

بررسی رابطه نگرش شغلی و توانمندسازی و ارائه مدل مفهومی برای توانمندسازی روزنامه نگاران روزنامه‌های سراسری چاپ تهران

امید جهانشاهی^۱ / محمد سلطانی‌فر^۲ / علی دلاور^۳ / حسن خجسته^۴

تاریخ پذیرش نهایی: مرداد ۹۷

تاریخ دریافت مقاله: آذر ۹۶

چکیده

سازمان‌ها به منظور رقابت نیازمند نیروی انسانی متخصص، مصمم و تصمیم‌گیر هستند. از این رو، در دو دهه اخیر، توانمندسازی نیروی انسانی به یکی از مباحث کلیدی برای سازمان‌های پیش‌تاز تبدیل شده است. یکی از عوامل کلیدی در توانمندسازی نگرش شغلی است. نگرش شغلی سه نوع نگرش را شامل می‌شود: رضایت شغلی، تعهد سازمانی و وابستگی شغلی. این سه نوع نگرش در میان روزنامه‌نگاران که ارزشیابی نسبت به جنبه‌های مختلف حرفه‌شان را در بر می‌گیرند، بر عملکرد حرفه‌ای تاثیر می‌گذارند. بر این اساس هدف این تحقیق، بررسی رابطه این نگرش با توانمندسازی است.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شده است. به این ترتیب که ۱۴ روزنامه از ۵۸ روزنامه سراسری چاپ تهران انتخاب شدند و بین خبرنگاران‌شان پرسشنامه توزیع شد که در نهایت ۲۵۶ پرسشنامه تکمیل شد و مبنای تحقیق قرار گرفت. از نرم‌افزار SPSS برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

در این تحقیق مشخص شد بین نگرش شغلی و توانمندسازی رابطه معنی‌داری وجود دارد و متغیرهای سبک رهبری و تاثیرگذاری بر جامعه قوی‌ترین رابطه را با توانمندی روزنامه نگاران دارند. همچنین یافته‌های توصیفی نشان داد از میان متغیرهای رضایت شغلی، وضعیت حقوق و دستمزد در بدترین حالت قرار دارد.

واژگان کلیدی: توانمندسازی، نگرش شغلی، روزنامه نگاران، رضایت شغلی، تعهد سازمانی.

-
- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
 - ۲- دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: msoltanifar@yahoo.com
 - ۳- استاد گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
 - ۴- استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

مقدمه

از دهه ۱۹۹۰ تاکنون، توانمندسازی از جمله مباحث نوینی بوده که مورد توجه پژوهشگران عرصه مدیریت، روانشناسی صنعتی و سازمانی قرار گرفته است. به عقیده این پژوهشگران داشتن نیروی انسانی توانمند و کارآمد که بنیاد ثروت و دارایی‌های حیاتی سازمان به حساب می‌آیند، منافع بسیار زیادی برای کلیه مؤسسات و سازمان‌ها خواهد داشت (عبداللهی، ۱۳۸۴، ص ۷۶). توانمندسازی در مدیریت نیز بعد از شکل‌گیری نهضت روابط انسانی و مطرح شدن مسائلی مختلف برای ارتقاء شرایط انسانی کار مطرح شد. به طور کلی از ۱۹۸۰ به بعد این مفهوم در مطالعات متعددی مورد بررسی و مطالعه دانشمندان قرار گرفت از جمله کانگر و کانگو، اسپریتزر، توماس و ولتهوس، کنت بلانچارد، جان پی کارلوس و راندلف» (میری و سبزیکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۱۹)

دلیل اقبال سازمان‌ها به این مقوله نوظهور، تغییرات عصر حاضر در عرصه بازار و فناوری است که سازمان‌ها را به تغییر در نگرش سازمان‌ها به نیروی انسانی شده و از این رو توانمندسازی مورد توجه قرار گرفته است. چراکه توانمندسازی با پرورش کارکنان با انگیزه و توانا به مدیران این امکان را می‌دهد که در برابر پویایی‌های محیط رقابتی به سرعت و به طور مناسب عمل نموده و موجبات برتری رقابتی را فراهم آورند. از اینرو امروزه منابع انسانی بزرگ‌ترین دارایی هر سازمان است و این مهم در سازمان‌های خبری دو چندان می‌شود چراکه سرعت تحولات محیطی در این صنعت بسیار زیاد بوده است به طوری که در دهه اخیر از صنعت رسانه به عنوان «صنعت در حال ظهور» یاد می‌شود. از سوی دیگر، رسالت اصلی رسانه‌ها اطلاع رسانی سریع و دقیق، آگاهی بخشی عمومی و همبستگی اجتماعی است و تحقق این اهداف در گرو سازمان‌های رسانه‌ای توانمند و کارآمد است. امروزه سازمان‌های رسانه‌ای در محیطی به شدت رقابتی فعالیت می‌کنند و این امر ضرورت نوآوری در سبک و سرعت عمل خبرنگاران را به روشنی نشان می‌دهد.

چراکه خروجی و محصول این سازمان‌ها نسبت مستقیمی با خلاقیت‌های فردی و نوآوری‌های حرفه‌ای خبرنگاران دارد. به تعبیر پیتر هوران «سازمان‌های رسانه‌ای میانه محورند» (Moser-Wellman, 2007, p 8) منظور وی از این سخن این است که نقش اصلی و کلیدی بر عهده مدیران میانی و حرفه‌ای خبرنگار است. در واقع توانمندی خبرنگاران است که سازمان رسانه‌ای را توانمند می‌سازد و از این روست که امروزه سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ به ضرورت اعطای اختیار به خبرنگاران و ایجاد گروه‌های خبری خودگردان پی برده‌اند. به دیگر سخن، ضرورت مواجهه با تحولات فناوری ارتباطی و رقابت رسانه‌ای و نیز چابک‌سازی خبرنگاران، توانمندسازی آنهاست. «توانمندسازی نیروی انسانی ابزاری محسوب می‌شود که مدیران به وسیله آن قادر خواهند بود به نحوی کارآمد سازمان‌های امروزی و با ویژگی‌هایی مانند رشد اتکا به ساختار افقی و شبکه‌ای؛ کاهش فاصله کارکنان از مدیران اداره کنند.» (انصاری و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۱۰۹).

هم‌چنین رشد فناوری‌های جدید ارتباطی و رسانه‌های جدید و اجتماعی در جامعه باعث شده تا سازمان‌های رسانه‌ای ناگزیر به تدوین استراتژی به منظور ساز و کارهای تازه‌ای از کسب و کار رسانه‌ای باشند. این مهم بی‌تردید حاکی از نقش محوری خبرنگارانی توانمند است تا در قالب گروه‌های خودگردان بتوانند مستقل و چابک و سریع تولید محتوا کنند.

مبانی نظری

تعاریف توانمندسازی

ابعاد چندگانه توانمندسازی آن را به مفهومی مشکل برای تعریف تبدیل کرده است. به طور فزاینده‌ای نویسندگان از لغات متفاوتی برای توصیف رویکردهای مشابه استفاده کرده‌اند. سولیوان (۱۹۹۴) نشان می‌دهد تا قبل از ۱۹۹۰ توانمندسازی فقط از طریق مقالاتی که درباره موضوعاتی هم‌چون مدیریت مشارکتی، کنترل کیفیت جامع، توسعه فردی، دوایر

می‌کنند، یا نتایجی که تولید می‌شود، تغییر ایجاد کنند. پذیرفتن شخصی نتیجه، عبارت است از اعتقادات فرد در یک مقطع مشخص از زمان در مورد توانایی اش برای ایجاد تغییر در جهت مطلوب.

۴- معنی‌دار بودن؛ اِلبام وهانگر معتقدند، معنی دار بودن فرصتی است که افراد حساس می‌کنند اهداف شغلی مهم و با ارزشی را دنبال می‌کنند. (عبداللهی و همکاران، ۱۳۸۵، صص ۵۵-۵۴)

۵- اعتماد؛ سرانجام افراد توانمند دارای حسی به نام اعتماد هستند و مطمئن هستند که با آنان منصفانه و یکسان رفتار خواهد شد، این افراد، این اطمینان را حفظ می‌کنند که حتی در مقام زیردست نیز نتیجه نهایی کارهایشان منصفانه خواهد بود. (وتن، ۱۹۹۶، به نقل از محمدی، بغدادی، ۱۳۹۲)

نگرش شغلی

نگرش فرد نسبت به کارش نشان دهنده ارزشیابی منفی یا مثبتی است که وی درباره جنبه‌های محیط کاری اش دارد. تحقیقاتی که در رفتار سازمانی وجود دارد در رابطه با سه نوع نگرش است: رضایت شغلی، تعهد سازمانی و وابستگی شغلی.

الف - رضایت شغلی: رضایت شغلی به نگرش کلی فرد درباره شغلش اطلاق می‌شود. کسی که رضایت شغلی او در سطح بالا باشد به کارش نگرش مثبت دارد ولی کسی که از کارش ناراضی است نگرشش نسبت به شغلش منفی است. یک سازمان می‌تواند با ارائه کارهای هم‌آورد طلب به کارکنان (شغل غنی)، برقراری سیستم حقوق و مزایای عادلانه، فراهم نمودن شرایط کاری مناسب، برقراری ارتباطات مناسب، شیوه رهبری مناسب، برقراری تناسب بین شغل و شاغل رضایت شغلی افراد را بالا ببرد. (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۴۲) در زمینه بررسی رضایت شغلی، متغیرهای پنج گانه موجود در پرسشنامه مینه سوتا مبنای تحقیق قرار گرفتند که البته بجز متغیر نوع شغل که برای این تحقیق چندان مناسب نبود، چهار متغیر دیگر یعنی: حقوق و دستمزد، جو سازمانی، پیشرفت شغلی، سبک رهبری مبنای بررسی رضایت شغلی قرار گرفتند. بر اساس تعریف

کیفیت و برنامه ریزی استراتژیک تدوین شده بود، قابل دسترسی بود. از دهه ۱۹۹۰ شمار مقالاتی با عنوان «توانمندسازی» افزایش یافت (Honald, 1997, p 202). در سال‌های اخیر کاربرد این واژه در سازمان‌ها گسترش یافته بطوری که از آن به عنوان شعار رایج مدیریتی در اوایل دهه ۱۹۹۰ یاد می‌کنند. پرکینز و زیمرمن در مقاله «توانمندسازی، تحقیقات و کاربرد» تصریح کرده اند که تعاریف توانمندسازی بسیار گسترده و متنوع است و محققان در مورد تعریف واحدی به اجماع نرسیده اند و در تحقیقشان کوشیده‌اند که تعاریف متنوع محققان را درک کنند و تا آنجا که ممکن است روشن‌تر سازند تا خواننده بتواند مفهوم‌سازی مقالات متعدد محققان را با یکدیگر مقایسه کند. تئوری‌های توانمندسازی هم شامل فرایندها و هم نتایج و دستاوردها می‌شود و اعمال، فعالیت‌ها و ساختارهایی را پیشنهاد می‌دهد که ممکن است در توانمندسازی موثر باشند. (Perkins, Zimmerman, 1995, p 2).

ابعاد توانمندسازی

در یکی از بهترین مطالعات انجام شده در زمینه توانمندسازی توسط اسپریتزر، چهار بعد برای توانمندسازی شناسائی شد. بعدها براساس مطالعات میشر، یک بعد دیگر نیز به آن افزوده شد و پنج بعد کلیدی توانمندسازی شکل گرفت. پنج بُعد کلیدی توانمندسازی عبارت است از:

۱- احساس خود اثربخشی یا شایستگی؛ احساس شایستگی به این معنا است که کارکنان اعتقاد دارند مهارت و توانایی لازم را برای انجام کارهای خود دارند.

۲- احساس خودسامانی؛ هنگامی که افراد به‌جای اینکه با اجبار در کاری درگیر شوند یا دست از آن کار بکشند، خود داوطلبانه در وظایف خویش درگیر شوند، احساس خودسامانی می‌کنند.

۳- پذیرفتن شخصی نتیجه؛ افراد توانمند احساس کنترل شخصی بر نتایج دارند. آنان براین باورند که می‌توانند با تحت تأثیر قرار دادن محیطی که در آن کار

۱- عوامل سراسری سازمان، یعنی متغیرهایی که به طور وسیع در مورد بیشتر کارکنان صدق می‌کند، مثل حقوق و فرصت‌های ارتقا

۲- عوامل بلافصل محیط شغلی: متغیرهایی که گروه‌های شغلی را تشکیل می‌دهد، همانند شیوه سرپرستی و کیفیت روابط با همکاران، شرایط کار و محل کار

۳- عوامل محتوایی یا فعالیت‌های بالفعل شغلی: مانند قلمرو شغل (میزان تنوع، استقلال و مسؤلیت) و وضوح نقش

۴- عوامل فردی: ویژگی‌هایی که یک فرد را از دیگری متمایز می‌سازد، همچون سن، سنوات خدمت و شخصیت (اعتماد به نفس، عزم و بلوغ).

در سال ۱۹۵۱، گینزبرگ و همکارانش رضایت شغلی را از دیدگاه‌های گوناگون مورد توجه قرار دادند. آن‌ها به دو نوع رضایت شغلی اشاره کردند:

۱. رضایت درونی که از دو منبع حاصل می‌شود: اول احساس لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت عایدش می‌شود. دوم لذتی که بر اثر مشاهده پیشرفت و یا انجام برخی مسؤلیت‌های اجتماعی و به ظهور رساندن توانایی‌ها و رغبت‌های فردی به انسان دست می‌دهد.

۲. رضایت بیرونی که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و مدام در حال تغییر و تحول است. به عنوان مثال، شرایط محیط کار، میزان دستمزد و پاداش، نوع کار، و روابط موجود بین کارگر و کارفرما (کارمند و رئیس) را می‌توان نام برد. (بروس ای. شرتزر، ۱۹۹۹ به نقل از میردريکوندی، ۱۳۹۱)

تعهد سازمانی

آلن و میر(۱۹۹۷) معتقد بودند که تعهد، فرد را با سازمان پیوند می‌دهد و این پیوند احتمال ترک شغل را در او کاهش می‌دهد. آنان در تحقیقات خودشان در زمینه تعهد سازمانی طبقه بندی را ارائه دادند که در مقایسه با ابعاد تعهد سازمانی که دیگران به آن پرداخته اند، جامع تر و کامل تر است. این طبقه بندی به شرح زیر است:

جورج و جونز متغیر تاثیر اجتماعی نیز به عنوان یکی از متغیرهای رضایت شغلی در نظر گرفته شد.

ب - تعهد سازمانی: تعهد سازمانی عبارتست از وضعیتی که در آن یک کارمند با سازمان خاصی و اهدافش هویت پیدا می‌کند، خود را با آن معرفی می‌کند، و دوست دارد عضویتش را در آن سازمان حفظ کند. یک سازمان می‌تواند با مزایای قانونی و اختیاری و عدالت در پرداخت آنها، وجود فرصت‌های عادلانه رشد، وفاداری سازمان به تعهدات خود در قبال کارکنان، امنیت شغلی، طراحی مناسب شغل به میزان تعهد سازمانی بیفزاید. (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۴۳) با توجه به تعاریف و ادبیات نظری موجود در زمینه تعهد سازمانی، دو متغیر مبنای بررسی تعهد سازمانی قرار گرفتند: سازمان را معرف خود دانستن و پذیرش ارزش‌های سازمان.

ج - وابستگی شغلی: وابستگی شغلی عبارتست از میزانی که فرد شغل را معرف خود و کار یا عملکردش را موجب سربلندی و کسب حیثیت و اعتبارش می‌داند. کارکنانی که از نظر سطح وابستگی شغلی در سطح بالایی هستند به کار خود افتخار می‌کنند. وابستگی شغلی با تأخیر، غیبت و استعفای کارکنان رابطه معکوس دارد و وابستگی شغلی نیز می‌تواند با مؤلفه‌های ارائه شده در تعهد سازمانی افزایش یابد. (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۴۳) با توجه به تئوری بلاو دو متغیر مبنای بررسی وابستگی شغلی قرار گرفتند: احساس نسبت به شغل و با ارزش و مورد حمایت بودن در سازمان.

رضایت شغلی

محققان مدت‌هاست در جست و جوی تعیین علل اساسی رضایت از شغل در سازمان هستند. تاکنون آن‌ها توانسته اند به رشته‌ای از عوامل ثابت و مرتبط با رضایت شغلی دست یابند، اما دست یابی به یک الگوی جامع تجربی تحقق نیافته است. می‌توان به اختصار به چند عامل که در این زمینه از اهمیت بیشتری برخوردارند، اشاره کرد. پورتر و استیرز به چهار عامل ذیل اشاره کرده‌اند:

می‌کنند، کارکنان نیز تعهد بیشتری به سازمان و وابستگی بیشتری به شغل خود پیدا می‌کنند. شویگر و دنیسی (۱۹۹۱) نیز در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که ارتباطات دو جانبه موثر بین مدیریت و کارکنان از طریق خبرنامه‌ها، تلفن‌ها، جلسات هفتگی و ... افزایش وابستگی و تعهد شغلی کارکنان وجود دارد. امروزه مدیران سعی می‌کنند سبکی را انتخاب کنند که از تنازع و سلطه پرهیز شود زیرا پژوهش‌ها نشان می‌دهد ارتباطات موثر موجب مشارکت بیشتر کارکنان و وابستگی شغلی بیشتر می‌شود.

نظریه مبادله اجتماعی: این نظریه از بلاو است. در این نظریه، رابطه وابستگی شاغل و شغل رابطه ای همراه با احترام و اعتماد توصیف می‌شود. در هر مبادله چنانچه افراد درک کنند با ارزش و مورد حمایت هستند و مورد احترام قرار گرفته‌اند، در مقابل تعهد و وابستگی بیشتری نسبت به شغل از خود نشان می‌دهند. (رضاییان، رامین مهر، ۱۳۹۰، ص ۸۳)

روش پژوهش

روش این پژوهش با توجه به اهداف و ماهیت آن توصیفی - همبستگی است. تحقیق حاضر از نوع تحلیل ماتریس همبستگی یا کوواریانس می‌باشد. در این تحقیق از ضریب همبستگی t کندال که یک آماره ناپارامتری (در سطح سنجش رتبه ای) است، استفاده شد که برای سنجش میزان تناظر یا مطابقت بین دو مجموعه رتبه و ارزیابی معنی داری این تناظر به کار می‌رود. این آماره نشان می‌دهد که چه میزان افزایش یا کاهش در یک متغیر با افزایش و کاهش در متغیر دیگر همراه است. ضریب t کندال همواره بین -1 و $+1$ در نوسان است. اگر بین دو رتبه یا دو مجموعه رتبه توافق کامل وجود داشته باشد (دو رتبه درست همانند هم باشند) مقدار ضریب $+1$ خواهد بود. اگر بین دو رتبه یا دو مجموعه رتبه عدم توافق کامل وجود داشته باشد (دو رتبه در جهت عکس همدیگر قرار می‌گیرند، یعنی پایین‌ترین رتبه با بالاترین و بالاترین رتبه با پایین‌ترین رتبه متناظر می‌شود) مقدار ضریب -1 خواهد

۱- تعهد عاطفی: در بردارنده پیوند عاطفی کارکنان به سازمان می‌باشد. به طوری که افراد خود را با سازمان معرفی می‌کنند. در واقع این نوع تعهد از نوع وابستگی عاطفی است که بر اساس آن فرد مستخدم هویت خویش را از سازمان گرفته و به آن احساس تعلق و وابستگی کرده و از ادامه عضویت در آن لذت می‌برد. کارکنانی که تعهد عاطفی را تجربه می‌کنند در سازمان می‌مانند.

۲- تعهد مستمر: عبارت است از تعهد فرد به سازمان بر اساس درک فرد از هزینه‌های مرتبط با ترک سازمان. این تعهد فرد هزینه ترک سازمان را محاسبه می‌کند و از خود می‌پرسد که در صورت ترک سازمان چه مزایایی را از دست خواهد داد. در واقع افرادی که به شکل مستمر به سازمان متعهد هستند افرادی هستند که علت ماندن آن‌ها در سازمان نیاز آن‌ها به ماندن است.

۳- تعهد هنجاری: عبارت است از احساس اجبار اخلاقی برای ماندن در سازمان. به عبارت دیگر، افراد در سازمان می‌مانند چون احساس تکلیف می‌کنند که نباید سازمان را ترک کنند و تجربیات افراد قبل از ورود به سازمان و بعد از ورود به سازمان (مانند اجتماعی شدن سازمانی) از عوامل موثر بر آن است. در این صورت کارمند احساس می‌کند که باید در سازمان بماند و ماندن او در سازمان عمل درستی است. (میرکمالی و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۴)

مدل مایر و شورمن: به نظر مایر و شورمن تعهد سازمانی دو بعد دارد. آنها این دو بعد را تعهد مستمر (میل به ماندن در سازمان) و تعهد ارزشی (تمایل به تلاش مضاعف) نامیدند.

وابستگی شغلی

در این زمینه، روسو (۱۹۹۸) از «تقویت ادراک عضویت سازمانی» سخن گفته است. به اعتقاد وی، زمانی که عضویت سازمانی به فرد طیف گسترده ای از منابع را ارائه می‌دهد (از جمله وجهه و اعتبار، حمایت شخصی و توجه به زندگی خانوادگی) و همچنین مدیران با برقراری ارتباط موثر با کارکنان به آنها توجه بیشتری

است. se^2 خطای نمونه‌گیری قابل تحمل در محاسبه برآورد که ۰/۱ در نظر گرفته شده است. M میانگین روزنامه نگاران یک روزنامه است که در اینجا ۱۵ در نظر گرفته شده است. بر این اساس می‌توان گفت:

$$n = \frac{58 \times 32}{58 \times 15^2 \times 0.1 + 32} = \frac{1856}{130/82} \cong 14$$

در این تحقیق هر روزنامه به مثابه یک خوشه فرض شده و از میان ۵۸ روزنامه سراسری چاپ تهران، ۱۴ روزنامه انتخاب شدند و بین تمام خبرنگاران این روزنامه‌ها پرسشنامه توزیع شد که در نهایت ۲۵۶ پرسشنامه تکمیل شد و مبنای تحقیق قرار گرفت.

سوالات و فرضیات

سوال اصلی

۱- چه رابطه‌ای بین نگرش شغلی و توانمندسازی خبرنگاران وجود دارد؟

سوالات فرعی:

۲- چه رابطه‌ای بین رضایت شغلی و توانمندسازی خبرنگاران وجود دارد؟

۳- چه رابطه‌ای بین تعهد سازمانی و توانمندسازی خبرنگاران وجود دارد؟

۴- چه رابطه‌ای بین وابستگی شغلی و توانمندسازی خبرنگاران وجود دارد؟

فرضیه‌های تحقیق:

۱- بین نگرش شغلی و توانمندسازی رابطه معنی داری وجود دارد.

۲- بین رضایت شغلی با توانمندسازی خبرنگاران رابطه معناداری وجود دارد.

۳- بین تعهد سازمانی با توانمندسازی خبرنگاران رابطه معناداری وجود دارد.

۴- بین وابستگی شغلی با توانمندسازی خبرنگاران رابطه معناداری وجود دارد.

بود. در سایر چیدمان‌ها مقدار ضریب بین -۱ تا +۱ خواهد بود. اما اگر رتبه‌ها به طور کامل مستقل از هم باشند و افزایش یا کاهش در یکی با افزایش یا کاهش دیگری مرتبط نباشد، مقدار ضریب به طور متوسط برابر با صفر خواهد بود.

برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شد و از نرم‌افزار SPSS برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری در این تحقیق خبرنگاران روزنامه‌های سراسری چاپ تهران (بجز روزنامه‌های ورزشی) هستند. طبق بررسی که انجام شد ۵۸ روزنامه با توزیع سراسری در تهران منتشر می‌شود. به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز درباره افراد جامعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شد. از این روش زمانی استفاده می‌شود که «انتخاب نمونه به صورت مستقیم از اعضای جامعه ممکن نیست. کاملاً روشن است که در چنین شرایطی پژوهشگر نمی‌تواند از روش‌های تصادفی ساده، منظم یا طبقه‌ای استفاده کند. نمونه‌گیری خوشه‌ای شبیه نمونه‌گیری تصادفی ساده است باین تفاوت که در نمونه‌گیری خوشه‌ای به جای افراد، گروه‌ها به صورت تصادفی انتخاب می‌شوند. برتری نمونه‌گیری خوشه‌ای این است که این روش زمانی به کار برده می‌شود که انتخاب نمونه از اعضای جامعه مشکل یا غیرممکن است.» (دلاور، ۱۳۸۴، ص ۹۶)

همچنین روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، زمانی که حجم جامعه نامعلوم باشد نیز کاربرد دارد. فرمول‌های تعیین اندازه نمونه متفاوت است. در پژوهش‌های غیر آزمایشی (همبستگی / پیمایشی) یکی از روش‌های پرکاربرد در تعیین حجم نمونه برای روش خوشه‌ای یک مرحله‌ای فرمول زیر است:

$$n = \frac{N \times s_T^2}{N \times M^2 \times M^2 \times se^2 + s_T^2}$$

N تعداد روزنامه‌هاست که در این تحقیق تعداد روزنامه‌ها ۵۸ است. s_T^2 واریانس بین روزنامه‌ها در یک

نمونه سه تایی مقدماتی است که عدد ۳۲ به دست آمده

یافته‌ها

در این تحقیق به دلیل نرمال نبودن مشاهدات از آزمون ناپارامتری تاو بی کندال استفاده شده است. چون میزان سطح معنی داری مساوی $0/000$ و از $0/05$ کمتر است. لذا فرضیه اول تایید می‌شود و بنابر این بین نگرش شغلی و توانمندسازی روزنامه نگاران رابطه معنی داری وجود دارد. هم‌چنین میزان ضریب همبستگی تاو کندال دو متغیر برابر $0/683$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط نسبتاً قوی بین دو متغیر نگرش شغلی و توانمندسازی است. (جدول ۱)

هم‌چنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که با افزایش نگرش شغلی، توانمندی روزنامه نگاران نیز افزایش می‌یابد.

چون میزان سطح معنی داری مساوی $0/000$ و از $0/05$ کمتر است. لذا فرضیه دوم تایید می‌شود و بنابر این بین رضایت شغلی و توانمندسازی روزنامه نگاران رابطه معنی داری وجود دارد. هم‌چنین میزان ضریب همبستگی تاو کندال دو متغیر برابر $0/704$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط قوی بین دو متغیر رضایت شغلی و توانمندسازی است. (جدول ۲)

هم‌چنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که با افزایش رضایت شغلی، توانمندی روزنامه نگاران نیز افزایش می‌یابد.

چون میزان سطح معنی داری مساوی $0/000$ و از $0/05$ کمتر است. لذا فرضیه سوم تایید می‌شود و بنابر این بین تعهد سازمانی و توانمندسازی روزنامه نگاران رابطه معنی داری وجود دارد. هم‌چنین میزان ضریب همبستگی تاو کندال دو متغیر برابر $0/692$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط نسبتاً قوی بین دو متغیر نگرش شغلی و توانمندسازی است. (جدول ۳)

هم‌چنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که هرچه تعهد سازمانی بیشتر می‌شود، توانمندی روزنامه نگاران نیز افزایش می‌یابد.

چون میزان سطح معنی داری مساوی $0/000$ و از $0/05$ کمتر است. لذا فرضیه چهارم تایید می‌شود و بنابر این بین وابستگی شغلی و توانمندسازی روزنامه نگاران رابطه معنی داری وجود دارد. هم‌چنین میزان ضریب همبستگی تاو کندال دو متغیر برابر $0/752$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط نسبتاً قوی بین دو متغیر وابستگی شغلی و توانمندسازی است. (جدول ۴)

هم‌چنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که هرچه وابستگی شغلی بیشتر می‌شود، توانمندی روزنامه نگاران نیز افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری

از منظر تعهد سازمانی، طبق جدول شماره ۱ مشخص شد که حدود ۲۵ درصد از پاسخگویان در صورت مواجهه با شرایط مشابه حاضر به ترک روزنامه‌شان هستند و حدود ۷۵ درصد از پاسخگویان با درجات مختلف از ابراز علاقه تا افتخار کردن نسبت به روزنامه خود ابراز تعهد کرده‌اند. بر اساس طبقه‌بندی سه گانه‌ای که آلن و می‌ر (۱۹۹۷) که تعهد سازمانی را به سه موضوع کلی وابستگی عاطفی، درک هزینه‌ها و احساس تکلیف وابسته می‌دانند، می‌توان گفت تعهد سازمانی روزنامه نگاران از نوع تعهد عاطفی است. این تعهد در بردارنده پیوند عاطفی کارکنان به سازمان می‌باشد. به طوری که افراد خود را با سازمان معرفی می‌کنند. در روزنامه نگاری نوعی دلبستگی به نام روزنامه و برند مطبوعاتی ایجاد می‌شود و روزنامه‌نگاران پس از مدتی هویت حرفه‌ای خودشان را با نام روزنامه معرفی می‌کنند. اما بر اساس مدل مایر و شورمن که تعهد سازمانی را در دو بعد تعهد مستمر (میل به ماندن در سازمان) و تعهد ارزشی (تمایل به تلاش مضاعف) معرفی می‌کنند. باید گفت روزنامه نگاری تعهد مستمر ایجاد کرده است اما تعهد ارزشی ایجاد نکرده است.

در زمینه وابستگی شغلی باید گفت که طبق نظریه مبادله اجتماعی از بلاو در هر مبادله چنانچه افراد درک

نگار توانمندتر خواهد شد. چیزی که متأسفانه در برخی از روزنامه‌های مطرح کشور از اهمیت آن غفلت می‌شود. از اینرو توصیه می‌شود مدیران رسانه‌ای و سردبیران سبکی را در مدیریت انتخاب کنند که مبتنی بر مشارکت کارکنان باشد و از تنازع و سلطه پرهیز شود زیرا این پژوهش نشان می‌دهد ارتباطات موثر و مشارکت بیشتر کارکنان منجر به توانمندتر شدن روزنامه‌نگاران می‌شود. هم‌چنین وجود رابطه تنگاتنگ احساس تاثیرگذاری بر جامعه با توانمندی به روشنی تصریح می‌کند که برای داشتن روزنامه‌نگاران توانمند آنها باید بتوانند با انتقاد کردن، به چالش کشیدن و مطالبه‌گری از مسئولان، در عرصه عمومی و در میان افکار عمومی حضوری فعال و پررنگ داشته باشد یعنی نقش جدی در جامعه ایفا کند. همه شرایط سازمانی و محیطی باید کمک کنند تا روزنامه نگار مستعد دارای اعتبار و نام در میان افکار عمومی باشد. به اختصار می‌توان از این مدل مفهومی نتیجه گرفت که لازمه توانمند شدن روزنامه نگاران این است که به بازی گرفته شوند و دیده شوند، هم در روزنامه (بواسطه سبک رهبری) و هم در جامعه (بواسطه تاثیرگذاری). این دیده شدن و به بازی گرفته شدن برای روزنامه نگار با توانمندی او ارتباط دارد. هم‌چنین از ماتریس همبستگی متغیرها روابط و مدل مفهومی را نیز ارائه نمود. (روابط و مدل)

کنند با ارزش و مورد حمایت هستند و مورد احترام قرار گرفته اند، در مقابل وابستگی بیشتری نسبت به شغل از خود نشان می‌دهند. بر این اساس این که روزنامه نگار احساس کند روزنامه برای وی ارزش بیشتری قائل است و مورد حمایت است، با توانمندسازی وی رابطه معنی‌داری دارد و لذا مدیریت روزنامه باید روی این مساله حساب کند که توانمند کردن کارکنانش در گروه حمایت و ارزش دادن به آنهاست. محققین مختلفی از جمله شوینگر و دنیسی (۱۹۹۱) یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر وابستگی شغلی را ارتباطات دو جانبه موثر بین مدیریت و کارکنان می‌دانند. از اینرو توصیه می‌شود مدیران رسانه ای و سردبیران سبکی را در مدیریت انتخاب کنند که مبتنی بر مشارکت روزنامه نگاران باشد و از تنازع و سلطه پرهیز شود زیرا پژوهش‌ها نشان می‌دهد ارتباطات موثر موجب مشارکت بیشتر و وابستگی شغلی بیشتر می‌شود.

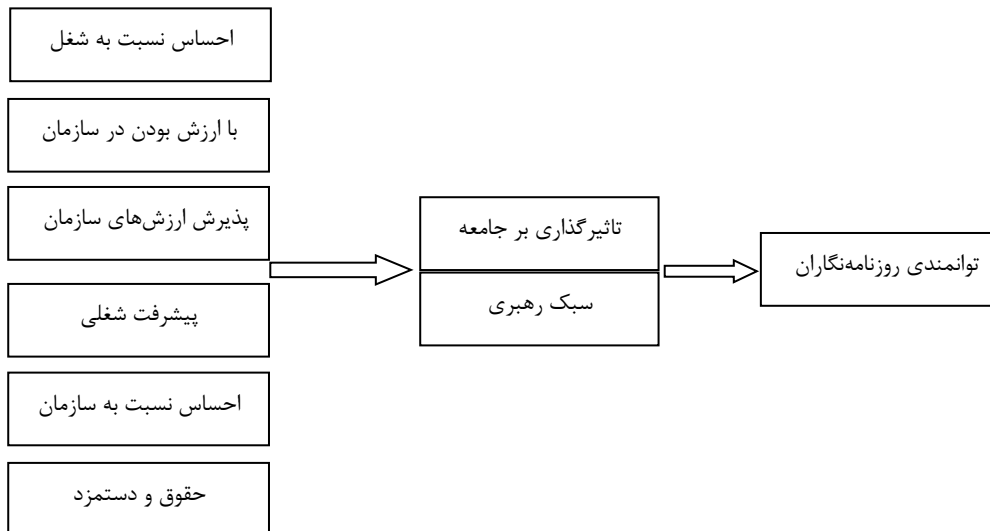
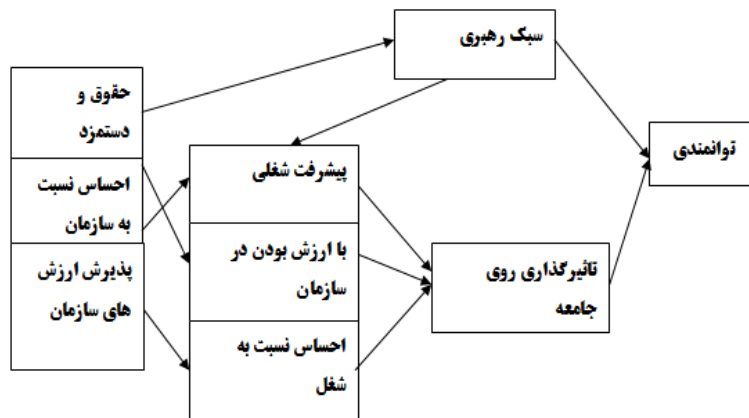
از ماتریس همبستگی متغیرها می‌توان روابط ذیل را احصا نمود و با توجه به این روابط می‌توان مدل مفهومی ذیل را ارائه داد که با توجه به مدل چند نکته قابل ذکر است:

۱- آن چنان که بسیاری از نوشته‌های روزنامه نگاران در بخش توضیحات پرسشنامه نشان می‌دهند و گفتگو با روزنامه نگارانی که پرسشنامه‌ها را پر می‌کردند و برخی از سردبیران آن را تصدیق می‌کرد، واقعیت این است که با وجود گالیله‌های آنها از حقوق و دستمزد پایین، اما مهم‌ترین مساله برای آنها احساس تاثیرگذاری بر مردم و نقش‌آفرینی در حل مشکلات مردم، بواسطه دیده شدن توسط مردم و نیز امکان بروز و ظهور استعدادهای شان و نقش داشتن در تصمیم‌گیری‌های مختلف در فرایند تولید برای روزنامه‌نگاران بسیار مهم هستند. مدل نشان می‌دهد که این دو متغیر یعنی احساس تاثیرگذاری بر جامعه و سبک رهبری با توانمندی روزنامه نگاری دارای رابطه هستند.

این مدل نشان می‌دهد هر چه سبک مدیریتی سردبیران مشارکتی‌تر باشد، تفویض بیشتر باشد روزنامه

ماتریس همبستگی متغیرها (اعداد هزارم اعشار است):

	۱س	۲س	۳س	۴س	۵س	۶س	۷س	۸س	توانمندسازی
۱س		۷۳۸	۵۰۹	۷۵۸	۴۱۵	۶۱۴	۴۲۰	۷۰۸	۷۱۶
۲س	۷۳۸		۷۳۵	۶۴۸	۶۲۸	۸۱۷	۶۵۴	۹۴۷	۸۵۷
۳س	۵۰۹	۷۳۵		۴۹۹	۶۱۱	۶۳۴	۴۸۱	۷۳۸	۵۸۰
۴س	۷۵۸	۶۴۸	۴۹۹		۵۱۸	۵۶۱	۳۵۴	۶۶۱	۷۳۴
۵س	۴۱۵	۶۲۸	۶۱۱	۵۱۸		۵۴۶	۴۷۸	۶۸۱	۳۸۶
۶س	۶۱۴	۸۱۷	۶۳۴	۵۶۱	۵۴۶		۵۵۵	۸۲۲	۶۰۵
۷س	۴۲۰	۶۵۴	۴۸۱	۳۵۴	۴۷۸	۵۵۵		۷۱۰	۴۹۰
۸س	۷۰۸	۹۴۷	۷۳۸	۶۶۱	۶۸۱	۸۲۲	۷۱۰		۸۹۵



جدول ۱ - آماره‌های آزمون همبستگی بین نگرش شغلی و توانمندسازی

تاو بی کندال		آزمون
همبستگی	سطح معنی داری	
۰/۶۸۳	۰/۰۰۰	متغیر نگرش شغلی
		توانمندسازی

جدول ۲ - آماره‌های آزمون همبستگی بین رضایت شغلی و توانمندسازی

تاو بی کندال		آزمون
همبستگی	سطح معنی داری	
۰/۷۰۴	۰/۰۰۰	رضایت شغلی
		توانمندسازی

جدول ۳ - آماره‌های آزمون همبستگی بین تعهد سازمانی و توانمندسازی

تاو بی کندال		آزمون
همبستگی	سطح معنی داری	
۰/۶۹۲	۰/۰۰۰	تعهد سازمانی
		توانمندسازی

جدول ۴ - آماره‌های آزمون همبستگی بین وابستگی شغلی و توانمندسازی

تاو بی کندال		آزمون
همبستگی	سطح معنی داری	
۰/۷۵۲	۰/۰۰۰	وابستگی شغلی
		توانمندسازی

فهرست منابع

در میان کارکنان دانشگاه تهران. دانشور (دو ماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد). سال شانزدهم. شماره ۳۹. اسفند

۸۸. قابل دسترسی در :

file:///C:/Documents%20and%20Settings/jahanshahifard.o/My%20Documents/Downloads/traning%20&%20learning%20researches-v1n39p15-fa.pdf

- Honald, Linda (1997); "A review of literature of employee empowerment"; Empowerment in Organization; Vol. 5, No.4, P.202.

- Moser-Wellman, Annette (2007). Running While the Earth Shakes Creating an Innovation Strategy to Win in the Digital Age. A Study on Innovation in the News Media. Media Management Center. Northwestern University. Retrieve in:

<http://mediamanagementcenter.sectorlink.org/research/running.pdf>

- Perkins, Douglas D; Zimmerman, Marc A (1995). Empowerment theory, research, and application. American Journal of Community Psychology; Oct 1995; 23, 5; Research Library Core. pg. 569. Retrieve in:

- انصاری، منوچهر و دیگران (۱۳۹۱). شناسایی عوامل و طراحی مدل مفهومی توانمندسازی نیروی انسانی در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. نشریه مدیریت دولتی (دوره: ۳، شماره: ۷)

- دلاور، علی (۱۳۸۴). روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی. ویراست چهارم. تهران: نشر ویرایش. چاپ هفدهم
- رایبیز، استفان (۱۳۷۸). رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها، کاربردها). ترجمه دکتر پارسائیان و دکتر اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- رضاییان، علی؛ رامین مهر، حمید (۱۳۹۰). نقش درک حمایت سازمانی در رابطه بین ارتباطات موثر و کارکردهای رفتار سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال ششم، شماره ۲۲، تابستان ۹۰، صص ۹۷-۷۹

- عبدالمهی، بیژن؛ نوه ابراهیم، عبدالرحیم (۱۳۸۵). توانمندسازی کارکنان کلید طلایی مدیریت منابع انسانی، انتشارات ویرایش.

- عبدالمهی، بیژن (۱۳۸۴). «توانمند سازی روان شناختی منابع انسانی: دیدگاه‌ها و ابعاد». مجموعه مقالات سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گروه پژوهشی صنعتی آریا.

- میری، عبدالرضا؛ سبزیکاران، اسماعیل (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی منابع انسانی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران (منطقه تهران). مجله مدیریت توسعه و تحول. سال ششم، شماره ۳.

- محمدی، محمد؛ بغدادی، هادی (۱۳۹۲). توانمندسازی. وب سایت پژوهشکده باقرالعلوم. قابل دسترسی در :

<http://www.pajoohe.com/fa/index.php?Page=definition&UID=43926>

- میردردی‌کوندی، رحیم (۱۳۹۱). شغل. رضایت شغلی و روش‌های ارزیابی آن. کتابخانه اینترنتی تبیان. قابل دسترسی در:

<http://library.tebyan.net/newindex.aspx?pid=19667&bookid=89494&pagesize=1&language=1&pageindex=0&keyword=%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8+%D8%B4%D8%BA%D9%84>

- میرکمالی، سید محمد و دیگران (۱۳۸۹). بررسی رابطه توانمندسازی روان شناختی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی