

مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی
 دوره 7، شماره 2، شماره پیاپی 44
 منتشر شده در پاییز و زمستان 1391
 مقاله دانشجویی
 تاریخ دریافت: 1391/2/55
 تاریخ پذیرش: 1391/11/55

تبیین رابطه میان فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران

حمیده دباغی

دانشجوی دکترا، جامعه شناسی-گرایش توسعه روستایی، دانشگاه
 تهران

h.dabaghi@yahoo.com

(نویسنده مسئول)

خدیجه غلام نژاد

کارشناسی ارشد، پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی

k.gholamnejhad@yahoo.com

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی



The Global Network of
 Communication Scholars

... جهانی .انه- ... به ف بی

... علمی- ... ی .کترو... . حوزه ارتباطا . رسانه
 م ... شده ت ... نشکده علوم .تماعی، .نشگاه تهران، یران

www.gmj.ut.ac.ir

چکیده

تحقیق حاضر به تبیین رابطه میان فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران می پردازد. فرهنگ خلاقانه رسانه خود عاملی در تحریک خلاقیت و نوآوری عمومی جامعه است و به عنوان پل ارتباطی میان نخبگان و جامعه، نقش آفرینش فرهنگی را بازی کرده و مشارکت اجتماعی، نوآوری و پویایی را نهادینه می سازد. کارکنان رسانه به عنوان تولیدکنندگان و انتقال دهندگان فرهنگ خلاقانه، با تولید آثارشان در جهت تشویق خلاقیت و نوآوری جامعه گام برمی دارند. در این تحقیق، برای مطالعه توزیع ویژگی‌های جامعه آماری، روش تحقیق پیمایشی (توصیفی-تحلیلی) به کار می‌رود و ماهیت شرایط موجود و همین‌طور، رابطه میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. همچنین با استفاده از تکنیک پرسشنامه، به جمع‌آوری و ارزیابی نظرات نمونه پرداخته شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران است و حجم نمونه آماری با توجه به فرمول آماری کوکران محاسبه گردیده و افراد نمونه با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای (تصادفی) مشخص شده‌اند. با توجه به نتایج حاصله از تحقیق ابعاد فرهنگ سازمانی 0.45 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند که در بین این شاخص‌ها، یکپارچگی و انسجام، حمایت مدیریت و پاداش بیشترین تاثیر را بر میزان خلاقیت داشتند. همچنین، ادعاهای نظری برآمده از نظریات و پیرو آن 9 فرضیه از 12 فرضیه تحقیق تأیید شدند.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، خلاقیت، رسانه، رادیو

طرح مسئله

تغییرات وسیعی که در محیط اقتصادی جهان به وجود آمده و نیز شدت فشارهای رقابتی باعث شده است که به نقش مدیریت خلاق و نوآوری و پیاده سازی صحیح آن توجه بسیار شود. سازمان‌ها برای بقای محیط متلاطم امروز که تنها تغییر را در خود ثابت می‌بینند، باید نوآور باشند و به کسب یا حفظ برتری بپردازند و برای کسب این برتری باید سریع عمل کنند. اما شاید بتوان گفت که مهم‌ترین عامل موفقیت در این حرکت یا عمده‌ترین مانع "فرهنگ سازمانی" است (سرداری، 1382، ص. 77). موضوع فرهنگ سازمانی را از آن جهت مهم می‌دانند که شکست یا موفقیت سازمان را به حساب فرهنگ حاکم بر آن می‌گذارند. بر این اساس امروزه هر سازمانی دارای فرهنگی است که با گذشت زمان شکل می‌گیرد و به آسانی از بین نمی‌رود و تأثیر بسزایی در رفتار سازمانی خواهد داشت. سازمان‌ها نیز مانند افراد شخصیت‌هایی دارند که این شخصیت‌ها همان فرهنگ سازمان است. فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از ارزشها، اعتقادات، آداب و رسوم و عاداتی که بطور ضمنی و غیر مدون رفتار مشترک فردی، گروهی و سازمانی را پی ریزی می‌کند، اطلاق می‌شود (مورهد¹، 4374، ص. 49).

تأمین اهداف سازمان‌ها به میزان مطلوب نیز، مستلزم استفاده صحیح از قابلیت‌ها و توانمندی‌های نیروی انسانی و همچنین فراهم آوردن امکانات برای پرورش استعدادها و در نهایت افزایش بهره‌وری کارکنان است. رسانه‌های جمعی به عنوان سازمانها بر بستری فعالیت می‌کنند که از فرهنگ رایج در جامعه برآمده است. بنابراین رسانه‌ها به شدت از فرهنگ رایج در جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند تأثیر می‌پذیرند؛ به گونه‌ای که اساساً خارج از چارچوب‌های فرهنگی جامعه نمی‌توانند عمل کنند. همچنین تحول و دگرگونی فرهنگی تحت‌تأثیر دگرگونی‌هایی روی می‌دهد که در زندگی اجتماعی افراد بشر به وجود می‌آید. بروز تحولات تکنولوژیکی از جمله همگرایی تکنولوژی و استاندارد شدن بسترهای فنی تولید و توزیع موجب گردیده تا سازمان‌های رسانه‌ای مانند رادیو در جهت کسب مزیت رقابتی بیش از پیش به خلاقیت، وابسته شوند. بنابراین رسانه‌ها ابزار و نهادهای مؤثر در فرهنگ هر جامعه و برای ایجاد تغییر و نوآوری در آن به حساب می‌آیند. با پدیدار شدن رادیو، تغییرات مهمی در مطبوعات، تبلیغات، تئاتر و حتی سرود و اشعار

به وجود آمد علاوه بر این رادیو توانست زمینه فعالیت را برای افراد شوخ طبع مناسب تر کند (مک لوهان²، 1377، ص. 356).

یک رسانه عبارت است از هر ابزاری برای برقراری ارتباطات. رسانه حامل یا واسط پیام است. رادیو نیز به عنوان یک رسانه جمعی، در شتاب بخشیدن به اخبار و انعکاس آنها نقش عمده ای دارد. لیکن عملکرد اصلی آن محدود کردن جهان به دهکده ای است که افراد آن بر اساس سلیقه هایشان خواسته های متفاوتی می یابند. به تعبیر مک لوهان، رادیو امتداد یکی از مهمترین خواص انسانی یعنی گوش است و در پرتو این وسیله، انسان های هزاران کیلومتر دورتر از خود را در کنترل دارد. پس با این تعبیر رادیو در انفجار فضا و زمان نقش ستی بر عهده دارد. با این وسیله یکی از بزرگترین تنگناهای بشر از آغاز تاریخ بر طرف شد. انسانها توانستند در کمترین زمان پیام خود را به اقصی نقاط جهان منتقل کنند و هر آن با تمام جهان در تماس باشند (ساروخانی، 1381، ص. 24).

تولید محتوا که فعالیت اساسی در فرایند تولید رسانه ای است، تا حد زیادی نیازمند خلاقیت است. به دلیل ماهیت استاندارد ناپذیری کالاهای رسانه ای در درآمدت و تقاضای بالای مصرف کنندگان برای کالاهای جدید، خلاقیت در شرکتهای رسانه ای منبع حیاتی استراتژیک محسوب می شود. به دلیل آنکه در تولید محصولات رسانه ای نیروی انسانی بیشترین کنترل را بر کیفیت دارند، اهمیت مدیریت و کارکنان خلاق در شرکتهای رسانه ای حائز اهمیت است. بنابراین در مقاله حاضر سعی در سنجش و مطالعه اهداف ذیل خواهیم داشت:

- سنجش میزان خلاقیت کارکنان رادیو؛
- ارزیابی ویژگیهای فرهنگ سازمانی در رادیو؛
- تبیین رابطه میان ویژگیهای فرهنگ سازمانی با خلاقیت کارکنان.

مبانی نظری

خلاقیت:

خلاقیت هر نظام اجتماعی، پدیده ای مبتنی بر نظم منطقی و تابعی از خلاقیت افرادی است که نظام از آنها تشکیل شده است. همانگونه که برای رشد گیاه، محیط و فضای مناسب مورد نیاز است، برای شکوفایی خلاقیت هم فضای مناسب باید وجود داشته باشد تا ذهن و حافظه افراد برای پرداختن به ایده های نو و ایجاد فرصت

های تازه آزاد شود. نوآوری با خلق ارزش همراه است. خلاقیت، موتور نوآوری است. اساس و عصاره خلاقیت، ترکیب و تلفیق دو یا چند فکر و ایده است برای رسیدن به ایده ای کاملاً جدید. خلاقیت نتیجه ذهن آماده است و اغلب نتیجه ناراضایتی فرد از وضعیت موجود است. خلاقیت هم به فرد و هم به محیط او بستگی دارد (طارق خلیل، 1381، ص. 00). رابرت کوئین می‌گوید:

برای شناخت سازمان و رفتارها و عملکرد کارکنان، شناخت فرهنگ گامی اساسی و بنیادی است، زیرا با اهرم فرهنگ به سادگی می‌تواند انجام تغییرات را تسهیل و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار کرد. از اینرو فرهنگ سازمانی به سادگی یک عامل اساسی در موفقیت سازمان و تحقق اهداف بلندمدت سازمان است. متأسفانه در بسیاری از سازمان‌ها، پرورش فرهنگ سازمانی به عنوان مهم‌ترین وظیفه مدیران مورد توجه نیست. در حالی که فرهنگ سازمانی روی تمام جنبه‌های سازمان تأثیر می‌گذارد و در هر سازمانی پدیده‌ای به دور از تأثیر فرهنگ نیست (ریچاردز³، 1992، صص. 28-29).

دانشمندان، خلاقیت و نوآوری را به صورت‌های متعدد و متنوعی تعریف کرده‌اند که هر یک به نوعی، روشنگر بعدی از فرآیند خلاقیت و نوآوری است. در واقع خلاقیت، عبارت است از به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید. خلاقیت فرآیند تکامل بخشیدن به دیدگاه‌های بدیع و تخیلی درباره موقعیت‌های مختلف تعریف شده است (مورهد، 4374، ص. 443). به بیان دیگر خلاقیت پدیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است، در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است (الوانی، 1378، صص. 223-224). در تعریفی دیگر خلاقیت توانایی و قدرت پدید آوردن اندیشه‌های جدید است و نوآوری تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است (رابینز، 1991، ص. 1).

خلاقیت با ساختن و یافتن فکرهای جدید و نوآوری در کاربرد فکرها سر و کار دارد. از دیدگاه مدیریتی، خلاقیت صرفاً کافی نیست. فکر باید به عمل نیز درآید و لازمه این امر به کارگیری فکرهای جدید در برنامه‌های مدیریتی است. هر برنامه‌ریزی موفق، نیاز به صدها فکر و ایده کاربردی دارد. موفقیت نهایی و در بعضی از موارد ماندگاری خود سازمان، به توانایی برنامه‌ریز در ایجاد و به کارگیری فکرهای جدید بستگی دارد. اگر شخص نداند که می

خواهد به کجا برود، هر مسیری را که انتخاب کند به مقصد خواهد رسید. از آنجا که موجودیت سازمان‌ها برای تأمین هدف‌هاست، پس باید این هدف‌ها را تعیین کرد و راه‌ها یا وسایل تأمین آنها را مشخص ساخت (رابینز، ۱۳۷۸، ص. ۴).

فرهنگ سازمانی:

رابینز معتقد است که سازمان‌ها هم مانند افراد دارای شخصیتند و می‌توان آنها را با صفات ویژه ای مشخص کرد. همانطور که فرهنگ قبيله ای تعیین کننده رفتار افراد قبيله در مقابل همدیگر و در مقابل بیگانه است، سازمانها هم فرهنگ‌هایی دارند که بر نوع رفتار اعضا حاکمند (رابینز، 1380، ص. 505). فرهنگ سازمانی نظامی از معانی مشترک است که به وسیله اعضای سازمان حفظ و به تمایز سازمانی از سازمانهای دیگر منجر می‌شود (کاظمی، 1373، ص. 90). در این پژوهش، فرهنگ سازمانی عبارت است از: «مجموعه باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری که به مرور زمان شکل گرفته و در بین کارکنان دانشگاه رواج یافته اند و به عنوان شیوه ای برای رفتار کردن، تفکر کردن، و احساس کردن محسوب می‌شوند». به طور مشخص تر و دقیق تر می‌توان فرهنگ سازمانی را بر اساس ویژگی‌هایی تعریف نمود که بخش عمده آن توسط رابینز مطرح گردیده است. رابینز بیان می‌کند که شاخص‌هایی چون مخاطره‌پذیری؛ هویت فرد یعنی میزان یا درجه ای که افراد کل سازمان را معرف خود می‌دانند؛ تحمل تعارض یا ایجاد فرصت اظهار نظر در سازمان و عدم ممانعت از ارزیابی‌های واقع‌گرایانه سازمان توسط کارکنان؛ یکپارچگی و انسجام⁴ میان کارکنان؛ جهت‌دهی یا میزان وضوح سازمان در بیان اهداف؛ حمایت مدیریت؛ کنترل رفتار کارکنان؛ سیستم پاداش‌دهی بر اساس معیار عملکرد کارکنان و الگوی ارتباطات یا سلسله مراتب رسمی، از شاخص‌های مهم فرهنگ سازمانی خلاقانه اند (رابینز، 1380). لازم به ذکر است که فرآیند خلاقیت در سازمان مستلزم سه مرحله شناخته شده است:

1. ارائه نظر جدید: ارائه نظر در یک سازمان پیش از هر چیز به جریان اطلاعات و ارتباطاتی بستگی دارد که در این سازمان و محیط برقرار است.
2. بسط و گسترش نظرات جدید: اگر چه ارائه نظرات جدید تا حد زیادی بوسیله‌ی تماس با خارج تقویت می‌شود ولی بسط و گسترش

نظرات ارائه شده به فرهنگ سازمانی و فرآیندهای درون سازمان بستگی دارد.

اجرا: مرحله اجرایی فرآیند خلاقیت در سازمان شامل گام هایی می شود که می توان بدان وسیله آن راه حل جدید یا خلق شده را به بازار عرضه کرد (فیشانی، 1377، صص. 130-119).

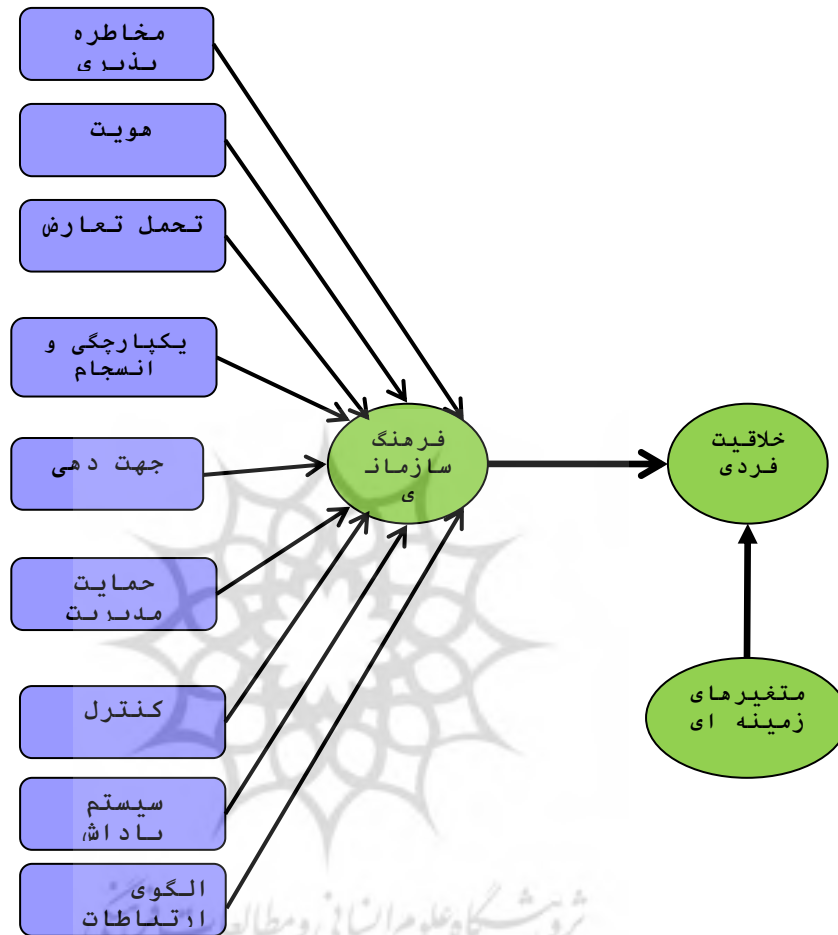
فرضیه های تحقیق

فرضیه در تحقیق، نوعی پاسخ مشروط به مسئله پژوهش است؛ که معمولاً به صورت ارتباط بین متغیرهای وابسته یا مستقل بیان می شود (باطنی، 1384، ص. 423). در پژوهش حاضر نیز سؤال اصلی تحقیق مطالعه رابطه میان فرهنگ سازمانی و ابعاد آن با خلاقیت است که در قالب فرضیات زیر تدوین شده است:

1. میان فرهنگ سازمانی و میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
2. میان مخاطره پذیری و میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
3. میان هویت و میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
4. بین تحمل تعارض و میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
5. بین یکپارچگی و انسجام با میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
6. بین جهت دهی و خلاقیت فردی رابطه معنادار وجود دارد.
7. حمایت مدیران باعث ایجاد خلاقیت در بین کارکنان می شود.
8. میزان کنترل بر میزان خلاقیت کارکنان تاثیر دارد.
9. بین سیستم پاداش و خلاقیت رابطه وجود دارد.
10. الگوهای ارتباطی موجود در سازمان بر خلاقیت کارکنان تاثیر دارد.
11. بین سن کارکنان با میزان خلاقیت آنان رابطه معناداری وجود دارد.
12. بین جنسیت و میزان خلاقیت کارکنان رابطه وجود دارد.

مدل علی تحقیق

در مقاله حاضر مدل علی تحقیق با توجه بر شاخص های ارائه شده در نظریه رابینز ، طراحی شده و رابطه میان فرهنگ سازمانی با خلاقیت سازمانی بررسی می شود.



شکل شماره 1: رابطه علی تحقیق

روش تحقیق

منظور از روش، مجموعه ی فعالیت هایی است که برای رسیدن به هدفی صورت می گیرد و پژوهش عبارت از فعالیت هایی است که پژوهشگر با استفاده از آنها به قوانین واقعیت پی می برد (دلاور، 1380، ص. 43). در تحقیق حاضر و با توجه به موضوع مورد بررسی، محقق رویکرد کمی گرایانه را در پیش گرفته و برای مطالعه رابطه میان متغیر وابسته و متغیر مستقل از روش پیمایش بهره برده است. روش پیمایش بخصوص در جامعه وسیع می تواند با بکارگیری نمونه گیری احتمالی دقیق و بررسی ویژگی های گروهی

از پاسخگویان، برآوردی از ویژگی‌های کل جامعه آماری را - با کاربرد پرسشنامه‌های استاندارد شده دقیق- به دست دهد. بدین ترتیب، روش پیمایش موجبات کاهش هزینه‌های تحقیق، افزایش دقت برآورد و اجتناب از کاهش خطای ناشی از بزرگ بودن جامعه مورد تحقیق را فراهم می‌آورد. بنابراین در تحقیق حاضر به منظور بررسی ویژگی‌های جامعه آماری که همانا جامعه گسترده کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران بودند، از روش تحقیق پیمایشی (توصیفی-تحلیلی) استفاده شده و با توجه به ماهیت شرایط موجود، رابطه میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته، مورد مطالعه قرار گرفت.

جامعه آماری و سطح تحلیل

در تحقیق حاضر جامعه آماری را کارمندان شاغل در سازمان صدای جمهوری اسلامی ایران، تشکیل می‌دهند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای برای انتخاب افراد نمونه استفاده شده است. همچنین با توجه به زمان و امکانات پژوهش 100 نفر از کارکنان شبکه‌های مختلف رادیویی در صدای جمهوری اسلامی ایران به عنوان نمونه انتخاب شده و پرسشنامه بین آنان توزیع شد. در این تحقیق بنا به ماهیت مسئله مورد مطالعه واحد تحلیل فرد در نظر گرفته شد و سطح تحلیل هم در سطح فردی است.

اعتبار و روایی تحقیق

برای اطمینان یافتن از این که متغیرهای سنجش به درستی مفهوم مورد نظر را سنجیده‌اند باید پایایی و روایی آنها را با استفاده از نرم‌افزار آماری اسپس پی اسپس مورد آزمون و سنجش قرار دهیم. برای دست یافتن به این هدف، در این تحقیق از آزمون‌های آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول شماره 1: ارزیابی اعتبار و روایی متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر	آلفای کرونباخ
خلاقیت	0.84
مخاطره‌پذیری	0.63
هویت	0.48
تحمل تعارض	0.99
یکپارچگی	0.56
جهت‌دهی	7.73
حمایت مدیریت	.0
کنترل	7.78
سیستم‌پاداش	0.59
الگوی ارتباطات	0.39

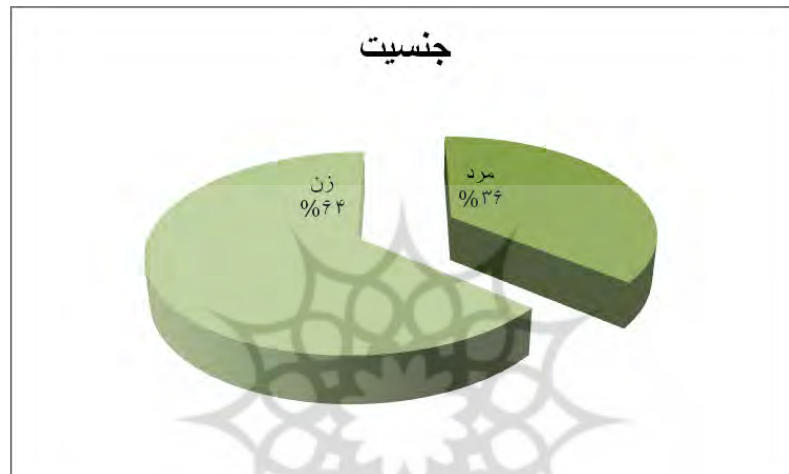
چلبی (1387) معتقد است اگر ضریب آلفا بین 0/5 و 0/7 باشد پذیرفته است، اما اگر بالای 0/7 باشد، بسیار مناسب است. بر اساس جدول فوق، نویسنده به ارزیابی اعتبار گویه‌های متغیرها پرداخت و مشخص شد که اعتبار و دقت سنجش متغیرها مورد پذیرش است.

یافته ها و نتایج تحقیق

1. یافته های توصیفی

- توزیع سنی افراد

در این پژوهش 36 درصد از پاسخگویان را مرد و 64 درصد را زنان تشکیل داده اند.



نمودار شماره 1: توزیع پاسخگویان بر حسب سن

- میزان تحصیلات

در تحقیق حاضر میزان تحصیلات افراد در سطح رتبه‌ای سنجیده شده است. میانگین و مد سطح تحصیلات؛ لیسانس، کمترین آن؛ دیپلم و بیشترین آن فوق لیسانس است. نمودار زیر توزیع سطح تحصیلات پاسخگویان را نشان می‌دهد.



نمودار شماره 2: توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تحصیلی

- **دامنه سنی:** دامنه سنی افراد در این تحقیق 21 تا 55 سال و میانگین سن افراد 32 سال است.
- **میانگین، میانه، مد:** در این قسمت به سنجش میانگین، میانه و مد هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته خواهیم پرداخت.

جدول شماره 1: آماره های میانگین، میانه و مد هر یک از متغیرهای تحقیق

مد	میانه	میانگین	آمار متغیر
33.33	33.33	38.71	مخاطره پذیری
47.44	47.44	48.42	هویت
22.22	44.44	47.74	تحمل تعارض
47	37.47	47.44	یکپارچگی
44.44	44.44	44.43	خلاقیت
26.67	46.46	46.66	جهت دهی
76.62	66.23	64.62	حمایت
66.67	66.66	46.73	کنترل
42.64	42.64	43.64	پاداش
46.33	46.23	44.67	ارتباط
46.76	46.64	46.64	فرهنگ سازمانی

همانطور که در جدول نشان داده شده است، میانگین شاخصهای مخاطره پذیری، تعارض، یکپارچگی، جهت دهی و نهایتاً پاداش بر مبنای صفر تا صد کمتر از 47 درصد یا به عبارتی پایین تر از حد متوسط است. بدین معنی که میزان مخاطره پذیری در بین افراد نمونه 38.71 است که بیانگر این است که میزان مخاطره پذیری افراد در بین کارکنان صدا و سیما برای دستیابی به اهداف عالی بسیار پایین تر از حد متوسط است. به عبارت ساده تر افراد برای پیشرفت و برای عملی ساختن ایده های نو و جدید موقعیت خود را به خطر نمی اندازند. همچنین در این تحقیق میزان یکپارچگی در بین کارکنان 17.11 درصد است که نشان می دهد انسجام و اعتماد و تفاهم در بین کارکنان پایین تر از حد متوسط است. یکی دیگر از شاخص های مهم فرهنگ سازمانی، جهت دهی است که این شاخص نیز در حدی پایین تر از متوسط قرار دارد، بدین معنی که سازمان اهداف و انتظارات خود را به صورت واضح و روشن بیان نکرده است.

همچنین دو شاخص تحمل تعارض و سیستم پاداش دهی نیز در این سازمان پایین تر از حد متوسط است که بیانگر این است که سازمان برای کارکنان خود فرصت اظهار نظر در مسائل مربوط به کارشان را به میزان کمی فراهم ساخته است که این امر باعث شده تا کارکنان از ارزیابی های واقع گرایانه بازمانند. به عبارت ساده تر باید گفت که در این سازمان از انتقاد و استدلال منطقی استقبال چندانی به عمل نمی آید .

در مورد سیستم پاداش نیز، نتایج تحقیق بیانگر این است که پاداش ها چندان بر اساس معیار عملکرد کارکنان صورت نمی گیرد. همه ی اینها می تواند تاثیر منفی بر خلاقیت و نوآوری در بین کارکنان داشته باشد. میانگین خلاقیت بیانگر همین مسئله است چرا که میزان خلاقیت کارکنان 44.4^۹ درصد است که پایین تر از حد متوسط است.

2. یافته های تحلیلی تحقیق

با توجه به اینکه سطح سنجش متغیرهای اساسی تحقیق (هم وابسته و هم مستقل)، فاصله ای در نظر گرفته شده است در این تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون به منظور مطالعه نوع و شدت رابطه بین آنها استفاده شده است. جدول زیر شامل ضریب همبستگی پیرسون و سطح معناداری روابط دو به دو متغیرهای مستقل و وابسته می باشد.

جدول شماره 2: سنجش میزان همبستگی میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

فرهنگ سازمانی	الگوی ارتباطات	سیستم پاداش	کنترل	حمایت مدیریت	جهت دهی	یکپارچگی و انسجام	تحمل تعارض	هویت	مخاطره پذیری	متغیر	
										مستقل	متغیر وابسته
0.68	0.14	0.53	0.32	0.57	0.43	0.57	0.49	0.40	0.27	ضریب پیرسون	خلاقیت
0.00	0.2	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.03	معناداری	

نتایج جدول فوق نشان می دهد که بین خلاقیت و تمامی متغیرهای مستقل، به غیر از الگوی ارتباطات رابطه ی مستقیم و معناداری وجود دارد. متغیرهای حمایت مدیریت، یکپارچگی و انسجام و سیستم پاداش بیشترین همبستگی را با خلاقیت دارند.

همچنین بین نوآوری و فرهنگ سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

بطور کلی و با توجه به نتایج حاصل از پیرسون می توان گفت که میزان مخاطره پذیری افراد برای انجام فعالیت های جدید و نو و نیز میزان حمایت مدیران از ایده های نو و خلاقانه و میزان انسجام و تفاهم کارکنان تاثیر مستقیمی بر میزان خلاقیت کارکنان در سازمان دارد. همچنین همسویی هر چه بیشتر اهداف فردی با اهداف سازمان، شفاف سازی اهداف سازمان و کنترل و پاداش متناسب با عملکرد کارکنان، بر خلاقیت کارکنان و در نهایت بر خلاق بودن سازمان مورد مطالعه تاثیر دارد. در حقیقت، همه اینها مؤید تأثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت است. قبل از آن که بخواهیم تاثیر همی متغیرهای مستقل را با هم بر متغیر وابسته بدانیم، متغیرهای مستقل و ابعاد آن یکی یکی وارد معادله ی رگرسیون می شوند، تا تاثیر خالص هر متغیر مستقل در تبیین متغیر وابسته مشخص شود.

جدول شماره 3: سهم هریک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته

معناداری	ضریب تعیین تطبیقی	ضریب تعیین	متغیر مستقل
0.031	0.06	7.77	مخاطره پذیری
0.001	0.55	0.16	هویت
0.000	0.23	0.21	تحمل تعارض
0.000	0.31	0.32	یکپارچگی و انسجام
0.000	7.17	0.18	جهت دهی
0.000	0.32	0.33	حمایت مدیریت
0.011	0.08	0.10	کنترل
0.000	7.27	0.28	پاداش
0.263	0.004	0.02	الگوی ارتباطات

طبق جدول بالا می توان گفت که متغیر حمایت مدیریت بالاترین میزان ضریب تعیین را دارد و بعد از آن یکپارچگی و انسجام و پاداش بالاترین میزان ضریب تعیین را دارند. همچنین الگوی ارتباطات کمترین میزان ضریب تعیین را دارا است چرا که رابطه ی

معناداری بین آن و خلاقیت در این تحقیق یافت نشد. به طور کلی نتایج بیانگر این است که در تبیین میزان خلاقیت کارکنان صدا جمهوری اسلامی ایران، یکپارچگی و انسجام بین کارکنان و نیز حمایت مدیران از کارها و ایده های خلاقانه و در نهایت اهدای پاداش مناسب برای افراد خلاق، بیشترین تأثیر را دارند. در آزمون فرضیه ها رابطه هر متغیر بطور جداگانه با متغیر وابسته خلاقیت مطالعه گردید. در این بخش با ارائه مدل رگرسیون چندمتغیره، به ارزیابی قدرت تبیین متغیرهای تحقیق خواهیم پرداخت.

جدول شماره 4: نتیجه رگرسیون متغیرهای مستقل بر وابسته به روش همزمان

متغیر مستقل	ضرائب استاندارد رگرسیون	سطح معناداری
مخاطره پذیری	0.12	0.10
هویت	0.55	0.18
تحمل تعارض	0.55	0.29
یکپارچگی و انسجام	0.26	0.03
جهت دهی	7.17	0.16
حمایت مدیریت	0.23	0.04
کنترل	0.19	7.77
پاداش	0.23	0.04
الگوی ارتباطات	0.06	0.88
نتایج تحلیل واریانس	آزمون تحلیل واریانس معناداری	6.172
ضریب رگرسیون	0.736	0.000
ضریب تعیین	0.542	
ضریب تعیین تطبیقی	0.454	

نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره بیانگر این است که متغیرهای مستقل توانسته اند با هم (به طور همزمان) 0.55 درصد از متغیر وابسته یعنی خلاقیت را توضیح دهند. نتایج تحلیل واریانس نیز نشان می دهد نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیرهای مستقل به تغییرات ناشی از عوامل غیر از آن (خطا) قابل توجه و به لحاظ آماری معنادار می باشد. در این معادله متغیرهای یکپارچگی و انسجام، حمایت و مدیریت و پاداش سهم معناداری در توضیح متغیر وابسته دارند. متغیر یکپارچگی بالاترین ضریب در

توضیح متغیر وابسته دارد. بعد از آن بالاترین ضرایب متعلق به حمایت مدیریت و پاداش است.

همچنین نتایج بیانگر این است که به طور کلی فرهنگ سازمانی 0.46 درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی خلاقیت را تبیین می کند که بیانگر اهمیت فرهنگ سازمانی در تبیین خلاقیت است. بطور کلی نتایج حاکی از اهمیت یکپارچگی و انسجام بین افراد و حمایت مدیران صدای جمهوری اسلامی از ایده های نو و متعاقباً تأثیر آن بر مخاطره پذیری و ریسک پذیری کارکنان برای انجام کارهای خلاقانه است. همچنین در نظر گرفتن پاداش مناسب برای کارهای خلاقانه، کنترل مناسب، همسویی اهداف فردی با اهداف سازمان و در کل اهمیت فرهنگ سازمانی در میزان خلاقیت کارکنان در سازمان نقش دارند. لازم به ذکر است که در این تحقیق رابطه ی معناداری بین متغیرهای زمینه ای و خلاقیت وجود نداشت.

بحث و نتیجه گیری

در هر سازمانی نیروی انسانی مهمترین عنصر سازمانی و پایه اصلی موفقیت و بهره وری روزافزون سازمان به حساب می آیند. همچنین تأمین اهداف سازمان ها به میزان مطلوب مستلزم استفاده صحیح از قابلیت ها و توانمندی های نیروی انسانی و همچنین فراهم آوردن امکانات برای پرورش استعدادها و در نهایت افزایش بهره وری کارکنان است.

بر همین اساس مدیران موفق در سال های اخیر علاوه بر ترکیب مهارت های فنی-انسانی و ایجاد زمینه ای برای کارایی و اثربخشی، نیاز به ایجاد توانمندی های جدید و منحصر بفردی در کارکنان خود دیده اند. یکی از عواملی که می تواند بر خلاقیت کارکنان تأثیر بسزایی داشته باشد فرهنگ سازمانی حاکم در آن سازمان است. فرهنگ سازمانی همان سیستمی از استنباط مشترک است که اعضاء نسبت به يك سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از یکدیگر می شود. فرهنگ سازمانی نظامی زنده است که در قالب رفتاری که کارکنان در عمل از خود آشکار می سازند، راهی که بر آن پایه به طور واقعی می اندیشند و احساس می کنند و شیوه ای که به طور واقعی با هم رفتار می کنند، مشخص می شود.

بنابراین پس از تحلیل نتایج مشخص گردید که میزان خلاقیت یا توانایی ترکیب اندیشه ها به شیوه ای منحصر به فرد و ارائه شیوه های جدید، در میان کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران بر

مبنای شاخص صفر تا صد، برابر با 44.34 درصد یا کمتر از متوسط (50%) است. این امر آنگاه که رادیو به عنوان سازمان ایده پرداز و برنامه ساز، سردمدار و پیشتاز فرهنگ ملی کشور در نظر گرفته شود، ضرورت تأمل و بازنگری بر راه پیموده شده، تا به حال را می طلبد. شاید بتوان یکی از مهمترین عوامل برنامه سازی ناموفق و رجوع اقشار مختلف جامعه به رسانه های فراملی را کمبود برنامه های جدید، نوآورانه و اندیشه ورز دانست که این امر از ضعف خلاقیت و قدرت ایده پردازی برنامه سازان رادیویی، نشأت می گیرد، که یکی از ابعاد و شاخص های فرهنگ سازمانی است. پس از تحلیل یافته ها و با توجه به فرضیات مطرح شده در تحقیق حاضر، مشخص گردید که: فرهنگ سازمانی در سازمان صدای جمهوری اسلامی ایران 46 درصد از میزان خلاقیت کارکنان سازمان را تبیین می کند. همچنین ابعاد موجود در فرهنگ سازمانی یعنی ویژگی هایی چون مخاطره پذیری، هویت، تحمل تعارض، یکپارچگی و انسجام، جهت دهی، حمایت مدیریت، کنترل، سیستم پاداش دهی و الگوی ارتباطات 45 درصد از تغییرات خلاقیت در سازمان را تبیین می کنند که در بین این شاخص ها، ویژگی یکپارچگی و انسجام، حمایت مدیریت و سیستم پاداش دهی بیشترین تأثیر را بر میزان خلاقیت در سازمان داشته اند. این یافته، مؤید آنست که نقش مدیریت در مجموعه هایی که خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی است، مانند رادیو بسیار مهم و حساس است زیرا مدیریت می تواند توانایی و استعداد خلاقیت و نوآوری را در کارکنان ایجاد، ترویج و تشویق کند و یا رفتار و عملکرد آن، زمینه ساز شکلگیری موانع در به جریان درآمدن روند برنامه سازی خلاقانه باشد. در واقع هنر مدیر خلاق استفاده از خلاقیت کارکنان و پیدا کردن ذهن های خلاق است.

همچنین وجود انسجام و یکپارچگی میان کارکنان و مدیران در سازمان و نیز اعمال سیستم پاداش دهی درست، بدین معنی که افراد بر اساس نحوه عملکرد خود در سازمان و براساس شایستگی شان مورد تشویق قرار گیرند، انگیزه بیشتری برای انجام کارهای خلاقانه و در واقع بکارگیری خلاقیت روزافزون در بین کارکنان طی فرایند کار ایجاد خواهد کرد، که به نوبه خود موجبات پیشرفت و ترقی سازمان صدای جمهوری اسلامی ایران را فراهم می کند. هر چند که در این میان نباید از تأثیر متغیرهایی چون کنترل مناسب، جهت

دهی یا به عبارت دیگر شفاف سازی اهداف و انتظارات سازمان و نیز ایجاد فضای باز برای انتقاد سازنده به عنوان مبنای تأثیر گذار فرهنگ سازمانی بر میزان خلاقیت کارکنان غافل شد. عملکرد سازمان های رسانه ای به میزان بسیار زیادی از کیفیت محتوایی آن تأثیر می پذیرد و کیفیت محتوایی تا حد زیادی وابسته به خلاقیت است، بنابراین برای این که افراد در سازمان به تفکر بپردازند، فراهم کردن زمینه و محیطی که در آن به نظریات و اندیشه ها امکان بروز داده شود یکی از ضروریات است.

همچنین نتایج تحقیق بیانگر این بود که میان مخاطره پذیری و میزان خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد، یعنی در صورتی که کارکنان بتوانند بدون ترس از پیامدها، عمل نمایند و از اشتباهات به عنوان فرصت های یاد گیری استفاده کنند، قادر خواهند بود از روش های خلاقانه و نوآورانه در اجرای برنامه های مورد نظر و در راستای اهداف سازمانی، استفاده کنند. به بیان دیگر، سازمان های نوآور، با هر رسالت و چشم انداز سازمانی، فرهنگی مشابه دارند که تجربه کردن را تشویق کرده، هم به موفقیت ها و هم به شکست ها پاداش داده و از اشتباهات تجربه کسب می کنند. لازم به ذکر است که در این تحقیق ارتباط معناداری میان الگوهای ارتباطی در سازمان، سن و جنسیت کارکنان با میزان خلاقیت ایشان مشاهده نشد.

در پایان لازم به ذکر است که فرهنگ سازمانی تأثیر بسزایی در میزان خلاقیت کارکنان صدای جمهوری اسلامی ایران دارد و یکی از دلایل عمده کمبود میزان خلاقیت در بین کارکنان صدای جمهوری اسلامی- که یکی از مهم ترین عناصر سازمان های رسانه ای است- همانا عدم اعمال صحیح فرهنگ سازمانی و ابعاد آن است. از آنجا که با توجه به یافته های تحقیق حاضر، مشخص شد که میزان مخاطره پذیری، انسجام و یکپارچگی میان مدیران و کارکنان، تحمل تعارض و سایر ابعاد آن در سازمان صدا، در حد متوسط و یا پایین تر از حد متوسط است، لازم است این سازمان در جهت افزایش خلاقیت کارکنان و در نهایت تولید برنامه ها و ایده های جدید، مبتکرانه و خلاقانه تر عمل کند و در جهت افزایش روند جذب مخاطب گام بردارد. در این راستا پیشنهاد می شود که مدیران رادیویی حمایت بیشتری از ایده های نو، داشته و پاداش های مناسبی به منظور ترغیب افراد خلاق، در نظر بگیرند و به برقراری روابط

مناسب با کارکنان بدون توجه به روابط سلسله مراتبی، در جهت ایجاد فضای باز انتقادی، اهمیت دهند. همچنین لازم است مدیران رادیویی، اهداف و انتظارات سازمان را به صورت روشن بیان نموده و همچنان در جهت متناسب سازی اهداف برنامه‌سازی در رادیو با نیازهای مخاطبین، گام بردارند. مشخص بودن اهداف سازمان رادیو، در شرایطی که همواره میان رسانه های داخلی و خارجی رقابت وجود دارد، در پابرجا ماندن این رسانه ملی اهمیت فراوانی دارد.



منابع

منابع فارسی

- الوانی، س.م. (1378). مدیریت عمومی. تهران: نشرنی.
- پستمن، ن. (1388). نقش رسانه های تصویری در دوران کودکی. (ص. طباطبایی، مترجم). تهران: انتشارات اطلاعات.
- دلاور، ع. (1385). روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر ویرایش.
- رابینز، ا. (1380). تئوری سازمان: ساختار و طرح سازمانی. (م. الوانی و ح. دانایی فرد، مترجم). تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ساروخانی، ب. (1383). اندیشه های بنیادین علم ارتباطات. تهران: نشر خجسته.
- سرداری، ا. (1382). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی. کمال مدیریت. شماره 2 و 3. سال دوم.
- کاظمی، م. (1373). بررسی مفاهیم فرهنگ و فضای سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت. شماره 4.
- خلیل، ط. (1381). مدیریت تکنولوژی. (م. اعرابی، مترجم). تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- مک لوهان، م. (1377). برای درک رسانه ها. (س. آذری، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- مورهد، گ. (1383). رفتار سازمانی. (م. الوانی، مترجم). تهران: نشر مروارید.
- نیلی آرام، ع. (1377). خلاقیت و نوآوری در سازمان. مجله تدبیر. سازمان مدیریت صنعتی. شماره 185.
- ویندال، س. (1376). کاربرد نظریه های ارتباطات. (ع. دهقان، مترجم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- باطنی، م.ر. (1384). فرهنگ معاصر (چاپ سیزدهم). تهران: فرهنگ معاصر.

منابع لاتین

Richard, M. (1992). Effective organizational culture is key to a company's long-term success, *Industrial Management*: Vol. 34: 28-29 .



پی نوشت ها

¹Agnes Robertson Moorehead

² Marshal McLuhan

³ Richard, M. Morrise

