



جامعه پذیری معلمان در مدارس دوره های اول و دوم متوسطه آموزش و پرورش خوی

جعفرییک زاد^۱، شهلا حسینقلی لو^۲

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی (مسئول) Beikzad_Jafar@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی (دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحدبناب)

shahlagolilu@yahoo.com

چکیده

یکی از مهمترین موارد در فرآیند کارمندیابی و گزینش کارکنان تازه وارد، آشنایی آنان با ارزشها، هنجارها و الگوهای رفتاری سازمان می باشد. از این رو، سازمان باید کارمندان تازه وارد را با محیط اجتماعی جدید آشنا سازد. جامعه پذیری کارکنان تازه وارد کار دشواری است، به ویژه زمانی که ارزش های سازمانی با ارزش های آنان سازگاری دارد. اگر سازمان نتواند در فرآیند جامعه پذیری کارکنان تازه وارد کامیاب شود، آنان سرانجام سازمان را ترک خواهند کرد که در این مقاله تلاش شده است اهمیت جامعه پذیری، روند جامعه پذیری و... مورد بحث قرار گیرد.

کلمات کلیدی: معلمان - جامعه - کارکنان - الگو



مقدمه

سازمان‌ها برای اداره خود به کارکنان متخصص و کارآمد و متعهد نیازمندند. عدم احساس تعلق کارکنان به سازمان و عدم دقت کافی برای انجام وظایف از معضلات به شمار می‌روند که با تأثیر نامطلوب خودبین نیروی انسانی و سازمان‌ها فاصله ایجاد می‌کند. برای رفع این مشکلات ارتقاء تعهد همراه با آشناسازی فرد با سازمان یکی از مهمترین فرآیندها می‌باشد. در این تحقیق تلاش شده است تأثیر جامعه‌پذیری معلمان بر تعهد سیاسی آنان مورد بررسی قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین موارد در فرآیند کارمند یابی و گزینش کارکنان تازه‌وارد، آشنایی آنان با ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری سازمان می‌باشد، از این رو، سازمان باید کارمندان تازه وارد را با محیط اجتماعی جدید آشنا سازد. جامعه‌پذیری کارکنان تازه‌وارد کار دشواری است، به ویژه زمانی که ارزش‌های سازمانی با ارزش‌های آنان ناسازگاری دارد. اگر سازمان نتواند در فرآیند جامعه‌پذیری کارکنان تازه‌وارد کامیاب شود، آنان سرانجام سازمان را ترک خواهند کرد (درویش، ۱۳۷۹). آموزش و پرورش را می‌توان یکی از ارکان اساسی هر جامعه دانست که بقاء، دوام و پیشرفت هر جامعه به کیفیت تعلیم و تربیت آن بستگی دارد و به واسطه داشتن رسالت فردی و جمعی، هدایتگر توسعه و پیشرفت است. این سازمان در هر جامعه‌ای مهد تربیت انسان‌های فرهیخته، دانش‌گرا و عامل توسعه و پیشتازی جامعه محسوب می‌شود، پرداختن به مسائل درون‌سازمانی آن اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. این سازمان تنها سازمانی است که محصول، نتیجه و برون‌داد آن، انسان است. بنابراین جلب اعتماد کارکنان در چنین سازمانی و همچنین ارتقاء تعهد کاری بین آنان به‌طور مستقیم در برون‌داد این سیستم، بسیار مؤثر خواهد بود (بنی طبا و همکاران، ۱۳۸۸).

مفهوم جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری یعنی تبدیل دانش فنی جاری به دانش ضمنی تجربی. دانش فنی تجربی بطور معمول، به تدریج و بطور غیرقابل پیش‌بینی به واسطه تعامل رو در رو بوجود می‌آید، که در آن احساس به اندازه تفکر دارای اهمیت است، جایکه همدلی و وحدت وجود داشته باشد افراد می‌توانند دانش تجربی را از طریق سهیم شدن در تجربیات کاری و زندگی بوجود آورند (پورحسن، ۱۳۷۷، ۱۳۰). جامعه‌پذیری سازمانی برای تناسب شخص-سازمان اساسی است؛ زیرا هدف اولیه جامعه‌پذیری، استمرار ارزش‌های اصلی و دادن چارچوبی به کارکنان برای پاسخ به محیط کارشان و هماهنگی با کارکنان دیگر است. از منظر دیگری، جامعه‌پذیری افراد در سازمان‌ها فرآیندی است که افراد ارزش‌های سازمانی، انتظارات مرتبط با رفتارهای شغلی و دانش اجتماعی لازم برای قبول نقش‌ها در سازمان را شناسایی می‌کنند و یاد می‌گیرند (نوروزی سید حسینی و همکاران، ۱۳۹۱).

جامعه‌پذیری سازمانی فرآیندی است که از طریق آن کارمند جدید، از بیگانه به عضوی مؤثر و هماهنگ با سازمان تبدیل می‌شود. این فرآیند زمانی رخ می‌دهد که کارمندی از مرزهای سازمان چه خارجی و چه داخلی عبور می‌کند. جامعه‌پذیری شامل تغییر مهارت‌های نوین، دانش، توانایی‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و روابط و درک صحیح و چارچوب‌های کاری می‌باشد. جامعه‌پذیری سازمانی فرآیندی است که از طریق آن فرد به دانش و مهارت‌های اجتماعی دست یافته و ویژگی‌های فرهنگ را می‌آموزد. سازمان‌ها برای آموزش ارزش‌های سازمانی و هنجارهای رفتاری به افراد تازه‌وارد از رویکرد جامعه‌پذیری استفاده می‌کنند. از طریق این رویکرد افراد جدید با شیوه‌های عمل آشنا شده، آنچه در سازمان مورد انتظار است را فرا می‌گیرند، رفتارهای شغلی مناسب را می‌آموزند و با هنجارها و ارزش‌های گروه خود را وفق می‌دهند (فتحی و همکاران، ۱۳۹۲).



جامعه‌پذیری فرآیندی است که افراد تازه‌وارد از فردی بیگانه به فردی خودی و عضوی مؤثر برای سازمان تبدیل می‌شوند. به عبارت دیگر جامعه‌پذیری فرآیندی است که از طریق آن اعضای جدید، ارزش‌ها، هنجارها، خط‌مشی‌ها و رویه‌های سازمانی را می‌شناسند و طی آن اعضای جدید فرهنگ سازمانی را جذب می‌کنند و رفتارها و ارزش‌هایی که از آنها انتظار می‌رود، آشنا می‌شوند (صمدی و فرهنگی، ۱۳۸۶).

جامعه‌پذیری فرآیندی است به‌مثابه ((فرآیند آشناسازی افراد)) و یا فرآیندی که فرد ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای موردنیاز را به منظور مشارکت در سازمان فرا می‌گیرد، تعریف گردیده است. به عبارت دیگر، فرآیند جامعه‌پذیری، افراد خارج از سازمان را به طور کامل با وظایف سازمان آشنا می‌سازد (درویش، ۱۳۷۹). جامعه‌پذیری فرآیندی است که کارکنان جدید، ارزش‌ها و منش‌های بیرون سازمان را با به داخل سازمان می‌آورند و در مقابل، سازمانها تلاش می‌کنند آنها را با ارزش‌ها و منش‌های درونی آشنا و سازگار نمایند. جامعه‌پذیری سازمانی فرآیندی است که طی آن، کارکنان جدید خود را با ارزش‌ها و رفتارهای درون سازمانی تطبیق می‌دهند. در فرآیند جامعه‌پذیری، فرد دانش و اطلاعات و مهارت‌های لازم را برای ایفای نقش‌های سازمانی بدست می‌آورد (اعتباریان، ۱۳۸۷). جامعه‌پذیری فرآیندی است که افراد از طریق آن تبدیل به انسان‌های اجتماعی می‌شوند و جامعه‌پذیری سازمان فرآیندی است که از طریق آن کارکنان فرهنگ سازمان خودشان را می‌آموزند و دانش و معرفت خود را به دیگران منتقل می‌کنند. جامعه‌پذیری (اجتماعی شدن) مفهومی محوری است که در کاربرد گسترده‌اش به همه فرآیندها و دخالت‌های پیچیده و چندوجهی دلالت دارد که سازواری انسانی را به عضو مشارکت‌کننده‌ی فعال یک جامعه تبدیل می‌کند و به فرآیندهایی اشاره دارد که هر فرد را به مشارکت‌کننده فعال در جامعه مبدل می‌کند. جامعه‌پذیری یعنی پیدایش انسان از دنیای حیوانی ناتوان و وابسته. جامعه‌پذیری نوعی انتقال فرهنگی است، فرآیندی است که در آن خانواده‌ها، دوستان، مدرسه، رسانه‌ها و سایر گروه‌ها، افراد را به صورت عضو مفیدی برای اجتماع قالب‌ریزی می‌کنند (صمدی و فرهنگی، ۱۳۸۶).

اهمیت جامعه‌پذیری

کارکنان جدید، ارزش‌ها و منش‌های بیرون سازمان را با خودشان به داخل سازمان می‌آورند و در مقابل، سازمانها تلاش می‌کنند آنها را با ارزش‌ها و منش‌های درونی آشنا و سازگار نمایند. جامعه‌پذیری سازمانی فرآیندی است که طی آن، کارکنان جدید خود را با ارزش‌ها و رفتارهای درون سازمانی تطبیق می‌دهند. در فرآیند جامعه‌پذیری، فرد دانش و اطلاعات و مهارت‌های لازم را برای ایفای نقش‌های سازمانی بدست می‌آورد، فرهنگ سازمانی را می‌آموزد، و ارزش‌ها، توانایی‌ها، رفتارها و دانش اجتماعی مناسب سازمانی را یاد می‌گیرد. به چند دلیل، جامعه‌پذیری سازمانی، هم برای افراد و هم برای سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. دلیل اول اینکه، اگر مورد کم‌توجهی یا بی‌توجهی قرار گیرد، احتمال بروز و تکرار رفتارهای بیرون از چارچوب و هنجارهای سازمانی توسط تازه‌واردها بیشتر می‌شود. استمرار این وضعیت موجب شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای منفی، تعارضات و کشمکش‌ها، جابجایی و ترک کار می‌گردد، همچنین بالا بودن هزینه فرآیند استخدام و گزینش برای سازمانها و نقش جامعه‌پذیری در موفقیت این فرآیند، دلیلی دیگری بر اهمیت جامعه‌پذیری سازمانی است (اعتباریان، ۱۳۸۷).

یکی از مباحثی که در زمینه مسائل کارکنان حائز اهمیت است جامعه‌پذیری کارکنان است. جامعه‌پذیری برای تناسب شخص، سازمان اساسی است، زیرا هدف اولیه جامعه‌پذیری، استمرار ارزش‌های اصلی و دادن یک چارچوب به کارکنان برای پاسخ به محیط کارشان و هماهنگی با کارکنان دیگر است به‌اندازه‌ای که فرآیندهای جامعه‌پذیری به تناسب شخص، سازمان منجر شود، کارکنان با احتمال بیشتری به سازمان متعهدتر خواهند بود و ترک شغل کاهش می‌یابد که به نوبه خود باعث می‌شود که سازمان‌ها بازگشت سرمایه بیشتری را در استخدام، انتخاب و آموزش داشته



باشند. در برخی از دیدگاه‌ها، آموزش توجیهی کارکنان با فرایند جامعه‌پذیری، تنها به‌منظور انطباق دادن کارکنان تازه‌وارد با شغل و محیط کار، یکسان تلقی می‌شود، اما به این نکته باید توجه داشت که افراد و مشاغل به‌مرور زمان تغییر می‌کنند، کارکنان به سمت‌های جدید ارتقاء و یا به واحد و یا سازمان دیگری انتقال می‌یابند؛ بنابراین در هر تغییر و تحولی، کارکنان با مسائل تطبیق با شغل و محیط کار و وظایف جدید روبه‌رو هستند (اصغری و شائمی برزکی، ۱۳۸۹).

دیدگاه‌های جامعه‌پذیری

نلسون ۱ چهار مرحله از جامعه‌پذیری را شناسایی می‌کند:

۱. پیش برخورد/ رویارویی: هنگامی است که فرد تازه‌کار به کار کردن در یک سازمان فکر می‌کند.
 ۲. برخورد/ رویارویی: هنگامی است که فرد تازه‌کار به یک سازمان وارد می‌شود و تصورات قبلی‌اش با واقعیت برخورد پیدا می‌کند.
 ۳. برخورد میانی/ نهایی: هنگامی است که فرد تازه‌کار خود را با وظایف، نقش‌ها و فعالیت‌های بین فردی و ضرورت ارتباطی برای موفقیت در شغلش وفق می‌دهد.
 ۴. نتیجه: هنگامی است که فرد تازه‌کار به‌صورت یک عضو کامل سازمان درآید.
- لوئیس و استیکن ۲ برای سه مرحله نخست به توصیف یک فاز اکتسابی تداخلی پرداختند این مرحله شامل ۶ تا ۱۲ ماه است هنگامی است که فرد به صورت کامل وارد سازمان می‌شود و فرد تازه‌کار ایده‌های خوب را ارائه می‌دهد. هنگامی که این مراحل موفقیت‌آمیز در جامعه‌پذیری سازمانی اتفاق می‌افتد، فرد تازه‌وارد می‌تواند در بخشی از سازمان مشغول به کار شود. یک بخش مهم از جذب (تازه‌کار) پیشرفت شبکه‌هایی از قبیل دوست‌یابی، ارتباطات سیاسی، وجود مشاوران احتمالی و ضامن‌های سازمانی است.
- مرحله پیش برخورد/ رویارویی: این مرحله برای افراد تازه‌وارد بسیار مهم است. هنگامی که فردی درگیر فعالیت‌های شغلی روزمره شود، می‌تواند منبع یک مقایسه اشتباه واقعی را دریابد. البته، ممکن است این تصورات قبلی درست باشد و فرد بتواند خود را برای وارد شدن به سازمان آماده کند (مرادی، ۱۳۹۲).
- مید ۳ (۱۹۳۴) نظریه‌ای در مورد جامعه‌پذیری طرح کرد که بنابر آن فرد ظرف خالی نیست که باید از میراث فرهنگی پر شود، بلکه روح متعالی و گزینش‌گری است که به طور فزاینده می‌تواند قواعد و ایدئولوژی فرهنگی را که درونش است ارزیابی کند و تصمیم بگیرد چه چیزی را بپذیرد و چه چیزی را نپذیرد (صمدی و فرهنگی، ۱۳۸۶). زیرا وقتی فرهنگ شکل گرفت، نیروهایی در سازمان وجود دارند که با القاء یک دسته از تجارب مشابه به حفظ فرهنگ سازمانی اقدام می‌کنند. عوامل سه‌گانه‌ای که نقش بسیار مهمی در حفظ یک فرهنگ سازمانی دارند عبارتند از: شیوه‌های انتخاب کارکنان سازمان، اعمال و کردار مدیریت عالی و نحوه جامعه‌پذیری سازمان. مهم این نیست که سازمان در مرحله کارمندیابی و انتخاب چگونه عمل کرده باشد، به هر حال ممکن است کارکنان جدیدالورود، فرهنگ سازمان را کاملاً یاد نگرفته باشند. مهم‌تر اینکه، چون آن‌ها آشنایی کمی با فرهنگ سازمان دارند، لذا به‌مثابه عاملان بالقوه‌ای محسوب می‌شوند که باورها و آداب‌ورسوم سازمان را مخدوش می‌سازند، از این رو سازمان خواهان این است که برای اینکه کارکنان جدیدالورود بتوانند با فرهنگ سازمان خود را وفق دهند، به آن‌ها کمک کند (احمدی، ۱۳۸۹).

¹. Nelson

². Louis & Stickney

³. Mead



جریان جامعه‌پذیری

جریان جامعه‌پذیری به دو صورت پیش می‌رود:

۱. گاه گروه عمدی به جامعه‌پذیر کردن افراد می‌پردازد، چنانکه خانواده و مدرسه آگاهانه هنجارهای زندگی گروهی را به کودک می‌آموزند.
۲. گاهی زندگی گروهی خودبه‌خود فرد را جامعه‌پذیر می‌گردانند، چنانکه رفتار پدران و مادران، بی‌آنکه متوجه باشند، سرمشق رفتار کودکان می‌شود (الهی، ۱۳۸۱).

روند جامعه‌پذیر شدن انسان

کودکان پس از تولد به تدریج رشد و تغییر می‌کنند، راه رفتن و صحبت کردن را شروع می‌کنند و می‌توانند فعالیت‌هایی مانند دوچرخه‌سواری و خواندن اشعار کودکانه را انجام دهند، کم‌کم خواندن و نوشتن را آغاز می‌کنند و در نهایت، به فردی بالغ و اجتماعی تبدیل می‌شوند. اما در کنار این مسائل رفتارهای اجتماعی را نیز فرا می‌گیرند و برقراری ارتباط با افراد دیگر جامعه را درک می‌کنند. آنان برخی از درخواست‌ها و رفتارهای اجتماعی را فرا می‌گیرند، آداب غذا خوردن، زمان صحبت کردن یا ساکت ماندن، چگونگی ابراز احساسات مجاز در سنین و با جنسیت‌های متفاوت را می‌آموزند، با ارزش‌های جامعه در مورد اصول مطلوب و مورد قبول و اصول طرد شده‌ی اجتماعی آشنا می‌شوند و درخواست‌های دیگران را در مورد این ارزش‌ها درک می‌کنند. این روند را که از تولد کودک آغاز و تا پایان زندگی فرد ادامه دارد، روند جامعه‌پذیری می‌نامند. این روند سبب می‌شود که کودک به تدریج با ارزش‌ها، هنجارها و نقش‌های اجتماعی موجود در جامعه خود آشنا شود و از موجودی بیولوژیک و زیستی به موجودی اجتماعی تبدیل شود. روند جامعه‌پذیری افراد جدیدالاستخدام در سازمان نیز مشابه فرآیند فوق می‌باشد. شغل ایجاد خواهد شد. اگر این تلاطم و حس کاوش در جهت مثبت و مناسبی پیش برود، فرد در سازمان مانده و درگیر شغل می‌شود، در غیر اینصورت به‌گونه‌ای عمل کرده و در نهایت ممکن است سازمان را ترک کند (صمدی و فرهنگی، ۱۳۸۶).

دلایل نیاز به جامعه‌پذیری

مدیران حال و آینده به چهار دلیل به آگاهی از فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی نیاز دارند:

۱. شناخت جامعه‌پذیری سازمانی می‌تواند فرصت‌های یک فرد را برای موفقیت در شغل، به درون دنیای به کار توسعه دهد.
۲. طبق اذعان کارشناسان مدیریت منابع انسانی، جامعه‌پذیری سازمانی، به‌مثابه چرخش شغلی در زمینه آموخته‌های دانشگاهی است و سازمان‌ها می‌توانند فرآیند جامعه‌پذیری را، هزینه مدیریت ماهرانه سازمان به حساب آورند.
۳. جامعه‌پذیری افراد را به کارکنان فعال تبدیل نموده و جامعه‌پذیری مؤثر، رضایت شغلی و بهره‌وری را افزایش می‌دهد.
۴. طرح‌های جامعه‌پذیری مؤثر به استمرار توسعه سازمان منجر گردیده و فرصت‌های مناسب را برای افزایش رقابت فراهم می‌آورد (درویش، ۱۳۷۹).



چه مطالبی باید به کارکنان تازه وارد گفته شود؟

برنامه‌ای که در نخستین روز کاری به منظور آشناسازی مقدماتی افراد تازه‌وارد به سازمان تنظیم می‌گردد، معمولاً شامل فعالیت‌هایی از این قبیل است:

۱. آشناسازی فرد با تاریخچه، فلسفه وجودی، اهداف و قوانین ورود به سازمان؛
 ۲. آشناسازی با مقرراتی از قبیل ساعات کاری، نحوه پرداخت حقوق (ماهانه، هفتگی و غیره)، شرایط اضافه‌کاری و مزایای استخدام در سازمان؛
 ۳. آشناسازی فرد تازه‌وارد با جزئیات وظایف و مسئولیت‌های شغل جدید؛
 ۴. نشان دادن واحدهای مختلف سازمان و همچنین نشان دادن سالن غذاخوری، پارکینگ و امکاناتی از این قبیل؛
 ۵. معرفی فرد تازه‌وارد به همکاران جدید؛
- یکی از اهداف مهم فرآیند آشناسازی فرد با سازمان، شناساندن ارزش‌ها و هنجارهای اصلی و اساسی سازمان به فرد و سعی در متقاعد نمودن او به پذیرفتن آن‌هاست. اگر ورود فرد به سازمان و آشناسازی او با قوانین، مقررات، روش‌های صحیح و مطلوب انجام کار در سازمان به درستی انجام گرفته باشد، تازه‌وارد راه و روش کار را به سرعت فرا می‌گیرد و درمی‌یابد که از او چه انتظاری می‌رود. اگر آشناسازی افراد با سازمان تجربه موفق باشد، احتمال ترک خدمت و خروج از سازمان، ضعیف می‌شود و جابه‌جایی‌ها به حداقل می‌رسد (رابینز، ۱۳۸۵).

ویژگی‌های جامعه‌پذیری

۱. تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارها.
۲. پیوستگی فرآیند جامعه‌پذیری.
۳. خروج کارکنان از دلواپسی و اضطراب.
۴. بحرانی بودن اولین مرحله جامعه‌پذیری.
۵. تأثیر بر عملکرد و ثبات سازمانی کارکنان.
۶. جامعه‌پذیری در خلاء اتفاق نمی‌افتد.
۷. تأثیر متقابل کارمندان جدید و مدیرانشان.
۸. تطبیق با شغل جدید، گروه‌های کاری و عملیات (صمدی و فرهنگی، ۱۳۸۶).

الگوی تاکتیک‌های شش‌گانه جامعه‌پذیری وان مانن و شاین

آنها معتقدند آنچه یک فرد در مورد نقش‌های خود در سازمان می‌آموزد بستگی به این دارد که چگونه آنها را یاد گرفته است به سخن دیگر بستگی دارد به اینکه با کدامیک از تاکتیک‌های شش‌گانه جامعه‌پذیر شده باشد. این تاکتیک‌ها از نظر وان مانن و شاین عبارتند از:

۱. تاکتیک جمعی در مقابل تاکتیک فردی: تازه‌واردها هم به شکل گروهی و هم به شکل فردی جامعه‌پذیر می‌شوند. در یک سازمان ممکن است یکی از این تاکتیک‌ها یا هر دو باهم بکار گرفته شود.
۲. تاکتیک رسمی در مقابل تاکتیک غیررسمی: تاکتیک رسمی به جامعه‌پذیر شدن کارکنان در فرآیند رسمی سازمان و تاکتیک غیررسمی به جامعه‌پذیری از طریق همکاران سابقه‌دارتر و بانفوذتر اشاره دارد.



۳. تاکتیک پشت سرهمی (پیوسته) در مقابل تاکتیک تصادفی: به معنای این است که آیا از قبل مراحل و مسیر جامعه‌پذیری طرح‌ریزی و برای تازه‌واردها بطور شفاف و روشن تبیین شده یا خیر؟
۴. تاکتیک با ثبات (جاافتاده) در مقابل تاکتیک متغیر: به معنای این است که آیا برای جامعه‌پذیری کارکنان از یک جدول زمانی از پیش تعیین شده استفاده می‌شود یا خیر.
۵. تاکتیک سریال در برابر گسسته: اینکه ویژگی‌های شغل قبلی تازه‌وارد نقش کمک‌کننده به وی جهت ایفای نقش جدید دارد یا خیر؟
۶. حمایت در مقابل عدم‌حمایت: اینکه آیا تازه‌واردها توسط همکاران سابقه‌دارتر و بانفوذتر از خود (بطور کلی کسانی که موقعیت با اهمیت‌تری در سازمان دارند) حمایت می‌شوند و یا مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرند (شمس الدینی، ۱۳۹۲).

ابعاد جامعه‌پذیری

- تاورمینا (۱۹۹۷) جامعه‌پذیری سازمانی را در چهار سازه‌ی تعمیم‌یافته و بزرگ؛ دریافت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان و چشم‌انداز از آینده جای می‌دهد:
۱. دریافت آموزش: آموزش‌هایی را که در نهادها برای ترویج و ارتقای سازگاری کارکنان در سازمان‌ها طراحی و به اجرا در می‌آید، شامل می‌شود. ارائه آموزش‌های لازم برای سازگاری با فضای کاری و اجتماعی سازمان سبب می‌شود تا کارکنان نیز به نحو شایسته نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان احساس تعهد کنند.
 ۲. تفاهم: فهم نقش‌های خود و سازمان را شامل می‌شود که این امر بسیار مهم جلوه می‌کند، زیرا خطاها و اشتباهات کارکنان را در درون سازمان کاهش می‌دهد که در نهایت رضایت و احساس خودکارآمدی بالاتر کارکنان را موجب می‌شود.
 ۳. حمایت کارکنان: تعامل‌های مثبت و حمایت‌گرانه همکارانه در درون سازمان را شامل می‌شود. این تعامل‌ها به‌طور جدی با رفتارهای مدنی سازمانی (رفتارهایی که جز نقش‌های سازمانی کارکنان نیست، اما انجام آنها به عملکرد مؤثر فردی و سازمانی منجر می‌شود) رابطه مثبت دارد.
 ۴. چشم‌انداز از آینده سازمان: شامل ادراکات کارکنان از چشم‌اندازهای شغل خود و پذیرش آن در سازمانی است که کار می‌کنند (فتحی و همکاران، ۱۳۹۲).

بحث و نتیجه‌گیری

به‌منظور دستیابی به نتایج بهتر توصیه می‌شود تجارب کاری تازه‌واردها به سمت انتظارات واقع‌بینانه سوق داده شود. برخی شواهد نشان داده تجربه کاری قبلی تازه‌وارد، با میزان تعارض در گروه همکاران نزدیک رابطه منفی و با انسجام و عملکرد رابطه مثبت دارد، به سخن دیگر هرچه تجارب کاری تازه‌وارد قبل از بکارگماری وی، بیشتر باشد، میزان تعارض در گروه کمتر و انسجام و سطح عملکرد بالاتر خواهد بود. جامعه‌پذیری یکی از مهمترین فرایندهای سازمانی است که در صورت اجرای صحیح آن به‌ویژه در سازمان‌هایی که دارای مأموریت‌ها و وظایف متنوع و در عین حال حساس و خطرناک می‌باشد، می‌تواند شوک و تنش‌های حاصل از تفاوت بین انتظارات کارکنان و واقعیت‌های شغلی را به حداقل رسانده و در هزینه‌های مربوط به جذب و استخدام، تلفات جانی و خسارت‌های مالی و میزان تقاضا برای رهایی را کاهش دهد. جامعه‌پذیری سازمانی اغلب موجب پیامدهای مختلفی نظیر، رضایت، تعهد و رفتارهای مطلوب سازمانی می‌شوند. از زمره متغیرهایی که می‌توان بعنوان پیامد جامعه‌پذیری سازمانی تلقی نمود تعهد سیاسی کارکنان است. تعهد از موضوعات مهم مدیریت، به‌ویژه رفتار سازمانی است و در قلمرو وسیعی مورد مطالعه قرار گرفته است. تعهد از نظر لغوی عبارت است از به کار گرفتن کاری، به عهده گرفتن، نگاه داشتن، عهد و پیمان بستن است.



منابع :

۱. اصغری، ژیلا و شائمی برزکی، (۱۳۸۹)، بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در شرکت گاز استان کردستان، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، شماره ۳، سال دوم، ص ۱۱۱.
۲. اعتباریان، اکبر، (۱۳۸۷)، تعیین میزان تاثیر عوامل سازمانی در جامعه‌پذیری کارکنان و اثربخشی فرآیند جامعه‌پذیری در دانشگاه کازرون، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان، سال بیستم، شماره ۲، ۱۳۸۷، صص ۲۰.
۳. احمدی، مسعود، (۱۳۸۹)، مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، ص ۲۴۱.
۴. الهی، شعبان، (۱۳۸۱)، هوشمندسازی سازمان، فصلنامه پیام مدیریت، سال دوم، شماره ۲، بهار، ص ۱۵۵.
۵. بنی طباطبائی، سید مصطفی و کریمی، فریاد، (۱۳۸۸)، بررسی وضعیت تعهد شغلی و اعتماد درون سازمانی در دبیرستان‌های شهر اصفهان، علوم تربیتی، سال دوم، شماره ۷، پاییز، ص ۶۸.
۶. پورحسن، ناصر، (۱۳۷۷)، انقلاب ارتباطات و افزایش تقاضا از نظام‌های سیاسی، فصلنامه رسانه، شماره ۳۴، تابستان، ص ۱۳۰.
۷. درویش، حسن، ۱۳۷۹، فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی و نقش آن در پیشرفت کارکنان، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تهران.
۸. رابینز، استیفن، پی، (۱۳۸۵)، ترجمه: الوانی، سید مهدی، دانایی‌فرد، حسن، تئوری سازمان ساختار و طرح سازمانی، انتشارات صفار، تهران، ۱۶۰.
۹. شمس‌الدینی، پوران، (۱۳۹۲)، فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوارسگان.
۱۰. صمدی، مهران و فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۶)، جامعه‌پذیری کارکنان در بدو خدمت و تائی آن در نگهداشت نیروی کارکنانف فصلنامه بصیرت، شماره ۳۸، پاییز و زمستان ۱۳۸۶، صص ۱۴-۱۹.
۱۱. فتحی، فریبرز، محرم زاده، مهرداد و ... (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین آرزوهای شغلی و جامعه‌پذیری سازمانی در میان کارکنان ادارات کل کشور ورزش و جوانان شمال غرب کشور، مدیریت ورزشی، شماره ۲، تابستان ۹۳، صص ۲۲۱-۳۰۸.
۱۲. مرادی، گلرمد، (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم شماره سوم، پاییز، ص ۷۹-۸۰.
۱۳. نوروزی، سیدحسینی و کلاته سیفری، معصومه، (۱۳۹۱)، اثر کارآفرینی سازمانی بر جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان ادارات تربیت‌بدنی استان مازندران، ادیریت ورزشی، دوره ششم، شماره یک، بهار، ص ۹۱.