

Research Paper

eISSN: 2980-8359

Analyzing the Quantum Leadership's Dimensions, Components and indexes of the Broadcasting Organization in the field of Social Network with Delphi Fuzzi Method

Roozbeh Hajizadeh Majdi¹ , Shahram Fatahi² , Iraj Ranjbar³ 

1- PhD student, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

2- Assistant Professor, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

3- Assistant Professor, Political Science Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

Receive:

29 September 2022

Revise:

16 January 2023

Accept:

14 March 2023

Published online:

18 March 2023

Abstract

The purpose of this research is to analyze the dimensions, components and indicators of quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks. The research method is qualitative and applicable. Two methods of documentary study and fuzzy Delphi have been used to collect information. The statistical population of the research includes 15 media experts, political science professors, media management professors, and management, who were selected by targeted and available sampling method, and their opinions were extracted using the fuzzy Delphi method. The components and indicators of quantum leadership include three managerial and organizational dimensions, quantum skills and quantum leadership, which managerial and organizational dimension has two components (quantum management, quantum organization); the quantum skills dimension includes seven components (quantum look, quantum thinking, quantum feeling, quantum recognition, quantum action, quantum trust, quantum presence); and quantum leadership has four components (media leadership, social media leadership, transformational leadership in the media, participatory leadership in the media). Three dimensions and thirteen components were identified and confirmed for the quantum leadership of the Broadcasting Organization in the field of social networks. The quantum organization component in the second stage of the survey with an average of (0.750) and in the third stage with an average of (0.778); the component of quantum existence in the first stage of the survey with an average of (0.879) and in the second stage with an average of (0.825) and in the third stage with an average of (0.852); the social media leadership component in the second stage with an average of (0.821) and in the third stage with an average of (0.842) had the highest opinions of the experts; which shows the full saturation of experts' opinions and overlapping.

Keywords:

quantum leadership of broadcasting organization, managerial and organizational quantum skills

Please cite this article as (APA): Hajizadeh Majdi, R., Fatahi, S., & Ranjbar, I. (2023). Analyzing the Quantum Leadership's Dimensions, Components and indexes of the Broadcasting Organization in the field of Social Network with Delphi Fuzzi Method. *Journal of value creating in Business Management*, 2(4), 61-82.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.383338.1049>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.00000000.1401.2.4.4.5>

Publisher: Iranian Business Management Association

Creative Commons: CC BY 4.0



Corresponding Author: Shahram Fatahi

Email: fattahi1352@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

Media are communication channels through which messages are sent to the audience. But whether these channels interfere in the content of the message or whether it is just a neutral tool in the transmission of the message is one of the important topics in media philosophy and of course in its management (Ghaed Amini Harouni et al, 2018). A combination of mass media and interpersonal communication is the most effective way to reach people with new ideas and convince them. Today, this platform is provided by virtual social networks, and the users of these networks, by expanding their communication, exchange information and share content collectively or individually. Some thinkers believe that these human communities are a kind of appearance of Habermas' concept of public sphere in virtual space (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021).

Designing the principles of new sciences requires knowledge of leadership techniques in a modern organization, so that these technologies and principles provide a new metaphor for the life of the organization and leadership work. Meanwhile, the traditional organizational development models have given way to new intervention models and methods in the era of uncertainty, complexity, globalization and rapid change. The beginning of the 21st century can be called the quantum era in terms of technology. The key to organizational excellence is excellent leadership. The seven quantum skills can enable 21st century leaders to create a new level of organizational excellence to harness the world's most powerful energy; the energy of the mind. If leaders and their organizations want to progress in the new era, a new intellectual and skill leap must emerge in managers with this leadership style (Razavi & Azimi Sanavi, 2012). Quantum leadership is a style of leadership that seeks to increase trust, security, dynamic communication and learning and reduce vertical communication and increase horizontal communication in the organization. The framework and structure of the quantum organization includes mutual and fluid communication between the leader and the followers, which can be defined through an organization combined with trust, value, spirituality, learning, dialogue and thinking together (Rozbeh et al, 2021).

Therefore, the researcher intends to answer this basic question in this research: what are the dimensions, components and indicators of quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks?

Theoretical Foundations

The success of today's organizations depends on the correct and efficient leadership, which relies on the influence, guidance, direction and streamlining of the organization's activities, and the belief of the employees (Erfanmanesh, 2018). On the one hand, it is a new theory in the field of leadership; which tries to create the desired future by determining the objectives, choosing the best solutions and using the best tools correctly so that a situation fits the internal conditions of the organization and the requirements of the strategic environment (Kamali Ardekani et al, 2020). The purpose of quantum leadership is to increase the effectiveness and power of managers and employees of the organization. Forming self-governing groups and providing extensive feedback to managers and employees, which prevents costly mistakes for the organization, are strategies used in quantum leadership (Ghaed Amini Harouni et al, 2018).

Geok & Bilal Ali (2021) presented a quantum leadership style framework in their research to promote lifelong learning among employees through management science. Hence, Quantum leaders perceived the consequences of organizational learning in the workplace during challenging times. Lifelong learning was promoted to improve profitability, stability and organizational growth with a conducive learning environment. The resurgence of quantum leadership contributes to new developments in management science in industry and higher

education. The need for future studies on purposeful learning through quantum leadership to support knowledge creation and consistent paradigms was evident.

Nazakhti Rezapour et al, (2021) showed that according to experts, the opportunities of Instagram TV for broadcasting organization, including two categories of practical opportunities (use of user-generated content, talent search, interaction with the audience and surveys) and ultimate opportunities (helping good governance, Creating a balance between the official and traditional culture, making Iran's media sphere more diverse and to improving the quality of radio and television productions). The threats of Instagram TV for broadcasting organization are also aimed at weakening the exclusive position of it, reducing the audience and reducing the income from advertisement.

Research Methodology

This research is applicable in terms of purpose. Also, based on the research plan and in terms of the method of data collection, the present research is a descriptive analytical research, and from the documentary study and Delphi method was used to collect information for finding the quantum leadership dimensions and components of the Broadcasting Organization in the field of social networks with a future research approach for the Broadcasting Organization. The statistical population of the research includes 15 experts in the field of media, professors of political science, professors of media management, and professors of management, and the sampling method is targeted and accessible.

Research findings

Data analysis was done using Delphi-Fari method in three rounds. The results showed that the components and indicators of quantum leadership include three management and organizational dimensions, quantum skills, and quantum leadership, which management and organization dimension has two components (quantum management, quantum organization); quantum skills dimension includes seven components (quantum view, quantum thinking, quantum feeling, quantum knowledge, quantum action, quantum trust, quantum existence); and quantum leadership has four components (media leadership, social media leadership, transformational leadership in the media, participatory leadership in the media). Three dimensions and thirteen components were identified and confirmed for the quantum leadership of the Broadcasting Organization in the field of social networks. The quantum organization component in the second stage of the survey with an average of (0.750) and the in the third stage with an average of (0.778); the component of quantum existence in the first stage with an average of (0.879) and in the second stage with an average of (0.825) and the in the third stage with an average of (0.852); the social media leadership component in the second stage with an average of (0.821) and in the third stage with an average of (0.842) had the highest opinions of the experts; which shows the full saturation of experts' opinions and overlapping.

Conclusion

The current research was conducted with the aim of analyzing the dimensions, components and indicators of quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks. The results of this research are consistent with the findings of researchers such as Ahmadian et al, (2021), Geok & Bilal Ali (2021), Rozbeh et al, (2021), Oudlajani & Naqib al-Sadat (2021). Ahmadian et al, (2021) showed in their research that there is a positive and significant correlation between quantum leadership and human resource retention in West Azerbaijan University of Medical Sciences University (path coefficient 0.18). The correlation between quantum leadership and organizational trust is positive and significant (path coefficient 0.85). The correlation between organizational trust and human resource retention is positive and significant (path coefficient

0.81), and finally, there is a positive and significant correlation between quantum leadership and human resource retention with the mediation of organizational trust (path coefficient 0.69). As a result, it can be said that organizational trust can increase the correlation between quantum leadership and human resource retention as a mediator. It is suggested that the principles of quantum leadership be taught to university managers and supervisors at all levels of management, in order to increase organizational trust and consequently provide human resource retention. According to the results of the research, it is suggested that in the policies of the Broadcasting Organization, special attention should be paid to the correct recognition and understanding of the stages of quantum thinking, quantum feeling, quantum existence, media leadership and social media leadership, in order to identify the weakness and strength of the organization, individual and ethnic differences, the needs and demands of the audience; and in the field of creating trust among the audience through quantum leadership, it is possible to develop infrastructure, reduce costs, improve the performance of provincial media and took social action.



واکاوی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی با تکنیک دلفی فازی

روزبه حاجی زاده^۱، شهرام فتاحی^۲، ایرج رنجبر^۳

۱- دانشجوی دکترا، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۲- استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۳- استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف واکاوی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. روش پژوهش کیفی و از نوع کاربردی می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از دو روش مطالعه اسنادی و دلفی فازی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۵ نفر از خبرگان عرصه رسانه، اساتید علوم سیاسی، اساتید مدیریت رسانه و مدیریت می‌باشند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس انتخاب شده و با استفاده از روش دلفی فازی نظرات آنها استخراج گردید. مولفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی شامل سه بعد مدیریتی و سازمانی، مهارت‌های کوانتومی و رهبری کوانتومی که بعد مدیریتی و سازمانی دارای دو مؤلفه (مدیریت کوانتومی، سازمان کوانتومی)، بعد مهارت‌های کوانتومی شامل هفت مؤلفه (نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی) و رهبری کوانتومی دارای چهار مؤلفه (رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه) شناسایی گردیده است. برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، سه بعد و سیزده مؤلفه شناسایی و تأیید شد. مؤلفه سازمان کوانتومی در مرحله دوم با میانگین (۰/۷۵۰) و سوم با میانگین (۰/۷۷۸)؛ مؤلفه وجود کوانتومی در مرحله اول نظرسنجی با میانگین (۰/۸۷۹) و در مرحله دوم با میانگین (۰/۸۲۵) و سوم با میانگین (۰/۸۵۲)؛ مؤلفه رهبری رسانه اجتماعی را در مرحله دوم با میانگین (۰/۸۲۱) و سوم با میانگین (۰/۸۴۲) بالاترین نظرات خبرگان داشتند؛ که نشان از اشباع کامل نظرات خبرگان و همپوشانی می‌باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۰/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۳

تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۱/۱۲/۲۷

کلید واژه‌ها:

رهبری کوانتومی،

سازمان صداوسیما،

مدیریتی و سازمانی،

مهارت‌های کوانتومی

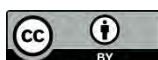
لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): حاجی زاده، روزبه، فتاحی، شهرام، رنجبر، ایرج. (۱۴۰۱). واکاوی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی با تکنیک دلفی فازی. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار، ۲(۴)، ۶۱-۸۲.

doi <https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.383338.1049>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.00000000.1401.2.4.4.5>

Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: انجمن مدیریت کسب و کار ایران

ایمیل: fattahi1352@gmail.com

نویسنده مسئول: شهرام فتاحی

مقدمه

رسانه‌ها مجراهای ارتباطی هستند که از طریق آن‌ها برای مخاطبان پیام ارسال می‌شود. اما اینکه آیا این مجراها در محتوای پیام دخل و تصرف دارند یا اینکه فقط یک وسیله خنثی در انتقال پیام است از مباحث مهم در فلسفه رسانه و بالطبع در مدیریت آن است (Ghaed Amini Harouni et al, 2018). ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان فردی، مؤثرترین راه برای رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آن‌ها است. امروزه این بستر توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی فراهم شده و کاربران این شبکه‌ها با گسترش ارتباطات خود به تبادل اطلاعات و اشتراک گذاری محتوا به صورت جمعی یا فردی می‌پردازند. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021). در سپهر رسانه‌های جدید با پیشرفت فناوری و فناوری‌های نو و تغییر سپهر گذشته، در دسترس بودن و همراه بودن اقلام رسانه‌ها برای کاربران بسیار حائز اهمیت است و اپلیکیشن‌ها و مالتی مدیاها این امکان را برای افراد پدید آورده که مجموع استفاده‌ها را از یک قلم رسانه‌ای به صورت همراه و فشرده داشته باشند (Nazakhti Rezapour et al, 2021).

با تغییر پارادایم جامعه‌شناسی و ظهور کنشگران جدید در عرصه‌های فروملی، ملی و فراملی، الگوهای جدیدی همچون نظریه کوانتوم برای تحلیل پدیده‌های اجتماعی مطرح شده که از ظرفیت توضیح منطق کنشگری‌های جدید برخوردارند. براساس علوم اجتماعی کوانتومی، رفتار کنشگر فروملی می‌تواند اثرگذاری بالایی در سطوح کلان داشته باشد و به دلیل غیرجایگزیده بودن پدیده‌ها، این اثرگذاری تأثیرات دومینو شکلی ایجاد کند (Ghazizadeh et al, 2020). نظریه‌ها و الگوهای مدیریت و رهبری همچون بقیه رشته‌های دانش، تحت تأثیر پارادایم‌های علمی قرار دارند. دو پارادایم مهم یعنی پارادایم نیوتنی و پارادایم کوانتومی به طور جدی نظریه‌ها و الگوهای سازمانی را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. از این رو طرح اصول علوم جدید نیازمند آگاهی از تکنیک‌های رهبری در سازمان‌های مدرن است (Hamzpour & Afjeh, 2015).

طرح اصول علوم جدید نیازمند آگاهی از تکنیک‌های رهبری در سازمان‌های مدرن است، بطوریکه این فناوری‌ها و اصول یک استعاره جدید برای حیات سازمان و کار رهبری ارائه می‌دهد. این درحالی است که مدل‌های توسعه سازمان‌های سنتی جای خود را به مدل‌ها و روش‌های مداخله‌گر جدید در عصر عدم اطمینان، پیچیدگی، جهانی شدن و تغییر سریع داده است. شروع قرن ۲۱ را می‌توان از نظر فناوری عصر کوانتوم نامید. کلید تعالی سازمانی، رهبری عالی است. هفت مهارت کوانتومی می‌تواند رهبران قرن ۲۱ را برای ایجاد سطح جدیدی از تعالی سازمان برای بهره‌برداری از قدرتمندترین انرژی جهان یعنی انرژی ذهن، فعال کند. اگر رهبران و سازمان‌هایشان می‌خواهند در عصر جدید پیشرفت کنند باید جهش فکری و مهارتی جدید در مدیران با این شیوه رهبری پدیدار شود (Razavi & Azimi Sanavi, 2012). رهبری کوانتومی سبکی از رهبری است که به دنبال افزایش اعتماد، امنیت، ارتباط پویا و یادگیری و کاهش ارتباطات عمودی و افزایش ارتباطات افقی در سازمان است. چارچوب و ساختار سازمان کوانتومی شامل ارتباطات متقابل و سیال میان رهبر و پیروان است که از طریق سازمانی توأم با اعتماد، ارزش، معنویت، یادگیری، گفت و گو و تفکر باهم قابل تعریف است (Rozbeh et al, 2021). ارتباط بین انسان‌ها و مدیر در عصر کوانتوم تغییر یافته است. انسان باید آگاه باشد که نمی‌تواند به‌طور مجزا زندگی کند؛ بنابراین باید یاد بگیرد که چگونه ارتباط برقرار کرده و در ارتباطات گسترده از شکاف‌های

فرهنگی و زبانی عبور کند. در رهبری کوانتومی به ارتباط و آگاهی از محصولات، خدمات و فرایندها توجه می‌شود. رهبران کوانتومی ساختاری را در سازمان ایجاد می‌کنند که دوگانگی و تضادی که از گذشته در سازمان‌ها در میان اهداف فرد و گروه وجود داشت را از بین می‌برد و به افراد در سازمان کمک می‌کند که به‌عنوان یک فرد در گروه خلاق شکوفا شوند. یک رهبر کوانتومی نور و روشنایی و ظرفیت‌هایی که از درونش ساطع می‌شود را بین کارکنان سازمان پخش می‌کند و هم زمان از گروه کارکنان تحت سرپرستی خود الهام می‌گیرد (Parekh et al, 2018).

هدف از رهبری کوانتومی، افزایش میزان اثربخشی و توان مدیران و کارکنان سازمان است. تشکیل گروه‌های خودگردان و ارائه بازخورد وسیع به مدیران و کارکنان که باعث پیشگیری از اشتباهات هزینه‌زا برای سازمان می‌شود، از راهبردهایی است که در رهبری کوانتومی استفاده می‌شود (Ghaed Amini Harouni et al, 2018).

از سویی در مکانیک کوانتومی، ذرات در ساختاری شبکه‌ای، وابسته به یکدیگرند و نظام‌های چند ذره‌ای به‌مثابه یک کل عمل می‌کنند و هیچ ذره‌ای مستقل از ذرات دیگر نیست. وابستگی روزافزون به تکنولوژی ارتباطی و استفاده از فضای مجازی و اجتماعی، باعث ایجاد شبکه‌ای درهم تنیده از کنشگران فروملی، ملی و فراملی شده است. به‌طوری که نمی‌توان با تمرکز بر هستی‌شناسی منفرد کنشگران، به نحوه رفتار آن‌ها پی برد (Mahmoudi Kia, 2017). ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان‌فردی، مؤثرترین راه برای رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آن‌ها است. امروزه این بستر توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی فراهم شده و کاربران این شبکه‌ها با گسترش ارتباطات خود به تبادل اطلاعات و اشتراک‌گذاری محتوا به‌صورت جمعی یا فردی می‌پردازند. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به‌نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است (Parekh et al, 2018).

بر اساس منطق علوم اجتماعی کوانتومی، همانطور که مکانیک نیوتنی قادر است توصیف دقیقی از پدیده‌های ماکروسکوپی به دست دهد، ولی در توضیح پدیده‌های میکروسکوپی و پدیده‌های نزدیک به سرعت نور از ظرفیت توصیفی و تحلیلی مناسبی برخوردار نیست، نظریه‌های کلاسیک علوم اجتماعی نیز صرفاً قادرند تحولات سیاسی و اجتماعی کلاسیک را تشریح نمایند و در تحلیل پارادایم‌های جدید ناتوانند. بنابراین، با تکیه بر پارامترهای کوانتومی نظیر؛ «نقش اجتماعی فرد فرد کنشگران، ذهنیت کوانتایی بازیگران، مفهوم کوانتومی زمان، درهم تنیدگی پدیده‌ها، ارتباطات شبکه‌ای، کاربرد نظریه رهبری کوانتوم در تحلیل جامعه مدنی و مدیریت سازمان‌ها در ایران، همچنین نسبی‌گرایی و عدم قطعیت در وضعیت، و تصادف و احتمال» تحلیل دقیق‌تری از وضعیت حال حاضر جامعه مدنی در جهت رسد رسانه ملی قابل ارائه است و با نگاهی آینده‌پژوهانه، تحلیل و واکاوی روندهای آتی امکان‌پذیر به نظر می‌رسد (Ghazizadeh et al, 2020). از سویی دیگر تأثیرگذاری رسانه‌ها بر دیدگاه‌های سیاسی، سلیقه‌های فرهنگی، تمایلات اجتماعی و... افراد بر هیچ کس پوشیده نیست. این موضوع با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد رسانه‌های جدید مانند تعاملی بودن آن‌ها، ایجاد و تقویت ارتباطات افقی در جامعه و... اهمیت بیشتری می‌یابد. با شکل‌گیری فضای مجازی و متعاقب آن پیدایش شبکه‌های اجتماعی، سازمان‌های رسانه‌ای و رسانه‌های سنتی با تهدیدات و فرصت‌های جدیدی روبرو شده‌اند. چالش‌های جدید رسانه‌های نوین متکی بر اینترنت برای رسانه‌های سنتی، موضوعی است که همواره محل بحث صاحب‌نظران بوده است (Nazakhti Rezapour et al, 2021).

لذا محقق قصد دارد در این تحقیق به این سؤال اساسی پاسخ دهد که ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

پیشینه پژوهش

(Geok & Bilal Ali, 2021) در پژوهش خود یک چارچوب سبک رهبری کوانتومی برای ترویج یادگیری مادام‌العمر در بین کارکنان از طریق علم مدیریت ارائه دادند. از این رو رهبران کوانتومی پیامدهای یادگیری سازمانی در محیط کار را در زمان‌های چالش برانگیز درک کردند. یادگیری مادام‌العمر برای بهبود سودآوری، ثبات و رشد سازمانی با یک محیط یادگیری مساعد ترویج شد. تجدید حیات رهبری کوانتومی به پیشرفت‌های جدید علم مدیریت در صنعت و آموزش عالی کمک می‌کند. نیاز به مطالعات آینده در مورد یادگیری هدفمند از طریق رهبری کوانتومی برای حمایت از خلق دانش و پارادایم ثابت مشهود بود.

(Watson, 2018) در تحقیق خود نشان دادند که همخوانی هستی‌شناختی در میان اصول فلسفی - اخلاقی - نظری علم مراقبت و مفاهیم ساختاری رشته‌ای یکپارچه از رهبری کوانتومی آشکار شده است. نتیجه یک مدل برای رهبری مراقبت‌های بهداشتی خاص رشته بود. این همگرایی به‌طور بالقوه برای هر دو علم واحد و رهبری مراقبت‌های بهداشتی تئوری آفرین بود. در این مدل، هم رهبری کوانتومی و هم علم مراقبت تبدیل شده و به یک موجودیت واحد و رشته خاص برای هدایت پیشرفت بیشتر دانش، تئوری و رهبری و عملکرد مراقبت‌های بهداشتی خاص در رشته مربوطه، تبدیل شده است.

(Ahmadian et al, 2021) در تحقیق خود نشان دادند که بین رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی در دانشگاه علوم پزشکی آذربایجان غربی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد (ضریب مسیر ۰/۱۸). همبستگی بین رهبری کوانتومی و اعتماد سازمانی مثبت و معنادار است (ضریب مسیر ۰/۸۵). همبستگی بین اعتماد سازمانی و نگهداشت نیروی انسانی مثبت و معنادار است (ضریب مسیر ۰/۸۱) و در نهایت بین رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی با میانجی‌گری اعتماد سازمانی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد (ضریب مسیر ۰/۶۹). در نتیجه می‌توان گفت که اعتماد سازمانی می‌تواند با عنوان نقش میانجی، میزان همبستگی رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی را افزایش دهد. پیشنهاد می‌شود اصول رهبری کوانتومی به مدیران و سرپرستان دانشگاه در تمام رده‌های مدیریتی، آموزش داده شود تا بدین طریق زمینه افزایش اعتماد سازمانی و به تبع آن نگهداشت نیروی انسانی فراهم گردد.

(Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021) نشان دادند دیپلماسی رسانه‌ای دو کشور ایران و آمریکا دارای وجوه متفاوتی می‌باشد. ایران از طریق دیپلماسی رسانه‌ای خود در تلاش است تا هرچه بیشتر بر پابندی خود به تعهدات بین‌المللی نظیر برجام تأکید نماید و از سوی دیگر به بدعهدی و عدم پابندی آمریکا به تعهدات اشاره دارد. دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در تقابل با ایران قرار دارد. آمریکا در تلاش است تا ایران را به عنوان یکی از اصلی‌ترین حامیان تروریسم معرفی نماید و تمامی اقدامات ایران را نیز بی‌ثبات کننده‌ی خاورمیانه جلوه دهد. با توجه به نکات مطرح شده می‌توان گفت آمریکا در صدد است تا از طریق تلاش‌های وزرای امور خارجه خود در شبکه‌ی توییتر، ایران را به عنوان کشوری حامی تروریسم و بی‌ثبات کننده‌ی خاورمیانه بازنمایی نماید.

(Nazakhti Rezapour et al, 2021) نشان دادند که بر اساس نظر متخصصان، فرصت‌های تلویزیون اینستاگرامی برای صداوسیما، شامل دو دسته فرصت‌های کاربردی (استفاده از محتوای کاربر تولید، استعدادیابی، تعامل با مخاطب و نظرسنجی) و فرصت‌های غایبی (کمک به حکمرانی خوب، ایجاد تعادل میان فرهنگ رسمی و عرفی، متنوع‌تر شدن سپهر رسانه‌ای ایران و باکیفیت‌تر شدن تولیدات صداوسیما) است. تهدیدهای تلویزیون اینستاگرامی برای صداوسیما نیز معطوف به تضعیف جایگاه انحصاری صداوسیما، کاهش مخاطب و کاهش درآمد از محل آگهی عنوان شده است.

(Rozbeh et al, 2021) نشان دادند که مباحث جمع‌آوری شده در قالب ۴ مقوله ماهیت نظریه کوانتومی، چرایی رهبری کوانتومی (عوامل پیدایی رهبری کوانتومی)، ماهیت و ویژگی‌های رهبری کوانتومی و نحوه اثرگذاری در سازمان می‌باشد. امروزه رهبران و سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که اگر بخواهند در دنیای متغیر و در حال تحول امروزی بقا داشته باشند و پیشرفت نمایند باید دیدگاه مکانیکی که محیط را ساده و ایستای می‌داند را کنار گذاشته و دیدگاه کوانتوم را جایگزین آن نمایند، لذا رهبران سازمانی باید مهارت‌های جدیدی را در خود پرورش دهند که از آنها تحت عنوان مهارت‌های کوانتومی یاد می‌شود، این مهارت‌ها سازمان‌ها را در جهت افزایش توانایی مدیران در اداره افراد در سازمان‌ها، حل تعارضات، افزایش بهره‌وری، خلاقیت و نوآوری، چابکی، تعالی سازمانی، یادگیری سازمانی و... که همگی از علائم رهبری کوانتومی است یاری داده و زمینه موفقیت، توسعه سازمانی و در نهایت بقای آنها را در جهان پیچیده و به سرعت در حال تغییر امروزی را فراهم می‌آورد.

روش پژوهش

با توجه به اینکه این پژوهش در صدد است تا الگوی رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی با رویکرد آینده پژوهی ارائه دهد، این تحقیق از نظر هدف کاربردی است. همچنین براساس طرح تحقیق و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها، تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی تحلیلی است و برای گردآوری اطلاعات از روش مطالعه اسنادی و دلفی به یافتن ابعاد و مؤلفه‌های رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی با رویکرد آینده پژوهی برای سازمان صداوسیما، استفاده گردید. متغیرها با استفاده از تکنیک دلفی در سه راند غربالگری مورد بررسی قرار گرفتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو روش بررسی متون و مصاحبه نیمه ساختار استفاده شد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۵ نفر از خبرگان عرصه رسانه، اساتید علوم سیاسی، اساتید مدیریت رسانه و مدیریت می‌باشند. با توجه به روند اجرای تحقیق و تکنیک‌های آن از یک جامعه بزرگ کمی استفاده نمی‌گردد چرا که روند اجرا تخصصی و در بخش مدیریت کلان می‌باشد. لذا در این تحقیق جامعه مورد نظر محدود به خبرگان می‌باشد. با توجه به جامعه مورد نظر روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس می‌باشد. روش دلفی فازی از مهمترین و پرکاربردترین تکنیک‌هایی است که در زمینه جمع‌آوری نظرات و اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرد و برای تصمیم‌گیری‌های مهم در کسب و کار بسیار مؤثر است. در این روش از نظرات متخصصان حوزه مورد نظر به شکلی خاص استفاده می‌شود. روش دلفی شامل گروهی از متخصصان می‌شود که به‌طور ناشناس به پرسشنامه‌ها پاسخ می‌دهند و متعاقباً بازخوردهایی را به صورت بازنمایی آماری از «پاسخ گروه» دریافت می‌کنند، پس از آن روند دوباره تکرار می‌شود. هدف کاهش دامنه پاسخ‌ها و رسیدن به چیزی نزدیک به اجماع متخصص است.

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق برای استخراج شاخصها و تدوین مدل مفهومی با استفاده از ادبیات تحقیق و تحلیل محتوا اول، ابعاد، مؤلفه و شاخص اولیه شناسایی گردید. در اولین مرحله استفاده از تکنیک دلفی، باید خبرگان انتخاب و در خصوص موضوع، روش و مدت تحقیق توجیه شوند. بنابراین در میان خبرگان منتخب باید افرادی از مدیران، متخصصان و پیشکسوتان حضور داشته باشند. با توجه به ویژگی‌های مذکور، نهایتاً ۱۵ نفر از خبرگان، به عنوان نمونه انتخاب شدند و آمادگی اولیه برای اجرای طرح برای آنان به وجود آمد. پس از بررسی ادبیات تحقیق کدهای اولیه‌ای از ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی با استفاده از تحلیل محتوای عرفی شناسایی نموده تا بتوان آن را به صورت پرسشنامه نیمه ساختارمند در آورده تا بین ۱۵ نفر خبره جهت نظر سنجی و تأیید آن‌ها مورد تحلیل قرار داد.

پس از دریافت نظرات خبرگان اولین مرحله دلفی با سؤالات جدید و مؤلفه‌ها با نرم افزار Excel ورژن 21 بررسی گردید. قبل از شروع باید طیف‌های موجود در فرم پرسشنامه را فازی سازی نموده؛ که طبق جدول (۱) و فرمول زیر متغیرهای کلامی فازی سازی گردید.

جدول ۱. اعداد فازی مثلثی متغیرهای کلامی

اعداد فازی قطعی	اعداد فازی مثلثی	متغیرهای کلامی
۰/۹۳۷۵	(1,0/25,0)	کاملاً موافقم
۰/۷۵	(0/75,0/15,0/15)	موافقم
۰/۵	(0/5,0/25,0/25)	نظری ندارم
۰/۲۵	(0/25,0/15,0/15)	مخالفم
0/625	(0/25,0,0)	کاملاً مخالفم

در جدول (۱) اعداد فازی قطعی شده با استفاده از فرمول مینکووسکی به شکل زیر محاسبه شده است:
 فرمول ۱

$$\chi = m + \frac{\beta - \alpha}{4}$$

در اولین مرحله از نظر سنجی، مدل اولیه که از کدگذاری ادبیات تحقیق ارائه شده همراه با تشریح مؤلفه‌ها، معیارها و زیرمعیارها به گروه خبرگان ارسال گردیده و نظر سنجی صورت می‌گیرد تا میزان موافقت و یا عدم موافقت آنها با هر کدام از مؤلفه‌های اخذ شده و نقطه نظرات پیشنهادی و اصلاحی آنها به شکل زیر جمع بندی شده است. با توجه به نتایج میانگین فازی هر کدام از مؤلفه‌ها با توجه به روابط زیر در جدول (۲) محاسبه شده است:
 فرمول ۲

$$A_i = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}), i = 1, 2, 3, \dots, n$$

$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_3^{(i)} \right)$$

جدول ۲. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از مرحله نخست نظر سنجی راند اول

میانگین فازی زدایی شده	میانگین فازی مثلثی			مؤلفه‌ها	نماد
0.754	0.100	0.217	0.783	مدیریت کوانتومی	MO1
0.767	0.103	0.237	0.800	سازمان کوانتومی	MO2
0.825	0.070	0.237	0.867	نگاه کوانتومی	QS1
0.871	0.047	0.230	0.917	تفکر کوانتومی	QS2
0.888	0.040	0.223	0.933	احساس کوانتومی	QS3
0.750	0.097	0.230	0.783	شناخت کوانتومی	QS4
0.783	0.097	0.230	0.817	عمل کوانتومی	QS5
0.829	0.073	0.223	0.867	اعتماد کوانتومی	QS6
0.879	0.020	0.237	0.933	وجود کوانتومی	QS7
0.821	0.053	0.237	0.867	رهبری رسانه‌ای	QL1
0.863	0.027	0.243	0.917	رهبری رسانه اجتماعی	QL2
0.775	0.063	0.230	0.817	رهبری تحول در رسانه	QL3
0.767	0.103	0.237	0.800	رهبری مشارکتی در رسانه	QL4
0.804	0.047	0.230	0.850	نفوذ و تأثیر گذاری اجتماعی رهبری	۵QL
0.808	0.077	0.243	0.850	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	۶QL
0.767	0.103	0.237	0.800	هدف مشترک و عمومی رهبر	۷QL
0.813	0.067	0.217	0.850	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	۸QL
0.788	0.100	0.217	0.817	تعامل لزوم دانش	۹QL
0.792	0.083	0.250	0.833	مهارت و بصیرت	۱۰QL
0.742	0.110	0.210	0.767	آینده‌نگری و پیش‌بینی	۱۱QL

جدول ۳. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی راند دوم

نماد	مؤلفه‌ها	میانگین فازی مثلثی			میانگین فازی زدایی شده
MO1	مدیریت کوانتومی	0.100	0.217	0.750	0.721
MO2	سازمان کوانتومی	0.097	0.230	0.783	0.750
QS1	نگاه کوانتومی	0.077	0.210	0.833	0.800
QS2	تفکر کوانتومی	0.067	0.217	0.817	0.779
QS3	احساس کوانتومی	0.063	0.230	0.850	0.808
QS4	شناخت کوانتومی	0.047	0.230	0.917	0.871
QS5	عمل کوانتومی	0.053	0.237	0.900	0.854
QS6	اعتماد کوانتومی	0.080	0.230	0.850	0.813
QS7	وجود کوانتومی	0.070	0.237	0.867	0.825
QL1	رهبری رسانه‌ای	0.063	0.230	0.850	0.808
QL2	رهبری رسانه اجتماعی	0.053	0.237	0.867	0.821
QL3	رهبری تحول در رسانه	0.073	0.223	0.800	0.763
QL4	رهبری مشارکتی در رسانه	0.113	0.230	0.783	0.754
۵QL	نفوذ و تأثیرگذاری اجتماعی رهبری	0.070	0.237	0.867	0.825
۶QL	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	0.043	0.243	0.917	0.867
۷QL	هدف مشترک و عمومی رهبر	0.080	0.230	0.817	0.779
۸QL	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	0.037	0.237	0.900	0.850
۹QL	تعامل لزوم دانش	0.060	0.243	0.883	0.838
۱۰QL	مهارت و بصیرت	0.090	0.223	0.833	0.800
۱۱QL	آینده‌نگری و پیش‌بینی	0.080	0.230	0.783	0.746

در ادامه جدول (۳) میزان اختلاف دیدگاه خبرگان برای شاخصهای تحقیق در نظرسنجی مرحله اول و دوم را نشان می‌دهد. نظر به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج این مرحله، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کمتر از حد آستانه خیلی کم (۰/۱) باشد در این صورت فرآیند نظر سنجی متوقف می‌شود یعنی به اجماع رسیده‌ایم.

جدول ۳: میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظرسنجی مرحله اول و دوم

نماد	مؤلفه‌ها	مرحله اول	مرحله دوم	اختلاف
MO1	مدیریت کوانتومی	0.754	0.721	0.033
MO2	سازمان کوانتومی	0.767	0.750	0.017
QS1	نگاه کوانتومی	0.825	0.800	0.025
QS2	تفکر کوانتومی	0.871	0.779	0.092
QS3	احساس کوانتومی	0.888	0.808	0.079
QS4	شناخت کوانتومی	0.750	0.871	-0.121
QS5	عمل کوانتومی	0.783	0.854	-0.071
QS6	اعتماد کوانتومی	0.829	0.813	0.017
QS7	وجود کوانتومی	0.879	0.825	0.054
QL1	رهبری رسانه‌ای	0.821	0.808	0.013
QL2	رهبری رسانه اجتماعی	0.863	0.821	0.042
QL3	رهبری تحول در رسانه	0.775	0.763	0.013
QL4	رهبری مشارکتی در رسانه	0.767	0.754	0.013
۵QL	نفوذ و تأثیر گذاری اجتماعی رهبری	0.804	0.825	-0.021
۶QL	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	0.808	0.867	-0.058
۷QL	هدف مشترک و عمومی رهبر	0.767	0.779	-0.013
۸QL	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	0.813	0.850	-0.038
۹QL	تعامل لزوم دانش	0.788	0.838	-0.050
۱۰QL	مهارت و بصیرت	0.792	0.800	-0.008
۱۱QL	آینده‌نگری و پیش‌بینی	0.742	0.746	-0.004

در این مرحله پرسشنامه‌ای با ۹ سؤال مشخص شده که بین دو مرحله اول و دوم دارای اختلاف بالایی از حد آستانه بوده طراحی و در اختیار خبرگان قرار گرفت که در ادامه نشان داده شده است.

جدول ۴. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از سومین نظر سنجی

نماد	مؤلفه‌ها	میزان موافقت				
		کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
QS4	شناخت کوانتومی	7	5	3	0	0
QS5	عمل کوانتومی	9	3	1	1	1
۵QL	نفوذ و تأثیرگذاری اجتماعی رهبری	3	3	4	1	4
۶QL	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	1	2	2	4	6
۷QL	هدف مشترک و عمومی رهبر	1	2	2	6	4
۸QL	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	2	1	2	7	3
۹QL	تعامل لزوم دانش	2	3	4	5	1
۱۰QL	مهارت و بصیرت	2	1	5	4	3
۱۱QL	آینده‌نگری و پیش‌بینی	3	2	3	2	5

جدول ۵. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از سومین نظر سنجی دلفی

نماد	مؤلفه‌ها	میانگین فازی مثلی			میانگین فازی زدایی شده
		0.131	0.217	0.799	
QS4	شناخت کوانتومی	0.131	0.217	0.799	0.778
QS5	عمل کوانتومی	0.127	0.275	0.855	0.818
۵QL	نفوذ و تأثیرگذاری اجتماعی رهبری	0.037	0.237	0.933	0.883
۶QL	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	0.027	0.243	0.950	0.896
۷QL	هدف مشترک و عمومی رهبر	0.020	0.237	0.933	0.879
۸QL	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	0.065	0.239	0.723	0.680
۹QL	تعامل لزوم دانش	0.037	0.237	0.933	0.883
۱۰QL	مهارت و بصیرت	0.080	0.230	0.850	0.813
۱۱QL	آینده‌نگری و پیش‌بینی	0.097	0.230	0.817	0.783

در ادامه جدول (۶) از میزان اختلاف دیدگاه خبرگان برای مؤلفه‌های تحقیق با استفاده از فرمول شماره ۴ در نظر سنجی مرحله دوم و سوم را نشان می‌دهد.

جدول ۶. میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظر سنجی مرحله دوم و سوم

نماد	مؤلفه‌ها	مرحله دوم	مرحله سوم	اختلاف
QS4	شناخت کوانتومی	0.871	0.778	0.093
QS5	عمل کوانتومی	0.854	0.818	0.036
۵QL	نفوذ و تأثیر گذاری اجتماعی رهبری	0.825	0.883	-0.058
۶QL	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	0.867	0.896	-0.029
۷QL	هدف مشترک و عمومی رهبر	0.779	0.879	-0.100
۸QL	هدف سازمانی و غیر سازمانی رهبر	0.850	0.680	0.171
۹QL	تعامل لزوم دانش	0.838	0.883	-0.046
۱۰QL	مهارت و بصیرت	0.800	0.813	-0.013
۱۱QL	آینده‌نگری و پیش‌بینی	0.746	0.783	-0.038

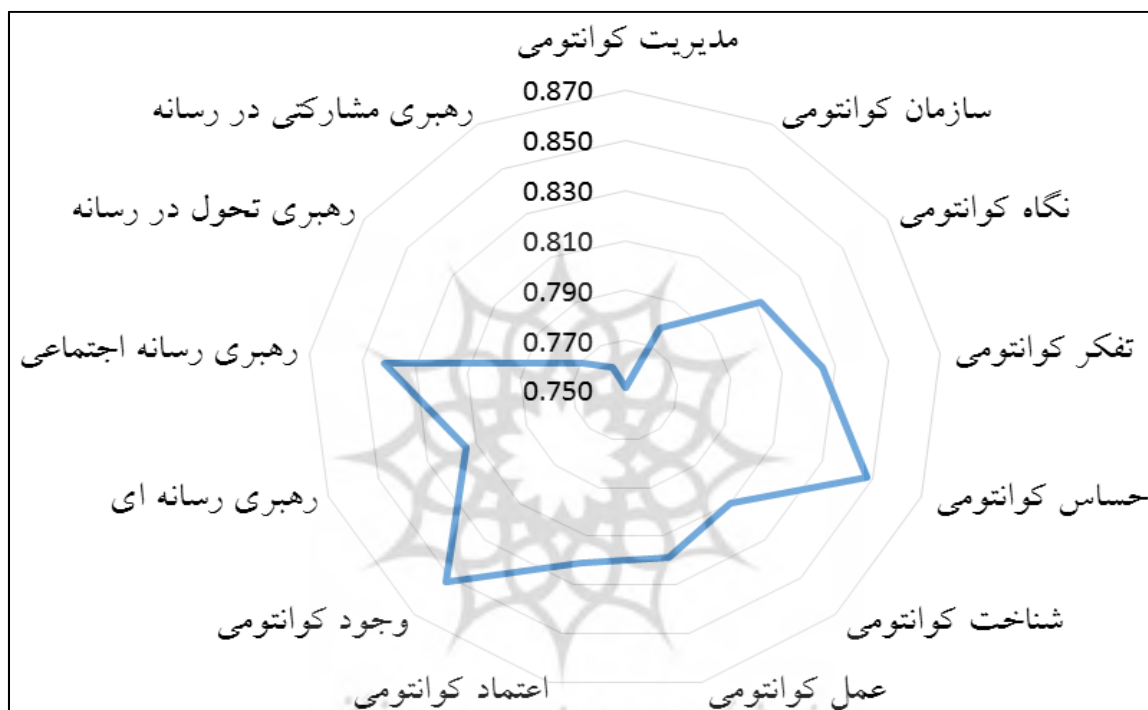
با توجه به جدول (۶) و نظر خبرگان اختلاف میانگین فازی شده عوامل مشخص شده در مرحله دوم و سوم با اختلاف از حد آستانه (۰/۱) بوده است. لذا این عوامل مشخص شده از پرسشنامه حذف و در نهایت تعداد عوامل به ۱۳ مورد رسیده است که در این مرحله نظرات خبرگان به اشباع رسیده و همه نظرات با هم همسو گردیده است.

با توجه به جدول (۵) و (۶) و (۷) و نمودار (۱) و (۲) بیشترین میزان موافقت خبرگان با توجه به سومین نظر سنجی در بُعد مدیریتی و سازمانی به سازمان کوانتومی با میانگین ۰/۷۵۰، در بُعد مهارت‌های کوانتومی به شناخت کوانتومی با میانگین ۰/۸۷۱ است و در بُعد رهبری کوانتومی به ایجاد میل و رغبت در کارکنان با میانگین ۰/۸۶۷، است. همچنین در بین ابعاد بالاترین میزان موافقت مربوط به بُعد مهارت‌های کوانتومی با میانگین ۰/۸۲۱ و پس از آن بعد رهبری کوانتومی با میانگین ۰/۸۰۵ و در آخر بعد مدیریتی و سازمانی با میانگین ۰/۷۳۵ قرار دارد.

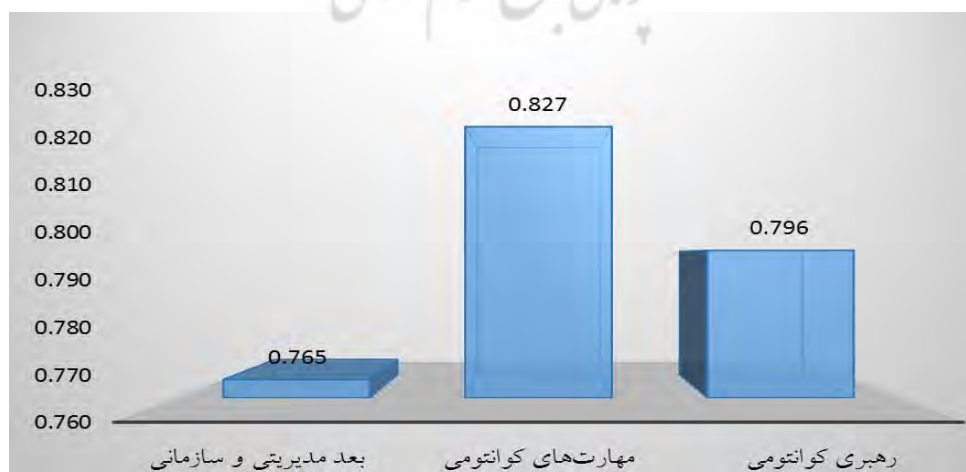
جدول (۷) میانگین نهایی شده نظر خبرگان جهت ابعاد و مؤلفه‌های تحقیق

ابعاد	مؤلفه	میانگین فازی زدایی شده
بعد مدیریتی و سازمانی (۰,۷۶۵)	مدیریت کوانتومی	0.751
	سازمان کوانتومی	0.778
مهارت‌های کوانتومی (۰,۸۲۷)	نگاه کوانتومی	0.813
	تفکر کوانتومی	0.825
	احساس کوانتومی	0.848
	شناخت کوانتومی	0.810
	عمل کوانتومی	0.819

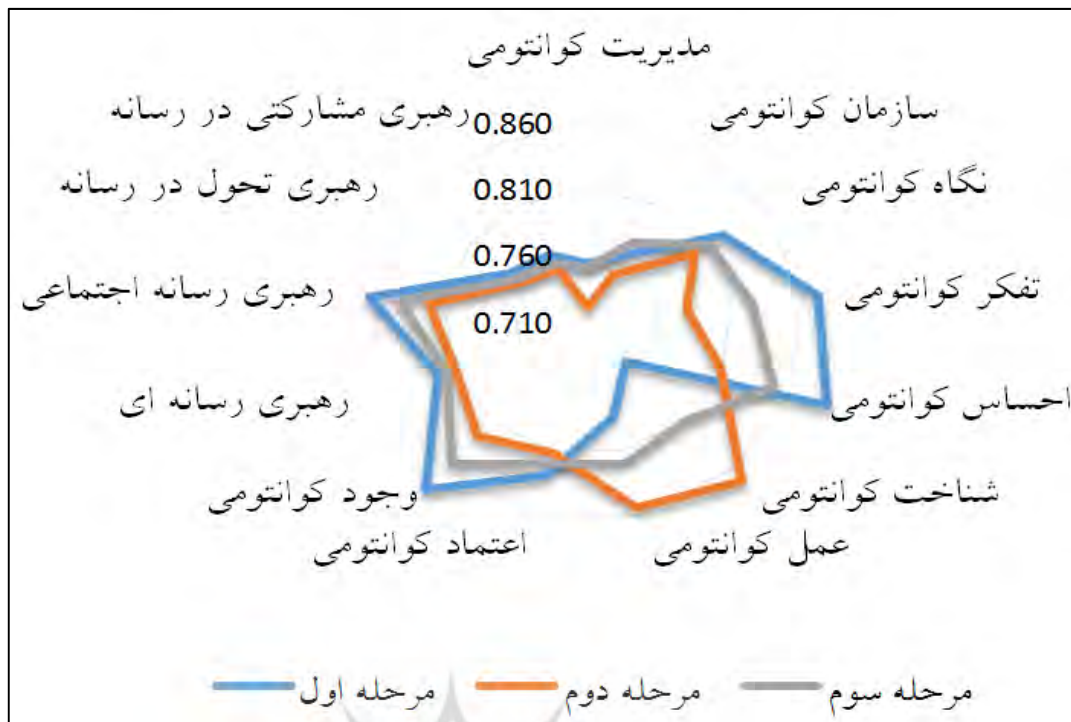
0.821	اعتماد کوانتومی	
0.852	وجود کوانتومی	
0.815	رهبری رسانه‌ای	رهبری کوانتومی (۰,۷۹۶)
0.842	رهبری رسانه اجتماعی	
0.769	رهبری تحول در رسانه	
0.760	رهبری مشارکتی در رسانه	



نمودار ۱. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از سومین نظر سنجی جهت مؤلفه‌ها

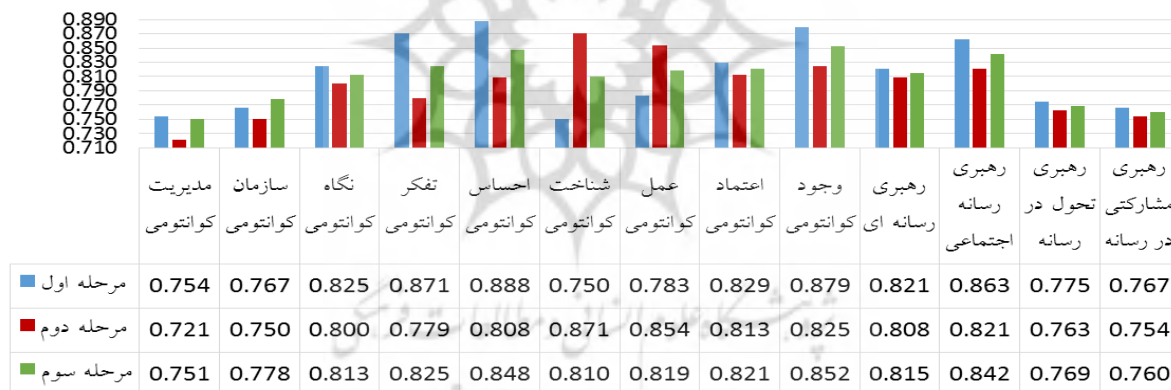


نمودار ۲. میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از سومین نظر سنجی جهت ابعاد تحقیق



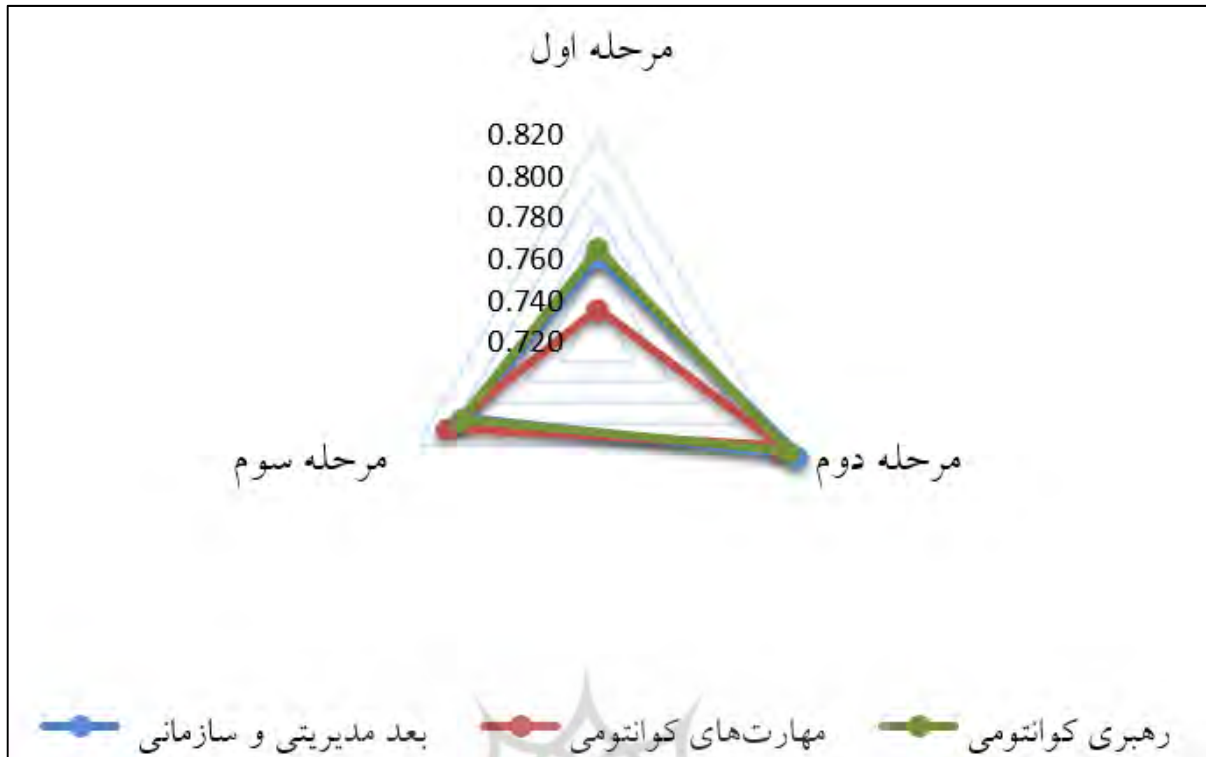
نمودار ۳. مقایسه مؤلفه‌های شناسایی شده برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سه

مرحله اول، دوم و سوم دلفی



نمودار ۴. مقایسه مؤلفه‌های شناسایی شده برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سه

مرحله اول، دوم و سوم



نمودار ۵. مقایسه ابعاد شناسایی شده برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سه مرحله اول، دوم و سوم دلفی

با توجه به تحلیلی که از روش دلفی جهت تعیین ابعاد و مؤلفه‌ها برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی به اجرا درآمده، تمامی مؤلفه‌های شناسایی شده در مرحله دلفی تأیید گردیده و سه بعد مدیریتی و سازمانی، مهارت‌های کوانتومی و رهبری کوانتومی که بعد مدیریتی و سازمانی دارای دو مؤلفه، بعد مهارت‌های کوانتومی شامل هفت مؤلفه و رهبری کوانتومی دارای چهار مؤلفه شناسایی گردیده است. در مجموع برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، سه بعد و سیزده مؤلفه شناسایی و تأیید گردیده است و بر اساس این تحلیل به این سؤال فرعی اول ابعاد و مؤلفه‌های رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی کدامند؟ برای پاسخ به این سؤال و بر اساس تحلیل دلفی که از ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده که بر اساس کدهایی که از ادبیات تحقیق جمع آوری گردیده است و بر آن اساس فرم نظر سنجی‌ای که از خبرگان به روش تحلیل دلفی فازی انجام پذیرفته سه بعد یعنی (۱- بعد مدیریتی و سازمانی، ۲- مهارت‌های کوانتومی، ۳- رهبری کوانتومی) شناسایی و تأیید گردیده است و این ابعاد در مجموع سیزده مؤلفه را زیر پوشش خود دارند. بعد مدیریتی و سازمانی مؤلفه‌های (مدیریت کوانتومی، سازمان کوانتومی) را در بر می‌گیرد. بعد مهارت‌های کوانتومی شامل مؤلفه‌های (نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی) می‌باشد. بعد رهبری کوانتومی نیز شامل مؤلفه‌های (رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه) می‌باشد. عوامل شناسایی شده در این تحقیق به روش دلفی فازی برای شناسایی ابعاد و

مؤلفه‌های رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی مشخص گردیده و سؤال فرعی اول در این اینجا پاسخ داده شده است.

همچنین با توجه به نتایج مرحله دوم و سوم و با توجه به نظرات پاسخ دهندگان نسبت به مؤلفه‌های نظر سنجی‌ها نظرات پاسخ دهندگان به مؤلفه‌های باقیمانده (سیزده مؤلفه) بدین شکل می‌باشد:

۱- برای مؤلفه‌های بعد مدیریتی و سازمانی در رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، بیشترین میزان موافقت خبرگان بین مؤلفه‌های بعد مدیریتی و سازمانی مربوط به «سازمان کوانتومی» می‌گردد و کمترین میزان موافقت خبرگان مربوط به «مدیریت کوانتومی» می‌باشد.

۲- برای مؤلفه‌های بعد مهارت‌های کوانتومی در رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، بیشترین میزان موافقت خبرگان بین مؤلفه‌های بعد مهارت‌های کوانتومی مربوط به «وجود کوانتومی» می‌گردد و کمترین میزان موافقت خبرگان مربوط به «شناخت کوانتومی» می‌باشد.

۳- برای مؤلفه‌های بعد رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، بیشترین میزان موافقت خبرگان بین مؤلفه‌های بعد رهبری کوانتومی مربوط به «رهبری رسانه اجتماعی» می‌گردد و کمترین میزان موافقت خبرگان مربوط به «رهبری مشارکتی در رسانه» می‌باشد.

نتیجه گیری و بحث

در دنیای ارتباطات علمی، شبکه‌های اجتماعی را می‌توان از بسترهای مؤثر در تولید علم، اشتراک عقاید و رشد فردی و اجتماعی دانست. انقلاب ارتباطات، نوع جدیدی از ارتباطات مجازی را که خالی از روح حاکم بر روابط واقعی اجتماعی است به وجود آورده است. از طریق ماهواره، اینترنت و... جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود می‌آید (Ala Fossi & Stephen, 2016). رسانه‌های الکترونیکی مخاطبان وسیع و متکثری دارند که مجموعه‌هایی از حیث محتوای نمادین را به این مخاطبان عرضه می‌کنند. در چنین شرایطی فضای مجازی شکل می‌گیرد و فرهنگ‌ها، همه از طریق واسطه‌های الکترونیکی منتقل می‌شوند و مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا می‌کنند. فواصل زمانی و مکانی عملاً از میان برداشته می‌شوند و انتقال اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می‌آید (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021). در سازمان‌ها از جمله صدا و سیما بخش‌های خبری رسانه شدیداً در محیط رقابتی بسیار پویایی شبکه‌های مجازی قرار گرفته‌اند، که حفظ اعتبار و وجهه خبری در این فضای رقابتی روز به روز سخت‌تر و پیچیده‌تر می‌شود. در این محیط رقابتی، رسانه‌های جدید فضای مجازی و تولیدات خبری کاربران بر شدت رقابت افزوده است (Puri, 2013). به‌طوریکه این فناوری‌ها و اصول یک استعاره جدید برای حیات سازمان و کار رهبری ارائه می‌دهد. این درحالی است که مدل‌های توسعه سازمان‌های سنتی جای خود را به مدل‌ها و روش‌های مداخله‌گر جدید در عصر عدم اطمینان، پیچیدگی، جهانی شدن و تغییر سریع داده است (Hamzepour, 2016). نظر به اینکه کارکردهای رسانه شامل جامعه‌پذیر کردن، سرگرمی، نظارت، تفسیر و پیوند؛ می‌باشد (Danaei, 2013). از این رو نظریه رهبری کوانتومی به عنوان رویکردی نوین در رهبری سازمان‌ها از جمله صدا و سیما می‌تواند مفید فایده باشد.

با توجه نتایج مقایسه ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سه مرحله اول، دوم و سوم دلفی را نشان داد که تمامی نظرات در قسمت ابعاد به بعد مهارت‌های کوانتومی در رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی معطوف شده که در مرحله دوم با میانگین (۰/۸۲۱) و سوم با میانگین (۰/۸۲۷) که اعداد به دست آمده در مرحله سوم کمی بالاتر از مرحله دوم می‌باشد و نسبت به ابعاد، مدیریتی و سازمانی و رهبری کوانتومی در مرحله اول، دوم و سوم نیز بالاتر می‌باشد و تقریباً همپوشانی را در دو مرحله پایانی دارند. همچنین در نمودارهای مؤلفه‌ها برای سه مرحله نتایج نشان می‌دهد که در بعد مدیریتی و سازمانی مؤلفه سازمان کوانتومی بالاترین نظرات خبرگان را دارا بوده؛ در مرحله دوم با میانگین (۰/۷۵۰) و سوم با میانگین (۰/۷۷۸) که نشان از اشباع کامل نظرات خبرگان و همپوشانی این دو مرحله را دارا بوده است. در بعد مهارت‌های کوانتومی مؤلفه وجود کوانتومی در مرحله اول نظرسنجی با میانگین (۰/۸۷۹) و در مرحله دوم با میانگین (۰/۸۲۵) و سوم با میانگین (۰/۸۵۲) که نشان از اشباع کامل نظرات خبرگان و همپوشانی کامل این دو مرحله را دارا بوده است. همچنین در بعد رهبری کوانتومی مؤلفه رهبری رسانه اجتماعی بالاترین نظرات خبرگان را دارا بوده است در مرحله دوم با میانگین (۰/۸۲۱) و سوم با میانگین (۰/۸۴۲) که نشان از اشباع کامل نظرات خبرگان و همپوشانی این دو مرحله را دارا بوده است. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهشگرانی همچون (Ahmadian et al, 2021) و (Geok & Bilal Ali, 2021)، (Rozbeh et al, 2021)، (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021) همسو بوده و مطابقت دارد. (Ahmadian et al, 2021) در تحقیق خود نشان دادند که بین رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی در دانشگاه علوم پزشکی آذربایجان غربی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد (ضریب مسیر ۰/۱۸). همبستگی بین رهبری کوانتومی و اعتماد سازمانی مثبت و معنادار است (ضریب مسیر ۰/۸۵). همبستگی بین اعتماد سازمانی و نگهداشت نیروی انسانی مثبت و معنادار است (ضریب مسیر ۰/۸۱) و در نهایت بین رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی با میانجی‌گری اعتماد سازمانی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد (ضریب مسیر ۰/۶۹). در نتیجه می‌توان گفت که اعتماد سازمانی می‌تواند با عنوان نقش میانجی، میزان همبستگی رهبری کوانتومی و نگهداشت نیروی انسانی را افزایش دهد. پیشنهاد می‌شود اصول رهبری کوانتومی به مدیران و سرپرستان دانشگاه در تمام رده‌های مدیریتی، آموزش داده شود تا بدین طریق زمینه افزایش اعتماد سازمانی و به تبع آن نگهداشت نیروی انسانی فراهم گردد. (Rozbeh et al, 2021) نشان دادند که مباحث جمع‌آوری شده در قالب ۴ مقوله ماهیت نظریه کوانتومی، چرایی رهبری کوانتومی (عوامل پیدایی رهبری کوانتومی)، ماهیت و ویژگی‌های رهبری کوانتومی و نحوه اثرگذاری در سازمان می‌باشد. امروزه رهبران و سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که اگر بخواهند در دنیای متغیر و در حال تحول امروزی بقا داشته باشند و پیشرفت نمایند باید دیدگاه مکانیکی که محیط را ساده و ایستا می‌داند را کنار گذاشته و دیدگاه کوانتوم را جایگزین آن نمایند، لذا رهبران سازمانی باید مهارت‌های جدیدی را در خود پرورش دهند که از آن‌ها تحت عنوان مهارت‌های کوانتومی یاد می‌شود، این مهارت‌ها سازمان‌ها را در جهت افزایش توانایی مدیران در اداره افراد در سازمان‌ها، حل تعارضات، افزایش بهره‌وری، خلاقیت و نوآوری، چابکی، تعالی سازمانی، یادگیری سازمانی و... که همگی از علائم رهبری کوانتومی است یاری داده و زمینه موفقیت، توسعه سازمانی و در نهایت بقای آن‌ها را در جهان پیچیده و به سرعت در حال تغییر امروزی را فراهم می‌آورد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌گردد که در سیاست‌گذاری‌های سازمان صدا و سیما به شناخت و درک صحیح از مراحل تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، وجود کوانتومی، رهبری رسانه‌ای و رهبری رسانه اجتماعی توجه ویژه‌ای شده تا به دنبال آن نقاط ضعف و قوت سازمان، تفاوت‌های فردی و قومیتی، نیازها و خواسته‌های مخاطبان شناخته شده و بتوان از طریق رهبری کوانتومی در زمینه ایجاد اعتماد در بین مخاطبین، اقدام به توسعه زیرساخت‌ها، کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد رسانه‌های استانی و اجتماعی اقدام نمود.

پیشنهاد می‌شود که با بهره‌گیری از نگاه کوانتومی و توانایی دیدن هدفمند سبک و شیوه تفکر و نگرش خود را مقارن با تفکر کوانتومی و توانایی تفکر به شیوه متناقض قرار دهند تا از این طریق زمینه ساز شناخت کوانتومی و شناخت شهودی مسائل در سازمان شوند. از این طریق رهبران و مدیران سازمانی می‌توانند احساس و اعتماد کوانتومی را در میان کارکنان خود به وجود آورند که این مهم به نوبه خود موجب نگرش نوبه مسائل، تفکر خلاقانه و شهودی، آینده‌نگری و پیش‌بینی در سازمان می‌شود.

پیشنهاد می‌شود که مدیران مهارت توانایی دیدن هدفمند، تفکر کوانتومی و یا نگاه کوانتومی را در خود به وجود آورند؛ چراکه فرصت‌ها در تصویرهایی نهفته‌اند که مدیران از کارکنان، تحولات و امور دارند. مدیران با این مهارت باید درون خود را با تکنیک‌های خاصی بیالایند تا محیط خود را بهتر درک کرده و روندهای به ظاهر پنهان آن‌ها را کشف کنند. پیشنهاد می‌گردد که سازمان اقدام به ایجاد فرصت استفاده از روش‌های تجربی و تفکر شواهد محور، تقویت تفکر سیستماتیک در بین کارکنان، توسعه الکترونیکی و هوشمند سازی نماید.

پیشنهاد می‌شود که مدیران و رهبران سازمانی با استفاده از تفکر خلاقانه و شهودی به همراه پیش‌بینی و آینده‌نگری، عمل کوانتومی یا توانایی تفکر کوانتومی عمل پاسخگویانه در سازمان را به وجود آورند که پیامد اساسی این مهم زیست کوانتومی یا توانایی زندگی کردن در روابط، ارتباط متقابل رهبر - پیرو، پیشرفت و توسعه پیروان و کارکنان از طریق خودسازماندهی و درنهایت به وجود آمدن سازمانی حسابگر و دقیق است.

پیشنهاد می‌شود که با بهره‌گیری از توانایی تفکر کوانتومی، برای برخورد با محیط متلاطم سازمانی و همچنین حل مسائل سازمان خود به شیوه بدیع و تازه، از این مهارت رهبری کوانتومی استفاده کنند؛ به علاوه با توجه به اینکه خلاقیت و نوآوری گاه از نگاه متناقض و متعارض ناشی می‌شوند، مدیران و رهبران با ترغیب کارکنان و پیروان خود به استفاده از توانایی تفکر به شیوه متناقض یا تفکر کوانتومی، زمینه ساز خلاقیت و نوآوری در سازمان شوند.

References

- Ahmadian, z. Ghalavandi, H. Hosni, M. (2021). Structural analysis of quantum leadership relationships and human resource retention with the mediating role of organizational trust in the health system. *Health Promotion Management Quarterly*. 10 (6): 28-41. URL: <http://jhpm.ir/article-1-1384-fa.html>. (In Persian) .
- Afjeh, A. Hamzpour, M. (2015). A comprehensive approach to quantum leadership theory and its applications in the organization. *Strategic Management Thought (Management Thought)*. 8(2). 161-204. doi: 10.30497/smt.2015.1719. (In Persian) .
- Ala Fossi, M & Stephen. L. (2016). The short future of public broadcasting: Replacing digital terrestrial television with internet protocol? *International Communication Gazette*, Vol. 784 365-382
- Danaei, N. (2013). *Media Science*, Tehran, Basana Khord Publications. (In Persian) .

- Ghazizadeh, Sh. Keshishiyan, G. and Khodavardi, H. (2020). The application of quantum theory in the analysis of civil society in the Islamic Republic of Iran. *Iranian Political Sociology Quarterly*. 3(3). 112-136. doi: 10.30510/psi.2020.252874.1317. (In Persian) .
- Ghaed Amini Harouni, A.D. Ebrahimzadeh Dastjardi, R., Sadeghide Cheshme. M. and Sadeghzadeh, N. (2018). The effect of quantum leadership on commitment to change through perceived quality of change communication and readiness for change. *Educational Leadership and Management Research Quarterly*. 4(15). 33-1. (In Persian) .
- Geok, S. W. Bilal Ali. M. B. (2021). A Journey of a Thousand Miles Begins with A Quantum Step: The Importance of Quantum Leadership to Promote Lifelong Learning in Organisations. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*; 20 (3):. 235-247.. <http://ilkogretim-online.org> doi: 10.17051/ilkonline.2021.03.24
- Hamzepour, M. (2018). Presenting the native model of quantum leadership in Iran's knowledge-based companies. *Strategic Management Thought (Management Thought)*. 12(1). pp. 153-184. doi: 10.30497/smt.2018.2171. (In Persian) .
- Mahmoudi Kia, M. (2017). quantum politics; The application of quantum theory in the analysis of international political phenomena. *International Relations Research Quarterly* 1(26). 197-221.
- Nazakhti Rezapour, F. Asadzadeh, M. Basirian Jahormi, H. Hosseinian Sarajelou, F. and Askari, A. (2021). Opportunities and threats of Instagram TV for radio and television. *New media studies*. 7 (25), 327-358. doi: 10.22054/nms.2021.56294.1068. (In Persian) .
- Oudlajani, F. Naqib al-Sadat, S. (2021). Media diplomacy in Twitter social network. *New media studies*. 7 (26).324-295. doi: 10.22054/nms.2021.49542.903. (In Persian) .
- Parekh, D, Amarasingam, A, Dawson, L, and Ruths, D. (2018). Studying Jihadists on Social Media: A Critique of Data Collection Methodologies. *Perspectives On Terrorism*. Issue 03, Volume 12, pp. 3-21.
- Puri, A. (2013). Network communication and audience leadership in virtual social networks, *Media Quarterly*. 24(3). 23-32. (In Persian) .
- Rozbeh, Z. Madahian, S. and Akramian, R. (2021). Investigating quantum leadership theory in organizations. *Scientific Quarterly Journal of Police Organizational Development*, 17(75). pp. 123-97. (In Persian) .
- Razavi, M & Azimi Sanavi, B. (2011). Prioritizing and checking the level of familiarity with quantum skills in sports organizations of the country. The first national business management engineering conference. Kerman, <https://civilica.com/doc/206510>. (In Persian) .
- Watson, J. (2018). Quantum Caring Leadership: Integrating Quantum Leadership with Caring Science, *Nursing Science Quarterly*. 42(2): 58-88.