

اصول تفکر ناب در ساخت مدل فرزاندگی ارتباط اجتماعی و ارزیابی تأثیر کاربرد آن بر عملکرد کارکنان

* دکتر شهرام گیلانی نیا

کد مقاله: ۸۸۰۸۲۷۰۵

چکیده

یکی از مسایل مهم دانشگاه‌های مختلف ضعف کیفیت ارتباطات بین مدیران دانشگاهی و اعضای هیأت علمی می‌باشد به نظر می‌رسد که اصلی‌ترین عامل موجد این نارسایی ارتباطی ناشی از عدم استفاده صحیح روش‌های تعاملی خردورزانه باشد بر این اساس معرفی مدل یا الگوی جدید ارایه شده توسط محقق تحت عنوان مدل فرزاندگی ارتباط اجتماعی و آزمون این مدل از طریق ارزیابی تأثیر میزان کاربرد آن توسط مدیران دانشگاه‌ها بر انگیزه‌های شغلی و عملکرد مدرسان از اهداف اساسی مطالعه و نگارش مقاله حاضر می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق مدیران و مدرسان دانشگاه‌های استان گیلان بوده‌اند. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته جمع‌آوری شده و از آزمون معنی‌دار بودن ضریب بتا در مدل‌های ساختاری استفاده گردیده است. نتیجه‌ی آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که در صورت استفاده مدیران دانشگاهی از اصول تفکر ناب، رضایت‌مندی مدرسان افزایش یافته و متعاقب آن عملکرد بهتری از جانب آنها مشاهده خواهد گردید.

واژگان کلیدی: فرزاندگی ارتباط اجتماعی، تعالی ارتباطی، ارزیابی، انگیزه شغلی

مقدمه

مهم‌ترین و اساسی‌ترین نیازی که در وجود هر انسانی به ودیعه گذاشته شده است برقراری ارتباطات انسانی و اجتماعی است.

با ارتباطات اجتماعی مؤثر، انسان‌ها می‌توانند همدیگر را شناخته و ارتباط بهتری برقرار سازند، این یک پدیده اجتماعی تام تلقی می‌شود (قرایی مقدم، ۱۳۸۸، ص ۱۶) از طریق این نیاز آدم‌ها خواسته‌های یکدیگر را درک می‌کنند، زمینه و شرایط لازم را برای تعاملات اجتماعی فراهم می‌نمایند تا نتیجه آن ارتباطات منجر به رشد و شکوفایی استعدادها شود با توجه به اهمیت سامانه‌های دانشگاهی برقراری رابطه مناسب و مثبت مدیران سامانه‌های آموزشی و پژوهشی با مدرسان و سایر عوامل اجرایی آنقدر مهم و سرنوشت‌ساز و باارزش است که به عنوان ملاک اساسی و بنیادی موفقیت و اثربخشی مدیر در جهت پیش‌برد اهداف عالی دانشگاه محسوب می‌گردد، هدف اصلی پژوهش جامعه‌شناسی نیز مطالعه کنش متقابل اجتماعی است. (صبور، ۱۳۸۸، ص ۹) اصلی‌ترین ابزار مدیریت در دانشگاه استفاده صحیح از فرآیندهای ارتباطی می‌باشد و در صورتی که این ارتباط بر اساس خردورزی تنظیم و اجرا شود با اطمینان می‌توان گفت که عملکرد بهتری را می‌توان تجربه نمود شناخت جامع و همبستگی معرفتی بر کیفیت تعامل اجتماعی تأثیرمی‌گذارد (نوروزی و دیگری، ۱۳۸۷) بر این اساس مدرس در دانشگاه کسی است که بیش‌ترین ارتباط، تبادل فکر و اندیشه را با دانش‌جویان داشته باشد و به عنوان اصلی‌ترین عامل مؤثر در تولید علم و تقویت تفکر خلاق و تربیت اخلاقی و متبلور نمودن رفتارهای مناسب در شخصیت فراگیران می‌باشد. از این رو، سرمایه‌گذاری در راستای مساعد ساختن محیط تربیتی و ایجاد شرایطی که استاد را به کار خود دل‌گرم نموده و منجر به اجرای طرح‌های مناسب در جهت حل مشکلات مربوط به آنان گردد، امری اساسی است. با توجه به اینکه زندگی انسان‌ها به شدت تحت تأثیر نیروهای مرتبط با تعاملات اجتماعی قرار می‌گیرد (گیلینز، ۱۳۸۷، ص ۴) حفظ و نگهداری مدرسان، مستلزم ایجاد شرایط مطلوبی است که به عملکرد رضایت‌بخش آنان منتهی می‌گردد. نظریه اجتماعی مدرن که در رابطه با اسلوب تعاملات اجتماعی کارکنان سازمانی ابتدا هدفی متعالی پیش رو داشته است به دنبال الگوهایی است که بتوانند به شکلی عقلایی و خردورزانه تعاملات خود را تعیین کنند. (جلیلی، ۱۳۸۶، ص ۱۵) در این رابطه بررسی‌های مقدماتی نشان می‌دهد. فرد در کنش

متقابل با دیگر انسان‌ها الگوهای رفتاری را می‌آموزد (قنادان، ۱۳۸۱، ص ۹۵) و تعاملات درون‌گروهی بیشتر صبغه اظهاری و عاطفی دارند (چلبی، ۱۳۷۸، ص ۲۶) با این وصف بعضی از مدیران از این مسأله غافل هستند که غالباً رفتار آن‌ها تحت ارزش‌یابی افراد و گروه‌هایی که با آن‌ها ارتباط اجتماعی دارند، قرار دارد انسان در حالتی کلی به شدت تحت تاثیر و وابسته اجتماع همکاران خود است (صدائتی فرد، ۱۳۸۷) از جمله کسانی که به طور مستقیم با مدیران دانشگاه‌ها سر و کار دارند، مدرسان هستند که بهترین داوران درباره درجه کاربرد خردورزی در فرآیندهای ارتباط اجتماعی مدیران هستند. هیچ مطالعه مستقیمی در رابطه با موضوع فرزانه‌گی ارتباطی مشاهده نگردیده است ولی در پیشینه تحقیق به بیان مطالعاتی که به طور غیرمستقیم با موضوع ربط پیدا می‌کنند پرداخته شده است.

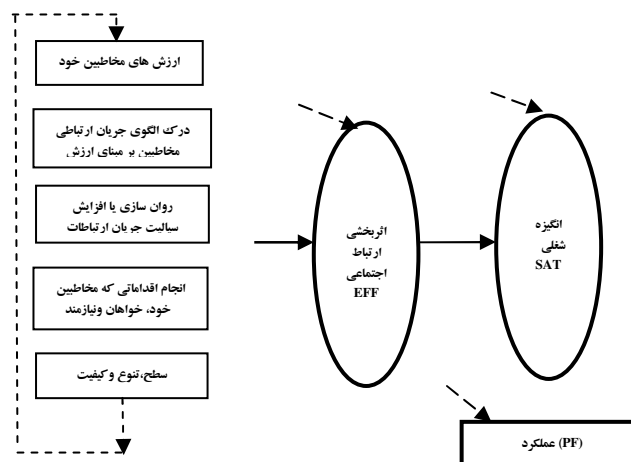
بیان مسأله

نحوه ارتباط اجتماعی بین انسان‌ها تاثیر فراوانی بر بهره‌وری آنان خواهد گذاشت. مهم‌ترین مشکلات جهان امروز از عدم ارتباطات صحیح سرچشمه گرفته است به طوری که با توجه به بررسی کتاب‌ها و مجلات تخصصی، اصلی‌ترین علت چالش‌های موجود در جهان ارتباطات نادرست تلقی می‌گردد با این وصف اگر دامنه مطالعه خود را به محیط دانشگاهی معطوف کنیم این واقعیت هویدا می‌شود که در بسیاری از دانشگاه‌های کشور بین مدیران و مدرسان تعامل و ارتباط مناسبی وجود ندارد حتی این ضعف ارتباطی بین همکاران نیز به چشم می‌خورد. در حالی که ارتباط موثر منجر به افزایش بهره‌وری سامانه‌ها می‌شود وجود این کاستی‌های ارتباطی به عنوان یک مسأله اساسی، کارآمدی سامانه‌های آموزشی و پژوهشی را به طور چشم‌گیری کاهش داده است. برای حل نظام‌مند چنین مشکلی باید بررسی شود که مراودات و تعاملات مدیران دانشگاهی تا چه حدی از خردورزی و عقلانیت در ارتباط اجتماعی برخوردار است. فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی، در واقع درجه استفاده از عصاره‌ی اصول تفکر ناب در تعاملات بین فردی را بررسی می‌کند و برای سنجش آن راهی جز کاربرد مفاهیم قابل فهم وجود نخواهد داشت. براساس بررسی‌های اولیه انجام شده توسط محقق مشخص گردید که کاربرد اصول تفکر ناب در حوزه‌های عملیاتی مدیریت نتایج بسیار مثبتی را به بار آورده است و این ایده برای محقق به وجود آمد که آیا برای رفع مشکل ارتباط اجتماعی می‌توان از اصول

تفکر ناب استفاده کرد با توجه به انتخاب الگوی فوق برای بررسی میزان خردورزی در ارتباطات اجتماعی کارکنان اصلی دانشگاه‌ها می‌بایست به سؤال‌هایی از قبیل این که: مدیران دانشگاهی تا چه حدی در ارتباطات اجتماعی خود با مدرسان به درک ارزش‌های اصلی آنان توجه می‌کنند؟ توجه و شناخت ارزش‌های طرف مقابل تا چه حدی بر اثربخشی ارتباطات آنان مؤثر است؟ فرآیند و الگوی جریان ارتباطات بین مدیران دانشگاهی و مدرسان چگونه است؟ چگونه سیال نمودن و سرعت بخشیدن به فرآیندهای ارتباطی بر اثر بخشی این جریان می‌افزاید؟ آیا استفاده از این اصول منجر به افزایش جذابیت ارتباطی بین مدیران دانشگاهی و مدرسان می‌شود؟ چگونه می‌توان این جاذبه را افزایش داد؟ آیا مدیران دانشگاهی در فرآیندهای ارتباطات اجتماعی خود با مدرسان به اصل کمال ارتباط اجتماعی توجه می‌کنند؟ به این معنی که آنان تا چه حدی به تعالی ارتباطات خود با مدرسان می‌افزایند؟ آیا کاربرد اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی بر اثر بخشی ارتباطی تاثیر می‌گذارد؟ آیا با افزایش درجه اثر بخشی ارتباطی رضایت شغلی مدرسان افزایش می‌یابد؟ آیا افزایش رضایت شغلی مدرسان بر عملکرد آنان تاثیر مثبت می‌گذارد؟

چارچوب نظری تحقیق

با توجه به مفاهیم مطرح شده در بیان مساله تحقیق چگونگی روابط بین متغیرهای موجود در نمودار شماره (۱) به نمایش گذاشته شده است.



نمودار ۱. مدل فرزانگی ارتباط اجتماعی (نویسنده)

در مدل تحلیلی فوق (فرزانگی^۱) به عنوان متغیر مستقل اصلی است که به صورت شفاف و عینی و با استفاده از پرسش نامه محقق ساخته اندازه گیری می شود.

اما e_4, e_3, e_2, e_1 به عنوان متغیرهای مداخله گر غیر مستقیمی است که تاثیر آن ها از طریق معادلات کارکردی ثابت فرض شده و با استفاده از مکانیزم طرح واریانس کنترل می شود (دونالد، ۲۰۰۸) مدل تحلیلی فوق بیان می کند، میزان استفاده از اصول فرزانگی، می تواند از طریق اثرگذاری بر درجه اثر بخشی ارتباطات اجتماعی منجر به افزایش رضایت شغلی مدرسان و از آن طریق منجر به بهبود عملکرد مدرسان گردد. در واقع فرض محقق در مدل تحلیلی این است که عملکرد واقعی یک مدرس موقعی افزایش خواهد یافت که مدیران دانشگاه ها از اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی به شکل موثر استفاده نمایند. در رابطه با سنجش رضایت که پایه و اساس مدل پیشنهادی است مطالعه ای که در ایالات متحده امریکا بر روی کارکنان بانک شهر لابلان در سال ۲۰۰۴ صورت گرفت مشخص نمود که، کارکنانی که تحصیلات پایین تری دارند اغلب کم تر از کار رضایت دارند. این خلاف یافته های کلارک و متیل است (مانویل، ۲۰۰۳، ص ۱۱۳) آزمایش های هائورن اولین تحقیق علمی دانشگاهی می باشد که سبب جلب توجه دانش مندان و مدیران به مسأله ی خردورزی ارتباطی انسان ها به عنوان عامل برانگیزاننده گردیده است. (سورج، ۲۰۰۵، ص ۲۲۱) هسته های کیفیت که در ژاپن بنام هسته های نظارت بر کیفیت خوانده می شوند تازه ترین الگوهای مشارکت و فرزانگی ارتباطات اجتماعی است (ایوانسویچ، ۲۰۰۴، ص ۷۴). هرزبرگ (جورج، ۲۰۰۸) و همکاران او در اچورث بیان می دارد که انگیزه هر فعالیت تربیتی و آموزشی، پیوند میان مدرس با محیط و ارکان آموزشی به خصوص مدیران می باشد، "پائولوفریره" در بیان اثر خردورزی در ارتباطات اجتماعی به خصوص در سامانه آموزشی می گوید ایمان داشتن و عشق و فروتنی رمز ارتباط مدرس و اعتماد متقابل در فعالیت ها می باشد (گرینبرگ، ۲۰۰۵، ص ۱۱۶) با توجه به مدل تحلیلی فوق، میزان اثر بخشی ارتباط اجتماعی، رضایت شغلی و عملکرد، متغیرهای درونزا^۲ و به عبارتی متغیرهای وابسته (اثر) در نظر گرفته شده است و متغیر میزان استفاده از اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی، به عنوان متغیر برونزا^۳ نقش ایفا می نماید. هر یک از متغیرهای موجود در مدل تحلیلی خود به عنوان یک تابع مستقل قابل تعریف است. هر فلش مستقیم یک پارامتر کارکردی حاصل

از ارتباط دو متغیر می‌باشد. با آزمون هر پارامتر از این نوع ضرایبی به دست می‌آید که قدرت (شدت) تاثیر متغیر مستقل را نشان می‌دهد در یک مدل کارکردی ضریب مسیر^۴ که همان قوت تاثیر یک متغیر بر متغیر دیگر است. به دست آمده و متغیر مداخله‌گر در هر معادله کارکردی شامل خطاهای تصادفی اندازه‌گیری متغیر مستقل و وابسته و یا خطاهای غیرتصادفی مانند تورش در مقیاس اندازه‌گیری و سنجش و یا واریانس روش می‌باشد. تجزیه و تحلیل مدل‌های معادلات کارکردی یکی از اصلی‌ترین روش‌های آنالیز داده‌های پیچیده و روابط گسترده متغیرهای دخیل در مدل می‌باشد. این روش‌های تحلیلی به معنی تجزیه و تحلیل متغیرهای مختلفی است که در یک ساختار مبتنی بر تئوری «تاثیرات متعامل و هم‌زمان» تاثیر متغیرها را بر هم نشان می‌دهد. این روش‌شناسی ترکیب ریاضی و آماری پیچیده‌ای از تجزیه و تحلیل عاملی^۵ و تحلیل مسیر^۶ است که در یک سامانه عملیاتی گرد هم آمده است، تا پدیده‌ها و روابط پیچیده متغیرهای موجود در آن‌ها را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد. هم‌چنین جهت آزمون فرضیه‌ی اصلی و نحوه‌ی ارتباط هر یک از خصیصه‌های موجود در فرضیه‌های فرعی تحقیق از روش رگرسیون بیش‌ترین استفاده به عمل آمده است.

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- میزان درک و شناخت مدیران از ارزش‌های اصلی مدرسان و تنظیم روابط بر مبنای آن بر میزان اثر بخشی ارتباطات اجتماعی آنان مؤثر است.
- ۲- میزان شناخت الگوهای جریان ارتباطی مدرسان توسط مدیران و استفاده از آن در تعاملات بین مدرس و مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان تأثیر می‌گذارد.
- ۳- میزان روان‌سازی الگوی جریان ارتباط اجتماعی بین مدیر و مدرس بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان مؤثر است.
- ۴- افزایش جذابیت ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان تاثیر می‌گذارد.
- ۵- ایجاد بهبود مستمر در الگوهای ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات اجتماعی مدرسان تاثیر می‌گذارد.

- ۶- افزایش اثربخشی ارتباطات اجتماعی منجر به افزایش میزان رضایت‌شغلی مدرسان می‌شود.
- ۷- افزایش رضایت‌شغلی مدرسان منجر به بهبود عملکرد آنان می‌گردد.

متغیرهای تحقیق

تعریف مفهومی متغیرها

فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی: فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی مفهومی جدید در علم ارتباطات است که تاکنون به شکل منسجم و چارچوب‌مند ارائه نشده است، این اصطلاح در مقابل اصطلاح ارتباط اجتماعی لجام گسیخته قرار می‌گیرد. در فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی مدیر ارتباطات خود با دیگران را بر مبنای اصولی معین که برگرفته شده از اصول تفکر ناب است تنظیم می‌نماید. بنابراین قبل از آغاز تحقیق میدانی باید اصول بنیادی و معنی‌بخش فرزانه‌گی ارتباطی به تفکیک تشریح گردد. اصل اول: تا ارزش‌ها و سلسله مراتب ارزش‌های مخاطبین ارتباط اجتماعی مدیر مشخص و شناخته نشود، برقراری هرگونه ارتباطی به احتمال زیاد مؤثر نخواهد بود. اصل دوم: تا الگوی جریان ارتباطات بین افراد به وسیله مدیر شناخته نشده و مستند نگردد ارتباط اجتماعی مؤثر اتفاق نخواهد افتاد (گرینبرگ، ۲۰۰۵). اصل سوم: باید میزان سیال بودن الگوی ارتباط اجتماعی مدیر با مخاطبین به طور دقیق مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفته و متغیرهای مؤثر شناسایی شده تا بتوان با دست کاری اندازه این متغیرها میزان سیالیت جریان ارتباطات را افزایش داد. اصل چهارم: مدیران باید همواره فعالیت‌هایی را به عمل آورند تا مخاطبین انگیزه‌های ارتباط اجتماعی خود را با میل و رغبت افزایش دهند و خواهان ارتباطات اجتماعی بیش‌تری باشند. اصل پنجم: استفاده از سامانه یادگیری چند حلقه‌ای منجر به بهبود دایمی در فرآیند ارتباطات و تعالی آن هم از نظر سطح و هم تنوع جریان‌های ارتباطی خواهد شد.

انگیزه‌ی شغلی: انگیزه‌ی شغلی عبارت است از " میزان میل و رغبت مدرسان در انجام وظایف شغلی‌شان در یک دوره زمانی معین (کیندتز، ۱۳۸۷)

اثربخشی ارتباطی: اثربخشی ارتباطی به درجه‌ی درک متقابل طرفین در تعامل دو سویه در یک سامانه ارتباطی گفته می‌شود که گیرنده پیام مفهوم پیام ارسالی را ادراک می‌کند.

هرچه ادراک گیرنده از منظور فرستنده پیام بیش تر بوده و در راستای آن عمل کند اثر بخشی ارتباطی بیش تر خواهد بود (چلبی، ۱۳۷۸)

عملکرد: عملکرد منابع انسانی (استادان) به شیوه‌ی انجام وظایف منابع انسانی در راستای اهداف سازمانی گفته می‌شود (صبوری، ۱۳۸۱، ص ۲۴) در تحقیق حاضر برای ارزیابی عملکرد هر یک از نمونه‌های آماری از نتیجه فرم ارزیابی واحد نظارت و سنجش و نظرخواهی از مدیران و همکاران استفاده خواهد شد.

تعریف عملیاتی متغیرها

الف: متغیرهای مستقل

۱- ارزش: میزان درک و شناخت ارزش‌های مخاطبین از طرف مدیر که در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از درک ارزش‌ها با اندازه خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

۲- جریان ارزش: میزان درک الگوی جریان ارتباطی مخاطبین بر مبنای ارزش‌های اصلی شناخته شده آن‌ها از طرف مدیر که در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از درک الگوی جریان ارتباطی ارزش‌ها با اندازه خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

۳- سیالیت: روان‌سازی یا افزایش سیالیت جریان ارتباطات بین افراد متعامل از طرف مدیر که در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از میزان روان بودن جریان ارتباطی خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

۴- جاذبه: انجام اقداماتی که مخاطبین خود، خواهان و نیازمند برقراری ارتباط بیش تر باشند. یا میزان جذابیت. که در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از جذابیت ارتباطی خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

۵- کمال: تعالی ارتباطی (سطح، تنوع و کیفیت ارتباطات) میزان بهبود مستمر در اجزای تشکیل دهنده سامانه ارتباطی که در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از بهبود ارتباطی خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

ب: متغیرهای وابسته

اثر بخشی ارتباط اجتماعی: اثر بخشی ارتباط اجتماعی به درجه‌ی درک متقابل طرفین در تعامل دو سویه در یک سامانه ارتباطی گفته می‌شود که گیرنده پیام مفهوم پیام ارسالی را ادراک می‌کند. هرچه ادراک گیرنده از منظور فرستنده پیام بیش تر بوده و در راستای آن

عمل کند اثربخشی ارتباطی بیش تر خواهد بود. این متغیر در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از میزان اثربخشی ارتباطی خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

عملکرد: عملکرد منابع انسانی (استادان) به شیوه‌ی انجام وظایف منابع انسانی در راستای اهداف سازمانی گفته می‌شود. که در تحقیق حاضر برای ارزیابی عملکرد هر یک از نمونه‌های آماری از نتیجه فرم ارزیابی واحد نظارت و سنجش و نظرخواهی از مدیران و همکاران استفاده خواهد شد. چگونگی تعامل اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی، اثربخشی ارتباطی و انگیزه شغلی کارکنان (به طور خاص استادان دانشگاه) در مدل تحلیلی تحقیق نمودار شماره (۱) به نمایش گذاشته شده است.

انگیزه‌ی شغلی: به درجه میل و رغبت مدرس در رابطه با انجام وظایف شغلی گفته می‌شود که در یک مقیاس پنج فاصله‌ای از انگیزه‌ی بسیار کم تا انگیزه‌ی بسیار زیاد سنجیده می‌شود.

روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر تحلیلی- علی است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری رسانیدن به فرایند تصمیم‌گیری (لوتاس، ۲۰۰۷) باشد.

جامعه‌ی آماری، نمونه‌ی آماری و ابزار گردآوری داده‌ها

مدرسان دانشگاه‌های استان گیلان جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر را تشکیل می‌دهند. و با استفاده از رابطه:

$$n = \frac{(z_{1-\alpha/2})^2 \rho \cdot (1-\rho)}{E^2} = 140$$

و با خطای پیش‌بینی ۸٪ و ضریب اطمینان ۹۵٪ تعداد ۱۴۰ نمونه مشخص گردید، اعتبار پرسش‌نامه از طریق تکنیک دلفی تأیید گردید و پایایی آن نیز با استفاده از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ با ضریب پایایی ۹۲٪ تأیید شد. پس از توزیع پرسش‌نامه‌های تحقیق از این تعداد، ۱۲۰ پرسش‌نامه برگشت داده شد و در تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

آزمون فرضیه‌ی اول:

میزان درک و شناخت مدیران از ارزش‌های اصلی مدرسان و تنظیم روابط اجتماعی بر مبنای آن بر میزان اثربخشی ارتباطات آنان مؤثر است.

نتیجه آزمون فرضیه اول:

باتوجه به ضریب تعیین $0/626$ برای دو متغیر درک ارزش و اثربخشی ارتباط اجتماعی. و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون $EFF = 0/807 + 0/791V$ که در سطح اطمینان $0/95$ با $Sig(0/000)$ معنی‌دار می‌باشد، مشخص گردید که درک دقیق ارزش‌های مدرسان و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباط اجتماعی خواهد شد.

آزمون فرضیه‌ی دوم:

میزان شناخت الگوهای جریان ارتباطی مدرسان توسط مدیران و استفاده از آن در تعاملات بین مدرس و مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان تاثیر می‌گذارد.

نتیجه‌ی آزمون فرضیه‌ی دوم:

باتوجه به ضریب همبستگی $0/791$ برای دو متغیر درک ارزش و اثر بخشی ارتباطی. و بادر نظر گرفتن معادله رگرسیون $EFF = 0/633 + 0/841VS$ که در سطح اطمینان $0/95$ با $Sig(0/000)$ معنی‌دار می‌باشد شناخت الگوهای جریان ارتباطی مدرسان توسط مدیران و استفاده از آن در تعاملات بین مدرس و مدیر بر میزان اثربخشی ارتباطات مدرسان تاثیر می‌گذارد.

آزمون فرضیه‌ی سوم:

میزان روان‌سازی الگوی جریان ارتباطی بین مدیر و مدرس بر میزان اثربخشی ارتباطات آنان مؤثر است.

نتیجه آزمون فرضیه‌ی سوم:

با توجه به ضریب همبستگی $0/883$ برای دو متغیر روان سازی و اثربخشی ارتباطی. و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون $EFF = 0/471 + 0/883FL$ که در سطح اطمینان $0/95$

با Sig (۰/۰۰۱) معنی دار می باشد، مشخص گردید که روان سازی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد. آزمون فرضیه ی چهارم:

افزایش جذابیت ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثربخشی ارتباطات بین مدرسان و مدیران تاثیر می گذارد.

نتیجه آزمون فرضیه ی چهارم:

با توجه به ضریب هم بستگی ۰/۸۶۶ برای دو متغیر جذابیت ارتباطی و اثربخشی ارتباطی. و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون $EFF = 0/589 + 0/866 FL$ که در سطح اطمینان ۰/۹۵ با Sig (۰/۰۰۰) معنی دار می باشد، مشخص گردید که جذابیت جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد.

نتیجه آزمون فرضیه ی پنجم:

با توجه به ضریب هم بستگی ۰/۸۶۶ برای دو متغیر جذابیت ارتباطی و اثربخشی ارتباطی. و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون $PER = 0/784 + 0/686 EFF$ که در سطح اطمینان ۰/۹۵ با Sig (۰/۰۰۰) معنی دار می باشد، مشخص گردید که تعالی بخشیدن جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد.

آزمون فرضیه ی ششم :

افزایش اثر بخشی ارتباطات منجر به افزایش میزان رضایت شغلی مدرسان می گردد.

نتیجه آزمون فرضیه ی ششم:

با توجه به ضریب هم بستگی ۰/۸۲۰ برای دو متغیر اثربخشی ارتباطی و رضایت شغلی. و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون $SAT = 0/355 + 0/82 EFF$ که در سطح اطمینان ۰/۹۵ با Sig (۰/۰۰۰) معنی دار می باشد، مشخص گردید که با افزایش درجه اثربخشی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن رضایت شغلی آنان افزایش می یابد.

آزمون فرضیه‌ی هفتم:

افزایش رضایت شغلی مدرسان منجر به بهبود عملکرد آنان می‌گردد.

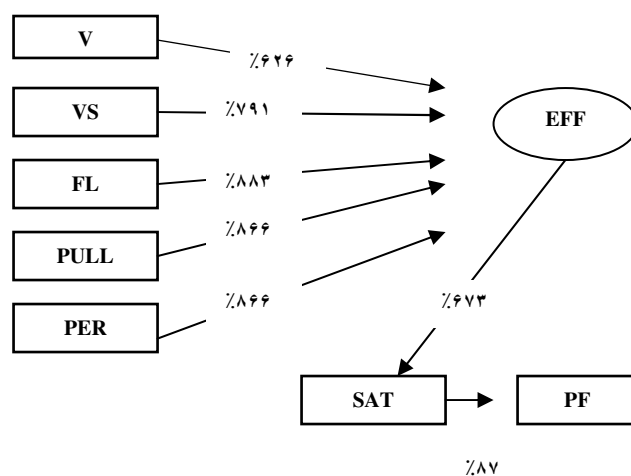
نتیجه آزمون فرضیه‌ی هفتم:

باتوجه به ضریب تعیین $0/820$ برای دو متغیر عملکرد شغلی و رضایت شغلی. و بادر نظر گرفتن معادله رگرسیون $SAT = 0/355 + 0/933 PF$ که در سطح اطمینان $0/95$ با $Sig (0/000)$ معنی‌دار می‌باشد، مشخص گردید که با افزایش درجه رضایت شغلی میزان عملکرد شغلی مدرسان بهبود می‌یابد.

آزمون کلی مدل

فرزانگی ارتباطی از طریق اثرگذاری بر میزان اثربخشی ارتباطات و رضایت شغلی مدرسان بر عملکرد آنان تاثیر می‌گذارد.

تا توجه به ضریب تعیین $0/905$ برای متغیرهای مستقل و وابسته رابطه متغیرها در سطح اطمینان $0/95$ معنی‌دار می‌باشد، بنابراین فرزانگی ارتباطی از طریق اثرگذاری بر میزان اثربخشی ارتباطات و رضایت شغلی مدرسان بر عملکرد آنان تاثیر می‌گذارد. با در نظر گرفتن محاسبات انجام شده می‌توان الگوی معادلات ساختاری معرف‌های (اصول) فرزانگی ارتباطی را به شرح نمودار شماره (۲) ارایه نمود.



نمودار شماره (۲): الگوی معادلات ساختاری معرف‌های (اصول) فرزانگی ارتباط اجتماعی

نمودار شماره (۲) الگوی معادلات ساختاری مربوط به مدل پیشنهادی را نشان می‌دهد. این الگو مشخص می‌کند که بین متغیرهای مندرج در مدل تفکر ناب و رضایت مدرسان رابطه وجود دارد و تعاملات پیوسته در معادلات فوق منجر به اثرگذاری بر عملکرد نهایی این افراد خواهد شد. ضرایب همبستگی محاسبه شده نشان دهنده‌ی وجود ارتباط معنی‌دار میان متغیرهای مستقل و تاثیر آن‌ها بر متغیر وابسته یعنی اثربخشی ارتباطات می‌باشد. هم چنین تحلیل همبستگی نشان می‌دهد که اثربخشی ارتباطات از طریق تاثیر بر رضایت شغلی سبب ارتقای عملکرد مدرسان می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

مقاله در پی بیان و معرفی یک دیدگاه جدید بوده است. تا با استفاده از اصول تفکر ناب که در صنعت و تولید آثار مثبتی به بار آورده بود، کاربرد این اصول را در ارتباطات اجتماعی و انسانی به محک آزمون بگذارد. و از آن پس نام این اصول، اصول فرزانگی ارتباطی گذاشته شد. این اصول در رابطه با ارتباطات بین مدیران دانشگاهی و مدرسان به شکل زیر تعریف و تبیین گردید: اصل اول: تا هنگامی که ارزش‌ها و سلسله مراتب ارزش‌های مخاطبین ارتباط اجتماعی مدیر مشخص و شناخته نشود، برقراری هرگونه ارتباط اجتماعی به احتمال زیاد موثر نخواهد بود. اصل دوم: تا الگوی جریان ارتباطات بین افراد به وسیله مدیر شناخته نشده و مستند نگردد ارتباط مؤثر اتفاق نخواهد افتاد. اصل سوم: میزان سیال بودن الگوی ارتباطی مدیر با مخاطبین به طور دقیق مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفته و متغیرهای مؤثر شناسایی شود تا بتوان با دست کاری اندازه‌ی این متغیرها میزان سیالیت (روان سازی) جریان ارتباطات را افزایش داد. اصل چهارم: مدیران همواره فعالیت‌هایی را به عمل آورند تا مخاطبین انگیزه‌های ارتباطی خود را با میل و رغبت افزایش دهند و خواهان ارتباطات بیش‌تری باشند. اصل پنجم: استفاده از سامانه یادگیری چند حلقه‌ای منجر به بهبود دایمی در فرآیند ارتباطات و تعالی آن هم از نظر سطح و هم تنوع جریان‌های ارتباطی خواهد شد. برای نشان دادن موثر بودن کاربرد این الگو راهی جز اجرای یک تحقیق میدانی وجود نداشت و این کار با تلاش پیگیر به عمل آمد و نتایج حاصل از تحقیق انجام گرفته به این قرار بوده است. درک دقیق ارزش‌های مدرسان و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباط

اجتماعی خواهد شد. شناخت الگوهای جریان ارتباطی مدرسان توسط مدیران و استفاده از آن در تعاملات بین مدرس و مدیر بر میزان اثربخشی ارتباطات مدرسان تاثیر می‌گذارد. روان‌سازی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد. جذابیت جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد. تعالی بخشیدن جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد. با افزایش درجه اثربخشی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن رضایت شغلی آنان افزایش می‌یابد. و با افزایش درجه رضایت شغلی میزان عملکرد شغلی مدرسان بهبود می‌یابد.

محدودیت‌های تحقیق

محدودیت‌های تحقیق فوق نیز شامل: عدم اطمینان پاسخ‌گویان برای پاسخ به سؤال‌ها بوده که به دلیل ویژگی‌های محیط دانشگاهی بروز نموده است و جهت رفع آن توضیحات لازم برای افزایش اعتماد پاسخ‌گویان ارائه گردید، یکی دیگر از محدودیت‌های موجود در فرایند تحقیق دشواری در تنظیم وقت مصاحبه و توزیع پرسشنامه‌ها بود که از طریق برقراری ارتباط مناسب و هماهنگی قبلی در زمان‌های مورد قبول اعضای هیأت علمی مشکل فوق بر طرف شد.

پیشنهادها

پیشنهادها بر مبنای آزمون فرضیه‌های تحقیق: براساس نتیجه فرضیه اول تحقیق با استفاده از پرسش‌نامه‌های شخصیت نسبت به شناخت ارزش‌ها و سلسله مراتب آنها در کارکنان اقدام شود براساس نتیجه فرضیه دوم تحقیق الگوهای مسیر ارتباطی کارکنان و راه‌های روان‌سازی آن برای هر یک از مدرسان شناسایی و مستند شود هم چنین براساس نتایج فرضیه‌های سوم تا هفتم تحقیق با استفاده از تکنیک‌های توسعه کمال‌گرایی در منابع انسانی موجبات افزایش انگیزش و متعاقب آن عملکرد مطلوب را در سازمان برقرار نمود با توجه به آزمون کلی مدل تحقیق و معنی‌داری آن در سطح ۹۵ درصد برای تحقیقات آتی تا اندیشمندان مدیریت و ارتباطات سازمانی در زمینه تعمیق و توسعه مدل ارائه شده تحقیقات میدانی بیش‌تری به عمل آورند.

زیر نویس ها

- 1-wisdom 2- Endogenous 3-Exogenous 4-Path Coefficient
5-Factor Analysis 6- Path Analysis

منابع

- ۱- جلیلی، هادی، کناکش آرا در جامعه شناسی، نشر نی، ۱۳۸۶.
 - ۲- چلیبی، جامعه شناسی نظم، نشر نی ۱۳۸۷.
 - ۳- چاوشیان و گیدنز، جامعه شناسی، انتشارات نی ۱۳۸۷.
 - ۴- صیوری، منوچهر، جامعه شناسی سازمان ها، نشر شب تاب، ۱۳۸۸.
 - ۵- صداقتی فرد، مجتبی، جامعه شناسی، انتشارات ارسباران، ۱۳۸۸.
 - ۶- قرایی مقدم، امان اله، مبانی جامعه شناسی، انتشارات ابجد، ۱۳۸۸.
 - ۷- قنادان، منصور. جامعه شناسی مفاهیم کلیدی، انتشارات آوای نور، ۱۳۸۸.
 - ۸- نوروزی، امیر. نظریه های جامعه شناسی و فلسفه های نوین تاریخ، انتشارات حق شناس، ۱۳۸۷.
- 9-Donald. Harvey & Donald R. Brown,(2008) "An Experiential Approach To Organizational Development" , Third Ed.
- 10-F. Luthans and R. Kreitner,(2007) Organizational Behavior Modification and Beyond, IU. : Scott Foresman.
- 11-George G. Gordon and W.M. Cummins, (2008) Managing Manageent Climate, Lexington, Mass.: Lexington Books.
- 12-Greenberg, Jerald. & Robert A. Baron, (2005) " Behavior In Organizations. , understanding. & Managing, The Human Side of Work, Fifth Edition, Prentice Hall, Inc.
- 13-Ivancevich , j.M. & M.T.Matteson, (2004) "Stress and Work.
- 14-J.W. Lorsch & T.J Morise,(2005) "Organizational And Their Members", New York, Harper & Row .
- 15-Manuel Jose(2003)´ Vilares and Pedro Simões Coelho 2003" The employee-customer satisfaction chain in the ECSI model" European Journal of Marketing Vol. 37 No. 11/12.
- 16-Casson, Mark,(2003) The Economics Of Business – Culture, game, Theory. Transaction, Cost & Economic – Performance.
- 17-Sharanjit Uppal (2005) "Disability, workplace characteristics and job satisfaction" International Journal of Manpower Vol. 26 No. 4.
- 18-Steers, R.M. & Porter.L.W. ,(2007) "Motivation and work – Behavior McGraw Hill, International Edition.
- 19-Randell, G, P Packard and J Slater ,(2007) Staff Appraisal, London: Institute of Personnel Management .