

تأثیر تاکتیک های مدیریت تصویر پردازی بر عملکرد کارکنان سازمان های ورزشی

دکتر فریده شریفی فر

F_sharififar@yahoo.com

علیرضا مهدوی

کارشناس ارشد مدیریت راهبردی سازمان های ورزشی

Alimadavi2619@gmail.com

چکیده

هدف کلی این تحقیق، تأثیر تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع می باشد. تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی بود که داده ها از طریق پرسشنامه و به روش میدانی گردآوری شد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع شهر تهران است که تعداد آنها برابر با ۱۰۰ نفر بود که با توجه به جدول مورگان ۸۰ نمونه کل جامعه در نظر گرفته شد. در این تحقیق از پرسشنامه تاکتیک های تصویرپردازی (بولینو و ترنلی، ۱۹۹۹) و عملکرد شغلی (پاترسون، ۱۹۹۲) و نمره ارزیابی عملکرد سازمانی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها از شاخص های توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار و جداول)، آزمون کلموگروف- اسمیرنوف و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. یافته های پژوهش حاضر نشان داد که بین تاکتیک های مدیریت تصویر پردازی با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($p=0/146$, $r=-0/161$) رابطه معنی داری وجود ندارد. هم چنین، بین تاکتیک متمرکز بر سرپرست ($p=0/197$, $r=-0/143$) و تاکتیک متمرکز بر خود با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($p=0/629$, $r=-0/054$) رابطه معنی داری مشاهده نشد، اما بین تاکتیک متمرکز بر شغل با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($p=0/046$, $r=-0/220$) رابطه منفی معنی داری مشاهده شد. هم چنین، مشاهده شد که بین تاکتیک های مدیریت تصویر پردازی با عملکرد شغلی ($p=0/506$, $r=0/074$) و هر سه مولفه آن یعنی تاکتیک متمرکز بر سرپرست ($p=0/732$, $r=0/038$)، تاکتیک متمرکز بر خود ($p=0/346$, $r=0/105$) و تاکتیک متمرکز بر شغل با عملکرد شغلی ($p=0/930$, $r=-0/010$) رابطه معنی داری وجود ندارد. بنابراین، پیشنهاد می شود در سازمان ورزش صنایع دفاع، مدیران کارگاه های آموزشی جهت بهبود رفتارهای شغلی صحیح برای کارکنان برگزار کنند.

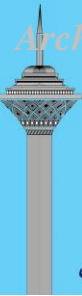
واژه های کلیدی: تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع

اولین همایش بین المللی و سومین ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

مقدمه

در جهان رقابتی امروز، یکی از ابزارهای مهم برای ایجاد تحول و بقای سازمان و رسیدن به هدف ها و رسالت های موردنظر، عنصر انسان است. در این میان آنچه مقوله تحول را حیات می بخشد و بقای سازمان را نیز تضمین می کند، منابع انسانی است، نقش انسان در سازمان و نوع نگاه به او، سهم به سزایی در موفقیت یا شکست سازمان خواهد داشت. با آغاز هزاره سوم، هر روز نقش منابع انسانی پررنگ تر شده و اکنون از آن به عنوان تنها عامل کسب موفقیت و مزیت رقابتی پایدار در سازمان یاد می شود. این امر به خصوص در اقتصاد دانش امروز بیش از پیش به حقیقت پیوسته است. با این وجود مدیریت منابع انسانی در سازمان ها با چالش های متعددی مواجه است که از جمله می توان جهانی شدن، کمبود نیروی کار ماهر و متعهد، هرم تصمیم گیری، عدم شناخت نیاز کارکنان، بی برنامه بودن، عدم شایسته سالاری، تبعیض، بهره وری ناکافی منابع انسانی، بی انگیزگی، عدم مشارکت کارکنان، ترک همکاری کارکنان باسابقه سازمان را نام برد. مدیران منابع انسانی می توانند از طریق ارزیابی عملکرد از نقاط ضعف کارمندان آگاه شوند و با توانمندسازی کارکنان خود این چالش ها را رفع کرده یا از بروز اکثر آنها پیشگیری نمایند، کارکنان توانمند در جهت رفع چالش ها، با مدیران نهایت همکاری و مشارکت را می نمایند زیرا در توانمندسازی منابع انسانی؛ انگیزه، مشارکت، تعهد، خلاقیت و وفاداری نهفته است. امروزه با وجود اهمیت فوق العاده توانمندسازی، متأسفانه در ایران بنابه دلایل متعدد از جمله مبهم بودن اهداف سازمانی، نداشتن تعریف مناسب از روابط کاری و روابط شخصی، نبودن سیستم مناسب ارزیابی عملکرد، عدم تعریف شاخص های مناسب جهت سنجش بهره وری نیروی انسانی و برخی عوامل موجود در بازار که از غیر رقابتی بودن محیط کسب و کار و ساختار اقتصادی کشور ناشی می شود سبب شده است که ساز و کار مشخصی در جهت کیفی سازی منابع انسانی تعریف نشده و حتی این سازوکار چندان جدی گرفته نشود. موفقیت سازمانهای امروزی بستگی زیادی به کارمندان دارد. کارمندی که با نحوه کار کردن خود تأثیر بسزایی در عملکرد و خروجی سازمان دارند. برخی از رفتارهای کارمندان توجه زیادی را به خود جلب کرده است. مانند مدیریت تصویر پردازی که بسیاری از پژوهشگران این رفتار را برای سازمان مفید می داند. مدیریت تصویرپردازی توسط اغلب پژوهشگران رفتاری در جهت منافع خود فرد معرفی شده است. این ایده برای اولین بار توسط گافمن (۱۹۵۹) مطرح شده است. او معتقد بود افراد برای شکل دهی به هویت خود، تصاویر مورد نظر از خود در ذهن دیگران را مدیریت می کنند (گافمن، ۱۹۵۹). مدیریت تصویرپردازی اشاره بر رفتارهایی دارد که افراد با استفاده از آن، تصویری که دیگران از آنها دارند را کنترل می کنند و بدین طریق می توانند اهداف و برنامه های خود را برای رسیدن به موفقیت تعیین کرده و نتایج مطلوب را حداکثر و نتایج نامطلوب را حداقل کنند (شلنکر، ۱۹۸۰). کارمندان در رابطه تعاملات خود با همکاران، سرپرستان و ارباب رجوع طوری رفتار می کنند تا وجهه و چهره مثبتی از خود نشان دهند و دیگران درباره آنها قضاوت مثبت داشته باشند. لذا افراد همواره سعی و تلاش می کنند هم رفتار، حرکات و ویژگی شخصی خود را کنترل کنند و هم ادراکات، احساسات و طرز تلقی دیگران را درباره خود مدیریت کنند. این قضاوت و طرز تلقی مثبت سرپرستان و مدیران از کارکنان در زندگی کاری و سازمانی افراد سبب خواهد شد بر ارزیابی آنان در ارتقا ترفیع افزایش حقوق، جابه جایی شغلی کارکنان تأثیر بگذارد. به مجموعه این رفتارها و حرکاتی که از سوی افراد بروز می کند، تصویرپردازی گفته می شود، به عبارت دیگر، فرآیندی که در آن سعی می کنند احساساتی را که دیگران نسبت به آنها دارند، کنترل کنند، تصویر پردازی نامیده می شود (رابینز و جاج ۱۳۸۹). مدیریت تصویر پردازی دیگران تقاطع ادراکی جالبی است



اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

که خود نظارتی، نظریه اسناد و سیاست در سازمان را در بر میگیرد. شاید به همین سبب باشد که در سال‌های اخیر مدیریت تصویر پردازی دیگران توجه فعال پژوهش را به خود معطوف داشته است. کارکنانی که خود نظارتی زیاد دارند و در نتیجه خود را با محیط تطبیق می‌دهند بیشتر به مدیریت تصویر پردازی دیگران پایبند می‌باشند تا کسانی که خود نظارتی ندارند و مراقب رفتار و کردار خود نیستند. مدیریت تصویر پردازی دیگران همچنین اسناد مطلوب رفتارها به درون یا بیرون را در بردارد. همچنین مدیریت تصویر پردازی دیگران قطعاً با قلمرو سیاست در سازمان سازگاری دارد بدلیل آنکه بیش از حد بر افزایش منافع شخصی متمرکز است (رضاییان، ۱۳۸۳).

در این راستا، افراد با توجه به اهداف خاصی که دنبال می‌کنند، تصویر خاصی از خودشان می‌دهند و تاکتیک‌های مختلفی متناسب با این اهداف به کار می‌گیرند. لذا فرد تصویرپرداز از هیچ کوششی در راه رسیدن به هدف خود دریغ نخواهد کرد و همه توان و تلاش خود را برای انجام دادن این تاکتیک‌ها به کار خواهد گرفت. این تلاش شامل تکنیک‌های بیان شفاهی، ارتباط غیر کلامی، نمایش‌های مصنوعی و یا مجموعه رفتارهای خاص و تقلید وار است. مدیریت تصویرپردازی همیشه یک رفتار گمراه کننده نیست، بلکه فرد از آن استفاده می‌کند تا اطلاعات مهم را به طور دقیق منتقل کند و یا از کج فهمی جلوگیری کند، در واقع فرد از مدیریت تصویرپردازی استفاده می‌کند تا پیغامی را که می‌خواهد منتقل کند یا باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های گیرندگان پیغام را هماهنگ کند تا آنها به نتیجه دلخواه هدایت شوند (شلنکر ۱۹۸۰). ارزیابی عملکرد در تسهیل اثربخشی سازمانی یک وظیفه مهم مدیریت منابع انسانی تلقی می‌شود. در سال‌های اخیر به نقش ارزشیابی عملکرد توجه زیادی معطوف شده است. به عقیده صاحب‌نظران یک سیستم اثربخش ارزشیابی عملکرد می‌تواند انبوهی از مزیت‌ها را برای سازمان‌ها و کارکنان آنها همراه داشته باشد. (لانجنکر و نیکودیم، ۱۹۹۶)، بیان کرده‌اند که سیستم ارزشیابی عملکرد؛ بازخورد عملکردی مشخصی را برای بهبود عملکرد کارکنان فراهم می‌آورد، الزامات کارآموزی کارمند را معین می‌کند، زمینه توسعه کارکنان را فراهم و تسهیل می‌کند، بین نتیجه‌گیری پرسنلی و عملکرد ارتباط نزدیکی برقرار می‌نماید و انگیزش و بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد. همچنین (رابرتس و پاولاک، ۱۹۹۶) معتقدند که ارزشیابی عملکرد برای مقاصد متعدد سرپرستی و توسعه‌ای از جمله، برای ارزشیابی عملکرد فردی بر حسب نیازهای سازمانی، پیش‌بینی بازخورد به کارکنان در جهت اصلاح یا تقویت رفتار آنها و تخصیص پاداش و ارتقای شغلی افراد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. در عین حال، امروزه بسیاری از نظام‌های منابع انسانی و مدیریت معمول، مناسب به نظر نمی‌رسند و الگوهای قدیمی ناکارآمد تلقی می‌شوند. طی دهه اخیر، بسیاری از سازمانها دریافته‌اند که در عمل فاقد نظام ارزشیابی عملکردی که بتوان از طریق آن اولویت‌ها و اهداف خود را به کارکنان انتقال داد و بهسازی آنها را پی گرفت، هستند. انسان به دلیل گستردگی حیطه‌های شناختی و استفاده از ابزارهای مختلفی نظیر احساس، مشاهده، ادراک، تجربه و قدرت تعلق و تفکر در موضوعات مختلف بویژه در ارزیابی و تفسیر رفتار و عملکرد کارکنان حساس بوده و مجموعه این عوامل کاردستیابی مدیران به ارزیابی عملکرد مؤثر را تحت الشعاع قرار داده است (استردویک، ۲۰۰۵).

در دنیای امروز سازمان‌ها با یکدیگر در رقابت هستند و سعی بر غلبه بر یکدیگر را دارند، بنابراین برخورداری از مزایای رقابتی دغدغه هر سازمان و مدیری است. یکی از راه‌های موفقیت سازمان‌ها توجه به جنبه‌های جدید در حوزه مدیریت و علاوه بر آن توجه به عملکرد سازمان خود می‌باشد. رفع موانع و نیاز به بهبود عملکرد، ایجاب می‌کند تا سازمان‌ها، سیستم‌های اندازه‌گیری و مدیریت خود را تغییر دهند. پژوهش در مورد فرایند ارزشیابی عملکرد نشان می‌دهد که سرپرست‌ها اغلب هنگام ارزشیابی

۳



اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

به زیردستان خود تکیه می‌کنند (بارنز، ۲۰۰۵)، یعنی ارزیابی کنندگان تمایل به برداشت کلی از کارکنان خود داشته و سپس به آن تصاویر در ارزیابی‌های خود تکیه میکنند. در نتیجه این روند، سرپرست‌ها گاهی اوقات رفتارهایی را خاطر نشان میکنند که ویژگی یک کارمند نمونه است، صرف نظر از اینکه آیا رفتار در واقع مشاهده شده است یا خیر (فوتی، ۱۹۸۷). اغلب پژوهش‌های مدیریتی به دنبال اثر بخش‌تر کردن مدیریت زیردستان است. با این حال برخی محققان از جمله (دراکر، ۱۹۸۶) اظهار کردند، در حقیقت برعکس آنچه تصور می‌شود، رابطه بین سرپرستان و زیردستان اغلب توسط زیردستان اداره می‌شود. ابزار زیردستان برای این کار به کارگیری تصویرپردازی و تاکنیک‌های مربوط به آن است. در واقع تصویرپردازی فرآیندی است که طی آن افراد تلاش می‌کنند تأثیر خود بر دیگران را کنترل و مدیریت کنند (رابین و جادگ، ۲۰۰۷) و با به کارگیری تاکنیک مختلف، تصویر مورد نظر از خود را در اذهان دیگران شکل دهند. در نتیجه، تصمیم‌گیری‌ها را به سمت منافع خود سوق دهند. البته باید توجه کرد تصویرپردازی بدین معنی نیست که احساساتی که به مردم منتقل می‌شود الزاماً ساختگی است. به طور معمول، افراد تصویرپردازی را برای تأثیر گذاشتن بر درک افراد از آن‌ها، به کار می‌گیرند. بنابراین برای افرادی که نگرش مطلوب از خود در ذهن دارند مهم است که دیگران نیز نسبت به آنها احساس مثبتی داشته باشند. همواره سعی می‌کنند این احساس ارزشمند بودن را به دیگران القا کنند. در این زمینه عوامل زیادی در شکل‌گیری پدیده تصویرپردازی در رفتارهای تصویرپردازان در میان افراد وجود دارد. در سازمان‌های ورزشی به علت کمبود منابع، افزایش تعداد افراد جویای کار، رقابتی شدن روز افزون محیط کار و عدم ثبات اقتصادی باعث شده است که کارمندان در سازمان برای ارتقا سمت و بدست آوردن منافع بیشتر از روشی‌هایی استفاده کنند تا بدین ترتیب ارزش خود را در سازمان افزایش دهند. برای این هدف کارمند یک سازمان ممکن است دست به اقدامات سیاسی بزند تا برای مثال خود را فردی با قدرت یا پرنفوذ جلوه دهد. (کاسمر و بارون، ۱۹۸۸)، رفتار سیاسی را این‌گونه تعریف می‌کنند: فعالیت‌هایی که افراد در جهت رسیدن به اهداف خود بدون توجه به منافع تمام کارمندان انجام می‌دهد. (شلنکر، ۱۹۸۰) نیز می‌گوید: فردی که احساس کند سازمانی که در آن مشغول به کار است، سیاست زده است ممکن است از تاکتیک‌های مدیریت تصویرسازی استفاده کند تا بدین ترتیب خود را عضوی مهم جلوه دهد. البته اهداف دیگری نیز ممکن است مدنظر فرد باشد، اما به هر حال در تمام این حرکات منافع شخصی هم مدنظر است. در واقع انسان‌ها زمانی دست به مدیریت تصویرسازی می‌زنند که این افراد را ابزاری برای رسیدن به اهداف خود بدانند و شناخت این ابزار بسیار مهم است (کریمی و همکاران ۱۳۸۸).

در این بین طبق نظر اکثر پژوهشگران در خصوص نقش‌های ارزیابی عملکرد کارکنان به تاکنیک مدیریت تصویرپردازی می‌رسند، که کاربرد بالایی در نحوه ارزیابی عملکرد کارکنان دارا می‌باشد. (کریمی ۱۳۸۸).

تحقیقات کریمی و همکاران (۱۳۸۸) نشان داده است، استفاده از تاکنیک‌های مدیریت تصویرسازی رابطه مثبتی با مورد توجه بود از طرف سرپرست دارد که به معنای اثرگذاشتن در رابطه متقابل میان سرپرست و کارمند است. این پژوهش از رابطه میان میزان مورد توجه سرپرست بودن و نحوه ارزیابی عملکرد توسط سرپرستان دلالت می‌کند. همچنین بین مدیریت تصویرسازی و ارتقا یافتن در سازمان ارتباط وجود دارد. سازمان ورزش صنایع دفاع سازمانی نظامی می‌باشد و کارمندان بر اساس چارت سازمانی فعالیت میکنند و درسمت خود هیچ گونه خلاقیتی ندارند و سازمان کاملاً مکانیکی میباشد، در این نوع سازمان‌ها بعضی کارمندان برای ارتقا جایگاه خود دست به تاکتیک‌های تصویرپردازی می‌زنند، تا بتوانند منافع بیشتری کسب کنند، و

۴

اولین همایش بین‌المللی و سومین ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

درای و زیدمن (۲۰۰۸) در پژوهشی ثابت کردند که هر چه قدر سازمان مکانیکی باشد کارمندان از تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی بیشتر استفاده می‌کنند. بنابراین در این پژوهش بررسی می‌شود که آیا تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع تأثیر دارد؟ آیا سرپرستان و مدیران سازمان ورزش صنایع دفاع شناختی از این تاکتیک‌ها دارند و چگونه می‌توانند این تاکتیک‌ها را در جهت منافع سازمان بکار گیرند؟

بی‌شک ارزیابی عملکرد در هر سازمانی منجر به پویایی و ایجاد حس رقابت در میان کارمندان آن سازمان خواهد شد. نتیجه ایجاد رقابت بین کارمندان یک سازمان رشد همه‌جانبه آن سازمان می‌باشد. امروزه همه افراد، سازمانها، نهادها و ارگان‌های علاقمند هستند که از نتایج عملکرد خود آگاه باشند. در نظام مدیریتی و اداری کشور چند صباحی است که مباحث شفافیت سازی و پاسخ‌گویی و به تبع آن ارزشیابی مطرح است.

به منظور داشتن یک نظام توسعه پایدار در ورزش نیز بایستی برنامه نظارت و ارزیابی را بر آن استوار کرد تا در مسیر رشد، خلاءهای احتمالی شناسایی و رفع یا اصلاح گردند. ایجاد وحدت رویه در اجرای فعالیت ورزشی، حصول اطمینان از توسعه پایدار ورزش و میزان کارایی و اثربخشی و بهره‌وری این فعالیت‌ها نیاز به ایجاد یک سیستم ارزشیابی کارآمد دارد (احمدی، ۱۳۹۲). از این رو، در حوزه مدیریت ورزش، نیاز جدی به یک روش قابل اعتماد برای ارزیابی عملکرد کارمندان در سازمان‌های ورزشی حس می‌شود. در صورتی که ارزیابی عملکرد با دیدگاه فرآیندی و بطور صحیح و مستمر انجام شود. در بخش دولتی موجب ارتقا و پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی و اعتماد عمومی به عملکرد سازمان‌ها و کارایی و اثربخشی دولت می‌شود. در بخش غیردولتی نیز موجب ارتقای مدیریت منابع، رضایت مشتری، کمک به توسعه ملی، ایجاد قابلیت‌های جدید پایداری و ارتقای کلاس جهانی شرکت‌ها و موسسات می‌شود.

به طور کلی نظام ارزیابی عملکرد را می‌توان فرآیند سنجش و اندازه‌گیری و مقایسه میزان و نحوه دستیابی به وضعیت مطلوب با معیارها و نگرش معین در دامنه و حوزه تحت پوششی معین با شاخص‌های معین و در دوره زمانی معین با هدف بازنگری، اصلاح و بهبود مستمر آن می‌باشد.

بخشی از نمره کارکنان به خاطر عملکرد مثبت به خاطر استفاده از مدیریت تصویرپردازی کارکنان به طوری که تصویری که کارمند در سازمان از خود کشیده است بیانگر این مضمون است که سرپرستان برای ارزیابی عملکرد بر نقش و وظایفی که کارمندان کرده و تصویری که از او در ذهن به جای مانده توجه و استناد می‌کنند، لیکن سازمان‌های خدماتی که سیستم ارزیابی عملکرد و بخواهند، مدیریت تصویرپردازی کارکنان می‌تواند نقش بسزایی را در نحوه ارزیابی عملکرد داشته باشد و ارتباط متقابل بین سرپرست و کارمند را بیش از پیش سهل‌بخشد. برای کلیه سازمانهایی که هدفشان رشد و ارتقا و تنبیه کارکنان و بررسی عملکردشان است تکنیک مدیریت تصویرپردازی به عنوان تکنیکی کاربردی مورد استفاده همه سازمان‌ها می‌باشد. کسی تاکنون به نقش مدیریت تصویرپردازی کارکنان در ارزیابی عملکرد اشاره نکرده است و مدیریت تصویرپردازی کارکنان به عنوان بحث نو و جدید در عرصه مدیریت و ارتباط مدیریت تصویرپردازی کارکنان با ارزیابی عملکرد بسیار مدنظر قرار گرفته است.

پیشینه تحقیقات

اردشیر شیری و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر مدیریت تصویر پردازی مثبت بر راهبرد های مدیریت تعارض پرداختند. جامعه آماری شامل کارکنان شاغل در بیمارستان ایلام بود. نمونه با حجم ۳۰۰ با روش نمونه در دسترس انتخاب شد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، مدیریت تصویرسازی متمرکز بر سرپرست، مدیریت تصویرسازی متمرکز بر شغل و مدیریت تصویرسازی متمرکز بر خود بر راهبرد معنی‌های مدیریت تعارض، تأثیر دارند.

طهماسبی (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی آثار خودباوری و عزت نفس بر شکل‌گیری تصویرپردازی در کارکنان بانک سپه پرداخت. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، عزت نفس رابطه مثبت معنادار با تصویر پردازی دارد. در حالی که رابطه معنادار بین خودباوری و تصویرپردازی مشاهده نشد.

یزدانی و همکاران (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی تأثیر مهارت‌های سیاسی بر توانایی استفاده از فنون مدیریت تصویرپردازی ذهنی دیگران: کارکنان استانداری خراسان شمالی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که مهارت‌های سیاسی (هوشیاری اجتماعی، نفوذ بین شخصی، توانایی شبکه‌ای و صداقت ظاهری) بر توانایی استفاده از فنون مدیریت تصویرپردازی ذهنی دیگران موثر هستند و میزان استفاده از مهارت‌های سیاسی و نیز استفاده از فنون مدیریت تصویرپردازی در حد متوسط می‌باشد.

طبرسا (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی رابطه مدیریت تصویرسازی و فرسودگی شغلی در میان کارشناسان منطقه ۶ شهرداری تهران پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که میان مولفه‌های خود ارتقایی، نمونه جلوه دادن خود و حامی‌سازی و فرسودگی شغلی ارتباط دو به دو معکوس و معناداری وجود دارد. اما بین سایر مولفه‌ها رابطه معناداری پیدا نشد. همچنین بین نمره کلی تصویرپردازی و فرسودگی شغلی ارتباط معنادار وجود دارد.

وکیل‌زند (۱۳۹۲)، در تحقیقی به مشکلات ارزیابی کارکنان در سازمان به این نتیجه رسید که ارزیابی شیوه انجام کار، نقش قاطعی در ایجاد انگیزه دارد. افراد علاقه و نیاز دارند که نظر دیگران را درباره چگونگی انجام کارشان بدانند و ارزشیابی فرصتی فراهم می‌آورد که به این خواسته خود دست یابند. اگر ارزشیابی به این هدف دست نیابد مصاحبه ارزشیابی فرصت بررسی پیشرفت و ارتقای کارکنان و برنامه‌ریزی جهت برطرف کردن نقایص و ضعف‌های کاری را فراهم می‌آورد. ضرورت دارد، ارزیاب پیش از ارزشیابی، کاملاً مشخص و روشن کند که چه انتظاری از کارکنان داشته بنابراین، به صورتی که آن‌ها به طور دقیق بدانند که چه کاری باید انجام دهند اقدام نماید.

یزدانی و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان مدیریت تصویرسازی در جهت منافع سازمان یا خود فرد؛ به بررسی تأثیر تاکتیک‌های مدیریت تصویرسازی رو به بالا بر رفتار شهروندی سازمانی جهت یافتن رابطه به ظاهر متضاد میان دو متغیر مدیریت تصویرسازی و رفتار شهروندی سازمانی پرداخته‌اند. میزان تأثیرگذاری سه تاکتیک مدیریت تصویرسازی شامل تاکتیک متمرکز بر سرپرست، تاکتیک متمرکز بر شغل، تاکتیک متمرکز بر خود را بر رفتار شهروندی سازمانی بررسی نمودند و نتیجه گرفتند که تاکتیک متمرکز بر خود در عین حال که اثر پایینی در بروز مدیریت تصویرسازی از جانب فرد دارد، تأثیر بسزایی بر بروز رفتار شهروندی سازمانی دارد و ضرورت شناخت این تاکتیک را برای مدیران گوشزد می‌کند، زیرا تاکتیک متمرکز بر خود

اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

می‌تواند به افزایش رضایت درونی و احساس با اهمیت بودن کارمند منجر شود و این رضایت درونی عاملی برای بروز رفتار شهروندی سازمانی است که برای سازمان مطلوب است.

چن و فنگ (۲۰۱۳) در تحقیقی به عنوان میزان سیاست زدگی سازمان و استفاده از تاکتیک مدیریت های تصویرسازی پرداخت. در این پژوهش به این نتیجه رسید، که به هر اندازه میزان سیاست زدگی در سازمان کمتر باشد، استفاده از تاکتیک تمرکز بر شغل و وظیفه در آن سازمان بیشتر نتیجه دارد و بر عکس هر چقدر هر کارکنان احساس سیاست زده بودن سازمان را داشته باشند؛ استفاده از تاکتیک های تمرکز بر سرپرست و خود شیرینی بیشتر می شود و این تاکتیک ها نتیجه مثبت تری می دهند.

وین و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی آثار مدیریت تصویرپردازی را بر علاقه سرپرست و شباهت ادراک شده و ارزیابی عملکرد کارمند مورد بررسی قرار دادند نتایج بررسی آن‌ها نشان داد که تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر شغل ارتباط منفی با ارزیابی‌های عملکرد دارد و تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر سرپرست ارتباط مثبتی با علاقه سرپرست و شباهت ادراک شده دارد. همچنین آن‌ها نتیجه گرفتند که علاقه به کارمند و شباهت ادراک شده به طور مثبت بر ارزیابی عملکرد تأثیرگذار هستند.

بلین ویلا و هکاران (۲۰۱۰) به پژوهشی عنوان بررسی رابطه استفاده از تاکتیک های تصویر سازی رو به بالا پرداخت. در این پژوهش رابطه مثبت معنی دار میان استفاده از تاکتیک های متمرکز بر سرپرست با دوست داشتنی بودن نزد سرپرست و رابطه منفی میان استفاده از تاکتیک های متمرکز بر شغل و وظیفه با دوست داشتن بودن است. همچنین ظاهر فیزیکی و مورد لطف واقع شدن می توانند موجب به وجود آمدن ادراک متخصص بودن زیر دست توسط سرپرست بشود و در نهایت در ارزیابی وی تأثیر مثبت بگذارد.

درای و زیدمن (۲۰۰۸)، در پژوهشی نشان دادند که رفتارهای مدیریت تصویرپردازی را بر سیستم‌های سازمانی مورد مطالعه قرار دادند. هدفشان از این پژوهش مقایسه الگوهای مدیریت تصویرپردازی در دو سیستم سازمانی ارگانیک و مکانیک بوده است. براساس نتایج بدست آمده از این پژوهش کارمندان در ساختارهای مکانیکی، تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی را بیشتر بکار می‌گیرند و تلاش آن‌ها بیشتر به سمت مافوق خود هدایت شده تا همکاران و اغلب از استراتژی‌های خود شیرینی استفاده می‌کنند. از طرف دیگر کارکنان در ساختارهای ارگانیک، تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی را در دامنه کمتری بکار می‌برند و به طور برابر رفتارهایشان به سمت مافوق و همکارانشان هدایت می‌شود. برجسته‌ترین استراتژی آن‌ها ابتکار و آشناسازی است. تریدوی و همکاران (۲۰۰۷)، در پژوهشی نقش میانجی مهارت سیاسی کارمند در مدیریت تصویرپردازی را بر تصاویر و ادراک سرپرست از خودشیرینی کارمند مورد مطالعه قرار دادند و دریافتند خودشیرینی نتایج بسیار خوبی را برای افرادی که از نظر سیاسی مهارت دارند به بار می‌آورد.

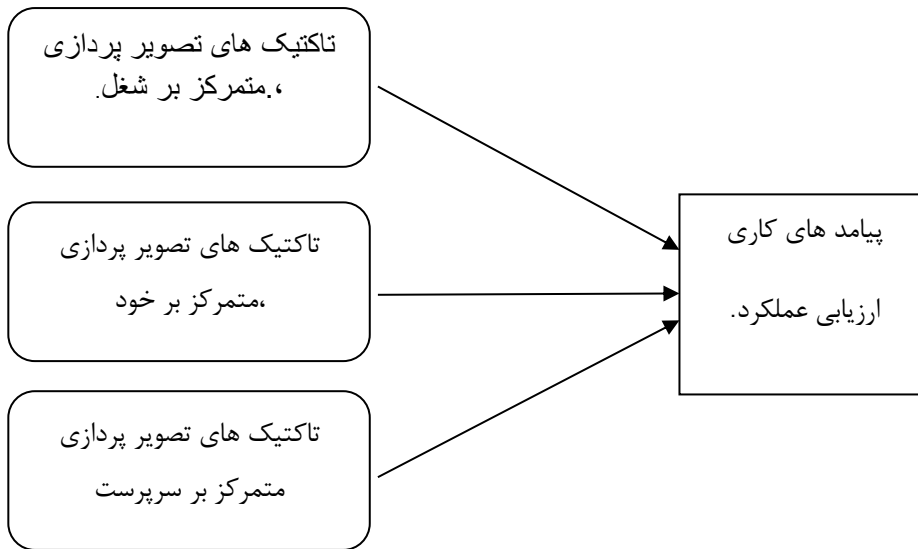
بولر و براس (۲۰۰۶)، در پژوهشی نشان دادند کارمندانی که در سازمان دارای مقام و جایگاه پایین‌تر هستند، تمایل زیادی در بکار گرفتن تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی در جهت کارمندانی که دارای مقام و جایگاه بالاتر در سازمان هستند. همچنین کارمندان با مقام و جایگاه بالاتر تمایلی به بکارگرفتن تاکتیک‌های مدیریت تصویر پردازی در جهت کارمندانی که دارای مقام

۷

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

جایگاه پایین تر در سازمان هستند را ندارند؛ کارمندان بیشتر مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر افراد را به کار می گیرند تا مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر سازمان، زیرا مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر افراد محسوس است و به چشم می آید.



اهداف اصلی و فرعی

هدف کلی این تحقیق، تأثیر تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان و کارمندان ورزش صنایع دفاع می باشد.

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر خود بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر شغل بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر سرپرست بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر خود بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر شغل بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزشی صنایع دفاع

تعیین اثر تاکتیک متمرکز بر سرپرست بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع

فرضیه های تحقیق

تاکتیک متمرکز بر خود بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک متمرکز بر شغل بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک متمرکز بر سرپرست بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک‌های مدیریت تصویر پردازی بر عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ورزش صنایع دفاع تأثیر دارد.
تاکتیک متمرکز بر خود بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک متمرکز بر شغل بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک متمرکز بر سرپرست بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع اثر دارد.
تاکتیک‌های مدیریت تصویر پردازی بر عملکرد کارکنان از دیدگاه کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع تأثیر دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی بود که از نظر هدف کاربردی و از نظر زمان مقطعی بود که به صورت پیمایشی و داده ها از طریق پرسشنامه و به روش میدانی گردآوری شد. متغیرهای تحقیق، تاکتیک های تصویر سازی متغییر مستقل و عملکرد متغیر تابع میباشد. پرسشنامه مدیریت تصویرپردازی در محیط کار: این پرسشنامه توسط بولینو و ترنلی (۱۹۹۹) طراحی شده است. پایایی این پرسشنامه توسط طبرسا و همکاران (۱۳۹۳) از طریق بررسی ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ گزارش شد. در این تحقیق نیز ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد.

پرسشنامه عملکرد شغلی: این پرسشنامه توسط پاترسون (۱۹۹۲) ساخته شده است. سیاحی و شکرکن (۱۳۷۵) روایی این پرسشنامه را از طریق همبسته کردن با پرسشنامه خودارزشیابی عملکرد قابل قبول گزارش کرده اند و پایایی آن را از طریق آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب ۰/۸۵ و ۰/۸۵ گزارش کردند. در پژوهش حاضر پایایی این پرسشنامه بعد از توزیع در بین ۳۰ نفر از نمونه آماری، ۰/۸۲ به دست آمد.

در این تحقیق از دو روش آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. ابتدا برای توصیف ویژگی های فردی و متغیرهای تحقیق از شاخص های آمار توصیفی مانند فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف معیار، حداقل، حداکثر استفاده شد. سپس برای تعیین طبیعی بودن توزیع داده ها از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف، بررسی ارتباط بین متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. کلیه تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفته است که سطح معناداری نیز ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

یافته ها

جامعه آماری این تحقیق شامل تمام کارمندان سازمان ورزش صنایع دفاع شهر تهران است که تعداد آن ها برابر با ۱۰۰ نفر بود که با توجه به جدول مورگان ۸۰ نمونه از کل جامعه در نظر گرفته شد. وضعیت سنی کارکنان را نشان می دهد. از بین شرکت کنندگان تعداد ۱۶ نفر بین ۲۵ تا ۳۰ سال (حدود ۱۹ درصد)، تعداد ۱ نفر بین ۳۱ تا ۳۵ سال (حدود ۱ درصد)، تعداد ۲۵ نفر

اولین همایش بین المللی و سومین ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

بین ۳۶ تا ۴۰ سال (حدود ۳۰ درصد)، تعداد ۹ نفر بین ۴۶ تا ۵۰ سال (حدود ۱۱ درصد) و تعداد ۵ نفر بالای ۵۰ سال (حدود ۶ درصد) سن دارند. از بین شرکت کنندگان تعداد ۸۰ نفر مرد (حدود ۹۶ درصد) و تعداد ۳ نفر زن (حدود ۴ درصد) هستند.

بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق

جدول 1 بررسی وضعیت تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی

متغیرهای تحقیق	میانگین فرضی	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
متمرکز بر خود	۳	۴.۱۳	.۶۰۰	۲.۶۷	.۰۰۵
متمرکز بر سرپرست	۳	.۳۹۳	.۵۸۰	.۲۵۲	.۰۰۵
متمرکز بر شغل	۳	.۳۹۳	.۵۷۰	.۲۰۲	۴.۸۰
تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی	۳	۵۷.۳	۴۷.۰	۵۰.۲	۹۲.۴

جدول 1 وضعیت تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی را نشان می دهد. با توجه به میانگین به دست آمده مشاهده می شود که میانگین تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی و هر سه خرده مقیاس آن از میانگین فرضی (۳) بالاتر هست و نشان دهنده بالابودن مدیریت تصویرپردازی کارکنان و خرده مقیاس های آن هستند.

جدول 2 بررسی وضعیت عملکرد شغلی

متغیر های تحقیق	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
عملکرد شغلی	۳۹,۴۵	۶,۹۰	۰۰,۲۶	۷۳,۰۰

جدول 2 وضعیت عملکرد شغلی را نشان می دهد. با توجه به نمره گذاری پرسشنامه که دامنه نمرات بین ۰ تا ۴۵ می باشد و مقایسه میانگین بدست آمده ۳۹,۴۵ می توان گفت که عملکرد شغلی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

جدول 3 بررسی وضعیت ارزیابی عملکرد از دیدگاه سازمان

متغیر های تحقیق	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
ارزیابی عملکرد	۷۹,۲۷	۸,۰۰	۰۰,۶۵	۹۴,۰۰

جدول 3 وضعیت ارزیابی عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان را نشان می دهد. با توجه به این که دامنه نمره ارزیابی عملکرد از ۰ تا ۱۰۰ می باشد میانگین به دست آمده حاکی از آن است که عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. آزمون نرمالیته برای تعیین آزمون های پارامتریک و غیر پارامتریک نرمال بودن داده ها مورد بررسی قرار گرفت.

جدول 4 نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای توزیع نرمال داده ها

متغیرها	Z	سطح معناداری (sig)	وضعیت توزیع
تاکتیک های مدیریت تصویرپردازی	۲۵۱.	۰,۰۸۴	نرمال
عملکرد شغلی	۸۱.۱	۰,۰۳۰	غیرنرمال
ارزیابی عملکرد	۰,۹۹۱	۰,۲۸۰	نرمال

با توجه به غیرنرمال بودن توزیع داده های عملکرد شغلی برای بررسی فرضیه های تحقیق از آزمون آماری ناپارامتریک استفاده خواهد شد.

بحث و نتیجه گیری

در این بخش نتایج و یافته های تحقیق جهت تایید یا رد فرضیه ها ارائه میگردد

یافته های پژوهش حاضر نشان داد که بین تاکتیک های مدیریت تصویر پردازی با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان (۰/۱۶۱ - $t = p > 0/146$) رابطه معنی داری وجود ندارد. به نظر می رسد به دلیل این که عملکرد شغلی با شاخص ها و معیارها و یا به

اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

عبارتی همان رفتارهای مورد انتظار سنجیده می‌شود، از این رو این عامل یعنی مدیریت تصویرپردازی تأثیر معناداری بر عملکرد شغلی نداشته است. البته، در توجیح این یافته می‌توان چنین گفت که به دلیل این که این تحقیق در یک سازمان نظامی انجام شده است و احتمالاً به دلیل این که رفتارها و وظایف افراد به صورت کاملاً مشخص و دقیق به افراد ابلاغ می‌شود لذا احتمالاً به این دلیل این رفتارها بر عملکرد شغلی تأثیر معناداری ندارد. بر خلاف یافته‌های این تحقیق ویلا و همکاران (۲۰۰۶) و نایب (۲۰۱۱) نشان دادند که مدیریت تصویر پردازی تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد فروشنده‌ها دارد. از دلایل احتمالی این ناهمسویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری پژوهش‌ها اشاره کرد، چرا که پژوهش حاضر بر روی کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع انجام شده است، در حالی که ویلا و همکاران (۲۰۰۶) بر روی فروشنده‌ها و نایب (۲۰۱۱) ۶۰ دانشجوی روانشناسی تحقیق انجام دادند.

نتایج دیگر این تحقیق نشان داد که بین تاکتیک متمرکز بر سرپرست با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($r = -0.143$)، رابطه معنی‌داری وجود ندارد. تاکتیک‌های متمرکز بر سرپرست مانند رفتارهای خود شیرینی، چاپلوسی و هم عقیده بودن با دیگران است و برای آن که فرد دوست داشتنی، مفید و با ملاحظه به نظر بیاید، استفاده می‌شوند. بنابراین کارمندی که از این تاکتیک‌ها استفاده می‌کند، سرپرست خود را ستایش و تحسین می‌کند و یا با نظرهای وی ابراز هم عقیده بودن دارد. هم‌چنین تاکتیک‌های متمرکز بر سرپرست شامل انجام کارهای شخصی و یا مورد علاقه سرپرست هم می‌شود (وین و فریس، ۱۹۹۰). این تاکتیک‌ها بسیار موثر هستند. در توجیح این یافته می‌توان چنین استنباط کرد که چون در صنایع دفاع شرایط حاکم بر سازمان ورزش و یا به عبارتی دیگر فرهنگ سازمانی موجود در این سازمان نشأت گرفته از هنجارها و ارزش‌های نظامی هست، بنابراین احتمالاً این رفتارها تأثیر بر عملکرد شغلی ندارد. وین و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند که تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر سرپرست ارتباط مثبتی بر ارزیابی عملکرد تأثیرگذار هستند. این یافته با نتایج پژوهش حاضر ناهمسو می‌باشد. از دلایل احتمالی انی ناهمسویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری تحقیقات اشاره کرد.

بررسی فرضیه‌های دیگر این تحقیق نشان داد که بین تاکتیک متمرکز بر خود با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($r = -0.054$)، رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در تفسیر این یافته می‌توان چنین ادعان نمود که وقتی کارکنان تلاش می‌کنند تا خودشان را به عنوان فردی نمونه جلوه دهند و فردی سختکوش و مهربان به نظر بیایند، در واقع از تاکتیک‌های متمرکز بر خود استفاده می‌کنند. بنابراین کارمندی که از این تاکتیک‌ها استفاده می‌کند، می‌خواهد به سرپرست خود بقبولاند که فردی مهربان، مودب، با مهارت و دارای ارزش‌های کیفی مثبت است و کارمندی است که خود را وقف کارش کرده است (وین و فریس، ۱۹۹۰). از این رو، به دلیل این که عملکرد شغلی شاخص‌ها و وظایفی مشخص با بازخوردها و پیامدهای ملموس‌تر هستند، لذا به نظر می‌رسد این عامل در عملکرد شغلی تأثیرگذار نیستند. یافته‌های این بخش از پژوهش تحقیقات همسو و ناهمسو ندارد. بررسی‌های دیگر حاکی از آن بود که بین تاکتیک متمرکز بر شغل با عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان ($r = -0.220$)، $p = 0.046$) رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. این یافته مبین آن است که وقتی کارکنان درصدد این باشند که رفتارهایی را نشان دهند که حاکی از خود ارتقائی و برای آنکه فرد شایسته و لایق برای شغلش به نظر بیاید در واقع به دنبال تاکتیک‌های متمرکز بر شغل است. بنابراین کارمندی که از این تاکتیک‌ها استفاده می‌کند، می‌خواهد مسئولیت وقایع مثبت را به عهده بگیرد هم‌چنین تمایل دارد وقایع منفی را کم تر از آنچه مضر است نشان دهد و سعی می‌کند تنها موفقیت‌های خود را نشان دهد. در حالی که این

اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

تاکتیک‌ها برای شایسته نشان دادن کارمندان است، اما وین و فریس (۱۹۹۰) معتقدند که اغلب نتیجه مثبتی برای استفاده ندارد. استفاده از تاکتیک‌های متمرکز بر شغل ارتباط منفی با نمره ارزیابی توسط سرپرست و پیشرفت‌های شغلی دارد. پژوهش حاضر نیز در تایید این ادعا ارتباط منفی بین این رفتارها با ارزیابی عملکرد نشان داد. در این راستا، وین و همکاران (۲۰۱۰) نیز نشان دادند که تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر شغل ارتباط منفی با ارزیابی‌های عملکرد دارد. لذا یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق وین و همکاران (۲۰۱۰) همسو است. با توجه به رابطه منفی معنادار بین تاکتیک متمرکز بر شغل و عملکرد کارکنان از دیدگاه سازمان پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان ورزش صنایع دفاع از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها، سمینارها و همایش‌ها در رابطه با رفتارهای صحیح سازمانی را به کارکنان آموزش دهند و مدیریت با بهره‌گیری از کار گروهی و تشکیل گروه‌های کاری و افزایش فعالیت‌های گروهی، زمینه کاهش تصویرسازی متمرکز بر شغل توسط کارکنان را که ممکن است تأثیر منفی بر عملکرد آنان و در نهایت سازمان داشته باشد، فراهم کند.

دیگر یافته‌های این تحقیق مبین آن بود که بین تاکتیک‌های مدیریت تصویر پردازی با عملکرد شغلی ($r=0/074$, $p=0/506$) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در تبیین این یافته می‌توان اذعان داشت که عملکرد شغلی، اشاره به حاصل فعالیت‌های کارمند یا مدیر از لحاظ اجرای وظایف محوله پس از مدت معین دارد (وونگ و چونگ، ۲۰۰۳). بنابراین، احتمالاً چون عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع فقط براساس اجرای وظایف محوله ارزیابی می‌شود به همین دلیل این رابطه معنادار نیست. بر خلاف یافته‌های این تحقیق ویللا و همکاران (۲۰۰۶) و نایب (۲۰۱۱) نشان دادند که مدیریت تصویر پردازی تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد فروشنده‌ها دارد. از دلایل احتمالی این ناهم‌سویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری پژوهش‌ها اشاره کرد، چرا که پژوهش حاضر بر روی کارکنان سازمان ورزش صنایع دفاع انجام شده است، در حالی که ویللا و همکاران (۲۰۰۶) بر روی فروشنده‌ها و نایب (۲۰۱۱) ۶۰ دانشجوی روانشناسی تحقیق انجام دادند.

نتیجه فرضیه دیگر این تحقیق نشان داد که بین تاکتیک متمرکز بر سرپرست با عملکرد شغلی ($r=0/038$, $p=0/732$) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. اذعان شده است که رفتارهایی مانند خودشیرینی و چاپلوسی رابطه مثبتی با نحوه ارزیابی توسط سرپرست دارد. در واقع خودشیرینی و چاپلوسی باعث می‌شود، سرپرست کارمند را دوست داشته باشد. این دوست داشتن به وجود احساس مثبت منجر می‌شود و در نتیجه در ارزیابی سرپرست از کارمند تأثیر می‌گذارد (عباس پور و همکاران، ۱۳۸۹). وین و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند که تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر سرپرست ارتباط مثبتی بر ارزیابی عملکرد تأثیرگذار هستند. این یافته با نتایج پژوهش حاضر ناهم‌سویی می‌باشد. از دلایل احتمالی انی ناهم‌سویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری تحقیقات اشاره کرد.

یافته‌های دیگر این تحقیق نشان داد که بین تاکتیک متمرکز بر خود با عملکرد شغلی ($r=0/105$, $p=0/346$) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. تاکتیک‌های متمرکز بر خود یعنی این که فرد به خودش اشاره دارد و هدف، ایجاد تصویر فردی با مهارت و دارای ارزش‌های کیفی مثبت است (تیدچی، ۱۹۸۴). با توجه به این که شاخص‌های ارزیابی به صورت کمی می‌باشد، احتمالاً به این دلیل این رفتارها تأثیرگذار نیستند. یافته‌های این بخش از پژوهش تحقیقات همسو و ناهم‌سو ندارد.

نتایج دیگر این تحقیق نشان داد که بین تاکتیک متمرکز بر شغل با عملکرد شغلی ($r=-0/010$, $p=0/930$) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. این یافته مبین آن است که وقتی کارکنان درصدد این باشند که رفتارهایی را نشان دهند که حاکی از خود ارتقائی

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

و برای آنکه فرد شایسته و لایق برای شغلش به نظر بیاید در واقع به دنبال تاکتیک‌های متمرکز بر شغل است. وین و فریس (۱۹۹۰) معتقدند که اغلب نتیجه مثبتی برای استفاده ندارد. استفاده از تاکتیک‌های متمرکز بر شغل ارتباط منفی با نمره ارزیابی توسط سرپرست و پیشرفت‌های شغلی دارد. پژوهش حاضر نیز در تایید این ادعا ارتباط منفی بین این رفتارها با ارزیابی عملکرد نشان داد. برخلاف این یافته، وین و همکاران (۲۰۱۰) نیز نشان دادند که تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی متمرکز بر شغل ارتباط منفی با ارزیابی‌های عملکرد دارد. لذا یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق وین و همکاران (۲۰۱۰) ناهمسو است. از دلایل احتمالی ناهمسویی می‌توان به تفاوت جامعه آماری تحقیقات اشاره کرد.

منابع

- انصاری، محمداسماعیل. (۱۳۸۸)؛ تأثیر مدیریت اثر بر عملکرد شرکت مخابرات بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن در مخابرات اصفهان. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، سال هفتم، شماره بیستم، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، صفحات ۱۷۱-۱۹۰.
- بنیادی نایینی، علی؛ تأییدی، نرگس. (۱۳۹۲)؛ بررسی تأثیر سیستماتیک عوامل و مؤلفه های موثر بر تصویر ذهنی، اولین همایش ملی کسب و کار، همدان.
- جعفرنژاد، احمد. (۱۳۸۸)؛ بررسی تأثیر عواطف و احساسات بر روی بکارگیری تاکتیک های مدیریت تأثیر. راهبرد سال هجدهم، شماره ۵۳ صفحات ۷۵-۹۸، زمستان ۱۳۸۸.
- زیارت، محمد یزدان. (۱۳۹۳)؛ تاثیر مهارت های سیاسی بر توانایی استفاده از فنون مدیریت تصویر پردازی ذهنی دیگران: کارکنان استانداری خراسان شمالی. مجله پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۳، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳.
- سید جوادین، سید رضا. (۱۳۸۳)؛ مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات نگاه دانش، چاپ اول، تهران.
- شرافت، شاپور. (۱۳۹۳)؛ بررسی آثار تاکتیک های مدیریت تاثیر روی موفقیت در مسیر حرفه ای. مجله پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۴، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳.
- شریفی، سید مهدی؛ نرگسیان، عباس. (۱۳۹۲)؛ بررسی رابطه بین مدیریت تاثیر با پیامد های رفتاری آن در بین مدیران و کارکنان کتابخانه های دانشگاه تهران. تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاهی، دوره ۴۷، شماره ۱، بهار ۱۳۹۲، صفحات ۹۷-۱۱۲.
- شیری، اردشیر؛ رضایی، زهرا؛ شاکرمی، مینا. (۱۳۹۴)؛ بررسی تاثیر مدیریت تصویر سازی مثبت بر راهبردهای مدیریت تعارض. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال پنجم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صفحات ۹۳-۱۱۹.
- طبرسا، غلامعلی؛ معینی، منصوره. (۱۳۹۳)؛ بررسی تصویر پردازی و فرسودگی شغلی. فصلنامه علمی، پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحویل)، سال بیست و سوم شماره ۷۶، زمستان ۹۳، صفحات ۱۵۷-۱۸۶.
- طهماسبی، رضا؛ غفاری، حسن؛ شبانی، مهدی (۱۳۹۳)؛ بررسی آثار خود باوری و عزت نفس بر شکل گیری تصویر پردازی بر شکل گیری تصویر پردازی در کارکنان بانک سپه. مدیریت فرهنگ سازمانی دوره ۱۲، شماره ۱۳، پاییز ۱۳۹۳، صفحات ۳۹۹-۴۲۰.

عباس پور، عباس. (۱۳۸۹)؛ مدیریت تصویر سازی در جهت منافع سازمان یا خود فرد: تاثیر تاکتیک های مدیریت تصویر سازی رو به بالا بر رفتار شهروند سازمانی. مدیریت دولتی دوره ۲، شماره ۵، پاییز و زمستان ۱۳۸۹، صفحات ۱۲۴ تا ۱۰۷.

فرهنگی، علی اکبر. (1388)؛ بررسی عوامل موثر بر مدیریت تاثیر و پیامد های آن. مجله پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۱۳، پاییز ۸۹.

Allen, T., Barnard, S., Rush, M., & Russell, J. (2000). Ratings of organizational citizenship behavior: does the source make a difference? *Human Resource Management Review*, 10, 97-114.

Baron, R.A. (1986). Self-presentation in job interviews: When there can be too much of good things. *Journal of Applied Social Psychology*, 16(1), 16-28.

Bolino M. C.; Turnley W. H.; "More than one way to make an impression: Exploring profiles of impression management"; *Journal of Management*, Vol 29.2007.

Bolino, M. C. (1999). Citizenship and impression management: good soldiers or good actors? *Academy of Management Review*, 24, 82-98.

Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2003). Counternormative impression management, likeability, and performance ratings: the use of intimidation in an organizational setting. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 237-250.

Bolino, M.C. & Turnley, W. H. (1999). Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy. *Organizational Research Methods*, 2(2), 187.

Cole, Amy Y., Elizabeth J. Rozelle (2011), Emotional Intelligence and Impression Management: A Theoretical Framework, *Insights Journal*, Volume 2011, Issue 1, pp.93-114.

Crane & Crane, E. (2004), Usage and Effectiveness of Impression Management Strategies in Organizational Settings, *Journal of Group Psychotherapy Psychodrama and Sociometry*.

Drory, A., & Zaidman, N. (2007). Impression management behavior: effects of the organizational system. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 290-308.

Galeger v.c. Situational and dispositional antecedents and consequences of impression management tactics: The role of political skill; A Thesis Submitted for Fulfillment of the Requirement for The Degree of Ph D, College of Business, Florida State University, 2007.

Gardner, W. (1992). Lessons in organizational dramaturgy: The art of impression management. *Organizational Dynamics*, 21(1), 33-47.

Gardner, W. L., & Martinko, M. J. (1988). Impression Management in Organizations. *Journal of Management*, 14(2), 321-338.

Jain, Ajay K. (2012), Moderating Effect of Impression Management On the Relationship of Emotional Intelligence and Organizational Citizenship Behavior, *Institute of Behavioral and Applied Management*, pp.86-107.

Rosenfeld, Giacalone, & Riordan. (1995). *Impression Management in Organizations: Theory, measurement, practice*: Routledge, London.

Rosenfeld, P., Giacalone, R. A., & Riordan, C. A. (2002). *Impression management: building and enhancing reputations at work*. London: Thomson learning.

Schlenker, B. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.

Sosik J. J. Jung D. I.; "Impression management strategies and performance in information technology consulting: The role of self-other rating agreement on charismatic leadership"; *Management Communication Quarterly*, Vol, 17, No, 2, 2003.

Wayne, S. J., & Liden, R. C. (1995). Effects of impression management on performance ratings: A longitudinal study. *Academy of Management Journal*, 38(1), 232.