

شناخت فرهنگ سازمانی یکی از بهترین ابزارها در دست مدیران در جهت شناخت هرچه بهتر محیط و شرایط سازمان و مسائل و اولویت‌های آن و نیز فضای فکری و عوامل مؤثر بر عمل کارکنان در جهت بهبود شرایط و حرکت به سمت نقطه مطلوب است. هدف پژوهش حاضر بررسی فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان بر اساس مدل دنیسون است. این پژوهش با روش توصیفی مقطعی در تابستان ۱۳۹۰ صورت پذیرفته است. جامعه آماری آن اعضا و کارکنان شورای فرهنگی - اجتماعی زنان و حجم نمونه آن بالغ بر ۳۰ نفر و برابر با کل جامعه آماری مذکور می‌باشد. داده‌ها با کمک پرسشنامه و با روش پیمایش جمع‌آوری شده است. پرسشنامه تحقیق بر اساس پرسشنامه استاندارد دنیسون و بر اساس ابعاد چهارگانه درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق‌پذیری و مأموریت یا رسالت طراحی گردیده است. بر اساس یافته‌های تحقیق بیشترین امتیاز حاصل شده در میان ابعاد چهارگانه فرهنگ سازمانی، مربوط به بعد سازگاری و کمترین امتیاز متعلق به بعد درگیری در کار بوده است. به‌طور کلی بر اساس یافته‌های تحقیق، فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی - اجتماعی زنان در حد متوسط ارزیابی گردیده است.

■ واژگان کلیدی:

فرهنگ، فرهنگ سازمانی، مدل دنیسون، شورای فرهنگی اجتماعی زنان.

بررسی فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان

حامد مخبردزفولی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی
mokhberh@yahoo.com

غلامرضا عباسی

کارشناس ارشد روان‌شناسی
gh.abbasi51@yahoo.com

بیان مسئله

در خلال دهه‌های گذشته، فرهنگ در سازمان‌ها به موضوعی مهم در پژوهش‌های علمی بدل گشته است. فرهنگ سازمانی (به هر شیوه‌ای تعریف شود) همواره با مسئله ارزیابی مواجه بوده است. به عبارت دیگر همواره محققین علاقه‌مند بوده‌اند که فرهنگ سازمان را مورد شناسایی و ارزیابی قرار دهند تا دریابند افراد از چه زاویه‌ای به سازمان خود می‌نگرند. فرهنگ سازمانی یک متغیر محیطی است که به‌میزان متفاوت بر تمام اعضای سازمان اثر می‌گذارد و از این‌رو درک درست از این ساختار برای اداره سازمان و کار مؤثر، حائز اهمیت است. اعضای سازمان، برای حل مسائل مربوط به انطباق بیرونی و یکپارچگی درونی به‌عنوان بهترین شیوه جهت حل مسائل، فرهنگ مکتوب و حتی غیرمکتوب خود را به اعضای جدید آموزش می‌دهند. از این‌رو با برخورداری از ظرفیت لازم برای تغییر و تبدیل فرهنگ سازمانی، تغییر اعمال، افکار و احساسات بخش عظیمی از اعضای سازمان امکان‌پذیر می‌گردد. (بی. لاونسن و دیگران، ۱۳۸۱: ۴۵)

از آنجا که هیچ بهبودی در کار سازمان‌ها بدون شناخت کامل و همه‌جانبه فرهنگ سازمانی ممکن نیست، مطالعه فرهنگ سازمان‌های گوناگون همواره مورد توجه محققان بوده است.

در پژوهش حاضر، مسئله اصلی شناخت ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی - اجتماعی زنان است تا با ترسیم سیمای فرهنگ سازمانی در این شورا و نشان دادن نقاط قوت و ضعف آن، اطلاعات مفیدی در اختیار مسئولان و تصمیم‌سازان سازمان مذکور جهت مدیریت هرچه بهتر و ثمربخش‌تر قرار گیرد. بدین ترتیب سؤال اصلی این تحقیق را می‌توان چنین برشمرد:

- وضعیت فرهنگ سازمانی و ابعاد مختلف آن در شورای فرهنگی اجتماعی زنان چگونه است و نقاط قوت و ضعف آن چیست؟

ضرورت تحقیق

چنان‌که پیش از این ذکر شد، در این پژوهش شورای فرهنگی - اجتماعی زنان به‌عنوان سازمان هدف انتخاب گردیده و سعی شده با کمک یکی از جدیدترین مدل‌های بررسی فرهنگ سازمانی، این مجموعه مورد پژوهش و بررسی قرار گیرد. این شورا یکی از اصلی‌ترین مراکز تصمیم‌سازی در حیطه مسائل فرهنگی بانوان جامعه ماست و تصمیمات آن جهت تصویب نهایی به‌طور مستقیم به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه می‌شود. زنان، نیمی از جمعیت هر کشور هستند و به‌دلیل نقش تربیتی این قشر، تأثیر بر تمامی آحاد جامعه دارند لذا هر سازمانی که به‌نحوه با تصمیم‌سازی در حیطه زنان مرتبط است، دارای اهمیت ویژه بوده و ورود به مسائل و شناخت ابعاد مختلف سازمانی آن اهمیتی انکارناپذیر دارد. الزامات کار اجرایی و مسائل مختلف آن گاهی اهمیت شناخت علمی از محیط سازمان جهت مدیریت بهینه آن را مغفول می‌سازد و ضروری است که پژوهشگران در محیط دانشگاهی، با بررسی ابعاد مختلف مدیریتی سازمان‌های

گوناگون و ارائه نتایج تحقیقات به مدیران مربوط، پلی بین دانشگاه و فضای اجرایی و عملیاتی در جامعه ایجاد کرده و علم را به خدمت عمل درآورند.

معرفی شورای فرهنگی اجتماعی زنان^۱

شورای فرهنگی اجتماعی زنان یکی از شوراهای اقماری وابسته به شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌باشد که به منظور سیاست‌گذاری در مسائل فرهنگی - اجتماعی زنان و ایجاد هماهنگی‌های لازم، تشکیل و از تیر ماه سال ۱۳۶۷ کار خود را آغاز نموده است. این شورا از مجموع معاونت پژوهش و معاونت اطلاعات و آمار زنان تشکیل شده است. معاونت پژوهش با هدف هدایت، راهبری، کنترل و نظارت بر امور پژوهشی و معاونت اطلاعات و آمار به منظور گردآوری اطلاعات مربوط به زنان جهت بسط فعالیت‌های سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تحقیقاتی تشکیل شده است. تمامی مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی که به‌نحوی به موضوع زنان و مسائل مربوط به ایشان پرداخته، به‌طور مستقیم به شورای فرهنگی اجتماعی زنان مربوط بوده است به‌نحوی که شورای مذکور با کار تخصصی در زمینه موضوعات گوناگون مربوط به زنان، پیشنهادهای کاربردی خود را برای تصویب به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه می‌دهد. تاکنون بیش از ۹۰ مصوبه از مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌طور مستقیم مرتبط با شورای فرهنگی اجتماعی زنان بوده و این امر حکایت از اهمیت این شورا در بین شوراهای اقماری مرتبط با شورای عالی انقلاب فرهنگی دارد.

ادبیات تحقیق و چارچوب نظری

مطالعات فرهنگ سازمانی در سطوح تحلیل مختلف (سازمانی در برابر اجتماعی)، رویکردهای مختلف روش‌شناختی (مفهومی، کیفی و کمی) و سازه‌های مرتبط مختلفی به‌انجام رسیده است (حسینی و دیگران، ۱۳۸۹: ۵۷).

تعریف و اهمیت شناخت فرهنگ سازمانی: تعاریف متعددی از فرهنگ سازمانی به‌عمل آمده است. برخی فرهنگ سازمانی را یک نظام اعتقادی می‌دانند که بین اعضای یک سازمان مشترک است. برخی آن را سلسله‌ای از ارزش‌های مشترک مسلط همبسته می‌دانند که با مفاهیم نمادی چون داستان‌ها، اسطوره‌ها و تکیه کلام‌ها منتقل می‌شود (رایینز، ۱۳۸۷: ۴۵). برخی مانند ادگار شاین فرهنگ را الگویی از مفروضات بنیادین می‌دانند که بر اثر اندوختن از دشواری‌های سازگاری بیرونی و یکپارچگی درونی از سوی گروهی معین، آفریده، کشف یا پرورده شده است (طوسی، ۱۳۷۲: ۵۳). از دیدگاه این متفکر که یکی از برجسته‌ترین پژوهشگران در حوزه فرهنگ سازمانی است، بزرگ‌ترین خطر برای درک فرهنگ این است

۱. برگرفته از وب سایت شورای فرهنگی اجتماعی زنان:

که آن را بیش از اندازه در ذهن خود ساده کنیم و از عباراتی نظیر «راه و روش بنگاه» و «ارزش‌های بنیادی بنگاه» برای تفسیر آن استفاده کنیم. وی برای تعریف فرهنگ، آن را در چند پرده تو در تو تفسیر می‌کند و بخش عمده فرهنگ را در این پرده‌های پوشیده، الگوی ذهنی مشترکی می‌داند که در میان اعضای سازمان، رایج و به‌عنوان محک‌های پذیرفته شده است (علی‌اکبری، ۱۳۸۹: ۱). برخی دیگر از صاحب‌نظران معتقدند فرهنگ تنها راه منحصر به فردی است که سازمان بر اساس آن فعالیت خود را انجام می‌دهد. به عبارتی فرهنگ جنبه انسانی سازمان است که با همبستگی هدف مشخص می‌شود (دیویس، ۱۳۷۳: ۲۴۰). به‌طور کلی باید گفت که فرهنگ سازمانی، الگویی مشترک و نسبتاً پایدار از ارزش‌ها، باورها و اعتقادات اساسی در یک سازمان است. بنابراین می‌توان با اطمینان بیان نمود که انجام هرگونه تغییر و تحول بنیادی در سازمان تنها از طریق شناخت فرهنگ آن سازمان امکان‌پذیر است. هدف از شناخت و تبیین فرهنگ سازمانی، شناساندن آن به افراد سازمان و ایجاد راهکارهای مناسب برای حل مشکلات درون و برون سازمان می‌باشد (عسکریان، ۱۳۸۸: ۱۰۲).

مدل نظری که در این پژوهش برای بررسی فرهنگ سازمانی مورد توجه بوده است، مدل دنیسون است. دانیل دنیسون^۱ در سال ۲۰۰۰ مدل مشهور خود را بر اساس تحقیقات متعدد خود در حیطه فرهنگ سازمان‌ها ارائه نمود. وی در مطالعه و ارائه الگوی خود ویژگی‌های فرهنگی را به شرح زیر مطرح نموده است:

۱- درگیر شدن در کار^۲: سازمان‌های اثربخش افرادشان را توانمند می‌سازند، سازمان را بر محور گروه‌های کاری تشکیل می‌دهند و قابلیت‌های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می‌دهند. اعضای سازمان به کارشان متعهد شده و خود را به‌عنوان پاره‌ای از پیکره سازمان احساس می‌کنند. افراد در همه سطوح احساس می‌کنند که در تصمیم‌گیری نقش دارند و این تصمیمات است که بر کارشان مؤثر است و کار آنها مستقیماً با اهداف سازمان پیوند دارد (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۴).

این ویژگی با سه شاخص توانمندسازی^۳، تیم‌سازی^۴ و توسعه قابلیت‌ها^۵ اندازه‌گیری می‌شود: توانمندسازی: افراد اختیار، ابتکار و توانایی برای اداره کردن کارشان دارند. این امر نوعی حس مالکیت و مسئولیت در سازمان ایجاد می‌کند. تیم‌سازی: در سازمان به کار گروهی در جهت اهداف مشترک، ارزش داده می‌شود. به‌طوری که کارکنان به مانند مدیران احساس می‌کنند در محل کار خود پاسخگو هستند. این سازمان‌ها برای انجام کارها به گروه‌ها تکیه می‌کنند.

1. Daniel Denison
2. Involvement
3. Empowerment
4. Team Orientation
5. Capability Development

توسعه قابلیت‌ها: سازمان به‌منظور تأمین نیازها و باقی ماندن در صحنه رقابت به‌طور مستمر به توسعه مهارت‌های کارکنان می‌پردازد (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۵).

۲- سازگاری^۱ (ثبات و یکپارچگی): تحقیقات نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که اغلب اثربخش‌اند باثبات و یکپارچه بوده و رفتار کارکنان از ارزش‌های بنیادین نشئت گرفته است. رهبران و پیروان در رسیدن به توافق مهارت یافته‌اند و فعالیت‌های سازمانی به خوبی هماهنگ شده است. سازمان‌هایی با چنین ویژگی‌هایی، دارای فرهنگ قوی و متمایزند و به‌طور کافی بر رفتار کارکنان نفوذ دارند (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۵).

این ویژگی با سه شاخص ارزش‌های بنیادین^۲، توافق^۳ و هماهنگی و پیوستگی^۴ اندازه‌گیری می‌شود.

ارزش‌های بنیادین: اعضای سازمان در یک دسته از ارزش‌هایی که هویت و انتظارات آنها را تشکیل می‌دهند شریک‌اند.

توافق: اعضای سازمان قادرند در اختلافات مهم به توافق برسند. این توافق هم شامل توافق در سطح زیرین و هم توانایی در ایجاد توافق در سطوح دیگر می‌باشد.

هماهنگی و پیوستگی: واحدهای سازمانی با کارکردهای متفاوت می‌توانند برای رسیدن به اهداف مشترک خیلی خوب با هم کار کنند. مرزهای سازمانی با این‌گونه کار کردن به هم‌ریخته نیز نمی‌شود (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۵).

۳- انطباق‌پذیری^۵: سازمان‌هایی که به خوبی یکپارچه‌اند، به‌سختی تغییر می‌یابند. لذا یکپارچگی درونی و انطباق‌پذیری بیرونی را می‌توان مزیت و برتری سازمان به‌حساب آورد (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۵).

این ویژگی با سه شاخص ایجاد تغییر^۶، مشتری‌گرایی^۷ و یادگیری سازمانی^۸ اندازه‌گیری می‌شود.

ایجاد تغییر: سازمان قادر است راه‌هایی برای تأمین نیازهای تغییر ایجاد کند و می‌تواند محیط مؤسسه را بشناسد، به محرک‌های جاری پاسخ دهد و از تغییرات آینده پیشی جوید.

مشتری‌گرایی: سازمان مشتریان را درک می‌کند و به آنها پاسخ می‌دهد و پیشاپیش درصد تأمین آینده برمی‌آید. در واقع مشتری‌گرایی درجه‌ای را که سازمان‌ها در جهت رضایت مشتریان هدایت می‌شوند نشان می‌دهد.

1. Consistency
2. Core Values
3. Agreement
4. Coordination & Integration
5. Adaptability
6. Creating Change
7. Customer Focus
8. Organizational Learning

یادگیری سازمانی: میزان علائم محیطی را که سازمان‌ها دریافت، ترجمه و تفسیر می‌کنند و فرصت‌هایی را برای تشویق خلاقیت، سبک دانش و توسعه توانایی‌ها ایجاد می‌کند، اندازه می‌گیرد (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۵).

۴- رسالت یا مأموریت^۱: شاید بتوان گفت مهم‌ترین ویژگی فرهنگ سازمانی رسالت یا مأموریت است. سازمان‌هایی که نمی‌دانند کجا هستند و وضعیت موجودشان چیست، معمولاً به بیراهه می‌روند. سازمان‌های موفق درک روشنی از اهداف و جهت خود دارند، به طوری که اهداف سازمانی و اهداف استراتژیک را تعریف کرده و چشم‌انداز سازمان را ترسیم می‌کنند.

پردازش‌ترین سازمان‌ها، سازمان‌هایی هستند که مجبورند مأموریت‌شان را تغییر دهند. وقتی یک سازمان مجبور است رسالت خود را تغییر دهد، تغییرات در استراتژی، ساختار، فرهنگ و رفتار الزامی است. در این وضعیت رهبر قوی چشم‌انداز سازمان را مشخص می‌کند و یک فرهنگ را خلق می‌کند که این چشم‌انداز را پشتیبانی می‌کند (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۶-۶۵).

این ویژگی با سه شاخص گرایش و جهت‌گیری استراتژیک^۲، اهداف و مقاصد^۳ و چشم‌انداز^۴، اندازه‌گیری می‌شود.

گرایش و جهت استراتژیک: گرایش‌های استراتژیک روشن جهت اهداف سازمانی را نشان می‌دهد و هر شخص می‌تواند خودش را در آن بخش مشارکت دهد.

اهداف و مقاصد: اهداف با استراتژی مأموریت و افق دید سازمان پیوند می‌یابد و سمت و سوی کار افراد را مشخص می‌کنند.

چشم‌انداز: سازمان یک دیدگاه مشترک از وضعیت آینده دارد. آن ارزش بنیادی را ابراز می‌کند، اندیشه و دل نیروی انسانی را با خود همراه ساخته و در همین زمان جهت را نیز مشخص می‌کند (براتی‌مارنانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۶).

طیف‌های ثابت - منعطف و تمرکز داخلی - خارجی: همان‌طور که در مدل دنیسون دیده می‌شود، این مدل دارای دو محور عمودی و افقی است که مدل را به چهار قسمت (ربع دایره) تقسیم کرده است. محور عمودی دربرگیرنده میزان و نوع تمرکز فرهنگ سازمانی است. این محور از یک طرف به تمرکز داخلی و از طرف دیگر به تمرکز خارجی منتهی می‌شود. محور افقی نیز به میزان انعطاف سازمان اشاره دارد که از یک طرف به فرهنگ ایستا و از طرف دیگر به فرهنگ منعطف منتهی می‌شود (رجب‌بیگی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۵۵).

1. Mission
- 2- Strategic Direction & Intent
3. Goals & Objectives
4. Vision



نمودار ۱: مدل فرهنگ سازمانی دنیسون

دلایل انتخاب مدل دنیسون به عنوان مدل نظری پژوهش

از آنجا که مدل دنیسون نسبت به سایر مدل‌های سنجش فرهنگ سازمانی، شاخص‌های اندازه‌گیری به نسبت کامل‌تری را ارائه می‌دهد و نیز از جدیدترین مدل‌های ارائه شده در خصوص سنجش فرهنگ سازمانی است، این مدل برای پژوهش حاضر انتخاب گردید. از دلایل دیگر انتخاب این مدل آن است که این مدل را می‌توان در تمامی سطوح سازمان به کار برد. ضمن اینکه در سالیان اخیر این مدل توسط مؤسسات مدیریت برای ارزیابی فرهنگ سازمانی شرکت‌ها و سازمان‌ها در خارج از کشور به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته است. از مزایای دیگر مدل دنیسون، نمودار گرافیکی آن است که ویژگی‌های فرهنگ سازمانی را در دو بعد تمرکز داخلی و خارجی و میزان انعطاف و همچنین در سطح ۱۲ شاخص که پیش از این بدان اشاره گردید، به‌صورتی که کاملاً وضع فرهنگ سازمانی را نشان می‌دهد، ترسیم می‌کند (منوریان و بختائی، ۱۳۸۷: ۱۳۶).

از مزایای دیگر مدل فرهنگ سازمانی دنیسون نسبت به سایر مدل‌های فرهنگ سازمانی آن است که این مدل به جای ارزیابی شخصیت، رفتار گروهی را محک می‌زند و اندازه‌گیری را تا پایین‌ترین سطوح سازمان انجام می‌دهد (رحیم‌نیا و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

پرسش‌های تحقیق

- بر اساس الگوی دنیسون، پرسش‌های پژوهش حاضر به قرار زیر می‌باشد:
۱. فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر درگیر شدن چیست؟
 ۲. فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر سازگاری چیست؟
 ۳. فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر انطباق‌پذیری چیست؟
 ۴. فرهنگ سازمان در ارتباط با متغیر رسالت چگونه است؟
 ۵. فرهنگ سازمان در سطح کلان چگونه است و در چه ابعادی نیاز به تحول و بهبود دارد؟

پیشینه تحقیق در ایران

در ایران پژوهش‌های متعددی در راستای شناخت فرهنگ سازمانی انجام شده است. برای این منظور مدل‌ها و الگوهای مختلف مورد استفاده قرار گرفته‌اند. از جمله مدل‌هایی که برای این منظور به دفعات مورد استفاده قرار گرفته است می‌توان به مدل کوپین، مدل لتوین، مدل هافستد و مدل استیفن رابینز اشاره کرد (منوریان و بختائی، ۱۳۸۷: ۱۳۸).

از اولین تحقیقاتی که در ایران بر اساس مدل دنیسون صورت پذیرفته، می‌توان به پژوهشی اشاره کرد که در شرکت بازرگانی پتروشیمی ایران توسط دکتر عباس منوریان انجام گردیده است که در آن بررسی سازگاری یا عدم سازگاری فرهنگ سازمانی شرکت مزبور با استراتژی‌های مورد نظر شرکت و نیز استراتژی‌های آینده آن مدنظر بوده است. بر اساس نتایج این تحقیق، امتیاز متغیرهای درگیر شدن در کار و سازگاری در شرکت پتروشیمی چندان مطلوب نبوده اما متغیر انطباق‌پذیری در حد متوسط و متغیر رسالت در حد قابل قبول قرار داشته است (منوریان و بختائی، ۱۳۸۷: ۱۳۸). در تحقیق دیگری که برای بررسی فرهنگ سازمانی در سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور صورت پذیرفته، چهار مؤلفه مشارکت، انطباق‌پذیری، سازگاری و مأموریت، بر اساس مدل دنیسون مورد ارزیابی قرار گرفته است. بر مبنای یافته‌های تحقیق، سازمان مذکور، در تمام ابعاد چهارگانه در حد متوسط ارزیابی می‌شود. بیشترین امتیاز تقریباً در توافق و ارزش‌های بنیادین و کمترین در هماهنگی، ایجاد تغییر و مشتری‌گرایی، مشاهده شده است (رجب‌بیگی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۶۱-۱۵۲).

تحقیق دیگری برای شناخت فرهنگ سازمانی در سازمان مدیریت صنعتی صورت پذیرفته است که مبنای آن الگوی فرهنگ سازمانی دنیسون بوده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سازمان مدیریت صنعتی در تمام ابعاد چهارگانه مدل مذکور، در حد متوسط و بالاتر از متوسط قرار گرفته است. با این وجود در برخی شاخص‌ها از جمله «هماهنگی و پیوستگی» و «اهداف و مقاصد» نیازمند بهبود ارزیابی شده است (منوریان و بختائی، ۱۳۸۷: ۱۵۴-۱۳۲).

در پژوهش دیگری تحت عنوان بررسی فرهنگ سازمانی بیمارستان شهید هاشمی نژاد تهران بر اساس مدل دنیسون که در سال ۱۳۸۸ صورت پذیرفته، نتایجی بدین قرار به دست

آمده است: اکثر افراد تحت بررسی در این بیمارستان (۷۲ درصد) وضعیت فرهنگ سازمانی بیمارستان را در حد مطلوب ارزیابی کرده‌اند. بیشترین امتیاز در بعد مشارکت در کار (فرهنگ مشارکتی) و کمترین امتیاز در متغیر سازگاری حاصل شده است. در مجموع هر چهار بعد اصلی فرهنگ دارای نمره متوسط و بالاتر بوده‌اند. بالاترین میزان شاخص‌های فرهنگ سازمانی، مربوط به تیم‌سازی با میانگین ۴/۲۴ و کمترین شاخص با میانگین ۳/۲۴ مربوط به هماهنگی و پیوستگی بوده است. در مجموع اکثر شاخص‌ها در وضعیت مطلوب قرار داشته‌اند (براتی‌مارنای و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۲-۶۳).

پژوهش دیگری نیز با عنوان بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد، به انجام رسیده است که در آن مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی به صورت پیمایش توسط پرسشنامه از اعضای هیئت علمی دانشگاه جمع‌آوری شده است. تحلیل‌های حاصل از یافته‌های تحقیق این نتیجه را مشخص ساخته است که بعد انطباق‌پذیری بیشترین و بعد درگیر شدن در کار کمترین امتیاز را به دست آورده‌اند. همچنین در بین شاخص‌های دوازده گانه‌ای که در این تحقیق برای چهار بعد مطرح در مدل دنیسون طراحی شده، شاخص‌های تغییرپذیری و چشم‌انداز در حد بالایی قرار گرفته‌اند و برخی شاخص‌ها مانند هماهنگی و تیم‌سازی کمترین امتیاز را به دست آورده‌اند که نیازمند بهبود می‌باشند. از روش آنالیز چندمتغیره جهت مقایسه چهار بعد با یکدیگر و دوازده شاخص با همدیگر استفاده شده که مشخص گردیده ابعاد و شاخص‌ها با همدیگر تفاوت معنادار دارند و همچنین نتایج تحلیل عاملی نشان داده است که از منظر پاسخگویان، چشم‌انداز بیشترین تأثیر را بر روی فرهنگ سازمانی می‌گذارد (رحیم‌نیا و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۴۷).

از تحقیقات دیگری که در زمینه فرهنگ سازمانی و بر اساس مدل دنیسون در ایران انجام شده می‌توان به پژوهشی تحت عنوان «شناخت فرهنگ مدرسه براساس مدل دنیسون» اشاره کرد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران و معلمان دبیرستان‌های پسرانه و دخترانه نواحی پنجگانه و منطقه جی شهرستان اصفهان در سال تحصیلی ۸۶-۸۵ بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق نشان داده است که مدارس متوسطه شهر اصفهان، در تمام ابعاد چهارگانه در حد متوسط و بالاتر از متوسط قرار گرفته است با وجود این در برخی از شاخص‌ها از جمله «ایجاد تغییر» و «توسعه قابلیت‌ها» و «اهداف و مقاصد» نیازمند بازنگری و بهبود است (سلیمی و دیگران، ۱۳۸۵: ۳).

روش تحقیق و حجم نمونه

پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع کاربردی و بر حسب سطح تحلیل از نوع توصیفی و از گروه پیمایشی می‌باشد که در آن به بررسی فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی اجتماعی زنان پرداخته شده است.

تحقیق توصیفی همان گونه که از نامش به وضوح می‌توان دریافت، توصیف عینی واقعی و منظم حوادث، رویدادها و موضوعات مختلف می‌باشد (خلیلی شورینی، ۱۳۷۵: ۲۳).

جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارکنان شورای فرهنگی اجتماعی زنان می‌باشد. حجم نمونه در این پژوهش با جامعه آماری برابر است و به دلیل کم بودن تعداد کارکنان این شورا، تمامی ۳۰ نفر ایشان مورد پرسش واقع شده‌اند. ابزار سنجش و گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه‌ای است که بر اساس مدل دنیسون و ابعاد و شاخص‌های مطرح در این مدل طراحی شده است. این پرسشنامه به صورت استاندارد بوده و شاخص‌ها و پرسش‌های آن در تمام تحقیقاتی که در داخل و خارج کشور بر اساس مدل دنیسون طراحی و اجرا می‌شود مشابه است.

روایی و پایایی تحقیق

مفهوم روایی به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. اگر وسیله جمع‌آوری اطلاعات از صفت جامعیت و مانعیت برخوردار نباشد و یا به عبارتی نتواند، همه آنچه را که مدنظر است به درستی اندازه‌گیری نماید و یا نتواند مانع شود تا آنچه را که نمی‌خواهیم بسنجیم در یافته‌ها دخالت نماید، نتایج حاصله دور از واقعیت خواهد بود. به لحاظ پیشگیری از این امر، باید ابتدا اعتبار علمی پرسشنامه محقق گردد (منوریان و بختائی، ۱۳۸۷: ۱۰). در این پژوهش برای افزایش روایی محتوایی پرسشنامه سعی شد تا مقالات و کتب مرتبط با موضوع مورد مطالعه قرار گرفته و تمام ابعاد موضوع مدنظر قرار گیرد. در گام بعدی تحقیقات مشابهی که در کشور با استفاده از مدل دنیسون صورت پذیرفت مطالعه شده و در آخر با افراد صاحب‌نظر در این موضوع مشورت گردید. نکته مهم آن است که همان‌طور که پیش از این ذکر شد، پرسشنامه این تحقیق همان پرسشنامه مدل دنیسون است که استاندارد بوده و در تحقیقات داخلی و خارجی بارها مورد استفاده قرار گرفته است و همین موضوع اطمینان در خصوص روایی پرسشنامه را بالا می‌برد.

مفهوم پایایی یا قابلیت اعتماد با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. یکی از روش‌های محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از فرمول آلفای کرونباخ است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود. ضریب آلفای کرونباخ بین صفر و یک متغیر است. مقدار صفر این ضریب نشان‌دهنده عدم قابلیت اعتماد و ۱+ نشان‌دهنده قابلیت اعتماد کامل است (سکاران، ۱۳۸۰: ۵۶).

برای تعیین ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه، از نرم‌افزار SPSS استفاده شد و این عدد ۰/۹۱ تعیین گردید که رقمی قابل قبول برای این پرسشنامه است.

یافته‌های تحقیق

پرسشنامه پژوهش حاضر در دو بخش ویژگی‌های شخصی پاسخگویان و پرسش‌های مربوط به سنجش ابعاد فرهنگ سازمانی تنظیم گردیده که نتایج و یافته‌های هر بخش به شرح زیر است:

۱- ویژگی‌های پاسخگویان

مطابق با یافته‌های تحقیق میانگین سن پاسخگویان به پرسشنامه پژوهش حاضر حدود ۳۶ سال می‌باشد. جدول شماره یک ویژگی سنی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

جدول ۱: مشخصات سنی جمعیت نمونه

سن	میانگین	انحراف استاندارد	کمترین	بیشترین
	۳۶/۳۵	۸/۷۴	۲۵	۵۳

در خصوص وضعیت تأهل نمونه مورد مطالعه، ۳۳/۳۳ درصد پاسخگویان را مجردان و ۵۰ درصد را متأهلان تشکیل داده‌اند. حدود ۱۶/۶۶ درصد به این سؤال پاسخی نداده‌اند. در خصوص وضعیت تحصیلی پاسخگویان، ۶/۶۶ درصد دیپلم، ۵۰ درصد لیسانس، ۱۰ درصد فوق لیسانس و بالاتر و ۲۰ درصد سایر موارد بوده‌اند. ۱۳/۳۳ درصد پاسخگویان به این سؤال پاسخ نداده‌اند. وضعیت استخدام پاسخگویان نیز مطابق نتایج تحقیق به شرح زیر است: ۲۳/۳۳ درصد پاسخگویان رسمی و پیمانی، ۵۰ درصد قراردادی، ۱۰ درصد شرکتی و ۶/۶۶ درصد سایر موارد بوده است. ۱۰ درصد نیز به این پرسش پاسخ نداده‌اند. جدول شماره دو وضعیت تأهل، تحصیلات و وضعیت استخدام پاسخگویان را نشان می‌دهد.

جدول ۲: ویژگی‌های توصیفی کارکنان شورای فرهنگی اجتماعی زنان

درصد	فراوانی	وضعیت تأهل	تحصیلات
۳۳/۳۳	۱۰	مجرد	
۵۰	۱۵	متأهل	
۱۶/۶۶	۵	موارد بی پاسخ	
۶/۶۶	۲	دیپلم	
۵۰	۱۵	لیسانس	
۱۰	۳	فوق لیسانس و بالاتر	
۲۰	۶	غیره	
۱۳/۳۳	۴	موارد بی پاسخ	

۲۳/۳۳	۷	رسمی و پیمانی	وضعیت استخدام
۵۰	۱۵	قراردادی	
۱۰	۳	شرکتی	
۶/۶۶	۲	سایر	
۱۰	۳	موارد بی پاسخ	

۲- وضعیت فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی - اجتماعی زنان بر اساس مدل دنیسون

پیش از ارائه یافته‌ها در این بخش لازم است توضیح مختصری در باب نحوه نمره‌دهی در پرسشنامه دنیسون ارائه گردد. پرسشنامه مبتنی بر مدل دنیسون که در تحقیق حاضر از آن استفاده شده، مشتمل بر سؤالاتی است که به صورت طیفی مطرح شده و در آن پاسخگو در مواجهه با گویه‌های مختلف مربوط به هر کدام از ابعاد و مؤلفه‌های اصلی و فرعی پاسخ‌هایی بین کاملاً مخالف، مخالف، متوسط، موافق و کاملاً موافق را انتخاب می‌کند که در تجزیه و تحلیل آن، به هر پاسخ به ترتیب نمراتی بین ۱ تا ۵ داده می‌شود و با توجه به این نمرات، میانگین هر بعد اصلی و فرعی تعیین می‌گردد که عددی بین ۱ تا ۵ است. عدد ۵ بیانگر بهترین وضعیت برای فرهنگ مربوطه در سازمان و عدد ۱ بیانگر بدترین وضعیت برای بعد فرهنگی مورد نظر است. در تحلیل این نمرات، نمره ۳ متوسط و نمرات بالاتر از آن مطلوب ارزیابی می‌شود.

الف- امتیازات مربوط به مؤلفه‌های اصلی: جدول شماره سه، میانگین ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی اجتماعی زنان را نشان می‌دهد. بر این اساس بعد سازگاری با ۳/۰۱، مأموریت (رسالت) با ۲/۹۸، انطباق‌پذیری با ۲/۴۹ و درگیری در کار با ۲/۲۰ بیشترین تا کمترین امتیازات را کسب نموده‌اند.

جدول ۳: میانگین امتیازات مؤلفه‌های اصلی فرهنگ سازمانی

انحراف استاندارد	میانگین عددی	
۰/۷۴	۲/۹۸	مأموریت (رسالت)
۰/۵۶	۳/۰۱	سازگاری
۰/۸۰	۲/۱۹	درگیری در کار
۰/۶۴	۲/۴۹	انطباق‌پذیری

ب- امتیازات مربوط به شاخص‌های ابعاد چهارگانه فرهنگ سازمانی

جدول شماره چهار میانگین امتیازات شاخص‌های فرهنگ سازمانی را نشان می‌دهد.

جدول ۴: میانگین امتیازات شاخص‌های فرهنگ سازمانی

انحراف استاندارد	میانگین عددی		
۰/۸۴	۳/۰۲	گرایش و جهت استراتژیک	مأموریت
۰/۶۸	۲/۶۹	چشم‌انداز	
۰/۸۰	۳/۱۰	اهداف و مقاصد راهبردی	
۰/۹۴	۲/۶۱	ارزش‌های بنیادین	سازگاری
۰/۹۸	۳/۰۴	توافق	
۰/۸۸	۳/۴۰	هماهنگی و پیوستگی	
۱/۰۱	۲/۵۳	تیم‌سازی	درگیری در کار
۰/۷۳	۱/۷۸	توسعه قابلیت‌ها	
۰/۹۴	۲/۲۸	توانمندسازی	
۰/۷۸	۲/۵۸	ایجاد تغییر	انطباق‌پذیری
۰/۸۲	۲/۹۸	روابط محیطی (مشتري‌گرایی)	
۰/۷۳	۲/۳۳	یادگیری سازمانی	

بر اساس جدول فوق، شاخص اهداف و مقاصد در بعد رسالت، شاخص هماهنگی و پیوستگی در بعد سازگاری، شاخص تیم‌سازی در بعد درگیری در کار و شاخص روابط محیطی در بعد انطباق‌پذیری بیشترین امتیازات را از میان شاخص‌های دوازده‌گانه به خود اختصاص داده‌اند. هنگامی که داده‌های جدول فوق را بر نمودار گرافیکی مدل دنیسون پیاده کنیم (نمودار شماره دو)، یک شمای کلی از وضعیت فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی اجتماعی زنان به دست می‌آید. نگاهی به این نمودار روشن می‌سازد که شورای فرهنگی، اجتماعی زنان به لحاظ فرهنگ سازمانی، در ابعاد سازگاری و رسالت وضعیت قابل قبولی دارد و در ابعاد انطباق‌پذیری و به خصوص درگیر شدن در کار نیازمند توجه و برنامه‌ریزی در جهت بهبود است. نمودار فرهنگ سازمانی منطبق با دیاگرام مدل دنیسون همچنین نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی در شورای مورد بررسی از جهت تمرکز داخلی و خارجی تقریباً وضعیت مشابهی دارد و از حیث میزان انعطاف‌پذیری، بیشتر ثابت و غیرمنعطف است.



نمودار ۲: شمای کلی فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی - اجتماعی زنان

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی اجتماعی زنان وابسته به شورای عالی انقلاب فرهنگی بر اساس مدل فرهنگ سازمانی دنیسون بود که بر اساس چهار بعد مشارکت، سازگاری، انطباق‌پذیری و رسالت صورت پذیرفت. بر اساس نتایج تحقیق وضعیت ابعاد چهارگانه فرهنگ سازمانی در شورای فرهنگی اجتماعی زنان، در حد متوسط ارزیابی می‌گردد. نتایج نشان می‌دهد که بعد سازگاری، بعد غالب در فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی اجتماعی زنان است. بدین ترتیب باید گفت که در مجموعه مورد بررسی این تحقیق، رفتار کارکنان متأثر از ارزش‌های بنیادین سازمان بوده و فعالیت‌های سازمانی در آن به خوبی هماهنگ شده است و در واقع به دلیل قوی بودن در این بعد از ابعاد چهارگانه مدل دنیسون، فرهنگ سازمانی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان را می‌باید قوی و متمایز قلمداد کرد.

چنانچه پیش از این گفتیم، بعد رسالت یا مأموریت به نوعی مهم‌ترین بعد از ابعاد چهارگانه فرهنگ سازمانی است و سازمانی موفق‌تر است که درک بهتری از اهداف و جهت حرکت خود داشته باشد. بر اساس پژوهش حاضر از این بعد نیز، شورای فرهنگی اجتماعی زنان در وضعیتی بالاتر از متوسط و قابل قبول قرار دارد.

در دو بعد دیگر یعنی انطباق و درگیر شدن با کار وضعیت به حد کافی مطلوب نیست. نتایج نشان می‌دهد که در این دو بعد، سازمان مورد بررسی، امتیازی پایین‌تر از حد متوسط کسب نموده است که در این بین امتیاز بعد درگیر شدن با کار از همه پایین‌تر است. به عبارت

دیگر، شورای فرهنگی - اجتماعی زنان، در توانمند سازی کارکنان و جذب آنان به عنوان عضوی از پیکره خود به نحوی که کارکنان خود را جزئی از مجموعه احساس کرده و حس مالکیت و مسئولیت در قبال مجموعه احساس کنند دارای ضعف است که این امر توجه متولیان و مدیران را می طلبد. همچنین در بعد دیگر یعنی انطباق نیز که امتیاز کسب شده اندکی پایین تر از حد میانگین است، سازمان نیازمند برنامه ریزی و توجه بیشتر است. بدین معنی که این مجموعه باید هم به یکپارچگی درونی و هم به انطباق پذیری بیرونی توجه بیشتری مبذول دارد. در این مسیر لازم است تغییرات لازم را برای تأمین هر چه بیشتر نیازهای مجموعه در جهت نیل به اهداف از پیش تعیین شده، پیش بینی کند، به تشویق خلاقیت و توسعه توانایی های اعضای خود بپردازد و روابط بیرونی خود را به خصوص با سازمان ها و مجموعه هایی که دارای هدف های مشترک و زمینه های کاری مشابه یا هم راستا هستند (مانند شورای عالی انقلاب فرهنگی که شورای فرهنگی اجتماعی زنان از شوراهای اقماری آن است)، بهبود بخشد.

چنانچه پیش از این اشاره کردیم، با توجه به محورهای عمودی و افقی دیاگرام مدل دنیسون، فرهنگ سازمانی در مجموعه مورد بررسی از جهت تمرکز داخلی و خارجی تقریباً وضعیت مشابهی دارد یعنی سازمان تقریباً به محیط داخل و خارج به یک میزان توجه دارد و در طیف منعطف - ثابت، بیشتر تمایل به ثبات و عدم انعطاف دارد.

منابع

۱. براتی مارنانی، احمد؛ اعظم قادری؛ محمودرضا گوهری و احمد صادقی. (۱۳۸۹). بررسی فرهنگ سازمانی بیمارستان شهید هاشمی نژاد تهران بر اساس مدل دنیسون. *مدیریت سلامت*. دوره ۱۳. (۴۰). صص ۱۵۴-۱۳۲.
۲. بی. لاوسن، رابرت و زنگ شنن. (۱۳۸۱). *روانشناسی سازمانی: رفتار سازمانی (مبانی و کاربردها)*. رمضان حسن زاده. تهران: ساوالان.
۳. حسینی، فرشید؛ حمزه رایج؛ مهرداد استیری و سیدمهدی شریفی. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری تحول آفرین و مبادله رهبر پیرو. *نشریه مدیریت دولتی*. شماره ۴. صص ۷۴-۵۵.
۴. خلیلی شورینی، سیاوش. (۱۳۷۵). *روش‌های تحقیق در علوم انسانی*. انتشارات یادواره کتاب.
۵. دیویس، استانی. (۱۳۷۳). *مدیریت فرهنگ سازمان*. ناصر میرسپاسی. چاپ اول.
۶. رابینز، استیفن. (۱۳۸۷). *رفتار سازمانی*. علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۷. رجب‌بیگی، مجتبی؛ حسن درویش؛ میترا سعیدعصر و فرهاد فتحی. (۱۳۸۷). بررسی فرهنگ سازمانی در سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری. *نشریه پژوهش و سازندگی در منابع طبیعی*. شماره ۸۱. زمستان ۱۳۸۷. ۱۵۲-۱۶۱.
۸. رحیم‌نیا، فریبرز و مسعود علیزاده. (۱۳۸۸). بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون از نظر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد. *مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی*. دوره دهم. شماره ۱. صص ۱۷۰-۱۴۷.
۹. سکاران، اوما. (۱۳۸۰). *روش‌های تحقیق در مدیریت*. محمد صائبی و محمود شیرازی. مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۰. سلیمی، قربانعلی و قدرت‌الله علیزاده. (۱۳۸۵). *شناخت فرهنگ مدرسه براساس مدل دنیسون*. سایت تیان. <http://www.tebyan.net/index.aspx?pid=934&articleID=353139>
۱۱. شاین، ادگار. (۱۳۸۳). *فرهنگ سازمانی*. محمدابراهیم محبوب. تهران: انتشارات فرا.
۱۲. طوسی، محمدعلی. (۱۳۷۲). *فرهنگ سازمانی*. چاپ اول. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۳. عسگریان، محمد. (۱۳۸۸). *مفهوم‌شناسی فرهنگ سازمانی*. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس. سال ششم. شماره ۲۴. صص ۱۲۴-۱۰۱.
۱۴. علی‌اکبری، فاطمه. (۱۳۸۹). *فرهنگ سازمانی*. فصلنامه کیسون. دوره جدید. شماره ۴۵. تابستان ۱۳۸۹. صص ۱-۳.
۱۵. منوریان، عباس و امیر بختائی. (۱۳۸۷). *شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون؛ مورد مطالعه: سازمان مدیریت صنعتی*. در: چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.



راهنمای اشتراک فصلنامه راهبرد فرهنگ

حق اشتراک سالیانه سازمان‌ها و مؤسسات (با احتساب هزینه ارسال) ۸۰,۰۰۰ ریال
حق اشتراک سالیانه دانشجویان (با ارسال تصویر کارت دانشجویی) ۶۰,۰۰۰ ریال

لطفاً وجه مورد نظر را به حساب شماره ۱۴۵۷/۸۲ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به نام تمرکز وجوه درآمد اختصاصی شورای عالی انقلاب فرهنگی (قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی ایران) واریز فرمایید. آنگاه با تکمیل برگه اشتراک زیر، آن را به ضمیمه اصل رسید بانکی به نشانی تهران، میدان فلسطین، خیابان طالقانی غربی، خیابان سرپرست، کوچه پارس، پلاک ۱، طبقه اول، دفتر فصلنامه راهبرد فرهنگ ارسال نمایید. بر روی فیش ارسالی، عبارت «مربوط به فصلنامه راهبرد فرهنگ» قید گردد.

برگه اشتراک

نام و نام خانوادگی	نام مؤسسه یا سازمان
میزان تحصیلات	رشته و گرایش
اشتراک از شماره	تعداد مورد نیاز از هر شماره
نشانی کامل: استان	شهرستان
پلاک	خیابان
کدپستی	صندوق پستی
تلفن	پیام‌نگار



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Gholamreza Abbasi*MA (Psychology)*

An understanding of organizational culture is one of the best instruments at the disposal of the managers to better understand the environment and conditions, problems, priorities and intellectual atmosphere of the organization and the factors that affect the performance of the staff. All these factors help them to improve the conditions and move towards desirable point. The present paper aims to study the organizational culture of the Women Cultural-Social Council in accordance with the Denison Model, which was conducted in summer 2011 through cross sectional descriptive method. The statistical population was the staff of the Council and the sample was 30 people which was equal to the statistical population. The data was collected through questionnaire, which was prepared on the basis of the Denison Standard Questionnaire with four variables: involvement, consistency, adaptability and mission.

The findings of the study indicate that highest score among the four variables goes to consistency while the lowest belongs to involvement. Overall, the organizational culture in the Council is average.

Keywords: Culture, Organizational Culture, Denison Model, Women Cultural-Social Council



with others. Thirdly, human beings have some needs that cannot be fulfilled with money and are not purchasable.

Keywords: Happiness, Capital Asset, Youth, Babolsar



The Impact of Organizational Enablers on the Implementation of Knowledge Management

Mahmoud Abolghasemi

(PhD, Educational Administration), Assistant professor, Shahid Beheshti University, Tehran

Saleh Rashid Haji Khajeh Loo

(M A, Management and Planning of Higher Education), Shahid Beheshti University, Tehran

Seyed Mohammad Ahmadi

(M A Student, Adult Education), Shahid Beheshti University, Tehran

The present paper focuses on the impact of organization enablers on the implementation of knowledge management at Shahid Rajaei Teacher training University. The sample for the present study was randomly selected from amongst the employees of the university (108 employees). Two separate questionnaires on organizational enablers and knowledge management have been used for the collection of data. The results indicate that there were significant relationships between information technology and organizational culture with knowledge management processes. On the contrary, there was no significant relation between organizational structure and knowledge management processes. Finally, multiple regression analysis shows that among organizational enablers, information technology and organizational structure accounted for the highest degree of variance in knowledge management processes.

Key word: Knowledge Management, Organizational Enablers, Shahid Rajaei Teacher Training University



A Study of The Organizational Culture of Women Cultural-Social Council

Hamed Mokhber Dezfuli

MA (Executive Management)

The findings of the research show that there is significant relationship between the type of educational motivation and that of university socialization on the one hand and the mediatory role of gender on the other. The result also shows that the students with inner motivation and scientific socialization have the highest level of academic achievement. This relation is stronger among the girls compared to the boys, while the lowest level of academic achievement belongs to students who are without motivation and their socialization is student oriented. This relation is stronger among boys.

Keywords: Educational Motivation, University Socialization, Academic Attachment, Higher Education, Students



A Study of The Impacts of Economic Capital on the Youth Happiness

Hamid Dehqani

PhD Student (Sociology), Isfahan University

Fatemeh Akbarzadeh

MA (Sociology), Mazandaran University

Gholamreza Khoshfar

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Golestan University

Rasul Rabbani

Professor, Department of Sociology, Isfahan University

Majority of people believe that wealth and a high earning job can bring about happiness and satisfaction in their lives. Happiness and the impact of economic capital on happiness are much more serious and important for the youth whose age group has the highest population and are the future capital of the society.

The present paper focuses on the relationship between economic capital and happiness of the youth of the city of Babolsar. A sample of 380 young people between 15 to 29 of age was collected from the city through random sampling method. The findings of multivariable analysis show that there is no significant relationship between gender, marriage and education with happiness. There is a significant relationship between economic capital and employment with happiness, but these variables explain only seven percent of the reasons for happiness. Hence, contrary to the public conception, the degree of impact of economic capital on happiness is low. The explanation may be that money alone cannot bring about happiness. Researchers maintain that first of all people very quickly get used to their own income level and secondly they compare their own income and properties

Zainab Fatemi Amin*MA (Social Sciences Research), Shahid Beheshti University***Majid Fouladian***PhD Student (Department of Sociology, University of Tehran)*

The present paper focuses on a comparative study of index of laziness in Iran and 55 other countries. The main question of the present paper is: Are the Iranians lazier than the people of other countries? Hence the index of laziness was defined to compare its mean with those of other countries. Comparative quantitative method has been used to test the hypotheses. The mean of laziness in Iran has been analyzed in comparison with those of other countries on the basis of secondary analysis of the quantitative data related to 2005-2006 on world level.

The findings of the present paper indicate that on the basis of the proposed index, the degree of laziness in Iran is more than the world laziness mean. The Arab countries are lazier than Iran and are first in this regard. Some individual and collective ways of laziness have also been explained.

Keywords: Individual Laziness, Social Laziness, Comparative Study, Iran

7

A Study of Relationship between Socialization at University and Educational Motivation among Students

Amir Rastgar Khaled*Faculty Member, Shahed University*

The present research has been organized based on theoretical approaches and experimental investigations that deal with non-educational aspects of educational process and their impacts on the educational outcomes. Therefore, the effect of university socialization on educational motivation of students has been studied by emphasizing on concepts such as educational adherence, sense of communality, and educational control and generally speaking on mechanisms that students use for psychological and social adaption with university environment.

Two questionnaires have been used to garner the data for the present study: educational motivation (AMS) based on theory of autonomy; and questionnaire of tactics of socialization and the relationship between the two variables are explained with the help of the ideas of Wideman, Bolger and Somech.

The sample of the present study was constituted of 307 students from all educational disciplines of the Shahed University (including medical and non-medical students).

Keywords: Free-Thinking Courses, Ayatollah Seyed Ali Khamenei, Alasdair Macintyre, Ethics, Immotationalism, Dialogue, Virtue, Tradition, Charles Leslie Stevenson, Manager, Character



An Analytical Study of Spirituality Movement and a Moral-Based Approach for Spiritual Higher Education

Masoud Safaei Moghaddam

*Associate Professor, Faculty of Education and Psychology,
Shahid Chmaran University, Ahwaz*

6 The present paper, using an analytical method, is an attempt to study the new spirituality movement to find out a useful approach concerning spiritual higher education programs. In the first place, attempts have been made to offer a comprehensive definition of the concept of spirituality. Hence, a wide range of meanings of spirituality has been given and its conceptual distinctions with related concepts, such as religion, have been studied. In order to introduce an appropriate approach, the service learning approach, which is used in spiritual education programs, was critically evaluated. Given its incapability to solve many problems, an alternative approach has been proposed based on the concept of knowledge with emphasis on its moral foundations. The main contention of the present paper is that the new approach is capable of fulfilling the objectives of spiritual higher education in a more appropriate manner. Despite some concerns about this current in Iran and the existence of some inherent shortcomings in this intellectual current, based on its main concepts and fundamental notions, one can assess this current in line with Islamic objectives and values and so it may be considered a new educational opportunity.

Keywords: Spirituality, Service Learning, Moral-Based Knowledge, Higher Education



A Comparative Study of Index of Laziness in Iran and other Countries and some Solutions

Mohammad Reza Javadi Yeganeh

Associate professor, Department of Sociology, University of Tehran

between different dimensions of religion.

A few researchers of religion, without determining the central dimensions of religion and religiosity, have studied the nature of relationship between these dimensions through a conceptual-structural model of religion and religiosity. The present paper is an attempt to explain four models of conceptual-structural models of religiosity and also to compare them with the data garnered from National Survey of Islamic Religiosity of Iranians through structural covariance analysis to assess the empirical fitness of each of them in order to find out which conceptual-structural model of religiosity is empirically a more preferred one.

Keywords: Conceptual-Structural Model, Religious Beliefs, Religious Experience, Religious Belonging, Religious Practices, Structural Covariance Analysis, LISREL



A Theoretical Study of Free-Thinking Courses

Hamed Hajiheidari

Assistant professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran

Mohammad Molla Abbasi

MA Student, Faculty of Social Sciences, University of Tehran

More than ten years have lapsed since the Leader of Islamic Republic of Iran put forth the idea of Free-thinking Courses at the universities, but till date it has not been implemented. The present article is an attempt to discuss one of the main obstacles in the way of the realization of the said idea, that is, epistemological skepticism towards the possibility of dialogue that exists in modern theorization on the one hand and the disparity of procedure in practice and ethics in the culture of modernity on the other. The Iranian academics, as actors who are in the frontline of encountering the theoretical and cultural waves of the West, by absorbing parts of this atmosphere, willingly or unwillingly are not much inclined towards dialogue. Attempts have been made in the present paper to study the issue within the framework of Alasdair MacIntyre notion. One of the main concerns of MacIntyre is the impossibility of the rational dialogue in the culture of modernity. He maintains that emotionalism in theory and in social arena is the main reason for this problem. He tries to develop a general theory of virtues for reviving the possibility of rational dialogue, and to do that, he emphasizes on the importance of practice, narrative and tradition. His theoretical framework has been used in this article to highlight how reconstruction of a single base for ethics and commitment to tradition can provide the necessary conditions for the realization of the idea of free-thinking courses.

fundamental part of Iranian culture, such studies are very important in different branches of the system. Hence, the accuracy of these studies is of high priority. Since the principles and rules of many religious studies in Iran are influenced by the Western precedence and models, their revision, restudy and judgment is an undeniable necessity. Through giving some examples of radical differences between Christianity and Judaism with Islam, the present paper argues that without paying due attention to Islamic contents, the possibility of misjudgment about religiosity and religious studies will be very high.

The main objective of the present paper is to draw attentions towards inferring the bases of religiosity from Islam itself. Some aspects of religiosity in Islam, which are not compatible with Western religious studies, have been mentioned to clarify the issue. Consequently, in measurement of religiosity one should not ignore the fundamental differences that exist between religions. In order to have a proper, right and valid measurement of religiosity and religious studies, it is necessary to pay attention to the fact that Islam covers all aspects of life. Hence, the criteria and measures of religiosity should be determined by religion and with the same grades and degrees that religion itself assign to them.

4

Keywords: Religiosity, Islam, Measurement of Religiosity, Religious Studies

Empirical Fitness of Conceptual-Structural Models for Measurement of Religiosity

Mohammad Reza Taleban

Faculty member, Department of Sociology of Revolution, Imam Khomeini and Islamic Revolution Research Institute

Religiosity is an abstract, multifaceted and multi-dimensional concept that should be referred to observable indicators for its scientific study and empirical research. A review of empirical studies in the field of religion and religiosity shows that overall there are two strategies for empirical measurement of religiosity. First, the prevailing and conventional method in operationalization of concepts, that is, identification and determination of the main dimensions and then determination of sub-dimensions or components and finally, introduction of observable indicators for empirical measurement. The second strategy is related to the understanding of the structure of religiosity, that is, going beyond simple description of dimensions of religiosity and offering an explanatory plan which defines the causal relations

About Philosophy of Culture



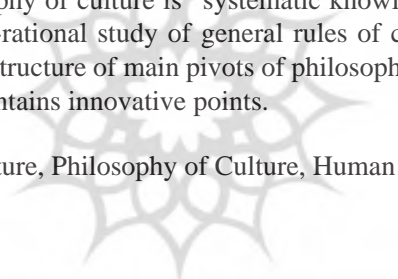

Ali Akbar Rashad

Professor (Jurisprudence and Principles of Jurisprudence, high levels), Seminary of Tehran, Associate Professor, Research Institute of Culture and Islamic Thought

While referring to the necessity of philosophical studies about culture, attempts have been made in the present paper through a innovative approach to provide answer to ten questions about philosophy of culture. In fact, philosophy of culture is “systematic knowledge stemming from comprehensive-rational study of general rules of culture.” Also an all-encompassing structure of main pivots of philosophy of culture has been given which contains innovative points.

Keywords: Culture, Philosophy of Culture, Human Sciences.

3



A Step Towards Utilization of Teachings of Islam in Religiosity Research (An Aspect of Change in Humanities)

Ahmad Fazaeli

Assistant Professor of Imam Hosain University

Religious research is one of the most outstanding branches of humanities. One of the salient features of this discipline is studies about religiosity. Religious research has a long history. Given the dominant culture in Iran specially in the post-revolution period, a large number of religious studies have been conducted in this field. Since Islam constitutes the most

Editorial Board

Masood Azarbaijani
Reza Davari Ardakani
Ahmad Fazaeli
Hossein Kachuyan
Mohammad Ali Mazaheri
Mohammad Reza Mokhber Dezfouli
Mohammad Hassan Pardakhtchi
Ali Shariatmadari

Publisher:

Secretariat of Supreme Council
of Cultural Revolution

Director & Editor - in - Chief:

Mohammad Reza Mokhber Dezfouli

Coeditor:

Seyyed Ali-Reza Darbandi



Secretariat of Supreme Council of Cultural Revolution
Centre for strategic studies

Tehran, Iran. P. O. Box 14186/73461
Telfax: +98-21-66463747
Website: <http://www.iranculture.org>
Email: rahbordfarhang@iranculture.info

سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران



ششگانه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
ژانر مطالعات علوم انسانی

Strategy for Culture

Quarterly Journal

Third Year, No. 12, Winter 2011

Fourth Year, No. 13, Spring 2011

12&13