

فصلنامه تعالی منابع انسانی، دوره سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۱

نقش میانجی خودافشایی و اعتماد به همکار در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار

رضا ابراهیمی نسب^۱، محمد حسین متقی پیشه^۲، نوید فاتحی راد^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۲۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش میانجی خودافشایی و اعتماد به همکار در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار بود. این تحقیق از حیث جهت گیری، کاربردی و از لحاظ راهبرد پژوهش، توصیفی-همبستگی و از نظر افق زمانی، تک مقطعی است. جامعه آماری اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی بودند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای ۳۹۳ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند و به چهار پرسشنامه؛ عزت نفس، دوستی در محل کار، خودافشایی، اعتماد پاسخ دادند. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج نشان داد عزت نفس بر اعتماد به همکار و خودافشایی تاثیر مثبت و معنی‌دار دارد. اعتماد به همکار بر دوستی در محل کار اثر مثبت و معنی‌دار دارد. خودافشایی بر دوستی در محل کار تاثیر ندارد. اعتماد به همکار نقش واسطه‌ای معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس و دوستی در محل کار دارد اما خودافشایی نقشی در رابطه بین عزت نفس و دوستی در محل کار ندارد. براین اساس، مدیران دانشگاه‌ها باید با تلاش در جهت ارتقای عزت نفس اساتید، موجبات افزایش حس اعتماد به همکار را فراهم کرده و از این مسیر، دوستی در محل کار را بهبود بخشند.

واژگان کلیدی: عزت نفس؛ دوستی در محل کار؛ خودافشایی؛ اعتماد.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

^۲ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران، (نویسنده مسئول)

hossein1.motaghi@gmail.com

^۳ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران

مقدمه

افرادی که به صورت تمام وقت مشغول به کار هستند معمولاً ۸ ساعت در روز کار می‌کنند. به طور طبیعی، وقتی افراد این مدت زیاد را با هم می‌گذرانند و به صورت چهره به چهره با یکدیگر در ارتباط هستند، روابط نزدیک تری بین آنان شکل می‌گیرد (چری و هوک، ۲۰۱۹) و این ارتباط می‌تواند منجر به دوستی کارکنان در محل کار شود (امجد^۲ و همکاران، ۲۰۱۵). دوستی در محل کار دارای پیامدهای مثبت فردی و سازمانی زیادی است (متوت^۴ و همکاران، ۲۰۱۵). روابط دوستانه در کار می‌تواند نگرشهای فردی کارکنان از قبیل رضایت و تعهد شغلی و حمایت سازمانی را بهبود بخشد (دامغانیان و همکاران، ۱۳۹۶). دوستی در محل کار بر استرس شغلی، نگرش کارکنان، تفکر انتقادی و خلاق، رضایت شغلی و تعهد سازمانی اثر مثبتی دارد (امجد و همکاران، ۲۰۱۵). دوستی در محل کار تعارض بین افراد را کاهش و باعث افزایش کارایی می‌شود (سینگ^۵، ۲۰۱۸). دوستی‌ها بخش مهمی از مشارکت مثبت کارکنان و عملکرد سازمانی هستند (تروور^۶ و همکاران، ۲۰۱۹). با وجود مزایای بیشمار دوستی در محل کار، مطالعات انجام شده کافی نیست (امجد و همکاران، ۲۰۱۵).

نتایج تحقیقات نشان داده است که عوامل فردی و عوامل زمینه‌ای بر ایجاد دوستی در محل کار تاثیر گذار هستند (کهن و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از عوامل فردی که انتظار می‌رود در ایجاد دوستی در محل کار در ارتباط باشد، عزت نفس^۷ است (ماتسو و شیومی^۸، ۲۰۰۳). زیرا دوستی در محل کار یک رابطه اختیاری است (جن و شان^۹، ۱۹۹۷) و عزت نفس یکی از عوامل مرتبط با تمایل افراد به برقراری ارتباط با دیگران می‌باشد (یزدانی و رستگار، ۱۳۹۷). طبق تئوری جامعه‌سنجی^{۱۰} انسانها به دلیل نیاز به تعلق و پذیرش، تمایل ذاتی به روابط بین فردی دارند. در این تئوری، عزت نفس به عنوان سنجی^{۱۱} شناخته می‌شود که بر تعامل فرد با افراد دیگر نظارت می‌کند و بازخوری را در مورد میزان پذیرش رفتار اجتماعی او به فرد ارائه می‌دهد (متوت و همکاران، ۲۰۱۵). عزت نفس نه تنها بر تمایل فرد به برقراری ارتباط با دیگران بلکه بر رضایت از رابطه، کیفیت رابطه و حتی بر رضایت طرف مقابل از رابطه ایجاد شده تأثیر گذار است (ارول و اورت^{۱۲}، ۲۰۱۶). تحقیق حاضر بدنبال بررسی رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار است.

با توجه به مطالب بالا عزت نفس برای ایجاد ارتباط با دیگران لازم است اما برای ادامه رابطه و ایجاد پیوند دوستی در محل کار کافی نیست. با بررسی بیشتر پیشینه موضوع، محققین به این نتیجه رسیدند که

1 . Chory & Hoke

2 . Amjad

3 . Workplace friendships

4 . Methot

5 . Singh

6 . Trevor

7 . self-esteem

8 . Matsushima & Shiomi

9 . Jehn & Shah,

1 . Sociometer 0

1 . Erol & Orth 1

علاوه بر عزت نفس، دو متغیر اعتماد^۱ بین فردی و خودافشایی^۲ در ایجاد دوستی در محل کار در ارتباط هستند. کرم و ایزابلا^۳ (۱۹۸۵) که برای اولین بار اجزاء دوستی بین همکاران را مورد بررسی قرار داده‌اند به این نتیجه رسیدند که هر چه اعتماد و خودافشایی بین کارکنان افزایش یابد، رابطه بین آنها بسیار نزدیک و دوستانه می شود.

از آنجایی که عزت نفس نقش کلیدی در ترویج خود افشایی (مک کارتی^۴، ۲۰۱۷) و ایجاد اعتماد بین فردی (وینینگ و اسمیت^۵، ۲۰۱۲) دارد و تحقیقات مک کارتی (۲۰۰۹)، پارک و همکاران^۶ (۲۰۱۱)، سپریچر و همکاران^۷ (۲۰۱۳) نشان داده است که بین خودافشایی با ایجاد دوستی رابطه وجود دارد و نتایج تحقیقات ماتسو و شیومی^۸ (۲۰۰۳)، کرم و ایزابلا^۹ (۱۹۸۵)، کهن و همکاران (۱۳۹۶) و لین^{۱۰} (۲۰۱۳) نشان داد که اعتماد بین فردی می تواند نقش مهمی در شکل دادن دوستی محل کار در بین همکاران ایفا کند. احتمالاً اعتماد بین فردی و خودافشایی نقش میانجی رابطه بین عزت نفس با دوستی را ایفا می کند. تحقیق حاضر بدنبال بررسی این نقش است.

با توجه به این که دانشگاه‌ها عرصه فعالیت انسانی هستند و شالوده رشد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی هر کشوری در دانشگاه‌ها نهاده می شود، مدیران و رؤسای دانشگاه‌ها نیز باید به مسائل مرتب با نیروی انسانی خود توجه خاصی داشته باشند (قنبری و عرفانی زاده ۱۳۹۶). کرامتی (۱۳۹۱) معتقد است که صمیمیت و دوستی در محل کار رابطه معکوس و معنی داری با نگرش های منفی و فشار عصبی شغلی دارد. وی در بررسی خود دریافت که هرچه صمیمیت و دوستی در محیط های آموزشی بیشتر باشد میزان فشار عصبی شغلی مدرسین کمتر است. بنابراین ایجاد محیط حمایتی برای مدرسین می تواند در مسائل نگرش های منفی آنها مفید و چاره ساز باشد (هاشمی شیخ شبانی و همکاران، ۱۳۹۰). ترویج دوستی در محیط کار می تواند از زمره استراتژی های مقابله با نگرش های منفی در بین اعضای هیات علمی دانشگاه ها محسوب گردد. علی رغم مزایای بی شمار بالقوه دوستی در محل کار توجه زیادی به این موضوع در موسسات آموزشی عالی نشده است (امجد و همکاران، ۲۰۱۵؛ ترور و همکاران، ۲۰۱۹) و در دانشگاه های ایران نیز توجه زیادی به آن نشده است. بنابراین هدف تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی اعتماد بین فردی و خودافشایی در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار در میان اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی می باشد. در این راستا سوال اصلی تحقیق این بود که آیا اعتماد بین فردی و خودافشایی می تواند نقش میانجی معناداری در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار اعضای هیات علمی داشته باشند؟

1. Trust

2. Self-disclosure

3 - Kram and Isabella

4. McCarthy

5. Weining, A.N. Smith

6 . Park

7 . Sprecher

8 . Matsushima & Shiomi

9. Kram & Isabella

1 . Lin Dar Ong

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عزت نفس

عزت نفس آن بخش از خودپنداره محسوب می‌شود که ارزیابی‌هایی مثل خوب، معمولی و یا بد را به عمل می‌آورد (فرانزوی، ۱۳۹۵). نگرش مثبت یا منفی که انسان درباره خود دارد را عزت نفس گویند (بارون^۱ و همکاران، ۱۳۹۷). فرهنگی (۱۳۹۷) عزت نفس را احساسی که فرد در مورد خودش دارد و این که چه میزان خود و وضعیت خود را می‌پسندد، تعریف کرده است. به عقیده مایرز (۱۳۹۶) عزت نفس، ارزیابی کلی شخص از خودش یا احساس خود ارزشمندی اوست. عزت نفس به الگویی از باورهایی که فرد درباره ارزش خود دارد، توصیف شده است (مک و ایتر، ۱۹۹۷). عزت نفس به دیدگاه کلی فرد درباره خودش اشاره دارد و به منزله ارزش خود و تصویر از خود نیز به کار می‌رود (یدی و همکاران، ۱۴۰۰). دیدگاه‌های مختلفی درباره عزت نفس وجود دارد. راجرز^۲ (به نقل از لارنس و الیور، ۱۳۹۳) عزت نفس را ارزیابی مداوم فرد نسبت به ارزشمندی خویش یا نوعی قضاوت نسبت به ارزشمندی وجودی تعریف نموده است. وی معتقد است که احساس عزت نفس در اثر نیاز به نظر مثبت^۳ به خود بوجود می‌آید (روس و بروخ^۴، ۲۰۰۰). نیاز به نظر مثبت دیگران شامل برخورد گرم و محبت آمیز، احترام، صمیمیت، پذیرش و مهربانی از طرف محیط و بخصوص نزدیکان می‌باشد (شاملو، ۱۳۹۷). ویلیام جیمز^۵ عزت نفس فرد را تابع کسری از موفقیت‌ها بر انتظارات خود می‌داند، به طوری که هر چه موفقیت‌های شخص بیشتر از انتظاراتش باشد، عزت نفس او نیز بیشتر خواهد بود و در صورتی که عکس آن صادق باشد، عزت نفس کمتری خواهد داشت. اگر فرد از لحاظ هیجانی خودش را یک نوازنده تازه کار پیانو می‌داند، عزت نفس این فرد را موفقیتش در نواختن پیانو تعیین می‌کند نه فعالیت‌هایی که با آنها همانند سازی نکرده است، مانند بازی فوتبال، نجاری یا خیاطی (فرانزوی، ۱۳۹۵). جرج مید^۶ معتقد است که تصورات و نگرش‌های شخصی، نقش زیادی در زندگی فرد دارند. این تصورات می‌تواند مربوط به موقعیت‌های درونی یا بیرونی باشد. تصورات بر اساس بازخوردی که که از نظر دیگران به دست می‌آید، تشکیل می‌شود. بنابراین شخص خصوصیات خود را به گونه‌ای درک می‌کند که دیگران آن خصوصیات را به وی نسبت می‌دهند. او نتیجه گرفت عزت نفس بر اثر انعکاس ارزیابی دیگران، به وجود می‌آید و این اجتماع است که برای افراد معیارهای زندگی را تأیید می‌کند و از طرفی نظریات دیگران بر شخص درونی می‌شود و عزت نفس او را شکل می‌دهد (بنتام^۷، ۱۳۹۳).

1. Baron

2. McWhirter

3. Rogers

4. Lawrence & Oliver

5. Positive regard

6. Ross & Broh

7. William James

8. George Mead

9. Bentham

اعتماد بین فردی

عمید (۱۳۹۳) اعتماد را تکیه کردن و متکی شدن به کسی، کاری را بی گمان به او سپردن و وا گذاشتن کار به دیگری تعریف کرده است. گیستون و پترستکو (۲۰۱۴) اعتماد را به تمایل یک طرف به آسیب پذیر بودن نسبت به اقدامات طرف مقابل مبتنی بر این انتظار که طرف مقابل اقدام خاصی که برای اعتماد کننده اهمیت دارد را صرف نظر از توانایی او در نظارت و کنترل بر آن طرف، انجام خواهد داد، تعریف کرده اند. اعتماد را می توان یک باور تعریف کرد. باور به این که دیگران، در بدترین شرایط، آگاهانه و عامدانه آسیبی به او نمی رسانند و در بهترین شرایط، به نفع او عمل می کنند (زین آبادی و همکاران، ۱۳۸۷). اعتماد سازمانی به عنوان «انتظارات مثبتی که افراد، بر پایه نقش های سازمانی، مناسبات، تجربیات، وابستگی های متقابل از نیت و رفتارهای مختلف اعضاء سازمان دارند»، تعریف شده است (چاتوت و همکاران، ۲۰۰۷). الونن^۳ و همکاران، ۲۰۰۸ (به نقل از الوانی و حسینی، ۱۳۹۲). اعتماد سازمانی را به دو بعد اعتماد بین فردی^۴ و غیر شخصی^۵ تفکیک کردند. اعتماد بین فردی در روابط خصوصی بین افراد آشکار می شود و اعتماد غیر شخصی (نهادی) در حوزه روابط سازمانی پدیدار می گردد. اعتماد بین فردی نوعی از اعتماد است که در روابط چهره به چهره خود را نشان می دهد. به عبارت دیگر، اعتماد بین فردی یک مفهوم وضعیتی و یا یک حالت عمومی است که فردی تمایل (یا آماده یا در حال برنامه ریزی) به وابستگی به فرد دیگر در یک موقعیت خاص دارد. اعتماد بین فردی مبتنی بر تجربیاتی است که افراد در ارتباط با یکدیگر در فرآیند تعاملات مکرر طی یک دوره زمانی طولانی به دست می آورند. روابط شخصی در ایجاد اعتماد بین فردی نقش اساسی دارند. به عبارت دیگر اعتماد بین فردی در روابط و تعاملات معنا پیدا می کند، توسعه می یابد و تقویت می شود (چاتوت و همکاران، ۲۰۰۷).

اعتماد بین فردی به دو بعد شکسته می شود. یکی اعتماد افقی^۶ که به اعتماد بین کارکنان مربوط می شود و دیگری اعتماد عمودی^۷ که به اعتماد بین کارکنان و مدیران شان برمی گردد (داداشی، ۱۳۹۷). اعتماد نهادی بدین معنی است که فرد عقیده دارد ساختارهای نهاد در جایگاهی هستند که شخص را قادر به محقق ساختن آینده موفقیت آمیز می کنند (الوانی و حسینی، ۱۳۹۲). همچنین دایتز و هارتوگک (۲۰۰۶) سه نوع اعتماد را در ادبیات اعتماد سازمانی مطرح کرده اند. اول، اعتماد درون سازمانی یعنی به عنوان یک پدیده درون سازمانی، مثل اعتماد بین کارکنان و سرپرستان یا مدیران و یا میان همکاران. دوم، اعتماد میان

1. Gibson & Petrosko

2. Chathoth

3. Ellonen

4 - Interpersonal Trust

5 - Institutional Trust

6. Lateral trust

7. Vertical trust

سازمانها؛ یعنی یک پدیده میان سازمانی و سوم، اعتماد میان سازمانها و مشتریان آنها که به عنوان یک مفهوم بازاریابی مطرح می‌شود.

خود افشایی

خود افشایی به عنوان هر گونه اطلاعات شخصی که یک فرد بطور شفاهی به شخص دیگری ارائه می‌دهد تعریف شده است (کالینز و میلر، ۱۹۹۴). خود افشایی شامل هر اظهاری است که فرد در مورد خود و تواناییها و شخصیت خود بیان می‌کند و دیگران به راحتی به این اطلاعات دسترسی ندارند (فرهنگی، ۱۳۹۷). خود افشایی‌ها می‌توانند درباره حقایق یا درباره احساسات باشند. وقتی دو نفر برای اولین بار یکدیگر را می‌بینند، بیشتر احتمال دارد به افشای حقایق (نام، شغل، محل اقامت و ...) بپردازند و احتمال انجام شدن افشاهای احساسی (من به شما علاقه دارم، من از موسیقی بیزارم و ...) توسط آنها کم است. اما گاه دیده می‌شود که برخی افراد، آنچنان سرد و بی‌عاطفه هستند که در برخورد با دیگران از ابراز هرگونه احساسی خودداری نموده، خود را پشت دیوارهای بی‌اعتمادی مخفی می‌دارند. عده‌ای هم وجود دارند که به محض روبرو شدن با دیگران و در همان ابتدا، به افشاهای عمیق و بیان دیدگاه‌ها و احساسات خود پرداخته، حتی خصوصی‌ترین مسائل خود را با دیگران در میان می‌گذارند (برومند، ۱۳۹۲).

دوستی در محیط کار

دوستی به عنوان روابط بلندمدت دارای علاقه و حمایت متقابل تعریف شده است که در جوامع انسانی به افراد در کنار آمدن با کشمکش‌های زندگی روزمره کمک می‌کند (کهن و همکاران، ۱۳۹۶). دوستی در محل کار یک رابطه به هم وابسته اختیاری است (جن و شان، ۱۹۹۷). از دیدگاه فردی دوستی در محل کار مزایا و حمایت‌های عاطفی را برای فرد فراهم می‌کند (کرم و ایزابلا، ۱۹۸۵). دوستی در محل کار باعث می‌شود، افراد راحتی بیشتری احساس کنند، احساس عدم امنیت و عدم اطمینان کاهش می‌یابد، همچنین افراد اطلاعات بیشتری در باره کار و حل مشکلات کاری با هم رد و بدل می‌کنند (همیلتون، ۲۰۰۷). رابطه دوستانه، صمیمیت و همکاری بین افراد ایجاد می‌کند (سانگ، ۲۰۰۵). دوستی در محل کار باعث افزایش تعهد و رابطه متقابل و علائق و ارزشهای مشترک می‌شود (بیرمان، ۲۰۰۲). سیاست (۲۰۰۹) یکی از عملکردهای اصلی دوستی در محیط کار را حمایت اجتماعی محسوب می‌دارد. دوستی در محیط کار منجر به افزایش ارتباطات (کرامر، ۱۹۹۶) گشته، حمایت اجتماعی را به ارمغان آورده (بونک و همکاران، ۱۹۹۳)، احترام، همکاری، رشد، بهسازی، انرژی و امنیت را می‌افزاید که به نوبه خود بر نگرشها و رفتارهای کاری تاثیر می‌گذارد (ریوردان و گریفت، ۱۹۹۵).

1. Collins & Miller,

2. Berman

3. Kramer

4. Buunk

5. Riordan & Griffeth

از دیدگاه سازمانی، دوستی در محل کار می تواند نتایج مثبتی را به ارمغان بیاورد. نتایج تحقیقات زیتلین (۱۹۹۱)، یاگر (۱۹۹۷)، جن وشاه (۱۹۹۷) نشان داد که عملکرد کاری کارکنان تحت تاثیر دوستی در محل کار قرار می گیرد. دوستی در محل کار می تواند ترک خدمت را کاهش دهد و این مساله باعث حفظ کارکنان فعلی سازمان می شود (ریوردن و گریفت، ۱۹۹۵). دوستی در محل کار باعث می شود که افراد برای انجام وظایف شغلی، بیشتر به هم کمک کنند، استرس کاری کاهش یابد و ارتباط و همکاری افزایش پیدا می کند. دوستی در محل کار تعارض بین افراد را کاهش و باعث افزایش کارایی می شود (سینگ، ۲۰۱۸).

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

چندین نظریه وجود دارند که سنگ بنای بررسی تجربی تاثیر عزت نفس بردوستی آنان در محیط کار بواسطه اعتماد و خودافشایی را تشکیل می دهند. فارغ از این که در محل کار همکاران چقدر با هم دوست هستند، آنان روزی غریبه بوده اند و سرانجام این دوستی از نقطه ای آغاز شده است. کارمند جدید زمانی که برای اولین بار وارد محل کارش می شود طبق "تئوری کاهش عدم اطمینان" برگر و کالابریس^۳ (ذکر شده در برگر، ۲۰۱۱) با عدم اطمینان روبرو است. برای کاهش عدم اطمینان و جمع آوری اطلاعات درباره همکاران باید با آنها ارتباط برقرار کند. طبق نظریه "شش شخص" دین بارنلوند^۴ شروع این ارتباط به عزت نفس بستگی دارد. اگر عزت نفس بالایی داشته باشد، احتمالاً راحت تر با همکاران غریبه ارتباط برقرار می کند و اطلاعات بیشتری درباره آنان جمع می کند. این شناخت مقدمه ای برای اعتماد به همکاران را ایجاد می کند. نظریه "فرایندی اعتماد" دیتزو هارتوگ (۲۰۰۶) و نظریه پاور (۲۰۰۱) که ویژگی های اعتماد کننده را موثر در ایجاد اعتماد می دانند، این فرض را پشتیبانی می کنند. با ایجاد اعتماد بین همکاران و طبق تئوری "کاهش عدم اطمینان" میل به دوستی میان آنان افزایش می یابد. همچنین طبق نظریه "پنجره جوهری"^۵ برای جمع آوری اطلاعات و شناخت بیشتر همکاران و شناساندن خصوصیات خود به همکاران، نیاز به خود افشایی است. اما طبق نظریه "مدیریت حریم خصوصی" (پیترونیو^۶، ۲۰۰۲) خودافشایی وابسته به ویژگی های شخصی است و در نهایت مطابق نظریه نفوذ اجتماعی آلمن و تیلور، ۱۹۷۳ (به نقل از یوتز، ۲۰۱۵) خود افشایی نقش اساسی در ایجاد و حفظ دوستی دارد. به عبارت دیگر، از ترکیب این چند نظریه می توان استدلال کرد که احتمالاً اعتماد بین فردی و خودافشایی نقش میانجی بین عزت نفس با دوستی در محل کار را ایفا می کنند.

2. Uncertainty Reduction Theory

3. Berger & Calabrese

4. Dean Barnlund

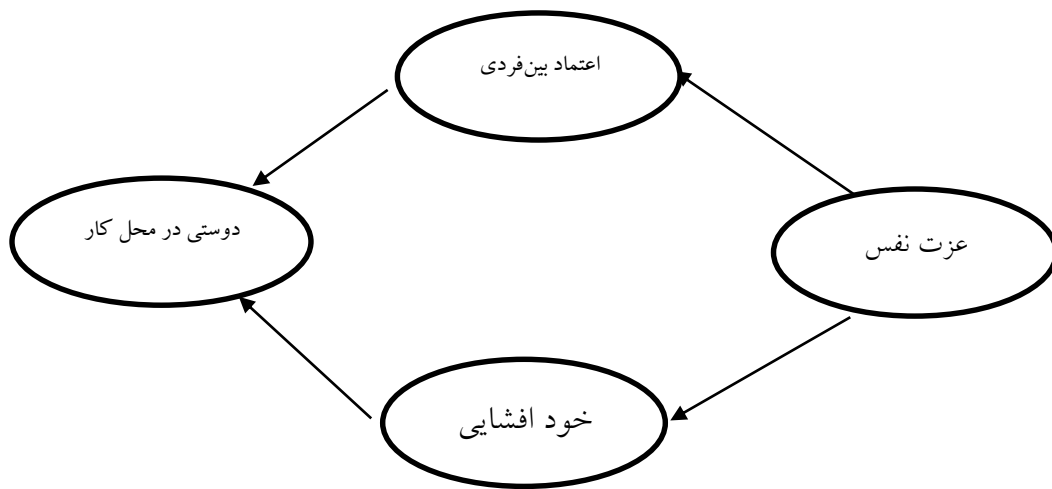
5. Johari window

6. Petronio

7. Utz

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری تحقیق، بالاخص نظریه‌های "شش شخص" و "کاهش عدم اطمینان" و تحقیقات تجربی گذشته، مدل مفهومی پژوهش در شکل (۱) مبنی بر نقش عزت نفس در پیش‌بینی دوستی در محل کار با واسطه اعتماد بین فردی و خود افشایی ارائه شده است و بر مبنای آن فرضیه‌های پژوهش مطرح شده اند.



شکل ۱: مدل پیش‌فرض نقش میانجی اعتماد بین فردی و خودافشایی در رابطه بین عزت نفس با دوستی در محل کار (برگر، ۲۰۱۱).

فرضیه اول: اثر مستقیم عزت نفس اعضاء هیئت علمی بر اعتماد آنان معنی دار است.

فرضیه دوم: اثر مستقیم عزت نفس اعضاء هیئت علمی بر خودافشایی آنان معنی دار است.

فرضیه سوم: اثر مستقیم اعتماد در محل کار اعضاء هیئت علمی و دوستی در محل کار آنان معنی دار است.

فرضیه چهارم: اثر مستقیم خودافشایی اعضاء هیئت علمی بر دوستی در محل کار آنان معنی دار است.

فرضیه پنجم: اعتماد نقش واسطه‌ای معنی داری در رابطه بین عزت نفس اعضاء هیئت علمی و دوستی در محل کار دارد.

فرضیه ششم: خودافشایی نقش واسطه‌ای معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس اعضای هیئت علمی و دوستی در محل کار دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت، توصیفی و از نوع، همبستگی است همچنین تحقیق کنونی از لحاظ هدف، کاربردی است و از نظر افق زمانی، پژوهشی تک مقطعی به شمار می‌آید جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۶ بود از مجموع اساتیدی که در این سال با دانشگاه آزاد همکاری می‌کنند، تعداد ۳۰۵۶۰ نفر عضو هیأت علمی به صورت تمام وقت، ۱۹۴۷ نفر عضو هیأت علمی به صورت نیمه وقت بودند (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۶). با توجه به پراکندگی زیاد واحدهای دانشگاه‌های آزاد اسلامی و برای تحت پوشش قرار دادن کل ایران از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد.

به منظور بررسی عزت نفس از پرسشنامه عمومی روزنبرگ استفاده شد این مقیاس، دارای ۱۰ سؤال است که هر سؤال روی طیف ۵ درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم تنظیم شده است که از مجموع امتیاز سؤالات نمره عزت نفس به دست می‌آید به منظور بررسی اعتماد به همکار از پرسشنامه مک آلیستر (۱۹۹۵) استفاده شد این پرسشنامه دارای ۱۰ سؤال است که هر سؤال روی طیف ۷ درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم تنظیم شده است و از مجموع امتیازات، نمره اعتماد به همکار حاصل می‌شود. به منظور بررسی دوستی در محل کار از پرسشنامه نلسون و همکاران (۲۰۰۰) استفاده شد این پرسشنامه دارای ۵ سؤال است هر سؤال روی طیف لیکرت ۱ درجه‌ای از به هیچ وجه تا خیلی زیاد تنظیم شده است که از مجموع امتیازات، نمره دوستی در محل کار حاصل می‌شود. به منظور بررسی خودافشایی از پرسشنامه چلون استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۶ سؤال می‌باشد. هر سؤال بر اساس مقیاس لیکرت از دامنه به هیچ وجه تا خیلی زیاد تنظیم می‌شود. در نمره‌گذاری این پرسشنامه به سؤالات به صورت ترتیب ارزش عددی ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ تعلق می‌گیرد و از مجموع امتیازات، نمره خودافشایی حاصل می‌شود. تمامی این پرسشنامه‌ها از نوع استاندارد بود به منظور اطمینان کامل از روایی پرسشنامه‌ها از نظرات خبرگان و صاحب نظران نیز استفاده شد برای تعیین پایایی پرسشنامه‌های فوق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و نتایج در جدول (۱) آورده شده است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ

پایایی	پرسشنامه
۰/۸۴	عزت نفس

۱. McAllister

۲. Nielsen

۰/۸۲	دوستی در محل کار
۰/۸۲	خودافشایی
۰/۸۹	اعتماد به همکار

به منظور توصیف متغیرها از شاخص‌های گرایش مرکزی، پراکندگی و توزیع نمره‌ها استفاده شد. جهت شناسایی وضعیت متغیرهای عزت نفس، اعتماد به همکار، خودافشایی و دوستی در محل کار از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. از شاخص کولموگروف اسمیرنوف برای آزمون نرمال بودن متغیرها استفاده شد. در مرحله تحلیل آماری، با توجه به ماهیت مقیاس اندازه‌گیری که از نوع فاصله‌ای است و فرضیه‌های تحقیق برای تحلیل داده‌ها حسب مورد از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. همچنین به منظور آزمون برازندگی مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در پژوهش

در مجموع ۳۹۳ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی در تکمیل پرسشنامه پژوهش مشارکت کردند که مشخصات جمعیت شناختی آنان به طور خلاصه در جدول (۲) آمده است.

جدول ۲. توصیف جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

مرتبه علمی		وضعیت استخدامی					جنسیت		
استاد	دانشیار	استادیار	مربی	قطعی	آزمایشی	پیمانی	زن	مرد	
۱۸	۳۳	۱۹۱	۱۵۱	۱۹۶	۷۱	۱۲۶	۱۵۷	۲۳۶	فراوانی
۴/۶	۸/۴	۴۸/۶	۳۸/۴	۴۹/۹	۱۸/۱	۳۲/۱	۳۹/۹	۶۰/۱	درصد
سابقه خدمت									
بالاتر از ۲۰ سال		بین ۱۱ تا ۲۰ سال		بین ۶ تا ۱۰ سال		کمتر از ۵ سال			
۳۳		۶۹		۱۳۰		۱۶۱			فراوانی
۸/۴		۱۷/۶		۳۳/۱		۴۱		درصد	

توصیف کمی متغیرها

جدول ۳ نتایج شاخص‌های توصیفی متغیرهای عزت نفس، اعتماد به همکار، خوفاشایی و دوستی در محل کار را نشان می‌دهد.

جدول ۳. خلاصه شاخص‌های توصیفی نمره‌های شرکت کنندگان در متغیرهای پژوهش (N=۳۹۳)

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل نمره	حداکثر نمره
عزت نفس	۳/۷۳	۰/۶۶	۱۰	۳۰
اعتماد به همکار	۳/۷۳	۰/۷۱	۱۴	۶۲
خودافشایی	۳/۷۴	۰/۷۲	۵	۲۶

دوستی در محل کار	۳/۶۱	۰/۷۸	۷	۳۰
------------------	------	------	---	----

جدول ۴ توزیع نمره های آزمودنی های مورد مطالعه در متغیرهای عزت نفس، اعتماد به همکار، خودافشایی و دوستی در محل کار را بر اساس شاخص های توزیع متغیرها نشان می دهد. نتایج نشان داد بر اساس شاخص کولموگروف اسمیرنف متغیرهای نرمال نیستند اما از آنجایی که این شاخص تحت تاثیر حجم نمونه است و در نمونه های با حجم بالا معنادار می باشند در صورتی که شاخص های کجی و کشیدگی متغیرها بین ± 2 باشد، نشان دهنده مطلوب بودن وضعیت نرمال بودن متغیرها برای انجام تحلیل های پارامتری است.

جدول ۴. خلاصه شاخص های توزیع متغیرها در پژوهش (N=۳۹۳)

مولفه ها	کولموگروف اسمیرنف	درجه آزادی	سطح معناداری	کجی	کشیدگی
عزت نفس	۰/۰۷۹	۳۹۳	۰/۰۰۳	-۰/۰۱	-۰/۲۵
اعتماد	۰/۰۹۷	۳۹۳	۰/۰۰۰	-۰/۷۹	۰/۴۹
خودافشایی	۰/۰۶۴	۳۹۳	۰/۰۳۱	۰/۰۹	-۰/۳۹
دوستی در محل کار	۰/۱۱۱	۳۹۳	۰/۰۰۰	-۰/۴۵	-۰/۰۱

ماتریس همبستگی بین متغیرهای نهفته

جدول ۵ نتایج تحلیل ماتریس همبستگی بین متغیرهای نهفته پژوهش را نشان می دهد. نتایج نشان داد رابطه بین عزت نفس با اعتماد ($r=0/2, P<0/01$)، خودافشایی ($r=0/19, P<0/01$)، و دوستی در محل کار ($r=0/6, P<0/01$)، مثبت و معنادار است. رابطه بین اعتماد با دوستی در محل کار ($r=0/13, P<0/05$)، مثبت و معنادار است، اما با خودافشایی ($r=0/04, P>0/05$)، رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین رابطه بین خودافشایی با دوستی در محل کار ($r=0/07, P>0/05$)، معنادار نبود.

جدول ۵. ماتریس همبستگی بین متغیرهای نهفته

متغیرها	۱	۲	۳	۴
۱. عزت نفس	۱			
۲. اعتماد	۰/۲**	۱		
۳. خودافشایی	۰/۱۹**	۰/۰۴	۱	
۴. دوستی در محل کار	۰/۱۳*	۰/۰۶**	۰/۰۷	۱

$P<0/05^*$ $p<0/01^{**}$

آزمون برازندگی مدل مفهومی

به منظور آزمون برازندگی مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شد. جدول ۶ نتایج حاصل از شاخص های برازندگی بدست آمده برای مدل مفروض را نشان می دهد. نتایج نشان داد که مقدار ($\chi^2=842/29, df=292, p=0/000, RSMEA=0/059$) است که حاکی از برازندگی نسبتاً مطلوب الگو

در جامعه است، حاصل تقسیم مجذور کای بر درجه آزادی نیز زیر $2/88$ می باشد که تاییدی بر برازندگی نسبتاً مطلوب است. همچنین به منظور تعیین مناسب بودن برازندگی الگو با داده‌ها از شاخص‌های برازندگی استفاده شد. نتایج نشان داد که شاخص نرم شده برازندگی $(NFI)=0/93^1$ ، شاخص نرم نشده برازندگی $(NNFI)=0/96^2$ و شاخص برازندگی تطبیقی $(CFI)=0/96^3$ است که نشان دهنده برازندگی مناسب مدل با داده‌ها است، بخصوص مقدار CFI که از دیدگاه مولر⁴ (1999) باید بالای $0/9$ و از دیدگاه وستون و گور⁵ (2006) باید بالای $0/95$ باشد تا مدل برازندگی مناسبی با داده‌ها داشته باشد زیرا تحت تاثیر حجم نمونه قرار نمی گیرد. همچنین اگر جذر برآورد واریانس خطای تقریب⁶ $(RMSEA \leq 0/05)$ برازش بسیار خوب، بین $0/05$ تا $0/08$ باشد قابل قبول و بالاتر از $0/08$ ضعیف است. که در این مطالعه بین $0/05$ تا $0/08$ است که حاکی از برازش قابل قبول است.

جدول ۶. شاخص‌های برازندگی مدل

شاخصها	(χ^2)	df	χ^2/df	Sig	RMSEA)	NFI)	NNFI)	CFI)
مقدار شاخص	۸۴/۲۹	۲۹	۲/۸۸	/۰۰۰۰	۰/۰۵۹	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۹۶

¹ Normed Fit Index (NFI)

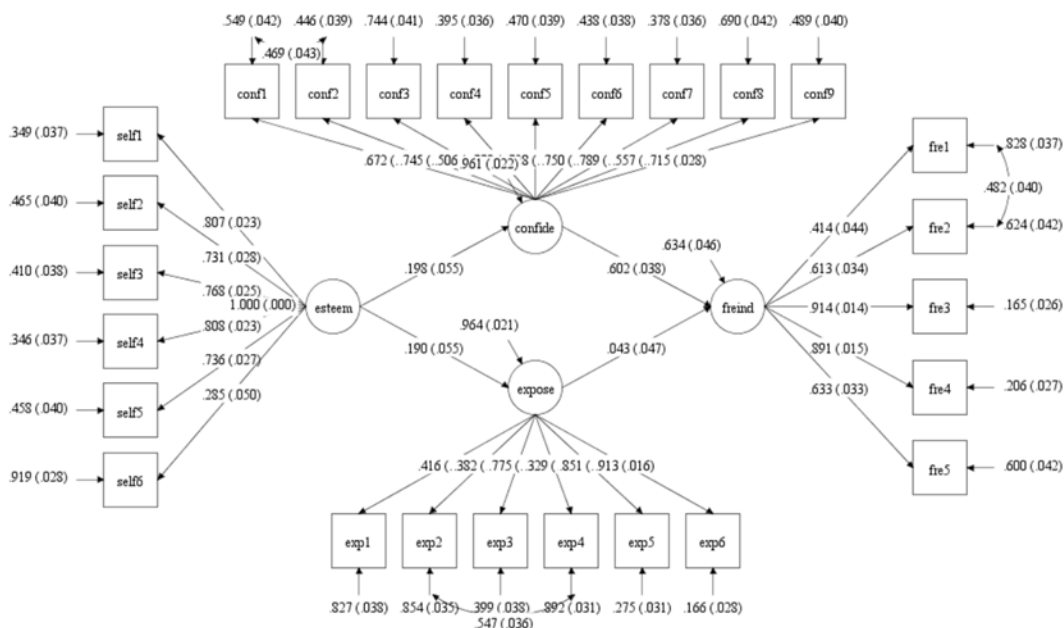
² Non-Normed Fit Index (NNFI)

³ Comparative Fit Index (CFI)

⁴ Muller

⁵ Weston & Gore Jr

⁶ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)



نمودار ۱. نمودار مسیر تحلیل شده بر حسب ضرایب استاندارد شده

آزمون فرضیه‌ها

۱. اثر مستقیم عزت نفس اعضاء هیئت علمی بر اعتماد آنان معنی دار است. نتایج نشان داد اثر مستقیم متغیر عزت نفس بر اعتماد مثبت و معنی دار است ($\gamma=0/2, t=3/86, <p<0/01$).
۲. اثر مستقیم عزت نفس اعضاء هیئت علمی بر خودافشایی آنان معنی دار است. نتایج نشان داد اثر مستقیم متغیر عزت نفس بر خودافشایی مثبت و معنی دار است ($\gamma=0/19, t=3/39, <p<0/01$).
۳. اثر مستقیم اعتماد اعضاء هیئت علمی و دوستی در محل کار آنان معنی دار است. نتایج نشان داد اثر مستقیم متغیر اعتماد در محل کار بر دوستی در محل کار ($\beta=0/6, t=6/25, <p<0/01$) مثبت و معنادار است.
۴. اثر مستقیم خودافشایی اعضاء هیئت علمی بر دوستی در محل کار آنان معنی دار است. نتایج نشان داد اثر مستقیم متغیر خودافشایی در محل کار بر دوستی در محل کار ($p>0/05$) مثبت و معنادار نیست ($\beta=0/04, t=0/94$).

جدول ۷. اثرات مستقیم متغیرهای پژوهش بر یکدیگر

اثرات مستقیم				درون زا/برون زا
R ²	مقدار t	اثر استاندارد شده	اثر استاندارد نشده	
0/37	6/25** 0/94	0/6 0/04	0/28 0/04	بر دوستی در محل کار از اعتماد در محل کار از خودافشایی

۰/۰۴	۳/۸۶**	۰/۲	۰/۴۳	بر اعتماد از عزت نفس
۰/۰۴	۳/۳۹**	۰/۱۹	۰/۱۹	بر خودافشایی از عزت نفس

$$P < 0/05^* \quad p < 0/01^{**}$$

۵. اعتماد نقش واسطه‌ای معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس اعضای هیئت علمی و دوستی در محل کار دارد. جدول ۶ نتایج تحلیل اثرات غیر مستقیم متغیرهای را بر یکدیگر نشان می‌دهد. نتایج نشان داد اعتماد نقش واسطه‌ای مثبت و معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس و دوستی در محل کار دارد ($IN=0/119, t=3/91, P<0/01$). در نتیجه اثر غیر مستقیم عزت نفس بر دوستی در محل کار از طریق اعتماد مثبت و معنی‌دار است.

۶. خودافشایی نقش واسطه‌ای معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس اعضای هیئت علمی و دوستی در محل کار دارد. نتایج نشان داد خودافشایی نقش واسطه‌ای معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس و دوستی در محل کار ندارد ($IN=0/008, t=0/88, P>0/05$). در نتیجه اثر غیر مستقیم عزت نفس بر دوستی در محل کار از طریق خودافشایی معنی‌دار نیست.

جدول ۸. اثرات غیر مستقیم و کل متغیرهای نهفته بر یکدیگر

اثر غیر مستقیم		درون‌زا	واسطه	برون‌زا
T مقدار	استاندارد شده			
۳/۹۱**	۰/۱۱۹	۰/۱۲	اعتماد	عزت نفس
۰/۸۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	خودافشایی	عزت نفس

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش میانجی اعتماد بین فردی و خودافشایی در رابطه عزت نفس با دوستی در محل کار اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی انجام پذیرفت. در این راستا داده‌های مورد نیاز به کمک پرسشنامه از یک نمونه ۳۹۳ نفری جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان داد که مدل مفهومی پژوهش از برازش خوبی برخوردار بوده و فرضیه‌های ۵، ۱، ۲، ۳، تحقیق، تأیید شد و فرضیه‌های ۴ و ۶ رد شد.

نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که عزت نفس اعضاء هیئت علمی بر اعتماد به همکاران اثر مثبت و معنی داری دارد. این بدین معنی است که عزت نفس عضو هیات علمی در ایجاد اعتماد به همکاران تاثیر دارد. یافته های مطالعات مک کارتی (۲۰۱۷)، وینینگ و اسمیت (۲۰۱۲)، سوانسون و همکاران (۲۰۰۷)، مک وایتر (۱۹۹۷) نشان می دهد که عزت نفس با ایجاد اعتماد در ارتباط است که با نتیجه تحقیق حاضر همخوانی دارد. در تبیین این نتیجه می توان گفت اساتیدی که عزت نفس بالایی دارند، ریسک پذیرتر هستند (کرامر و وینتر، ۲۰۰۸) احتمالاً به دیگران بیشتر اعتماد می کنند. زیرا اعتماد نوعی تمایل به پذیرش ریسک است و سطح اعتماد نشانگر میزان ریسکی است که یک فرد تمایل پذیرش آن را دارد (اسکورمن^۱ و همکاران، ۲۰۰۷ به نقل از میرزایی، ۱۳۸۷).

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد که اثر مستقیم متغیر عزت نفس و خودافشایی مثبت و معنادار است. هر چه عزت نفس فرد بالاتر باشد خودافشایی او نیز بیشتر است. یافته های این تحقیق با نتایج تحقیقات گراهام و همکاران (۲۰۰۸) و گراس و جان (۲۰۰۸) به نقل از مک کارتی، (۲۰۱۷)، کریستوفر اسپانا (۲۰۱۲)، گوچر و کالیگیوس (۲۰۱۲) همخوانی دارد. اما با نتیجه تحقیق چینوسو^۳ و همکاران (۲۰۱۷) هم خوانی ندارد. تحقیق آنان نشان داد که عزت نفس تاثیری بر خودافشایی ندارد. در تبیین این نتیجه می توان گفت افراد دارای عزت نفس زیاد از قضاوت دیگران نمی هراسند بنابراین احساسات واقعی خود را نیز بی پرده و بدون سانسور با دیگران در میان می گذارند. آنها دلیلی برای دروغ گویی و تظاهر نمی بینند. آنها خود را تمام قد قبول دارند و از اینکه دیگران درباره شان چه فکر می کنند، اذیت نمی شوند.

همچنین دلیل دیگری که افراد با عزت نفس پایین کمتر خود افشایی می کنند این است که عزت نفس عبارت است از احساس ارزشمندی و احترام به خود و افراد با عزت نفس پایین احساس کمبود احترام کرده و خود را افرادی نالایق ناقص و بی ارزش فرض می کنند (مهرانفر، ۱۳۹۳). وقتی که فرد برای خویشتر ارزش و احترامی قایل نیست و چنین می اندیشد که چیزی برای در میان گذاشتن ندارد و از این واهمه دارد که مبادا همکاران به این راز بزرگ پی ببرند، که او چیزی ندارد که ارزش شنیدن و اندیشیدن را داشته باشد، کمتر خودافشایی می کند (فرهنگی، ۱۳۹۷).

نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد که اعتماد بین فردی اثر مثبت و معناداری بر دوستی در محل کار دارد. هر چه اعتماد عضو هیات علمی نسبت به همکارش مطلوب تر باشد، می تواند بر افزایش دوستی آنان در محل کار اثر مثبت تری داشته باشد. یافته های این تحقیق با نتایج تحقیق ماتسو و شیومی (۲۰۰۳)، کرم و ایزابلا (۱۹۸۵)، کهن و همکاران (۱۳۹۶) هم خوانی دارد. طبق نظریه نزدیکی^۴ هر چه فرصتهای ارتباطی بین

1. Krämer & Winter

2. Scoreman

3. Chinonso

4. Proximity

اساتید بیشتر شود دوستی بین آنها افزایش می‌یابد (فرهنگی، ۱۳۹۷). بنابراین لازمه ایجاد دوستی، وقوع ارتباط بین آنهاست، از سوی دیگر اعتماد در شکل‌گیری و حفظ روابط اجتماعی نقش مهمی را ایفا می‌کند و اعتماد یکی از عناصر کلیدی در ایجاد روابط انسانی است (لگزیان و همکاران، ۱۳۸۷). می‌توان نتیجه گرفت که برای ایجاد دوستی بین اعضای هیات علمی در محیط دانشگاه باید بین آنها ارتباط برقرار شود و اعتماد بین فردی این بستر را فراهم می‌کند. همچنین اعتماد بین اعضای هیات علمی تنش و درگیری بین آنها را کاهش می‌دهد، انسجام و سازگاری بین اساتید را ترویج می‌دهد (ویو، ۲۰۱۲). این فضا می‌تواند زمینه ساز دوستی در محل کار شود. زیرا یک رابطه میان فردی اثربخش و همدلانه که منجر به دوستی پایدار شود در یک فضای توأم با ترس و تهدید دوام نمی‌آورد (فرهنگی، ۱۳۹۷).

نتایج آزمون فرضیه چهارم نشان داد که اثر مستقیم متغیر خودافشایی و دوستی در محل کار معنادار نیست. این بدین معناست که خودافشایی در ایجاد دوستی در محل کار اثری ندارد. یافته‌های این تحقیق با نتایج تحقیق داهیر و بانیکیتیس، ۱۹۷۶؛ رانجی^۲ و همکاران، ۱۹۸۰؛ تیلور و همکاران، ۱۹۸۱ (به نقل از کالینز و میلر، ۱۹۹۴)، پارک و همکاران (۲۰۱۱)، گریفین و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی ندارد. همچنین طبق نظریه نفوذ اجتماعی آلتمن و تیلور، ۱۹۷۳ (به نقل از یوتز، ۲۰۱۵) خود افشایی نقش مهمی در ایجاد و حفظ روابط صمیمی ایفا می‌کند. با این حال، رابطه بین خود افشایی و دوست داشتن همیشه مثبت نیست. مطالعات بوردر، ۱۹۸۲؛ ارلیچ و گروین، ۱۹۷۱؛ هورنستین و گیلبرت، ۱۹۷۶؛ کوهن، ۱۹۷۵؛ مک آلیستر، ۱۹۸۰؛ رانجی و آرچر، ۱۹۸۸ (به نقل از کالینز و میلر، ۱۹۹۴)، وانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۱) نشان داده اند که خودافشایی با دوستی ارتباط معناداری ندارد و نتایج این تحقیقات با نتیجه تحقیق حاضر همخوانی دارد.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت بعضی از انسانها براین باورند که خود افشایی می‌تواند خطری برای زندگی آنان در بر داشته باشد و دیگران از اطلاعاتی که در اثر خود افشایی طرف بدست آورده اند، سوء استفاده نمایند (فرهنگی، ۱۳۹۷). اما خطرهای خودافشایی حالت نسبی دارند و در نتیجه آنچه برای یک فرد خطر است ممکن است برای فرد دیگری تهدید نباشد (پیتربیو، ۲۰۰۲). بنابراین احتمال دارد که متغیرهای همچون ویژگی‌های شخصی، جنسیت و زمینه‌های فرهنگی... این رابطه را تعدیل کنند.

1. Daher & Banikiotes

2. Runge

3. Broder

4. Ehrlich & Graeven

5. Horenstein & Gilbert

6. Kohen

7. Runge & Archer

8. Wang

نتایج آزمون فرضیه پنجم نشان داد اعتماد نقش واسطه‌ای مثبت و معنی‌داری در رابطه بین عزت نفس و دوستی در محل کار دارد. با توجه به آنچه در فرضیه اول بیان شد عزت نفس بر اعتماد بین فردی تاثیر گذار است و عزت نفس عضو هیات علمی در ایجاد اعتماد به همکاران تاثیر دارد. با افزایش اعتماد، میزان عدم اطمینان بین اسانید کاهش پیدا می‌کند (چانگ و فان، ۲۰۱۳). به نقل از دهنوی و احمدی، (۱۳۹۰) و طبق اصول هفت گانه تئوری " کاهش عدم اطمینان" زمانی که سطح عدم اطمینان یک فرد نسبت به طرف مقابل کاهش یافت، ارتباطات کلامی با او افزایش می‌یابد، بین آنها صمیمیت ایجاد می‌شود و در نهایت میل به دوستی در بین آنها افزایش می‌یابد (ردموند، ۲۰۰۵).

نتایج آزمون فرضیه ششم نشان داد خودافشایی نقش واسطه‌ای معناداری در رابطه بین عزت نفس با دوستی در محل کار ندارد. نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد که اثر مستقیم متغیر عزت نفس و خودافشایی مثبت و معنادار است. اما از آنجایی که اثر مستقیم متغیر خودافشایی و دوستی در محل کار معنادار نیست، متغیر خودافشایی نقش میانجی در رابطه بین عزت نفس با دوستی در محل کار را ایفا نمی‌کند. بطور خلاصه تحقیق حاضر از این فرض حمایت تجربی کرد که عزت نفس اساتید هم بر اعتماد بین فردی و هم بردوستی در محل کار تاثیر دارد. اگر چه بخش اعظم عزت نفس اساتید در طول دوران کودکی آنان شکل گرفته است (کلمز و همکاران، ۱۳۹۵). اما اگر اساتید در محل کارشان از حمایت‌های اجتماعی و محبت لازم برخوردار باشند، عزت نفس آنان بیشتر خواهد شد (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین می‌توان احساس عزت نفس اعضای هیات علمی را در اثر " نیاز به نظر مثبت^۵ به خود" تقویت کرد (روس و بروح، ۲۰۰۰). نیاز به نظر مثبت دیگران شامل برخورد گرم و محبت آمیز، احترام، صمیمیت، پذیرش و مهربانی از طرف محیط و بخصوص نزدیکان و همکاران است (شاملو، ۱۳۹۷). همچنین طبق نظریه ویلیام جیمز عزت نفس اساتید تابع موفقیت های آنهاست (فرانزوی، ۱۳۹۵). بنابراین به مدیران دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود برای بهبود میزان عزت اساتید سعی کنند عوامل ایجادکننده این باورها را که تحقیقات زیادی تاثیر آنها را تأیید کرده است، شناسایی کرده و برای فراهم کردن این بسترها، تلاش کنند و از این طریق هم اعتماد بین فردی و هم دوستی در محل کار اساتید را بهبود بخشند.

در تحقیق حاضر و بر خلاف انتظاری که از مطالعه ادبیات موضوع ایجاد شده بود اثر خود افشایی بر دوستی در محل کار معنادار نبود. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی با تغییر جامعه آماری، روش تحقیق یا ابزارهای اندازه گیری، این مطالعه مجدداً تکرار شود و همچنین اثر تعدیل‌کنندگی جنسیت، سن، سابقه کاری و حتی رشته تحصیلی نیز لحاظ گردد. همچنین در پژوهش حاضر فقط تاثیر یکی از ویژگی‌های

1. Chang & Fang

2. Uncertainty Reduction Theory

3. Redmond

4. Clemen

5. Positive regard

6. Ross & Broh

فردی (عزت نفس) بر فرایند ایجاد اعتماد مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به این که اعتماد مفهومی چند بعدی است و قضاوت کلی در مورد آن نیز تابع ترکیب تمام ابعاد ویژگی های اعتماد کننده، ویژگی های اعتماد شونده و عوامل زمینه ای است (کاستل فرانچی و فالکون، ۲۰۱۰ به نقل از الوانی و حسینی، ۱۳۹۲). بنابراین پیشنهاد می شود که در تحقیقات آتی عوامل فوق الذکر کنترل شوند یا در مدل وارد گردند. همچنین با توجه به این که مک آلیستر (۱۹۹۵) اعتماد را به دو بعد شناختی و عاطفی تقسیم بندی کرده است، پیشنهاد می شود که در تحقیقات آینده اثر عزت نفس بر اعتماد شناختی و اعتماد عاطفی مورد تحقیق قرار گیرد و تاثیر هر کدام از این ابعاد بر دوستی در محل کار بررسی شود.

منابع:

- ابراهیم پور، یعقوب. اسمعیلی، محمد رضا. حاجی انزلهایی، زهرا. ۱۳۹۴. رابطه عزت و نفس و نیاز به کسب موفقیت دبیران زن تربیت بدنی شهرستان بناب. *مجله زن و مطالعات*، ۲۸: ۷-۳۳.
- الوانی، سید مهدی و حسینی، سید صمد (۱۳۹۲). تأملی بر مبانی نظری، مفاهیم و مدل های اعتماد نهادی. *فصلنامه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی*، دوره سوم، شماره چهارم، ۱۴۱-۱۰۵.
- بارون، رابرت. بیرن دان. برانسکامب نیلا. (۱۳۹۷). *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه کریمی یوسف. ویرایش یازدهم. تهران: نشر روان.
- برومند ن. (۱۳۹۲). مقایسه بهزیستی روانشناختی. سرمایه روانشناختی و خودافشایی هیجانی والدین کودکان استثنایی با والدین کودکان بهنجار. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، پایان نامه کارشناسی ارشد. روانشناسی بالینی.
- بنتهام س. (۱۳۹۳). *روانشناسی تربیتی*. ترجمه بیابانگرد، اسماعیل و نعمتی ع. تهران: رشد.
- داداشی، امین (۱۳۹۷). تأثیر صداقت رفتاری ادراک شده بر خودکارآمدی کارکنان با توجه به نقش میانجی اعتماد کارکنان به سرپرست. *ماهنامه پژوهشهای مدیریت و حسابداری*، شماره چهل و چهارم، ۸۱-۵۶.
- دامغانیان، حسین، رستگار، عباسعلی، یزدانی زیارت، محمد. (۱۳۹۷). طراحی و تبیین مدل شایستگی در ارتباطات بین فردی سازمانی. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، شماره ۸۸، ۳۲-۱.
- دهنوی، فریبا و احمدی، سیدعلی اکبر (۱۳۹۰). تبیین مولفه ها و سنجش اعتماد بین فردی (مورد مطالعه: سازمان تامین اجتماعی). *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، سال دوم، شماره سوم، ۲۴-۱.
- زین آبادی م. نگارنده س. ج. زارعی ا. شریفی ط. دادهیر (۱۳۸۷). *تنوری ها و نظریات مربوط به اعتماد اجتماعی در جامعه*. گروه پژوهشهای فرهنگی و اجتماعی تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۶.
- شاملو، سعید. (۱۳۹۷). *بهداشت روانی*. تهران: انتشارات رشد.

- عمید ح. (۱۳۹۳). **فرهنگ فارسی عمید**، چاپ ۳۲. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- فرانزوی، استغن. (۱۳۹۵). **روان‌شناسی اجتماعی**. ترجمه فیروزبخت م. قنادان م. تهران: انتشارات رسا.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۷). **ارتباطات انسانی**، تهران: رسا.
- قنبری، سیروس و عرفانی زاده، فریبرز (۱۳۹۶). **نقش اعتماد سازمانی در تعدیل بدینی سازمانی کارکنان**. **فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی**، سال ششم، شماره دوم، ۱۴۸-۱۲۵.
- کرامتی، محمد رضا (۱۳۹۱). **رابطه جو سازمانی مدارس با استرس شغلی معلمان**. **اندیشه های نوین تربیتی**، دوره هشتم، شماره چهارم، ۱۴۰-۱۰۳.
- کلمز، هریس. کلارک؛ امینه رینولد، بین. (۱۳۹۵). **روشهای تقویت عزت نفس در نوجوانان**. ترجمه علی پور، پ. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- کهن، نبی اله؛ صفری، علی و تیموری، هادی (۱۳۹۶). **تبیین عوامل مؤثر بر دوستی در محل کار با رویکرد مردم‌نگاری**. **مدیریت سازمان های دولتی**، دوره پنجم، شماره سوم، ۳۰-۱۳.
- لارنس، پروین. الیور، جان. ۱۳۹۵. **شخصیت: نظریه و پژوهش**. ترجمه کدیور. جوادی. چاپ هفتم. تهران: نشر آبیژ.
- لگزیان، محمد؛ مرتضوی، سعید و کاظمی، سیدحسین (۱۳۸۷). **مدل مفهومی روابط سازمانی مبتنی بر اعتماد و شفافیت و ساز و کارهای کنترلی مناسب**. **پیام مدیریت**، شماره بیست و هشتم، ۲۲۱-۱۸۵.
- مایرز، دیوید. ۱۳۹۶. **روان‌شناسی اجتماعی**. ترجمه شمسی پور ح. زهرایی ش. تهران: انتشارات ارجمند.
- هاشمی شیخ شبانی، اسماعیل؛ ارشدی، نسرین و بذرافکن، حسام (۱۳۹۰). **تحلیل ساختاری تعارض کار-خانواده با خشنودی شغلی و سلامت روانی**. **فصلنامه مشاوره و روان درمانی خانواده**، سال اول، شماره سوم، ۳۶۵-۳۴۹.
- میرزایی، محمد امین (۱۳۸۷). **اعتماد سازمانی و توسعه آن بین کارکنان و مدیریت**. **راهبرد**، سال اول، شماره دوم، ۵۸-۳۹.
- یدی یوسف آباد شکوفه، کیانی قمر، انتصار فومنی غلامحسین (۱۴۰۰). **تعیین نقش میانجی خودکارآمدی تحصیلی و عزت نفس در رابطه بین سبک های یادگیری و اضطراب امتحان دانش آموزان دختر پایه یازدهم**. **مجله مطالعات ناتوانی**، ۸-۱.
- یزدانی زیارت م. رستگار ع. (۱۳۹۷). **تأثیر مهارت های سیاسی بر ارتباط گریزی سازمانی از طریق نقش واسطه عزت نفس**. **پژوهش نامه مدیریت تحول**، سال ۱۰، شماره ۱، ۲۰-۱.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۵). **جزییات آماری اساتید دانشگاه آزاد اسلامی**. ۱۳۹۶/۷/۹.

<https://www.mehrnews.com/news/3670562>

- Amjad, Z., Ullah Sabri, P. S., Ilyas, M. Hameed, A. (2015). *Informal relationships at workplace and employee performance: A study of employee's private higher*

- education sector*. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 9(1), 303-321.
- Berger, C. R. (2011). *From explanation to application*. Journal of Applied Communication Research, 39, 214-222.
 - Berman E.M West J.P Maurice W. Richter N. 2002. *Workplace relations: Friendship patterns and consequences (According to managers)*. Public Administration Review, 62: 217-230.
 - Buunk B.P. Doosje. B.J. Liesbeth G. Jans J.M. Hopstaken L.E. M. (1993). *Perceived reciprocity, social support, and stress at work: The role of exchange and communal orientation*. Journal of Personality & Social Psychology, 65(4): 801-811.
 - Collins, N. L. Miller, L. C. (1994). *Self-disclosure and liking: A meta-analytic review*. Psychological Bulletin, 116, 457-475.
 - Chory, Rebecca M. Hoke, Hailey G. (2019). **Coworkers' Perceptions of, and Communication With, Workplace Romance Participants**. Proposing and Testing a Model, First Published February 28, Research Article, <https://doi.org/10.1177/2329488420908321>.
 - Chathoth, P.K. Mak, B. Jauhari, V. Manaktola, K. (2007). *Employees' perceptions of organizational trust and service climate: a structural model combining their effects on employee satisfaction*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 31: 338-357.
 - Dietz, G. Hertzog, D. N. (2006). *Measuring trust inside organizations*. Personnel Review, 35, 557-588
 - España, A.C. (2013). *Self-disclosure and self-efficacy in online dating*. Ph.D. Thesis. Portland State University.
 - Erol, R.Y. Orth U. (2016). *Self-esteem and the quality of romantic relationships*. European Psychologist, 21: 274-283.
 - Gibson, D. Petrosko, J. (2014). *Trust in leader and its effect on job satisfaction and intent to leave in a healthcare setting*. New Horizons in Adult Education & Human Resource Development, 26(3): 3-19.
 - Hamilton, E.A (2007). **Firm friendship: Examining functions and outcomes of workplace friendship among law firm associates**. Ph.D. Thesis. Boston College, Boston, MA.
 - Jehn, K.A. Shah, P.P. 1997. *Interpersonal relationships and task performance: An examination of mediating processes in friendship and acquaintance groups*. Journal of Personality and Social Psychology, 72: 775-790.
 - Kram, K. E. Isabella, L. A. (1985). *Mentoring alternatives: The role of peer relationships in career development*. Academy of Management Journal, 28(1):110-132.
 - Kramer, M. (1996). *A longitudinal study of peer communication during job transfers, The impact of frequency, quality, and network multiplexity on adjustment*. Human Communication Research, 23(1): 59-86.
 - Krämer, N.C. Winter, S. (2008). *Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites*. Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications, 20(3): 106-116.
 - Matsushima, R. Shiomi, K. (2003). *Developing a scale of self-efficacy in personal relationships for adolescents*. Psychological Reports, 92. 177-184.

- McAllister, D.J. (1995). *Affect and cognitive-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations*, Academy of Management Journal, 38 (1), 24-59.
- McCarthy, A. (2009). Social penetration theory, social networking and Facebook. Available from: <http://www.anniemdance.com/uploads/1/5/0/4/1504159/2009-april-social-penetration-theory-and-facebook.pdf>
- McCarthy, M.H. Wood, J.V. Holmes, J.G. (2017). *Dispositional pathways to trust: Self-esteem and agreeableness interact to predict trust and negative emotional disclosure*. Journal of Personality and Social Psychology, 113(1): 95-116.
- McWhirter, B. (1997). *Loneliness, learned resourcefulness, and self-esteem in college students*. Journal of Counseling & Development, 75: 460-468.
- Methot, J.R. Lepine, J.A. Podsakoff, N.P. Christian, J.S. (2015). *Are workplace friendships a mixed blessing? Exploring tradeoffs of multiplex relationships and their associations with job performance*. Personnel Psychology, 69(2), 1-45.
- Nielsen, I.K. Jex, S.M. Adams, G.A. (2000). *Development and validation of scores on a two-dimensional workplace friendship scale*. Educational and Psychological Measurement, 60, 628-643.
- McWhirter, B. (1997). *Loneliness, learned resourcefulness, and self-esteem in college students*. Journal of Counseling & Development, 75: 460-468.
- Ong, L.D. (2013). workplace friendship, trust in coworkers and employees' OCB. Current problems of Economics, Vol. 2, No. 140, pp. 289-294
- Park, N. Jin, B. Jin, S.A.A. (2011). *Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook*. Computers in Human Behavior, 27(5): 1974-1983.
- Petronio, S. (2002). **Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure**. Albany, NY: State University of New York Press.
- Redmond, M.V. (2015). **Uncertainty Reduction Theory**. Book chapter. Chapter3, http://lib.dr.iastate.edu/engl_reports/3
- Riordan, C.M. Griffeth, R.w. (1995). *The opportunity for friendship in the workplace: An underexplored construct*. Journal of Business & Psychology, 10(2), pp. 141-154
- Ross, C.E. Broh, B.A. (2000). *The roles of self-esteem and the sense of personal control in the academic achievement process*. Sociology of Education, 73: 270-284.
- Sias, P.M. (2009). **Organizing relationships: Traditional and emerging perspectives on workplace relationships**, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Singh, J. (2018). *Workplace friendship to boost TMX, LMX and performance*. International Journal of Management Studies, 2(1), 16-19.
- Song, S. (2005). **Workplace friendship and its impact on employees' positive work attitudes: A comparative study of Seoul City and New Jersey State government public officials**. Ph.D. Thesis. Rutgers, The State University of New Jersey. Newark, NJ.
- Swanson, S.R. Davis, J. C. Zhao, Y. (2007). *Motivations and relationship outcomes, the mediating role of trust and satisfaction*. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 18(2): 1-25.
- Weining, A.N. Smith, E.L. (2012). *Self-esteem and trust: Correlation between self-esteem and willingness to trust in undergraduate students*. Student Pulse Online Academic Student Journal, 4(8): 1-2.
- Trevor, G. Gates, T. Rich R. (2019). **Workplace friendships among social work, counseling, and human service educators: Exploring the impact of**

sexual orientation and friendships in workplace empowerment, Journal of Workplace Behavioral Health, (Online) Journal homepage: <https://www.tandfonline.com/loi/wjwb20>.

- Utz, S. (2015). *The function of self-disclosure on social network sites: Not only intimate, but also positive and entertaining self-disclosures increase the feeling of connection*. Computers in Human Behavior 45: 1–10.
- WU, S.Y. Wang, S. T. Eric Zhi-Feng Liu, E. Z. F. HU, D. A. Hwang, W. Y. (2012). *The influences of social self-efficacy on social trust and social capital - A case study of Facebook*. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 11(2), 246-254.56.
- Yager, J. (1997). **Friendships: The power of friendship and how it shapes our lives**, Stamford, CT: Hannacroix Creek Books.