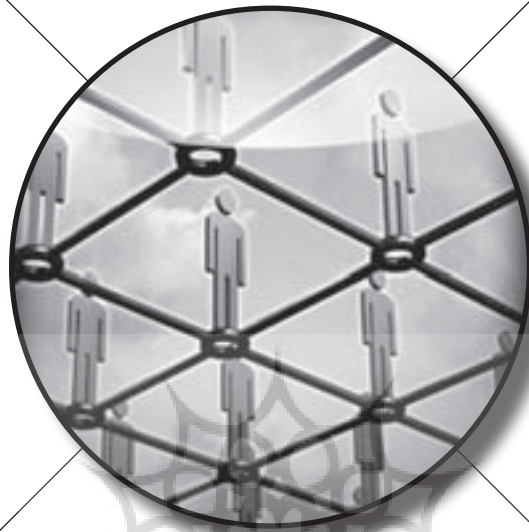


سپری پر دوستی‌های محیط کار



برگردان و خلاصه سازی: حسین مهدیان
mahdyan110@yahoo.com

چکیده

تیم‌ها و شبکه‌های دوستی بین آنها به طور فزاینده‌ای از ابعاد مهم طراحی و معماری سازمان‌های تجاری محلی، ملی و بین‌المللی به شمار می‌روند. امروزه این موضوع که تیم‌ها براساس نظام‌های سازمانی نظیر خودگردان بودن و چند فعالیتی بودن بنا شده‌اند، مقبولیت و رسمیت جهانی یافته است. گروه‌های کاری نیمه مستقل، نمایانگر پدیده «دوستی‌های محیط کار» با هدف خلاقیت بیشتر هستند که زمینه تصمیم‌گیری آگاهانه مرتبط با کسب و کار که سبب بهبود ارائه خدمات به مشتریان و ارتقای کیفیت می‌شود را فراهم می‌کنند. هدف این مقاله مطالعه و بررسی مقدماتی مفهوم دوستی محیط کار و به طور ویژه عمومیت بخشیدن به مقیاس دوستی محیط کار از طریق داده‌های ارائه شده از سوی ۳۵۹ پاسخ دهنده از پنج کشور مختلف است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که دوستی محیط کار در مقیاسی چند عاملی به لحاظ زمان، چارچوب، عدم رسمیت و ارتباطات قرار دارد.

محیط کار ممکن است برای بهره‌وری سازمان سنگین تمام شود؛ بویژه هنگامی که این دوستی‌ها سیر انحرافی در پیش گیرند. بنابراین سازمان‌ها نباید آشکارا بر این دوستی‌ها تأکید نمایند. از سوی دیگر به تازگی دوستی‌های محیط کار با نگرش‌های شغلی، جو حاکم بر تیم‌های کاری و ارتباطات بین کارکنان نیز مرتبط شده است.

دیدگاه‌های متفاوت حاصل از پژوهش مرتبط با موضوع دوستی محیط کار و ماهیت برجسته و مهم آن، بر لزوم مطالعه بیشتر در این زمینه تأکید می‌کنند. بنابراین پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که آیا ابزار موجود برای سنجش دوستی محیط کار، در فرهنگ‌های مختلف نیز مناسب است یا نه؟ این مقاله همچنین گزارشی است برای اطمینان یافتن از اینکه آیا مقیاس دوستی محیط کار می‌تواند کاربرد بین‌المللی داشته باشد یا خیر؟ این مقاله با تعریف دوستی با نگاهی دیگر و متمایز از پژوهش‌های گذشته آغاز می‌شود. از این رو مزیت‌ها و معایبی که در مطالعات پیشین در مورد آن ذکر شده مرور خواهد شد و پس از آن بیشتر به بررسی تحقیق حاضر پرداخته می‌شود.

تعریف مفهوم دوستی

در پس مفهوم دوستی محیط کار، نظیر خود مفهوم «دوست»، یک ابهام اساسی وجود دارد. هنگامی که از افراد پرسش شود که معانی زندگی خود را برشمارند، دوستی در صدر آن قرار خواهد گرفت. با این وجود مکانیسم دوستی همچنان مرموز و غیر قابل سنجش باقی می‌ماند. آلن (۱۹۹۶) این استدلال را مطرح کرد که عدم توافق و شناخت اجتماعی جدی نسبت به معیارهایی که فرد را تبدیل به یک دوست می‌نماید، وجود دارد. شرح پیچیده‌تری از دوستی توسط هلم (۲۰۰۵) ارائه شد. او بر این نظر بود که دوستی در کانون زندگی ما قرار دارد و روحیه خاصی را در جهت کمک به شکل دادن شخصیت انسان ارتقا می‌دهد. بنابراین دوستی می‌تواند در مقولاتی نظیر موارد زیر مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد:

- ماهیت دوستی
- علاقه مندی متقابل
- صمیمیت
- فعالیت مشترک
- ارزش و حقانیت دوستی

محیط کار به طور بالقوه فضایی مستعد برای خلق دوستی است. سازمان‌ها و شبکه‌های انسانی به عنوان فضایی اجتماعی به وسیله جابه‌جایی‌های ناگهانی تضعیف می‌شوند. کارکنان تمایل دارند بخش زیادی از وقت خود را در محیط کار سپری کنند و به همان اندازه که ارتباطات بین فردی در بین کارکنان همکار، مورد تشویق و عنایت قرار می‌گیرد، نتایج این ارتباطات کاری می‌تواند زمینه دوستی‌ها را فراهم کند. همین‌طور، نظام‌های سازمانی نظیر آموزش و توسعه، حمایت اجتماعی، وابستگی شغلی و گردش شغلی طرح‌ریزی شده‌اند تا به عنوان فعالیت‌های گروهی و نه فردی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی تأثیرگذار باشند.

پژوهش‌های اخیر این نظر را تأیید می‌کنند که بسیاری از دوستی‌ها حاصل ارتباطات رسمی موجودند و این ارتباطات برای بسیاری از کارکنان درون چارچوب‌های سازمانی محفوظ می‌مانند. علاوه بر اینکه دوستی‌ها بخش مهمی از فرایند خلق ارزش‌های انسانی به شمار می‌روند، بر نگرش و رفتارهای فردی کارکنانی که دوست و رفیق یکدیگرند، تأثیر می‌گذارند. این نتایج به طور بالقوه می‌تواند با کاستن از منفعت‌طلبی‌های فردی، سبب کاهش نگرش‌های منفی کارکنان شود. بنابراین اهمیت دوستی به جنبه‌ای برجسته برای موفقیت بیشتر سازمان‌ها تبدیل شده است. دوستی یک جنبه منحصر به فرد از محیط کار است. مائو (۲۰۰۶) ادعا کرد که دوستی یک پیوند شخصی است که با هدف کسب منافع عاطفی فردی و اجتماعی شکل می‌گیرد. سایر ارتباطات محیط کار، نقش پیوندهای محیط کار را ایفا می‌کنند که هدف آنها تأمین منافع سازمانی است. با این حال ریوردن و گرفت (۱۹۹۵) این بحث را مطرح کردند که درک کارکنان از فرصت‌های دوستی در محیط کار، می‌تواند اثرات مستقیمی بر تمرکز شغلی، انگیزه و رضایت‌مندی آنها داشته باشد، همین‌طور اثرات غیرمستقیمی بر تعهد کارکنان دارد و نهایتاً بر بهره‌وری نیز موثر خواهد بود. علاوه بر این ریوردن و گرفت (۱۹۹۵) مدعی شدند که مدیریت دوستی‌های محیط کار و جنبه‌های اجتماعی آن می‌بایستی جدی گرفته شود، زیرا این ابعاد به طور بالقوه بر موقعیت رقابتی سازمان تأثیر می‌گذارد. یاگر (۱۹۹۹) نگاهی دیگر به این موضوع دارد. او بر این باور است که دوستی‌های

- ارزش فردی
- ارزش اجتماعی
- دوستی و تئوری اخلاقی

تعداد زیادی از نویسندگان امروزی نشان دادند که دوستی مفهومی خصوصی، اختیاری و رخ دهنده در بین افراد مستقل است. با این حال این اشارات ضمنی به سهولت و آسانی با نگرشی کلاسیک از دوستی که ناشی از نگاهی ویژه بر فردیت است، در یک ردیف قرار نمی گیرند.

نظریه های دوستی

در قرن هجدهم آدام اسمیت، مکتب اقتصادی جدیدی مبتنی بر ارتباطات و مبادلات بازار بنا نهاد که فضایی را برای حرکت به سوی اشکالی مفید از دوستی در اجتماعات و سازمان ها فراهم کرد. صنعتی شدن و شهرنشینی سبب رشد جهانی گمنام و بی هویت از شهرهایی شد که ساعات طولانی کار و تغییرات شرایط کار، فضایی بسیار اندک را برای لذت بردن از روابط دوستانه فراهم می کرد. در دهه ۱۸۸۰ حدود ۷۵ الی ۸۰ درصد مردان شاغل عضو یک انجمن دوستی بودند و در فعالیتهایی که زمینه پیشرفت

متقابل آنها را فراهم می کرد، مشارکت داشتند. به عبارتی، دوستان زمینه آموزش و یادگیری و منفعت یکدیگر را فراهم می کردند. احتمالاً آدام اسمیت در زمره اولین کسانی است که مفهوم دوستی محیط کار را به عنوان یک پدیده اجتماعی موثر در بهبود سطح بهره وری سازمان ها شناسایی کرد. امروزه تجربه دوستی منجر به این فرض اساسی شده است که دوستی (درون جوامع مختلف) حاصل جنبه های گوناگون اجتماعی و اقتصادی زندگی انسان است. از آنجا که این وضعیت محصول زمان و مکان است، دوپل و اسمیت سه نکته مهم را مورد توجه قرار دادند:

۱. تفاوت های مهمی در مسیری که گروه های مختلف اجتماعی، دوستی های خود را بنا می کنند وجود دارد.
 ۲. ضمن اینکه احتمال تاکید بیش از حد بر تفاوت های جنسیتی در الگوها و محتوای دوستی وجود دارد، با این حال به نظر می رسد بعضی از تفاوت ها مهم باشد.
 ۳. تجربه دوستی با افزایش سن دچار تغییر و دگرگونی می شود.
- پس از ارائه بخشی از ادبیات و مفاهیم مربوط به سازه دوستی، اینک به مرور ادبیات مربوط به دوستی در محیط

بعد نفوذ		بعد فرصت	
۷	من دوستی های قوی و محکمی را در محیط کار شکل داده ام.	۱	من این فرصت را دارم تا همکارانم را بشناسم.
۸	من زمانی را با همکارانم خارج از محیط کار به امور اجتماعی اختصاص می دهم.	۲	من قادرم با همکاران به طور جمعی در حل مسائل و مشکلات مشارکت کنم.
۹	می توانم به افراد در محیط کار اعتماد داشته باشم.	۳	در سازمان من فرصت گفت و گو غیر رسمی و ملاقات با دیگران را دارم.
۱۰	احساس می کنم می توانم به همکارانم به میزان زیادی ایمان داشته باشم.	۴	ارتباط بین کارکنان به وسیله سازمان تشویق می شود.
۱۱	حضور در کنار همکارانم دلیلی است برای انتخاب شغل کنونی ام.	۵	این فرصت را دارم تا دوستی ها را در محیط کار توسعه دهم.
۱۲	احساس نمی کنم هر کسی که با او کار می کنم دوست واقعی من است (R).	۶	گفت و گو غیر رسمی تا زمانی که کار درست انجام می شود، توسط سازمان تحمل می شود.

جدول ۱: اجزای مقیاس دوستی محیط کار

توضیح: اقتباس از نیلسن و همکاران (۲۰۰۰). موارد پر رنگ جدول ۱ مواردی است که از تحلیل عاملی موریسون به جای مانده است (R مورد معکوس است).

کار می‌پردازیم.

منافع و معایب دوستی های محیط کار

از زمانی که دوستی محیط کار به طور نسبی توسط محققان و دانش پژوهان مورد بررسی قرار گرفت، مطالعاتی در زمینه دوستی محیط کار انجام شده که حاوی نکات زیر است:

• دوستی محیط کار، مشارکت

سازمانی را افزایش می‌دهد. سبب انگیزش کارکنان می‌شود و از اهداف و مقاصد سازمانی حمایت می‌کند، فضایی حمایتی و نوآورانه را فراهم می‌کند و بهره‌وری نیروی انسانی را افزایش می‌دهد.

• دوستی محیط کار، سبب شادمانی کارکنان می‌شود، ارتباطات را افزایش می‌دهد و فضایی برای اشتراک تجارب کاری فراهم می‌کند.

• دوستی محیط کار، رفتارهای حمایتی را ارتقا می‌دهد. • دوستی محیط کار، اعتماد، احترام، عملکرد و انرژی مشترکی که بر نگرش‌های و رفتارهای مرتبط با کار تأثیر می‌گذارند را توسعه می‌دهد.

• دوستی محیط کار، زمینه مشارکت دو جانبه را فراهم می‌کند.

• دوستی محیط کار، فضایی منتقدانه را به منظور ارتقای رفتار واکنشی، توسعه و تغییر، تشویق می‌کند.

• دوستی محیط کار، به کارکنان در گذر از رفتارهای کلیشه‌ای جنسیتی و نژادی کمک می‌کند و از شکسته شدن سقف شیشه‌ای (محدودیت‌های جنسیتی زنان را در سازمان) برای گروه‌های مختلف کارکنان حمایت می‌کند.

دلایلی که براساس آن، اثرات مثبت دوستی محیط کار در حد مورد انتظار مورد توجه واقع نشده و یا از آن صرف نظر شده است شامل موارد زیر است:

• اثرات منفی محیط کار (مواردی مانند آزار، منفعت طلبی، وابستگی زیاد به دیگران، شایعات، کاهش وفاداری به سازمان)؛

• سیاست‌های سازمان؛

• بهره‌وری پایین که نتیجه کاهش متقاضیان اضافه کاری

است؛

• ریسک‌ها و خطرات شناخته شده ای نظیر رانت‌های ناشی از انس و الفت بین مدیر و کارمند، افزایش تعداد پروژه‌هایی که براساس سلیقه افراد انتخاب می‌شوند (pet projects) و کاهش انتقادات سازنده؛

• افزایش ترک خدمت کارکنان، دوام دوستی‌های محیط کار را برای بلند

مدت با مشکل روبه‌رو می‌سازد؛

• دوستی‌های محیط کار در سطوح سازمانی بالاتر کاهش می‌یابد؛

• تضعیف روحیه کارکنان هنگامی که ناشی از زوال دوستی‌های محیط کار باشد، هم بر خاتمه خدمت و هم بر استمرار فعالیت آنها اثر می‌گذارد؛ همان قدر که مرگ یکی از بستگان یا زندگی تنها و بدون همسر یا هم‌تایان بر فرد اثر گذار است.

بررسی ادبیات مرتبط با دوستی‌های سازمانی نشان می‌دهد که اختلافات و عدم توافق‌هایی بین نظریه پردازان در مورد کاربرد دوستی‌های محیط کار وجود دارد. از این رو به بررسی تحقیقات اخیر در این زمینه می‌پردازیم.

تحقیقات اخیر

پال (۲۰۰۰) چنین استدلال کرد که دوستی به طور فزاینده ای اصطلاحاً تبدیل به چسب اجتماعی (Social Glue) می‌شود. اما در حالی که جوامع و اجتماعاتی که در قرون گذشته با میثاق‌های متفاوتی در کنار یکدیگر زندگی می‌کردند، در عصر حاضر میزان تعهدات قومی، مسئولیت‌های مدنی و سازمانی اقوامی که دارای سرنوشت مشترکی هستند، تضعیف شده است.

اندازه‌گیری و سنجش دوستی‌های محیط کار امری نسبتاً جدید به شمار می‌رود. علاوه بر این اهمیت و دشواری مطالعه دوستی‌های محیط کار نباید دست‌کم گرفته شود و این به روایی و پایایی سنجش‌های پژوهش بستگی دارد. موریسون (۲۰۰۶) به طور اساسی به بررسی و آزمون مقیاس دوستی (WFS) محیط کار که به وسیله نیلسن و همکارانش در یک محیط تک فرهنگی تدوین شده

**در مورد دوستی‌های محل کار
دو نظر عمده مطرح است:
یکی می‌گوید
که این دوستی‌ها باعث افزایش تمرکز شغلی
و انگیزه کارکنان می‌شود
و دیگری می‌گوید
که این دوستی‌ها می‌تواند
به بهای کاهش بهره‌وری سازمان تمام شود**

بود، پرداخت. این آزمون در یک محیط با فرهنگ غربی صورت گرفت. هنگامی که موریسون ساختار دو عاملی دوستی را با عناوین نفوذ و فرصت ها مورد بررسی قرار می داد، دریافت که زیر مقیاس نفوذ تنها مسئول مقدار بسیار کمی از واریانس سایر متغیرهای سازمانی (تعهد، رضایت، همگرایی و تمایل به ترک خدمت) است. این نتایج بیانگر اعتبار همگرایی مقیاس فرعی فرصت به عنوان یک عامل ساختاری از سازه دوستی بود.

مقاله حاضر در واقع گزارشی است از بررسی مقیاس دوستی محیط کار (WFS) که به وسیله نیلسن و همکارانش تدوین شده است. یکی از ویژگی های این پژوهش، سنجش یافته های موریسون (۲۰۰۶) است. موریسون در پژوهش خود مقیاس های نفوذ و فرصت ها را مورد ارزیابی قرار داد. در جدول شماره (۱) اجزای مقیاس دوستی محیط کار نمایش داده شده است.

روش تحقیق

شرکت کنندگان

داده های جمع آوری شده مربوط به ۳۵۹ پاسخگو از پنج کشور مختلف است که نمونه ای از کارکنان شناخته شده برای محققان را نمایندگی می کردند. دامنه سن آزمودنی ها بین ۱۹ تا ۶۲ سال و میانگین آن ۳۵/۵ سال بود. پاسخگویان دامنه وسیعی از صنایع یا بخش هایی را شامل می شدند که سطوح مختلف کاری را نمایندگی می کردند.

روند کار

مقیاس دوستی محیط کار (WFS) نیلسن و همکاران (۲۰۰۰) ابزاری است که در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت. تحقیق حاضر به طور موجز و کوتاه، مطالعه ای اکتشافی برای جمع آوری و آزمودن این مقیاس است.

سنجه ها

مقیاس براساس دو جنبه دوستی در محیط کار بنا شده است:

الف) فرصت دوستی (به طور مثال، من فرصت دارم همکارانم را بشناسم)؛

ب) نفوذ دوستی (به طور مثال، من یک فضای دوستانه قوی

در محل کار شکل داده ام)؛

۱۲ مورد این مقیاس براساس مقیاس پنج درجه ای لیکرت از کاملاً مخالف (با امتیاز ۱) به کاملاً موافق (با امتیاز ۵) و یک مورد نیز به طور معکوس نمره گذاری شده است.

نتایج

در طی تحلیل عاملی، داده ها براساس دو فاکتور شناسایی شده به وسیله نیلسن و همکاران (۲۰۰۰) و موریسون (۲۰۰۶) طبقه بندی شدند. نتایج تأیید کرد که دو عامل (نفوذ و فرصت) در دوستی های محیط کار قابل شناسایی بودند که این دو عامل، فقط ۴۰/۴۴ درصد واریانس در رفتار کارکنان در محیط چند فرهنگی این مطالعه را توجیه می کردند.

نتیجه گیری

این مقاله استفاده از شاخص (مقیاس) دوستی محیط کار نیلسن و همکاران وی را (۲۰۰۰) را در یک محیط فرهنگی مورد بررسی قرار داد. همچنین نتایج از دیدگاه موریسون (۲۰۰۶) و یافته های وی را که متأثر از فرهنگ غربی است، به طور اکتشافی در یک محیط فرهنگی گسترده بررسی کرد. نتایج نشان می دهد ضمن اینکه تفاوت های معناداری بین مولفه های اصلی وجود دارد، هنگامی که مقیاس دوستی محیط کار در یک محیط فرهنگی گسترده به کار گرفته شود، میزان اطمینان کاربرد آن بیشتر است. نتیجه مهم آن است که دوستی محیط کار تبدیل به موضوع روز شده است؛ به این معنا که به شدت با چگونگی نحوه عملکرد و رفتار افراد در تیم ها و سازمان به عنوان یک کل ارتباط می یابد. دوستی محیط کار پدیده ای است که دامنه ای از مفاهیم تئوریک و حیطه عمل منابع انسانی را در بر می گیرد. □

منبع:

Dickie, C. (2009). Exploring Workplace Friendships in Business: Cultural Variations of Employee Behaviour, Research and Practice in Human Resource Management, 17(1), 128-137.

حسین مهدیان: کارشناس ارشد مدیریت دولتی