلی اول ابتدایی ، هفتم و دهم شاهد افت شدیدتری بودیم. این افت به همراه دانش آموز به مقاطع بالاتر می رود و هم اکنون شاهد آن هستیم که دانش آموز با کوهی از مطالب یاد نگرفته در کلاس حضور دارد. متناسب نبودن روش های ارزشیابی و سنجش پیشرفت تحصیلی ، شرایط خانوادگی ، تحصیلات والدین ، عدم مهارت معلم وتوزیع نامناسب امکانات و محدودیتهای محلی و جغرافیایی از عوامل دیگر افت تحصیلی دانش آموزان در این دوران بود.

از طرفی دیگر پرسه زدن در فضای مجازی به بهانه درس خواندن و نبود کنترل کافی از سوی والدین ، باعث ایجاد چالش های جبران نشدنی شد. این بی قانونی ، باعث افسردگی و استرس در فرزندان شده است. البته به این نکته هم می توان اشاره نمود که ایجاد مسئولیت پذیری در دانش آموزان به خصوص دانش آموزان پیش دبستانی از آثار مثبت آموزش مجازی بوده است. خودباوری و افزایش اعتماد به نفس در دانش آموزان یکی دیگر از آثار مثبت این نوع آموزش است. (taraz.org)

نتیجه گیری

این پژوهش به منظور بررسی تاثیر فضای مجازی بروضعیت تحصیلی دانش آموزان در دوران کرونا انجام شد. با توجه به مطالب ذکر شده ، در می یابیم که فضای مجازی خواه یا ناخواه تاثیر بسیار زیادی در تمامی ابعاد زندگی مادارد. در تمام کشورهای جهان ، این فضا به عنوان یکی از اصلی ترین راههای ارتباطی میان انسانهاست. البته باید این هم در نظر داشت که فرهنگ صحیح استفاده از فضای مجازی و

تامین زیرساخت های لازم برای آموزش مجازی از اولویت های هردولتی می باشد. در کشور ما ایران ، با شیوع یک باره ویروس کرونا و تعطیلی مدارس و دانشگاهها ، به یکباره جای خالی یک سیستم یکپارچه آنلاین آموزشی نمود پیدا کرد. در بهمن ۱۳۹۸ آموزش با تعطیلی مدارس به یکباره به حالت تعلیق درآمد. مدارس اجبارا به پیام رسان های خارجی روی آوردند تا از تدریس عقب نمانند. استرس بیماری کرونا از یک طرف و افتادن بار درسی فرزندان به دوش والدین ، باعث ایجاد اختلال های روحی و روانی در خانواده ها شد. از طرفی دست اندرکاران بیکار ننشسته و شبکه دانش آموزی شاد را هرچند مبتدی ، راه اندازی نمودند. البته ماهها طول کشید تا این شبکه به یک زیرساخت جامع برسد. ولی به هرحال پس از گذشت این پاندمی ، درحال حاضرآمدگی آموزش آنلاین را داریم. البته در این میان از آموزش خانواده ها برای استفاده از فضای مجازی را نباید نادیده گرفت.

منابع

taraz.org
tasnimnews.com
khabaronlin.ir
tizland.ir
roshdmag.ir
alocom.co
ensani.ir

نگهبانان اخلاق در عصر هوش مصنوعی

یحیی احمدی کارشناس روابط عمومی
مسعود کریم‌خانی کارشناس روابط عمومی

چکیده

انسان روند رو به تکاملی را در طول تاریخ از جنبه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و حتی علمی و شناختی طی کرده و هر نسل ویژگی‌هایی متفاوت از نسل‌های قبلی خود داشته است. نسل آینده که بومیان دنیایی دیجیتال خواهند بود، نیازهای مختلفی نسبت به نسل‌های پیشین خود خواهند داشت. امروزه فناوری به سرعت در حال رشد و تغییر است. پیشرفت‌های سریعی که در تکامل هوش مصنوعی در حال اتفاق است، تغییراتی انقلابی در ساختارهای مختلف از جمله روابط عمومی‌ها ایجاد خواهد کرد که نگاه به جنبه‌های اثرگذار و تسهیل‌کننده آن بر مسائل می‌تواند در عرصه‌های گوناگون بسیار حائز اهمیت باشد. داده‌ها، به سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از بااهمیت‌ترین و ارزشمندترین دارایی‌های هر سازمانی هستند. در روابط عمومی‌ها فرایندهایی مانند اطلاع‌رسانی، برندینگ، موقعیت‌یابی، مدیریت افکار عمومی و غیره از طریق حجم و کیفیت داده‌هایی انجام می‌شود که از زندگی شخصی افراد جامعه جمع‌آوری می‌شوند. هرچه حجم و تنوع داده‌های ورودی به فناوری‌های هوش مصنوعی بیشتر باشد، عملکرد بهتری را از این فناوری‌ها شاهد خواهیم بود؛ اما در اینجا جایگاه اخلاق و حریم خصوصی به چالش کشیده می‌شود؛ هوش مصنوعی برای انجام درست کارها به انسان متکی است. هوش مصنوعی می‌تواند با داده‌های معیوب یا ناقص برنامه‌ریزی شود، روی کدهای اشتباه کار کند، یا به دلیل وابسته بودن به انسان‌هایی که به انسان‌های دیگر وابسته هستند، اشتباه کند که به همین دلیل ممکن است سوگیری‌های ناخواسته‌ای انجام دهد یا چیز مهمی را حذف کند؛ اما اخلاق فقط اجتناب از اشتباه نیست، بلکه انجام کار درست به دلایل درست و مصمم بودن برای عدم ایجاد آسیب عمدی است. در این شرایط روابط عمومی‌های آینده نیاز به استعدادها و افرادی خواهند داشت که درک بهتری از پیچیدگی‌های اجتماعی داشته باشند. کارشناسانی که علاوه بر مهارت استفاده از فناوری‌های روز، خلاقیت، اشتیاق به فعالیت در هنر و صنعت روابط عمومی، ساختار فکری انعطاف‌پذیری نسبت به تغییرات سبک زندگی در دنیایی متاورسی و نسلی بومی به این دنیا با نیازهای رسانه‌ای نامتناهی داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: روابط عمومی، فناوری، داده، اخلاق، هوش مصنوعی

مقدمه

با رشد و گسترش سریع فناوری، هوش مصنوعی به‌طور مستمر شاهد پیشرفت‌هایی فراتر از کاربردهای امروزه آن بوده است و در سال‌های اخیر حضور تازه‌ای در صنایع مختلف پیدا کرده است. از بیوتکنولوژی گرفته تا مراقبت‌های بهداشتی و کسب‌وکار، هوش مصنوعی به روش‌هایی استفاده می‌شود که قبلاً دیده نشده بود. جامعه شناسان، رسانه و تکامل فناوری‌های رسانه‌ای را به‌عنوان عاملی تأثیرگذار بر تفاوت و تمایز نسل‌ها در نظر می‌گیرند به همین دلیل نیز از رسانه به‌عنوان ابزاری برای دسته‌بندی نسل‌های بشر استفاده می‌کنند. بر اساس معیار رسانه‌ای، امروزه شاهد سه نسل X، Y و Z و در آینده نسل آلفا هستیم. نسل‌های مختلف بشر تا پیش‌ازین، به‌صورت آهسته و پیوسته روند متمایز شدن نسبت به نسل‌های قبل را طی می‌کردند اما در آینده شاهد وقوع تمایزهای چشمگیری خواهیم بود. نسلی که با رشد فناوری، فضای سایبری، متاورس و گسترش رسانه‌های جدید، تکامل‌یافته است؛ بنابراین سبک‌های مصرف رسانه‌ای آن‌ها نیز با نسل‌های پیشین متفاوت خواهد بود. به عبارت دقیق‌تر این نسل به لطف رسانه‌های اجتماعی در دسترس خود، برخلاف نسل‌های پیشین رویکرد منفعل نسبت به رسانه ندارد و به کاربری فعال در مواجهه با رسانه مبدل خواهد شد. (احمدی و کریم خانی، ۱۴۰۰)

هوش مصنوعی احتمالاً مهم‌ترین عامل تغییر در آینده خواهد بود و زندگی‌هایمان را به‌گونه‌ای دگرگون خواهد کرد که اکثر مردم به‌سختی قادر به تصورش هستند. روابط عمومی‌ها در یک مجموعه باید بر ارتباطات درون‌سازمانی اشراف داشته و ارتباطات برون‌سازمانی را در جهت رشد سازمان به‌صورت بهینه با شاخص‌هایی همچون سرعت، دقت و ظرافت پیش برده و مدیریت نمایند. بر همین اساس امروزه اغلب سازمان‌ها با پیش‌نیازهای دانش رسانه‌ای و فناوری اطلاعات نیازمند یک روابط عمومی هوشمند به‌جای روابط عمومی کلاسیک و ایستا هستند. امروزه ابزارهای سنتی روابط عمومی همچون قلم و کاغذ و پوستر و یا بولتن منسوخ شده و جای خود را به ابزارهای جدید دیجیتالی همچون واقعیت مجازی داده‌اند. در این عصر روابط عمومی‌ها باید فعالیت‌های خود را فراتر از الکترونیکی بودن پیش ببرند و با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، ورودی‌ها را داده‌کاوی و پردازش کرده و سپس نتیجه‌گیری کنند. تا بر اساس نتیجه حاصله بهترین تصمیم اتخاذ گردد. (سفیدی، ۱۳۸۸)

در این عصر روابط عمومی‌ها باید نگاهی راهبردی به پیشرفت سازمان و چشم‌انداز آن داشته و در این راستا باید از تمامی ابزارهای خود در راستای تعاملی بودن بهره گرفته و به‌جای تأثیرپذیری، انعطاف‌پذیر و تأثیرگذار باشند. به مدیریت دانش و خلاقیت ایمان داشته باشند. چشم‌انداز توسعه‌ای سازمان را مدنظر قرار داده و از فناوری‌های نوین رسانه‌ای استفاده بهینه نمایند. روابط عمومی، بایستی قدرت محاسبه برای ریسک‌پذیری را داشته باشد. تحلیل‌گر و گفتمان ساز باشد تا بتواند وقایع، بحران‌ها و حتی شایعات را که معضل اساسی در هر سازمانی هستند پیش‌بینی کرده و مدیریت نمایند. روابط عمومی‌هایی که فناوری جدید را با هدف تولید محصولات جدید، یادگیری شناختی از منابع داده جدید، ساده‌سازی فرآیندها، اطلاع‌رسانی در کمترین زمان و کاهش هزینه‌ها به‌کارگیرند و انتظارات مبتنی بر شخصی‌سازی و انطباق‌پذیری پویای مشتری را برآورد کنند، پیروز میدان خواهند بود. مهم‌تر از همه، ذکر این نکته است که تمرکز بر تولید فرصت از فناوری و عدم موضع‌گیری در برابر آن، امکان



درخشش و پویایی روابط عمومی در سال‌های آینده را مهیا خواهد ساخت. از همین رو و در مقابله با داده‌های داخلی و خارجی، روابط عمومی‌ها باید دست به توسعه یک استراتژی ساختاریافته و عملی بزنند. (احمدی و کریم خانی، ۱۴۰۰)

هوش مصنوعی

اگر فکر می‌کنید هوش مصنوعی، ربات‌هایی هستند که در آزمایشگاه‌ها وجود دارند، در اشتباه هستید. امروزه هوش مصنوعی در همه‌جا وجود دارد. فقط به اطراف نگاه کنید؛ از روشن کردن تلویزیون با الکسا «دستیار صوتی تلویزیون‌های هوشمند»، پرسیدن از سیری «دستیار صوتی اپل» در مورد ترافیک، استفاده از پیشنهادهای جستجوی تکمیل خودکار در گوگل و دریافت مطالب براساس سلیقه شخصی در اینستاگرام، هوش مصنوعی حتی بدون اینکه ما متوجه شویم، زندگی روزمره ما را دستخوش تغییرات زیادی کرده است. به زبان ساده، هوش مصنوعی به سیستم‌ها یا ماشین‌هایی اطلاق می‌شود که هوش انسان را برای انجام وظایف تقلید می‌کنند و می‌توانند بر اساس اطلاعاتی که جمع‌آوری می‌کنند، خود را بهبود ببخشند. هوش مصنوعی بیشتر در مورد فرآیند و توانایی تفکر و تجزیه و تحلیل فوق‌العاده داده‌ها است تا هر قالب یا عملکردی. هوش مصنوعی قرار نیست جایگزین انسان شود. هوش مصنوعی قرار است به طرز قابل‌توجهی توانایی‌های انسانی را افزایش دهد و آن را به یک دارایی تجاری بسیار ارزشمند تبدیل کند. درحالی‌که بسیاری از کسب‌وکارها می‌خواهند از هوش مصنوعی برای بهبود روابط عمومی و بازاریابی استفاده کنند اما فاقد مکانیزمی برای اجرای عمومی آن هستند. هوش مصنوعی یکی از رایج‌ترین کلمات در تجارت امروز است؛ هوش مصنوعی ثابت کرده است که ابزار مؤثری برای بسیاری از برنامه‌های بازاریابی است. هوش مصنوعی سال‌هاست که وجود داشته است، اما محبوبیت اخیر آن ناشی از سه عامل اصلی است:

- رشد کلان داده‌ها «بیگ دیتا»^۱
- در دسترس بودن آسان

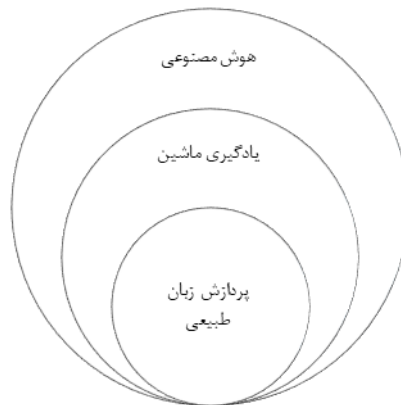
- ظهور تکنیک جدید هوش مصنوعی و تعامل آسان با مشتریان

هوش مصنوعی به ایده‌ای گسترده از رایانه‌ها اشاره دارد که می‌تواند مانند انسان‌ها از طریق استفاده از نرم‌افزار و الگوریتم‌ها فکر کند و وظایفی را انجام دهد. هوش مصنوعی بسیاری از فعالیت‌های مربوط به جمع‌آوری، ذخیره، مدیریت و بازاریابی اطلاعاتی را که می‌تواند به ایجاد و مدیریت پیشنهادهای شرکت و سازمان کمک کند، خودکار می‌کند. هوش مصنوعی قادر است با استفاده از فناوری‌هایی مانند «یادگیری عمیق»^۲، الگوریتم‌های ژنتیک و «پردازش زبان طبیعی»^۳، ماشین‌ها را برای تشخیص الگوها در مقادیر زیاد داده آموزش دهد. (Alawaad, 2021)

^۱ Big Data

^۲ Deep Learning

^۳ (NLP) Natural Language Processing



شکل ۱ هوش مصنوعی

تأثیرات هوش مصنوعی بر زندگی انسان

روش‌های بسیاری برای تأثیرگذاری هوش مصنوعی بر زندگی روزمره ما وجود دارد. تلاش برای تصور زندگی بدون هوش مصنوعی دشوار است. چه بخواهیم ایمیل‌هایمان را بخوانیم، مسیرهای رانندگی را دریافت کنیم، یا حتی توصیه‌هایی برای موسیقی یا فیلم‌های موردعلاقه‌مان دریافت کنیم، هوش مصنوعی می‌تواند به ما کمک کند تا در مسیر خود قرار بگیریم؛ و بسیاری اوقات، ما حتی متوجه نمی‌شویم که در حال حاضر چقدر در حال استفاده از آن هستیم. حتی در مسیر نوشتن این مقاله نیز از هوش مصنوعی استفاده شده است. امروزه دیگر این سؤال مطرح نیست که آیا هوش مصنوعی در زندگی روزمره ما نقشی خواهد داشت یا خیر، بلکه بیشتر این سؤال مطرح است که چه نقش‌هایی را می‌تواند و چه نقش‌هایی را ایفا خواهد کرد.

فناوری هوش مصنوعی جدا از اینکه دستیاران مجازی ما هستند، در حال رانندگی اتومبیل، تشخیص سرطان، تشخیص احساسات، نوشتن شعر و شکست دادن انسان‌ها در شطرنج و آزمون‌های هوش نیز به کار گرفته می‌شوند. از آنجایی که تصورات از فناوری، روزبه‌روز از تخیل به واقعیت نزدیک می‌شود، تصور آینده بدون هوش مصنوعی به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. استفاده از هوش مصنوعی در دنیای کسب‌وکار بسیار افزایش یافته است و اکنون برای تحقیقات بازار، پاسخ به خدمات مشتری، کمپین‌های بازاریابی، برنامه‌ریزی استراتژیک و بسیاری از اهداف دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد. بسیاری از رسانه‌هایی که با آن سروکار داریم به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که با افکار و نظرات ما هماهنگی داشته باشند و داده‌های آن بر اساس آنچه با آن سروکار داریم و موردعلاقه ما هستند، برای ما جمع‌آوری و تنظیم می‌شود. زیبایی آنجاست که هوش مصنوعی به متخصصان روابط عمومی اجازه می‌دهد تا مخاطبان خاص را با محتوای خاص و تبلیغات متناسب با آن‌ها هدف قرار دهند.

برخی از روابط عمومی‌ها از ترس از دست دادن شغل خود، در به‌کارگیری هوش مصنوعی کند بوده‌اند. هرچند که ممکن است این موضوع در برخی موارد درست باشد، اما یک قاعده کلی نیست. مطمئناً، هوش مصنوعی ممکن است برخی از درها را ببندد، اما در درازمدت درهای بیشتری را باز می‌کند. (Pavlik, 2007)

روزنامه‌نگاری خودکار

ماشین‌هایی که قادر به تولید خودکار اخبار هستند ممکن است برای روزنامه‌نگاران، رسانه‌ها، جامعه و شهروندان آزاردهنده باشد. به‌عنوان مثال، روزنامه‌نگاران ممکن است احساس کنند شغلشان در معرض خطر است، رسانه‌های با فناوری کمتر (مانند برخی مجلات و روزنامه‌ها) ممکن است مشکلات شدیدی برای رقابت با سایر رسانه‌ها داشته باشند، جامعه ممکن است کنترل خود را بر برخی از فعالیت‌های دموکراتیک از دست بدهد و شهروندان مجبور خواهند شد در مورد کیفیت و منبع اخباری که دریافت می‌کنند؛ پرس‌وجو کنند و این پرس‌وجو، فراتر از آن چیزی است که امروزه در آموزه‌های سواد رسانه‌ای آموزش داده می‌شود. به‌رحال، یک «الگوریتم هوش مصنوعی»^۱ که به‌عنوان یک روزنامه‌نگار عمل می‌کند، امکانات و نگرانی‌های جدیدی را به همراه می‌آورد زیرا بخشی از روزنامه‌نگاری درباره شکل‌گیری افکار عمومی، نظارت بر بازیگران و فعالیت‌های عمومی، حفظ اصالت روایت‌های عمومی و دفاع و ارتقای منافع عمومی است.

الگوریتم هوش مصنوعی تحولات مثبت بالقوه دیگری را نیز ممکن می‌سازد: پوشش بیشتر جریان اطلاعات، پوشش بیشتر مناطق، نظارت بیشتر بر فعالیت‌ها و بیشتر شنیده شدن صدای شهروندان. «روزنامه‌نگار خودکار»^۲ در حال حاضر نیز مشغول کار و انتشار اخبار است و اخباری که تولید می‌کند تجزیه‌وتحلیل شده و تحت ارزیابی خوانندگان قرار گرفته است.

تبلیغات خودکار

مردم تبلیغات آنلاین را با اینترنت، کامپیوتر و گوشی‌های هوشمند مرتبط می‌دانند. از ابتدا، مرور اینترنت مترادف با پنجره‌های بازشو، تبلیغات و توصیه‌های آنلاین بود که هر کلیک آن، مورد نظارت، ردیابی و استفاده برای اهداف بازاریابی در آینده بود. در واقع، ردیابی دیجیتال که ما به‌جا می‌گذاریم، پایگاه داده‌ای را برای فروش‌های خودکار آینده تغذیه می‌کند؛ زیرا الگوریتم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی قرار است داده‌های ما را تجزیه‌وتحلیل و مدیریت کنند و آن‌ها را به منفعت شخصی تبدیل کنند. اکنون هوش‌های مصنوعی در جایگاه فروشندگان مصنوعی می‌توانند باهم تعامل داشته و ارتباط برقرار کنند و نیازهای واقعی یا ذهنی مشتریان را محدود و سفارشی کرده و با هدف سود شرکت‌ها پیش ببرند که البته همیشه با منافع شهروندان و عموم همگرا نیست. به‌عنوان مثال، یک هوش مصنوعی که با هدف افزایش سود شرکت فعالیت می‌کند ممکن است مشتریان را به سمت بدهی‌های بلندمدت سوق داده و باعث شود که برنامه‌های خانواده‌ها برای استقلال مالی و پس‌انداز آسیب ببینند.

^۱ (AIA) artificially intelligent algorithm

^۲ (AJ) automated journalist

تبلیغات سیاسی خودکار

به نظر می‌رسد که تنش «جنگ سرد» به اینترنت منتقل شده است؛ فضای دفاع و حمله، انتشار دروغ‌ها و اطلاعات جعلی همچنین تلاش‌های تبلیغاتی و تشویقی. در چنین معاملاتی، بازیگران ممکن است کشورها، احزاب، سیاستمداران، افراد یا شرکت‌ها باشند. اگر تبلیغات سیاسی، بر اساس ارتباطات قدرت محور باشد، درک استفاده از الگوریتم‌ها برای مداخله در مناظره‌ها، شکل‌دهی به افکار عمومی، تولید و توزیع اخبار واقعی و جعلی، تخریب یا ارتقا شهرت شخصی یا سازمانی و دخالت در مبارزات سیاسی و حتی انتخابات داخلی یا خارجی آسان‌تر می‌شود. در هر صورت، ماشین‌های مجهز به هوش مصنوعی به‌عنوان یک جنگ‌افزار به‌صورت مثبت یا منفی در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی استفاده شده‌اند. با این حال، چنین مبارزه خودکاری برای تصمیم‌گیری درباره قدرت ممکن است به دموکراسی و نهادهای آن آسیب برساند.

باید بپذیریم که برخی از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، فعالیت‌های مربوط به تبلیغات، روزنامه‌نگاری، روابط عمومی و تبلیغات سیاسی را با موفقیت و البته تهدید نسبی انجام داده‌اند؛ حتی اگر کیفیت نتایج آن‌ها همچنان قابل بحث باشد، تأثیر بالقوه آن‌ها بر منافع عمومی و زندگی مردم نگران‌کننده‌تر از مشاغل است که ممکن است به‌واسطه آن‌ها از بین بروند. (Nobre, 2020)

روابط عمومی خودکار

حتی امروزه هم برخی فعالیت‌ها در روابط عمومی توسط الگوریتم‌ها انجام می‌شود؛ اما سطح استراتژیک‌تر روابط عمومی (مانند تحلیل عمیق، روابط اجتماعی، ارتباطات سیاسی، احساس و تجربه) همچنان در پایه انسانی استوار باقی مانده است؛ با این حال، در این سطح نیز الگوریتم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی با ربات‌های چت آگاه از زمینه، ماشین‌های حساس اجتماعی و عوامل مصنوعی متقاعدکننده سیاسی در حال پیشرفت هستند. تبلیغات تا به امروز هرگز از نظر فناوری آن قدر پیشرفته نبوده و همچنین در معرض دستاوردهای مخرب و گمراه‌کننده نیز نبوده است. باید تأثیر بالقوه‌ای را که این پیشرفت ممکن است بر منافع عمومی بگذارد، به خاطر داشت. (Liew, 2021)

هوش مصنوعی، تحول در روابط عمومی و ارتباطات

شبهتگی به رایانه و هوش مصنوعی عمیقاً در فرهنگ ما، به‌ویژه در صنعت سرگرمی، ریشه دارد. بسیاری از فیلم‌ها در زاویه ترسناک فناوری را نشان می‌دهند تا نشان دهند فناوری چگونه می‌تواند جهان را در آینده تسخیر کند. پیام رایج در بسیاری از این داستان‌ها به ما هشدار می‌دهد که برای حل مشکلات خود به‌شدت به فناوری تکیه نکنیم. (Aydinalp, 2020)

هوش مصنوعی و متخصصان روابط عمومی

هوش مصنوعی می‌تواند تلاش‌های روابط عمومی سازمان را با ارائه ابزارهایی که به قلب و ذهن مخاطبان هدف نفوذ می‌کند، بهبود بخشد. هوش مصنوعی این پتانسیل را دارد که کارشناسان روابط عمومی را از طریق بهینه‌سازی سئو، بهبود شخصی‌سازی مخاطبان و محاسبه پاسخ مخاطبان بهبود دهد. هوش مصنوعی می‌تواند به روابط عمومی‌ها در کشف داستان‌ها و چالش‌هایی در سازمانشان کمک کند که ممکن است خبرنگاران خاص در



برخی رسانه‌ها به دنبال آن باشند. بسیاری از متخصصان روابط عمومی در حال حاضر از هوش مصنوعی در خدماتی که برای نظارت، تجزیه و تحلیل وبسایت، گوش دادن به شبکه‌های اجتماعی «سوشال لیسنینگ»^۱ و موارد دیگر استفاده می‌شود، استفاده می‌کنند. فناوری در این زمینه به‌طور تصاعدی در حال رشد است. برخی از سیستم‌ها ادعا می‌کنند که می‌توانند امکان موفقیت یک کمپین انتخاباتی را پیش‌بینی می‌کنند و حتی پیشنهادهایی برای اصلاح بیانیه‌های مطبوعاتی سازمان‌ها، به آن‌ها ارائه کنند که توجه مخاطبانشان را به خود جلب کنند. در پایش رسانه‌ها، هوش مصنوعی می‌تواند موضوعات مرتبطی را به روابط عمومی‌ها پیشنهاد دهد که ممکن است بخواهند در پایش خود بگنجانند (یا حذف کنند). اگر از سرویسی برای پایش تصاویر (به‌جز متن) استفاده می‌کنید، احتمالاً از هوش مصنوعی برای تقویت آن جستجو استفاده می‌شود. مزایای هوش مصنوعی در روابط عمومی بسیار زیاد است، به‌طوری‌که هر هفته با پیشرفت و تکامل فناوری در پاسخ به تقاضاهای تجاری در حال تغییر، برنامه‌های کاربردی جدیدی ایجاد می‌شود. یکی از مزایای بی‌شمار هوش مصنوعی در روابط عمومی این است که متخصصان اکنون این فرصت را دارند که گردش‌های کاری روزمره را ساده کنند. حذف زمان موردنیاز برای انجام بسیاری از کارهای روزمره، مانند جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های مخاطبان، پایش رسانه‌ها و سوشال لیسنینگ می‌تواند فراغ بال بیشتری را برای خلاقیت بیشتر در تولید محتوا به روابط عمومی‌ها بدهد. (Lorica, 2018)

- چند مزیت دیگر استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات و روابط عمومی عبارتند از:
- تبدیل گفتار به متن از طریق فرایند پردازش زبان طبیعی که هوش مصنوعی در حال حاضر به نوشتن در سطح انسان رسیده است و این کار را در هر حوزه‌ای می‌تواند انجام دهد.
 - ترجمه فایل‌های صوتی و متنی به چندین زبان برای انتشار گسترده‌تر
 - هنگام نوشتن داستان‌های طولانی‌تر و پیچیده‌تر، هوش مصنوعی می‌تواند به شروع سریع فرآیند نوشتن کمک کند و زمان را برای کارهایی که برای انسان‌ها مناسب‌تر است، مانند روایت‌گری، آزاد کند. چیزی که هوش مصنوعی ندارد حس روایت است؛ همان چیزی که توجه خوانندگان را به خود جلب می‌کند. مشارکت انسانی هنوز برای این فرآیند ارتباطی حیاتی است که احتمالاً به این زودی نیز تغییر نمی‌کند.

هوش مصنوعی و تولید محتوا

معمولاً زمان زیادی برای تولید محتوای باکیفیت نیاز است. چه در حال ایجاد پست‌های وبلاگ، مقالات یا حتی برقراری ارتباط با مخاطبان خود از طریق رسانه‌های اجتماعی باشید، ایجاد محتوایی که خوانندگان شما را جذب کند می‌تواند فرآیندی زمان‌بر باشد. اینجاست که نرم‌افزار هوش مصنوعی در زمینه نوشتن می‌تواند کمک‌کننده باشد. این ابزارهای نوشتن را می‌توان در هر مرحله از فرآیند تولید محتوا، از ایده پردازی محتوا و تحقیق تا ویرایش‌های نهایی مورد استفاده قرار داد.

^۱ Social Listening

ممکن است این پیشرفت‌های هوش مصنوعی برای برخی از افراد ترسناک باشد، اما واقعیت این است که می‌تواند به شما کمک کند تا با کمترین تلاش، محتوای باکیفیت بالا تولید کنید و وقتی متوجه کارهایی که می‌توان با کمک هوش مصنوعی تولید کرد، می‌شوید؛ تلاش سازمان‌ها و شرکت‌ها برای ایجاد یک کپی‌رایت مؤثر (حق انحصاری پدیدآورنده اثر) معقول‌تر به نظر می‌رسد.

البته ابزارهای هوش مصنوعی در زمینه نوشتن نمی‌توانند جایگزین استعدادهای انسانی شوند؛ با این حال، می‌توانند برای کمک به آن‌ها مورد استفاده قرار گیرند، استفاده‌هایی از قبیل:

- تولید محتوای جذاب برای برند یا سازمان‌ها
- تولید سریع‌تر و کارآمدتر محتوا
- پیدا کردن کلمه کلیدی مناسب برای جلب توجه مخاطب
- کشف کردن لحن ایده آل برای داستان
- تولید محتوای بهینه‌شده برای پلتفرم‌های خاص

هنگامی که تولیدکنندگان محتوا، هوش مصنوعی را با استعدادهای خلاقانه خود ترکیب می‌کنند، مزایای هوش مصنوعی عملاً بی‌پایان است. (Smith, 2019)

درحالی‌که فناوری هوش مصنوعی ممکن است بیشتر از هر چیزی مرتبط با "علم" به نظر برسد، اما به حوزه‌های مختلفی از جمله روابط عمومی نیز مرتبط است. هوش مصنوعی را «اختلال استراتژیک^۱» در زمینه روابط عمومی می‌نامند. در روابط عمومی، هوش مصنوعی به‌عنوان "فناوری‌هایی که توانایی‌های شناختی انسانی را نشان داده و عملکردهای انسانی را در انجام فعالیت‌های روابط عمومی، به‌طور مستقل یا همراه با متخصصان روابط عمومی انجام می‌دهند" مفهوم‌سازی می‌شود. فناوری هوش مصنوعی موجود در روابط عمومی قادر به خودکارسازی وظایف تکراری، تفسیر مکالمات آنلاین، طراحی کمپین‌های مبتنی بر داده و حتی پیش‌بینی بحران خواهد بود. پیشرفت‌های این فناوری در همین‌جا متوقف نمی‌شود، بلکه با هوش مصنوعی، فعالیت‌های روابط عمومی به کار و زمان کمتری نیاز خواهد داشت و ارزش و دقت بالاتری تولید خواهد کرد و به همین دلیل است که ما به‌عنوان متخصصان روابط عمومی آینده باید به هوش مصنوعی اهمیت بیشتری بدهیم و مراقب آن باشیم. (Pemberton, 2019)

شکاف دانش در مورد هوش مصنوعی

در آینده همه سازمان‌ها و تیم‌های روابط عمومی آن‌ها، به‌طور فزاینده‌ای از هوش مصنوعی برای افزایش قابلیت‌های خود استفاده می‌کنند. رابطه رو به رشد بین هوش مصنوعی و روابط عمومی باعث خواهد شد که هوش مصنوعی در آینده روابط عمومی نقش کلیدی را ایفا کند، اما این بدان معنا نیست که روابط عمومی‌ها باید به فناوران خبره تبدیل شوند. در عوض، آن‌ها باید درک کافی از کاربردهای فعلی و بالقوه هوش مصنوعی داشته باشند تا بتوانند مشاوره آگاهانه‌ای را ارائه دهند. (West and Allen, 2018)

^۱ Strategic disruption

باوجود این واقعیت که تعداد ابزارهای هوش مصنوعی در دسترس متخصصان روابط عمومی با سرعتی تصاعدی در حال افزایش است، به نظر می‌رسد آگاهی کمی از تأثیر این فناوری بر سازمان‌ها و کسب‌وکارها بین متخصصان و دانشجویان روابط عمومی وجود دارد که این موضوع حاکی از آن است که در حال حاضر احتمالاً یک شکاف دانش در مورد سطح واقعی پیشرفت فناوری هوش مصنوعی وجود دارد. در آینده هر شرکتی تحت تأثیر فناوری هوش مصنوعی قرار خواهد گرفت؛ حتی شرکت‌هایی که کاملاً خارج از فضای فناوری فعالیت می‌کنند. (Elgan, 2016)

نگهبانان اخلاق و استفاده از هوش مصنوعی در روابط عمومی

روابط عمومی‌ها توصیه‌های استراتژیک را به همکاران و رهبران ارشد در شرکت‌ها و سازمان‌ها ارائه می‌دهند و مسئولیت حرفه‌ای در قبال جامعه و سازمان دارند تا به آن‌ها در تصمیم‌گیری خوب کمک کنند. این نقش نگهبان اخلاق است. تصمیم‌گیری در مورد نحوه استفاده سازمان‌ها از هوش مصنوعی تأثیرات اعتباری و رابطه‌ای خواهد داشت که بسیار فراتر از استفاده ما از ابزارهای مجهز به هوش مصنوعی است. زمینه‌ای که در آن و برای آن استفاده می‌شود از اهمیت حیاتی برخوردار است. به همین خاطر متخصصان روابط عمومی باید شش مسئله مهم را مدنظر داشته باشند. (Valin and Gregory, 2020)

۱- تغییر اجتماعی

هوش مصنوعی شیوه زندگی و کار ما را به شدت تغییر خواهد داد. کسانی که قادر به استفاده و تعامل با هوش مصنوعی باشند، سود خواهند برد و کسانی که به هر دلیلی نتوانند این کارها را انجام دهند، از مزایای آن محروم خواهند شد. این به این معنی است که سازمان‌ها و افرادی که منابع و دانش لازم را برای به دست آوردن رهبری در فضای هوش مصنوعی دارند، به برتری و قدرت قابل توجهی دست خواهند یافت؛ که این نه تنها شامل شرکت‌های بزرگ فناوری، بلکه شامل دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، مؤسسات بزرگ و رسانه‌های سنتی و غیرسنتی که هوش مصنوعی را پذیرفته‌اند نیز می‌شود. در آینده پرسش‌های بزرگی درباره مدیریت این تحولات در سطوح سازمانی، ملی و بین‌المللی مطرح خواهد شد و روابط عمومی‌ها باید در این گفتگوها درگیر بوده و این مباحث را اطلاع‌رسانی و هدایت کنند.

۲- تغییر در ماهیت کار

کسانی که احتمالاً در روابط عمومی تحت تأثیر منفی هوش مصنوعی قرار می‌گیرند، افراد با مهارت کمتر، با سطح تحصیلات پایین‌تر و به طور بالقوه، تازه‌واردان به کار خواهند بود؛ اما هوش مصنوعی بر همه کارها و همه حرفه‌ها تأثیر خواهد گذاشت؛ بنابراین، نه تنها وظایف تکراری، بلکه کارهای حرفه‌ای مانند کارهایی که توسط متخصصان روابط عمومی هنگام مشاوره در مورد بحران‌ها انجام می‌شود، می‌تواند زمینه‌های مهمی را به فرآیندهای مبتنی بر هوش مصنوعی و تصمیم‌گیری اختصاص دهد. با این حال، همچنین واضح است که مشاغلی که دارای «مهارت‌های انسانی» هستند، مانند مهارت‌های مدیریتی، اجتماعی و سوادآموزی - که یکی از آن‌ها روابط عمومی است - کمتر در معرض خطر هستند.

۳- قدرت

در آینده کسانی که می‌توانند از پتانسیل هوش مصنوعی استفاده کنند، قدرت زیادی خواهند داشت. آن‌ها داده‌های غنی در مورد بسیاری از افراد و گروه‌ها خواهند داشت و می‌توانند ترجیحات و رفتارهای آینده آن‌ها را پیش‌بینی کرده و سریع‌تر و هوشمندانه‌تر به آن‌ها خدمت کنند؛ و حتی زیرکانه و پنهانی آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده و به‌جایی هدایت کنند که ممکن است انتخاب نکرده باشند. در روابط عمومی، ما در میانه این فضا هستیم: ما از قدرت متقاعدسازی برای طیف وسیعی از زمینه‌ها از جمله فروش، جذب خدمات، کمپین‌های سیاسی، تغییر رفتار و انطباق استفاده می‌کنیم. نمایه‌سازی افراد از داده‌های آن‌ها برای بهبود ارتباطات و هدف‌گذاری اکنون نسبتاً آسان، اما موضوع بحث‌و‌جدل است. شناخت قدرت و پتانسیل خوبی و بدی ابزارها و هوشی که در اختیار داریم اولین قدم در شناخت نیاز ما به استفاده اخلاقی از آن‌هاست.

۴- الگوریتم‌ها

الگوریتم‌ها به مثابه موتوری هستند که از داده‌ها به‌عنوان سوخت استفاده می‌کنند. مشکلی که الگوریتم‌ها دارند این است که تفاوت‌های ظریف را به‌خوبی تشخیص نمی‌دهند. آن‌ها تقریباً طرح محور هستند؛ طرح‌هایی که انسان‌ها برنامه‌ریزی می‌کنند و نحوه ساخت آن‌ها شفاف نیست. متخصصان روابط عمومی باید از همان ابتدا بخشی از تمام تیم‌های سازنده هوش مصنوعی باشند تا در نقش ما به‌عنوان نگهبان اخلاق، سؤالات اخلاقی سختی را که متخصصان فناوری و هوش مصنوعی به آن فکر نمی‌کنند، مطرح کنند. برای انجام این کار، متخصصان روابط عمومی نیاز به درک قوی از کاربردهایی که الگوریتم‌ها باید برای آن‌ها استفاده شوند، نحوه طراحی آن‌ها و اخلاق داده‌ها و اخلاق هوش مصنوعی و همه چیزهایی که این الگوریتم‌ها را شامل می‌شود، دارند.

۵- مسائل مربوط به کنترل حریم خصوصی و شفافیت

همواره کشمکی بین اشتیهای هوس‌انگیز هوش مصنوعی برای جمع‌آوری داده‌ها و اصول به حداقل رساندن داده‌های شخصی و شفافیت در پردازش آن‌ها توسط هوش مصنوعی وجود دارد که می‌تواند به کاهش سوگیری هوش مصنوعی کمک کند. همچنین مسائلی پیرامون جمع‌آوری داده‌ها نیز وجود دارد. شرکت‌هایی که هوش مصنوعی را توسعه می‌دهند، یا آن‌هایی که یک سیستم هوش مصنوعی را راه‌اندازی می‌کنند، باید به‌دقت بررسی کنند که آیا آموزش الگوریتم‌ها و داده‌های آن واقعاً باید شامل اطلاعات شخصی باشد یا اینکه مجموعه داده‌ها ناشناس باشد. آگاهی عمومی از مسائل مربوط به جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و اشتراک‌گذاری داده افزایش یافته است و انتظارات در مورد نحوه مدیریت داده‌ها در نتیجه قوانینی مانند «مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اروپا»^۱ و معادل آن در سایر کشورها و به دلیل نقض حریم خصوصی مردم و نشر اطلاعات آن‌ها توسط شرکت‌های بدنامی مانند فیس‌بوک تغییر کرده است.

با این حال، انتظارات کاربر به حریم خصوصی محدود نمی‌شود. آن‌ها عبارتند از:

- کنترل نحوه استفاده از داده‌ها

^۱ (GDPR) General Data Protection Regulation

• محدودیت در مدت و ماهیت ذخیره‌سازی داده‌ها
 • شفافیت بهتر، از نظر اینکه چه داده‌هایی جمع‌آوری می‌شود، با چه کسانی به اشتراک گذاشته می‌شود و برای چه چیزی استفاده می‌شود. این باید شامل تجمیع آن با هر داده دیگری باشد که در آن هوش مصنوعی درگیر است.

در صورت رعایت حریم خصوصی داده‌ها در هوش مصنوعی می‌توان به یک نتیجه برد-برد دست پیدا کرد. علاوه بر مدیریت اخلاقی، داده‌ها باید به صورت ایمن نیز مدیریت شوند، زیرا امنیت ضعیف داده‌ها می‌تواند از نظر اعتبار و اعتماد عواقب ناگواری به دنبال داشته باشد. در نهایت، نحوه طراحی سیستم‌ها برای استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده نیز نیاز به بررسی دارد.

همان‌طور که در *GDPR* و قوانین مشابه حفاظت از داده آمده است، حریم خصوصی باید با طراحی در یک سیستم هوش مصنوعی گنجانده شود. توسعه‌دهندگان، با پشتیبانی متخصصان روابط عمومی، باید مستندسازی کنند و در مورد چگونگی رعایت الزامات حفاظت از داده و حریم خصوصی برای ایجاد سیستم‌های مدیریت مسائل قوی و محافظت در برابر چالش‌های سازمانی شفاف باشند. چنین سیستم‌هایی باید به مسائلی از قبیل:

- تأثیر بر حریم خصوصی
- هنگامی که دسته‌های خاصی از داده‌های شخصی در مقیاس بزرگ استفاده می‌شوند
- فرآیندهای هوش مصنوعی و اهداف آن‌ها
- آیا فرآیند ضروری است یا خیر
- ریسک نسبی که پردازش‌های هوش مصنوعی برای حقوق افراد، از جمله حق حفظ حریم خصوصی به همراه دارد
- اقدامات پیش‌بینی‌شده برای مدیریت ریسک
- حقوق صاحب داده (فرد) برای تصحیح خطاها و "انصراف" در صورتی که نخواهد از داده‌های او به روش‌های خاصی استفاده شود.

۶- جهت‌گیری

داده‌های ناقص یا نادرست مورد استفاده برای آموزش الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌تواند منجر به جهت‌گیری و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های پرمخاطره شود و به‌طور بالقوه منجر به تقویت سوگیری‌های اجتماعی موجود شود. شواهدی مبنی بر ایرادات و جهت‌گیری‌های نژادی در نرم‌افزار تشخیص چهره مجهز به هوش مصنوعی، آمازون، آی بی ام و مایکروسافت را بر آن داشت که چنین سیستم‌هایی را در ژوئن ۲۰۲۰ کنار بگذارند چراکه جمع‌آوری و مدیریت داده‌ها به این روش نیز می‌تواند منجر به سوگیری در نتایج شود. سوگیری‌های انسانی و حتی سوگیری‌های سازمانی می‌توانند بر نحوه طبقه‌بندی داده‌ها یا مواردی که از مجموعه داده‌ها حذف می‌شوند تأثیر بگذارند. داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق منابع جمعی، خریداری‌شده از اشخاص ثالث یا از طریق اپلیکیشن‌ها ممکن است به دلیل تنوع افراد، دچار سوگیری باشند.

هوش مصنوعی را می‌توان تماماً برای تقویت سوگیری نیز استفاده کرد. شرکت‌های بیمه به‌طور هدفمند بین مشتریان تبعیض قائل می‌شوند تا ریسک ممکن را به حداقل برسانند، همان کاری که بانک‌ها هنگام اعطای وام انجام می‌دهند. سیستم‌های هوش مصنوعی اکنون برای پشتیبانی از تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌های اعطای وام

مسکن استفاده می‌شوند. مهم است که زمینه استفاده از هوش مصنوعی مشخص شود و نقش روابط عمومی نیز در آن باید گنجانده شود زیرا هوش مصنوعی تأثیر زیادی بر موارد زیر خواهد داشت:

- چگونه سازمان‌ها کسب‌وکار خود را شکل می‌دهند (که نیاز به ارتباط دارد)
- چگونه تصمیمات خود را می‌گیرند (که در قبال آن پاسخگو خواهند بود)
- چگونه قدرت خود را اعمال می‌کنند و در جامعه رفتار می‌کنند (که بر شهرت و روابط آن‌ها تأثیر می‌گذارد)
- چگونه از منابع خود استفاده می‌کنند (که بر فرهنگ آن‌ها تأثیر می‌گذارد). (Ismail, 2018)

پیامدهای اخلاقی استفاده از هوش مصنوعی در روابط عمومی

به‌زودی شاهد استفاده روزافزون از ابزارهای دارای هوش مصنوعی در روابط عمومی خواهیم بود. کارکردهایی از جمله نوشتن محتوا، بهبود تشخیص و مدیریت ریسک، پیش‌بینی جریان‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل احساسات بین مخاطبان و کارمندان، کمک به کاهش بحران‌های احتمالی از طریق تجزیه و تحلیل‌های پیش‌بینی‌شده و کمک به ارزیابی عملکرد، به‌علاوه بسیاری از برنامه‌های کاربردی دیگر که به سازمان‌دهی و گردش کار کمک می‌کنند، به‌عنوان مثال برای اجرای یک کمپین روابط عمومی. (Monsees, 2019)

استفاده یا خرید ابزارهای مجهز به هوش مصنوعی

تصمیم‌گیری اخلاقی و ملاحظات کلیدی در مورد استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی درست از ابتدا و در زمان خرید آن باید شروع شود:

- داده‌هایی که یک ابزار هوش مصنوعی را تغذیه می‌کنند چگونه، از چه کسی، کجا و در چه تاریخ جمع‌آوری شده‌اند.
- نحوه استفاده از مقررات حفظ حریم خصوصی داده‌ها در این ابزار هوش مصنوعی چگونه است.
- چگونه این ابزار هوش مصنوعی ساخته و آزمایش شده است (از جمله آزمایش جهت‌گیری).
- مؤلفه‌های این ابزار هوش مصنوعی در واقع چیست و چه کاری انجام می‌دهد.
- چه تأثیراتی بر انسان خواهد داشت، از جمله فکر کردن به پیامدهای ناخواسته.
- این ابزار هوش مصنوعی در چه نوع سیستم حکومتی قرار می‌گیرد یا به چه نوع سیستم حکومتی نیاز دارد. (Andrews, 2017)

نتیجه‌گیری

بارها گفته شده است که قدرت زیاد مسئولیت زیاد نیز به همراه دارد. قدرت هوش مصنوعی بسته به دیدگاه استفاده‌کننده، آن را هیجان‌انگیز یا ترسناک می‌کند. هوش مصنوعی در برخی از حوزه‌های اقتصاد به‌سرعت در حال رشد است؛ اگرچه این رشد در حوزه روابط عمومی چندان زیاد نیست، اما باید مراقب نحوه طراحی، ساخت و استفاده از هوش مصنوعی در روابط عمومی بود تا اطمینان حاصل شود که هوش مصنوعی به‌صورت شفاف و در جهت منافع عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با وجود اینکه ابزارهای اتوماسیون و هوش مصنوعی زیادی در دسترس متخصصان روابط عمومی وجود دارد، اما به نظر می‌رسد که یا استفاده از هوش مصنوعی در سطح پایینی انجام می‌گیرد و یا متخصصان روابط عمومی در حال حاضر بدون اطلاع از ابزارهای هوش مصنوعی از آن‌ها



استفاده می‌کنند. هوش مصنوعی با وجود اینکه می‌تواند یک ابزار مفید باشد، اما می‌تواند مملو از خطرات نیز باشد. فقط به این دلیل که کاری را می‌توان انجام داد به این معنی نیست که آن کار باید انجام شود که این موضوع، درون‌مایه تصمیمات اخلاقی است که انتخاب‌های متفکرانه و سنجیده را رقم می‌زند؛ بنابراین متخصصان روابط عمومی به‌جای اینکه با دلهره به هوش مصنوعی نگاه کنند، باید تمام کارهایی را که می‌توان توسط هوش مصنوعی انجام داد در نظر بگیرند تا به یک روابط عمومی حرفه‌ای برای آینده تبدیل شوند. این امر به متخصصان روابط عمومی اجازه می‌دهد تا بر روی کارهایی تمرکز کنند که نمی‌توانند خودکار شوند، مانند طوفان فکری، ایده‌های خلاقانه و تصمیم‌گیری در مورد توصیه‌هایی که باید به مشتریان خود ارائه دهند، در مقابل کارهای تکراری که در حال حاضر شما را از تعامل با مشتریان خود دور می‌کند. همان‌طور که هوش مصنوعی به کارآمدتر کردن زندگی کاری روابط عمومی‌ها ادامه می‌دهد، افراد بیشتری به سمت آن جلب می‌شوند و مزایای فراوان آن را می‌بینند. این فناوری آینده است، بنابراین اکنون زمان آن است که از آن برای کمک به سازمان خود و در نهایت به مشاغل و برندهایی که روی آن‌ها کار می‌کنیم، هوشمندانه استفاده کرد. اشتغال در دنیای مجازی یکی از اصطلاحاتی خواهد بود که در آینده نه‌چندان دور و با توسعه متاورس رواج خواهد یافت و فرصتی را برای ایجاد روابط عمومی متاورس فراهم خواهد کرد، لذا سازمان‌ها و کسب‌وکارها علاوه بر سرمایه‌گذاری برای توسعه متاورس و آینده‌نگری برای تولید محصولاتی که قابلیت عرضه در این دنیا را داشته باشند با چالشی بزرگ‌تری روبرو خواهند بود و آن چیزی نیست جز داشتن یک تیم حرفه‌ای از کارشناسان روابط عمومی متاورس برای ارتباط با مخاطبان و مشتریان و عرضه خدمات و محصولات در دنیایی که مردم در آن به دنبال خلاقیت و نوآوری هستند و شیوه‌های رایج تعامل و بازاریابی دیگر برای مردم جلب‌توجه نخواهد کرد.

منابع

- احمدی، یحیی و کریم خانی، مسعود (۱۴۰۰). روابط عمومی در متاورس: آنچه باید بدانیم، سومین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین روابط عمومی ایران، <https://civilica.com/doc/۱۴۳۱۷۳۴>
- احمدی، یحیی و کریم خانی، مسعود (۱۴۰۰). روابط عمومی در بحران: تاثیر کرونا بر جایگاه روابط عمومی، سومین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین روابط عمومی ایران، <https://civilica.com/doc/۱۴۳۱۷۳۳>
- سفیدی، هوشمند (۱۳۸۸). روابط عمومی برتر: (اصول و نظریه‌های روابط عمومی)، تهران، مؤسسه تحقیقات روابط عمومی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اداره کل تبلیغات. صفحات ۱۷۷ تا ۱۸۳.
- John V, Pavlik. (2007). Mapping the Consequences of Technology on Public Relations, Institute for Public Relations, Retrieved from: <https://instituteforpr.org/mapping-technology-consequences/>
- Alawaad, Haitham Abdelrahman. (2021). The role of Artificial Intelligence (AI) in Public Relations and Product Marketing in Modern Organizations, Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, Vol.12 No.14. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/351918568_The_Role_of_Artificial_Intelligence_in_Marketing

Valin, Jean and Gregory, Anne. (2020). Ethics Guide to Artificial Intelligence in PR, Canadian Public Relations Society, Retrieved from:

<https://www.researchgate.net/publication/344191652>

Aydınalp , Şükran Güzin Ilıcak. (2020). Artificial Intelligence (A.I.) from Public Relations Perspective, Retrieved from:

<https://www.researchgate.net/publication/349379762/>

Liew, Fifi Ee En. (2021). Artificial Intelligence Disruption in Public Relations: A Blessing or A Challenge?, Faculty of Humanities & Health Sciences, Curtin University Malaysia, Retrieved from: <https://tecnicoscientifica.com/journal/jdmc/article/view/45>

Nobre, Guilherme. (2020). Artificial Intelligence (AI) in communications : journalism, public relations, advertising, and propaganda, Retrieved from:

<https://www.researchgate.net/publication/343425849/>

Monsees, Linda. (2019). Public relations: Theorizing the contestation of security technology, Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0967010619870364>

Andrews, W and Hare, J. (2017). Questions to Ask Vendors That Say They Have ‘Artificial Intelligence’, Retrieved from: www.gartner.com/en/documents/3779264/questionsto-ask-vendors-that-say-they-have-artificial-i

Elgan, M. (2016). Artificial intelligence needs your data, all of it, ComputerWorld, Retrieved from: www.computerworld.com/article/3035595/artificial-intelligence-needs-your-data-all-of-it.html

Ismail, N. (2018). The success of artificial intelligence depends on data, Information Age, Retrieved from: www.information-age.com/success-artificial-intelligence-data-123471607/

Larsson, N. (2019). It’s an educational revolution’: how AI is transforming university life, The Guardian, Retrieved from: www.theguardian.com/education/2019/apr/17/its-an-educational-revolutionhow-ai-is-transforming-university-life

Lorica, B. (2018). Data collection and data markets in the age of privacy and machine learning, O’Reilly, Retrieved from: www.oreilly.com/ideas/data-collection-and-data-markets-in-the-age-of-privacy-and-machine-learning

Pemberton, C. Gartner . (2019). Predicts 2019: In Search of Balance in Marketing, Retrieved from:[www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-predicts-2019-in-search-of-balance inmarketing/](http://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-predicts-2019-in-search-of-balance-inmarketing/)

Smith, D. (2019). What is AI Training Data?, Retrieved from:<https://genko.ai/articles/what-is-ai-training-data/>

West, D and Allen, J. (2018). How Artificial Intelligence is Transforming the World, Brookings Institution, Retrieved from:www.brookings.edu/research/how-artificial-intelligence-istransforming-the-world/