

فصلنامه پژوهش‌های نوین در علوم ارتباطات

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

شماره شاپا ۱۸۷۱-۲۸۲۱

زمستان ۱۴۰۳ - شماره پیاپی پانزدهم

در این شماره می‌خوانید:

تأثیر مدیریت آموزش و ارتباطات بر شیوه‌های عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران
دکتر یلدا دلگشایی؛ مریم هلالی

رابطه منبع کنترل با حل مسئله در دانش آموزان مقطع متوسطه
زهرا خوش اخلاق؛ دکتر محمد رضا حقیقی

گذر از روابط عمومی سنتی به مدرن
سرکار خانم دکتر خوشنویس؛ بهرام فرهی؛ سید مهدی حصاری

بررسی تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروند سازمانی در شهرداری منطقه ۱۰ تهران
دکتر محمد رضا حقیقی، حسین شاهانی، سمیرا مویدی

بررسی ارتباط تیزهوشی با میزان یادگیری تحصیلی دانش آموزان پایه ششم ابتدایی شهر تهران منطقه ۴
دکتر پرستو خسروی؛ مرضیه پارسا نژاد

بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران
دکتر یلدا دلگشایی؛ ستاره سپهری

بررسی تأثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند (مطالعه موردی: بانک رفاه کارگران شهر تهران)
دکتر مهدی شریعتمداری؛ ستاره سپهری

تأثیر مدیریت آموزش و ارتباطات بر شیوه‌های عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران دکتر یلدا دلگشایی

استادیار پایه ۱۵، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مریم هلالی

دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

چکیده

آموزش و پرورش به عنوان یکی از خرده نظام‌های جامعه نقش مهمی را در فرآیند توسعه به عهده دارد. در فرآیند توسعه درونی آموزش و پرورش، تغییر و تحول در ساختار، اهداف و روش‌ها ضرورتی اجتناب ناپذیر است و یکی از راه‌های تغییر و تحول در آموزش و پرورش و به تبع آن مدیریت آموزشی کاربرد سبک‌های مدیریت اثربخش است. ارتباطات سازمانی به فرآیند انتقال داده‌ها و مفاهیم، بین افراد یک سازمان یا افرادی که به صورت بالقوه با سازمان در ارتباط هستند گفته می‌شود. بدیهی است که هر سازمانی اهداف و منافع خودش را دنبال می‌کند که ارتباط مؤثر درون سازمانی به این امر کمک شایانی خواهد کرد. هدف از این مقاله بررسی تأثیر مدیریت آموزش و ارتباطات بر شیوه‌های عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران است. که از بعد جهت‌گیری تحقیق، کاربردی؛ از بعد رویکرد تحقیق، استقرایی؛ از بعد انتخاب روش پژوهش، کیفی - کمی؛ از بعد مکانی تحقیق، کتابخانه‌ای و میدانی؛ از بعد راهبرد پژوهش، همبستگی؛ از بعد هدف، توصیفی و از بعد شیوه گردآوری داده‌ها، مصاحبه و پرسشنامه است. جامعه آماری این مقاله شامل کلیه معاونین و کارشناسان آموزش و پرورش منطقه ۱۶ با نمونه آماری ۱۰۰ نفر مشخص شده و از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات و مصاحبه و پرسشنامه پرسشنامه‌های استاندارد می‌باشد. آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون و آزمون فریدمن و با به کارگیری نرم‌افزار SPSS انجام شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات نشان داد بین سبک مدیریت رابطه مدار و ضابطه مدار با عملکرد و بین سبک مدیریت رابطه مدار با جویادگیری و بین سبک مدیریت رابطه مدار با جویادگیری و بین سبک مدیریت رابطه مدار با جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: سبک مدیریت، جویادگیری، ارتباطات، عملکرد سازمانی



مقدمه

اگر یک سازمان بخواهد جایگاه خود را در دنیای پرشتاب علم و تکنولوژی حفظ کرده و به نحوی عمل کند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که زمینه‌های بهبود عملکرد خویش در برابر ذی‌نفعان را فراهم نماید. عملکرد سازمان از دستیابی به اهداف سازمانی و اجتماعی یا فراتر رفتن از آنها و انجام مسئولیت‌هایی که سازمان برعهده دارد (میرفلاح، ۱۳۹۸، ۵۱). در تعریف دیگر می‌توان گفت، عملکرد سازمان بیانگر میزان فعالیت‌های شرکت در یک دوره زمانی خاص است که منجر به کسب درآمد، سود و یا افزایش ثروت سهامداران خواهد شد (بلوچی، ۱۳۹۷، ۴۷۶). صرف نظر از عملکرد سازمان، برخی از پژوهشگران همچونی لیاو (۲۰۱۲)، اذعان دارند، «سازمان نمی‌تواند رشد یابد مگر آنکه بتوان یادگیری سازمانی را در سازمان بهبود بخشید» و یا الگبو (۲۰۱۳)، اذعان داشته‌اند «بهبود یادگیری سازمانی می‌تواند انتظار داشت تا عملکرد سازمان رشد داشته و در نهایت سازمان به عنوان یک سازمان اثربخش معرفی گردد». اما یادگیری سازمانی نیاز دارد تا جو یادگیری در سازمان پایه‌ریزی گردد که در تعریف آن می‌توان گفت، جو یادگیری جوی است که در آن، یادگیری و دانش با ارزش تلقی شود و پرسش و کسب تجربه تشویق شود و افراد برای به اشتراک گذاشتن دانش، حس اعتماد داشته باشند و در گروه‌های کاری به تبادل نظر پرداخته و شکوفایی پیدا کنند (دادگرپناه، ۱۳۹۲، ۶۵).

در بیشتر سازمان‌ها، مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش می‌باشند. به عبارت دیگر، اگر سازمان‌ها بخواهند جایگاه خود را حفظ کرده و به نحوی عمل کنند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که در عملکرد خود تجدیدنظر کنند. درواقع، عملکرد سازمان از عواملی است که دوام و بقای آن را در دنیای پرقاب‌ت فعلی تضمین می‌کند و موجب استفاده بهینه از کلیه امکانات مادی و معنوی سازمانی می‌شود. درواقع، اهمیت عملکرد سازمانی به حدی است که می‌تواند عامل تشخیص صعود یا نزول سازمان‌ها در عصر رقابتی کنونی باشد (خمش آیا، ۱۳۹۸، ۲۱۳).

سازمان‌هایی همچون آموزش و پرورش که نقش مهمی را در جامعه ایفا می‌نماید، باید پویا بوده و مدیران و کارکنان آنها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. اما با تغییر شرایط امروزه سازمان نسبت به گذشته، این امر با راه حل‌های دیروز امکان‌پذیر نیست و این سازمان باتوجه به مسئولیتش در تربیت میلیون‌ها دانش‌آموزان و با توجه به اینکه بخش زیادی از کارمندان دولت را کارکنان این سازمان تشکیل می‌دهند، نیازمند نگاهی نو و راهکارهایی نو برای بهبود شرایط عملکردی خویش است و به عبارت دیگر تحول در آموزش و پرورش ضرورتی انکارناپذیر و امری بدیهی محسوب می‌شود. ضمن آنکه ارائه شیوه‌ای جدید از تلفیق تجارب مفید گذشته و برنامه‌های آموزشی و پرورشی پیش‌رو با نگاه به توسعه جهانی و فواید و مضرات آموزش جهانی و با حفظ اصول و

ارزش‌های مقدس نظام جمهوری اسلامی این ضرورت را مضاعف می‌نماید. براین اساس، این پژوهش با توجه به اهمیت عملکرد و جویادگیری در رشد کمی و کیفی خدمات سازمان، ارتباط سبک مدیریت با جو یادگیری و عملکرد سازمانی درآموزش و پرورش منطقه ۱۶ را مورد مطالعه قرار داده است تا به این سوال کلی پاسخ دهد که آیا سبک مدیریت با جو یادگیری و عملکرد سازمانی درآموزش و پرورش ارتباط دارد؟

پیشینه تحقیق

یادگیری سازمانی مهمترین راه بهبود عملکرد در درازمدت است در آینده نزدیک تنها سازمانی می‌تواند ادعای برتری کند که بتواند از توانمندی‌ها، تعهد و ظرفیت یادگیری افراد در تمام سطوح سازمان به طور مطلوب بهره برداری نماید و سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا ارزش دانش جدید را درک کرده و آن را در سامانه‌ها و رویه‌های روزمره به کار گیرند (مایر، ۲۰۱۴). یادگیری سازمانی زمانی رخ می‌دهد که اعضا به صورت آشکار به تغییرات محیط بیرونی و درونی و اصلاح اشتباهات بین بازدهی‌ها و انتظارات پاسخ دهند. اصلاح اشتباهات از طریق اصلاح استراتژی‌های سازمانی، پیش فرض‌ها و هنجارها به منظور دستیابی به بازدهی‌ها و انتظارات صورت می‌گیرد و سپس، در حافظه سازمانی ذخیره می‌شود (سنجری، ۱۳۹۹، ۲۵۲).

در واقع، در شرایط جدید، سازمان‌هایی موفق‌تر هستند که زودتر، سریع‌تر و بهتر از رقبای یاد بگیرند. یادگیری سازمانی مهمترین راه بهبود عملکرد در درازمدت است در آینده نزدیک تنها سازمانی می‌تواند ادعای برتری کند که بتواند از توانمندی‌ها، تعهد و ظرفیت یادگیری افراد در تمام سطوح سازمان به طور مطلوب بهره برداری نماید. در یادگیری سازمانی، اعضای سازمان با تشخیص اشتباه‌ها و عامل به وجود آورنده آنها و نیز اصلاح اشتباه‌ها، برای آینده درس گرفته و برای رویارویی با تهدیدات و حوادث احتمالی آماده می‌شوند (یعقوبی، ۱۳۹۴، ۳۹).

سازمانی را نمی‌توان یافت که رشدی مستمر و موفقیتی پایدار را تجربه کرده باشد، مگر آنکه توسط مدیر یا تیمی از مدیران و رهبران شایسته و کارآمد اداره و هدایت شده باشد (شام^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). در واقع، مدیریت در سازمان یکی از عوامل موفقیت سازمان است. سازمان با مدیریت شایسته به سوی کمال پیش می‌رود، بدون مدیریت موثر بقاء سازمان دچار مخاطره می‌گردد. بنابراین سازمان‌های موفق به مدیرانی نیازمندند که با ژرف نگر، مسیر آینده سازمان را مشخص سازند، افراد را به آن مسیر هدایت کنند و انگیزه ایجاد تحول را در کارکنان به وجود آورند. در این بین مدیران از شیوه‌های در اعمال نفوذ بر گروه و سوق دادن آن به اهداف مورد نظر استفاده می‌برند که سبک مدیریت نامیده می‌شود (مطلبی، ۱۳۹۷، ۹۵). مدیران سازمان‌های مختلف باید واجد مهارت‌ها و توانایی‌هایی باشند که آنها را به پاسخگویی مسایل انسانی و شغلی



قادر سازد. به اعتقاد مینتزبرگ^۱ چنانچه در رأس سازمان‌ها، مدیرانی کارآمد، شایسته، ماهر، باتجربه و کاملاً آگاه به اصول و فنون مدیریت قرار گیرند موفقیت سازمان‌ها در رسیدن به اهداف خود تضمین خواهد شد. در واقع، مینتزبرگ (۱۹۸۵)، اظهار می‌دارد که «سازمان موفق مشخصه‌ای دارد که به وسیله آن از سازمان ناموفق شناخته می‌شود و آن چیزی نیست به جز مدیریت و رهبری پویا و اثربخش» (شمسی، ۱۳۹۶، ۷۲). همچنین، سازمان‌ها به مدیران و کارکنان اثربخش^۲ و کارآمد^۳ نیاز دارند تا بتوانند به اهداف خود در جهت رشد و توسعه همه جانبه دست یابند. بنابراین، موفقیت سازمان‌ها بدون مدیران توانمند ممکن نیست و مدیران توانمند نیز باید از مهارت‌های کافی و مورد نیاز بهره‌مند باشد (شیرزاد، ۱۳۹۶، ۸۸). از سویی، چنانچه در راس سازمان‌ها، مدیرانی کارآمد، شایسته، ماهر، باتجربه و کاملاً آگاه به اصول و فنون مدیریت قرار گیرند، موفقیت سازمان در رسیدن به اهداف سازمانی تضمین خواهد شد (حافظی، ۱۳۹۶، ۱۳۶).

سبک مدیریت، روشی را به تصویر می‌کشد که در آن رهبر تلاش می‌کند تا در رفتار زبردستان تأثیر بگذارد، برای هدایت گروه تصمیم‌گیری نماید و بین وظیفه دستیابی به هدف و وظیفه نگهداری از گروه، تعادل ایجاد کند (دلجوی، ۱۳۹۷، ۶۴). سبک مدیریت شامل انتخاب رویه و روش مدیریتی مبتنی بر چهارچوب و محدوده‌ای از دستورالعمل، قوانین و خط مشی‌های سازمانی است که سازمان برای مدیر تعیین می‌کند که روش یاد شده بالا با نیازها، موقعیت زمانی و مکانی و همچنین شخصیت افراد ارتباط تنگاتنگی دارد (ظهرایی، ۱۳۹۷، ۴۲).

مدیران به دنبال ارتقاء و بهبود عملکرد خویش می‌باشند. به عبارت دیگر، امروزه اگر کسب و کارها بخواهند جایگاه خود را حفظ کرده و به نحوی عمل کنند که باعث بقاء، توسعه و موفقیتشان شود، ضروری است که در عملکرد خود تجدید نظر کرده و تعهدات خود نسبت به ارباب رجوعان را به درستی ایفا کنند (امینی، ۱۳۹۶، ۱۶). در واقع، برای هر مدیر یا متخصص در مدیریت کسب و کار، عملکرد^۴ مهمترین نگرانی است و افزایش عملکرد سازمان یک هدف است که هر سازمانی آن را دنبال می‌کند. سازماندهی عملکرد را می‌توان به سادگی به عنوان عملکرد شرکت در مقایسه با اهداف آن تعریف کرد. عملکرد یکی از مفاهیم بنیادین در مدیریت محسوب می‌شود چرا که بسیاری از وظایف مدیریت بر اساس آن شکل می‌گیرد. در واقع، امروزه هدف اصلی سازمان‌ها، ارتقای عملکرد و رسیدن به سطحی از تعالی و پایداری برای بقاء، رشد و سودآوری و پاسخگویی به نیازهای جامعه است. فرهنگ انگلیسی آکسفورد عملکرد را به عنوان «اجرا، به

-
1. . Mintzberg
 - 2.. Effective Staff
 - 3.. Efficient
 - 4.. Performance

کار بستن، انجام دادن هر کار منظم یا تعهد شده“ تعریف می‌کند. یولدز^۱ (۲۰۱۴)، تأکید دارند که عملکرد، توصیفی از میزان دستیابی به اهداف بر اساس خروجی به دست آمده در پایان یک دوره تجاری است (منگلی، ۱۳۹۶، ۱۰۳).

ارتباطات الکترونیک بر ابعاد ارتباطات سازمانی تأثیرگذار است. این تأثیر بیشتر در افزایش حوزه روابط انسانی در سازمان، افزایش بهره‌وری کارکنان، کاهش تنش در محیط کار، تربیت نیروی انسانی کارآمد و ماهر، کاهش بوروکراسی اداری و سلسله مراتب سازمانی مشاهده می‌شود. همچنین استفاده از ارتباطات الکترونیک در کاهش زمان تبادل اطلاعات و دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی نقش عمده‌ای داشته است و نیز در ایجاد کانال‌های جدید ارتباطی موفق عمل کرده است. (نازنین ملکیان، و رضا علی پور، ۱۳۹۱، ۱۰۱) اگرچه وظایف مدیریتی با ظهور چالش‌هایی نظیر تغییرات تکنولوژیکی، تنوع نیروی کار جهانی‌سازی و تأکید بر گروه‌های کاری تغییر یافته است همچنان هم به برقراری ارتباطات مؤثر مدیران با کارکنان تأکید شده است (Linstead, Fulop & Lilley, ۲۰۰۴)

مهارت‌های ارتباطی مدیران اعتماد لازم را جهت تشویق دیگران به پیروی، تقویت و ایجاد می‌کند. بدون برقراری ارتباطات مؤثر، مدیر رهبر مؤثری نیست. در حقیقت توان برقراری ارتباطات مؤثرچیزی است که مدیر را قادر می‌سازد به موقعیت رهبری نزدیک شود (Bowman, Jones & Peterson, ۱۹۶۴ Mahoney)

روبلو و گومز^۲ (۲۰۱۱)، تجربه آموزشی، ریسک‌پذیری، تعامل با محیط خارجی، علاقه‌مندی کارکنان، تعهد و حمایت مدیران و تصمیم‌گیری مشارکتی از عوامل مؤثر بر یادگیری سازمانی هستند. اندرو^۳ و همکاران (۲۰۱۶)، در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که یادگیرنده شدن سازمان نیازمند کسب تجارب مداوم و تجمعی در زمینه‌های خاص است. مطالعات سلیم و سولیمان^۴ (۲۰۱۱)، نشان داد که نوآوری از عوامل عوامل کلیدی مؤثر بر یادگیری سازمانی است. چو و چن^۵ (۲۰۱۲) با مطالعه صنعت اطلاعات، ارتباطات و الکترونیک تایوان به این نتیجه دست یافتند که گشودگی، چشم‌انداز مشترک و تسهیم دانش از عواملی هستند که بر یادگیری سازمانی مؤثر هستند. سانگ و همکاران (۲۰۱۲)، شان داد که سبک رهبری مشارکتی و تحول‌گرا از انواع سبک‌های تسهیل‌گر یادگیری سازمانی هستند (خیراندیش، ۱۳۹۸، ۵).

-
- 1.. Yolds
 2. . Rublo and Gomez
 3. .Andro
 4. . Salim and Suleiman
 5. .Chio&Chen



روش تحقیق

پژوهش علمی یک هدف اولیه و یک هدف غایی دارد. هدف اولیه محقق روشن کردن مسئله خاصی است که با آن روبه رو شده است، ولی هدف غایی او دستیابی به معلوم کلی و به عبارتی قضایای علمی کلی است که خصلتی جهانشمول دارد. (حافظ نیا، ۱۳۸۷، ۱۶) در طی فرایند تحقیق با بکارگیری ابزارهای جمع‌آوری، داده‌ها به طور عینی و معتبر، مشاهده، بررسی و استخراج می‌شوند و سپس با استفاده از فنون تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی بطور کمی و غیر کمی سعی می‌شود که ادعاها و حدسهای علمی اولیه (فرضیه‌ها) آزمون شده و در نهایت فرضیه‌ها «رد» یا «پذیرفته می‌شوند» و نتیجه‌گیری نهایی صورت پذیرد (خاکی، ۱۳۷۹، ۸۸). این مقاله از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی محسوب گردیده و از نظر روش پژوهش نیز یک پژوهش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه معاونین و کارشناسان آموزش و پرورش منطقه ۱۶ می‌باشند که در سال ۱۳۹۹ مشغول خدمت بوده‌اند. با توجه به تعداد جامعه آماری، از طریق جدول کرجسی و مورگان (۲۰۰۱)، تعداد نمونه آماری ۱۰۰ نفر مشخص شده و از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، پرسشنامه بین معاونین و کارشناسان توزیع شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد عملکرد سازمانی ایچیو توسط هرسی و گلدسمیت در سال ۲۰۰۲، جو یادگیری شامل ۷ متغیر (روابط و شیوه مدیریت، زمان موجود برای یادگیری موثر، رضایتمندی، آزادی عمل و مسئولیت، شیوه کار تیمی، فرصت‌یابی برای شکوفایی و راهنمایی برای چگونگی انجام کار) با ۴۹ سوال، پرسشنامه سبک مدیریت که دارای ۳۲ گویه و دو سبک رابطه مدار و ضابطه مدار می‌باشد استفاده شده است.

به منظور سنجش پایایی پرسشنامه، یک مرحله پیش آزمون انجام گرفت. بدین صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه مورد نظر توزیع و جمع‌آوری و پس از وارد کردن داده‌ها، ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. می‌توان گفت که قابلیت اعتماد پرسش‌نامه در حد مطلوب است. در جدول ۱ این مقادیر قابل بررسی است.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ (پایایی ابزار)

مولفه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
عملکرد سازمانی	۰/۹۳۱
جو یادگیری	۰/۹۳۶
سبک مدیریت	۰/۸۶۵

در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها و از آزمون

همبستگی پیرسون جهت آزمون رابطه بین متغیرهای پژوهش استفاده گردیده است. سپس کلیه داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای سنجش عملکرد سازمانی و خرده مقیاس‌های آن پرسشنامه عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت (۲۰۰۹) استفاده شد. این پرسشنامه ۴۲ گویه و ۷ خرده مقیاس توانایی (۴ سوال)، وضوح (۷ سوال)، کمک (۵ سوال)، مشوق (۶ سوال)، ارزیابی (۹ سوال)، اعتبار (۶ سوال) و محیط (۵ سوال) و براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. چون تعداد سوال در خرده مقیاس‌های عملکرد سازمانی متفاوت بود، برای محاسبه نمره هریک از خرده مقیاس‌ها نمره در سوالهای مختلف جمع و بر تعداد سوال تقسیم شد تا نمره نهایی در مقیاس ۱ تا ۵ بدست آید و خرده مقیاس‌ها قابل مقایسه باشند. توصیف ۷ خرده مقیاس عملکرد سازمانی از دیدگاه معاونین و کارشناسان منطقه ۱۶ در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: میانگین و انحراف استاندارد عملکرد سازمانی و خرده مقیاس‌های آن

عملکرد سازمانی	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر	تعداد سوال	آلفای کرونباخ
توانایی	۳٫۶۷	۸۶٫	۱٫۲۵	۵٫۰۰	۴	۷۲۸٫
وضوح	۳٫۷۳	۶۱٫	۱٫۷۱	۴٫۸۶	۷	۷۹۶٫
کمک	۳٫۲۲	۶۵٫	۱٫۸۰	۴٫۴۰	۵	۶۷۹٫
مشوق	۳٫۳۴	۵۶٫	۲٫۰۰	۴٫۵۰	۶	۵۹۰٫
ارزیابی	۳٫۴۵	۵۷٫	۲٫۰۰	۴٫۷۸	۹	۸۱۹٫
اعتبار	۳٫۲۲	۶۹٫	۱٫۶۷	۴٫۶۷	۶	۷۳۸٫
محیط	۳٫۲۶	۴۹٫	۲٫۰۰	۴٫۵۰	۵	۴۷۳٫
عملکرد سازمانی	۳٫۴۲	۴۸٫	۲٫۳۹	۴٫۳۹	۴۲	۹۱۷٫

میانگین خرده مقیاس‌های عملکرد سازمانی از دیدگاه معاونین و کارشناسان از ۳/۲۲ برای کمک و اعتبار تا ۳/۷۳ برای وضوح بود. چون سوالهای پرسشنامه به صورت پنج گزینه‌ای، خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵ بود. عدد وسط طیف لیکرت پنج گزینه‌ای فوق ۳ می‌شود. میانگین عملکرد سازمانی و خرده مقیاس‌های آن بیشتر از حد متوسط بود. می‌توان گفت معاونین و کارشناسان بر این باورند که، عملکرد سازمانی و خرده مقیاس‌های آن در منطقه ۱۶ در وضعیت مطلوبی قرار دارد. ضرایب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه عملکرد سازمانی ۰/۹۱۷ و برای مقیاس‌های آن ۰/۴۷۳ برای سنجش محیط تا ۰/۸۱۹ برای سنجش ارزیابی بود. برای سنجش جو یادگیری و ابعاد آن از پرسشنامه ۴۹ سوالی جو یادگیری باترام و همکاران (۱۹۹۳) که



هفت بعد (روابط و شیوه مدیریت، زمان موجود برای یادگیری موثر، رضایتمندی، آزادی عمل و مسئولیت، شیوه کار تیمی، فرصت‌یابی برای شکوفایی و راهنمایی برای چگونگی انجام کار) را می‌سنجد استفاده شد. طیف پاسخگویی به گویه‌های این پرسشنامه براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. چون تعداد سوال در ابعاد جو یادگیری متفاوت بود برای محاسبه نمره هریک از ابعاد نمره درسوالهای مختلف جمع و بر تعداد سوال تقسیم شد تا نمره نهایی در مقیاس ۱ تا ۵ بدست آید و ابعاد قابل مقایسه باشند. توصیف جو یادگیری و ابعاد آن از دیدگاه معاونین و کارشناسان در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: میانگین و انحراف استاندارد جو یادگیری و ابعاد آن از دیدگاه معاونین و کارشناسان

جو یادگیری	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر	تعداد سوال	آلفای کرونباخ
روابط و شیوه مدیریت	۳/۶۰	۷۲.	۱/۶۷	۴/۸۹	۹	۷۹۱.
زمان موجود برای یادگیری موثر	۳/۱۰	۴۴.	۲/۰۰	۴/۱۷	۶	۶۲۹.
رضایتمندی	۲/۷۸	۴۵.	۱/۷۵	۴/۰۰	۴	۵۴۴.
آزادی عمل و مسئولیت	۳/۱۵	۴۱.	۲/۱۳	۴/۶۳	۸	۶۲۰.
شیوه کار تیمی	۳/۲۷	۶۰.	۱/۸۰	۴/۶۰	۵	۶۰۶.
فرصت‌یابی برای شکوفایی	۳/۲۷	۵۲.	۱/۷۱	۴/۷۱	۷	۶۴۸.
راهنمایی برای چگونگی انجام کار	۳/۵۰	۵۹.	۲/۲۹	۴/۸۶	۷	۵۹۲.
جو یادگیری	۳/۲۶	۳۵.	۲/۳۱	۳/۸۸	۴۹	۹۳۵.

میانگین ابعاد جو یادگیری از دیدگاه معاونین و کارشناسان از ۲/۷۸ تا ۳/۶۰ برای روابط و شیوه مدیریت بود. چون سوالهای پرسشنامه به صورت پنج گزینه‌ای، خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵ بود. عدد وسط طیف لیکرت پنج گزینه‌ای فوق ۳ می‌شود. میانگین جو یادگیری و ابعاد آن آن بیشتر از حد متوسط

بود (فقط بعد رضایتمندی از متوسط کمتر بود). می‌توان گفت معاونین و کارشناسان براین باورند که، جو یادگیری و ابعاد آن (به جز بعد رضایتمندی) در منطقه ۱۶ در وضعیت مطلوبی قرار دارد. ضرایب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه جو یادگیری ۰/۹۳۵ و برای ابعاد آن ۰/۵۴۴ برای بعد رضایتمندی تا ۰/۷۹۱ برای روابط و شیوه مدیریت بود.

برای سنجش سبک مدیریت از پرسشنامه ۳۲ سوالی سبک مدیریت حسنی (۱۳۷۵) که دو سبک رابطه مدار و ضابطه مدار را می‌سنجد استفاده شد. پاسخگویی به گویه‌های این پرسشنامه براساس مقیاس دوگزینه‌ای تنظیم شده است. برای محاسبه نمره هریک از سبک‌ها با توجه به راهنمای نمره‌گذاری پرسشنامه نمره درگزینه‌های «الف» و «ب» با هم جمع شد. توصیف سبک مدیریت از دیدگاه معاونین و کارشناسان در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: میانگین و انحراف استاندارد سبک مدیریت از دیدگاه معاونین و کارشناسان

سبک مدیریت	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر	آلفای کرونباخ
سبک رابطه مدار	۱۷/۴۱	۲/۷۰	۱۰/۰۰	۲۷/۰۰	۵۴۵.
سبک ضابطه مدار	۱۴/۳۶	۲/۵۷	۴/۰۰	۲۱/۰۰	۵۱۱.

میانگین سبک مدیریت رابطه مدار ۱۷/۴۱ و میانگین سبک مدیریت ضابطه مدار ۱۴/۳۶ بود. از نظر معاونین و کارشناسان براین باورند که، مدیران بیشتر سبک مدیریت رابطه مدار دارند. ضرایب آلفای کرونباخ برای سبک مدیریت رابطه مدار ۰/۵۴۵ و برای سبک مدیریت ضابطه مدار ۰/۵۱۱ بود.

برای بررسی توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف^۱ جهت تشخیص نوع توزیع داده‌ها استفاده شد. پیش از انجام آزمون فرضیه‌ها، آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها بررسی می‌شود تا مشخص شود که برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های پارامتریک یا ناپارامتریک استفاده شود. نتایج در جدول ۵ آمده است.



جدول ۵: آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای بررسی توزیع متغیرهای پژوهش

متغیرها	Kolmogorov-Smirnov	سطح معناداری
توانایی	۱/۳۷۱	۰۵۲.
وضوح	۸۱۶.	۵۱۹.
کمک	۹۷۰.	۳۰۴.
مشوق	۷۷۶.	۵۸۳.
ارزیابی	۷۵۶.	۶۱۶.
اعتبار	۷۳۵.	۶۵۳.
محیط	۱/۲۴۱	۰۶۱.
عملکرد سازمانی	۶۲۲.	۸۳۵.
روابط و شیوه مدیریت	۸۴۷.	۴۷۰.
زمان موجود برای یادگیری موثر	۱/۲۳۱	۰۶۳.
رضایتمندی	۱/۱۰۷	۱۷۲.
آزادی عمل و مسئولیت	۱/۱۲۲	۱۶۱.
شیوه کار تیمی	۸۹۶.	۳۹۸.
فرصت‌یابی برای شکوفایی	۷۳۳.	۶۵۶.
راهنمایی برای چگونگی انجام کار	۱/۰۰۷	۲۶۳.
جو یادگیری	۸۶۷.	۴۴۰.
سبک رابطه مدار	۱/۲۷۸	۰۷۶.
سبک ضابطه مدار	۱/۲۸۵	۰۶۴.

همانطور که نتایج جدول ۴-۹ نشان می‌دهد، سطح معناداری آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای عملکرد سازمانی، جو یادگیری و سبک مدیریت و مولفه‌ها بیشتر از ۰/۰۵ بود. بنابراین توزیع متغیرهای فوق با توزیع نرمال تفاوت معنادار ندارد و برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش از آزمونهای پارامتریک استفاده می‌شود. برای پاسخ به این فرضیه که بین سبک مدیریت ضابطه مدار با جو یادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه وجود دارد.

با توجه به اینکه توزیع سبک مدیریت ضابطه مدار و جویادگیری با توزیع نرمال تفاوت معنادار نداشت برای بررسی رابطه سبک مدیریت ضابطه مدار و جویادگیری از همبستگی پیرسون استفاده می شود. نتایج درجدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶: ماتریس ضرایب همبستگی بین سبک مدیریت ضابطه مدار و جویادگیری

جویادگیری			متغیرها
معناداری	مجذور همبستگی	همبستگی	
۱۴۱.	۰۲۲.	۱۴۸.-	سبک مدیریت ضابطه مدار

نتیجه ضریب همبستگی در جدول فوق نشان می دهد که: رابطه ی سبک مدیریت ضابطه مدار و جویادگیری مثبت بودولی معنادار نبود ($P = ۰/۱۴۱$ ، $r = -۰/۱۴۸$ ، سطح معناداری بیشتر از $۰/۰۵$ بود). میزان تبیین واریانس و تغییرات جویادگیری براساس سبک مدیریت ضابطه مدار $۰/۰۲۲$ بود. در نتیجه، شواهد گردآوری شده برای پذیرش فرضیه ی چهارم پژوهش کافی نبود. فرضیه صفر تأیید و فرضیه پژوهشگر تأیید نمی شود.

برای پاسخ به این فرضیه که بین سبک مدیریت با ابعاد عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه وجود دارد.

با توجه به اینکه توزیع سبک مدیریت (رابطه مدار و ضابطه مدار) و ابعاد عملکرد سازمانی با توزیع نرمال تفاوت معنادار نداشت برای بررسی رابطه سبک مدیریت با هر کدام از ابعاد عملکرد سازمانی از همبستگی پیرسون استفاده می شود. نتایج درجدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۷: ماتریس ضرایب همبستگی بین سبک مدیریت رابطه مدار و ضابطه مدار با ابعاد عملکرد سازمانی

رابطه مدار		ضابطه مدار		متغیرها
معناداری	همبستگی	معناداری	همبستگی	
۰۰۱.	۳۲۳.	۰۰۸.	۲۶۳.-	توانایی
۰۳۳.	۲۱۴.	۰۵۴.	۱۹۳.-	وضوح
۰۰۱.	۳۲۳.	۰۰۶.	۲۷۱.-	کمک
۰۰۱.	۳۱۵.	۰۰۳.	۲۹۰.-	مشوق



ارزیابی	۱۵۶.	۱۲۲.	۱۱۹.-	۲۳۷.
اعتبار	۲۵۸.	۰۱۰.	۲۳۹.-	۰۱۷.
محیط	۱۳۲.	۱۹۲.	۱۱۷.-	۲۴۶.

نتیجه ضریب همبستگی در جدول فوق نشان می‌دهد که: سبک مدیریت رابطه مدار با توانایی، وضوح، کمک، مشوق و اعتبار از ابعاد عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه مثبت و معنادار داشت ولی با ارزیابی و محیط از ابعاد عملکرد سازمانی رابطه معنادار نداشت.

سبک مدیریت ضابطه مدار با توانایی، کمک، مشوق و اعتبار از ابعاد عملکرد سازمانی در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه منفی و معنادار داشت ولی با ارزیابی، وضوح و محیط از ابعاد عملکرد سازمانی رابطه معنادار نداشت.

برای پاسخ به فرضیه که بین سبک مدیریت با ابعاد جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه توزیع سبک مدیریت (رابطه مدار و ضابطه مدار) و ابعاد جویادگیری با توزیع نرمال تفاوت معنادار نداشت برای بررسی رابطه سبک مدیریت با هر کدام از ابعاد جویادگیری از همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸: ماتریس ضرایب همبستگی بین سبک مدیریت رابطه مدار و ضابطه مدار با ابعاد جویادگیری

متغیرها		رابطه مدار		ضابطه مدار	
		همبستگی	معناداری	همبستگی	معناداری
		۱۹۸.	۰۴۹.	۱۸۴.-	۰۶۶.
روابط و شیوه مدیریت					
زمان موجود برای یادگیری موثر		۰۳۵.	۷۲۹.	۰۶۳.-	۵۳۵.
رضایتمندی		۱۲۵.-	۲۱۸.	۱۱۷.	۲۴۷.
آزادی عمل و مسئولیت		۲۲۹.	۰۲۲.	۲۵۱.-	۰۱۲.
شیوه کار تیمی		۱۲۳.	۲۲۱.	۱۰۷.-	۲۸۸.
فرصت‌یابی برای شکوفایی		۳۲۵.	۰۰۱.	۳۲۷.-	۰۰۱.
راهنمایی برای چگونگی انجام کار		۰۶۳.	۵۳۵.	۰۵۷.-	۵۷۲.

نتیجه ضریب همبستگی در جدول فوق نشان می‌دهد که:

سبک مدیریت رابطه مدار فقط با روابط و شیوه مدیریت، آزادی عمل و مسئولیت، فرصت‌یابی برای شکوفایی از ابعاد جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه مثبت و معنادار داشت ولی با بقیه ابعاد جویادگیری رابطه معنادار نداشت. سبک مدیریت ضابطه مدار فقط با فرصت‌یابی برای شکوفایی از ابعاد جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه منفی و معنادار داشت ولی با بقیه ابعاد جویادگیری رابطه معنادار نداشت.

یافته‌ها

نتایج بدست آمده از پژوهش نشان داده است که بین سبک مدیریت ضابطه مدار با جویادگیری رابطه وجود ندارد. ارزیابی ابعاد جویادگیری نشان داده است، سبک مدیریت ضابطه مدار فقط با فرصت‌یابی برای شکوفایی از ابعاد جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه منفی و معنادار داشت ولی با بقیه ابعاد جویادگیری رابطه معنادار نداشت. در تبیین این یافته می‌توان گفت، در واقع انتظار بر آن بوده است که سبک مدیریت ضابطه مدار همانند سبک مدیریت رابطه مدار زمینه رشد جویادگیری در سازمان را فراهم سازد. چراکه در سبک مدیریت رابطه مداری، مدیر به جهت اهمیت دادن به کارکنان زمینه رشد جویادگیری در سازمان را برای دستیابی به عملکردی مطلوب‌تر فراهم می‌سازد. اما در سبک مدیریت ضابطه‌مند، به جهت آنکه بیشترین توجه مدیر به انجام کار برای رسیدن به اهداف سازمان است، زمینه‌های رشد جویادگیری را فراهم می‌سازد. چرا که رشد جویادگیری در سازمان می‌تواند سبب افزایش توانایی‌ها و مهارت‌های کارکنان شده و از این طریق می‌توان امیدوار بود که عملکرد سازمان بهبود یابد. در واقع مدیر به جهت دستیابی به اهداف سازمان، راهکارهای مختلفی همچون رشد یادگیری در سازمان و بهبود جویادگیری حاکم بر سازمان، را اجرایی می‌نماید. با اینحال، نتایج بدست آمده در این پژوهش، نشان از عدم رابطه بین متغیرهای پژوهش دارد. این امر می‌تواند به جهت تأثیر سایر متغیرهای سازمانی بر رابطه متغیرهای یادشده باشد. نگاهی به پژوهش‌های پیشین نشان داده است در پژوهش‌های پیشین رابطه سبک مدیریت ضابطه مدار با جویادگیری مورد مطالعه قرار نگرفته است. بنابراین، نمی‌توان نتایج بدست آمده از این پژوهش را با نتایج پژوهش‌های پیشین مورد مقایسه قرار داد.

نتایج بدست آمده از پژوهش نشان داده است که بین سبک مدیریت رابطه مدار با جویادگیری رابطه وجود ندارد. ارزیابی ابعاد جویادگیری نشان داده است، سبک مدیریت رابطه مدار فقط با روابط و شیوه مدیریت، آزادی عمل و مسئولیت، فرصت‌یابی برای شکوفایی از ابعاد جویادگیری در آموزش و پرورش منطقه ۱۶ تهران رابطه مثبت و معنادار داشت ولی با بقیه ابعاد جویادگیری رابطه معنادار نداشت. در تبیین این یافته می‌توان گفت، در واقع انتظار بر آن بوده است که سبک مدیریت رابطه مدار زمینه رشد جویادگیری در سازمان را



فراهم سازد. اما نگاهی به داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌های پژوهش نشان داده است که معاونین و کارشناسان آموزش و پرورش اذعان داشته‌اند که بین متغیرهای یاد شده، رابطه‌ای وجود ندارد. در واقع، به نظر می‌رسد سبک مدیریت رابطه مدار، به جهت توجه دوچندان به کارکنان و نیازهای روانی آنان، می‌تواند زمینه‌ای فراهم نماید که در راستای رشد، بهبود و رفع نیازهای شغلی کارکنان، فضا و جو حاکم بر سازمان را به سوی یادگیری و آموزش سوق دهد. ایجاد این جو می‌تواند زمینه حمایت از کارکنان در راستای دستیابی به اهداف سازمان را فراهم سازد. از سویی، کارکنان نیز با توجه به ادراک داشتن اهمیت برای سازمان و مهره‌ای با ارزشمند برای سازمان بودن، تلاش نمایند تا آگاهی و دانش شغلی خویش را بهبود بخشیده تا بر اساس آن، بتوانند عملکرد مناسبی داشته باشند. بنابراین، این سبک مدیریت می‌تواند از طریق رابطه مثبت با کارکنان، یادگیری در سازمان را جهت کمک به کارکنان و سازمان اشاعه دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

با وجود آنکه در این پژوهش ارتباط بین سبک مدیریت رابطه مدار با جو یادگیری مورد تایید قرار نگرفته است، با این حال برخی از نظریه پردازان و پژوهشگران اذعان بر تاثیر مثبت سبک مدیریت رابطه مدار بر جو یادگیری دارند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در راستای رشد جو یادگیری و تلاش در راستای افزایش یادگیری سازمانی کارکنان برای دستیابی به عملکردی مطلوب‌تر در سازمان، مدیران سازمان آموزش و پرورش اتخاذ سبک رهبری رابطه مدار را مورد توجه قرار دهند و درای راستا، نظر کارکنان را در انجام امور سازمانی جویا شده و با همه کارکنان به عنوان همتای خود رفتار کند و در راستای رشد آنان تلاش نماید تا بر اساس آن، جویادگیری مطلوبی را در سازمان شکل گیرد.

با وجود آنکه در این پژوهش رابطه بین سبک مدیریت ضابطه مدار با جو یادگیری مورد تایید قرار نگرفته است، با این حال برخی از نظریه پردازان و پژوهشگران اذعان بر تاثیر منفی سبک مدیریت ضابطه مدار بر جو یادگیری دارند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در راستای رشد جویادگیری در سازمان آموزش و پرورش، مدیران از اتخاذ سبک ضابطه مدار خودداری نموده تا بتوانند با ارتباط مناسب‌تر با کارکنان سازمان و تلاش در راستای رشد آنها برای دستیابی به اهداف سازمانی، زمینه رشد یادگیری در سازمان و فرهنگ آن فراهم گردد. با توجه به رابطه منفی سبک مدیریت ضابطه مدار با عملکرد سازمانی، پیشنهاد می‌گردد مدیران ارشد سازمان، با مدنظر قرار دادن تاثیر منفی این سبک مدیریتی، زمینه حذف آن و جایگزینی این سبک با سبک رابطه مدار را فراهم سازد تا بتواند زمینه رشد عملکرد سازمان را فراهم سازد. این امر می‌تواند از طریق آموزش‌های ضمن خدمت برای مدیران سازمان صورت پذیرد.

پیشنهاد می‌گردد، مدیر جهت دستیابی به عملکرد سازمانی مطلوب‌تر در سازمان، علاوه بر رفتار صادقانه

و احترام نسبت به همکاران، اهداف سازمانی و قوانین و مقررات در این زمینه را در نظر بگیرد و ترکیبی بین اهداف سازمان و انگیزه کارکنان ایجاد نمایند تا متناسب با آن کارکنان نیز تلاش لازم جهت بهبود عملکرد خود را داشته باشند. این امر سبب ارتباط مناسب‌تر مدیران با کارکنان و در نهایت رشد عملکرد سازمان می‌گردد.

منابع

- امینی، علیرضا. (۱۳۹۶). تحلیل بازار کار و سیاست‌های اشتغالزایی اقتصاد ایران، مجله اقتصادی، شماره ۵.
- بلوچی، حسین. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر راهبردهای رقابتی، ادراک از محیط پویا و جهت‌گیری بازار بر عملکرد با تعدیل‌گری زیرکی بازار، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره دوم، شماره ۴۹.
- حافظ‌نیا. محمد رضا، (۱۳۸۷)، "مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی"، تهران: (سمت)، چاپ چهاردهم، صص ۶۰-۶۲.
- حافظی، مریم. (۱۳۹۶). شناسایی شاخص‌های ارزیابی شایستگی‌های آموزشی مدیران شهرداری تهران، فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، سال چهارم، شماره ۱۴.
- خاکی. غلامرضا، (۱۳۷۹)، "روش تحقیق در مدیریت"، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی؛ مرکز انتشارات علمی، صص ۱-۴۰۲.
- خمشی‌آیا، جواد. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی هوش فرهنگی، فصلنامه فرهنگ ایلام، شماره ۲۰.
- خیراندیش، مهدی. (۱۳۹۸). الگوی جامع عوامل تسهیل‌گر یادگیری در یک سازمان دفاعی، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، سال دوم، شماره ۴.
- دادگرنه‌پناه، ژیلدا. (۱۳۹۲). پیش‌بینی رابطه ابعاد جو یادگیری با انتقال آموزش در بیمارستان میلاد تهران، فصلنامه بیمارستان، سال دوازدهم، شماره ۴.
- دلجوی، جواد. (۱۳۹۷). مطالعه موردی تأثیر انواع سبک رهبری بر عملکرد سازمانی در سازمانهای زیرمجموعه
- سنجرى، محمد. (۱۳۹۹). بررسی رابطه یادگیری سازمانی با خودکارآمدی عمومی و اشتیاق کاری در ادارات ورزش و جوانان استان مرکزی، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره دوازدهم، شماره ۵۹.
- شمسی، علی. (۱۳۹۶). بررسی الگوی ساختاری رابطه فرآیند مدیریت دانش و مهارت‌های مدیریتی با نقش میانجی تفکر خلاق در میان مدیران و دبیران، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ششم، شماره ۴.
- شیرزاد، بهارک. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای آموزشی مدیران بیمارستان بقیه‌الله در زمینه مهارت‌های انسانی، ادراکی و فنی، مدیریت بهداشت و درمان، سال هشتم، شماره ۲.
- ظهراهی، احمدرضا. (۱۳۹۷). تبیین تأثیر سبک مدیریت با نقش میانجی‌گری فرهنگ سازمانی بر سکوت سازمانی، دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال سوم، شماره چهاردهم.
- مطلبی، ابوطالب. (۱۳۹۷). تأثیر سبک رهبری بر نوآوری بهره‌وری خدمات و فرایندها با توجه به نقش تعدیل‌گری تسهیم دانش، مدیریت بهره‌وری، سال دوازدهم، شماره ۴۵.
- منگلی، نسرین. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد سوم، شماره ۴.
- میرفلاح، رضوانه. (۱۳۹۸). تأثیر قابلیت فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت: نقش میانجی‌گری قابلیت مدیریت فرآیند کسب و کار و قابلیت یکپارچگی زنجیره تامین، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۳۵.
- یعقوبی، نورمحمد. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گری یادگیری و نوآوری سازمانی،



پژوهشنامه مدیریت تحول، سال هفتم، شماره ۱۴.

- Hudnurkar, M. & Rathod, U. (2017). Collaborative practices with suppliers in Indian manufacturing multinationals. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 10(2), 1-28. doi: 10.1108/JGOSS-07-2016-0022.
- Mayer, M. (2014). The relationship Between product and international diversification: the role of experience. *Strategic Management Journal*, <http://dx.doi.org/10.1002/smj.2296>.
- Oyemomi, O. (2019). How cultural impact on knowledge sharing contributes to organizational performance: Using the fsQCA approach. *Journal of Business Research*, 94, 313-319.
- Poutziouris, P., Savva, C.S., & Hadjielias, E. (2015). Family involvement and firm performance: Evidence from UK listed firms. *Journal of Family Business Strategy*, 6(1), 14-32. doi: 10.1016/j.jfbs.2014.12.001.
- Shao, Z. (2019). Interaction effect of strategic leadership behaviors and organizational culture on IS-Business strategic alignment and Enterprise Systems assimilation. *International Journal of Information Management*, 44, 96-108.
- Shu-Hung Hsu (2014). Effects of Organization Culture, Organizational Learning and IT Strategy on Knowledge Management and Performance. *The Journal of International Management Studies*, Volume 9 Number 1, February, 2014 issue. p:50-58.
- Shum, C., Gatling, A., & Shoemaker, S. (2018). A model of hospitality leadership competency for front-line and director-level managers: Which competencies matter more? *International Journal of Hospitality Management*, 74, 57-66.

The relationship between management style and learning atmosphere and organizational performance in education and training in the 16th district of Tehran

Mohammad Fakhari*, Masoume Erfani Khanghahi

Abstract

Education, as one of the subsystems of society, plays an important role in the development process. In the process of internal development of education, change and transformation in the structure, goals and methods is an inevitable necessity, and one of the ways of change and transformation in education and, accordingly, educational management is the use of effective management styles. The purpose of this article Investigating the relationship between management style and learning climate and organizational performance in education and training in the 16th region. which is practical from the direction of research; From the research approach, inductive; From the aspect of choosing the research method, qualitative-quantitative; from a research, library and field dimension; From the perspective of research strategy, correlation; From the purpose, it is descriptive, and from the data collection method, interview and questionnaire. The statistical population of this article includes all the assistants and education experts of the 16th region with a statistical sample of 100 people determined through a simple random sampling method. The method of collecting information and interviews and questionnaires are standard questionnaires. Research hypotheses were tested using the Kolmogorov Smirnov test, Pearson's correlation coefficient test, and Friedman's regression test, using SPSS software. Data analysis showed that there is a relationship between relationship-oriented and rule-oriented management style with performance, between relationship-oriented management style with learning, between rule-oriented management style with learning, and between management style with dimensions of organizational performance and learning in education and training in the 16th district of Tehran.

Keywords : management style, learning, organizational performance



رابطه منبع کنترل با حل مسئله در دانش آموزان مقطع متوسطه

زهرا خوش اخلاق

کارشناسی ارشد رشته مشاوره مدرسه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

mahlakhoshakhlagh461@gmail.com

دکتر محمدرضا حقیقی

دکترای علوم ارتباطات و مدرس دانشگاه آزاد تهران شرق و علمی کاربردی

چکیده

حل مساله یک راهبرد مقابله‌ای عمومی است که مهارت‌های مقابله‌ای و صلاحیت‌های رفتاری را حفظ و تسهیل می‌کند. حل مساله از ارزشمندترین اهداف تربیتی و آموزشی به حساب می‌آید، زیرا تنها از راه ایجاد این توانایی است که می‌توان افراد را با شرایط متغیر زندگی و بحران‌ها آماده کرد (محمدخانی، ۱۳۹۰). منظور از منبع کنترل این است که شخص تا چه اندازه باور دارد که می‌تواند بر زندگی خود اثر داشته باشد (گنجی، ۱۳۹۳). هدف این پژوهش، رابطه منبع کنترل با حل مسئله در دانش آموزان مقطع متوسطه می‌باشد. این پژوهش از نوع هدف بنیادی و از نظر ماهیت توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه دانش آموزان پسر ناحیه ۳ تهران در سال ۱۴۰۰ می‌باشد. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر به صورت خوشه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد. بدین صورت که از بین مدارس پسرانه منطقه ۳ بصورت تصادفی ۵ مدرسه انتخاب گردید و از بین این مدارس ۷ کلاس بصورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌ها بین دانش آموزان این کلاس‌ها توزیع گردید. حجم نمونه پژوهش حاضر ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و پردازش داده‌های تحقیق از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ استفاده استفاده شد. در این پژوهش با استفاده از آمار توصیفی که شامل شاخص مرکزی (میانگین) و شاخص‌های پراکندگی (واریانس، انحراف معیار) و همچنین در سطح آمار استنباطی برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش آماری همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند گانه استفاده خواهد شد. نتایج پژوهش نشان داد: بین منبع کنترل درونی با حل سازگاران رابطه مثبت و معنادار در سطح $0/01$ وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد بین منبع کنترل درونی با حل مساله ناسازگاران رابطه منفی و معنادار در سطح $0/01$ وجود دارد.

کلیدواژه: منبع کنترل، حل مسئله، دانش آموزان

مقدمه

یکی از مفاهیم ویژه در نظریه یادگیری اجتماعی^۱ راتر منبع کنترل یا مکان کنترل است. این مفهوم دارای دو بعد کنترل درونی و بیرونی است. با فرضیات راتر افرادی که دارای کنترل بیرونی هستند دارای ادراک مثبت یا منفی از حوادث و رویدادهایی هستند که ارتباطی به رفتار فرد ندارد و ورای کنترل فردی است. راتر این افراد را معتقد به شانس یا بیرونی فرض می‌کند. در بعد دیگر، کنترل درونی قرار دارد. این کنترل نتیجه‌ای از ادراک مثبت یا منفی از رویدادهای است که تحت کنترل فرد است. افرادی که در این بعد قرار می‌گیرند معتقد به خود مختاری بوده، خود را حاکم بر سرنوشت خود می‌دانند و کنترل زندگی خود را از درون خود می‌پندارند. راتر این افراد را معتقد به مهارت یا درونی فرض می‌کند. کنترل یعنی توان هدایت یا اعمال قدرت یا بازداری رفتار خود یا دیگران. احساس کنترل داشتن احساس مطلوبی است که در بهداشت روانی فرد نقش مهمی بازی می‌کند (گالوین^۲ و همکاران، ۲۰۱۸).

حل مسأله^۳ یکی از موضوعات کلیدی در فعالیت‌های آموزش و یادگیری در سال‌های اخیر بوده است (یاسمین و سنول^۴، ۲۰۱۴). حل مسأله مدت زیادی است که توسط محققان مختلف مورد بررسی قرار گرفته است، با این حال، تعریف حل مسأله هنوز فراگیر نشده است. جوناسن (۲۰۰۳) تعریف می‌کند حل مسئله را به عنوان فرآیند فکری انفرادی که فرد به صورت قانون یاد گرفته و می‌تواند در حل مشکلات در هر شرایط اعمال کند. همچنین نوع جدیدی از یادگیری و در نتیجه استفاده از دانش و روش‌ها در برابر مشکلات و مسائل تلقی می‌شود. به طور کلی، هر فرد به دانش و مهارت برای حل مشکلات نیاز دارد. هالاکوا و پروکسا^۵ (۲۰۰۷) اظهار داشتند که راه حل مشکلات و مسائل در هر موضوع یک رفتار بسیار پیچیده انسان است (کیم^۶ و همکاران، ۲۰۱۸).

یکی از مواردی که در ارتباط با حل مسئله می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد منبع کنترل می‌باشد. منبع کنترل چگونگی جستجوی اطلاعات در محیط و شیوه‌ی پردازش اطلاعات در رابطه با وقایع و مسائل زندگی است (لو^۷، ۱۹۸۲). منبع کنترل خواه درونی باشد و خواه بیرونی، حداقل بخشی از آن تابع تجارب زندگی فرد است. افرادی که در محیط‌های غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل کنترل و بی‌نظم رشد کرده‌اند یا کسانی که تحت شرایطی

1. Social Learning
2. Galvin
3. -Problem solving
4. -Yasemin S. & Senol D.
5. -Halakova & Proksa.
6. Kim
- 7.. Lou



زندگی کرده‌اند که در آن هیچ موفقیتی به دست نیاورده‌اند، نباید انتظار داشته باشیم که منبع کنترل درونی داشته باشند (عسگری و زکی‌پی، ۱۳۹۱). منبع کنترل بیانگر انتظار تعمیم‌یافته‌ای در مورد عوامل موثر بر پاداش و تنبیه در زندگی انسان است. کانون کنترل نوعی ویژگی شخصیتی است که افراد خود را در رابطه با رویدادهای زندگی مسئول می‌دانند (اسپکتور و میچیلز^۱، ۱۹۸۶). وایت^۲ (۲۰۰۱) معتقد به رابطه سلامت روان و منبع کنترل (حیطه‌ای که در آن افراد ارتباطی بین رفتار و پاداش‌های خودشان می‌بینند) است. به گونه‌ای که دو منبع کنترل درونی و بیرونی از عوامل تفاوت‌های فردی به شمار می‌آید و نوع منبع کنترل افراد تا حدودی میزان سلامت روانی آنها را تعیین می‌کند. آلبرتین^۳ (۱۹۹۸) نیز بیان می‌کند افراد دارای منبع کنترل درونی به توانایی خویش در کنترل وقایع زندگی معتقدند و در مقابله با مشکل از شیوه‌مقابله‌ای متمرکز بر حل مسئله استفاده می‌کنند، بدین معنا که از طریق تصمیم‌گیری و طرح‌ریزی جهت حل مشکل اقدام به حل مسئله می‌نمایند. در حالی که افراد دارای منبع کنترل بیرونی معتقدند که توانایی کنترل وقایع زندگی خویش را ندارند و عوامل دیگر غیر از توانایی شخصی ایشان مؤثرند.

منبع کنترل از جمله مواردی است که قابل بررسی در حل مسئله می‌باشد. به نظر می‌رسد افرادی که کنترل امور زندگی خود را فعالانه به دست می‌گیرند و مشکلات را به درستی ارزیابی و مدیریت می‌کنند، کمتر در معرض اختلالاتی نظیر افسردگی قرار می‌گیرند. این سبک برخورد و مدیریت حوادث زندگی به مفهوم منبع کنترل اشاره دارد. منبع کنترل شامل نظامی از اعتقادات فرد می‌باشد که افراد موفقیت‌ها، شکست‌ها و رویدادهای مهم زندگی خود را وابسته و منسوب به آن می‌دانند (کلارک^۴، ۲۰۰۴). نتایج پژوهش‌های مطرح در خصوص منبع کنترل نشان می‌دهند، افرادی که احساس می‌کنند، می‌توانند روی وقایع زندگی خود موثر باشند، نسبت به افرادی که چنین باوری ندارند از سلامت رفتاری و اجتماعی بیشتری برخوردار هستند (کراوس و شاو^۵، ۲۰۰۰).

منبع کنترل به عنوان ویژگی شخصیتی نه تنها با افسردگی (روگر، هو، چک و مک^۶، ۲۰۰۸)، اضطراب، افکار خودکشی و ابتلا به بیماری‌ها مرتبط است (چوگتا و استیلز^۷، ۲۰۰۵) بلکه در درمان نیز سهم بسزایی داشته و سالها کانون توجه پژوهشگران بوده است. همچنین کنترل در جنبه‌های مختلف زندگی دارای اهمیت

-
- 1.. Spector PE, Michaels
 2. .White
 3. .Albertyn
 4. .Clarke
 5. .Krouse, N., & Show
 6. .Roger, Ho, Cheak & Mak
 - 7.. Chioqueta & Stiles

است. میزان بالای کنترل، با مکانیزم‌های مقابله کردن بهتر، عوارض استرس کمتر، سلامت ذهنی و جسمی، استقامت، آرزوها و عزت نفس بالاتر، اضطراب کمتر، نمرات بالاتر در مهارت‌ها و محبوبیت اجتماعی بیشتر، ارتباط دارد. کنترل به هر نامی که خواند شود چه احساس کارایی، چه منبع کنترل درونی و چه خوش بینی، به وسیله‌ی عوامل اجتماعی و محیطی تعیین می‌شود، بنابراین مفهوم کنترل، بعد آموخته شده‌ی شخصیت است (معمدی و. همکاران، ۱۳۹۱). افرادی که جهت‌گیری درونی دارند، احتمالاً از کسانی که جهت‌گیری بیرونی دارند، انتخاب شخصی بیشتری را تجربه می‌کنند، آنها محبوب‌ترند، عزت نفس بالاتری دارند و به صورتی رفتار می‌کنند که از لحاظ اجتماعی ماهرترند (برانیگان و هاگ و کای^۱، ۱۹۹۱). به علاوه افرادی که منبع کنترل درونی به احتمال کمتری دچار هیجان‌ها و بزهکاری‌ها شده و با استرس، بهتر مقابله می‌کنند. پژوهش‌ها، نشان داده است افرادی که منبع کنترل درونی برخوردارند، کمتر دچار اضطراب و افسردگی شده و به احتمال کمتری دست به خودکشی می‌زنند (بناسی، سووینی و دوفور^۲، ۱۹۹۱). همچنین نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که اسنادهای بیرونی با تکانشی بودن و نمره‌ی بالا در روان‌پریشی و روان‌رنجوری، همراه است که هم روان‌پریشی و روان‌رنجوری و هم تکانشی بودن با اختلال شخصیت ضد اجتماعی و اختلال سلوک ارتباط مستقیم دارد (فاکس، دی کونینگ و لیچت^۳، ۲۰۰۲).

حال با توجه به مطالب گفته شده این سؤال مطرح است که آیا بین منبع کنترل با حل مسئله در دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم منطقه ۲ شهر تهران رابطه وجود دارد؟

اهداف تحقیق

تعیین ارتباط بین منبع کنترل با حل مسئله در دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم منطقه ۲ شهر تهران.

تعیین پیش بینی حل مساله سازگاران بر اساس منبع کنترل در دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم منطقه ۲ شهر تهران.

تعیین پیش بینی حل مساله ناسازگاران بر اساس منبع کنترل در دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم منطقه ۲ شهر تهران.

پیشینه تحقیق

پیشینه تحقیق در پژوهش حاضر به دو بخش پیشینه داخلی و خارجی تقسیم می‌شود که در بخش

1. Brannigan, Hauk & Guay
2. Benassi, Sweeney & Dufour
3. Fox, De Koning & Leicht



خارجی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

شین و لی^۱ (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان منبع کنترل درونی سلامت و سلامت روان با بهزیستی ذهنی در بزرگسالان کره جنوبی بر روی ۶۰۰ بزرگسال نشان دادند که منبع کنترل سلامت درونی تأثیر منفی معناداری بر مشکلات سلامت روان داشت. علاوه بر این، در فرآیند منبع کنترل سلامت درونی مؤثر بر بهزیستی ذهنی، تأثیر میانجی مشکلات سلامت

روان به‌طور معنی‌داری نشان داده شد. خو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با عنوان رابطه بین اضطراب، افسردگی و منبع کنترل بر روی ۱۳۶ بیمار نشان دادند که بیماران دارای منبع کنترل درونی اضطراب و افسردگی کمتری دارند و در مقابل بیماران دارای منبع کنترل بیرونی اضطراب و افسردگی بیشتری دارند. لازاروس و فولکمن^۳ (۱۹۸۴) به این نتیجه رسیدند که افراد با منبع کنترل درونی بر این باورند که می‌توانند نتایج رویدادها را تحت کنترل داشته باشد، به احتمال بیشتری در مقایسه با افراد دارای منبع کنترل بیرونی، از استراتژی مقابله‌ای معطوف به حل مسئله فعالانه استفاده کردند.

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

ساسانی کورعباسلو، دهستانی، و مهدوی (۱۳۹۹). در پژوهشی به بررسی مقایسه بینش شناختی و مهارت‌های حل مسئله در دانشجویان با نشانگان اضطراب اجتماعی و بدون نشانگان اضطراب اجتماع پرداختند. یافته‌ها نشان داد بین بینش شناختی و مهارت‌های حل مسئله در دانشجویان با نشانگان اضطراب اجتماعی و بدون نشانگان اضطراب اجتماعی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. دانشجویان دارای اضطراب اجتماعی نسبت به دانشجویان بدون نشانگان اضطراب اجتماعی از مهارت حل مسئله و انعطاف‌پذیری شناختی کمتری برخوردارند. نقیبی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که دانشجویان با کنترل بیرونی، شکایت جسمانی بیشتر، مشکل اضطراب و اختلال خواب بیشتر و کارکرد اجتماعی ضعیف‌تر داشته و بیشتر مبتلا به افسردگی می‌شوند. نجفی و جعفری (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی اثربخشی آموزش حل مسئله خانواده محور بر تمایز یافتگی خود و منبع کنترل پرداختند. نتایج حاصل از آزمون تحلیل کوواریانس تفاوت معنادار بین گروه آزمایش و گواه را نشان می‌دهد، به طوری که آموزش حل مسئله خانواده محور در گروه آزمایش موجب کاهش تمایز یافتگی خود خصوصاً در مقیاس واکنش‌پذیری عاطفی و افزایش منبع کنترل درونی می‌شود.

1. Shin & Lee
2. Xu
3. Lazarus, R.S., & Folkman

روش تحقیق

این پژوهش از نوع هدف بنیادی و از نظر ماهیت توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کلیه دانش آموزان پسر ناحیه ۳ تهران در سال ۱۴۰۰ می‌باشد. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر به صورت خوشه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد. بدین صورت که از بین مدارس پسرانه منطقه ۳ بصورت تصادفی ۵ مدرسه انتخاب گردید و از بین این مدارس ۷ کلاس بصورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌ها بین دانش آموزان این کلاس‌ها توزیع گردید. حجم نمونه پژوهش حاضر ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. که پرسشنامه سبک‌های حل مسئله (PSS): این مقیاس را کسیدی و لانگ (۱۹۹۶) طی دو مرحله ساخته‌اند و دارای ۲۴ سوال است و ۶ عامل را می‌سنجد. و هر کدام از عوامل در برگزیده چهارماده آزمون می‌باشند. این عوامل عبارتند از درماندگی در حل مسئله یا جهت‌یابی؛ مهارگری حل مسئله یا کنترل در حل مسئله، سبک حل مسئله خلاقانه، اعتماد در حل مسئله، سبک اجتناب، سبک گرایش یا تقرب و روی آورد. مقیاس منبع کنترل راتر: این پرسشنامه که ابداع‌کننده آن راتر بوده است شامل ۲۹ ماده است که هر ماده دارای یک جفت سؤال (الف و ب) می‌باشد (راتر، ۱۹۶۶). از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود بین هر جفت سؤال یک ماده، یکی را انتخاب کند و علامت بزند. در این مقیاس نمرات بالاتر از ۹ برای منبع کنترل بیرونی و نمرات پایین‌تر از آن برای منبع کنترل درونی در نظر گرفته شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و پردازش داده‌های تحقیق از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ استفاده استفاده شد. در این پژوهش با استفاده از آمار توصیفی که شامل شاخص مرکزی (میانگین) و شاخص‌های پراکندگی (واریانس، انحراف معیار) و همچنین در سطح آمار استنباطی برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش آماری همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند گانه استفاده خواهد شد.

یافته‌های تحقیق

نرمال بودن داده‌ها: نرمال بودن داده‌ها از طریق آزمون کجی و کشیدگی بررسی شدند که نتایج آن در ادامه ارائه شده است.

جدول ۱: آزمون کجی و کشیدگی برای متغیر راهبردهای حل مساله سازگاران و ناسازگاران

متغیر	کجی	کشیدگی
راهبردهای حل مساله سازگاران	۱/۲۳	۰/۹۸
راهبردهای حل مساله ناسازگاران	۰/۴۱	۳/۲۵

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که مقدار کجی در متغیر راهبردهای حل مساله ناسازگاران بزرگتر از ۲



می‌باشند. بنابراین توزیع آن نرمال نمی‌باشد. برای تبدیل متغیر غیر نرمال از روش تابع معکوس استفاده شد. که نتیجه حاکی از نرمال شدن متغیر غیر نرمال گردید. نمره کشیدگی متغیر راهبردهای حل مساله ناسازگارانه در روش تابع معکوس برابر $0/77$ گردید

جدول ۲: آزمون کجی و کشیدگی برای متغیرهای منبع کنترل درونی و بیرونی

متغیر	کجی	کشیدگی
منبع کنترل درونی	$1/39$	$-0/18$
منبع کنترل بیرونی	$-0/31$	$1/44$

نتایج آزمون کجی و کشیدگی در جدول ۲ حاکی از آن است که متغیر منبع کنترل درونی و بیرونی دارای توزیع نرمال است زیرا مقدار کجی و کشیدگی آن بین -2 تا $+2$ قرار دارد.

عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای پیش بین

برای بررسی مفروضه عدم رابطه هم خطی از آزمون vif استفاده شد. که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۳: بررسی عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای پیش بین

متغیر	Vif (عامل تورم) واریانس
منبع کنترل درونی	$3/65$
منبع کنترل بیرونی	$4/12$

بررسی نبود رابطه هم خطی بین متغیرهای پیش بین در جدول بالا حاکی از آن است که متغیرهای پیش بین به دلیل اینکه vif آنها بالاتر از 2 می‌باشد، مفروضه عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای پیش بین برقرار است.

مستقل بودن مشاهدات

برای بررسی مستقل بودن مشاهدات از آزمون دوربین - واتسون استفاده شد که نتایج آن در ادامه ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون دوربین - واتسون جهت بررسی مستقل بودن مشاهدات

متغیر	مقدار آماره دوربین - واتسون
منبع کنترل درونی	۲/۰۳
منبع کنترل بیرونی	

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد به دلیل اینکه مقدار دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، فرض مستقل بودن مشاهدات برقرار است. لذا می‌توان از تحلیل رگرسیون استفاده کرد.

فرضیه اول: بین منبع کنترل با حل مساله رابطه وجود دارد.

جدول ۵: نتایج ضریب همبستگی رابطه بین منبع کنترل با حل مساله

ردیف	متغیر	۱	۲	۳	۴
۱	منبع کنترل درونی	۱			
۲	منبع کنترل بیرونی		۱		
۳	حل مساله سازگارانه			۱	
۴	حل مساله ناسازگارانه				۱

نتایج ضریب همبستگی پیرسون، رابطه بین منبع کنترل با حل مساله در جدول ۷ نشان می‌دهد که بین منبع کنترل درونی با حل مساله سازگارانه رابطه مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱، بین منبع کنترل درونی با حل مساله ناسازگارانه رابطه منفی و معنادار در سطح ۰/۰۱، بین منبع کنترل بیرونی و حل مساله سازگارانه رابطه منفی و معنادار در سطح ۰/۰۱ و بین منبع کنترل بیرونی با حل مساله ناسازگارانه رابطه مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد.

فرضیه دوم: حل مساله سازگارانه بر اساس منبع کنترل قابل پیش بینی است.

پس از بررسی مفروضه‌های تحلیل رگرسیون و حصول اطمینان از برقراری مفروضه‌ها که گزارش آنها در جداول بالا گزارش شده است، به منظور تبیین سهم متغیرهای پیش بین در تبیین واریانس متغیر ملاک از رگرسیون چند گانه به روش گام به گام استفاده شد که نتایج آن در ادامه ارائه شده است.

جدول ۶: خلاصه مدل رگرسیون چندگانه

مدل	متغیرها	مجموع مجذورات	df	میانگین مجذورات	F	P	R	R ²
۱	منبع کنترل درونی	۵۰۳۴۲/۳۹	۲	۲۵۱۷۱/۱۹	۸۱۹/۶۰	۰/۰۵	۰/۵۸	۰/۳۳



۰/۳۹	۰/۶۳	۰/۰۵	۹۲۳/۰۲	۱۸۰۰۹/۱۴	۳	۵۴۰۲۷/۴۳	منبع کنترل درونی + کنترل بیرونی	۲
------	------	------	--------	----------	---	----------	--	---

نتایج ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که در مدل اول متغیر منبع کنترل درونی میزان واریانس تبیین شده از ۲۹ درصد به ۳۳ درصد است. در گام دوم با اضافه شدن متغیر کنترل بیرونی میزان واریانس تبیین شده از ۳۳ درصد به ۳۹ درصد افزایش یافته است. بنابراین مجموعاً ۳۹ درصد از واریانس حل مساله سازگارانۀ توسط، منبع کنترل درونی و منبع کنترل بیرونی تبیین شده است.

جدول ۷: ضرایب رگرسیون جهت تبیین حل مساله سازگارانۀ

مدل	متغیرها	B	T	سطح معناداری
۱	کنترل درونی	۰/۴۵	۵/۱۵	۰/۰۰۵
۲	کنترل بیرونی	-۰/۴۳	-۴/۷۵	۰/۰۰۵

بر اساس نتایج جدول بالا می‌توان گفت در مدل اول ($B = ۰/۴۵$) با توجه به آماره T می‌تواند تغییرات مربوط به حل مساله سازگارانۀ را با اطمینان ۹۹ درصد پیش بینی کند. در مدل دوم ($B = -۰/۴۳$) با توجه به آماره T می‌تواند تغییرات مربوط به حل مساله سازگارانۀ را با اطمینان ۹۹ درصد پیش بینی کند.

فرضیه سوم: حل مساله ناسازگارانۀ بر اساس اضطراب اجتماعی و منبع کنترل قابل پیش بینی است.

جدول ۸: خلاصه مدل رگرسیون چندگانه

مدل	متغیرها	مجموع مجزورات	df	میانگین مجزورات	F	P	R	R ²
۱	منبع کنترل بیرونی	۵۱۱۰۵/۰۷	۲	۲۵۵۵۲/۵۲	۷۳۲/۶۲	۰/۰۵	۰/۵۹	۰/۳۴
۲	منبع کنترل بیرونی + کنترل درونی	۵۵۳۲۸/۸۴	۳	۱۸۴۴۲/۹۵	۷۹۹/۸۳	۰/۰۵	۰/۶۶	۰/۴۳

نتایج ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که در مدل اول متغیر منبع کنترل بیرونی میزان واریانس تبیین شده ۳۴ درصد است. در گام دوم با اضافه شدن متغیر کنترل درونی میزان واریانس تبیین شده از ۳۴ درصد به ۴۳ درصد افزایش یافته است. بنابراین مجموعاً ۴۳ درصد از واریانس حل مساله ناسازگارانۀ توسط

منبع کنترل بیرونی و منبع کنترل درونی تبیین شده است.

جدول ۹: ضرایب رگرسیون جهت تبیین حل مساله ناسازگارانه

مدل	متغیرها	B	T	سطح معناداری
۱	کنترل بیرونی	۰/۴۶	۴/۲۳	۰/۰۰۵
۲	کنترل درونی	-۰/۴۱	-۴/۹۱	۰/۰۰۵

بر اساس نتایج جدول بالا می‌توان گفت در مدل اول ($B = 0/46$) با توجه به آماره T می‌تواند تغییرات مربوط به حل مساله ناسازگارانه را با اطمینان ۹۹ درصد پیش بینی کند. در مدل سوم ($B = -0/41$) با توجه به آماره T می‌تواند تغییرات مربوط به حل مساله ناسازگارانه را با اطمینان ۹۹ درصد پیش بینی کند.

نتیجه‌گیری

فرضیه اول: بین منبع کنترل با حل مساله رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته‌های پژوهش نتیجه گرفته شد بین منبع کنترل درونی با حل سازگارانه رابطه مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد بین منبع کنترل درونی با حل مساله ناسازگارانه رابطه منفی و معنادار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. بین منبع کنترل بیرونی با حل مساله سازگارانه رابطه منفی و معنادار و بین منبع کنترل بیرونی با حل مساله ناسازگارانه رابطه مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج نقیبی و جعفری (۱۳۹۳)، شین و لی (۲۰۲۱)، خود همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت افرادی که منبع کنترل آنها درونی می‌باشد. به جهت اینکه خودشان را در رابطه با رویدادهای زندگی مسئول می‌دانند و به توانایی خویش در کنترل وقایع زندگی معتقدند لذا در مقابله با مشکلات از شیوه‌ها و سبک‌های متمرکز بر حل مساله استفاده می‌کنند، بدین معنا که از طریق تصمیم‌گیری و طرح‌ریزی جهت حل مشکل اقدام به حل مساله می‌نمایند در حالی که افراد دارای منبع کنترل بیرونی، به جهت اینکه معتقدند که توانایی شخصی‌شان در این زمینه موثر هستند لذا در مقابله با مشکلات از شیوه‌های متمرکز بر حل مساله استفاده نمی‌کنند.

فرضیه دوم: حل مساله سازگارانه بر اساس منبع کنترل قابل پیش بینی است.

بر اساس یافته‌های پژوهش نتیجه گرفته شد که در مدل اول متغیر منبع کنترل درونی میزان واریانس تبیین شده از ۳۳ درصد افزایش است. بنابراین نتیجه گرفته شد، مجموعاً ۳۹ درصد از واریانس حل مساله سازگارانه توسط منبع کنترل درونی و بیرونی تبیین شده است. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های لازاروس و فولکمن (۱۳۸۴)، هونکمپ - هرملینگ و همکاران (۲۰۱۹) همسو می‌باشد.

فرضیه سوم: حل مساله ناسازگارانه بر اساس منبع کنترل قابل پیش بینی است.



بر اساس یافته‌های پژوهش نتیجه گرفته شد که در مدل اول متغیر منبع کنترل بیرونی میزان واریانس تبیین ۳۴ درصد است. در گام دوم با اضافه شدن متغیر کنترل درونی، میزان واریانس تبیین شده از ۳۴ درصد به ۳۷ درصد افزایش یافته است. بنابراین نتیجه گرفته شد، مجموعاً ۳۷ درصد از واریانس حل مساله سازگاران به توسط منبع کنترل بیرونی و درونی قابل تبیین می‌باشد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج چاکیر (۲۰۱۷)، بالتچی و همارتا (۲۰۱۳) همسو می‌باشد.

همچنین پیشنهاد می‌شود:

به مشاوران و روانشناسان در مراکز روان‌شناسی و مشاوره‌ای پیشنهاد می‌گردد جهت افزایش مهارت در حل مساله سازگاران دانش آموزان، تمرکز به منبع کنترل درونی صورت گیرد. پیشنهاد می‌شود والدین، آموزش‌ها و کارگاه‌هایی جهت تمرکز به منبع کنترل درونی به منظور افزایش مهارت حل مساله سازگاران فرزانسان داشته باشند.

منابع

منابع فارسی

- ساسانی کورعباسلو، رضا و دهستانی، مهدی و مهدوی، عاطفه (۱۳۹۹). مقایسه بینش شناختی و مهارت‌های حل مسئله در دانشجویان با نشانگان اضطراب اجتماعی و بدون نشانگان اضطراب اجتماعی. ششمین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی.
- گنجی، حمزه (۱۳۹۳). بهداشت روانی. تهران: انتشارات ارسباران.
- عسگری، سعید، زکی‌پی، علی (۱۳۹۱). بررسی مقایسه‌ای افسردگی و منبع کنترل در دانشجویان، مجموعه مقالات همایش ملی مسائل جوانان دانشگاه آزاد اسلامی فلاورجان.
- محمدخانی، شهرام (۱۳۹۰). مهارت‌های حل مساله و تصمیم‌گیری موثر، تهران: طلوع دانش.
- معتمدی، هادی، حاجی بابایی، حسین، بیگلریان، اکبر و فلاح سلوکلائی، منیژه (۱۳۹۱). تاثیر آموزش حل مسئله بر افزایش کفایت اجتماعی نوجوانان دختر، مجله پژوهش‌های اجتماعی، ۵ (۱۴)، ۱۷-۲۹.
- نجفی، احمد و جعفری، اصغر (۱۳۹۳). اثربخشی آموزش حل مسئله خانواده محور بر تمایز یافتگی خود و منبع کنترل. ششمین کنگره آسیب‌شناسی خانواده.

منابع لاتین:

- Albertyn R.M; Boroun Gn. (2001). Patterns of empowerment in individualsthrough the course of a Life Skills programme. Journal of studies in the education of adults- 33: 21 -180.
- Brannigan, G. G., Hauk, P. A., & Guay, J. A. (1991). Locus of control and daydreaming. Journal of Genetic Psychology, 152(1), 29-33.
- Benassi, V. A., Sweeney, P. D., & Dufour, C. L. (1988). Is there a relation between locus of control orientation and depression? Journal of Abnormal Psychology, 97, 357-367.
- Chioqueta AP, Stiles TC. (2005). Personality traits and the development of depression, hopelessness, andsuicide ideation. Pers Individ Dif; 38: 1283-91.

- Clarke D. (2004). Neuroticism: Moderator or mediator in the relation between locus of control and depression. *Pers Individ Dif*, 37: 245–58.
- Fox, S., De Koning, E., & Leicht, S. (2002). The relationship between attribution of blame for a violent act and EPQ-R sub-scales in male offenders with mental disorder. *Personality and Individual Differences*, 33, 1–9.
- Kim, H. J., Lee, S., Jung, D., Hur, J. W., Lee, H. J., Lee, S., ... & Cho, C. H. (2020). Effectiveness of a participatory and interactive virtual reality intervention in patients with social anxiety disorder: longitudinal questionnaire study. *Journal of medical Internet research*, 22(10), e23024.
- Kim, J. Y., Choi, D. S., Sung, C. S., & Park, J. Y. (2018). The role of problem solving ability on innovative behavior and opportunity recognition in university students. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(1), 4.
- Krouse, N., & Show, B. (2000). Specific Feelings of Control and mortality school of public health. University of Michigan.
- Lou, R. A. (1982). locus of control in negro and white children. *Psychological Reports*, 29, 459–465
- Rotter JB. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1): 1.
- Shine, J. H. (1997). The relationship between blame, attribution, age and personality characteristics in inmates admitted to Grendon Therapeutic prison, *Personality and Individual Differences*, 23, 943–947.
- Spector PE, Michaels CE. (1986). Personality and employee withdrawal: effects of locus of control on turnover. *Psychological Reports*; 59:63–66
- Shin, S., & Lee, E. (2021, November). Relationships among the Internal Health Locus of Control, Mental Health Problems, and Subjective Well-Being of Adults in South Korea. In *Healthcare* (Vol. 9, No. 11, p. 1588). Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
- Xu, J., Twigg, J., Parker, D., & Negus, J. (2020). The association between anxiety, depression, and locus of control with patient outcomes following total knee arthroplasty. *The Journal of Arthroplasty*, 35(3), 720–724.

**Abstract:**

Problem solving is a general coping strategy that maintains and facilitates coping skills and behavioral competencies. Problem solving is considered one of the most valuable educational goals, because it is only by creating this ability that people can be prepared for changing life conditions and crises (Mohammed Khani, 2019). The meaning of the source of control is how much a person believes that he can have an effect on his life (Ganji, 2013). The purpose of this research is the relationship between the source of control and problem solving in high school students. This research is of fundamental purpose type and in terms of descriptive nature of correlation type. The statistical population of the research is all the male students of the 3rd district of Tehran in the year 1400. The sampling method of the present study is a multi-stage cluster. In this way, 5 schools were randomly selected from among the boys' schools in Region 3, and 7 classes were randomly selected from these schools, and the questionnaires were distributed among the students of these classes. The sample size of the present study was considered to be 200 people. In order to analyze information and process research data, SPSS version 24 software was used. In this research, using descriptive statistics that include central index (mean) and dispersion indices (variance, standard deviation) and also at the level of inferential statistics to investigate research hypotheses using Pearson correlation and multiple regression analysis. will be used. The research results showed that there is a positive and significant relationship between internal control source and adaptive solution at 0.01 level. Also, the research results showed that there is a negative and significant relationship between internal control source and inconsistent problem solving at the 0.01 level.

Keywords : source of control, problem solving, students



گذر از روابط عمومی سنتی به مدرن

سرکار خانم دکتر خوشنویس

(استادیار دانشگاه آزاد تهران غرب و استاد دانشگاه علمی کاربردی واحد ۱۵)

بهرام فرهی

کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات

سید مهدی حصاری

(دانشجوی کارشناسی دانشگاه علمی کاربردی واحد ۱۵)

چکیده:

روابط عمومی‌ها یکی از عرفی‌ترین بخش‌های سازمان‌های امروزی هستند. روابط عمومی‌ها با دو ذینفع بزرگ - سازمان‌ها و جامعه - سروکار دارند. جوامع امروزی از یکسو و سازمان‌های اقتصادی از دیگر سو در حال گذار به جهان پست مدرن هستند. اگر روابط عمومی نتواند خود را با این جهان تازه وفق دهد به‌زودی کارایی خود را از دست داده و کنار گذاشته می‌شوند. نوشتار پیشرو چالش دارد به صورتی گذرا و پیشدرآمدگونه فضایی که روابط عمومی‌ها در جهان پست مدرن در پیشرو خواهند داشت را توصیف کند. این توصیف اجمالی و با نگاهی به تفاوت‌های عمده میان دو جهان مدرن و سنتی خواهد بود. ما در این مقاله به این نتایج رسیدیم سازمان‌های باروابعط عمومی سنتی و ناکارآمد در آستانه شکست و ناکامی قرار می‌گیرد. امروزه روابط عمومی را کوشش مدبرانه‌ای برای ترغیب و تشویق مردم یا نفوذ در افکار آنان با استفاده از وسایل ارتباطی تعریف می‌کنند روابط عمومی در واقع رابطی است بین سازمان‌ها و مردم و سعی دارد که اهداف سازمان‌ها را برای مردم تشریح و از مردم بیشتر خبرگیری کند و عکس العمل آنان را تصمیم‌گیران و به سازمان تحویل دهد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی سنتی، روابط عمومی مدرن، روابط عمومی الکترونیک، عصر

دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی

بیان مساله:

با توجه به تغییرات جامعه و تکنولوژی در دنیای امروز، بخش روابط عمومی نیز باید به شکلی

مدرن و جدیدتر شکل‌گیری کند.



در این راستا، مساله اصلی در روابط عمومی این است که شرکت‌ها و سازمان‌ها باید بتوانند با تغییرات جامعه همگام شوند و به روز رسانی کنند. در این زمینه، باید توجه داشت که روابط عمومی باید به شکلی مؤثر و هوشمندانه طراحی شود تا بتواند برای رشد و توسعه سازمان مؤثر باشد.

علاوه بر این، با پیشرفت تکنولوژی و فضای مجازی، شرکت‌ها و سازمان‌ها نیز باید به شکلی مستقیم و غیرمستقیم در فضای مجازی حضور پیدا کنند و از آن به عنوان یک ابزار برای ارتباط با مخاطبان خود استفاده کنند. در این راستا، باید تلاش شود تا روابط عمومی به شکلی مناسب و بهتر دیجیتالیزه شود.

با توجه به ویژگی‌های عصر جدید و ضرورت سرعت بالای نقل و انتقال اطلاعات و با توجه به پویایی و تغییر و تحول سریع روندهای مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و شکل‌گیری پدیده جهانی شدن و کمرنگ شدن عنصر مکان و جغرافیا، توسعه روابط عمومی الکترونیک یک ضرورت می‌باشد. در مجموع عوامل مختلفی این ضرورت را عینی ساخته است. افزایش حجم اطلاعات مورد تقاضای مردم، افزایش خدمات قابل ارائه به مردم، تقویت روند شکل‌گیری رسانه‌های تعاملی، توسعه روزنامه نگاری الکترونیکی، ویژگی‌های جدید بازار، استفاده از مخابرات و الکترونیک در تجارت، رشد و شکل‌گیری موسسات مشاور، گسترش و ارتقاء نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مخاطبان متناسب با شرایط روز، افزایش سرعت اطلاع رسانی از الزامات روابط عمومی الکترونیک در هزاره سوم است.

محقق سعی دارد در این مقاله به مواردی چون گذر از روابط عمومی سنتی به نوین را بررسی نماید.

نقطه عطف تاریخ روابط عمومی مدرن چیست؟ ویژگی‌های دنیای پسا مدرن چگونه است؟ روابط عمومی داخلی چیست؟

مقدمه:

بر اساس تعریف مدرن از روابط عمومی می‌توان گفت به مجموعه اقدامات (practice) برای مدیریت و پخش اطلاعات میان افراد یا سازمان‌ها با عموم جامعه روابط عمومی (Public Relations) گفته می‌شود. (گرونین و هانت، ۱۹۸۴) روابط عمومی‌ها تلاش می‌کنند هدفمند و حساب شده این اقدامات عمدتاً باشند تا بیشترین تأثیر را داشته باشند. روابط عمومی ممکن است شامل فعالیت‌هایی شود که هدف از آنها در معرض اطلاع عموم قراردادن پیام سازمان باشد. البته این مقوله را نباید با تبلیغات به عنوان بازاریابی اشتباه گرفت. (استیتل، ۲۰۰۷)

به تعبیر دیگر می‌توان گفت هدف غایی روابط عمومی‌ها گسترش پیام سازمان در میان جامعه و ارائه چهره واقعی (یا دلخواه سازمان) به عموم مردم است. می‌توان گفت روابط نقش رسانه اختصاصی سازمان را عمومی عمال بازی می‌کند.

اگر تعریف بالا را در نظر بگیریم و وظیفه و رسالت اصلی روابط عمومی را ساخت چهره‌های دلخواه برای فرد یا سازمان بدانیم، می‌توان پیشینه‌ای به قدمت جامعه بشری برای روابط عمومی یاد کرد. یکی از قدیمی‌ترین تلاش‌های بشر برای اصلاح چهره فرد یا سازمان رامی توان شماره ۱۰ اردیبهشت ۴۲۹۴ تلاش ژولیوس سزار، پادشاه قدرتمند جمهوری روم، برای نمایش چهره یک قهرمان از خود و یک امپراتوری از جمهوری روم دانست. کتاب زندگینامه گایوس ژولیوس سزار (۱۲ یا ۱۳ ژوئیه ۱۰۰ پیش از میلاد - درگذشت ۱۵ مارس ۴۴ پیش از میلاد) دست آورد، اولین تلاش بشر برای ساخت وجه عمومی از یک فرد است. (ویکی‌پدیا) سزار با نگارش بخشی از زندگینامه خود به نام جنگ گالیک تلاش کرد چهره خود را به نحوی مؤثر و هدفمند به مردم جمهوری روم بشناساند. (همان)

به نظر نگارنده نمونه یونانی دیگری نیز وجود چنین هدفی را دنبال نموده و دارد که وکالت انگیزه آن فردی است. این نمونه نیز با تعریف کلاسیک روابط عمومی همخوانی دارد. چهار قرن پیش از میلاد مسیح یک نجیب‌زاده، سرباز، ۱ سالها فیلسوف و پزشک یونانی به نام گزنفون پس از درگذشت شاهنشاه ایران، کورش بزرگ، به ایران می‌آید و شیفته سجایای اخلاقی این شاهنشاه می‌گردد. وی در کتابی که به درستی نمی‌توان آن را در ژانرهای ادبی دسته بندی کرد، تلاش می‌کند یک فرمانروای آرمانی را در قالب شخصیت شاهنشاه ایران بزرگ، به تصویر بکشد.

کتاب وی را که در یونانی Kúrou می‌توان به میان آورد. (paideía (Kúrou παιδεία. برد به کار «The Education of Cyrus» معنی این کتاب در ایران به «کوروش نامه» نامبرده شده است. از دید نگارنده این کتاب که که در تراز اتوبیوگرافی سزار است، می‌تواند نمونه‌ای درخور از فعالیت برای تدوین چهره‌های موجه و تأثیرگذار از یک فرد یا سازمان باشد. تنها محل بحث اینجا است که آیا گزنفون عضوی از سازمانی به نام پادشاهی هخامنشی است؟ و این کار را برای اصلاح وجه پادشاه ایران انجام داده است؟ در اینخصوص با توجه به صبغه شرکت وی در جنگ کوروش دوم علیه برادرش اردشیر هخامنشی و شیفتگی او به پادشاه سرزمینی که تضاد جدی با آرمانهای سرزمین مادری اش دارد می‌تواند حکایت از عضویت و نمایندگی گزنفون در سازمانی به نام پادشاهی هخامنشی باشد. (دانشنامه بریتانیکا) به هر رو چه هدف او اصلاح وجه کوروش هخامنشی بوده باشد و چه تلاش برای ترسیم یک پادشاه ایده آل باشد که دیگر شاهان با تطبیق رفتار و کردار خود با پادشاه اسطوره مانند ایران چهره خود را در جامعه اصلاح کنند، به هر رو تلاش کرده چهره یک فرد یا سازمان را به نحوی مؤثر به جامعه بشناساند.

اگر در ایران سفر کنید در جایجای این کشور با سنگ نوشته‌هایی روبه رو می‌شوید که یادگار تلاش دولت‌ها برای ایجاد ارتباط مؤثر و گسترش اطلاعات هدفمند میان مخاطبان است. برای نمونه سنگ‌نوشته بیستون بزرگترین سنگ‌نوشته جهان نخستین متن شناخته شده



ایرانی و از آثار دودمان هخامنشیان (۵۲۰ پ. م) واقع در شهرستان هرسین در سی کیلومتری شهر کرمانشاه بر دامنه کوه بیستون که یکی از مهمترین و مشهورترین سندهای تاریخ جهان و مهمترین متن تاریخی در زمان هخامنشیان است که شرح پیروزی داریوش بزرگ را بر گوماته مغ و به بند کشیدن یاغیان را نشان می‌دهد. دستگاه حکومتی هخامنشیان تلاش کردند وجه قدرتمند پادشاهی مانند داریوش و پیروزی‌اش بر مدعیان دروغین تاج و تخت را چنان شکوهمند بسازند که کسی گستاخی دست آختن به تاج و تخت ایشان را نداشته باشد. این موارد می‌توانند همگی تلاشهایی باشند که در واقع وظیفه ذاتی یک روابط عمومی امروزی است.

در ایران باستان اثر دیگری نیز وجود دارد که می‌تواند سرچشمه و نخستین تلاش برای ایجاد یک روابط عمومی موفق باشد. اردشیر بابکان سردودمان ساسانیان (دانشنامه ایرانیکا) زندگینامه‌ای را به قلم خود تدوین کرده است که به نام «کارنامه» یا کارنامه اردشیر بابکان شناخته می‌شود. وی در این کتاب تلاش کرده به نحوی مؤثر و هدفمند چهره حکومت جدید که یک حکومت مرکزی قدرتمند است که جایگزین قدرتهای محلی گشته را به تصویر بکشد. این کتاب شرح پیروزیهای وی و تأسیس سلسله پادشاهی ساسانیان است. هدف این کتاب مدیریت برداشت مخاطب از جایگاه رفیع مؤسس سلسله ساسانیان و به تبع آن پادشاهان پسین این سلسله است.

نقاط عطف تاریخ روابط عمومی مدرن:

از نمونه های تاریخی که بگذریم در دنیای مدرن نمونه‌های شبیه‌تری به آنچه امروزه روابط عمومی می‌خوانیمشان پیدا خواهیم کرد. این نمونه‌ها بدون آنکه نام روابط عمومی را یدک بکشند، تاریخ ساز این فن در جهان مدرن شدند. همه این اتفاقات در یک چیز مشترک هستند، در تمامی آنها یک فرد یا سازمان تلاش می‌کند با بهره‌گیری از روش‌ها و رسانه‌های گوناگون چهره خود یا سازمان متبوعشان را در میان اجتماع بهبود بدهند. ازای نرو می‌توان آن‌ها را تاریخ ساز روابط عمومی نامید.

با نگاهی به تاریخ روابط عمومی می‌توان دید نخستین بار سنت آگوستین (۳۴۹) تلاش کرد با سرودن مدیحه‌ای در باره امپراتور چهرهای خوب از وی به جامعه ارائه کند. این اقدام در نوع خود یک پروپاگاندا به شمار می‌رود. مدیحه سنت آگوستین را بیشکمی توانیکی از نقاط عطف روابط عمومی در قرون وسطی دانست.

در سال ۱۹۷۶ نیز توماس پین به انگلیسی (Paine Thomas) کتابی تحت عنوان American Crisis منتشر کرد که هدف از نگارش و انتشار آن دفاع از انقلاب آمریکا بود. این سیاستمدار عالی رتبه توانست وجه انقلاب را به خوبی برای عامه مردم و جامعه آن زمان آمریکا ترسیم کند. بنجامین فرانکلین Benjamin Franklin FRS (January ۱۷۰۶، O. S. January ۶، ۱۷۰۵ [April ۱۷، ۱۷۹۰، April ۱ - ۱۷۹۰]) یکی از بنیان‌گذاران

آمریکا نیز در سال ۱۷۸۰ با انتشار جریده‌های روشنگرانه سعی در براندازی برده‌داری در ایالت متحده داشت. تلاش‌های وی برای ترسیم چهره جامعه‌ای بدون برده سرانجام به نتیجه رسید و او توانست این سنت را در آمریکا از میان بردارد. ویلیام هنری سورد (May Seward Henry William) ۱۶، ۱۸۰۱ - October ۱۰، ۱۸۷۲ وزیر امور خارجه وقت ایالت متحده در سال ۱۸۶۱ مانند سلف خود آبراهام لینکولن مهارت کافی برای استفاده از روزنامه‌ها برای نیل به مقاصد سازمانی خود را داشت. مجموعه اقدامات وی در این سال‌های حساس را می‌توان یکی از نقاط عطف تاریخ روابط عمومی دانست.

تیلور بارتون (July num ۵، ۱۸۱۰ - April ۷، ۱۸۹۱) «P. T.» Bar - شومن و بیزنسمن مطرح آمریکایی در دهه ۱۸۸۰ توانست یکی از نقاط عطف تاریخ روابط عمومی را با روش تعامل منحصر به فردش با رسانه‌ها، رقم زد.

در سال ۱۹۰۳ (ای وی لی، July) (Lee Ledbetter Ivy، ۱۶، ۱۸۷۷ - November ۹، ۱۹۳۴) که امروزه پدر روابط عمومی خوانده می‌شود، توانست به کمک شفافیت در اطلاع رسانی و ایجاد ارتباط مناسب با ارباب تجرید و مخاطبان را از یک از طریق نشریه‌ها چهره را از یک سرمایه‌دار بدون قلب به یک کارآفرین مسئول تغییر دهد.

ادوارد لویی‌س جین بارنی (/bər'neɪz Edward Louis James Bernays)؛ German: ۲۲ November، ۱۸۹۱ - March ۹، ۱۹۹۵) یکی از پیشگامان روابط عمومی در سال ۱۹۱۸ به عنوان مشاور رئیس جمهور ویلسون، یکی از بهترین عملکردهای رسانه‌ای در خصوص اعلام استقلال جمهوری چک را از خود بروز داد. وی حتی با تعیین صبح یکشنبه برای اعلام این خبر در یک حرکت حساب شده برای پوشش فراگیر خبر در مطبوعات برنامه‌ریزی کرده بود.

در سال ۱۹۳۶ کمپانی اسکار مایر با طراحی ماشین هاتداگ شکل خود، پا به عرصه تجاری روابط عمومی‌ها گذاشت و تلاش کرد مخاطب خود را با غذای پر تابل آشتی دهد.

در عرصه تجارت کمپانی الماس Beers De الماس در سال ۱۹۳۰ تلاش کرد از طریق ارتباط فعال با مخاطب رابط‌های میان حجم الماس به کار رفته در انگشت و میزان عشق افراد به همسرانشان رابطه مستقیم ایجاد کند. میزان تأثیرگذاری این مسئله موجب افزایش فروش و درآمد کمپانی شد.

۱۹۵۰ در سال دیگر پلیس هم آموخته بود از روابط عمومی برای حل مشکلات خود استفاده کند. انتشار تصاویر ده خلافکار تحت تعقیب بزرگ در آن زمان نمونه بارز این ادراک بود.

سقوط فضاپیما می‌بهرانه‌ای شد تا کمپانی تاکو بل Bell Taco برای فروش غذای مجانی خود از نماد محل فرود برای این فضاپیما استفاده کند، به گونه‌ای که به ذهن متبادر می‌شد فضاپیما هم برای دریافت تاکو بل مجانی سقوط کرده است.



در یک تقسیم بندی دیگر می توان تاریخ روابط عمومی را به سه مرحله بخش کرد:

مرحله نخست تلاش سازمان ها و نهادهای دولتی برای تغییر وجه خود در نزد عموم مردم بود که این وجه در پی فساد اداری مأموران و مقامات مخدوش شده بود. (۱۹۰۰ تا ۱۹۱۴)

مرحله دوم تلاش دولت آمریکا در گیرودار جنگ جهانی اول و تلاش برای توجیه مقاصد خود این جنگها را شامل می شود. این مرحله در خلال سال های ۱۹۱۴ تا ۱۹۱۸ به وقوع پیوست. در سال های ۱۹۲۹-۱۹۱۸ شرکت های صنعتی به صورت گسترده دست به انتشار اخبار مربوط به خود زدند تا بتوانند تأثیر مثبت یا منفی مورد نظر خود را بر افکار عمومی بگذارند. در این مرحله روابط عمومی ها می دانستند که ارائه موضوعی مطالب از روی واقع بینی و بدون جانبداری می تواند افکار عمومی را هدایت کند. اگر نگاهی به تعداد تکرار واژه «Publics» در کتاب های منتشر شده از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۸ بیندازیم خواهیم دید هرچند این واژه از سال ۱۸۰۰ گاه و بیگاه استفاده شده است، اما تا سال ۱۹۰۰ فزونی جدی ای نیافته است.

همانطور که از تاریخ روابط عمومی نیز دیده می شود از سال ۱۹۲۰ آرام آرام این واژه بار دیگر بر سر زبان ها می افتد و در نیمه دوم دهه ۵۰ به اوج می رسد. کاهش چشمگیر این واژه در سال های منتهی به ۲۰۰۸ و احتمال روند کاهشی آن در صورت انتشار آمارهای بعدی خواهیم دید که روابط عمومی آرام آرام جایگاه خود را از دست می دهد.

یکی از دلایل این کاهش نیز غالب شدن نظریه های پست مدرن و تغییر در ماهیت این رشته است. این نظریه ها بیشتر نقش های روابط عمومی را متکثر کرده و بخش های گوناگون این سازمان را در این نقش دخیل می کنند.

آنچه یاد شد خلاصه تاریخچه و نقاط عطف روابط عمومی در عصر مدرن بوده است، اما مجموعه اقدامات و تئوری های روابط عمومی به طرز تلقی مدرنیستی از سازمان ها غالباً باز می گردد. با ورود به عصر پست مدرن آرام آرام سازمان ها نیز فضای پسا مدرنیستی را درک کرده و تغییر کرده اند. اگر روابط عمومی ها نتوانند تلقی خود از سازمان های پست مدرنیستی را تغییر دهند و همچنان با دیدگاه مدرنیستی به کار خود ادامه دهند دیر یا زود کارایی خود را از دست می دهند.

افزون بر اینکه سازمان ها وارد فضای پسا مدرن شده اند و جامعه نیز این فضا را درک کرده است. از آنجایی که یکسر فعالیت های روابط عمومی نیز جامعه است، روابط عمومی ها از هر دو سو ناگزیر هستند وارد فضای پسا مدرن شوند. در صورتیکه روابط عمومی های سازمان ها و صنایع نتوانند فضای پست مدرن را درک کنند و خود را با آن تطبیق دهند، به زودی کارایی خود را از دست خواهند داد.

برای نمونه یکی از ویژگی های عصر مدرن ایجاد فطرت و دوگانگی میان علم و تلقی جامعه از مقوله علمی است. دامن زدن به این تفاوت ویژگی تکراری رسانه های جامعه مدرن است. (راهجا، ۲۰۰۱)

دیدگاه مدرن روابط عمومی را عموماً مبتنی بر استیلاطلبی رسانه سازمان و زیر سؤال بردن اقدام‌کنندگان در سیستم، به منظور مشروعیت بخشیدن به چشم‌انداز مدیران سازمان به عنوان یک دانش آبجکتیو در سایه فعالیت‌های مستدل، میدانند. در حالیکه روابط عمومی پست‌مدرن مبتنی بر انعطاف‌پذیری است. (همان) در مجموع رویکردهای پست‌مدرن نسبت به رویکردهای پست‌مدرن از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار هستند، این دیدگاه کمتر به صلابت آرای خود ایمان دارد؛ بنابراین کمتر حکم قطعی می‌دهد و چارچوب‌های کاری را تا پایین‌ترین سطح و بیشترین جزئیات بیان می‌کند.

در بیشتر تئوری‌های مدرنیستی روابط عمومی به عنوان یک فانکشن مدیریتی دیده می‌شود. رویکرد غالب مدرنیستی در مدیریت معمولاً بر پایه تعریف اهداف مدیریتی از بالا و مشروعیت بخشیدن به آن است. همچنین یکی از وظایف روابط عمومی تسری استراتژیهای بالا به پایین سازمان است که این ویژگی نیز از مفاهیم سازمان در دنیای مدرن است.

مثال‌های بیشماری می‌توان از سایه انداختن تفکر مدرن بر روابط عمومی‌های امروزی بیان کرد. مدرنیسم تمام شئون روابط عمومی از تئوری تا تحقیقات را شامل می‌شود.

تمرکز وافر بر مدیریت و استراتژی از ویژگی‌های بارز روابط عمومی‌ها در عصر مدرن هستند. هنگامی که تحقیقات آکادمی در تلاش برای اثبات روابط عمومی به عنوان یک کسب و کار مشروع و یک نظام در تئوری سازمانی بودند در سال ۱۹۸۰ این تئوری و مفهوم غالب به چالش کشیده شد. مقالات نقادانه و تئوری‌های پست‌مدرن تلاش کردند مشروعیت افاضات مدیر در تعیین هدف برای سازمان و بخردانگی تصمیم را به چالش بکشند. (دیتز) روشن است که در سازمان‌های مدرن مدیران ساحت ویژه‌های برای خود و آرایش قائل هستند. دنیای پست‌مدرن این ساحت را به چالش می‌کشد و تلاش می‌کند همه ارکان سازمان را در تصمیمات شریک کند.

نتیجتاً مقالات بسیاری پایه‌های مدرنیسم یا پارادایم فانکشنالیتی را به چالش کشیده و فانکشنهای تازه‌ای را تدوین کردند. (هاسرود و همکاران، ۲۰۰۰) در میان‌های دهه ۹۰ میلادی آغاز قرن بیست و یکم افراد آرام آرام به مفاهیمی مانند بخردانگی دانش تردید کردند. (مک‌الریث، ۱۹۹۴) این تردید در بخردانگی دانش است که امروزه نگرش مدرنیستی روابط عمومی‌ها را در مقالات هنوز به چالش می‌کشد. منبع کتاب "تحول روابط عمومی در ایران" اثر جواد فرامرزی و حسین موسوی

ویژگی‌های دنیای پسا مدرن:

به طور کلی می‌توان گفت دنیای پسا مدرن بر؛ عدم قطعیت پراکندگی عدم تمرکز مشارکت و ترکیب استوار است.



روابط عمومی‌ها در ایفای نقش خود در تعامل با جامعه و سازمان پست‌مدرن نیز باید این ویژگی‌ها را مدنظر قرار دهند. اگر در دنیای مدرن روابط ریاضی و فرموله‌ای که قطعی بودن آنها در فرایندهای قابل تکرار و دارای نتیجه قطعی حکمرانی می‌کردند، دنیای پست‌مدرن را احکامی غیرقطعی می‌سازند. احکامی که برای اثبات آن‌ها فرمول ریاضی صادر نمی‌شود.

پستمدرنیسم را حتی نمی‌توان به عنوان مکتب شناسایی کرد و انتظار داشت یک نظریه‌پرداز برای آن پیدا کرد و مجموعه آرا و نظریات وی را برای بازشناسی آنچه در این مقوله نیاز است بدانیم، محور قرار دهیم. پستمدرنیسم حتی در ذات خود دارای چنان تشتتی است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. هر نظریه و رأی در این پارادایم دارای رویکردهای گوناگون و تعابیر و تفاسیر متفاوتی است. شاهی بر آنچه گفته شد را می‌توان در سرچشمه و آغازگر این فلسفه دانست. این فلسفه را نه فیلسوفان و اندیشمندان علوم انسانی که معماران پایه گذاشته و نقاشان توسعه داده‌اند.

همین تفاوت بنیادین میان روش تشکیل این پارادایم فکری و سایر پارادایم‌های فکر بشر را می‌توان الگویی برای درک غیرمتمرکز بودن این پارادایم فکری دانست. در این پارادایم نمی‌توان انتظار داشت سازمانی را تصویر کنیم که قدرتش در دست مدیری متمرکز است که اهداف و استراتژی‌های سازمان را از بالا تا پایین تعیین می‌کند. در این سازمان همه اشخاص می‌توانند درگیر تعیین استراتژی‌ها و هدفگذاری‌ها شوند.

حال اگر همه ارکان سازمان بتوانند در هدفگذاری‌ها دخیل شوند، پس باید مخاطب نیز بتواند در تولید پیام دخیل شود. یکی از ویژگی‌های دنیای پست‌مدرن همین مشارکت است. روابط عمومی‌های پست‌مدرن باید خود را برای مشارکت در پیام با مخاطبان، آماده کنند. اگرچه زمانی که اسم مشارکت مخاطب می‌آید، اولین چیزی که به ذهن انسان اسیر در چارچوب فکری مدرن می‌رسد، این است که باید ترتیبی برای مهار و کنترل افکار برگزید، لیکن دنیای پست‌مدرن آن را رد می‌کند. در واقع پیام همان است که با مشارکت مخاطب به دست می‌آید و هر چیزی که ورای مشارکت مخاطب حاصل شود، محصول دستکاری در آرای مخاطب خواهد بود. در این روش مهندسی افکار عمومی جایگاهی ندارد و پیام سازمان را همان مخاطب تعیین کرده و خود مسئولیت و نقش انتشار آن را به عهده خواهد گرفت.

رویکرد پستمدرنیسم در روابط عمومی دو گام را فرا روی مخاطب خود قرار داده است. گام نخست از میان بردن عرف تسلط مدیران به منظور بهره‌برداری و به کارگیری کارکنان در جهت اهداف از پیش تعیین شده مدیران است که این گام در مباحث مربوط به تحلیل مورد بررسی قرار خواهد گرفت و گام دوم این رویکرد موضع‌گیری در برابر نژادپرستی، تبعیض جنسیتی، اروپا محوری، بروکراسی و استعمار است.

بحث از میان بردن قدرت و صلابت مدیران نشأت گرفته از ایده مخالفت رویکرد پست‌مدرن با «تنها داستان درباره حقیقت» است. رویکرد پست‌مدرن در به چالش کشیدن دانش بخردانه و تنها حقیقت، به

رویکرد این پارادایم در حوزه روابط عمومی نیز تسری پیدا کرده است. (مکدونل، ۱۹۸۶)

در دنیای پست مدرن مقاصد و معانی همواره توسط نویسندگان تولید نمی‌شوند، بلکه گاهی در ترانه‌ها یا گفتار شفاهی نیز تولید می‌شوند. معنا و مقصود بر شالوده جوامع متفاوت و اقدامات نهادی (مؤسساتی) و این مسئله که «هیچ مقصود آبجکتیوی وجود ندارد» استوار شده است.

یک رویکرد رایج پست مدرن به روابط عمومی بحث در تمرکز بر روابط عمومی به عنوان یک فرایند نهادی و نقش آن در سازمان است. در این رویکرد به طرز ویژه‌ای به روابط عمومی در تغییر برداشت از حقیقت و تنزل مفاهیم اصلی و جایگاه‌ها برای ساخت و اشاعه ایدئولوژی سازمان، نگاه شده و نقش حیاتی برای آن قائل است. (دریدا، ۱۹۷۶)

باید توجه داشت در قبال تأکید بیش از حد رویکرد مدرن بر وجود یک تئوری و نظریه، پستمدرنیسم مجموعه‌ای از نظریات و تئوریها را شامل می‌شود. پستمدرنیسم آغوشی باز در برابر چندگانگی و چند دستگی حتی درباره چشم اندازه‌های اصلی و تئوری‌های خود دارد.

لیونارد می‌گوید، تئوریها در ذات خود داستان‌های بیشمار را پنهان دارند و ما هرگز نمی‌توانیم حکایت همه آنها را کشف کنیم. (لیونارد، ۱۹۸۸)

پست مدرن بیشتر بر مقوله‌هایی مانند پیوند میان قدرت و دانش، اختلاف به جای اجماع، خرده فرایندهای سیاسی و پیوند میان طبیعت قدرت و قید و بند، متمرکز است. (دیتز، ۱۹۹۷) رویکرد دیگری از این فلسفه بر ارتباط میان قدرت و ایدئولوژی، مقوله فراواقعیت یا hyperrealit، به چالش کشیدن بخردانگی، تشخیص میان واقعیت و دروغ، نپذیرفتن فرا روایت، نمایندگی اقلیت و به حاشیه رانده شده‌ها تمرکز دارد. (هولتزواسن، ۱۹۹۵)

نگاه مدیریت استراتژی به مقوله روابط عمومی موجب شد در اوایل دهه هشتاد کتاب‌های بیشمار با عناوین و کلیدواژه مدیریت و استراتژی در حوزه روابط عمومی خلق شوند. عناوینی مانند مدیریت روابط عمومی، مدیریت استراتژیک در روابط عمومی، مدیریت استراتژیک و هدفمند کمپین‌های روابط عمومی (MBO) و مدیریت استراتژیک روابط عمومی به عنوان یک کل. (هث، ۱۹۹۷) فقدان ایمان به دو مقوله مدیریت و استراتژی در رویکرد مدرن، چالش بزرگ پست مدرن را در حوزه روابط عمومی پیش می‌کشد.

مدیریت مدرن قصد دارد به صورت بخردانه دیگران را تحت کنترل خود بگیرد. (فوکالت، ۱۹۸۲) در برابر این نظریه، رویکرد پست مدرن مدیریت را به عنوان یک امر بخردانه رد می‌کند. (بوژه) رویکرد پست مدرن بر این باور است که در کانتکستهای سازمانی، مدیریت استراتژی چیزی جز زبان بازیها نیست. (لیونارد، ۱۹۹۸) در دیدگاه پست مدرن استراتژی یک مقوله دوسره و سیمتریک است. (گرونینگ، ۱۹۸۹) منبع مقاله "سیر تحول روابط عمومی از رویکرد سنتی به مدرن" از دکتر بهزاد شوریان



روابط عمومی‌های داخلی:

در حالیکه پارادایم‌های روابط عمومی به شدت در دنیا در حال تغییر بودند در کشور ما نیز روابط عمومی به عنوان جزو لاینفک سازمان نهادینه شده است تا جایی که امروزه تصور یک سازمان بدون واحد روابط عمومی امکان‌پذیر نیست؛ اما با این همه رشد در خصوص جایگاه روابط عمومی، نقشه‌هایی که روابط عمومی‌ها ایفا می‌کنند در حد اعلام مناسبت‌ها و عرض تسلیت‌ها پایین می‌آید. روابط عمومی‌های سازمان‌چندان سروکاری با استراتژی‌ها ندارند و تلاش نمی‌کنند بازنمایی از استراتژی‌های سازمان در بیرون باشند. بلکه ایشان تنها مأموریت‌های محوله را به انجام می‌رسانند و اگر این مأموریت بازنمایی استراتژی باشند، آنگاه به فکر بازنمایی بیرونی استراتژی‌ها می‌افتند.

نگاهی به دسته بندی روابط عمومی‌های کشور نشان می‌دهد در حال حاضر روابط عمومی‌های جدید به این دسته‌ها تقسیم می‌شوند: (معاذیفر، ۱۳۹۳)

روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی دیجیتال

روابط عمومی آنلاین

روابط عمومی سایبر

روابط عمومی اینترنتی

روابط عمومی مجازی

این دسته بندیها به دنبال ایجاد زیربنای ارتقای سطح روابط عمومی‌ها پایه گذاشته شده‌اند. این مقدمات می‌توانند راه را برای سائیری شدن روابط عمومی‌ها در ایران آماده کنند.

آنچه در ایران نیاز است ارتقای روابط عمومی‌های سنتی به روابط عمومی‌های مدرن است و پس از آن تازه برای ورود به فضای پست مدرن برنامه‌ریزی کرد.

روابط عمومی‌های امروزی در ایفای نقش مدرنیستی خود نیز در جامعه دچار کمبود هستند و نتوانستند جایگاه والای خود را دریابند. شاهد مثال آن نیز نبود چنین بخشی در سازمان‌های خصوصی است.

به طور کلی مشکلات فعلی روابط عمومی‌های ایران رامیتوان:

بیتوجهی به تخصص در روابط عمومی، بیتوجهی به خالقیت و نوآوری، عدم استفاده از فناوری جدید و فعال نبودن روابط عمومی بخش خصوصی برشمرد. نبود یک سندیکا یا صنف که بتواند حمایت‌های صنفی ایجاد کند و قدرت تشکیلاتی به فعالان این حوزه بدهد نیز بر این مشکلات اضافه می‌شود. مشکلات ساختاری نیز یکی از سنگها بر سر راه نیل روابط عمومی‌ها به سرمنزل مقصود است. هرچند مقصود این نوشتار بیان مشکلات روابط عمومی‌ها نبود، لیکن نگاهی گذرا به مشکلاتی که مانع ارتقای کیفی سطح روابط

عمومی‌ها می‌شود را بیان کرد. منبع کتاب "روابط عمومی در نظام اجرایی کشور" اثر محمدرضا عطایی

نتیجه‌گیری:

در دنیای امروز، با توجه به پیشرفت فناوری و رواج شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی نیز بایستی به شیوه‌های مدرن و جدیدتری تطبیق پیدا کند. از جمله این شیوه‌ها می‌توان به استفاده از رسانه‌های دیجیتال، سئو، بازاریابی محتوا، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی، فعالیت در فضای مجازی و... اشاره کرد. در این راستا، شرکت‌ها و سازمان‌ها باید به گسترش فعالیت‌های خود در فضای آنلاین توجه کنند و با استفاده از روش‌های مدرن روابط خود را با مخاطبان بهبود بخشند. همچنین، تلاش برای ارتقای تجربه مشتریان و ایجاد ارتباط صمیمانه‌تر با آن‌ها از دیگر مهمترین روش‌های بهبود روابط عمومی در دنیای امروز است. در جامعه‌ی امروز، تغییرات قابل توجهی را در حوزه‌ی روابط عمومی به دنبال داشته است. با توجه به اینکه روابط عمومی به عنوان یک صنعت ارتباطاتی، با هدف ارائه‌ی پیام‌هایی مناسب با نیازهای جامعه و مخاطبان خود در زمینه‌ی تجاری، سیاسی، اجتماعی و... فعالیت می‌کند، تطبیق با تحولات فناوری و ارتباطات امری ضروری به نظر می‌رسد.

با تحلیل و بررسی تفاوت‌های روابط عمومی سنتی و مدرن، به این نتیجه رسیدیم که در روابط عمومی مدرن، فناوری و ارتباطات بازیگری مؤثری در ارتباط بین سازمان و مخاطبان آن ایفا می‌کنند. همچنین، در روابط عمومی مدرن تمرکز بر ارائه‌ی محتوای جذاب و متنوع به سمت مخاطبان، تأکید بر شفافیت و انعکاس صادقانه‌ی وضعیت سازمان، و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتباط با مخاطبان به چشم می‌خورد.

استفاده از فناوری و ارتباطات در روابط عمومی مدرن، مزایای قابل توجهی برای سازمان‌ها به همراه دارد. این مزایا شامل افزایش محبوبیت و شناخت برند، افزایش تعامل با مخاطبان، کاهش هزینه‌های ارتباطی و... هستند.

در نتیجه، با توجه به اینکه تحولات فناوری و ارتباطات در حال رشد و توسعه هستند، تطبیق روابط عمومی با این تحولات ضروری به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر، روابط عمومی باید با استفاده از فناوری و ارتباطات جدید، برای ارائه‌ی پیام‌های مناسب با نیازهای جامعه و مخاطبان خود در زمینه‌ی تجاری، سیاسی، اجتماعی و... فعالیت کند.

منابع:

- کتاب "تحول روابط عمومی در ایران" اثر جواد فرامرزی و حسین موسوی
- مقاله "سیر تحول روابط عمومی از رویکرد سنتی به مدرن" از دکتر بهزاد شوریان
- کتاب "مبانی نظری و روش‌های پژوهش در روابط عمومی" اثر حسین موسوی و زهرا علیپور



- مقاله "گذر از الگوی سنتی به مدرن در روابط عمومی" از دکتر هادی قاسمی و مهدی فرزین‌زاده
- کتاب "روابط عمومی در نظام اجرایی کشور" اثر محمدرضا عطایی

بررسی تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروند سازمانی در شهرداری منطقه ۱۰ تهران

حسین شاهانی

دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی

دکتر محمدرضا حقیقی

دکترای علوم ارتباطات و مدرس دانشگاه آزاد تهران شرق و علمی کاربردی

سمیرا مویدی

دانشجوی دکترا رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن

(samira.moayedil360@gmail.com)

چکیده

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی انجام گرفت این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها توصیفی از نوع پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تشکیل داده‌اند که از میان تعداد ۲۰۰ نفر از طریق نمونه‌گیری انتخاب گردیدند ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه‌های رهبری تحول آفرین (باس و، اولیو ۲۰۰۰ پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی (اورگان، ۱۹۸۸)، فرهنگ سازمانی دنیسون می‌باشد. تحلیل داده‌ها از طریق همبستگی انجام و نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی دارای تأثیر مستقیم معنادار ($p < 0/01$) و رهبری تحول آفرین به طریق مستقیم بر رفتار شهروندی سازمانی دارای تأثیر معنادار ($p > 0/01$) است. براساس یافته‌های پژوهش می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین به عنوان یک متغیر مهم و تأثیرگذار هم به طریق مستقیم و هم از طریق غیره مستقیم سبب افزایش رفتار شهروندی سازمانی می‌گردد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی رهبری تحول آفرین رفتار شهروندی سازمانی، کارکنان شهرداری

منطقه ۱۰ تهران بزرگ مهم.



مقدمه

حفظ بقای سازمانها در محیط رقابتی دنیای امروز راهی جز کسب مزیت رقابتی برای آنها باقی نمی گذارد یکی از منابع کلیدی مزیت رقابتی فرهنگ است (مرزوقی و حیدری، ۱۳۹۵). زیرا توانایی نوآوری به طور عمیقی در ذهن بشر ریشه دوانده و با کمک فناوری نمی توان به آسانی آن را تقلید یا بازتولید نمود. رفتارهای نوآورانه برای سازمانهایی که در پی بقا و اثر بخشی هستند یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمانها شدیداً به دنبال روش ها و رویکردهای نوآورانه به منظور بهبود اثربخشی و کارآمدی و انعطاف پذیری می باشند (هادی شهنی، ۱۳۹۴) علت توجه به این رفتار به این دلیل است که بهبود و افزایش این رفتارها می تواند نه تنها در بهره وری سازمانها مفید باشد بلکه سبب موفقیت سازمانها در دنیای رقابتی است. در تعریفی ساده از نوآوری می توان آن را رفتارهای نو و سودمندی دانست که افراد در محیط های کاری خود با هدف بسط و توسعه روش ها و راهبردهای از جام وظایف و اموری کاری خود و دیگران پیشنهاد داده و به کار می گیرند (پارک مون و هین^۱ ۲۰۱۴). همچنین رفتارهای نوآورانه را می توان نوعی، ۱ فرایند انگیزشی و شناختی در فرد یا گروهی از کارمندان به حساب آورد که در فعالیتهای خاصی نمایان می شود (دیمتریا^۲، ۲۰۱۵). سه مشخصه اصلی بدیع بودن سودمندی و قابل اجرا بودن، رفتار نوآورانه را از بسیاری رفتارهای دیگر متمایز می سازد (پارک مون و، هین ۲۰۱۴. از طرف دیگر به باور به بسیاری از اندیشمندان، آزادانه بودن تلاشهای نوآورانه یکی از شروط لازم برای قطعی تلقی کردن یک رفتار نوآورانه محسوب می شود پارک مون و هین ۲۰۱۴ تلاش اندیشمندان و پژوهشگران عرصه رفتارهای نوآورانه تاکنون به شناسایی و معرفی عوامل مختلفی که با این گرایشهای رفتاری در ارتباط هستند شده است (عباس و رجاء^۳ ۲۰۱۴؛ کیو، یان و، لو^۴ ۲۰۱۵) بنابراین شناسایی عوامل اثرگذار بر این رفتارها بسیار مهم و اساسی است. پژوهش های انجام گرفته نشان دهنده تأثیر رهبری تحول آفرین بر رفتارهای نوآورانه است. زیرا رهبران تحول گرا با توجه به ویژگی های خاصشان همچون نفوذ آرمانی بر پیروان، گوش دادن، انگیزش الهام بخش آگاهی و فرهیختگی، تشویق و ترغیب و حمایت های توسعه گرا موجب ایجاد زمینه ارتقاء تحول در سازمان می گردند (اور بوسون و ماریون، ۲۰۰۹).

دیگر متغیر رفتاری مورد بررسی در پژوهش حاضر، رفتارهای شهروندی سازمانی است که برای اولین بار توسط باتمن و ارگان^۵ (۱۹۸۳)، به نقل از مهداد (۱۳۹۷) معرفی شده است و به عنوان رفتارهای اختیاری و ارادی کارکنان که در شرح وظایف شغلی نیست است تعریف می شود (مهداد، ۱۳۹۷). رفتار شهروندی سازمانی

- 1.. Park, Moon & Hyun
- 2.. Dimitria
- 3.. Abbas & Raja
- 4.. Qiu, Yan & LV
- 5.. Bateman & Organ

به رفتارهای کاری کارکنان یک سازمان نظیر یاری‌رسانی به همکاران، پیش از لزوم کار کردن، کار کردن در روزهای غیرکاری عمل کردن در امور شغلی بالاتر از استانداردهایی که توسط سازمان سازمان معین شده است اطلاق می‌گردد همت پناه م‌هداد و فارسی، (۱۳۹۷). رفتارهای متعددی نظیر نوع دوستی، یاری‌رسانی فضایل شهروندی جوانمردی و ادب و احترام از زمره معروف‌ترین و شناخته شده‌ترین رفتارهایی هستند که می‌توان در زپر چتر رفتارهای شهروندی قرار داد (فارل و فینکلاشتاسن^۱، ۲۰۱۴) این رفتارها از این نظر دارای اهمیت هستند که بیش از سه دهه پژوهش در این ارتباط نشان می‌دهد که نقشی انکار ناپذیر در ایجاد فضای کاری مثبت همراه با رضایت شغلی، عمل کرد سطح بالاتر و اثر بخشی مطلوب‌تر دارند (فارل و فینکلاشتاین^۲، ۲۰۱۴). در یکی از تقسیم‌بندیهای دیگر، رفتارهای شهروندی سازمانی برحسب هدف به رفتارهای شهروندی سازمانی معطوف به سازمان^۳ و رفتارهای معطوف به افراد^۴ (همکاران) تقسیم‌بندی شده است لی و آلمن^۵ (۲۰۱۲). رفتارهای شهروندی سازمانی معطوف به سازمان رفتاری را در بر می‌گیرد که منافع انجام چنین رفتاری به طور مستقیم متوجه سازمان است مانند مسئولیت‌پذیری فراتر از وظایف و مشارکت در امور سازمان فراتر از شرح وظایف شخصی) و در مقابل رفتارهای شهروندی سازمانی معطوف به افراد یا همکاران رفتاری را در بر می‌گیرد که به نوعی موجب یاری و نفع‌رسانی به افراد و بالأخص به همکاران مانند (یاری‌رسانی در لحظات دشوار) می‌گردد (لی و آلن^۶ ۲۰۱۲) بنابراین شناسایی عوامل اثرگذار بر این رفتارها بسیار مهم و اساسی است. از این رو، در تحقیقات و پژوهش‌های انجام گرفته نشان داده شده است که رهبری تحول‌آفرین یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر رفتارهای شهروندی سازمانی است.

مفهوم اولیه رهبری تحول‌آفرین توسط بارنز^۷ (۱۹۷۸) و در نتیجه تحقیقهای تو صیفی او پیرا مون رهبران سیاسی مطرح شد و بعدها توسط باس^۸ (۱۹۸۵)، بسط و توسعه یافت. از نظر باس، رهبر تحول‌آفرین به فردی گفته می‌شود که پیروانش را توانمند می‌کند به آن‌ها برای عمل کردی فراتر از انتظارانشان انگیزه می‌دهد و آن‌ها را به جای تعقیب منافع زودگذر، شخصی، تشویق به پیروی از اهداف جمعی می‌نماید، کارک (۲۰۱۵) طبق نظریه باس (۱۹۸۵) رهبر تحول‌آفرین مفهومی است که شامل چهار مؤلفه اصلی

۱- نفوذ آرمانی^۹ (ویژگیهای آرمانی - رفتارهای آسمانی عبارت است از سرافرازی، فراهم‌بندی، احترام و

-
- 1.. Farrell & Finkelstein
 - 2.. toward organization
 - 3.. toward individuals
 - 4.. Lee & Allen
 - 5.. Barons
 - 6.. Bass
 - 7.. idealistic influence



وفاداری بی چون و چرای پیروان رهبری که حس آرمانی را انتقال می دهد است، نفوذ آرمانی باعث می شود رهبران تحول آفرین به عنوان الگوهایی از نقش و الگوی رفتار برای پیروان باشند (موغلی، ۱۳۹۲).

۲- انگیزش الهام بخش^۱ رهبران تحول آفریان با به چالش کشیدن و معنا بخشیدن به کار پیروان خود، به آن ها انگیزه می دهند و روحیه گروهی با این نوع رهبری ارتقاء می یابد باس و ریجیو^۲ (۲۰۱۶)

۳- تحریک فرهیختگی^۳: برانگیختن پیروان به وسیله رهبر به منظور کشف راه حل های جدید و تفکر مجدد در مورد حل مشکلات سازمانی توسط پیروان است (موغلی، ۱۳۹۲).

۴- حمایت های رشد دهنده^۴: رهبر تحول آفرین با تک تک پیروان را به طه ای مجزا بر قرار نموده تا نیازها، مهارت ها و آرزوهای متفاوت آن ها را درک کند (باس و ریجیو، ۲۰۱۶).

از آنجا که براساس جست و جوی های انجام گرفته در منابع معتبر علمی پژوهشی مبنی بر اینکه به رابطه همزمان بین رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای نوآورانه پرداخته باشد، یافت نشد، بنابراین ضرورت انجام پژوهش حاضر احساس گردید. لذا هدف پژوهش حاضر پاسخگویی به این سؤال است که آیا ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین به طریق مستقیم بر رفتار شهروندی سازمانی و کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد؟

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی

- ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

فرضیه های فرعی

- ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

- رهبری تحول آفرین بر رفتارهای شهروند سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

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:

- 1.. inspirational motivation
- 2.. Bass & Riggio
- 3.. stimulation of healing
- 4.. growing support

دودک^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی فرهنگ و سلامت سازمانی در کلینیک‌های پزشکی کانادا پرداختند. این پژوهش نشان داد که توزیع نمرات فرهنگ سازمانی با توزیع نمرات در سلامت سازمانی رابطه معنادار دارد. سوفیا^۲ (۲۰۱۵)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی فرهنگ سازمانی و اعتماد سازمانی با نقش واسطه‌گری تعهد سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی در مؤسسات آموزش عالی خصوصی در مالزی به این نتیجه رسید که فرهنگ سازمانی به طور مستقیم بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارد. پژوهشی تحت عنوان نقش فرهنگ سازمانی بر روی تعهد سازمانی به وسیله، ماریا و اتنا^۳ (۲۰۱۴) در یک شرکت خدماتی در یونان انجام شده نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و جهت ایجاد یک سازمان با کارکنان متعهد، وجود یک فرهنگ سازمانی غنی بسیار کارساز است. سادها^۴ (۲۰۱۳) پژوهشی بین کارمندان بانک‌های دولتی و خصوصی در هند با عنوان تأثیر فرهنگ سازمانی و درگیری شغلی بر تعهد سازمانی انجام داد یافته‌های که وی بدان دست یافت بیانگر رابطه مثبت بین فرهنگ سازمانی و درگیری شغلی بر تعهد سازمانی است.

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

آقاجانی و مهداد (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی در کارکنان دانشگاه آزاد اصفهان نقش میانجی‌گرانه اشتیاق شغلی نشان دادند که رهبری تحول‌آفرین به عنوان یک متغیر مهم و تأثیرگذار هم به طریق مستقیم و هم از طریق اشتیاق شغلی سبب افزایش رفتار شهروندی سازمانی می‌گردد. ابراهیم‌نژاد و زارعی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی» نشان دادند: بین سبک رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد؛ اما افزودن اعتماد عاطفی و اعتماد شناختی به این موضوع رهنمون شد که بین رهبری تحول‌آفرین و این دو متغیر رابطه مثبتی وجود دارد؛ همچنین بین اعتماد عاطفی و شناختی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. رحیمیان و شامی زنجانی (۱۳۹۵) در پژوهشی نتیجه گرفتند که میان فرهنگ سازمانی با استقرار فرایندهای مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پژوهش یعقوبی و همکاران (۱۳۹۲) تحت عنوان «بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان» با هدف بررسی ارتباط بین رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی صورت گرفته است. در این راستا داده‌های

-
- 1.. Dodek et al
 - 2.. Sofiah
 - 3.. Maria & Athena
 - 4.. Sudha



مورد نیاز برای تحلیل این ادعا با استفاده از پرسشنامه‌های چندعاملی رهبری و رفتار شهروندی سازمانی از جامعه آماری پژوهش (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و اداره امور مالیاتی استان قم) جمع‌آوری گردید تحلیل اطلاعات با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون حاکی از این است که رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی معنادار است. به علاوه تمامی مؤلفه‌های رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری دارند. همچنین تحلیل رگرسیون چند عاملی بیانگر این است که از میان مؤلفه‌های رهبری تحول آفرین، رفتارهای آرمانی و ملاحظات فردی بیشترین تأثیر را در رفتار شهروندی سازمانی دارند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی خواهد بود و با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و نیز روش‌های میدانی نظیر پرسشنامه استفاده شد. می‌توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی - پیمایشی خواهد بود. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ کارکنان ستادی تشکیل خواهند داد که تعداد آن‌ها با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده، ۳۲۰ نفر می‌باشد. برای نمونه‌گیری از جامعه مورد مطالعه در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به کمک جدول مورگان استفاده شد و تعداد ۱۷۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده که پرسشنامه بین آن‌ها توزیع شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که برای سنجش رهبری تحول آفرین از پرسشنامه ۲۰ سؤالی باس و اولیو (۲۰۰۰) استفاده به عمل آمد. برای سنجش رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه ۱۶ سؤالی اورگان (۱۹۸۸) استفاده به عمل آمد. برای سنجش فرهنگ سازمانی از پرسشنامه‌ای استاندارد فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰) استفاده شده است. با توجه به معتبر بودن پرسشنامه‌ها روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با نظر استاد راهنما مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ که در بیشتر پژوهش‌ها مبنای سنجش پایایی قرار می‌گیرد استفاده شده است. که همه ضرایب متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بود، که از پایایی قابل قبولی برخوردار بودند. در این پژوهش برای توصیف داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی مانند جداول توزی فراوانی و میانگین استفاده شده است. در بخش استنباطی از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن یا نبودن توزیع جامعه و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون استفاده خواهد شد. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده با استفاده از نرم‌افزار آمار SPSS صورت می‌گیرد.

یافته‌های تحقیق

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

H۰: متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

H۱: متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند.

$$S : H_0 . 05$$

$$S : H_1 > . 05$$

جدول ۱: جدول آزمون کولموگروف - اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

متغیرها	سطح معنی‌داری	Z کلموگروف اسمیرنوف	نتیجه آزمون
ترغیب ذهنی	۰/۲۳۷	۱/۰۳۲	نرمال
نفوذ آرمانی	۰/۰۸۶	۱/۲۵۴	نرمال
انگیزه الهام‌بخش	۰/۰۵۲	۱/۳۵۲	نرمال
ملاحظه فردی	۰/۱۹۱	۱/۰۸۳	نرمال
وجدان کاری	۰/۲۰۶	۱/۰۶۵	نرمال
نوع‌دوستی	۰/۰۷۳	۱/۲۸۶	نرمال
جوانمردی	۰/۰۶۷	۱/۳۰۳	نرمال
نزاکت	۰/۰۵۵	۱/۳۴۱	نرمال
رهبری تحول‌آفرین	۰/۵۱۰	۰/۸۲۱	نرمال
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۱۷۵	۱/۱۰۳	نرمال
ارتباطات فرهنگ سازمانی	۰/۸۶۴	۰/۶۰۰	نرمال

با توجه به جدول ۱ مقدار سطح معنی‌داری متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ شده است که نشان از پذیرش فرضیه صفر می‌باشد؛ یعنی متغیرهای موردنظر از توزیع نرمال پیروی می‌کنند، لذا می‌توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی تحقیق: فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون بین فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی سازمانی



فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین			عامل
تعداد نمونه	سطح معناداری (sig)	مقدار همبستگی (r)	
۱۷۵	۰/۰۰۰۱	***۰/۷۸۲	رفتار شهروندی سازمانی
۱۷۵	۰/۰۰۰۱	*۰/۷۴۱	

** در سطح ۰/۹۹ معنی دار شد. * در سطح ۰/۹۵ معنی دار شد. ns- همبستگی معنی دار نشد.

یافته‌های جدول ۲ نشان داد که بین رفتار شهروندی سازمانی با ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ رابطه معناداری وجود دارد؛ چرا که سطح معناداری مشاهده شده ($\text{sig}=0/0001$) از مقدار خطای پیش‌بینی شده ($0/01$) کوچکتر می‌باشد. لذا با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان قضاوت نمود که فرضیه H_0 و فرضیه H_1 تأیید می‌گردد.

در ادامه به منظور بررسی توان پیش‌بینی متغیرهای ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی از تحلیل رگرسیون گام به گام استفاده شد.

جدول ۳: رگرسیون چندمتغیری به روش گام به گام، پیش‌بینی ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین با

رفتار شهروندی سازمانی

	مدل	مجموع	ضریب	ضریب	R^2	T	F	Sig.
		مربعات	غیراستاندارد	استاندارد				
	B	Std. Error	Beta					
گام اول	مقدار ثابت	۰/۵۹۸	۰/۱۷۳			۳/۴۶۱		۰/۰۰۱
	ارتباطات فرهنگ سازمانی	۰/۸۷۱	۰/۰۵۳	۰/۷۸۲	۰/۶۱۲	۱۶/۵۱۴	۲۷۲/۷۱۷	۰/۰۰۰۱
گام دوم	مقدار ثابت	۰/۲۸۴	۰/۱۶۴			۱/۷۲۵		۰/۰۸۶
	رفتار شهروندی	۰/۵۷۵	۰/۰۶۸	۰/۵۱۶	۰/۶۱۲	۸/۵۱۸		۰/۰۰۰۱
		۰/۳۹۴	۰/۰۶۳	۰/۳۷۷	۰/۶۸۳	۶/۲۱۶	۱۸۵/۳۵۱	۰/۰۰۰۱

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد معادله رگرسیون معنادار بوده است. در گام اول، نخست متغیر رفتار شهروندی وارد معادله شده و ۶۱/۲ درصد از تغییرات ارتباطات فرهنگ سازمانی را تبیین نموده است و در گام دوم نیز متغیر رفتار شهروندی سازمانی به معادله اضافه شده است و مجموعاً ۶۸/۳ درصد از واریانس رهبری تحول آفرین را

تبیین نموده است.

ضرایب استاندارد Beta و غیراستاندارد B رگرسیون نیز در جدول ارائه شده است که نشان می‌دهد به ازای هریک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر «رفتار شهروندی» معادل $0/516$ واحد انحراف استاندارد و به ازای هریک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر «رفتار شهروندی سازمانی» معادل $0/377$ واحد انحراف استاندارد در ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین تغییر حاصل خواهد کرد.

ضریب F نیز برای کامل اول معادل $272/717$ و در گام دوم معادل $185/351$ در سطح آلفای $0/01$ معنادار است که نشان‌دهنده این است که معادله رگرسیون خطی و معنادار است.

فرضی فرعی اول: ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

H۰: ارتباطات فرهنگ سازمانی بر پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر ندارد.

H۱: ارتباطات فرهنگ سازمانی بر پیش‌بینی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

جدول ۴: نتایج همبستگی پیرسون بین ارتباطات فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی

عامل	شاخص‌ها	رفتار شهروندی سازمانی
فرهنگ سازمانی	مقدار همبستگی (r)	$0/668^{***}$
	سطح معناداری (sig)	$0/0001$
	تعداد نمونه (n)	۱۷۵

** در سطح $0/99$ معنی‌دار شد. * در سطح $0/95$ معنی‌دار شد. ns- همبستگی معنی‌دار نشد.

یافته‌های جدول ۴ نشان داد که بین ارتباطات فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ رابطه معناداری وجود دارد؛ چرا که سطح معناداری مشاهده شده ($sig=0/0001$) از مقدار خطای پیش‌بینی شده ($0/01$) کوچکتر می‌باشد. لذا با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان قضاوت نمود که فرضیه H۰ رد و فرضیه H۱ تأیید می‌گردد.

در ادامه به منظور بررسی توان پیش‌بینی متغیر ارتباطات فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی از تحلیل رگرسیون استفاده شد.

جدول ۵: همبستگی بین متغیر ارتباطات فرهنگ سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی

دوربین واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۱/۸۹۳	۱/۴۴۰	۰/۴۴۴	۰/۴۴۷	۰/۶۶۸



همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر $0/668$ است. ضریب تعیین $0/447$ به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که $44/7$ درصد تغییرات رفتار شهروندی سازمانی به ارتباطات فرهنگ سازمانی مربوط می‌شود. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با $44/4$ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد $1/5$ تا $2/5$ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F محاسبه شده است.

جدول ۶: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

Sig.	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجات آزادی	مجموع مربعات	مدل
0/0001	139/753	27/001	1	27/001	رگرسیون
		0/193	173	33/424	باقیمانده
			174	60/426	کل

متغیر وابسته: رفتار شهروندی سازمانی

با توجه به جدول بالا سطح معنی‌داری محاسبه شده برای این آماره برابر $0/0001$ بوده و نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح $0/99$ درصد دارد. بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۷: معنادار بودن ضرایب رگرسیونی

Sig.	t	ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد	مجموع مربعات	مدل
		Beta	Std. Error	B	
0/001	7/186		0/181	1/304	مقدار ثابت
0/0001	11/822	0/668	0/052	0/610	رهبری تحول آفرین

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می‌باشد که در جدول بالا آمده است. معادله رگرسیونی را می‌توان به شرح زیر محاسبه کرد:

$$\text{ارتباطات فرهنگ سازمانی} = (0/610) + (1/304) \times \text{رفتار شهروندی سازمانی}$$

می‌توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء

پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد بعد سیستمی ۰/۶۶۸ واحد انحراف بهره‌وری منابع انسانی ارتقاء پیدا خواهد کرد. در نتیجه تأثیر مثبت دارند.

فرضی فرعی دوم: رهبری تحول‌آفرین بر پیش‌بینی رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

H۰: رهبری تحول‌آفرین بر پیش‌بینی رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر ندارد.

H۱: رهبری تحول‌آفرین بر پیش‌بینی رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.

جدول ۸: نتایج همبستگی پیرسون بین رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی

عامل	شاخص‌ها	رفتار شهروندی
ارتباطات فرهنگ سازمانی	مقدار همبستگی (r)	**۰/۷۴۹
	سطح معناداری (sig)	۰/۰۰۰۱
	تعداد نمونه (n)	۱۷۵

** در سطح ۰/۹۹ معنی‌دار شد. * در سطح ۰/۹۵ معنی‌دار شد. ns- همبستگی معنی‌دار نشد.

یافته‌های جدول ۸ نشان داد که بین رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ رابطه معناداری وجود دارد؛ چرا که سطح معناداری مشاهده شده (sig=۰/۰۰۰۱) از مقدار خطای پیش‌بینی شده (۰/۰۱) کوچکتر می‌باشد. لذا با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان قضاوت نمود که فرضیه H۰ رد و فرضیه H۱ تأیید می‌گردد.

در ادامه به منظور بررسی توان پیش‌بینی متغیر رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی از تحلیل رگرسیون استفاده شد.

جدول ۹: همبستگی بین متغیر رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی

دوربین واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۱/۸۹۳	۰/۳۹۱	۰/۵۵۹	۰/۵۶۲	۰/۷۴۹

همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر ۰/۷۴۹ است. ضریب تعیین ۰/۵۶۲ به دست آمده و این



مقدار نشان می‌دهد که $۵۶/۲$ درصد تغییرات رفتار شهروندی به رهبری تحول آفرین مربوط می‌شد. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با $۵۵/۹$ درصد است. با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون در فاصله استاندارد $۱/۵$ تا $۲/۵$ قرار دارد، در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

در جدول زیر معنی دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F محاسبه شده است.

جدول ۱۰: آزمون F (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

Sig.	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجات آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۰۱	۲۲۱/۷۴۷	۳۳/۹۴۴	۱	۳۳/۹۴۴	رگرسیون
		۰/۱۵۳	۱۷۳	۲۶/۴۸۲	باقیمانده
			۱۷۴	۶۰/۴۲۶	کل
متغیر وابسته: رفتار شهروندی سازمانی					

با توجه به جدول بالا سطح معنی داری محاسبه شده برای این آماره برابر $۰/۰۰۰۱$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح $۰/۹۹$ درصد دارد. بنابراین مدل رگرسیونی خطی برآورد شده مورد قبول است.

جدول ۱۱: معنادار بودن ضرایب رگرسیونی

Sig.	t	ضریب استاندارد	ضریب غیراستاندارد	مجموع مربعات	مدل
		Beta	Std. Error	B	
۰/۰۰۱	۱۰/۱۵۲		۰/۱۳۸	۱/۴۰۲	مقدار ثابت
۰/۰۰۰۱	۱۴/۸۹۱	۰/۷۴۹	۰/۰۴۱	۰/۶۰۷	رهبری تحول آفرین

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون می‌باشد که در جدول بالا آمده است. معادله رگرسیونی را می‌توان به شرح زیر محاسبه کرد:

$$\text{ارتباطات فرهنگ سازمانی} = (۰/۶۰۷) + (۱/۴۰۲) \times \text{رفتار شهروندی}$$

می‌توان گفت با ارتقاء یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء

پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد رهبری تحول‌آفرین ۷۴۹/۰ واحد به رفتار شهروندی کارکنان ارتقاء پیدا خواهد کرد. در نتیجه تأثیر مثبت دارند.

جدول ۱۲: نتایج فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ها	شرح فرضیه	نتیجه آزمون
فرضیه اصلی	ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.	پذیرش
فرضیه فرعی اول	ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.	پذیرش
فرضیه فرعی اول	رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد.	پذیرش

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ به رشته تحریر درآمد. بر همین مبنا با توجه به ادبیات موضوعی و تحقیقات لازم و کافی مدل مفهومی طراحی شد. براساس این مدل چندین عامل مورد آزمون قرار گرفتند. بر همین مبنا در این پژوهش دو فرضیه فرعی و یک فرضیه اصلی بیان گردید و جهت بررسی هریک از فرضیه‌ها پرسشنامه‌ای در بین کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ توزیع گردید.

فرضیه اصلی پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش حاضر عبارت بود از اینکه ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و یافته‌های پژوهش بر اساس یافته‌های ارائه شده در فصل ۴ نشان داد که رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر مثبت و معناداری ($p < 0.01$) دارد. به عبارتی با ارتقاء ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول‌آفرین رفتار شهروندی سازمانی و کارکنان نیز ارتقاء پیدا می‌کند. بنابراین فرضیه اول پژوهش منبى بر تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. این یافته در ارتباط با تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی با



یافته‌های طبسی (۱۳۹۵)، مرادی و همکاران (۱۳۹۵)، حسین زاده و سعیدی (۱۳۹۴)، محمدی مقدم و عباس پور (۱۳۹۴)، یعقوبی و همکاران، (۱۳۹۲)، کایر (۲۰۱۴)، تویک (۲۰۱۷) چن و لی فار (۲۰۱۱)، همسو است.

فرضیه فرعی اول پژوهش

فرضیه فرعی اول پژوهش حاضر عبارت بود از اینکه ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و یافته‌ها نشان داد که ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر مثبت و معناداری دارد به عبارتی با افزایش ارتباطات فرهنگ سازمانی در بین کارکنان رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز ارتقاء پیدا می‌کند. یافته‌های این فرضیه مبنی بر تأثیر معناداری ارتباطات فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی با یافته‌های اسلامی و اعتباریان خوراسگانی (۱۳۹۵)، پروانه دربندی (۱۳۹۴)، نعامی و همکاران (۱۳۹۳)، کو جانیک (۲۰۱۳) همسویی وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم پژوهش

فرضیه فرعی دوم پژوهش حاضر عبارت بود از اینکه رهبری تحول آفرین بر رفتار شهر و خدی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر دارد این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و یافته‌ها نشان داد که رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروندی کارکنان شهرداری منطقه ۱۰ تهران بزرگ تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی با افزایش رهبری تحول آفرین در بین کارکنان رفتار شهر و خدی کارکنان نیز ارتقاء پیدا می‌کند. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های خاوری (۱۳۹۵)، سلیم زاده و همکاران (۱۳۹۵)، غفوریان و همکاران (۱۳۹۴) فرزین فرد و همکاران (۱۳۹۳)، میرکمالی و همکاران (۱۳۹۲) لامیا (۲۰۱۵)، گارسی (۲۰۱۳)، مبنی بر وجود رابطه معنادار بین رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی همسو است.

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر تأثیر ارتباطات فرهنگ سازمانی و رهبری تحول آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی، به مدیران و مسئولان آموزش و پرورش پیشنهاد می‌گردد:

۱- ویژگی‌های ارتباطات فرهنگ سازمانی و شخصیتی رهبری تحول آفرین در فرایند گزینش و جانشین پروری رهبران و همچنین ترویج فرهنگ تحول آفرینی و تقویت ویژگی‌های تحول آفرینی، تسهیل مشارکت بیشتر پیروان با ایجاد چشم‌انداز مشترک و تصریح اهمیت تعهد قوی نسبت به هدف مورد توجه جدی قرار بگیرد.

۲- استفاده از مهندسی مجدد وظایف سازمان توسط مدیران با استفاده از ترغیب ذهنی به عنوان عامل محرک در کارکنان

۳- بهره‌گیری از سبک‌های مشارکتی در مدیریت و برقراری ارتباط با کارکنان

منابع فارسی

- ابراهیمی نژاد رفسنجانی مهدی و زارعی مژگان (۱۳۹۷). تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) سال بیست و هفتم شماره ۹۰، صفحات ۱۶۰-۱۴۱
- آقاجانی، مینا و مهداد علی (۱۳۹۸). تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی و رفتارهای نوآورانه در کارکنان دانشگاه آزاد اصفهان نقش میانجیگرانه اشتیاق شغلی دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، سال بیستم شماره ۱، بیایی ۷۵، مصر ۳۵-۴۶
- پروانه، دربندی آ (۱۳۹۴). رابطه میان سبک رهبری تحول‌آفرین با اشتیاق شغلی کارکنان پایان نامه کارشناسی بررسی ارشد رشته مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد محل انتشار اولین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت ص ۱۴
- حسین زاده، م. طالع پسند، م. (۱۳۹۴). اثر ساختاری رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان کالانتی اغرب و شرق تهران با نقش میانجی تعهد سازمانی و رضایت شغلی، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی ۱۰ (۲)، ۲۷۶-۲۹۰
- حسین زاده ه.، سعیدی ر. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد شغلی بر عملکرد شغلی با در نظر ر. گرفتن تأثیر رفتار شهروندی سازمانی و یادگیری سازمانی اولین کنفرانس ملی بین‌المللی، مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی ص ۱-۱۰
- رحیمیان، حمید و شامی زنجانی‌هائیه (۱۳۹۵). تأثیر عوامل فرهنگ سازمانی بر استقرار فرایندهای مدیریت دانش در معاونت فناوری و برنامه‌ریزی سازمان امور مالیاتی کشور پژوهش نامه پردازش و مدیریت اطلاعات.
- طبیبی، م. (۱۳۹۵). ارتباط بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد با رفتار شهروندی سازمانی مدیریت دولتی پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد خوراسگان (اصفهان).
- غفوریان شاگردی، بهبودی، فیض پور. م (۱۳۹۴). بررسی نقش تعدیلگری خلاقیت و نوآوری سازمانی در رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و عملکرد سازمانی نشریه صنعت و دانشگاه سال هشتم، شماره ۲۹ و ۳۰
- فرزین فرد ف (۱۳۹۳). بررسی رهبری تحول‌آفرین نوآوری و یادگیری سازمانی بر عملکرد اداره کل امور مالیاتی شمال تهران پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
- فارسی، سعید (۱۳۹۷). مطالعه و بررسی جوسازمانی مدارس راهنمایی شهرستان نوشهر بر اساس مدل‌های پین و کرافت پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه اصفهان
- محمدی مقدم، ی. عباس پور، ج (۱۳۹۴). رابطه رهبری تحول‌آفرین با رفتار شهروندی سازمانی در سازمانهای ایران فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود و (تحول) سال ۲۳ شماره ۷۷، ص ۱۵۲-۱۲۵
- مرادی، ع.، جعفری، ، ، امیری، ع.، دولت قهفرخی، ع. (۱۳۹۵). مدل‌یابی تأثیر رهبری تحول‌گرا و عدالت سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان وزارت ورزش جوانان جمهوری اسلامی، ایران مجله مدیریت ورزش دوره شماره ۴ ص ۱۲۴-۱۰۷
- مرزوقی، ر.، حیدری. ا. (۱۳۹۵). نقش انسجام سازمانی در تبیین رابطه بین تعدی نظارتی و بروز رفتار نوآورانه در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز مدیریت اطلاعات سلامت دوره، ۱۳ شماره ۴ شماره پیاپی ۵۰، ۲۸۶-۲۹۱
- موغلی، ع. (۱۳۹۲). طراحی الگوی رهبری تحول‌آفرین در سازمانهای اداری، ایران فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۶۲
- مهداد، ع. (۱۳۹۷). روان‌شناسی صنعتی و سازمانی چاپ سیزدهم، تهران انتشارات جنگل
- میر کمالی و همکاران (۱۳۹۲). بررسی تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی نیروهای دانش‌گر شرکت، ملی نفت ایران دوره، ۲ شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صفحه ۱۳۸-۱۵۵



- هادی شهینی آ (۱۳۹۴) ارتباط کارآفرینی سازمانی با عمل کرد مدیران شرکت سایکو، پایان نامه کارشناسی از شد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر
- یعقوبی، ن م قدمی، م کی خاکه (۱۳۹۲). بررسی رابطه علل بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پژوهش نامه مدیریت تحول (۴۱۲) من ۶۴-۹۶

منابع غیر فارسی

- Abbas, M., & Raja, U. (2014). Impact of perceived organizational politics on supervisory-rated innovative performance and job stress: Evidence from Pakistan. *Journal of Advanced Management Science*, 2(2), 158-162.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chen, X. P., and Far, J. L. (2011). "Transformational and transactional leader behaviors in Chinese organizations :
- Dimitriades, Z. S. (2015). Employee empowerment in the Greek context. *International journal of Manpower*, 26(1), 80-92.
- Duduk, U. R., Lowe, K. B., & Avolio, B. J. (2016). A met analysis of transformational and transactional leadership. In Avolio, B. J. and Yammarino, F. J. (Eds). *Transformational and Charismatic Leadership: The Road Ahead*, Elsevier Science, Oxford, 35-66.
- Farrell, S. K., & Finkelstein, L. M. (2014). The Impact of motive attributions on coworker justice perceptions of rewarded organizational citizenship behavior. *Journal of Business and Psychology*, 26(1), 57-69.
- Kark, J. (2015). The Transformational Leader. Who is (s)he? A Feminist Perspective", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 17, No.
- [179] Kiyu, Susan (2014). "Organizational Ethical Culture: Real or Imagined?". *Journal of Business Ethics*, vol. 20, pp. 217-225.
- Lee, K., & Allen, N. J. (2012). Organizational citizenship behavior and workplace deviance: the role of affect and cognition. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 131-142.
- Osborn, R. N. & Marion, R. (2009). "Contextual leadership, transformational leadership and the performance of international innovation seeking alliances. *Leadership Quarterly*, Vol. 20, No. 2, pp: 191-206.
- Park, G. R., Moon, G. W., & Hyun, S. E. (2014). An impact of self-leadership on innovative behavior in sports educators and understanding of advanced research. *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, 2(3), 117-122.
- Sofiah Kadar Khan (2014), "The Mediating Effect of Organizational Commitment in the Organizational Culture, Leadership and Organizational Justice Relationship with Organizational Citizenship Behavior". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3No. 8.
- Twigg, N. W., Fuller, J. B., and Hester, K. (2017). "Transformational leadership in labor organizations: the effects on union citizenship behaviors", *Journal of Labor Research*, Vol 29, No 1, pp27-41.

بررسی ارتباط نيزهوشي با ميزان يادگيري تحصيلي دانش‌آموزان پايه ششم ابتدائي شهر تهران منطقه ۴

دکتر پرستو خسروی

استاديار گروه مديريت آموزشي واحد تهران مرکزي، دانشگاه آزاد اسلامي، تهران، ايران

(نويسنده مکاتبات)

مرضيه پارسائزاد

دانشجوي کارشناسي ارشد گروه مديريت آموزشي، واحد تهران مرکزي، دانشگاه آزاد اسلامي، تهران، ايران

چکیده:

يکي از پيچيده‌ترين مباحث مطرح شده در تعليم و تربيت امروزي، مساله يادگيري تحصيلي و عوامل موثر بر آن است. از عمده‌ترين اين عوامل مساله هوش است. به اين معنا که هوش و عواملی از قبيل سواد، شغل والدين، ويژگي‌هاي خانواده، فعاليت‌هاي تحصيلي، اضطراب و... مي‌توانند با پيشرفت تحصيلي رابطه تعامل و تقابلي داشته باشد. البته در اینجا ما بايد بگويم که ارتباط عبارت است از انتقال و اشتراک معاني، عقايد، تصاوير و اندیشه‌ها هر چه ميزان اشتراک معاني بيشتر باشد، ارتباط قوي‌تر و موثر است.

هدف از اين پژوهش حاضر پاسخ به اين مساله است. جمعيت مورد مطالعه از بين ۳۹۷ نفر دانش‌آموز پايه ششم ابتدائي شهر تهران مي‌باشد که به صورت تصادفي انتخاب شدند و با استفاده از آزمون ريون، بهره هوشي آنان مورد سنجش قرار گرفت. ملاک پيشرفت تحصيلي آنان ميانه‌گين نمره‌هاي سه ماه اول، دوم، سوم، پس از حذف نمره‌هاي انضباط و ورزش در نظر گرفته شده است. البته بر اساس تحليل‌هاي رگرسيون براي بررسي اثرات تعديل‌کنندگي جنسيت و تحصيلات مادرشان داده که آن دو به ترتيب تعديل‌کننده سن و درگيري والدين براي پيشرفت تحصيلي هستند هم‌چنان به پژوهش بيشتری درباره فعاليت تحصيلي دانش‌آموزان و رابطه آن با پيشرفت تحصيلي نياز داريم.

نتايج که بهره هوشي دانش‌آموزان در ميزان پيشرفت تحصيلي آنان تاثير مثبت و معني‌داري داشته هم‌چنين عواملی نظير تحصيلات و شغل والدين نيز از نظر آماری رابطه معني‌داري با پيشرفت



تحصیلی و هوش داشته است.

کلید واژه: ارتباط، دانش‌آموزان، هوش، والدین، جنسیت، پیشرفت تحصیلی، موفقیت.

مقدمه:

در دنیای پیچیده امروز هیچکس بی‌نیاز از تعلیم و تربیت نیست. امروزه فعالیت در مدرسه و آموختن خود بخش عظیمی از زندگی انسان‌ها را تشکیل می‌دهد. و جایز نیست که با نگرش قدیمی و طرز تلقی گذشته، به شاگرد و تربیت او نگاه کرد. امروزه این توافق عمومی میان روانشناسان حاصل شده است که هوش انسان ناشی از تعامل، وراثت، محیط و زمان است. بخشی از هوش به ژن‌هایی که فرد از والدین به ارث می‌برد و بخشی دیگر به محیطی که در آن رشد و زندگی می‌کند مربوط می‌شود. البته روانشناسان به صورت گسترده در تلاش برای شناسایی عوامل پیش‌بینی‌کننده پیشرفت تحصیلی هستند.

افرادى همانند: بینه و سیمون، ثرندایک، هریس، الشات و هامکر و سالرین به این امر پرداختند. (پرموزیک و فورنهام، ۲۰۰۳)

از میان عوامل موثر بر پیشرفت تحصیلی، هوش؛ مدت‌ها به عنوان اصلی‌ترین عامل موفقیت و پیشرفت تحصیلی در نظر گرفته می‌شد، امروزه با تغییر در دیدگاه‌های نظری در خصوص عوامل تشکیل‌دهنده هوش، نمی‌توان آن را پیش‌بینی کرد و عامل موفقیت برای پیشرفت تحصیلی محسوب نمود (ثمری، طهماسبی، ۱۳۸۶).

دنيس لانگلی و ميشل شين ارتباط را اینگونه تعريف می‌کنند: فرآیند انتقال اطلاعات با وسایل ارتباطی گوناگون از یک نقطه، شخص یا دستگاهی به دیگری.

پژوهش حاضر ضمن تایید تاثیر عوامل ژنتیکی در هوش به بررسی برخی عوامل دیگر پرداخته است. بهره هوش و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان نیز به عنوان دو متغیر مد نظر بوده‌اند، در سنجش هوش افراد نظریه دو عاملی اسپیرمن که در آن هدف از اندازه‌گیری روانی، ارزیابی مقدار می‌باشد؛ مورد نظر بوده است. و یکی از دلایل مهم انتخاب آزمون ریون علاوه بر وابسته نبودن آن به فرهنگ، شاخص بهتری بودن، از عوامل عمومی ایگردد۲ می‌باشد. پژوهش سه دهه اخیر این است که سطح پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزانی که دارای والدین با سواد و شاغل هستند و از آینده اقتصادی و اجتماعی مطمئن برخوردارند، نسبت به سایر دانش‌آموزان بهتر بوده است.

تعاریف نظری

ارتباط:

میرکمالی (۱۳۸۰)، در تعریف ارتباط می‌نویسد، ارتباط فرآیندی است اجتماعی که به وسیله آن، اطلاعات،

افکار، عقاید و احساسات یک فرد یا گروه یا زبان یا رفتار مشترک به طرف دیگر انتقال داده می‌شود، تا سبب تفاهم، هماهنگی و ادراک با رفتار واحد بین گیرنده و فرستنده شود.

ویگنز و همکاران (۱۹۴۴)، ارتباط را فرآیندی می‌دانند که به وسیله آن افراد با یکدیگر تعامل کرده و تعاملاتشان را تفسیر می‌کنند.

هارجی و دیکسون (۲۰۰۴)، توانایی لازم برای انجام رفتاری می‌باشد که باعث رسیدن به اهداف یک تکلیف می‌گردد، و در واقع، فرد را قادر می‌سازد تا به صورت شایسته رفتار کند.

لارسن، رتباط را اینگونه تعریف می‌کند: فرآیندی که از طریق آن مجموعه‌ای از معانی‌های نهفته در بطن یک پیام به طریقی انتقال پیدا می‌کند که معنی دریافت برابر با آن‌هایی باشد که شروع کنند پیام قصد داشته است.

هاولند، ارتباط را فرایند انتقال یک محرک (معمولاً علامت بیانی) از یک فرد به فرد دیگر به منظور تغییر رفتار در او است.

رایت، ارتباط را انتقال معنی بین دو فرد می‌داند.

دکتر محسنیان ارتباط را فرایند پیام از فرستنده به گیرنده، مشروط به آن که در گیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود.

ارتباط فرآیندی است که در آن معنا بین موجودات زنده تعریف و به اشتراک گذاشته می‌شود.

ارسطو، ارتباط جستجو برای به دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران است.

ادوین امری، ارتباط را فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر.

تیزهوشی:

پیرتو (۱۹۹۴)، تیزهوشی، خلاقیت و استعداد و تمایز میان این مفاهیم بسیار دشوار است. اغلب مردم این اصطلاح‌ها را مترادف یکدیگر می‌دانند. برخی هوش را توانایی یادگیری، برخی توانایی انطباق با محیط و برخی دیگر توانایی انتزاعی تلقی نموده‌اند.

افراد تیزهوش و با استعداد کسانی هستند که به کمک فکر و استدلال و استفاده از فرآیند‌های ذهنی عالی بتوانند به صورت صحیح قضاوت کنند و دارای استعداد خاص در کارهای خلاق باشند. (میلانی فر، ۱۳۹۰)

اریس و رنزولی، (۲۰۰۴)، تیزهوشی را مشتمل بر خلاقیت ذهنی، قدرت عمل ذهنی، قابلیت غیر عادی نسبت به رهبردی در گروه و موفقیت قابل ملاحظه در زمینه‌های یادگیری و تحصیل است.

مارلند (۱۹۷۲)، تیزهوشی را چنین تعریف کرده است: کودکان تیزهوش و بااستعداد، کسانی هستند که بر



طبق تشخیص افراد دارای صلاحیت و به دلیل استعدادها و توانایی‌های برجسته خود قادر به عملکردهایی در سطح عالی هستند. این کودکان به خدمات و برنامه‌های آموزش و پرورش خاصی نیازمندند، که بتوانند بهتر و بیشتر از برنامه‌های عادی، توانمندی‌های بالقوه آنان را بشناسند. او عقیده دارد کودکان تیزهوش در یک یا چند زمینه از زمینه‌های زیر دارای توانایی‌های فوق‌العاده می‌باشند:

۱. توانایی در هوش عملی
۲. استعداد درسی ویژه
۳. توانایی فکری آفریننده
۴. توانایی رهبری
۵. استعداد هنرهای تجسمی و نمایشی
۶. توانایی حرکتی فوق‌العاده.

یادگیری:

روانشناسی آمریکایی هیلگارد تعریف جامع یادگیری را اینگونه بیان می‌کند: تغییرات نسبتاً پایدار در رفتار که بر اثر تجربه در توانایی‌های بالقوه فرد به وجود می‌آید (سیف، ۱۳۸۷).

تعریف مفهومی از یادگیری این است که یادگیری عملی است که در درون هر فرد انجام می‌پذیرد. نتایج حاصل از یادگیری از طریق تغییرات رفتاری که در فرد به وجود می‌آید، قابل سنجش است (چراغ چشم، ۱۳۸۶).

گشتالت، یادگیری را وقوع تغییراتی است که در پاسخ به الگوها یا هیات‌های کلی معنادار حاصل می‌گردد. چنانچه وقتی دانش‌آموزان با مساله‌ی جدیدی روبرو می‌شود بی‌درنگ به طرح و الگوهای گذشته‌اش مراجعه می‌کند تا در حل مساله اواری نمایند و نهایتاً این که یادگیری با ادراک، بینش و حل مساله ملازم‌مت دارد.

یادگیری، عبارت است از تغییر آموزش و پرورش مطلوب در یادگیرندگان بازده هر نظام آموزشی و پرورشی بر اساس میزان این تغییر رفتار یا تغییرات رفتار محاسبه و مورد ارزشیابی قرار می‌گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق یا مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ روش اجرا از نوع توصیفی-همبستگی می‌باشد و از نظر هدف، کاربردی می‌باشد و بررسی به صورت مقطعی و تحلیلی بر روی ۳۹۷ تا از دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی شهر تهران انجام شد. نمونه‌گیری با همکاری اداره آموزش و پرورش و تهیه لیست مدارس و دانش‌آموزان، انجام گردیده است.

ابزار پژوهش در این مطالعه شامل پرسشنامه مشخصات دانش آموزان بود که کلیه متغیرهای زمینه‌ای را شامل می‌شد. همچنین شامل آزمون هوش ۳۶ سوال ریون (منظور از اندازه‌گیری بهره هوشی) بود. ملاک پیشرفت تحصیلی دانش آموزان، میانگین نمرات سه ماه اول، دوم، سوم و با حذف نمرات انضباط و ورزش بود که از دفاتر مدارس مربوطه استخراج گردید.

پیشینه

پژوهش‌های انجام شده توسط محققان دیگر نشان داده است که پیشرفت تحصیلی از تعامل بین متغیرهای موقعیت مانند روش‌های آموزشی، شرایط عاطفی و نیز محیط تحصیلی، نگرش نسبت به مسایل آموزشی و انگیزه پیشرفت فراگیران می‌پذیرد. ترکیب دو دسته از انگیزه‌های پیشرفت (درونی و بیرونی)، رفتار و فعالیت‌های تحصیلی دانش آموزان را جهت می‌دهد.

- برخی معتقدند به منظور تبیین عملکردهای تحصیلی بر نقش متغیرهای اجتماعی - اقتصادی یادگیرندگان به عنوان یک متغیر برون فردی دیگر تاکید می‌کنند.

مسئله در صدد آن بود که جنبه‌های غیر شناختی و شناختی هوش عمومی را با هم بسنجد، تلاش او در این زمینه رami توان در استفاده وی از کاربرد خرده آزمون‌های تنظیم تصاویری و درک و فهم که دو بخش عمده آزمون وی را تشکیل می‌دهند دریافت.

- برخی روانشناسان عملکرد تحصیلی را وابسته به بافت در نظر گرفته‌اند برای مثال، مدل بافت بر نقش با اهمیت متغیرهای برون فردی، روش‌های آموزشی، برنامه‌های درسی و روش‌های ارزشیابی تاکید می‌کنند. - برخی معتقدند که هرگاه نوجوان از اعتماد به نفس، آرامش درون و صفای قلب و نگرش مثبت به مربی خود، برخوردار است آموزش نیز برایش لذت بخش خواهد بود و بالعکس، موجب اضطراب و دلهره و مدرسه‌گریزی می‌گردد.

گالاگر (۲۰۰۰) کودکان و نوجوانان دارای نبوغ برجسته توان بالقوه را برای انجام سطوح بالایی از موفقیت و پیشرفت نشان می‌دهند، هنگامی که با افراد دیگر هم سن، دارای تجربه مشابه خود یا محیطی مشابه خود مقایسه شوند این کودکان و نوجوانان ظرفیت بالایی عملکردی را در زمینه‌های هوش و ذکاوت، خلاقیت و یا هنری از خود نشان می‌دهند. و دارای ظرفیت رهبری غیر معمول هستند یا در زمینه‌های خاص تحصیلی برتری و تفوق دارند. آن‌ها نیازمند خدمات یا فعلیت‌هایی هستند که بطور معمول توسط مدارس ارائه نمی‌شود.

- ابراهیمی (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده بود که انگیزش تحصیلی بیرونی و درونی و امید تحصیلی در دانش آموزان عادی بیشتر از تیز هوشان بود ولی در بعد فقدان انگیزشی تفاوتی با هم نداشتند. - زوپانیس و کاوسیسی (۲۰۱۴) در پژوهشی با نام: پیش بینی ویژگی‌های شخصیتی افراد در ارتباط با پدران و مادران بر روی دانش آموزان دریافتند که شخصیت می‌تواند بر اساس منبع کنترل درونی و نوع تجربه



شخصی مورد قضاوت قرار گیرد. توافق پذیری با اعتماد به نفس و در ارتباط با هر دو والد همبستگی دارد و ثابت می‌کند حمایت طلبی در ارتباط با مادر رابطه منفی دارد و همچنین تأثیرات آشکار بین جنس پیش بینی‌کننده، برونریزی در اشخاص است.

- پین و ویتاکر؛ یکی از مهم‌ترین راهبردهای فعال کردن دانش‌آموزان در فرایند یادگیری استفاده از گروه‌های مطالعه و فراهم کردن فرصت‌های بحث و تبادل نظر است.

- برخی صاحب نظران اعتقاد دارند که سه نیروی فرهنگی - اجتماعی وجود دارد که تعلیم و تربیت باید در زمینه آموزش آنها را فراهم کند؛ این سه نیرو عبارتند از: آزادی، کثرت، مشارکت.

اهمیت و ضرورت پژوهش

جامعه باید توانایی‌ها و استعدادهای بالقوه کودکان را شناسایی کرده و شرایطی را به وجود آورد که تحت راهنمایی، هدایت و ارشاد معلمان و مسئولان ذی‌ربط قرار دهد و تا جایی که ممکن است، استعدادها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های همه کودکان در کمترین مدت و بیشترین مقدار که مناسب حال فرد فرد کودکان باشد، پرورش دهد. بر این اساس، کودکان تیزهوش هم در زمره بچه‌های دیگر قرار می‌گیرند و باید مناسب حال خودشان به آنها توجه شود. مطمئناً برنامه مناسب حال آنان، چیزی برتر از برنامه‌هایی است که دانش‌آموزان دیگر نیاز دارند. کودکان تیزهوش باید در مدارس جداگانه با شیوه‌های متفاوت از کودکان عادی آموزش ببینند، زیرا شواهد زیاد وجود دارد که بعضی از کودکان تیزهوش به دلیل عدم هماهنگی با کل وضع موجود مدارس عادی و عدم تناسب آنها با وضع تحصیلی کودکان دیگر و نیز عدم انگیزه کافی، ترک تحصیل می‌کنند، و بعضی از آنها، سرانجام به انحراف کشانده می‌شوند و ناشناخته ماندن کودکان تیزهوش و و اینکه نتوانند به ظرفیت بالقوه خود صورت عملی ببخشند، برای همه جامعه غم‌انگیز است. جامعه به کودکان باهوش و بالیاقت نیاز دارد؛ کسانی که در طول زندگی می‌درخشند و می‌توانند قابلیت‌های بالقوه خود را با سعی و تلاش در تمام زمینه‌ها به کار گیرند، و در هر گوشه‌ای از این دنیای پهناور، اگر فقط فرصت رشد و پرورش صحیح داشته باشند، خود را نشان دهند. چنین برآورد می‌گردید که نصف کودکانی که با ساختمان هوش عالی به دنیا می‌آیند، به علت فقدان هوش ممکن وضعیت استعدادهای موروثی خود نمی‌رسند؛ در حالی که ایجاد امکانات و تسهیلات ویژه‌ای برای شکوفایی و پرورش استعدادهای ضروریات جامعه آزاد و مطلوب است.

اهمیت تدوین برنامه درسی اختصاصی برای این گروه از دانش‌آموزان، عمدتاً به جهت کاربردهای آن برای ذینفعان مختلف است. برای مثال، سیاست‌گذاران آموزشی متوجه خواهند شد که چرا باید از تأسیس این مدارس حمایت کنند، و یا اینکه دانش‌آموزان این مدارس را برای چه مقاصدی باید تربیت کنند و هزینه‌هایی را به جهت آینده کشور متکفل شوند. به سادگی می‌توان نتیجه گرفت که قبل از پرورش، باید به

مراحل توصیف و شناسایی دانش‌آموزان تیزهوش به طور کلی انجام شده باشد، تا مرحله پرورش بتواند بر پایه آن‌ها شل گیرد. صاحب‌نظرانی چون فلدهوسن و کندل (۱۹۸۹)، ماکر (۱۹۸۲)، تاک (۱۹۸۹)، وان تاسل باسکا (۱۹۸۸) و ساندرا دال برگر (۲۰۱۴)، بر طراحی برنامه درسی متفاوت بر تیزهوشان به دلیل ویژگی، نیازها، توانایی‌ها و علایق متفاوت آن‌ها تأکید دارند.

مارلند (۱۹۷۲) معتقد است افراد دارای استعدادهاى برجسته، به دلیل اینکه قادر به عملکردهای عالی هستند، برنامه آموزشی متفاوتی نیاز دارند، تا بتوانند به مسئولیت و نقش خود در برابر خود، جامعه و بشریت عمل کنند. برنامه ارائه به تیزهوشان معمولاً به سه دسته تقسیم می‌شود: (۱) تسریع تحصیلی، (۲) غنی‌سازی و جداسازی گروه‌بندی‌های خاص. هرچند که این روش‌ها را معمولاً به صورت جداگانه تعریف می‌کنند، ولی عملاً نمی‌توان آن‌ها را به طور کامل از هم جدا نمود و لذا، ممکن است همپوشانی‌هایی بین آن‌ها وجود داشته باشد. البته می‌توان گفت که فعالیت‌های یادگیری، نقش مهمی در آموزش و یادگیری دارند. این فعالیت‌ها باید متناسب با تیزهوشان طراحی شده، تا به خوبی توسط آن‌ها اجرا گردد و یادگیری ایجاد شود. این فعالیت‌های یادگیری باید به لحاظ زمانی و مکانی انعطاف‌پذیر باشند؛ باید بر جنبه‌های اجتماعی، شناختی، عاطفی و جسمانی دانش‌آموزان توجه شود. بهتر است که فعالیت‌های یادگیری آموزش تیزهوشان به شکل گروهی باشد. هماهنگی با توانایی‌های دانش‌آموزان، یکی دیگر از ویژگی‌های فعالیت‌های یادگیری می‌باشد.

این ویژگی در مدارس و کلاس‌های تیزهوشان نقض می‌گردد. بهتر است که فعالیت‌های یادگیری برای این گروه‌ها کمی بالاتر از سطح توانایی‌هایشان باشد، تا دانش‌آموزان تیزهوش با چالش ذهنی روبرو شوند. چالش ذهنی سبب واکاوی ذهن و پرورش قدرت تفکر می‌شود.

بدین ترتیب، با توجه به مطالب بالا، خلاء علمی که در مورد متغیرهای فوق که در سازمان‌های آموزش و پرورش کشور هستند، محقق را بر آن داشت تا ضمن پر کردن خلاء تحقیقات داخلی در این زمینه، که چگونگی ارتباط تیزهوش با یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی را مورد بررسی قرار دهد. از این رو، نتایج پژوهش می‌تواند بصورت کاربردی مورد استفاده تمام مراکز آموزشی و کلیه سازمان‌ها و مؤسسات آموزش و پرورش، پژوهشگران جوان، دانشجویان جهت انجام کار تحقیقاتی و سایر علاقمندان به این حوزه پژوهشی قرار گیرد. در این راستا، فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل بوده‌اند.

فرضیه اصلی:

ارتباط تیزهوشی با میزان یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی شهر تهران منطقه ۴

فرضیه فرعی ۱:



بین هوش با میزان یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی ارتباط وجود دارد.

فرضیه ۲:

بین هوش و موروثی بودن با یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی ارتباط وجود دارد.

فرضیه ۳:

بین هوش و سواد والدین با میزان یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی ارتباط وجود دارد.

فرضیه ۴:

بین هوش و سطح اقتصادی با میزان یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی ارتباط وجود دارد.

فرضیه ۵:

بین هوش و نوع مدرسه با میزان یادگیری تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی ارتباط وجود دارد.

یافته‌ها

جدول شماره ۱

پیشرفت تحصیلی		خوب		متوسط		ضعیف		جمع کل	
نوع مدرسه	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	درصد
بالاتر از متوسط	۶۹	۸۹/۶	۶	۷/۸	۲	۲/۶	۷۷	۱۹۵	س
متوسط	۱۶۵	۵۷/۷	۱۱۳	۳۹/۵	۸	۲/۸	۲۸۶	۷۲/۶	
پایین‌تر از متوسط	۵	۱۶/۱	۱۸	۵۸/۱	۸	۲۵/۸	۳۱	۷/۹	
جمع	۲۳۹	۶۰/۷	۱۳۷	۳۴/۸	۱۸	۴/۶	۳۹۴	۱۰۰	

توزیع فراوانی ضریب هوشی دانش‌آموزان در ارتباط با پیشرفت تحصیلی نشان می‌دهد، بر اساس یافته‌های این جدول هر چه ضریب هوشی دانش‌آموزان بالاتر می‌رود وضع پیشرفت تحصیلی آن‌ها نیز بهتر می‌شود. به طوری که دانش‌آموزان دارای ضریب هوشی بالاتر از متوسط بیشترین فراوانی نسبی، از پیشرفت تحصیلی خوب (۸۹/۶٪) برخوردار بودند، در حالی که در همین گروه (۱۶/۱٪) در صد از دانش‌آموزان با ضریب هوش پایین‌تر از متوسط، دارای پیشرفت تحصیلی خوب بودند این رابطه در سایر طبقه

بندی‌ها نیز دیده می‌شود بین ضریب هوشی دانش آموزان و پیشرفت تحصیلی آنان همبستگی معنی‌دار وجود داشت.

جدول شماره ۲

پیشرفت تحصیلی نوع مدرسه		خوب		متوسط		ضعیف		جمع کل	
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد
دولتی	۱۷۴	۵۵/۲	۱۲۳	۳۹/۱	۱۸	۵/۷	۳/۵	۴/۲	
غیر دولتی	۵۱	۸۶/۴	۶	۱۰/۲	۲	۳/۴	۵۹	۱۵/۸	

$$x^2 = ۴/۵$$

$$p = ۰/۰۰۶۷$$

توزیع فراوانی وضعیت پیشرفت تحصیلی را در ارتباط با نوع مدرسه نشان می‌دهد، که بر اساس آن دانش‌آموزان غیر دولتی از پیشرفت تحصیلی بهتری برخوردار بودند و از نظر آماری تفاوت نیز معنی‌دار است. از جمله یافته‌های این پژوهش رابطه بین پیشرفت تحصیلی هوش با سواد پدر می‌باشد که بیشترین فراوانی نسبی در ضریب هوش بالاتر از متوسط و پیشرفت تحصیلی خوب در دانش‌آموزان دیده شده است. که دارای پدران با سطح دیپلم و بالاتر هستند همچنین ارتباط بین شغل والدین و وضعیت هوش و پیشرفت تحصیلی نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین هوش با شغل مادر، پیشرفت تحصیلی با شغل مادر و هوش با شغل پدر رابطه معنی‌دار وجود دارد.

جدول شماره ۳



پیشرفت تحصیلی				هوش			پیشرفت تحصیلی و هوش	
جمع کل	ضعیف	متوسط	خوب	جمع کل	پایین‌تر از متوسط	متوسط	بالاتر از متوسط	سواد مادر
۷۳	۷	۳۷	۲۹	۷۲	۱۰	۵۴	۸	بیسواد
(۱۹/۶)	(۹/۶)	(۳۷/۷)	(۳۹/۷)	(۱۹/۵)	(۱۳/۹)	(۷۵)	(۱۱/۱)	
۳۰۰	۱۳	۹۲	۱۹۵	۲۹۸	۱۹	۲۱۴	۶۵	با سواد
(۸۰/۴)	(۴/۳)	(۳۰/۷)	(۶۵)	(۸۰/۵)	(۶/۴)	(۷۱/۸)	(۲۱/۸)	
۳۷۳	۲۰	۱۲۹	۲۲۴	۳۷۰	۲۹	۲۶۸	۷۳	جمع
(۳۰۰)	(۵/۴)	(۳۴/۶)	(۶۰)	(۱۰۰)	(۷/۸)	(۷۲/۴)	(۱۹/۸)	

توزیع فراوانی وضعیت پیشرفت تحصیلی را در ارتباط با سواد مادر نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود با افزایش سطح سواد، میزان پیشرفت خوب بیشتر شده است. یعنی میزان $۳۹/۷$ درصد دانش‌آموزان دارای مادران بی‌سواد و به $۹۲/۹$ درصد دانش‌آموزان با مادران سواد دیپلم و بالاتر رسیده است، بین سواد مادر و پیشرفت تحصیلی همبستگی معنی‌داری دیده می‌شود.

همچنین در این جدول نیز توزیع فراوانی وضعیت هوش دانش‌آموزان با سواد مادر نشان می‌دهد، در این جدول نیز مشاهده می‌شود که بیشترین فراوانی نسبی دانش‌آموزان با ضریب هوشی بالاتر از متوسط در گروه دانش‌آموزان دارای مادران دیپلم و بالاتر ۵۰ درصد و کمترین آن در گروه دانش‌آموزان دارای مادران بی‌سواد $۱۱/۱$ درصد وجود داشته است. این روند در ضریب هوش متوسط و پایین‌تر از متوسط به عکس بوده بین سطح سواد مادر و ضریب هوش دانش‌آموزان همبستگی معنی‌داری دیده شد.

یافته‌های تحقیق نشان دادند که وضعیت پیشرفت تحصیلی دختران در مجموع نسبت به پسران بهتر بوده است.

همچنین در تحقیقاتی که ذوالفقاری، آقایی و ویتنگ و پترسون انجام دادند، بالا بودن نمرات هوش و پیشرفت تحصیلی دختران در سالهای دبستان نسبت به پسران گزارش شد، که با نتایج این تحقیق همسویی دارد. از جمله نتایج قابل ملاحظه پژوهش حاضر ارتباط وضعیت پیشرفت تحصیلی با هوش می‌باشد. جهت تایید یافته‌های این پژوهش می‌توان به نتایج مشابهی از تحقیقات بلوم، حیدری و آقایی اشاره کرد.

احسانی (۱۳۷۱) در پژوهشی که تحت عنوان بررسی عملکرد وضعیت مالی دانش‌آموز و موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان انجام داد، ملاحظه نمود که بین وضعیت اقتصادی دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معناداری وجود دارد اما دانش‌آموزانی که سابقه مردودی داشتند از وضعیت مالی کمتری نسبت به دانش‌آموزانی که سابقه مردودی نداشتند برخوردار بودند.

نتایج:

والدین محبوبی که اهل مطالعه و علاقمند به مباحث علمی و یافته‌های تحقیقاتی هستند به این نکته اهمیت بیشتری می‌دهند و آن را از اصلی‌ترین معیارهای ارتباط جمعی خود به شمار می‌آورند فرزندانشان بیشترین موفقیت تحصیلی و نوآوری فکری را از خود نشان می‌دهند و در بحث آموزش تعلیم و تربیت افزایش عملکرد تحصیلی دانش آموزان بایستی به نقش هوش، خلاقیت و انگیزه پیشرفت توجه ویژه داشت همچنین اطلاع از نمره دانش آموز در آزمون هوش ممکن است برای معلم از ارزش قابل توجهی برخوردار باشد، این نمره را می‌توان برای پیش بینی این که یک دانش آموز چقدر باید خوب عمل کند، مورد استفاده قرار داد و بنابراین می‌تواند به معلم کمک کند تا به اندیشه منطقی در مورد آن دانش آموز برسد، نمرات آزمون هوش همچنین می‌تواند برای گروه‌بندی دانش آموزان برای مقایسه آموزشی و مشاوره‌ای به کاربرده شوند. و البته بهره هوش دانش آموزان در میزان پیشرفت تحصیلی آنان تاثیر مثبت و معنی داری داشته همچنین عواملی نظیر تحصیلات، شغل والدین نیز از نظر آماری رابطه معنی داری با پیشرفت تحصیلی و هوش داشته است.

منابع:

- جعفرخانی، زهره، اندیشمند، ویدا، باغبان، نرجس. مقاله تیزهوشی و نظریه‌های جدید شناسایی تیزهوشان.
- سایت tizlaid.ir، کدام فعالیت‌های یادگیری برای آموزش تیزهوشان مناسب است؟
- سایت fa.wikifegh.ir کودکان تیزهوش.
- ثمری، علی اکبر و طهماسبی، فهیمه. (۱۳۸۶). بررسی رابطه هوش هیجانی و پیشرفت تحصیلی در دانشجویان، فصلنامه اصول بهداشت روانی، ۹(۳۵)، ۱۲۱-۱۲۸.
- شریفی، رضا. (۱۳۸۵). رابطه بین رضایت عاطفی و سازگاری اجتماعی در دانش آموزان اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران.
- غلامعلی لواسانی، مسعود. کیوان زاده، محمد. کیوان زاده، هدیه. مجله روانشناسی و علوم تربیتی سال سی و هفتم. شماره ۱۳۸۶، صفحه ۹۹-۱۲۲.
- قدم پور، رضا؛ رضائی، مولایی یساولی، هادی (۱۳۹۴). اثر بخش بازی درمانی شناختی رفتاری بر کاهش پرخاشگری کودکان اوتیستیک. کنفرانس روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه شیراز، ۸۳۴.
- رابطه فعالیت تحصیلی، انگیزه، پیشرفت، هوش هیجانی و متغیرهای بافتی با پیشرفت تحصیلی.
- [personality traits and academic examination –performance european](http://www.personality-traits-and-academic-examination-performance-european) (۲۰۳) Premuzic t. fumham.a
- بررسی اثربخشی یادگیری مشارکتی در پیشرفت تحصیلی در درس ریاضی با توجه بسترهای یادگیری دانش آموزان پایه دوم.
- <http://downloadspay.aname.cero.ir>
- تاثیر هوش در پیشرفت تحصیلی دانش آموزان
- <http://sodnew.ir>
- تیزهوشی و نظریه‌های جدید شناسایی تیزهوشان
- جعفرخانی، زهره / اندیشمند، ویدا / باغبان، نرجس



-
- <http://Nvironmentaleduca.blogfa.com>
 - <http://fa.m.wikipedia.org>14)
 - <http://modiriataamoozeshi.blogfa.com>15)
 - <http://filenab.com> 16)



بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران

دکتر یلدا دلگشایی (نویسنده مسئول)

استادیار پایه ۱۵، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

(y.delgoshai@gmail.com)

ستاره سپهری

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

(Setarehazi@gmail.com)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران بوده است. این تحقیق کاربردی، روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر روش اجرا توصیفی از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری شامل کارکنان سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران به تعداد ۶۰۰ نفر بودند، که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی ۲۳۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد تعالی سازمانی دمنینگ (۱۹۷۹)، رهبری تحول آفرین باس و اولیو (۲۰۰۰)، سرمایه روان شناختی لوتانز (۲۰۰۷) بود. روایی این پرسشنامه‌ها توسط متخصصان مورد تأیید و پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ (تعالی سازمانی برابر ۰/۸۹، رهبری تحول آفرین برابر ۰/۹۲ و سرمایه روان شناختی برابر ۰/۹۱ صدم) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از بخش توصیفی (محاسبه فراوانی و درصد) و استنباطی (کولموگروف- اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره) با استفاده از نرم افزار Spss۲۶ استفاده شد. نتایج نشان داد که بین تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران ارتباط وجود دارد. همچنین نشان داد بین ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی ارتباط وجود دارد.



واژگان کلیدی: ارتباط، تعالی سازمانی، رهبری تحول آفرین، سرمایه روان شناختی.

مقدمه

آموزش و پرورش به عنوان اساس و زیربنای توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی هر جامعه است، امروزه در اغلب کشورها آموزش و پرورش صنعت رشد قلمداد می شود و پس از امور دفاعی بیشترین بودجه دولتی را به خود اختصاص می دهد. از آنجایی که بخش قابل توجهی از آموزش و پرورش در مدارس صورت می گیرد، مدارس به عنوان یک نظام اجتماعی حساس و مهم، از جایگاه خاصی برخوردارند. مدارس در صورتی خواهند توانست وظیفه خطیری را که به دوش آنهاست به نحو احسن انجام دهند که سازمان های سالم و پویایی باشند (کیدوری، محمدی حسینی و حسین پور، ۱۳۹۶).

رهبری تحول آفرین، بیان کننده فرایندی است که افراد را متحول می کند و با ارزش ها، و خصیصه های اخلاقی و اهداف بلندمدت ارتباط دارد. ارزیابی محرک های مؤثر بر پیروان، ارضای نیازهای آنان و نحوه برخورد با آنها به عنوان افرادی کامل، از جمله کارکردهای این نوع رهبری است. رهبران تحول آفرین در بالاتر بردن اعتماد، اخلاق و روحیه کاری پیروان خود تلاش فراوانی می کنند. این رهبران تلاش می کنند افراد را به سمت قرارگرفتن در شرایط بهتر راهنمایی کنند (رستگار، صیف، فیروزی اردکانی و تاجوران، ۱۳۹۸). رهبری تحول آفرین ارتباط خوبی با پیروان خود دارند و نقش کلیدی را در ایجاد محیطی که خلاقیت را در کارکنان ارتقا بخشد، ایفا می کنند. رهبر تحول گرا به دنبال انگیزه های بالقوه در پیروان و ارضاء این نیازهای بالاتر آنان است. رهبران تحول آفرین رابطه انگیزشی متقابل برقرار می کنند که پیروان را به رهبران تبدیل می کند. بنابراین، رهبری تحول آفرین، تعاملی دوسویه است (یکمچلی اوغلو و اوزباغ، ۲۰۱۹^۱). رهبری تحول آفرین هنگامی اتفاق می افتد که رهبران علایق کارکنان تحت فرمان خود را بسط دهند و با تمرکز و آگاهی اهداف گروه را بپذیرند و در کارکنان انگیزه ایجاد کنند و به فراتر از نفع شخصی خود بیاندیشند و نیز زمینه را برای کارکنان خود به گونه ای فراهم آورند تا همه آنان بتوانند به راحتی اهداف خود را بیان نمایند (فلورس و اکستد، ۲۰۱۶^۲).

رهبری تحول آفرین تلاش می کند تا یک ارتباط عاطفی با پیروان خود ایجاد کند و الهام بخش ارزش آفرینی بیشتر باشد. در حقیقت، نظریه رهبری تحول آفرین یک نظریه علی برای تغییرات سازمانی است که به منظور ایجاد سازمان یادگیرنده و دارای محرک درونی به وجود آمده است. در نظریه رهبری تحولی، رهبران در به کارگیری قابلیت های پیروان خود در محیط متغیر امروزی کاملاً هم ساز بوده و به رهبری از

دیدگاهی نوین نگاه می‌کنند (جوان‌امانی و اکبری، ۱۴۰۰). رهبری تحول‌آفرین، رضایت زیردستان و اعتماد آنان به رهبری و به‌علاوه تعهد عاطفی آنان را افزایش می‌دهد. رهبرانی که رفتارهای تحول‌آفرین را از خود نشان می‌دهند مجموعه‌ای از نتایج مثبت را در سازمان ایجاد می‌کنند. از سویی، عملکرد سازمانی برجسته از طریق تلاش‌های کارکنان معمولی حاصل نمی‌شود. رهبری تحول‌آفرین، بیانگر فرایندی است که افراد را متحول می‌کند و با ارزش‌ها، خصیصه‌های اخلاقی و اهداف بلندمدت در ارتباط است. رهبری تحول‌آفرین برای سازمان‌هایی که به سمت نوآوری و خلاقیت سوق دارند به‌خوبی شناخته شده و با کاهش تعویض کارکنان در سازمان همراه است (معین‌الدینی، ۱۳۹۵).

متغیر دیگری که ارتباط تنگاتنگی با تعالی سازمانی دارد سرمایه روان‌شناختی^۱ است. سرمایه روان‌شناختی از مباحث مهم روان‌شناسی مثبت‌گرا است که شامل رفتار، اعمال و افکاری هستند که اکتسابی و قابل پرورش هستند. سرمایه روان‌شناختی شامل درک شخص از خودش، داشتن هدف برای رسیدن به موفقیت و پایداری در برابر مشکلات تعریف می‌شود (ایرجی‌راد و ملک‌زاده نصرآبادی، ۱۳۹۶). سرمایه روان‌شناختی یکی از شاخص‌های روان‌شناسی مثبت‌گرایی می‌باشد که با ویژگی‌هایی از قبیل باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در دنبال کردن اهداف، ایجاد اسنادهای مثبت درباره خود و تحمل کردن مشکلات تعریف می‌شود. همچنین برخوردار بودن از سرمایه روان‌شناختی افراد را قادر می‌سازد تا علاوه بر مقابله بهتر در برابر موقعیت‌های استرس‌زا، کمتر دچار تنش شده، در برابر مشکلات از توان بالایی برخوردار باشند، به دیدگاه روشنی در مورد خود برسند و کمتر تحت تأثیر وقایع روزانه قرار بگیرند، لذا این‌گونه افراد دارای سلامت روان‌شناختی بالاتری نیز هستند (اکبری، فرگت، علی‌خواه و مجیدی، ۱۳۹۷). به عبارت دیگر، سرمایه روان‌شناختی، یک سازه مرتبه بالاتر در نظر گرفته می‌شود، به این معنی که این چهار متغیر با هم ترکیب می‌شوند و یک کل هم‌افزایی را می‌سازند و انتظار می‌رود که کل سازه نسبت به تک‌تک متغیرهای تشکیل‌دهنده آن تأثیر بیشتری بر عملکرد داشته باشد. بنابراین سرمایه روان‌شناختی شامل درک شخص از خودش، داشتن هدف برای رسیدن به موفقیت و پایداری در برابر مشکلات تعریف می‌شود (عمویی، عجم و بادنوا، ۱۳۹۶). با توجه به آموزش‌پذیر بودن سرمایه روان‌شناختی، می‌توان آن را در دوره‌های مختلف آموزشی در بین کارکنان سازمان‌های مختلف لحاظ نمود و از منافع مادی و غیرمادی آن بهره‌مند شد (کاظمی، نوروزی، محمدی، عیدی و رشیدی، ۱۴۰۰).

متغیر دیگری که ارتباط تنگاتنگی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی دارد، تعالی سازمانی^۲ است. تعالی سازمانی پدیده‌ای است که در ارتقای کیفیت و کسب مزیت رقابت‌پذیری سازمان‌ها نقش مهمی ایفا

-
- 1.. Psychological capital
 - 2.. Organizational Excellence



می‌کند. سازمان متعالی تمامی توان بالقوه کارکنان خود را در سطوح فردی و تیمی و سازمانی اداره می‌کند توسعه می‌بخشد و از آن بهره می‌گیرد. این سازمان‌ها به کارکنان خود توجه کرده و از آن‌ها تقدیر می‌کنند تا در آن‌ها انگیزه و تعهد و رضایت ایجاد شود و ازسویی دستیابی به تعالی سازمانی منجر به پایداری و بقاء سازمان می‌شود. بنابراین محور قرار دادن منابع انسانی و عملکرد آن نکته کلیدی تعالی سازمانی است (قنبری نصرآبادی، رشیدی و تقسیمی، ۱۳۹۸). مدل‌های تعالی سازمانی به‌عنوان چارچوبی برای ارزیابی عملکرد و سنجش میزان موفقیت سازمان‌ها در استقرار سیستم‌های نوین مدیریتی و مدیریت کیفیت جامع، کاربردهای روزافزونی پیدا کرده‌اند. این مدل‌ها به‌عنوان یک‌زبان مشترک برای مقایسه عملکرد و میزان موفقیت سازمان‌ها نیز به کار می‌روند و به این لحاظ مبنای طراحی جوایز متعددی قرار گرفته‌اند که در کشورهای پیشرفته صنعتی و کشورهای در حال توسعه به سازمان‌های برتر اعطا می‌شود (اکاساک و گنسر، ۲۰۱۷). مدل تعالی سازمانی، چارچوبی برای فهم و مدیریت این پیچیدگی است. این مدل عملی و کاربردی را سازمان‌های پیشرو شکل داده‌اند تا مشوقی باشد برای پیشرفت مداوم. مدل تعالی سازمانی به کارکنان اجازه می‌دهد روابط علیّ موجود بین عملکرد سازمان و نتایج به‌دست آمده را درک کنند. این مدل شامل مجموعه‌ای از سه عنصر منسجم است: مفاهیم بنیادی، تعالی و معیارها را دارد. مدل تعالی سازمانی الگویی است ایده‌آل به‌منظور رشد و ارتقاء سازمان‌ها از طریق شناسایی نقاط قوت و تعریف فرصت‌های قابل بهبود. سازمان‌های متعالی به سازمان‌هایی گفته می‌شود که قصد انطباق هرچه بیشتر خود با مدل تعالی را داشته و قدم در مسیر تعالی سازمانی می‌گذارند (سمنانی، ۲۰۱۶). از نگاه لی و چو^۳ (۲۰۱۶) در تحقیقی با هدف بررسی سرمایه روان‌شناختی به این نتیجه رسیدند که سرمایه روان‌شناختی بر خلاقیت این افراد اثرگذار است. ارتباط^۴ فرایند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده به شرط همسان بودن معانی بین آن‌هاست. معنا در علم ارتباط شامل مفاهیم ذهنی و احساسات می‌شود. ارتباطات فرآیندی است که در آن معنا بین موجودات زنده تعریف و به اشتراک گذاشته می‌شود که بسیاری بر این باورند که ریشه آن از یونان نشأت می‌گیرد (کینگ، ترجمه محسن کاظمی، ۱۴۰۰). مهارت برقراری ارتباط مؤثر یکی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های سلامت روابط بین فردی بشمار می‌رود. در یک ارتباط مناسب، اطلاعات شناختی و هیجانی به نحو صحیح بین انسان‌ها جریان می‌یابد و موجب رشد فردی و اجتماعی می‌گردد. برقراری ارتباط اولین ضرورت یک زندگی اجتماعی است. ارتباط پدیده‌ای است که طی آن اطلاعات منتقل می‌گردد. اگر اطلاعات به‌نحو انتقال

1.. Akkucuk & Gencer

2.. Semnani

3.. Lee & Chu

4.. Communication

یابد که در ذهن فرستنده و گیرنده، یک معنی واحد شکل بگیرد، می‌توان گفت ارتباط کامل بوده است. ارتباط امری اجتناب‌ناپذیر است و کلیه اجزای جهان خواسته یا ناخواسته با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. ارتباط حتی در سکوت و بین اجزای بی‌جان نیز وجود دارد. کلیه اجزای پیرامون ما با ما در ارتباطند و پیام‌هایی را به ما منتقل می‌کنند. ارتباط موثر، لازمه رشد اجتماعی است (هیلز و ال‌ویور، ترجمه بهزادی مقدم و همکاران، ۱۳۹۳). برقراری ارتباط، از نظر هدف و روش، به شکل واحدی صورت نمی‌گیرد. اگرچه تفکیک هدف و روش ارتباط از هم در بسیاری از مواقع بسیار مشکل است، می‌توان گفت که عامل مهم در تعیین روش برقراری ارتباط، هدفی است که به‌وسیله فرستنده پیام دنبال می‌شود (کینگ، ترجمه محسن کاظمی، ۱۴۰۰).

لذا با انجام این پژوهش می‌توان راه‌کارهای مفید و عملی در راستای بهبود مستمر سازمان در آموزش‌وپرورش ارائه کرد. همچنین، یافته‌های پژوهش می‌تواند، مدیران را در حل مشکلات یاری کرده و منجر به تبیین سیاست‌های درست و اجرای بهتر اهداف سازمان گردد. نظر به اهمیت و ضرورت بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی و با توجه به مطالب بالا خلاء علمی که در مورد متغیرهای فوق بخصوص آموزش‌وپرورش وجود داشت لزوم انجام این پژوهش ضروری می‌نمود، از نتایج آتی پژوهش، شناسایی بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی است. از نتایج آتی پژوهش، ارائه راه‌کارها و رهنمودها به مسئولان و دست‌اندرکاران، جهت تقویت و توسعه میزان بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی و پوشش نقاط ضعف آن‌ها، می‌توان نام برد. از این‌رو، نتایج پژوهش می‌تواند بصورت کاربردی مورد استفاده تمام مدیران و مسئولین آموزش‌وپرورش، پژوهشگران جوان و دانشجویان جهت انجام کار تحقیقاتی و سایر علاقمندان به این حوزه پژوهشی قرار گیرد. بدین‌ترتیب، به‌نظر می‌رسد فراهم کردن زمینه لازم برای متعالی‌ساختن سازمان‌های آموزشی با استفاده از اولویت‌های اصلاح نظام مدیریتی و نخستین گام در مسیر طولانی موفقیت سازمان‌های آموزشی است و این حقیقتی است که انگیزه اجرای پژوهش حاضر را دوچندان کرده است. بنابراین، از نظر محقق مسئله این است که آیا تعالی سازمانی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی سازمان آموزش‌وپرورش منطقه ۱ شهر تهران ارتباط دارد یا خیر؟

پیشینه پژوهش

جوان امانی و اکبری (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان بررسی ارتباط رهبری تحول‌آفرین و عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گروه بهداشتی فیروز) انجام دادند. نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد سازمانی شرکت گروه بهداشتی فیروز تأثیر مثبت دارد. همچنین نتایج نشان داد که مولفه‌های رهبری



تحول آفرین بر ابعاد عملکرد سازمانی تأثیر مثبت دارد. شمس الدینی، نیک‌پور و رضایی لری (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و انسجام سازمانی با توسعه سازمانی (مورد مطالعه در شعب بانک تجارت شهر کرمان) انجام دادند. نتایج نشان داد که بین رهبری تحول آفرین و انسجام سازمانی با توسعه سازمانی در شعب بانک تجارت شهر کرمان رابطه معناداری وجود دارد.

فرهودی و قنبری نیا (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین با رضایت شغلی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان پردیس انجام دادند. نتایج نشان داد که چهار بعد سبک رهبری تحول آفرین و رضایت شغلی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بین سبک رهبری تحول آفرین مدیران با رضایت شغلی دبیران تربیت بدنی همبستگی مثبت و بالایی وجود دارد. رهبر تحول آفرین با ایجاد حس اعتماد به نفس و توجهی که برای ارزش‌ها و باورها قائل است و همچنین با تشویق آینده‌نگری، تأکید بر دست‌یافتنی بودن اهداف، تقویت حس همکاری و یافتن شیوه‌های جدید در انجام کار، موجب افزایش رضایت شغلی می‌گردد. رجبی فرجاد و یوسفوند (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر سرمایه روان شناختی بر فرسودگی شغلی (مورد مطالعه: کارکنان فرماندهی انتظامی استان البرز) انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه روان شناختی و ابعاد آن بر فرسودگی شغلی کارکنان تأثیر منفی دارد، یعنی با افزایش خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری، فرسودگی کاهش پیدا می‌کند. محمدی و دشتی چاهگاهی (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر سرمایه روان شناختی بر کیفیت زندگی معلمان شهرستان لردگان انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه روان شناختی بر کیفیت زندگی معلمان شهرستان لردگان اثرگذار است. همچنین نتایج نشان داد که ابعاد سرمایه روان شناختی بر کیفیت زندگی معلمان اثرگذار است.

پورصفایی، شاهنوشی فروشانی و حبیبی تبار (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر مدل تعالی سازمانی بر عملکرد در مدارس استان مرکزی انجام دادند. نتایج نشان داد که تعالی سازمانی بر عملکرد مدارس استان مرکزی تأثیر معناداری دارد. همچنین نتایج نشان داد ابعاد تعالی سازمانی موجب بهبود عملکرد مدارس شد. جعفری، بیات و حسنوند (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان رابطه سبک رهبری تحول آفرین فرماندهان با خودکارآمدی کارکنان پلیس راهور شهر خرم‌آباد انجام دادند. نتایج نشان داد که فرماندهان به کلیت سبک رهبری تحول آفرین در حد متوسط، در ترغیب ذهنی در حد خوب و در ملاحظه فردی، نفوذآرامانی و انگیزش الهام‌بخش، در حد ضعیف، عمل نمودند. خودکارآمدی کارکنان پلیس راهور شهر خرم‌آباد نیز اندکی بیشتر از حد متوسط بود. نتایج رگرسیون چندگانه نیز نشان داد نفوذ آرامانی و ترغیب ذهنی ۳۴ درصد از واریانس خودکارآمدی کارکنان پلیس راهور شهر خرم‌آباد را پیش‌بینی می‌کنند. هرگاه فرمانده حس آرامانی را به کارکنان تحت رهبری‌اش انتقال می‌دهد و با ترغیب ذهنی کارکنان را برای کشف راه‌حل‌های جدید و تفکر مجدد بر می‌انگیزاند، خودکارآمدی کارکنان را فراهم می‌آورد.

تامپسون، بوخ، مو تامپسون و گلاس^۱ (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان تأثیر رهبری تحول‌آفرین و عدالت تعاملی بر عملکرد پیروان و تعهد سازمانی در زمینه کسب‌وکار انجام دادند. نتایج نشان داد که رهبرانی که رفتار رهبری تحول‌آفرین را به‌گونه‌ای نشان می‌دهند که توسط پیروان محترمانه، منصفانه و سازگار با استانداردهای اخلاقی و اخلاقی است، ممکن است انتظار وابستگی سازمانی پیروان بیشتری داشته باشند. نورجهجانی، وناند باتیل موریک، فیوری پوسپیتا، پارلیندونگان فانگگیدا^۲ (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و مشارکت کاری. تعدیل نقش‌های میانجی مالکیت روانی و اعتقاد به جهان عادلانه در یکی از دانشگاه‌های اندونزی انجام دادند. نتایج نشان داد که شاخص میانجی‌گری تعدیل‌شده معنی‌دار است که نشان می‌دهد رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و درگیری کاری به واسطه مالکیت روان‌شناختی و با اعتقاد به دنیای عادلانه تعدیل می‌شود.

عمران، سلیم العنسی و فاطیما^۳ (۲۰۲۰) پژوهشی تحت عنوان اثر واسطه‌ای سرمایه روان‌شناختی بین رهبری تحول‌آفرین و رفتار کار نوآورانه: تحقیق در زمینه عمانی انجام دادند. نتایج نشان داد که همه سازه‌ها مطابق با فرهنگ عمانی اقتباس شده‌اند. نقش واسطه‌ای فرضیه‌ای سرمایه روان‌شناختی در رابطه فقط بین سه بعد از رهبری تحول‌گرا (یعنی تأثیر ایده‌آل، تحریک فکری و توجه فردی) و رفتار کار نوآورانه کاملاً پشتیبانی می‌شود. سو ششن، سوروچو و ماشلاکچی^۴ (۲۰۱۹) پژوهشی تحت عنوان درباره رابطه بین رهبری و سرمایه روان‌شناختی مثبت در صنعت مهمان‌نوازی کارمندان هتل‌های پنج ستاره فعال در جمهوری ترک قبرس شمالی انجام دادند. نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین تأثیر مثبتی بر سرمایه روان‌شناختی مثبت دارد، در حالی که رهبری تأثیر معنادار و منفی دارد و رهبری معاملات هیچ تأثیری ندارد. یوان، نگوین و وو^۵ (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان این مطالعه مدلی از تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد کارکنان در شرکت‌های تولیدی در ویتنام انجام دادند. نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین عملکرد کارکنان شرکت‌های تولیدی را که از طریق سرمایه روان‌شناختی کارمندان واسطه هستند ارتقا می‌دهد. به‌علاوه، همچنین مشخص شد که جمع‌گرایی کارکنان رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد کارکنان را تعدیل می‌کند. بر اساس یافته‌های مطالعه، پیامدهای نظری و پیامدهای مدیریتی بحث شده است.

زونگلین ون، کنگ، نیو و تای‌هاو^۶ (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان تأثیر سرمایه روان‌شناختی رهبران بر

-
- 1.. Thompson, Buch, Moe Thompson & Glas
 - 2.. Nurtjahjani, Wenand Batilmurik, Fury Puspita, Parlindungan Fanggidac
 - 3.. Imran, Salim Al-Ansi & Fatima
 - 4.. Su Şeşen, Sürücü & Maşlakçı
 - 5.. Yuan, Nguyen & Vu
 - 6.. Zhonglin Wen, Kong, Niu & Hau



پیروان آن‌ها: اثر میانجی‌گری چند مرحله‌ای شناسایی هوشی سازمانی انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه روان شناختی رهبران از طریق تأثیر میانجی‌گری در افزایش شناسایی سازمانی پیروان، بر سرمایه روان شناختی پیروان آن‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد. پیامدهای این یافته‌ها، محدودیت‌های مطالعه و جهت تحقیق در آینده مورد بحث قرار گرفته است. آلفیت، آمین و باومیک^۱ (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان تأثیر رهبری تحول آفرین و رهبری معاملاتی بر تعالی سازمانی در شهرداری فجیره در امارات متحده عربی انجام دادند. نتایج نشان داد که رهبری تحول آفرین و معاملاتی مثبت بوده و هم‌چنین ثابت شده است که پیش‌بینی‌کننده‌های برتری سازمانی هستند. نتایج مطالعه حاضر بینش بیشتری در مورد استراتژی‌های تولیدی برای دستیابی به تعالی سازمانی در بخش‌های دولتی در کشورهایمانند امارات متحده عربی ارائه خواهد داد. گوزوکارا، اوامر و سیمسک^۲ (۲۰۱۶) پژوهشی تحت عنوان رابطه رهبری تحول آفرین و رضایت شغلی با میانجیگری اعتماد و خودکارآمدی از دانشگاه ارس ترکیه انجام دادند. نتایج نشان داد که رابطه بین رهبری تحول آفرین و رضایت شغلی به طور کامل از طریق اعتماد و خودکارآمدی متأثر می‌شود. تأثیر میانجی اعتماد، قویتر از خودکارآمدی است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر روش اجرا توصیفی از نوع همبستگی است. در این پژوهش جامعه آماری شامل کارکنان سازمان آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران در سال ۱۴۰۰-۱۳۹۹ که تعداد آن‌ها ۶۰۰ نفر می‌باشند. با توجه به حجم جامعه، با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی ۲۳۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. محقق جهت ابزار پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد استفاده نمود. پرسشنامه اول تعالی سازمانی: این پرسشنامه توسط دمینگ در سال (۱۹۷۹) طراحی شده است و دارای ۲۷ سوال در ۴ بعد (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) می‌باشد. و بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) نمره‌گذاری شده است. روایی و پایایی در پژوهش عسگری (۱۳۹۳) مورد تأیید قرار گرفت. که پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۸۷ صدم بدست آمده است. روایی این پرسشنامه در تحقیقات پیشین مورد تأیید قرار گرفته است. و ضریب پایایی پرسشنامه بالای ۰/۷ برآورد شد. پرسشنامه دوم رهبری تحول آفرین: این پرسشنامه توسط باس و اولیو در سال (۲۰۰۰) ساخته شد که شامل ۲۰ گویه، که از پرسشنامه چندعاملی رهبری گرفته شده است، اندازه‌گیری شد. این پرسشنامه دارای چهار بعد (ملاحظه فردی، ترغیب ذهنی،

1.. Alhefit, Ameen & Bhaumik

2.. Gozukara, Omer & Simsek

انگیزش الهام‌بخش و نفوذ آرمانی) می‌باشد و براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (همیشه، اغلب اوقات، بعضی اوقات، به ندرت، هیچگاه) نمره‌گذاری شده است. روایی و پایایی این ابزار در پژوهش سرمد (۱۳۹۰) مورد تأیید قرار گرفته است. که پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ $0/87$ صدم گزارش شد. پرسشنامه سوم سرمایه روان‌شناختی: این پرسشنامه توسط لوتانز در سال (۲۰۰۷) طراحی شده است. که دارای ۲۴ سوال و ۴ مؤلفه (امیدواری، تاب‌آوری، خوش‌بینی و خودکارآمدی) می‌باشد و براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با سوالاتی مانند (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) به سنجش سرمایه روان‌شناختی می‌پردازد. روایی و پایایی این ابزار در پژوهش عرب و همکاران (۱۳۹۳) مورد تأیید قرار گرفته است. که پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ $0/89$ صدم گزارش شد. در پژوهش مذکور پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ $0/97$ به دست آمد. اما پایایی پرسشنامه‌ها در این پژوهش به ترتیب (تعالی سازمانی برابر $0/89$ ، رهبری تحول‌آفرین برابر $0/92$ و سرمایه روان‌شناختی برابر $0/91$ صدم) به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های بخش توصیفی (فراوانی و درصد) و بخش استنباطی (آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره) از طریق برنامه نرم‌افزاری Spss۲۶ استفاده شد.

یافته‌ها

آمار توصیفی

در آمار توصیفی نتایج نشان داده است ۳.۲ درصد آزمودنی‌ها مرد و ۷.۹۷ درصد دیگر آن‌ها زن بودند. بیشترین فراوانی مربوط به بازه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال (6.42 درصد) و کمترین فراوانی مربوط به کمتر از ۳۰ سال (1.24 درصد) می‌باشد. بیشترین فراوانی مربوط به بازه تحصیلی کارشناسی (4.56 درصد) و کمترین فراوانی مربوط به کارشناسی ارشد و بالاتر (5.16 درصد) بود. اما بیشترین فراوانی مربوط به بازه سابقه کار ۱۰ تا ۲۰ سال (3.38 درصد) و کمترین فراوانی کمتر از ۱۰ سال (1.24 درصد) بود. بیشترین فراوانی مربوط به نوع استخدامی رسمی قطعی (2.75 درصد) می‌باشد.

نرمال بودن داده‌ها

جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای موجود در پژوهش از کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج نشان داده است چون در رهبری تحول‌آفرین، سرمایه روان‌شناختی و تعالی سازمانی سطح معنی‌داری از $\alpha=0/05$ بزرگتر می‌باشد پس H_0 (نرمال بودن متغیرهای پژوهش) رد نمی‌شود و از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام‌به‌گام استفاده می‌شود.

آمار استنباطی

فرضیه اصلی: تعالی سازمانی با رهبری تحول‌آفرین و سرمایه روان‌شناختی آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر



تهران ارتباط دارد.

جدول ۱: بررسی ارتباط تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی آموزش و پرورش

شاخص های آماری			متغیرها
Sig.	r	تعداد نمونه	
۰۰۰ .۰	۴۳۱ .۰	۲۳۴	رهبری تحول آفرین
۰۰۰ .۰	۴۰۹ .۰	۲۳۴	سرمایه روان شناختی

جدول (۱) نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha = 0.05$)، داده ها فرضیه صفر () را رد و فرضیه پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه ($\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000$). بنابراین، می توان ادعا نمود تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران ارتباط دارد. به طوری که مقدار این همبستگی در رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی به ترتیب برابر ۴۳۱ .۰ و ۴۰۹ .۰ می باشد. محاسبه ضریب تعیین (رهبری تحول آفرین $= 0.1858$ و در سرمایه روان شناختی $= 0.1673$)، نشان می دهد که ۱۸ .۵۸ درصد از تغییرات رهبری تحول آفرین توسط تعالی سازمانی و ۱۶ .۷۳ در از تغییرات سرمایه روان شناختی توسط تعالی سازمانی قابل پیش بینی است.

فرضیه ۱: ابعاد تعالی سازمانی (برنامه ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با رهبری تحول آفرین ارتباط دارد.

جدول ۲: بررسی ارتباط ابعاد تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین آموزش و پرورش

شاخص های آماری			متغیرها
Sig.	r	تعداد نمونه	
۰۰۰ .۰	۴۰۴ .۰	۲۳۴	برنامه ریزی
۰۲۳ .۰	۱۴۹ .۰	۲۳۴	اجرا
۰۴۶ .۰	۱۳۱ .۰	۲۳۴	ارزیابی
۰۰۰ .۰	۳۱۹ .۰	۲۳۴	اصلاح

جدول (۲) نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha = 0.05$)، داده ها فرضیه صفر () را رد و فرضیه پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه در برنامه ریزی و اصلاح ($\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000$)، در اجرا ($\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.023$) و در ارزیابی ($\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.046$). بنابراین، می توان ادعا نمود ابعاد تعالی سازمانی (برنامه ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با رهبری تحول آفرین ارتباط دارد. به طوری که مقدار این همبستگی در برنامه ریزی ۴۰۴ .۰، اجرا ۱۴۹ .۰، ارزیابی ۱۳۱ .۰ و اصلاح ۳۱۹ .۰ می باشد. محاسبه ضریب تعیین در برنامه ریزی ($= 0.1632$)، در اجرا ($= 0.222$)، در ارزیابی ($= 0.172$) و در نفوذ آرمانی ($= 0.181$) نشان می دهد که ۱۶ .۳۲، ۲۲ .۱ و ۷۲ .۱۸ درصد از تغییرات رهبری تحول آفرین به ترتیب توسط برنامه ریزی،

اجرا، ارزیابی و اصلاح قابل پیش‌بینی است.

فرضیه ۲: ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با سرمایه روان‌شناختی ارتباط دارد.

جدول ۳: بررسی ارتباط ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با سرمایه روان‌شناختی

متغیرها	شاخص‌های آماری	
	تعداد نمونه	r
برنامه‌ریزی	۲۳۴	۰.۲۱۱
اجرا	۲۳۴	۰.۲۰۸
ارزیابی	۲۳۴	۰.۱۹۹
اصلاح	۲۳۴	۰.۱۸۰
		Sig.
برنامه‌ریزی		۰.۰۰۱
اجرا		۰.۰۰۱
ارزیابی		۰.۰۰۲
اصلاح		۰.۰۰۶

جدول (۳) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۱) را تایید می‌نمایند، چراکه در برنامه‌ریزی و اجرا ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.001$)، در ارزیابی ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.002$) و در اصلاح ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.006$)، بنابراین، می‌توان ادعا نمود ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با سرمایه روان‌شناختی ارتباط دارد. به‌طوری‌که مقدار این همبستگی در برنامه‌ریزی ۰.۲۱۱، اجرا ۰.۲۰۸، ارزیابی ۰.۱۹۹ و اصلاح ۰.۱۸۰ می‌باشد. محاسبه ضریب تعیین در برنامه‌ریزی ($=0.0445$)، در اجرا ($=0.0433$)، در ارزیابی ($=0.0396$) و در اصلاح ($=0.0324$) نشان می‌دهد که ۴.۴، ۴.۳، ۳.۳ و ۳.۲ درصد از تغییرات سرمایه روان‌شناختی به ترتیب توسط برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و اصلاح قابل پیش‌بینی است.

فرضیه ۳: هریک از ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) در پیش‌بینی رهبری تحول‌آفرین سهم دارند.

جدول ۴: ضرایب رگرسیون

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد	
		ضریب	خطای استاندارد
		b	ضریب b
عرض از مبدا	-	-	۲۹۳.۱
برنامه‌ریزی	۲۹۴.۳	۰.۲۴۸	۱۰۹.۰
اجرا	۳۱۸.۲	۰.۱۸۵	۱۷۸.۰
ارزیابی	۱۳۴.۲	۰.۱۷۳	۱۶۳.۰
اصلاح	۲۷۵.۳	۰.۲۴۷	۱۲۸.۰

جدول (۵) نشان می‌دهد با توجه به مقدار سطح معناداری برای برنامه‌ریزی ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.023$)،



اجرا ($\text{Sig} = 0.29 < \alpha = 0.5$)، ارزیابی ($\text{Sig} = 0.36 < \alpha = 0.5$) و اصلاح ($\text{Sig} = 0.24 < \alpha = 0.5$)، در سطح معنی داری ۰/۰۵ و ۹۵٪ از درجه اطمینان رابطه خطی معنی داری برقرار می باشد و با تغییر در متغیر مستقل، مقادیر متغیر وابسته تغییر می یابد. ضریب بتا (مقدار استاندارد شده ضرایب) که نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای تغییر به اندازه یک انحراف معیار در متغیرهای ابعاد تعالی سازمانی (برناریزی، اجرا، ارزیابی و اصلاح) به ترتیب برابر ۰.۲۴۸، ۰.۱۸۵، ۰.۱۷۳ و ۰.۲۴۷ می باشد. با توجه به ضرایب بتا برنامه ریزی، اصلاح، اجرا و ارزیابی رتیب بیشترین سهم را دارند.

فرضیه ۴: هریک از ابعاد تعالی سازمانی (برنامه ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) در پیش بینی سرمایه روان شناختی سهم دارند.

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد		ضرایب غیر استاندارد	
		ضریب	خطای استاندارد	ضریب b	
-	-	-	۳۸۴.۱۵	۷۳۰.۱۵	عرض از مبدا
۰.۰۰۰	۷۹۴.۴	۳۰۱.۰	۳۲۴.۰	۵۵۴.۱	برنامه ریزی
۰.۰۰۱	۴۶۸.۴	۲۹۲.۰	۳۲۰.۰	۴۷۰.۰	تاب آوری
۰.۰۳۳	۲۱۱.۳	۲۱۳.۰	۴۰۸.۰	۰۸۶.۰	خوش بینی
۰.۰۴۶	۵۴۷.۲	۱۳۴.۰	۳۴۹.۰	۱۹۱.۰	خودکارآمدی

جدول ۶: ضرایب رگرسیون

جدول (۶) نشان می دهد با توجه به مقدار سطح معناداری برای برنامه ریزی ($\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.5$)، اجرا ($\text{Sig} = 0.001 < \alpha = 0.5$)، ارزیابی ($\text{Sig} = 0.33 < \alpha = 0.5$) و اصلاح ($\text{Sig} = 0.46 < \alpha = 0.5$)، در سطح معنی داری ۰/۰۵ و ۹۵٪ از درجه اطمینان رابطه خطی معنی داری برقرار می باشد و با تغییر در متغیر مستقل، مقادیر متغیر وابسته تغییر می یابد. ضریب بتا (مقدار استاندارد شده ضرایب) که نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای تغییر به اندازه یک انحراف معیار در متغیرهای ابعاد تعالی سازمانی (برناریزی، اجرا، ارزیابی و اصلاح) به ترتیب برابر ۰.۳۰۱، ۰.۲۹۲، ۰.۲۱۳ و ۰.۱۳۴ می باشد. با توجه به ضرایب بتا برناریزی، اجرا، ارزیابی و اصلاح به ترتیب بیشترین سهم را دارند.

بحث و نتیجه گیری

در بررسی فرضیه اصلی، یافته ها نشان داد تعالی سازمانی با رهبری تحول آفرین و سرمایه روان شناختی آموزش و پرورش منطقه ۱ شهر تهران ارتباط دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش های محمدی و دشتی چاهگاهی (۱۳۹۹)، پورصفایی، شاهنوشی فروشانی و حبیبی تبار (۱۳۹۸)، موریک، فیوری پوسیتا، پارلیندونگان

فانگگیدا (۲۰۲۱)، سو ششن، سوروچو و ماشلاکچی (۲۰۱۹) و آفیت، آمین و باومیک (۲۰۱۷) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد تعالی سازمانی چارچوبی روشمند برای ارزیابی عملکرد سازمان آموزش و پرورش در دو حوزه فرایندها و نتایج این فرایندهاست. برای حرکت به سمت تعالی، باید سیستم‌های مدیریتی جدیدی ایجاد کنیم. رهبری سازمانی، برنامه‌ریزی استراتژیک، ارتقاء و رضایت کارکنان، استفاده بهینه از منابع و تدوین و اجرای فرایندها از جمله عواملی هستند که طراحی و استقرار برنامه‌های بهبود مرتبط با آن‌ها می‌تواند سازمان‌ها را در جهت رشد و توسعه پیش ببرد. مدیران سازمان‌های آموزشی و پرورشی از منابع مختلف انسانی، مادی و مالی برای نیل به اهداف خود استفاده می‌کنند. در این میان سهم نیروی انسانی بسیار مهم است. نیروی انسانی برای دستیابی به موفقیت و دستیابی به اهداف سازمانی باید از مهارت‌ها و توانایی‌ها، نگرش‌ها و باورهای شغلی، شرایط جسمی و روحی مطلوب و در نهایت ویژگی‌های شخصیتی مناسب برخوردار باشد. بنابراین مدیران نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

در بررسی فرضیه ۱، یافته‌ها نشان داد ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با رهبری تحول‌آفرین ارتباط دارد. نتیجه به‌دست‌آمده با نتایج پژوهش‌های فرهودی و قنبری‌نیا (۱۳۹۹)، محمدی و دشتی چاهگاهی (۱۳۹۹)، جعفری، بیات و حسنوند (۱۳۹۷)، یوان، نگوین و وو (۲۰۱۸) و گوزوکارا، اومر و سیمسک (۲۰۱۶) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد که سازمان‌های متعالی برای کارکنان خود ارزش قائل هستند و برای دستیابی به اهداف سازمانی و شخصی که منافع طرفین را در نظر می‌گیرند، فرهنگی ایجاد می‌کنند. آن‌ها توانایی‌های کارکنان خود را توسعه می‌دهند و عدالت و برابری را ترویج می‌کنند. این سازمان‌ها با کارکنان خود ارتباط برقرار می‌کنند و آن‌ها را تشویق، قدردانی و مراقبت می‌کنند به‌گونه‌ای که در آن‌ها انگیزه ایجاد کند، تعهد ایجاد کند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا از مهارت‌ها و دانش خود در راستای منافع سازمان استفاده کنند. بنابراین تعالی سازمانی با کمک رهبران تحول‌آفرین، آموزش را به سمت نظام آموزشی مبتنی بر برنامه و عمل، پاسخگوتر و توجه به نیازهای جامعه سوق خواهد داد. اجرای دقیق خودارزیابی و ارزشیابی بیرونی بر اساس تعاریف و شاخص‌های تعریف شده این فرصت را به مدیریت آموزش و پرورش با بهره‌گیری از سیستمی هوشمند و کارآمد می‌دهد تا با شناسایی و استفاده بهینه از منابع ظرفیت‌های موجود، بهبود مستمر و تعالی فرآیند آموزشی را مورد بررسی قرار دهد.

در بررسی فرضیه ۲، یافته‌ها نشان داد ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) با سرمایه روان‌شناختی ارتباط دارد. نتیجه به‌دست‌آمده با نتایج پژوهش‌های جوان امانی و اکبری (۱۴۰۰)، رجبی‌فرجاد و یوسفوند (۱۳۹۹)، تامپسون، بوخ، مو تامپسون و گلاس (۲۰۲۱)، زونگلین ون، کنگ، نیو و تای‌هاو (۲۰۱۷) و گوزوکارا، اومر و سیمسک (۲۰۱۶) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد یکی از رویکردهای مؤثر در تعالی سازمانی، ارتقای سرمایه روانی در افراد است، به این معنا که اگر افراد سهم بیشتری از سرمایه روانی



داشته باشند، انگیزه بیشتری برای پیشرفت و بهره‌مندی از عملکرد بالاتر دارند و سازمان سرآمد می‌شود. متوجه خواهد شد که سرمایه روان‌شناختی به این معنا که به فرد امید، تاب‌آوری، خودکارآمدی و خوش‌بینی می‌بخشد و بینشی کلی از زندگی، تجربیات و رویدادها برای فرد ایجاد می‌کند، می‌تواند تعالی سازمانی را افزایش دهد زیرا سرمایه روان‌شناختی به عنوان یک امر شخصی است. منبعی با ابعاد مثبت (خودکارآمدی، امید، تاب‌آوری و خوش‌بینی) که در درون خود دارد با پیامدهای منفی مانند استرس، فرسودگی شغلی و تعارض خانواده و کار در محیط کار سروکار دارد.

در بررسی فرضیه ۳، یافته‌ها نشان داد هریک از ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) در پیش‌بینی رهبری تحول آفرین سهم دارند. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های فرهودی و قنبری‌نیا (۱۳۹۹)، جعفری، بیات و حسنوند (۱۳۹۷)، عمران، سلیم العنسی و فاطیما، (۲۰۲۰)، ماشلاکچی (۲۰۱۹)، یوان، نگوین و وو (۲۰۱۸) و آلفیت، آمین و باومیک (۲۰۱۷) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد هر چه سطح برنامه‌ریزی، اجرا، ارزشیابی و اصلاح در کارکنان آموزش و پرورش بالاتر باشد، دستیابی به تعالی در سازمان بالاتر خواهد بود. توجه رهبران تحول آفرین به برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، بهبود در کارکنان برای ارتقای تعالی سازمانی و رساندن آن به سطح عالی در سازمان از وظایف اصلی مدیران است. از سوی دیگر، با توجه به تأثیر بیشتر رهبری تحول آفرین در ارتقای تعالی سازمان آموزشی، مدیران باید با ایجاد روابط مناسب و تشکیل خودگردانی، کارکنان را در ابتکار عمل به عنوان راهبرد اساسی در تعالی سازمان یاری دهند. تیم‌ها برای حل مشکلات مسائل سازمان باید سریع رسیدگی شود.

در بررسی فرضیه ۴، یافته‌ها نشان داد هریک از ابعاد تعالی سازمانی (برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی، اصلاح) در پیش‌بینی سرمایه روان‌شناختی سهم دارند. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های جوان امانی و اکبری (۱۴۰۰)، فرهودی و قنبری‌نیا (۱۳۹۹)، جعفری، بیات و حسنوند (۱۳۹۷)، یوان، نگوین و وو (۲۰۱۸) و زونگلین ون، کنگ، نیو و تای‌هاو (۲۰۱۷) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان بیان کرد کارکنان آموزش و پرورش با ظرفیت امید بالا تلاش زیادی برای رسیدن به اهداف خود می‌کنند، بیشتر بر اهداف خود تمرکز می‌کنند و انگیزه بیشتری نسبت به همسالان خود دارند و خوش‌بین‌تر هستند. علاوه بر این، کارکنان آموزش و پرورش با خودکارآمدی بالا به توانایی‌های خود برای رسیدن به اهداف کاری و کسب تسلط در زمینه کاری اطمینان دارند. همچنین ظرفیت بالای تاب‌آوری در این افراد باعث می‌شود که نگرش متفاوتی در مواجهه با موانع و چالش‌های شغلی و سایر موقعیت‌های زندگی اتخاذ کنند. می‌توان گفت افرادی که از سرمایه روان‌شناختی بالایی برخوردارند، ممکن است ناشی از تعداد و سطح ساختارهای روان‌شناختی باشد که در شناخت، انگیزه و در نهایت رفتارشان متجلی می‌شود. در مقایسه با افرادی که فقط در یک موقعیت خاص امید یا خوش‌بینی یا انعطاف‌پذیری یا خودکارآمدی نشان می‌دهند، باید از نظر تعالی سازمان عملکرد بهتری داشته باشند.

۱. مسئولین آموزش و پرورش به منظور ارتقای سازمان‌دهی کارکنان به تناوب جلسات موثری بین مدیریت سازمان و کارکنان در رده‌های شغلی مختلف برگزار کنند.
۲. مسئولان آموزش و پرورش با برگزاری کلاس‌های آموزشی مدیران را با پدیده سرمایه روانی آشنا خواهند کرد تا مدیران نسبت به تعالی سازمانی بیشتر آگاه شوند.
۳. پیشنهاد می‌شود در حوزه ستادی آموزش و پرورش به عوامل سازمانی و بین فردی توجه بیشتری شود و در حوزه مسئولیت‌ها کاهش مدیریت متمرکز و تدوین برنامه راهبردی انجام شود.
۴. پیشنهاد می‌شود برای ارزیابی دقیق روش‌های رهبری حاکم بر سازمان آموزش و پرورش و شناسایی نقاط ضعف آن تلاش شود.

منابع

- اکبری، مینا؛ کارنما، اسدالله و ملاحسینی، علی. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و عملکرد سازمانی نمونه پژوهشی (سازمان‌های دولتی استان کرمان). توسعه سازمانی پلیس، شماره ۴۵، صص: ۸۶-۶۳.
- ایرجی‌راد، ارسلان و ملک‌زاده نصرآبادی، الهه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی با میانجی‌گری انگیزه پیشرفت بر خلاقیت دانشجویان کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی سمنگان. فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۴، صص: ۷۰-۵۱.
- پورصفایی، مریم؛ شهنوشی فروشانی، مجتبی و حبیبی‌تبار، حسین. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مدل تعالی سازمانی بر عملکرد در مدارس استان مرکزی. پنجمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/911743>
- جعفری، محمد؛ بیات، ناصر و حسونند، کریم. (۱۳۹۷). رابطه سبک رهبری تحول‌آفرین فرماندهان با خودکارآمدی کارکنان پلیس راهور شهر خرم‌آباد. نشریه علمی دانش انتظامی لرستان. مقاله ۵، دوره ۶، شماره ۲۴، صص: ۱۲۷-۱۰۵.
- جوان‌امانی، ودود و اکبری، حمید. (۱۴۰۰). بررسی رابطه رهبری تحول‌آفرین و عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گروه بهداشتی فیروز). دوره ۱، شماره ۱، پیاپی ۱، صص: ۸۸-۶۳.
- رجبی‌فرجاد، حاجیه و یوسفوند، مصطفی. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر فرسودگی شغلی (مورد مطالعه: کارکنان فرماندهی انتظامی استان البرز). فصلنامه علمی توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، دوره ۹۹، شماره ۵۵، صص: ۷۷-۵۹.
- رستگار، احمد؛ صیف، محمدحسن؛ فیروزی اردکانی، زهرا و تاجوران، مرضیه. (۱۳۹۸). رابطه رهبری تحول‌آفرین و قلدری در محل کار با توجه به نقش واسطه‌ای سلامت سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، دوره ۱۳، شماره ۱۴، صص: ۲۸۰-۲۶۹.
- شمس‌الدینی، سمیرا؛ نیک‌پور، امین و رضایی‌لری، غزل. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و انسجام سازمانی با توسعه سازمانی (مورد مطالعه در شعب بانک تجارت شهر کرمان). هفتمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/1257718>
- عمویی‌نوشین؛ عجم‌علی اکبر و بادنوا صدیقه. (۱۳۹۶). نقش سرمایه روان‌شناختی در پیش‌بینی اشتیاق تحصیلی دانشجویان دانشکده تغذیه و صنایع غذایی. نشریه پژوهش در آموزش علوم پزشکی، دوره ۹، شماره ۲، صص: ۷۵-۶۶.
- فرهودی، اشرف و قنبری‌نیا، معصومه. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول‌آفرین با رضایت شغلی کارکنان



- آموزش و پرورش شهرستان پردیس. فصلنامه پژوهش های علوم مدیریت، سال ۲، شماره ۳، صص: ۱۰-۱.
- قنبری نصرآبادی، احمد رضا؛ رشیدی، محمد مهدی و تقسیمی، جمشید. (۱۳۹۸). تدوین بسته آموزشی سرمایه روان شناختی بر اساس ارزش های اسلامی و میزان تأثیر آن بر تعالی سازمانی کارکنان شهرداری اصفهان. دانش و پژوهش در روان شناسی کاربردی، سال ۲۰، شماره ۱، پیاپی ۷۵، صص: ۱۰۰-۹۲.
 - کاظمی، احسان؛ نوروزی، قدرت اله؛ محمدی، کورش؛ عیدی، محمد و مرتضی رشیدی، احمد. (۱۴۰۰). سرمایه روان شناختی. چ ۱، اصفهان: نشر سازمان رفاهی و تفریحی شهرداری اصفهان.
 - کیذوری، امیرحسین؛ محمدی حسینی، سید احمد و حسین پور، عذرا. (۱۳۹۶). نقش رهبری تحول آفرین در سلامت سازمانی مدارس: آزمون نقش میانجی عدالت سازمانی مدارس و نظام های آموزش و پرورش، به خصوص مدارس شهرستان سبزوار. فصلنامه علمی مدیریت مدرسه، دوره ۵، شماره ۲، صص: ۱۷۱-۱۵۱.
 - کینگ، دیل. (۱۴۰۰). مهارت های برقراری ارتباط موثر در خانواده، جامعه و محیط کار. مترجم محسن کاظمی، چ ۱، تهران: نشر خانواده سالم.
 - محمدی، محمد و دشتی چاهگاهی، صفیه. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه روان شناختی بر کیفیت زندگی معلمان شهرستان لردگان. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۴، شماره ۴۸، صص: ۱۱۳-۱۰۶.
 - معین الدینی، داریوش. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان. ششمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز، <https://civilica.com/doc/599976>.
 - هیلز، ساندرال و ال ویور، ریچارد. (۱۳۹۳). ارتباط موثر. مترجم عباس بهزادی مقدم، عفت یحیایی و رقیه ارجی، تهران: نشر فرا انگیزش.
 - Akkucuk, U. & Gencer, Y. (2017). EFQM Model and Sustainability of Organizations. 2017 2nd International Conference on Advances in Management Engineering and Information Technology (AMEIT2017), ISBN: 978-1-60595-457-8, DOI: 10.12783/dtce/ameit2017/12279
 - Alhefti, S., Ameen, A. & Bhaumik, A. (2017). The Influence of Transformational Leadership and Transactional Leadership on Organizational Excellence. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems 11(06-Special): 736.
 - Flores, W. R. (2016). Shaping intention to resist social engineering through transformational leadership, information security culture and awareness. Computers & security, 59, 26-44.
 - Gozukara, I., Omer, Y. & Simsek, F. (2016). Different Pathways from Transformational Leadership to Job Satisfaction: The Competing Mediator Roles of Trust and Self-Efficacy, 31(2), 61-11
 - Lee, C. H. & Chu, K. K. (2016). Understanding the effect of positive psychological capital on hospitality intern's creativity for role performance. International Journal of Organizational Innovation (Online), 8(4), 213.
 - Imran, R., Salim Al-Ansi, K. H. & Fatima, A. (2020). Mediating Effect of Psychological Capital between Transformational Leadership and Innovative Work Behavior: An investigation within Omani context. Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth.
 - Nurtjahjani, F., Wenand Batilmurik, R., Fury Puspita, A. & Parlindungan Fanggidae, J. (2021). The relationship between transformational leadership and work engagement. Moderated mediation roles of psychological ownership and belief in just world. Organization Management Journal, 1541-6518.
 - Semnani, F. & Asadi, R. (2016). Designing a Developed Balanced Score-card Model to Assess Hospital

- Performance Using the EFQM, JCI Accreditation Standards and Clinical Governance, *Journal of Business and Human Resource Management*, 2(1).
- Su'e en, H., Lü ttf, S. & Ahmet, M. (2019). On the Relation between Leadership and Positive Psychological Capital in the Hospitality Industry, *International Journal of Business*, ISSN 1083-4346, Premier Publishing, Fresno, 24(2), 182-197.
 - Thompson, G., Buch, R., Moe Thompson, P-M. & Glas , L. (2021). The impact of transformational leadership and interactional justice on follower performance and organizational commitment in a business context. *Journal of General Management* 46(4), 274-283.
 - Yuan, L., Nguyen, T-T-N. & Vu, M-C. (2018). Transformational leadership and its impact on performance : The role of psychological capital and collectivism. See discussions, stats, and author profiles for this publication at : <https://www.researchgate.net/publication/324457908>. DIO : <https://doi.org/10.1145/3180374.3181325>.
 - Zhonglin Wen, Q. C., Kong, Y., Niu, J. & Hau, K-T. (2017). Influence of Leaders' Psychological Capital on Their Followers : Multilevel Mediation Effect of Organizational Identification. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01776.



Examining the relationship between organizational excellence and transformational leadership and psychological capital in the education and training organization of the 1st district of Tehran.

Setareh Sepehri

PhD student, Department of Educational Management, Central Tehran Branch,
Islamic Azad University, Tehran, Iran
(Setarehazi@gmail. com)

Dr. Yalda Delgoshai (corresponding author)

15th grade assistant professor, Department of Educational Management, Central
Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
(y. delgoshaei@gmail. com)

Abstract

The aim of the current research was to examine the relationship between organizational excellence and transformational leadership and psychological capital of the Education and Training Organization of Region 1 of Tehran. This applied research is a method of field data collection, and in terms of the implementation method, it is a descriptive correlation type. The statistical population consisted of 600 employees of the education and training organization of the 1st region of Tehran, and 234 people were selected as the sample size using the Karjesi and Morgan table and the stratified random sampling method. The data collection tools were Deming's standard organizational excellence questionnaires (1979), Bass and Olive's transformational leadership (2000), Luthans' psychological capital (2007). The validity of these questionnaires was verified by experts and reliability was calculated through Cronbach's alpha coefficient (organizational excellence equal to 0. 89, transformational leadership equal to 0. 92 and psychological capital equal to 0. 91 percent). For data analysis, descriptive (frequency and percentage calculation) and inferential (Kolmogorov-Smirnov, Pearson correlation coefficient and multivariate regression) were used using Spss26 software. The results showed that there is a relationship between organizational excellence, transformational leadership and psychological capital of the education and training organization of the 1st district of Tehran. It also showed that there is a relationship between the dimensions of organizational excellence (planning, implementation, evaluation, improvement) with transformational



leadership and psychological capital.

Keywords : Relationship, Organizational Excellence, Transformational leadership, Psychological capital.

بررسی تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند (مطالعه موردی: بانک رفاه کارگران شهر تهران)

دکتر مهدی شریعتمداری (نویسنده مسئول)

استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران.

(mehdishariatmadari@yahoo.com)

ستاره سپهری

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران.

(Setarehazi@gmail.com)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران بوده است. این تحقیق کاربردی، روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر روش اجرا توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری شامل کارکنان بانک رفاه کارگران شهر تهران به تعداد ۵۵۰ نفر بودند، که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی ۲۲۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد ارتباطات دیجیتال میلر و همکاران (۲۰۲۳)، کسب و کارهای نوین پائولو آزی (۲۰۰۱) و کسب و کارهای هوشمند روچ و سانتی (۲۰۰۱) بود. روایی این پرسشنامه‌ها توسط متخصصان مورد تأیید و پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ (ارتباطات دیجیتال برابر ۰/۹۰، کسب و کارهای نوین برابر ۰/۹۲، کسب و کارهای هوشمند برابر ۰/۹۳ صدم) محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از بخش توصیفی (محاسبه فراوانی و درصد) و استنباطی (کولموگروف- اسمیرنوف و t) با استفاده از نرم افزار Spss۲۶ استفاده شد. نتایج نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. همچنین نتایج نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه مدیریت، محیط، بخش بندی بازار، نوآوری، عملکرد، هوشمند راهبردی و هوشمندی اجتماعی بانک رفاه کارگران تاثیر دارد.

واژگان کلیدی: ارتباطات دیجیتال، کسب‌وکارهای نوین، هوشمند، رفاه کارگران.

مقدمه

در طلیعه قرن حاضر، مدل بانکداری سنتی با تغییر نگرش مواجه بوده است. قابلیت‌ها و موقعیت‌ها در حال حاضر مهم‌تر از رشد صنعت برای حصول موفقیت هستند. در این شرایط سخت، بانک‌ها باید اطمینان حاصل نمایند که آن‌ها قادر به ایجاد رشد درآمد از طریق استحصال نهایت ارزش از هر مشتری هستند. این رشد از طریق فروش خدمات متعدد و با بهبود امر نگهداری مشتری حاصل می‌گردد به علاوه بانک‌ها باید کارمندی‌های خود را به بهترین سطح بازدهی برسانند و اطمینان حاصل نمایند که آن‌ها برای ارائه خدمات ارزش افزوده به مشتریان، در تمامی اوقات حاضر هستند صرف‌نظر از این‌که محل کارمند یا موقعیت سازمانی آن چیست. کارآیی بانک در زمان رقابتی حاضر مترادف با بقای آن می‌باشد و بانک‌های پیش‌رو خود را با شرایط و ملزومات قرن جدید تطبیق می‌دهند (تقوی‌فرد، مهرپرورحسینی و صالحی‌مقدم، ۱۳۹۹). آن‌چه می‌گذرد در مورد ارتباطات دیجیتال است، مسیرهای زیادی جهت برقراری ارتباطات داخلی و خارجی در بانکداری وجود دارد. پست الکترونیک، سیستم‌های تلفن و ارتباطات نوشتاری برخی از ابزارهای معمول ارتباطات تجاری را تشکیل می‌دهند. اما با توجه به پیشرفت روزافزون تکنولوژی، این روش‌ها به سرعت تحت الشعاع سیستم‌های دیجیتال و ارتباطات دیجیتال با ویژگی‌های بیشتر قرار گرفته‌اند. امروزه مجموعه‌ای از سیستم‌های ارتباطی دیجیتال برای کسب‌وکار در دسترس هستند، چه یک تیم کوچک باشید و چه یک شرکت بزرگ چندملیتی. از آن‌جاکه توسعه ارتباطات دیجیتال سازمانی بخش مهمی از فرآیند راه‌اندازی و بقا کسب‌وکار است، انتخاب یک سیستم ارتباطی مناسب، رونق و رشد کسب‌وکار را به همراه خواهد داشت (ویجایاکومار و راجینیکانث،^۱ ۲۰۲۲).

در سطح زیرساخت بعضی بانک‌ها به‌سوی هم‌گرایی در ارتباطات، برنامه‌های کاربردی و فرآیندهای کاری قدم برداشته‌اند. این امر منجر به توسعه ایده ارتباطات دیجیتال گردیده است به‌نحوی که برنامه‌های ارتباطی در برنامه‌های کلان کسب‌وکار ادغام گشته و ارتباطات جزئی از فرآیندهای کسب‌وکار قلمداد گردیده است. زیرساخت متکی بر ارتباطات دیجیتال امکان می‌دهد که جریان تراکنش‌ها با اطلاعات و ارتباطات به‌صورت یکپارچه در سرتاسر موسسه جریان یابد. به‌عنوان مثال کادری‌های فروش می‌توانند اطلاعات مناسب و هشدارهای خودکار صوتی را در مواقع تغییر نرخ‌ها دریافت نمایند و به‌نوبه خود مراتب را به مشتریان خود حتی هنگامی که بیرون از دفتر هستند منتقل نمایند. این امر باعث سرعت و تحرک در بانک گردیده و باعث بهبود ارائه خدمات به مشتریان خواهد شد در این بازه عملیاتی بهبود پیدا کرده و گلوگاه‌های کاری نیز حذف



گردیده‌اند. این گلوگاه‌ها وقتی اتفاق می‌افتد که فرآیندها باید بین کانال‌های ارتباطی مختلف و یا سیستم‌ها و کارگروه‌ها جابجا شود (توکلی و کشاورز حداد، ۱۴۰۲). یکپارچه‌سازی ارتباطات و فرآیندها در بخش مرکز تماس و شعبه یا بخش خدمات مشتریان یا مشاورین مالی، بانک را قادر می‌سازد که یک کارشناس زبده شعبه را در اختیار کل بانک قرار دهد. با یکپارچه‌سازی ارتباطات بین ایمیل، صندوق صوتی، گوشی‌های موبایل و گوشی‌های عادی، بانک‌ها می‌توانند زمان دسترسی به کارمندان را افزایش دهند و آن‌ها را قادر سازند که با فرصت کافی به نیازهای مشتری پرداخته و به ایجاد ارتباط از طریق کانال‌های مختلف بپردازند. چنین تحولی به‌سوی ارتباطات یکپارچه، سهولت حفظ رکوردها و ملزومات بازرسی را نیز میسر می‌سازد و به بانک نیز امکان رعایت ضوابط و مقررات را می‌دهد (گوزمان و لوئیس، ۲۰۱۹).

متغیری که احتمالاً ارتباطات دیجیتال بر آن نقش خواهد داشت، کسب و کارهای نوین^۱ است. در کسب و کارهای نوین به‌جای سرمایه‌گذاری مالی، بیشتر بر روی دانش افراد سرمایه‌گذاری می‌شود. چون اکثر کسب و کارهای نوین بر بستر اینترنت و کار با لوازمی که از تکنولوژی مدرن برخوردار هستند، می‌باشند. شکل کسب و کارها امروزه به‌خاطر پیشرفت‌هایی که به‌دلیل استفاده از تکنولوژی‌های مدرن ایجاد می‌شوند، دائماً در حال تغییر و تحول هستند. از آنجایی که برخی از کسب و کارهای نوین بر بستر اینترنت انجام می‌شوند، افراد زیادی بدون داشتن تخصص خاص و تحصیلات دانشگاهی می‌توانند در این کسب و کارها مشغول به کار شوند (فراچی، گل محمدی و زمانیان نجات‌زاده، ۱۳۹۷). لذا آگاهی و شناخت جایگاه مدل کسب و کارهای نوین، در منطق کسب و کار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. انواع مدل‌های کسب و کارهای نوین به‌عنوان وجه تمایز فعالیت‌های بانکی محسوب می‌گردند، درواقع این مدل‌ها به شرح روش خلق ارزش و سود آفرینی کسب و کار می‌پردازند. در این راستا، انتخاب مدل کسب و کار هوشمند مناسب در صنعت بانکداری می‌تواند این صنعت را برای رسیدن به اهداف خود و ارائه ارزش‌های به روز در خدمت مشتریان یاری دهد و تاثیر به سزایی در بهبود خدمت رسانی به مشتری، افزایش بهره‌وری، کاهش خطا، رقابت بهتر، انعطاف‌پذیری بیشتر و کاهش هزینه و ریسک خواهد داشت (نقوی فرد و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری‌های کسب و کارهای هوشمند به یکی از مفاهیم مهم در مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی تبدیل شده؛ با فرهنگ بانکداری پیشرو عجین شده و در خط مقدم فناوری‌های اطلاعاتی جهت پشتیبانی از تصمیم‌گیری قرار گرفته است. برای این که سازمان‌ها قادر به واکنش سریع در برابر تغییرات بازار باشند، نیاز به سیستم‌های اطلاعات مدیریتی دارند که بتوانند از بانک و محیط آن تحلیل‌های علت و معلولی مختلف را انجام دهند و در این میان سیستم‌های کسب و کارهای هوشمند که جزء پیچیده‌ترین سیستم‌های اطلاعاتی

موجود می‌باشند، ابزاری را فراهم می‌کنند که براساس آن نیازهای اطلاعاتی بانک به شکل مناسبی پاسخ داده شود. درواقع سیستم‌های کسب‌وکارهای هوشمند، اطلاعات تجاری را به‌صورت روزآمد، قابل اطمینان و کافی عرضه می‌کنند و توانایی استدلال و درک مفاهیم نهفته در اطلاعات تجاری را از طریق فرآیند کشف و تجزیه و تحلیل اطلاعات امکان‌پذیر می‌سازند (رضایی، میرعابدینی و ابطحی، ۱۳۹۷). درواقع پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی در سطح بانکداری یک مرحله حیاتی در بانک بوده که می‌تواند اختلالات و مشکلاتی را در بانک ایجاد نماید؛ به‌ویژه درخصوص پیاده‌سازی سیستم کسب‌وکارهای هوشمند، پیچیدگی‌های و مشکلات بیشتری به‌وجود می‌آید؛ زیرا این سیستم‌ها با تصمیم‌گیری در ارتباطاند که کاری بسیار پیچیده و انتزاعی بوده و تحت تأثیر شرایط و اقتضایی محیط قرار می‌گیرند. پیاده‌سازی سیستم کسب‌وکارهای هوشمند به زیرساخت‌های متنوعی نیاز دارد و از بعد مالی جزء پروژه‌های گران‌قیمتی محسوب می‌شود که در سطح بانکداری اجرا می‌شود (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۸).

سهرابی و بیات (۱۴۰۲) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر فناوری دیجیتال بر آموزش انجام دادند نتایج نشان داد استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای مدیریت و سازمان‌دهی دانش صریح برجسته شده است. فناوری‌های دیجیتال می‌توانند آموزش‌های جدید و مؤثری را پرورش دهند که می‌توانند فرصت‌های یادگیری را گسترش دهند، یادگیری انعطاف‌پذیرتر و یادگیری شخصی شده را امکان‌پذیر کنند، و عاملیت معلمان و فراگیران را برای بهبود کیفیت آموزش تقویت کنند. همچنین پژوهشی دیگر توسط محمدیان (۱۴۰۰) تحت عنوان بررسی تأثیر استفاده از کسب‌وکارهای هوشمند (دیجیتال) در ایجاد اشتغال و تولید ثروت در روستاهای مناطق محروم کشور انجام شد. نتایج نشان داد تأثیر مثبت و معنادار کسب‌وکارهای هوشمند (دیجیتال) در ایجاد اشتغال و تولید ثروت بوده است. همچنین آزمون فرضیات نشان داد که مزایای درک شده ۰.۴۸۱، سازگاری درک شده (۰.۵۳۰) رقابتی بودن ۰.۴۹۹ بر ایجاد اشتغال و تولید ثروت تأثیر داشته است. از طرفی از یافته‌ها می‌توان استنباط کرد که حذف دلال‌ها و ارتباط مستقیم روستایی‌ها با بازار فروش (به واسطه کسب‌وکار هوشمند) باعث شده است، میزان ثروت آن‌ها بیشتر و میزان اشتغال در میان قشر زنان و جوانان نیز افزایش چشمگیری داشته باشد. آموزش هرچه بیشتر روستاییان در مناطق محروم با کسب‌وکار هوشمند باعث می‌شود ارتباط راحت‌تر و صمیمی‌تری با خریداران در تمامی نقاط جهان برقرار کرده و با فروش هرچه بیشتر محصولات ارگانیک خود به ثروت پایدار و دائمی دست پیدا کنند. رضایی، میرعابدینی و ابطحی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران نشان دادند ابعاد مدل پیاده‌سازی اثربخش هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران شامل ۱۰ بعد: سازمانی، انسانی، کیفیت داد، محیطی، قابلیت سیستم، راهبردی، کیفیت سرویس، زیرساخت فنی و مدیریتی و اثربخشی هوشمندی کسب‌وکار است.



پژوهشی توسط سیلوا، ریبیرو، آدانوو، مافرا، مندز، لی و دسوزا^۱ (۲۰۲۴) تحت عنوان بررسی تأثیر ارتباطات هوشمند در مدل‌های کانال ارتباطی ترانز انجام شد. نتایج نشان داد محیط‌های ارتباطی هوشمند، هوش مصنوعی از جمله اتوماسیون شبکه گسترده و دسترسی به طیف پویا، همه‌جا حاضر است، مزایای یکپارچه‌سازی سطوح هوشمند و سیستم‌های ارتباطی ترانز با ارائه یک نمای کلی در ارتباطات بی‌سیم با اسکن پیشرفت‌های اخیر، توصیف معماری و توضیح عملیات تمرکز دارد. برینیا، سلیمی، دیموس و کوندیا^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر ارتباطات بر اثربخشی سازمان‌های آموزشی نشان دادند معلمان سطوح بالایی از رضایت از ارتباطات مربوط به بازخورد خود را نشان دادند و معتقد بودند که والدین و جامعه محلی به‌طور فعال در زندگی مدرسه شرکت نمی‌کنند. توسعه یک سیستم ارتباطی مؤثر در یک مؤسسه آموزشی می‌تواند به‌طور بالقوه به نیروی محرکه برای عملکرد مؤثر تبدیل شود. این مطالعه تکمیل‌کننده تحقیقات موجود در زمینه ارتباطات به‌عنوان عاملی در اثربخشی یک سازمان آموزشی است. پژوهشی دیگر توسط کوفوس، آی هالویی، دیانتی، هیگینز، المیرقانی، عمران و تفضلی^۳ (۲۰۲۱) تحت عنوان روندها در سیستم‌های ارتباطی هوشمند: بررسی استانداردها، پروژه‌های تحقیقاتی بزرگ و شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی انجام شد. نتایج نشان داد صنعت مخابرات و سازمان‌های استاندارد عمدتاً بر روی زمان غیرواقعی، تجزیه و تحلیل داده‌ها در هسته و لبه، برش شبکه مبتنی بر هوش مصنوعی و مسائل مربوط به عملکرد متقابل فروشنده متمرکز شده‌اند، درحالی‌که بیشتر تحقیقات آکادمیک اخیر نشان داده است. بر روی زمان غیرواقعی بلادرنگ متمرکز شده است. علاوه بر این، مدیریت هوشمند منابع رادیویی و جنبه‌های کنترل هوشمند کانال انتشار با استفاده از سطوح هوشمند بازتابی، توجه پروژه‌های تحقیقاتی در حال انجام را به خود جلب کرده است.

برای بانک‌ها چالش افزایش خدمات به مشتریان و بهره‌وری کارمندان در سایه کارایی عملیاتی و تطبیق با شرایط محیطی جدید مستلزم ایجاد یک تحول سراسری در موسسه درخصوص کارمندان، طرز مدیریت، فرآیندهای کاری و زیرساخت‌ها خواهد بود. بانک‌های پیش‌رو این موضوعات را به‌صورت موازی مورد توجه قرار می‌دهند. زیرا آن‌ها دریافته‌اند که افزایش بهره‌وری کارمندان آن‌ها را قادر خواهد نمود که بیشتر به امر خدمت‌دهی به مشتریان و جلب رضایت آن‌ها بپردازند که به‌نوبه خود باعث بهبود در فروش خواهد گردید. دیجیتالی شدن، زنجیره ارزش سنتی بانک‌ها را بر هم زده و نقش سنتی بانکداری را در معرض تهدید و تغییر قرار داده است. فینتک‌ها و پلتفرم‌های نوظهور دیجیتال، فرصت‌ها و تهدیدات جدیدی را برای صنعت خدمات مالی پدید آورده‌اند. اما آنچه که باعث می‌شود مدل‌های کسب‌وکار متمایزی بر اساس بانکداری دیجیتال

1.. Silva, Ribeiro, Adanvo, Mafra, Mendes, Li & de Souza

2.. Brinia, Selimi, Dimos & Kondea

3.. Koufos, El Haloui, Dianati, Higgins, Elmirghani, Imran & Tafazolli

شکل بگیرد، استراتژی، برنامه‌ها و اقدامات بانک‌ها و بر همین اساس تأکید بیشتر بر روی هریک از این اجزای مدل کسب‌وکار با وجود پیوستگی و ارتباط بین آن‌ها است. بنابراین، از نظر محقق مسئله این است که آیا ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب‌وکارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران تأثیر دارد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر روش اجرا توصیفی از نوع پیمایشی است. در این پژوهش جامعه آماری شامل کارکنان بانک رفاه کارگران شهر تهران در سال ۱۴۰۳ که تعداد آن‌ها ۵۵۰ نفر می‌باشند. با توجه به حجم جامعه، با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی ۲۲۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. محقق جهت ابزار پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد استفاده نمود. پرسشنامه اول ارتباطات دیجیتال: این پرسشنامه توسط میلر و همکاران (۲۰۲۳) طراحی و اعتباریابی شده است، در فارسی نیز فرجی و همکاران (۱۴۰۲) از این پرسشنامه استفاده کرده‌اند. اصل این پرسشنامه از ۵ گویه تشکیل شده است که فرجی و همکارانش برای توسعه مقیاسی بزرگتر ۴ گویه به آن اضافه کردند. پرسشنامه اولیه دارای ۵ گویه بود که ۴ گویه در فارسی برای پژوهشگران داخلی استفاده شد. برای سنجش پایایی نیز آلفای کرونباخ برآورد شد. آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه ۰/۸۱ برآورد شد و برای تک تک ابعاد نیز بالای ۰/۷ گزارش شد. همچنین فرجی و همکاران (۱۳۹۹) نیز آلفای کرونباخ پرسشنامه را ۰/۸۵ صدم گزارش کرده‌اند. بنابراین پرسشنامه از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. از آن‌جا که امتیاز نهایی هر سازه براساس میانگین نمرات گویه‌های تشکیل دهنده آن قابل برآورد است بنابراین نمره نهایی هر سازه بین ۱ تا ۵ خواهد بود. اگر میانگین بالای سه (حد متوسط طیف لیکرت) برآورد شود در این صورت وضعیت سازه مورد بررسی مطلوب است. همچنین می‌توان از آزمون تی-تک نمونه برای بررسی معناداری نتایج استفاده کرد. حدپایین نمرات ۹ و حد بالای نمرات ۴۵ است. اگر نمره بین ۹ تا ۲۷ بدست آید نشانه ضعف سازمان در ارتباطات دیجیتال است. نمره بین ۲۷ تا ۳۶ متوسط است و اگر نمره‌ای بین ۳۶ تا ۴۵ کسب شود نشان می‌دهد سازمان ارتباطات دیجیتال قدرتمندی برخوردار است. پرسشنامه دوم کسب‌وکارهای نوین: این پرسشنامه پائولو آزی (۲۰۰۱) طراحی شده است. که دارای ۴۵ سوال و ۶ مؤلفه (مدیریت، محیط، نوآوری، بخش بندی بازار، نوآوری و عملکرد شرکت) می‌باشد و براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با سوالاتی مانند (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) نمره‌گذاری شده است. روایی این ابزار در پژوهش پائولو آزی (۲۰۰۱) مورد تأیید قرار گرفته است. و پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰ صدم گزارش شد. پرسشنامه سوم کسب‌وکارهای هوشمند: این پرسشنامه توسط روچ و سانتی (۲۰۰۱) طراحی شده است که دارای ۱۵ سؤال و ۲ مؤلفه (هوشمند راهبردی و هوشمندی اجتماعی) می‌باشد. و براساس طیف



لیکرت پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) نمره‌گذاری شده است. این پرسشنامه توسط براتی (۱۳۹۴) اعتباریابی شده است. روایی در پژوهش براتی (۱۳۹۴) مورد تایید قرار گرفت. و پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۹۴ صدم گزارش شد. پایایی پرسشنامه‌ها در این پژوهش به ترتیب (ارتباطات دیجیتال برابر ۰/۹۰، کسب و کارهای نوین برابر ۰/۹۲، کسب و کارهای هوشمند برابر ۰/۹۳ صدم) به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی (فراوانی و درصد) و بخش استنباطی (آزمون‌های کولموگروف- اسمیرنوف و t) از طریق برنامه نرم‌افزاری Spss۲۶ انجام شد.

یافته‌ها

آمار توصیفی

در آمار توصیفی نتایج نشان داده است ۳.۲ درصد آزمودنی‌ها زن و ۷.۹۷ درصد دیگر آن‌ها مرد بودند. بیشترین فراوانی مربوط به بازه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال (۶.۴۲ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به کمتر از ۳۰ سال (۱.۲۴ درصد) می‌باشد. بیشترین فراوانی مربوط به بازه تحصیلی کارشناسی (۴.۵۶ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به دکتری (۵.۱۶ درصد) بود. اما بیشترین فراوانی مربوط به بازه سابقه کار ۵ تا ۱۵ سال (۳.۸ درصد) و کمترین فراوانی کمتر از ۵ سال (۱.۲۴ درصد) بود.

نرمال بودن داده‌ها

جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای موجود در پژوهش از کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج نشان داده است چون در ارتباطات هوشمند و مدیریت آموزشی سطح معنی‌داری از $\alpha=0/05$ بزرگتر می‌باشد پس H_0 (نرمال بودن متغیرهای پژوهش) رد نمی‌شود.

آمار استنباطی

فرضیه اصلی: ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۱. آزمون T درخصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب و کارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	تفاوت میانگین‌ها	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
کسب و کارهای نوین	۲۲۵	۷۲.۱۳۵	۰۸.۵۶	۴۱۲.۴۷	۳۰۱	۰.۰۰۰
کسب و کارهای هوشمند	۲۲۵	۳۲.۵۰	۳۲.۲۹	۴۰۵.۲۸		

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۲) را تایید می‌نمایند، چراکه ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.000$) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود

ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب‌وکارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی اول: ارتباطات دیجیتال بر توسعه مدیریت بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۲. آزمون T در خصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه مدیریت بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
مدیریت	۲۲۵	۳۰.۳۲	۸۱۶.۲۲	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۱) را تایید می‌نمایند، چرا که ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.000$) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه مدیریت بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی دوم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه محیط بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۳. آزمون T در خصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه محیط بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
محیط	۲۲۵	۸۷.۳۱	۶۱۸.۲۲	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۱) را تایید می‌نمایند، چرا که ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.000$) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه محیط بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی سوم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۴. آزمون T در خصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
نوآوری	۲۲۵	۷۲.۲۹	۰۷۵.۲۱	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۴) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۱) را تایید می‌نمایند، چرا که ($\alpha=0.05 < \text{Sig}=0.000$) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی چهارم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه بخش‌بندی بازار بانک رفاه کارگران شهر تهران

تاثیر دارد.

جدول ۵. آزمون T در خصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه بخش‌بندی بازار بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
بخش‌بندی بازار	۲۲۵	۷۷.۲۴	۴۲۵.۴۹	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه



پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه $(\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000)$ می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه بخش بندی بازار بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی پنجم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۶. آزمون T درخصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
نوآوری	۲۲۵	۳۵.۲۴	۴۲۱.۵۳	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۶) نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد $(\alpha = 0.05)$ ، داده ها فرضیه صفر () را رد و فرضیه پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه $(\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000)$ می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی ششم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه عملکرد بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

جدول ۷. آزمون T درخصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه عملکرد بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
عملکرد	۲۲۵	۱۹.۲۲	۸۳۵.۵۷	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۷) نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد $(\alpha = 0.05)$ ، داده ها فرضیه صفر () را رد و فرضیه پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه $(\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000)$ می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه عملکرد شرکت بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی هفتم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمند راهبردی بانک رفاه کارگران شهر تهران

تاثیر دارد.

جدول ۸. آزمون T درخصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمند راهبردی بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
هوشمند راهبردی	۲۲۵	۷۸.۳۱	۵۱۶.۲۲	۳۰۱	۰.۰۰۰

نتایج جدول (۸) نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد $(\alpha = 0.05)$ ، داده ها فرضیه صفر () را رد و فرضیه پژوهش () را تایید می نمایند، چراکه $(\alpha = 0.05 < \text{Sig} = 0.000)$ می باشد. بنابراین، می توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمند راهبردی بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد.

فرضیه فرعی هشتم: ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمندی اجتماعی بانک رفاه کارگران شهر تهران

تاثیر دارد.

جدول ۹. آزمون T درخصوص تاثیر ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمندی اجتماعی بانک رفاه کارگران

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	T محاسباتی	درجه آزادی	Sig.
ارتباطات دیجیتال	۲۲۵	۱۷.۳۱	۷۱۵.۲۱	۳۰۱	.۰۰۰

نتایج جدول (۹) نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha=0.05$)، داده‌ها فرضیه صفر (۱) را رد و فرضیه پژوهش (۱) را تایید می‌نمایند، چراکه ($\alpha=0.05 < Sig=0.000$) می‌باشد. بنابراین، می‌توان ادعا نمود ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمندی اجتماعی بانک رفاه کارگران شهر تهران تأثیر دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج فرضیه اصلی نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه کسب‌وکارهای نوین و هوشمند بانک رفاه کارگران شهر تهران تأثیر دارد. نتیجه به‌دست‌آمده با نتایج پژوهش‌های سهرابی و بیات (۱۴۰۲)، محمدیان (۱۴۰۰)، رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، سیلوا و همکاران (۲۰۲۴)، برنیا و همکاران (۲۰۲۲) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد امروزه بخش بزرگی از ارتباطات مبتنی بر سیستم‌های مخابراتی در زندگی روزمره جای خود را به ارتباطات مبتنی بر اینترنت (ارتباطات هوشمند) داده است. بدون شک مزایای نامحدود و روزافزون این نوع ارتباطات، توجه مدیران کارآمد در بانک‌ها را به خود جلب نکرده است. به‌طور کلی بانک‌ها ترجیح می‌دهند سیستم‌های ارتباطی خود را در فازهای مختلف بهبود دهند، بنابراین ظرفیت‌سازی در بانک‌ها بسیار موردنیاز است، بنابراین مهم است که سازندگان تجهیزات انعطاف‌پذیری لازم را در این زمینه داشته باشند تا سیستم جدید کار کند و با سیستم قدیمی سازگار باشد. سیستم. در نتیجه سازمان‌ها وفاداری و رضایت مشتری را افزایش می‌دهند و در نهایت به سودآوری بیشتری دست می‌یابند.

نتایج فرضیه فرعی اول نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه مدیریت بانک رفاه کارگران شهر تهران تأثیر دارد. نتیجه به‌دست‌آمده با نتایج پژوهش‌های محمدیان (۱۴۰۰)، سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد با توجه به پیشرفت تکنولوژی و گسترش اینترنت، ارتباطات مبتنی بر سیستم‌های مخابراتی به‌طور فزاینده‌ای جای خود را به ارتباطات هوشمند در اینترنت می‌دهد. این تغییرات از چشم صاحبان سرمایه و مدیران سازمان‌های مختلف دور نماند. آن‌ها همچنین به سمت تغییر در این زمینه حرکت کرده‌اند و از فناوری‌های ارتباطی جدید مانند: تلفن از طریق اینترنت، سیستم‌های پیام‌رسانی فوری هوشمند، استفاده از مراکز تماس هوشمند چندرسانه‌ای و سایر ارتباطات داخلی هوشمند استفاده کرده‌اند. از خدمات برون‌سپاری به‌جای سیستم‌های ارتباطی سنتی استفاده می‌شود. بنابراین، سیستم‌های ارتباط ابری بدون شک بهترین راه‌حل ارتباطی هوشمند برای شرکت‌های بزرگی مانند بانک‌ها هستند.



نتایج فرضیه فرعی دوم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه محیط بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش های رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، برینیا و همکاران (۲۰۲۲) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می توان بیان کرد اگر ارتباطات در بانک ها براساس نظام ارزشی و رفتار سازمانی نباشد، ارتباط حاصله منجر به انتقال اطلاعات می شود و در صورت عدم انتقال اطلاعات، بانک در تله اطلاعاتی باقی می ماند. و مورد قضاوت قرار خواهد گرفت. بنابراین، باید از بزرگترین مهارت های خود با ارتباط صحیح استفاده کرد. اگر این رابطه نباشد، در تصمیم گیری ضعیف می شود. در سیستم کاری، تعامل همکاران باید به گونه ای باشد که نتوان در ارتباط با یکدیگر صادقانه عمل کرد. زیرا این صمیمیت باعث تقویت رابطه در درازمدت می شود.

نتایج فرضیه فرعی سوم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش های سهرابی و بیات (۱۴۰۲)، محمدیان (۱۴۰۰)، سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) و برینیا و همکاران (۲۰۲۲) همسو است. در بیان تبیین این یافته می توان بیان کرد در حال حاضر ارتباطات علاوه بر استفاده از روش های نوین و به روز ارتباطی، به نمایشی از حمایت وفادارانه بانک از دنیای بیرون و کارکنان بانک نیز تبدیل شده است. بدون شک با ظهور رسانه های دیجیتال و تاثیر آن بر شبکه های مجازی، ارتباطات مدرن توانسته است ارتفاعات جدیدی را در دنیای ارتباطات فتح کند و بر نقش روابط عمومی به عنوان یک ابزار حرفه ای، علمی و الکترونیکی مدیریت اطلاعات تاکید شده است. بنابراین شناخت و پاسخگویی به نیازهای روز و به روزرسانی اطلاعات کارکنان و آموزش آن ها از اولویتهایی است که باید در نظر بگیرد. توانایی کارکنان بانک در ارسال و دریافت اطلاعات با مشتریان و همچنین تعامل بهتر و سریع تر در بستر کانال ها و شبکه های مجازی با نظارت و استفاده از کارشناسان موضوعی که به پیشرفت حرفه ای کارکنان کمک می کند دو چندان می باشد.

نتایج فرضیه فرعی چهارم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه بخش بندی بازار بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش های سیلوا و همکاران (۲۰۲۴)، برینیا و همکاران (۲۰۲۲) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می توان بیان کرد عصر دیجیتال محیطی را ایجاد می کند که در آن کارکنان می توانند با یکدیگر همکاری و ارتباط برقرار کنند. فناوری هوشمند، همکاری راحت و آسان را از مکان های مختلف از طریق اشتراک گذاری فایل، رایانش ابری و خدمات ذخیره سازی ابری افزایش می دهد. ارتباطات هوشمند می تواند به افزایش بهره وری کارکنان و موفقیت بانک کمک کند. فناوری نوآورانه می تواند تجربیات غنی تر و لذت بخش تر کارمندان، سلامتی بهتر و افزایش رضایت شغلی را ارائه دهد. با استفاده از این نکات، بانکداران بیش از هر زمان دیگری انگیزه خواهند داشت. وقتی کارکنان بتوانند از فناوری خوب لذت ببرند، روحیه آن ها بالا می ماند.

نتایج فرضیه فرعی پنجم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه نوآوری بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، برنیا و همکاران (۲۰۲۲) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد بانک‌های دیجیتال خدمات مشابه بانک‌های سنتی را ارائه می‌دهند، اما تفاوت‌های مهمی وجود دارد که این دو را متمایز می‌کند. روش ارائه خدمات، روش دسترسی مشتری، نوع پشتیبانی، روش دسترسی و زمان و غیره بین تفاوت‌هایی که مرز بین بانکداری دیجیتال و سنتی را تعیین می‌کند. بانک‌ها به عنوان نهادهای مالی مستقل، نقش مهم و پایداری در فرآیند توسعه نوآوری ایفا می‌کنند. ظهور فناوری‌های جدید، تغییر ترجیحات مشتری و غیره. شرایط جدیدی را در اقتصاد جهانی ایجاد کرده است. فناوری مالی با کاهش هزینه‌ها، بهبود کیفیت خدمات مالی و تغییر دیدگاه مشتریان نسبت به خدمات بانکی، کسب‌وکار سنتی را تغییر داده و کارایی آن را بهبود می‌بخشد و آن را به یکی از مبتکرانه‌ترین مبادلات مالی امروز تبدیل می‌کند. ساختار بانک‌های موجود و رفتار متولیان سهم آن در بازار مالی را گسترش داده است.

نتایج فرضیه فرعی ششم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه عملکرد بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های محمدیان (۱۴۰۰)، برنیا و همکاران (۲۰۲۲) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد شواهد حاکی از آن است که بانک‌ها در حرکت جهان به سمت دیجیتال عقب نمانده‌اند. این درحالی است که نظام بانکی ایران برای دیجیتالی کردن تمامی مسائل و تراکنش‌های بانکی، کاهش کاغذبازی، بهبود کیفیت خدمات آفلاین، سرعت و سهولت در ارائه خدمات، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و شخصی‌تر شدن و یا به عبارتی دیجیتالی‌سازی تلاش‌ها را آغاز کرده است. اما اینکه بانک‌ها تا چه حد در این راه موفق بوده‌اند و در چه مسیری قرار دارند، هنوز محل بحث است. به طور کلی می‌توان گفت که ارتباطات دیجیتال به ارائه خدمات و محصولات بانکی از طریق کانال‌های دیجیتالی مانند وب سایت‌ها، اپلیکیشن‌های موبایل و بسترهای آنلاین اطلاق می‌شود. بهره‌برداری از فناوری و اینترنت بسیاری از تراکنش‌های مالی و خدمات بانکی مدیریت شده را بدون نیاز به تعامل حضوری با شعب بانک‌ها امکان‌پذیر کرده است.

نتایج فرضیه فرعی هفتم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمند راهبردی بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های سهرابی و بیات (۱۴۰۲)، سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) و کوفوس، و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد بانک‌ها پول زیادی را صرف تحول دیجیتال کرده‌اند، بنابراین برای به حداکثر رساندن ارزش سرمایه‌گذاری در فناوری‌های جدید، رهبران کسب‌وکار باید اطمینان حاصل کنند که سازمان‌هایشان یک استراتژی دیجیتال عالی دارند. در حال حاضر، بسیاری از بانک‌ها می‌خواهند یک استراتژی دیجیتال با بودجه معقول و نتایج قابل دستیابی



داشته باشند. هر سازمانی با توجه به نوع صنعت و تجارت خود و متناسب با عوامل محیطی داخلی و خارجی سازمان، یک استراتژی دیجیتالی تدوین می‌کند. براساس این تحقیق، تعمیم استراتژی دیجیتال به سایر سازمان‌ها امکان‌پذیر نیست. از سوی دیگر، همه سازمان‌ها تمایل و توانایی تغییر کسب و کار خود را براساس روش‌های چابک ندارند، نمی‌توانند استراتژی دیجیتال را در کسب و کار خود پیاده‌سازی کنند.

نتایج فرضیه فرعی هشتم نشان داد ارتباطات دیجیتال بر توسعه هوشمندی اجتماعی بانک رفاه کارگران شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های سهرابی و بیات (۱۴۰۲)، محمدیان (۱۴۰۰)، سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) و برنیا و همکاران (۲۰۲۲) همسو است. در بیان تبیین این یافته می‌توان بیان کرد در اصل، بانکداری دیجیتال انتقال سیستم بانکی از دارایی‌های فیزیکی به حداکثر دیجیتالی شدن دارایی‌ها و خدمات در این حوزه است. واضح است که در این بستر بسیاری از ابزارهای ارائه خدمات که در قالب «بانکداری الکترونیکی» در قالب منابع انسانی یا دارایی کار می‌کردند، جای خود را به ابزارهای مبتنی بر اطلاعات و هوش مصنوعی داده‌اند و این تبادل هر روز سریع‌تر اتفاق می‌افتد. اما باید توجه داشت که علی‌رغم مزایایی مانند تحلیل دقیق‌تر داده‌ها، امنیت بیشتر و کاهش فعالیت‌های مالی مشکوک، کیفیت بالاتر ارائه خدمات و بهبود فرآیند، بانکداری دیجیتال در صورت برآورده نشدن الزامات با خطراتی مواجه است. بر این اساس، ابزارهای بانکی در حوزه دیجیتال شامل سیستم‌های احراز هویت، تأیید و مبارزه با پولشویی و همچنین بسترهای ارائه خدمات در بخش‌های مختلف از جمله زنجیره‌های مالی یا خرید و فروش کالا یا خدمات و همچنین توسعه ابزارهای هوشمندی که امکان حساب‌های کشف و پرداخت را برای مشتریان سیستم بانکی فراهم می‌کند. اما همان‌طور که اشاره شد تمامی این مراحل در مرحله اول بلوغ سیستم بانکی بر بستر بانکداری دیجیتال است.

لذا با توجه به نتایج فوق پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

۱. پیشنهاد می‌شود شناسایی علمی و مناسب نیازهای اطلاعاتی بخش‌های مختلف بانک‌ها در زمینه ارتباطات دیجیتال به صورت علمی و مناسب شناسایی شوند.
۲. پیشنهاد می‌شود در فرآیندهای کاری بانک‌ها در حوزه ستادی بانک به ارتباطات دیجیتال توجه بیشتری شود.
۳. پیشنهاد می‌شود استفاده بیشتر از فناوری ارتباطی به منظور به حداقل رساندن تماس فیزیکی و افزایش سرعت پاسخگویی به مراجعین فراهم گردد.

منابع

- تقوی فرد، محمدتقی؛ مهرپور حسینی، عاطفه و صالحی مقدم، شیمیا. (۱۳۹۹). رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات با سهولت کسب و کار در سطح جهان: رهیافت تحلیل خوشه‌ای. نشریه علمی مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۸(۱۹)، ۵-۲۲.

- توکلی، الهام و کشاورزحداد، علیرضا. (۱۴۰۲). مروری بر ویژگی‌های فناوری‌های ارتباطی در خانه‌های هوشمند و چالش‌های پیش رو. مجله محاسبات نرم، ۳۴(۱)، ۲۰-۱.
- رضایی، صلاح؛ میرعابدینی، سیدجواد و ابطحی، عطااله. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران. مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، ۶(۲۳)، ۳۳-۸۱.
- سهرابی، فاطمه و بیات، زهرا. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر فناوری دیجیتال بر آموزش. دومین کنفرانس بین‌المللی سلامت، علوم تربیتی و روانشناسی.
- فراحی، محمدمهدی؛ گل‌محمدی، محمد و زمانیان نجات‌زاده فرشاد. (۱۳۹۷). بررسی مدل‌های نوین کسب‌وکار در صنعت بانکداری. اولین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب‌وکار و حسابداری با تأکید بر ارزش‌آفرینی و اقتصاد مقاومتی.
- عباسی اسفنجانی حسین (۱۳۹۸) نقش ارتباطات بازاریابی دیجیتال در کسب‌وکارهای تولیدی و صنعتی. نشریه صنعت لاس‌تیک ایران، ۲۳(۹۴)، ۶۵-۵۲.
- محمدیان، احمد. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر استفاده از کسب‌وکارهای دیجیتال (هوشمند) در ایجاد اشتغال و تولید ثروت در روستاهای مناطق محروم کشور، کنفرانس و اولین کنفرانس بین‌المللی الگوهای نوین مدیریت بازرگانی با رویکرد افزایش حمایت از تولید، تهران.
- Brinia, V., Selimi, P., Dimos, A. & Kondea, A. (2022). The Impact of Communication on the Effectiveness of Educational Organizations. *Journals Education Sciences*, 12(3), 170; <https://doi.org/10.3390/educsci12030170>
- Guzman, A. L. & Lewis, S. C. (2019). Artificial intelligence and communication: A Human-Machine Communication research agenda. 22(1). doi. org/10. 1177/1461444819858
- Koufos, K., Haloui, K. E., Dianati, M., Higgins, M., Elmighani, J., Imran, M. A. & Tafazolli, R. (2021). Trends in Intelligent Communication Systems: Review of Standards, Major Research Projects, and Identification of Research Gaps. *Sens. Journals Actuator Netw.*, 10(4), 60; <https://doi.org/10.3390/jsan10040060>
- Silva, J. D. S. E., Ribeiro, J. A. P., Adanvo, V. F., Mafra, S. B., Mendes, L. L., Li, Y. & de Souza, R. A. A. (2024). A Survey on the Impact of Intelligent Surfaces in the Terahertz Communication Channel Models. *Journals Sensors*, 24(1), 33. <https://doi.org/10.3390/s24010033>
- Vijayakumar, K. & Rajinikanth, V. (2022). Special issue on "intelligent computing and communication in concurrent engineering". *Journal indexing and metrics*, 30(1). doi.org/10. 1177/1063293X221082331



Investigating the impact of digital communication on the development of new and smart businesses (case study: Refah Bank of Tehran City Workers)

Dr. Mehdi Shariatmadari (corresponding author)

Assistant Professor, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

mehdishariatmadari@gmail. com

Setareh Sepehri

PhD student, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Setarehazi@gmail. com

Abstract

The aim of the current research is to investigate the impact of digital communication on the development of new and smart businesses of Refah Kargaran Bank, Tehran. This applied research, the method of collecting field data, and in terms of the implementation method, it was a descriptive survey. The statistical population consisted of 550 employees of Tehran Workers' Welfare Bank, who were selected as the sample size by using Karjesi and Morgan table and stratified random sampling method. The data collection tool was Miller et al. 's standard digital communication questionnaires (2023), Paolo Azzi's new businesses (2001) and Roach and Santi's smart businesses (2001). Validity of these questionnaires was verified by experts and reliability was calculated through Cronbach's alpha coefficient (digital communications equal to 0.90, new businesses equal to 0.92, smart businesses equal to 0.93 percent). For data analysis, descriptive (frequency and percentage) and inferential (Kolmogorof-Smirnov and t) sections were used using Spss26 software. The results showed that digital communication has an impact on the development of new and smart businesses of Refah Kargaran Bank, Tehran. Also, the results showed that digital communication has an impact on the development of management, environment, market segmentation, innovation, performance, strategic intelligence and social intelligence of Refah Karkaran Bank.

Keywords: Digital communication, new, smart businesses, workers' welfare.