

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

دکتر شهرام گیلانی نیا\*

\* استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، گروه مدیریت، رشت، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۱۲/۰۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۰۵/۲۵

### 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 ارائه شده توسط محقق تحت عنوان مدل فرزاندگی ارتباط اجتماعی و آزمون این مدل از طریق ارزیابی تأثیرمیزان کاربرد آن توسط مدیران دانشگاه‌ها بر انگیزه‌های شغلی و عملکرد مدرسان از اهداف اساسی مطالعه و نگارش مقاله حاضر می‌باشد. جامعه آماری تحقیق مدیران و مدرسان دانشگاه‌های استان گیلان بوده‌اند. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته جمع‌آوری شده و از آزمون معنادار بودن ضریب بتا در مدل‌های ساختاری استفاده گردیده است. نتیجه 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.

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

### مقدمه

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 سرنوشت ساز و با ارزش است که به عنوان ملاک اساسی و بنیادی موفقیت و اثربخشی مدیر در جهت پیش برد اهداف عالی دانشگاه محسوب می‌گردد. هدف اصلی پژوهش جامعه‌شناسی نیز مطالعه

مهم‌ترین و اساسی‌ترین نیازی که در وجود هر انسانی به ودیعه گذاشته شده است، برقراری ارتباطات انسانی و اجتماعی است. با ارتباطات اجتماعی موثر، انسان‌ها می‌توانند همدیگر را شناخته و ارتباط بهتری برقرار سازند، این یک پدیده اجتماعی تام تلقی می‌شود (قرایی مقدم، ۱۳۸۸، ۱۶). از طریق این نیاز انسان‌ها خواسته‌های یکدیگر را درک نموده، زمینه و شرایط لازم را برای تعاملات

مشاهده نگردیده است؛ ولی در پیشینه تحقیق به بیان مطالعاتی که به طور غیر مستقیم با موضوع ربط پیدا می‌کنند پرداخته شده است.

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 می‌گردند. 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 مؤثر 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. فرزانگی ارتباط اجتماعی، در واقع درجه استفاده از عصاره اصول تفکر ناب در تعاملات بین فردی را مورد بررسی قرار می‌دهد و برای سنجش آن راهی جز کاربرد مفاهیم قابل فهم وجود نخواهد داشت. بر اساس 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 سؤالاتی 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 اثر بخشی 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

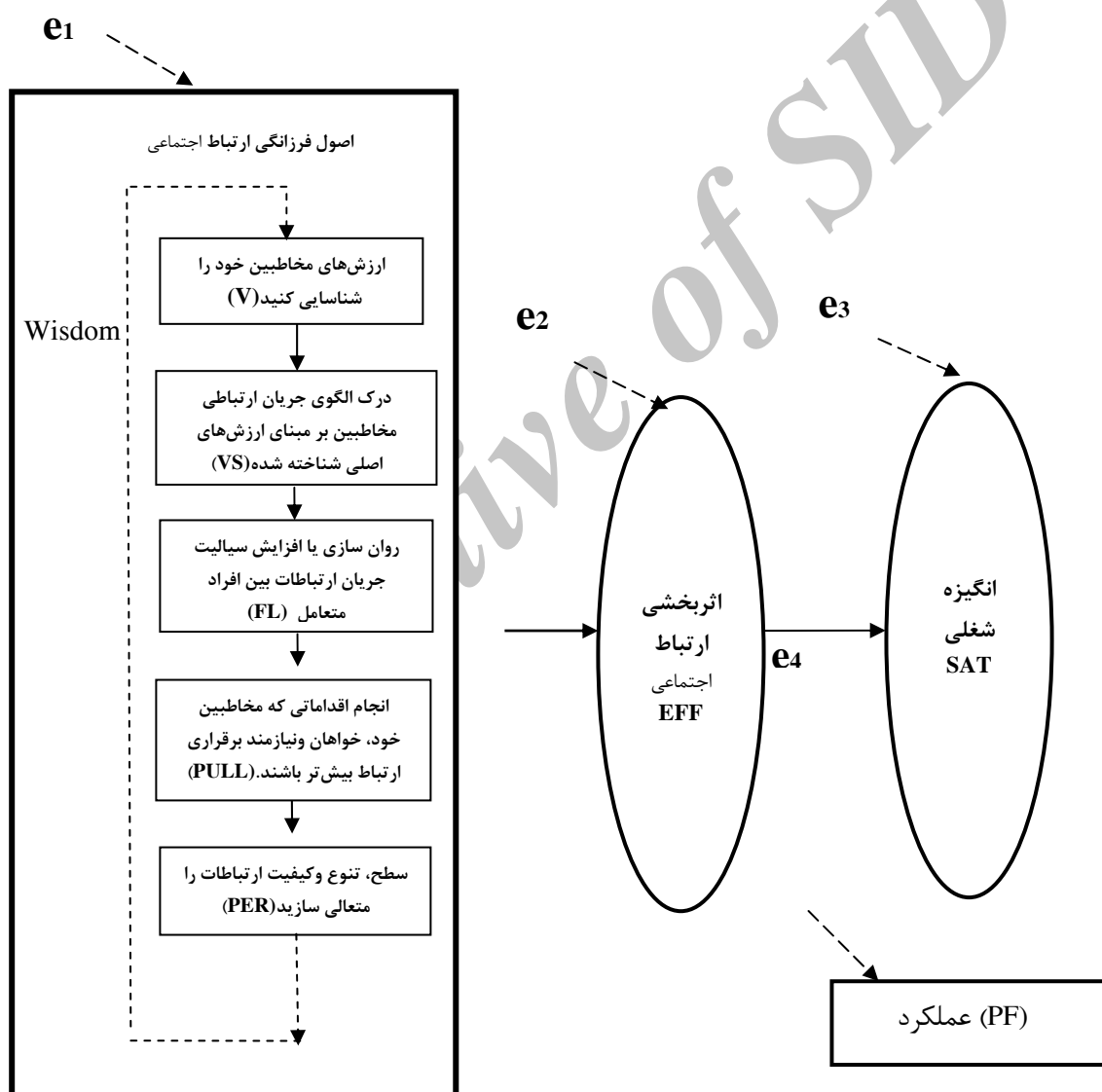
کنش متقابل اجتماعی است (صبور، ۱۳۸۸، ۹). اصلی‌ترین ابزار مدیریت در دانشگاه استفاده صحیح از فرآیندهای ارتباطی می‌باشد و در صورتی که این ارتباط بر اساس خردورزی تنظیم و اجرا شود، با اطمینان می‌توان گفت که عملکرد بهتری را می‌توان تجربه نمود. شناخت جامع و همبستگی معرفتی بر کیفیت تعامل اجتماعی تاثیر می‌گذارد (نوروزی، سوروکین، ۱۳۸۷). بر این اساس مدرس در دانشگاه کسی است که بیش‌ترین ارتباط، تبادل فکر و اندیشه را با دانش‌جویان داشته 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 تاثیر نیروهای مرتبط، با تعاملات اجتماعی قرار می‌گیرد (گیندنز، ۱۳۸۷، ۴) حفظ و نگهداری مدرسان، مستلزم ایجاد شرایط مطلوبی است که به عملکرد رضایت بخش 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 خرد ورزانه تعاملات خود را تعیین کنند (جلیلی، ۱۳۸۶، ۱۵). در این رابطه بررسی‌های مقدماتی نشان می‌دهد فرد در کنش متقابل با دیگر انسان‌ها الگوهای رفتاری را می‌آموزد (قنادان، ۱۳۸۸، ۹۵) و تعاملات درون گروهی بیشتر صبغه اظهاری و عاطفی دارند (چلپی، ۱۳۷۸، 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 (صدافتی‌فرد، ۱۳۸۷). از جمله کسانی که به طور مستقیم با مدیران دانشگاه‌ها سر و کار دارند، مدرسان هستند که بهترین داوران در باره درجه کاربرد خردورزی در فرآیندهای ارتباط اجتماعی مدیران هستند. هیچ مطالعه مستقیمی در رابطه با موضوع فرزانگی ارتباطی

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 مقدمه، چگونگی روابط بین متغیرهای موجود در شکل شماره (۱) به نمایش گذاشته شده است.

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 تاچه حدی به تعالی ارتباطات خود با مدرسان می‌افزایند؟ آیا کاربرد اصول فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی بر اثربخشی ارتباطی تأثیر می‌گذارد؟ آیا با افزایش درجه اثر بخشی ارتباطی رضایت



شکل شماره ۱: مدل فرزانه‌گی ارتباط اجتماعی (نویسنده)

شغلی و عملکرد، متغیرهای درون زا<sup>۲</sup> و به عبارتی متغیرهای وابسته (اثر) در نظر گرفته شده‌اند و متغیر میزان استفاده از اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی، به عنوان متغیر برون‌زا<sup>۳</sup> نقش ایفا می‌نماید. هر یک از متغیرهای موجود در مدل تحلیلی خود به عنوان یک تابع مستقل قابل تعریف هستند. هر بردار مستقیم یک پارامتر کارکردی حاصل از ارتباط دو متغیر می‌باشد. با آزمون هر پارامتر از این نوع ضرابی به دست می‌آید که قدرت (شدت) تأثیر متغیر مستقل را نشان می‌دهد در یک مدل کارکردی ضریب مسیر<sup>۴</sup> که همان قوت تأثیر 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 تحلیل 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 «تأثیرات متعامل و هم‌زمان» تأثیر متغیرها را بر هم نشان می‌دهد. این روش شناسی ترکیب ریاضی و آماری پیچیده‌ای از تجزیه و تحلیل عاملی<sup>۵</sup> و تحلیل مسیر<sup>۶</sup> است که در یک سامانه عملیاتی گرد هم آمده‌اند، تا پدیده‌ها و روابط پیچیده متغیرهای موجود در آن‌ها را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد. همچنین جهت آزمون فرضیه اصلی و نحوه ارتباط هر یک از خصیصه‌های موجود در فرضیه‌های فرعی تحقیق از روش رگرسیون بیش‌ترین استفاده به عمل آمده است.

فرضیه‌های تحقیق به صورت زیر پایه‌گذاری می‌گردند:

- فرضیه ۱ -** میزان درک و شناخت مدیران از ارزش‌های اصلی مدرسان و تنظیم روابط بر مبنای آن بر میزان اثربخشی ارتباطات اجتماعی آنان مؤثر است.
- فرضیه ۲ -** میزان شناخت الگوهای جریان ارتباطی

در مدل تحلیلی فوق (فرزانگی<sup>۱</sup>) به عنوان متغیر مستقل اصلی است که به صورت شفاف و عینی و با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته اندازه‌گیری می‌شود. اما  $e_4, e_3, e_2, e_1$  به عنوان متغیرهای مداخله‌گر غیر مستقیمی هستند که تأثیر آن‌ها از طریق معادلات کارکردی ثابت فرض شده و با استفاده از مکانیزم طرح واریانس کنترل می‌شود (دونالد، ۲۰۰۸). مدل تحلیلی فوق بیان می‌کند، میزان استفاده از اصول فرزانگی، می‌تواند از طریق اثرگذاری بر درجه اثربخشی 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 دانشگاه‌ها از اصول فرزانگی ارتباط اجتماعی به شکل مؤثر استفاده نمایند. در رابطه با سنجش رضایت که پایه و اساس مدل پیشنهادی است مطالعه‌ای که در ایالات متحده آمریکا بر روی کارکنان بانک شهر لابلان در سال ۲۰۰۴ صورت گرفت مشخص نمود که کارکنانی که تحصیلات پایین‌تری دارند اغلب کم‌تر از کار رضایت دارند. این خلاف یافته‌های کلارک و متیل است (مانویل، ۲۰۰۳). آزمایشات هائورن اولین تحقیق علمی مدیران به مسئله خردورزی ارتباطی انسان‌ها به عنوان عامل برانگیزاننده گردیده است (لورچ، ۲۰۰۵). هسته‌های کیفیت که در ژاپن به نام هسته‌های نظارت بر کیفیت خوانده می‌شوند، تازه‌ترین الگوهای مشارکت و فرزانگی ارتباطات اجتماعی هستند (ایوانسویچ، ۲۰۰۴). هرزبرگ، جورج و همکاران او (۲۰۰۸) در اچورت بیان می‌دارند که انگیزه هر فعالیت تربیتی و آموزشی، پیوند میان مدرس با محیط و ارکان آموزشی به خصوص مدیران می‌باشد. "پائولو فریره" در بیان اثر خردورزی در ارتباطات اجتماعی به خصوص در سامانه آموزشی می‌گوید: ایمان داشتن، عشق و فروتنی رمز ارتباط مدرس و اعتماد متقابل در فعالیت‌ها می‌باشد (گرینبرگ، ۲۰۰۵). با توجه به مدل تحلیلی فوق، میزان اثر بخشی ارتباط اجتماعی، رضایت

2. Endogenous  
3. Exogenous  
4. Path Coefficient  
5. Factor Analysis  
6. Path Analysis

1. Wisdom

اجتماعی خود را با میل و رغبت افزایش داده و خواهان ارتباطات اجتماعی بیش‌تری باشند. اصل پنجم: استفاده از سامانه یادگیری چندحلقه‌ای منجر به بهبود دایمی در فرآیند ارتباطات و تعالی آن هم از نظر سطح و هم تنوع جریان‌های ارتباطی خواهد شد.

*انگیزه شغلی:* انگیزه شغلی عبارت است از "میزان میل و رغبت مدرسان در انجام وظایف شغلی شان در یک دوره زمانی معین (کیندتز، ۱۳۸۷).

*اثربخشی ارتباطی:* اثربخشی ارتباطی به درجه درک متقابل طرفین در تعامل دوسویه در یک سامانه ارتباطی گفته می‌شود که گیرنده پیام مفهوم پیام ارسالی را ادراک می‌کند. هرچه ادراک گیرنده از منظور فرستنده پیام بیش‌تر بوده و در راستای آن عمل کند اثربخشی ارتباطی بیش‌تر خواهد بود (چلیبی، ۱۳۷۸).

*عملکرد:* عملکرد منابع انسانی (اساتید) به شیوه انجام وظایف منابع انسانی در راستای اهداف سازمانی گفته می‌شود (صبوری، ۱۳۸۸). در تحقیق حاضر برای ارزیابی عملکرد هر یک از نمونه‌های آماری از نتیجه فرم ارزیابی واحد نظارت و سنجش و نظر خواهی از مدیران و همکاران استفاده خواهد شد.

*متغیرهای مستقل:* تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردند:

*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.

*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.

*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.

*جاذبه:* انجام اقداماتی که مخاطبین خود، خواهان و نیازمند برقراری ارتباط بیش‌تر باشند. یا میزان جذابیت؛ که

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

**فرضیه ۳-** میزان روان سازی الگوی جریان ارتباط اجتماعی بین مدیر و مدرس بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان موثر است.

**فرضیه ۴-** افزایش جذابیت ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات مدرسان تاثیر می‌گذارد.

**فرضیه ۵-** ایجاد بهبود مستمر در الگوهای ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثر بخشی ارتباطات اجتماعی مدرسان تاثیر می‌گذارد.

**فرضیه ۶-** افزایش اثربخشی ارتباطات اجتماعی منجر به افزایش میزان رضایت شغلی مدرسان می‌شود.

**فرضیه ۷-** افزایش رضایت شغلی مدرسان منجر به بهبود عملکرد آنان می‌گردد.

در اینجا متغیرهای تحقیق معرفی می‌گردند:

*فرزاندگی ارتباط اجتماعی:* فرزاندگی 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* لجام‌گسیخته قرار می‌گیرد. در فرزاندگی 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 معنابخش فرزاندگی ارتباطی به تفکیک تشریح گردند. 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 دست‌کاری اندازه این متغیرها میزان سیالیت جریان ارتباطات را افزایش داد. اصل چهارم: مدیران باید همواره فعالیت‌هایی را به عمل آورند تا مخاطبین انگیزه‌های ارتباط

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

و با خطای پیش بینی ۰.۸٪ 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٪ مورد تأیید قرار گرفت. پس از توزیع پرسشنامه‌های تحقیق از این تعداد، ۱۲۰ پرسشنامه برگشت داده شد و در تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

جدول ۱: توزیع فراوانی سنوات تدریس و تعداد نمونه‌های آماری

سابقه تدریس	تعداد مدرسان	فراوانی تجمعی	فراوانی نسبی
۰-۵ سال	۲۱	۲۱	.۱۷۵
۶-۱۰ سال	۲۸	۴۹	.۲۳۳
۱۱-۱۵ سال	۲۹	۷۸	.۲۴
۱۶-۲۰ سال	۲۱	۹۹	.۱۷۵
۲۱-۲۵ سال	۱۱	۱۱۰	.۰۹
۲۶-۳۰ سال	۱۰	۱۲۰	.۰۷
جمع	۱۲۰	-----	۱

### نتایج

آزمون فرضیه اول: میزان درک و شناخت مدیران از ارزش‌های اصلی مدرسان و تنظیم روابط اجتماعی بر مبنای آن بر میزان اثر بخشی ارتباطات آنان موثر است.

جدول ۲: خلاصه مدل برای فرضیه اول

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791	.626	.623	.8254

در یک مقیاس ۵ فاصله‌ای از جذابیت ارتباطی خیلی کم تا خیلی زیاد سنجیده می‌شود.

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.

متغیرهای وابسته هم به صورت زیر تعریف می‌گردند:

اثر بخشی ارتباط اجتماعی: اثربخشی ارتباط اجتماعی به درجه درک متقابل طرفین در تعامل دو سویه در یک سامانه ارتباطی گفته می‌شود که گیرنده پیام مفهوم پیام ارسالی را ادراک می‌کند. هر چه ادراک گیرنده از منظور فرستنده پیام بیش‌تر باشد و در راستای آن عمل کند، اثربخشی ارتباطی بیش‌تر 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 شیوه 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 اخص استادان دانشگاه) در مدل تحلیلی تحقیق شکل شماره (۱) به نمایش گذاشته شده است.

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

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

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

جدول ۶: خلاصه مدل برای فرضیه سوم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883	.779	.777	.6315

با توجه به ضریب همبستگی  $.883$ ، برای دو متغیر روان‌سازی و اثربخشی ارتباطی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $EFF = . / 471 + / 883FL$  که در سطح اطمینان  $.95$  با  $Sig (. / 001)$  معنادار می‌باشد، مشخص گردید که روان‌سازی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد.

آزمون فرضیه چهارم: افزایش جذابیت ارتباطی توسط مدیر بر میزان اثربخشی ارتباطات بین مدرسان و مدیران تأثیری ندارد.

جدول ۷: خلاصه مدل برای فرضیه چهارم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866	.749	.747	.6608

با توجه به ضریب همبستگی  $.866$ ، برای دو متغیر جذابیت ارتباطی و اثربخشی ارتباطی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $EFF = . / 589 + / 866 FL$  که در سطح اطمینان  $.95$  با  $Sig (. / 000)$  معنادار می‌باشد، مشخص گردید که جذابیت جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثربخشی ارتباطی خواهد شد.

جدول ۸: خلاصه مدل برای فرضیه پنجم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784	.615	.611	.8417

جدول ۳: جدول آنالیز واریانس برای فرضیه اول

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.724	1	134.724	197.727	.000
	Residual	80.401	118	.681		
	Total	215.125	119			

جدول ۴: تبیین ضرایب مدل برای فرضیه اول

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.807	.181		4.455	.000
	V	.770	.055	.791	14.062	.000

با توجه به ضریب تعیین  $.626$ ، برای دو متغیر درک ارزش و اثربخشی ارتباط اجتماعی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $EFF = . / 807 + / 791 V$  که در سطح اطمینان  $.95$  با  $Sig (. / 000)$  معنادار 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 فرضیه دوم: میزان شناخت الگوهای جریان ارتباطی مدرسان توسط مدیران و استفاده از آن در تعاملات بین مدرس و مدیر بر میزان اثربخشی ارتباطات مدرسان تأثیر می‌گذارد.

جدول ۵: خلاصه مدل برای فرضیه دوم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841	.707	.704	.7279

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

می‌یابد.  
در این قسمت مدل کلی مورد آزمون قرار می‌گیرد. مدل کلی به صورت زیر قابل طرح است:  
فرزانی از طریق اثر گذاری بر میزان اثر بخشی ارتباطات و رضایت شغلی مدرسان بر عملکرد آنان تاثیر می‌گذارد.

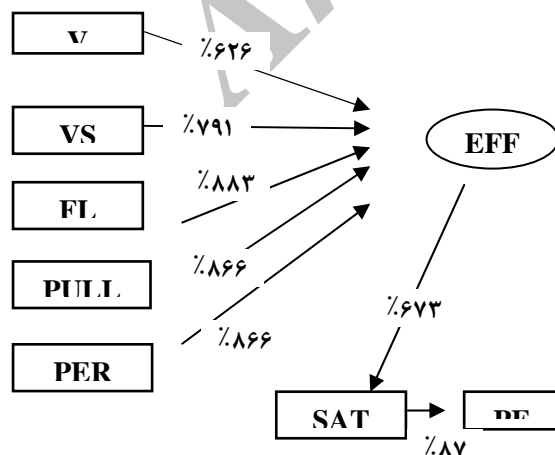
جدول ۱۱: خلاصه مدل

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951	.905	.900	.4251

جدول ۱۲: تحلیل واریانس

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.250	6	32.375	179.189	.000
	Residual	20.416	113	.181		
	Total	214.667	119			

با توجه به ضریب تعیین  $0.905$  برای متغیرهای مستقل و وابسته، رابطه متغیرها در سطح اطمینان  $95\%$  معنادار می‌باشد، بنابر این فرزانی از طریق اثر گذاری 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) فرزانی از طریق ارتباطات اجتماعی به شرح شکل شماره (۲) ارائه نمود.



شکل شماره (۲): الگوی معادلات ساختاری معرف‌های (اصول) فرزانی از طریق ارتباط اجتماعی

با توجه به ضریب هم‌بستگی  $0.866$ ، برای دو متغیر جذابیت ارتباطی و اثربخشی ارتباطی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $EFF = 0.686 + 0.784 PER$  که در سطح اطمینان  $95\%$  با  $Sig < 0.001$  معنادار می‌باشد، مشخص گردید که تعالی بخشیدن جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن منجر به افزایش اثر بخشی ارتباطی خواهد شد.

آزمون فرضیه ششم: افزایش اثربخشی ارتباطات منجر به افزایش میزان رضایت شغلی مدرسان می‌گردد.

جدول ۹: خلاصه مدل برای فرضیه ششم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.820	.673	.670	.7935		
	SA T	.854	.055	.820	15.572	.000

با توجه به ضریب هم‌بستگی  $0.820$ ، برای دو متغیر اثر بخشی ارتباطی و رضایت شغلی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $EFF = 0.355 + 0.82 SAT$  که در سطح اطمینان  $95\%$  با  $Sig < 0.001$  معنادار می‌باشد، مشخص گردید که با افزایش درجه اثربخشی جریان ارتباطات و تنظیم استراتژی ارتباطی مدیران بر مبنای آن رضایت شغلی آنان افزایش می‌یابد.

آزمون فرضیه هفتم: افزایش رضایت شغلی مدرسان منجر به بهبود عملکرد آنان می‌گردد.

جدول ۱۰: خلاصه مدل برای فرضیه هفتم

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933	.870	.869	.4807

با توجه به ضریب تعیین  $0.820$ ، برای دو متغیر عملکرد شغلی و رضایت شغلی و با در نظر گرفتن معادله رگرسیون  $SAT = 0.355 + 0.933 PF$  که در سطح اطمینان  $95\%$  با  $Sig < 0.001$  معنادار می‌باشد، مشخص گردید که با افزایش درجه رضایت شغلی میزان عملکرد شغلی مدرسان بهبود



شده از تحقیق انجام گرفته به این قرار بوده‌اند: 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 تأثیر 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 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 هیات علمی مشکل فوق بر طرف شد.

بر اساس نتیجه فرضیه اول تحقیق، پیشنهاد می‌شود با استفاده از پرسش‌نامه‌های شخصیت نسبت به شناخت ارزش‌ها و سلسله مراتب آنها در کارکنان اقدام شود. بر اساس نتیجه فرضیه دوم تحقیق، پیشنهاد می‌شود الگوهای مسیر ارتباطی کارکنان و راه‌های روان‌سازی آن برای هر یک از مدرسان شناسایی و مستند شود. هم‌چنین بر اساس نتایج فرضیه‌های سوم تا هفتم تحقیق، پیشنهاد می‌شود 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 معناداری آن در سطح ۹۵ درصد برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود تا اندیش‌مندان مدیریت و ارتباطات سازمانی در زمینه تعمیق و توسعه مدل ارائه شده تحقیقات

شکل 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 داشته و تعاملات پیوسته در معادلات فوق منجر به اثرگذاری بر عملکرد نهایی این افراد خواهد شد. ضرایب همبستگی محاسبه شده نشان دهنده وجود ارتباط معنی‌دار میان متغیرهای مستقل و تأثیر آن‌ها بر متغیر وابسته یعنی اثربخشی ارتباطات می‌باشد. هم‌چنین تحلیل همبستگی نشان می‌دهد که اثر بخشی ارتباطات از طریق تأثیر بر رضایت شغلی سبب ارتقاء عملکرد مدرسان می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

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 گردیدند: اصل اول: تا هنگامی که ارزش‌ها و سلسله مراتب ارزش‌های مخاطبین ارتباط اجتماعی مدیر مشخص و شناخته نشود، برقراری هر گونه ارتباط اجتماعی به احتمال زیاد مؤثر 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: باید میزان سیال‌بودن الگوی ارتباطی مدیر با مخاطبین به طور دقیق مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفته و متغیرهای مؤثر شناسایی شود تا بتوان با دست کاری اندازه این متغیرها میزان سیالیت (روان‌سازی) جریان ارتباطات را افزایش داد. اصل چهارم: مدیران باید همواره فعالیت‌هایی را به عمل آورند تا مخاطبین انگیزه‌های ارتباطی خود را با میل و رغبت افزایش داده و خواهان ارتباطات بیش‌تری باشند. اصل پنجم: استفاده از سامانه یادگیری چندحلقه‌ای منجر به بهبود دایمی در فرآیند ارتباطات و تعالی آن هم از نظر سطح و هم تنوع جریان‌های ارتباطی خواهد شد. برای نشان دادن مؤثر بودن کاربرد این الگو راهی جز اجرای یک تحقیق میدانی وجود نداشت و این کار با تلاش پیگیر به عمل آمد و نتایج حاصل

11. George G. Gordon and Cummins, W.M. (2008), "Managing Manageent Climate, Lexington, Mass.: Lexington Books.

12. Greenberg, Jerald. & Robert A. Baron, (2005), fBehavior In Organizations., understanding. & Managing, The Human Side of Work, Fifth Edition, Prentice Hall, Inc.

13. Ivancevich , j.M. & Matteson, M.T., (2004) Stress and Work.

14. Lorsch J.W. & Morise, T.J, (2005) Organizationas And Their Membersf, New York, Harper & Row.

15. Manuel Jose (2003)´ Vilares and Pedro SimoÂs 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 McGrow Hill, International Edition.

19. Randell, G, Packard P., and Slater J., (2007) Staff Appraisal, London: Institute of Personnel Management.

میدانی بیش‌تری به عمل آورند.

## منابع و مآخذ

۱. جلیلی، هادی، (۱۳۸۶)، کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، نشر نی.

۲. چلیپی، (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی نظم. نشر نی.

۳ - چاوشیان و گیدنز، (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی، انتشارات نی.

۴. صبوری، منوچهر، (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی سازمان‌ها، نشر شب‌تاب.

۵. صداقتی فرد، مجتبی، (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی، انتشارات ارسباران.

۶. قرایی مقدم، امان‌اله، (۱۳۸۸)، مبانی جامعه‌شناسی، انتشارات اجد.

۷. قنادان، منصور، (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، انتشارات آوای نور.

۸. نوروزی، امیر، (۱۳۸۷)، نظریه‌های جامعه‌شناسی و فلسفه‌های نوین تاریخ، انتشارات حق‌شناس.

9. Donald. Harvey & Donald R. Brown, (2008), An Experiential Approach To Organizational Developmentf , Third Ed.

10. Luthans F. and Kreitner R.,(2007) Organizational Behavior Modification and Beyond, IU.: Scott Foresman.