



مدلی جهت شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت برداشت و پیامدهای مرتبط با آن در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان

عباس قائدامینی هارونی^۱ - مهرداد صادقی ده چشمه^{۲*} - اکبر اعتباریان خوراسگانی^۳ - رضا ابراهیم زاده دستجردی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱

چکیده

مدیریت برداشت تلاش هایی را نشان می‌دهد که توسط فرد برای ایجاد، حفظ، حفاظت و یا تغییر تصویر یک مخاطب انجام می‌گیرد. با توجه به موضوع تحقیقی که بتواند عوامل مؤثر بر مدیریت برداشت و پیامدهای مرتبط با آن را مورد ارزیابی و شناسایی قرار دهد انجام نشده است. هدف این تحقیق ارائه الگوی ارزیابی مدیریت برداشت در سازمانهای فرهنگی بود. روش تحقیق بر اساس هدف توصیفی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات همبستگی مبتنی بر تجزیه و تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری می‌باشد. برای بررسی روایی از روایی عاملی و محتوایی استفاده گردید، از سوی دیگر قابلیت اعتماد ابزار باروش آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۸۰ برآورد شد و با روش نمونه گیری تصادفی ساده ۲۳۸ نمونه محاسبه گردید. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی شامل معادلات ساختاری و از طریق نرم افزارهای اس پی اس ۲۲ و لیزرل ۹/۱۸ و وارپ پی ال اس ۵ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل فردی مرتبط با مدیر دارای بیشترین ضریب تأثیر معنادار بر تاکتیک‌ها و روش هاست. با توجه به این که عامل فردی مرتبط با مدیر نقش بسزایی در ایجاد رفتارهای برداشت گونه دارد؛ لذا افرادی متخصص و مدیر و از بدنه خود سازمان منصوب شوند.

واژگان کلیدی: مدیریت برداشت، سازمانهای فرهنگی، اداره فرهنگ و ارشاد

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران
^۲ استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول)

ag7220550@gmail.com

^۳ دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان، اصفهان، ایران

^۴ استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان، اصفهان، ایران

مقدمه

مدیریت برداشت تلاش هایی را نشان می دهد که توسط فرد برای ایجاد، حفظ، حفاظت و یا تغییر تصویر یک مخاطب هدف انجام پذیرفته است (بازمن و کاکمار، ۱۹۹۷). برای دستیابی به این هدف، افراد از محدوده ای از تاکتیک های گوناگون مدیریت برداشت استفاده می نمایند- رفتارهای ویژه (تلاش برای دستیابی به هدف) که به نحوی طراحی شده اند که می توانند تصویر مطلوب را ایجاد کنند (جونز و پیتمن، ۱۹۸۲، تدسچی و ملیورن، ۱۹۸۴). به طور معمول طبقه بندی های بسیاری در جهت دسته بندی تاکتیک های مدیریت برداشت تا به امروز ارائه شده است به عنوان مثال در گونه ای از این طبقه بندی ها رفتارهای مدیریت برداشت را براساس نظریه اسناد مبتنی بر اصل علت جویی در طرف مقابل دسته بندی می کنند در جهت همین نوع از دسته بندی "جونز و پیتمن" اشاره می کند که افراد هنگامی که می خواهند تصویر خوشایندی از خود ارائه کنند دست به مدیریت برداشت می زنند این پژوهشگران پیشنهاد می کنند اسنادهای متفاوتی توسط فرد به کار برده می شود مانند میزان دوست داشتنی بودن یا صالح به نظر آمدن، ترسناک و دلهره آور بودن، ارزش های اخلاقی داشتن، اظهار درماندگی و بیچارگی داشتن و غیره. بر طبق دیدگاه جونز و پیتمن ۱۹۸۲ افراد عموماً از پنج تاکتیک مدیریت برداشت استفاده می کنند که به شرح زیر است:

(۱) خودشیرینی: در این حالت افراد تلاش می کنند تا به عنوان افرادی مقبول نگریسته شوند و این کار از طریق تملق دیگران یا انجام دادن کارهایی که مورد علاقه دیگران است انجام بدهند.

(۲) خود را شایسته نشان دادن: در این روش افراد تلاش می کنند تا به عنوان افرادی که دارای صلاحیت، شایستگی و خبرگی هستند نگریسته شوند. آنها برای رسیدن به این هدف توانایی ها و دستاوردها و موفقیت هایشان را جار میزنند.

(۳) خود را نمونه و سمبل جلوه دادن: در این حالت افراد تلاش می کنند تا به عنوان افرادی ایتارگر در محل کار شناخته شوند آنها با انجام وظایف فراتر از حیطه کاریشان چنین تصویری را ایجاد می کنند.

(۴) رفتارهای التماس گونه (ملتمس آمیز): در این حالت افراد تلاش می کنند تا به عنوان افراد نیازمند و ناتوان معرفی شوند آنها با نشان دادن ضعف هایشان با انتشار محدودیت هایشان در محیط کار چنین کاری را انجام می دهند.

(۵) ایجاد ترس و ارعاب: در این حالت افراد می کوشند تا با عنوان افراد ارعاب گر معرفی شوند آنها این کار را از طریق تهدید دیگران یا قلدری انجام می دهند (بولینو و ترونلی، ۲۰۰۲: ۱۴۳).

موفقیت سازمانهای امروزی وابستگی زیادی به کارمندان دارد، کارمندانی که با نحوه کارکردن خود تأثیر بسزایی در عملکرد و خروجی سازمان دارند. بعضی از رفتارهای کارمندان توجه زیادی را به خود جلب کرده است مانند رفتارهایی که برداشت دیگر افراد را تحت تأثیر قرار می دهد. در نهایت، پژوهشها به دنبال توسعه مباحث نظری مدیریت برداشت در سازمانها بودند و معمولاً برای بررسی شفاف مدیریت برداشت طراحی نشده اند (گاردنر و مارتینکو، ۱۹۸۸). در حالی که در پژوهش های پیشین بر تاکتیک ها و روشهای مدیریت برداشت در سازمان تأکید داشته اند شناسایی عوامل پیش بینی کننده چنین پدیده ای مغفول مانده است.

در جدول شماره ۱ تحقیقات صورت پذیرفته در خصوص مدیریت برداشت و نتایجشان و مقایسه آنها با یافته های پژوهش حاضر آورده شده است.

جدول ۱: پیشینه تحقیق و مقایسه با یافته ها

ردیف	محقق	سال	مؤلفه مورد بررسی	نتیجه	مقایسه با یافته ها
۱	نصراصفهانی	۱۳۸۱		یافته‌های این تحقیق نشان داد که	
	بلین باندا و همکاران	۲۰۰۷	ارتباط مدیریت	سبک‌ها و روش‌های مدیریت برداشت مانند خودشیرونی، جلب است و جز تکتیک‌های رفتاری فردی	خودشیرونی، جلب حمایت، تملق و چاپلوسی از روشها و تاکتیک‌های IM
	بولینو و ترونلی	۲۰۰۳	برداشت با عملکرد	حمایت، تملق و چاپلوسی ارتباط معناداری با ارزیابی عملکرد افراد دارند	عملکردی محسوب شده و بر پیامدهای عملکردی و رفتاری تاثیر می‌گذارند. تاثیر این روشها بر عملکرد نشان دهنده ی همسویی تحقیق حاضر با تحقیق این محققان می‌باشد
۲	روزنبرگ و اگبرت	۲۰۱۱	بررسی روابط	آنها به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های متغیر شخصیت یکی از عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان در تحقیق حاضر شناسایی شده که تاثیر مستقیمی بر روشها و تاکتیک‌ها می‌گذارد و می‌توان گفت تحقیق حاضر با تحقیقات محققان این گروه نیز همسویی دارد	
	پیترز و لوئیز	۲۰۰۶	بین مدیریت برداشت، روشها و تاکتیک‌های آن با ویژگی‌های شخصیتی	عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نئو ارتباط معناداری با بکارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد	
	اوزیل و بائومیستر	۲۰۱۲	برداشت، روشها و تاکتیک‌های آن با ویژگی‌های شخصیتی	عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نئو ارتباط معناداری با بکارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد	
	هال و همکاران	۲۰۱۴	آن با ویژگی‌های شخصیتی	عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نئو ارتباط معناداری با بکارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد	
	مورفی	۲۰۱۵	شخصیتی	عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نئو ارتباط معناداری با بکارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد	
۳	پلاچ و کرپلر	۲۰۱۱	بکارگیری مدیریت برداشت	رفتارهای مدیران ارتباط معناداری با میزان و نحوه ی مدیریت برداشت در کارکنان دارد	عوامل فردی مرتبط با مدیر که از دو بعد تقویت کننده و الزام آور تشکیل شده از مؤلفه‌ها یا علت‌های رخداد مدیریت برداشت است که با تحقیقات پلاچ و کرپلر و دانایی فرد همخوانی دارد
	دانایی فرد	۱۳۹۲	در کارکنان با رفتارهای مدیریت	رفتارهای مدیران با مدیریت برداشت در کارکنان دارد	
۴	هریس و همکاران	۲۰۰۷	رفتار سیاسی مدیران با مدیریت برداشت	رفتارهای سیاسی نامطلوب، مدیریت برداشت را توسعه می‌دهند	تحقیق حاضر نیز مانند تحقیق هریس، چن و فنگ نشان داد که رفتارهای سیاسی نامطلوب، رفتارهای برداشت گونه را ترویج می‌دهد
	چن و فنگ	۲۰۰۸	مدیریت برداشت	رفتارهای سیاسی نامطلوب، مدیریت برداشت را توسعه می‌دهند	
۵	مکی نیری	۱۳۹۱	رابطه بین ساختار سازمانی و مدیریت برداشت	در ساختارهای مکانیکی احتمال مدیریت برداشت به مراتب بالاتر از ارگانیک است	در تحقیق حاضر اشاره ای به ساختارهای مکانیکی و ارگانیکی نشده است اما می‌توان گفت که به سبک مدیریتی در این تحقیق پرداخته شده است و در سازمان هایی که مدیریت مدیران آنها نزدیک به ساختار مکانیکی است رفتارهای برداشت گونه بیشتر به چشم می‌خورد
	درای و زیدمن	۲۰۰۷	مدیریت برداشت	در ساختارهای مکانیکی احتمال مدیریت برداشت به مراتب بالاتر از ارگانیک است	
۶	نصراصفهانی	۱۳۸۱	رابطه مدیریت برداشت با متغیرهای رفتار شهروند سازمانی و هوش فرهنگی	هوش فرهنگی و رفتار شهروند سازمانی با مدیریت برداشت ارتباط دارد	ابعاد رفتار شهروند سازمانی نشان دهنده تاکتیک‌های مثبت مدیریت برداشت می‌باشد که در تحقیق حاضر این مؤلفه‌ها به عنوان تاکتیک‌های مثبت شناسایی شده اند
	نصراصفهانی و همکاران	۱۳۹۲	رفتار شهروند سازمانی و هوش فرهنگی	هوش فرهنگی و رفتار شهروند سازمانی با مدیریت برداشت ارتباط دارد	

ردیف	محقق	سال	مؤلفه مورد بررسی	نتیجه	مقایسه با یافته ها
۷	بولینو و ترونلی مورفی	۲۰۰۳		زنان و مردان سبک‌های متفاوتی را در مدیریت برداشت بکار می‌گیرند. زنان بیشتر از خودشیرینی، تملق، چاپلوسی و جلب حمایت و مردان بیشتر از ارعاب. عامل هوش نیز بعنوان یک متغیر مهم در رفتارهای برداشت گونه موثر است	نوع برداشت زنان و مردان متفاوت است اما در تحقیق حاضر زنان و مردان به عنوان عوامل تعدیل‌گر شناخته شدند که در مدل معنادار نشده‌اند
		۲۰۱۵	گاوالم	مؤلفه‌هایی مانند خوشبینی، رفتارهای التماس آمیز، خود ارتقایی، تمثیل، ترس و ارعاب، تملق و چاپلوسی و جلب حمایت دیگران شناسایی شدند	تمامی مؤلفه‌هایی که در تحقیق گاوالم، پیرس و ویتاک، کارام و همکاران شناسایی شدند با روش‌ها و تاکتیک‌های تحقیق حاضر همخوانی دارند
۸	پیرس و ویتاک کارام و همکاران	۲۰۱۵	استخراج مؤلفه‌های مرتبط با تاکتیک‌های مدیریت برداشت	مؤلفه‌هایی مانند خوشبینی، رفتارهای التماس آمیز، خود ارتقایی، تمثیل، ترس و ارعاب، تملق و چاپلوسی و جلب حمایت دیگران شناسایی شدند	
		۲۰۱۶		مؤلفه‌هایی مانند خوشبینی، رفتارهای التماس آمیز، خود ارتقایی، تمثیل، ترس و ارعاب، تملق و چاپلوسی و جلب حمایت دیگران شناسایی شدند	

بنابراین در پژوهش حاضر سعی بر پرکردن خلأ نظری در این حوزه شده است در این رابطه هرچند مطالعات گسترده‌ای در مورد عوامل پیش‌بینی‌کننده و پیامدهای مدیریت برداشت انجام و توجه نشده و در پژوهش‌های گذشته کم رنگ بوده است. هدف نهایی این پژوهش حاضر پاسخ به این سوال که عوامل مؤثر بر شکل‌گیری پدیده مدیریت برداشت کدام‌اند؟ بنابراین پس از تشریح مباحث نظری به بررسی مدل مفهومی پرداخته می‌شود.

مدیریت برداشت

مدیریت برداشت را می‌توان هر تلاشی توسط یک فرد یا یک بازیگر در صحنه روابط اجتماعی دانست که هدف آن ایجاد، حفظ، مراقبت و یا به شکلی تغییر تصویری از خود نزد فردی ناظر یا تماشاگر است (کوکس^۱، ۲۰۱۰). برای رسیدن به این هدف که در تعریف مدیریت برداشت بیان شد، افراد تاکتیک‌ها و راهبردهای مختلفی را استفاده می‌کنند (بولینو^۲، ۱۹۹۹).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند که احتمالاً افراد زمانی درگیر مدیریت برداشت می‌شوند که بتوانند به واسطه استفاده از آن، مزیتی را به دست آورند. به عنوان مثال، افراد زمانی تمایل به درگیر شدن در مدیریت برداشت را دارند که با مقامات بالاتر و یا افرادی قدرتمندتر از خودشان تعامل داشته و شانس گرفتن نتایج و منابع ارزشمند از چنین افرادی را داشته باشند. افراد زمانی که قدرت بیشتری برای توزیع نتایج ارزشمند دارند یا زمانی که منابع مطلوب کمیاب باشد به خودشیرینی پرداخته تا بتوانند اختیارات و قدرت خود را نزد دیگران به نمایش گذارند (دراری و زیدمن^۳، ۲۰۰۷).

استراتژی‌ها و تاکتیک‌های مدیریت برداشت

جونز و پیتمن^۴ در سال ۱۹۸۲ طبقه‌بندی گسترده‌ای را با هدف جمع‌آوری انواع مختلفی از رفتارهای مدیریت برداشت که توسط محققین قبلی شناسایی شده بود، انجام دادند. برای این کار، آنها پنج گروه بندی نظری از استراتژی‌های مدیریت برداشت را که افراد به

طور معمول استفاده می‌کنند، شناسایی نمودند (بولینو و تورنلی، ۱۹۹۹) طبقه بندی آنها شامل:

پنج مولفه را برای مدیریت برداشت به نامهای ارتقاء خود^۵، خودشیرینی^۶، تظاهر به نمونه بودن^۷، تهدید و ارباب^۸ و تظاهر به ناتوانی^۹ (دو دسته اخیر در صورت بند ی‌های جدید به عنوان دو مولفه دفاعی مدیریت برداشت معرفی شده اند) معرفی نموده اند (گرت و مایر^{۱۰}، ۲۰۰۹). در ارتقاء خود فرد تلاش می‌کند تا با نشان دادن و سخن گفتن درباره تحصیلات، توانایی‌ها و نقاط قوت خود تصویری که دیگران از وی دارند را ارتقاء بخشیده و نشان دهد فردی ارزشمند است. درخود شیرینی به عنوان دومین مولفه از مولفه‌های مدیریت برداشت تمرکز اصلی در تلاش‌های فرد به ارائه تصویری از خود به عنوان فردی مهربان، دوستدار دیگران و دوست داشتنی بودن متمرکز است (پروس^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۱). در مقابل در تظاهر به نمونه بودن فرد تلاش می‌کند تا نشان دهد که فردی متمایز و متفاوت از دیگران است. در تهدید و ارباب به عنوان چهارمین مولفه، فرد به رفتارهایی نظیر تهدید و زورگویی روی می‌آورد تا به اجبار به دیگران نشان دهد هر کاری اراده کند و بخواهد می‌تواند از دیگران بخواهد تا انجام دهند. بالاخره در آخرین مولفه یعنی در تظاهر به ناتوانی فرد با ارائه این تصویر از خود که وی فردی است که نیاز به کمک و مساعدت دیگران دارد و در صورت عدم کمک به وی با مشکلات متعددی مواجه خواهد شد سعی می‌کند تا دیگران را با خود همراه نموده و در معرض توجه و حمایت آنها قرار گیرد (بولینو و همکاران ۲۰۱۴). توجه به محتوای هر یک از این مولفه‌ها نشان می‌دهد که به ظاهر انگیزه‌های زیربنایی متفاوتی برای هر یک از تاکتیک‌های پنج گانه مدیریت برداشت وجود دارد. اما از نگاه نظریه پردازان مطرح در حوزه مدیریت برداشت، تمامی این راهبردها دارای زیربنای انگیزشی موسوم به تمایل به کنترل برداشت و تصویری که دیگران از انسان دارند و یا

کسب خواهند کرد، هستند. بنابراین در حالتی جامع از نظر محتوایی، تاکتیک‌های مدیریت برداشت را می‌توان مبتنی بر نیاز به کنترل محیط پیرامون نگرست. از نظر عوامل مرتبط با مدیریت برداشت و تاکتیک‌های تحت پوشش این پدیده مطالعات نشان می‌دهند که مجموعه عوامل فردی، موقعیتی و سازمانی تعیین می‌کنند که افراد در موقعیت‌های مختلف از چه تاکتیک و با چه شدتی استفاده خواهند کرد. مهمترین عوامل همبسته فردی شناسایی شده برای تاکتیک‌های مدیریت برداشت نظارت بر خود، تمایلات ماکیاولیستی، جلب اعتماد دیگران، برون گرایی و خوش بینی و مهمترین عوامل زمینه ای و سازمانی مرتبط با تاکتیک‌های مدیریت برداشت در محیط‌های کار، فرهنگ سازمانی (مانند فرهنگ‌های سازمانی مبتنی بر چالش قدرت)، فرصت‌های محدود اقتصادی و سیاسی برای برخی گروه‌های جمعی شناختی (مانند اقلیت‌های خاص در سازمان‌ها)، موقعیت شغلی پایین در سازمان، روابط مبتنی بر قدرت رسمی در افرادی محدود در سازمان معرفی شده اند (نایار و رجا^{۱۲}، ۲۰۱۲).

سوال پژوهش

با توجه به اهداف پژوهش، سوال این پژوهش به شرح زیر است:

- مدل مدیریت برداشت در سازمانهای فرهنگی چگونه است؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات کاربردی است و از آنجایی که به تبیین روابط علی میان متغیرها می‌پردازد براساس نحوه گردآوری داده ها، روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش دربرگیرنده مدیران و کارمندان

نرم افزار SPSS محاسبه شد همانطور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود با توجه به اینکه برای پژوهش‌های علوم انسانی ضریب آلفای بالاتر از 0/7 قابل قبول است. می‌توان پایایی پرسشنامه ی مذکور را مناسب ارزیابی کرد. روایی پرسشنامه علاوه بر روش صوری - محتوایی (نظر متخصصان و اساتید) از طریق تحلیل عاملی تأییدی نیز صورت گرفت با توجه به معیار فورنل و لارکر^{۱۳} (۱۹۸۱) بارهای عاملی گویه‌ها باید بزرگتر از 0/5 و معنادار باشند. اما قبل از انجام تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از آزمون "بارتلت"^{۱۴} و "کا-ام-او"^{۱۵} توانایی ارزیابی تحلیل عاملی برای سنجش متغیر می‌بایست مورد ارزیابی قرار گرفت. بنابراین با توجه به اینکه معیار اخیر برای متغیرهای مورد مطالعه بالاتر از 0/6 بود جواز استفاده از تحلیل عاملی تأییدی کسب شد. جدول شماره ۳ نتایج حاصله را نشان می‌دهد.

جدول ۳: ضرایب آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	ابعاد مورد بررسی
0/820	عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان
0/727	عوامل فردی مرتبط با مدیر
0/704	عوامل سازمانی
0/708	عوامل فرهنگی
0/702	عوامل تعدیل گر
0/902	روشها و تاکتیک ها
0/708	پیامدها

سپس پرسشنامه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفتند نتایج نشان داد که کلیه گویه‌های پرسشنامه ، آزمونهای تناسب نمونه بالاتر از 0/7 و نتایج آزمون بارتلت با معناداری کمتر از 0/05 داشتند نتایج این مرحله در جدول شماره ۴ نشان داده شده است. گفتنی است بعضی از سوالات پژوهش به علت پایین بودن نسبت اشتراک و عدم تناسب در ساختار عاملی حذف شده اند.

است. به منظور نمونه گیری از میان ۳۰۱ نفر شاغل در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان در سال ۹۵، روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری جامعه محدود، ۲۳۸ نفر انتخاب شد. به منظور حصول از تکمیل پرسشنامه به دست تمامی نفرات نمونه آماری، ۳۰۰ پرسشنامه پخش و ۲۳۸ پرسشنامه گردآوری شد. برای سنجش ابعاد مورد بررسی از پرسشنامه محقق ساخته ۱۵۷ گویه ای استفاده شد. محقق به منظور بررسی توافق با رویکرد دلفی از ضریب توافق آلفای کرپیندورف استفاده کرده است. که پس از ۳ مرحله نظرخواهی از ارزیابان، گویه هایی که مورد توافق نبود حذف و ۱۱۳ گویه باقی ماند. سپس به منظور بررسی روایی محتوایی از نسبت روایی محتوایی لاوشه استفاده شد که با جدول لاوشه که حداقل مقدار نسبت روایی محتوایی را نشان می‌دهد مقایسه گردید. با توجه به جدول شماره ۲ مقدار نسبت روایی محتوایی ۱ است که حداقل این مقدار برای ۱۷ نفر است. لذا نسبت روایی محتوایی بالاتر از حداقل مقدار بوده و گویه‌ها و پرسشنامه از روایی محتوایی برخوردار است.

جدول ۲: حداقل مقدار و تعداد متخصصان

در روایی محتوایی

تعداد متخصصین	مقدار CVR	تعداد متخصصین	مقدار CVR
۵	0/99	۱۱	0/59
۶	0/99	۱۲	0/56
۷	0/99	۱۳	0/54
۸	0/75	۱۴	0/51
۹	0/78	۱۵	0/49
۱۰	0/62	۱۶	0/42
		۱۷	0/37

(منبع اونوگ بوزی و همکاران، ۲۰۱۰)

به منظور محاسبه ی قابلیت پایایی ابزار سنجش سازگاری درونی محاسبه ضریب آلفای کرونباخ توسط

جدول ۴: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی

نام حوزه اصلی و تعداد سوال	نام عاملها به ترتیب اهمیت در واریانس تبیین شده	واریانس تبیین شده	نتایج تحلیل عاملی تاییدی
عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان (۱۷ سوال)	نیاز به حفظ موقعیت (۲۷/۷۸۵)، نگرشها و باورها (۸/۷۰۹)، شخصیت (۷/۰۱۶)	۴۳/۵۱۰	$\chi^2/df = .۸۹۴۸$, $GFI = ۰/۹۵$, $AGFI = ۰/۹۴$, $RMSEA = ۰/۰۰$
عوامل فردی مرتبط با مدیر (۹ سوال)	تقویت کنندهها (۳۳/۹۴۹)، الزام آورها (۱۵/۲۰۲)	۴۹/۱۵۱	$\chi^2/df = .۸۹۰۳$, $GFI = ۰/۹۸$, $AGFI = ۰/۹۶$, $RMSEA = ۰/۰۰۷$
عوامل سازمانی (۸ سوال)	قدرت سازمانی (۲۱/۲۴۴)، ارتباطات سازمانی (۲۰/۵۲۵)، سیاست سازمانی (۱۷/۰۶۳)	۵۸/۸۳۲	$\chi^2/df = ۱/۰۰۷$, $GFI = ۰/۹۸$, $AGFI = ۰/۹۷$, $RMSEA = ۰/۰۰۵$
عوامل فرهنگی و تعدیل گر (۱۰ سوال)	فرهنگی (۲۲/۴۲۶)، تعدیل گر (۲۱/۳۹۰)	۴۳/۸۱۶	$\chi^2/df = ۱/۴۰۰$, $GFI = ۰/۹۶$, $AGFI = ۰/۹۴$, $RMSEA = ۰/۰۴۱$
روشها و تاکتیکها (۲۱ سوال)	رفتاری (۲۸/۰۵۲)، ارتباطی (۹/۱۴۴)، عملکردی (۶/۸۸۰)	۴۴/۰۷۶	$\chi^2/df = ۰/۹۷۵$, $GFI = ۰/۹۳$, $AGFI = ۰/۹۲$, $RMSEA = ۰/۰۰۰$
پیامدها (۱۰ سوال)	رفتاری (۲۷/۷۳۳)، عملکردی (۱۹/۸۹۴)	۴۴/۶۲۷	$\chi^2/df = ۰/۸۷$, $GFI = ۰/۹۷$, $AGFI = ۰/۹۳$, $RMSEA = ۰/۰۴۱$

در نهایت برای بررسی مشخصات جمعیت شناسی پاسخ دهندگان از آمار توصیفی و برای تحلیل دادهها و آزمون فرض از آمار استنباطی، مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شد. نرم افزارهای موجود استفاده به منظور تجزیه و تحلیل دادهها LISREL، Warp PLS، SPPSS بود. از نرم افزار لیزرل برای تحلیل عاملی تاییدی و اکتشافی و از نرم افزار وارپ پی ال اس برای بررسی مدل ارائه شده به دلیل وجود متغیرهای تعدیل گر استفاده شد.

در نهایت برای بررسی مشخصات جمعیت شناسی پاسخ دهندگان از آمار توصیفی و برای تحلیل دادهها و آزمون فرض از آمار استنباطی، مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شد. نرم افزارهای موجود استفاده به منظور تجزیه و تحلیل دادهها LISREL، Warp PLS، SPPSS بود. از نرم افزار لیزرل برای تحلیل عاملی تاییدی و اکتشافی و از نرم افزار وارپ پی ال اس برای بررسی مدل ارائه شده به دلیل وجود متغیرهای تعدیل گر استفاده شد.

یافته‌های استنباطی

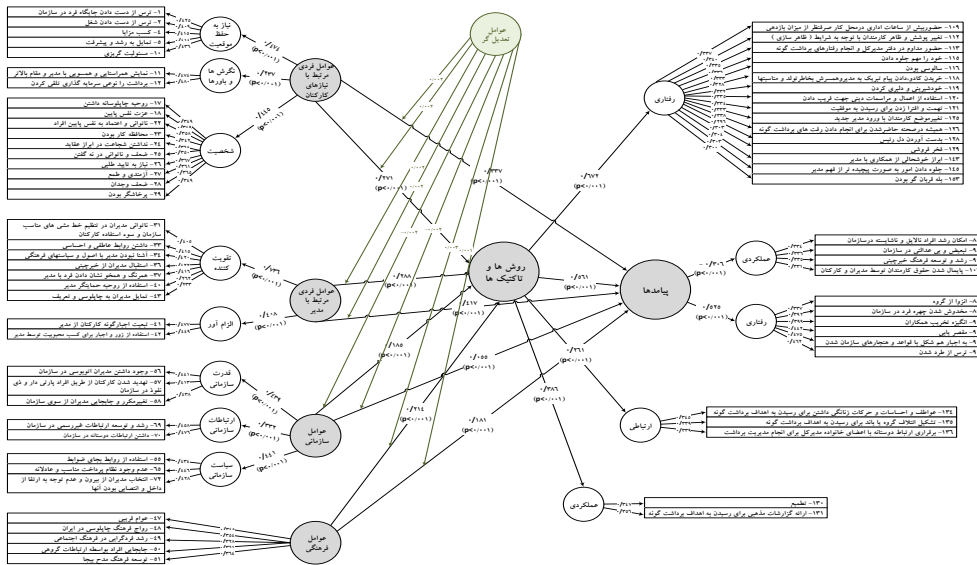
در این بخش محقق به بررسی سوال مبنی بر اینکه مدل مدیریت برداشت در سازمانهای فرهنگی چگونه است؟ پرداخته که به منظور بررسی این سوال از نرم افزار وارپ پی ال اس^{۱۶} استفاده شده است که خروجی آن در شکل (۱) نشان داده شده است.

با توجه به شکل ۱ اثرات تعدیل کننده معنادار نبوده و اثر عوامل سازمانی بر پیامدهای مدیریت برداشت نیز معنادار نمی باشد. بنابر این اساس ۴ عامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان، عوامل فردی مرتبط با مدیر، عوامل سازمانی و عوامل فرهنگی بر روشها و

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی نمونه

۶۱/۳۴ درصد از نمونه را مردان و ۳۸/۶۶ درصد را زنان تشکیل دادند. ۳/۷۸ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلاتی کمتر از دیپلم، ۷/۱۴ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۱۱/۷۶ درصد دارای تحصیلات کاردانی، ۲۴/۴۴ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۳۳/۶۱، ۱/۲۶ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۱/۲۶ درصد باقی مانده دارای تحصیلات دکتری بوده اند.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی تحقیق

جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل

شاخص Q	شاخص هم خطی	میانگین واریانس استخراج شده	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	شاخص برازش مؤلفه‌ها
	≤ ۵	≥ ۰/۵	≥ ۰/۷	≥ ۰/۷			مقدار استاندارد
	۲/۲۲۴	۰/۴۳۶	۰/۷۶۶	۰/۷۹۴			موقعیت
	۲/۸۳۹	۰/۶۶۸	۰/۸۷۶	۰/۸۰۱			نگرش‌ها
	۱/۷۰۹	۰/۲۲	۰/۷۵۲	۰/۸۱۸			شخصیت
	۱/۷۸۶	۰/۳۴۷	۰/۸۷۳	۰/۷۸۱			تقویت کننده
	۱/۷۸۶	۰/۳۴۷	۰/۷۸۳	۰/۷۸۵			الزام آورها
	۲/۰۹۹	۰/۵۲۶	۰/۷۵۵	۰/۷۶۹			قدرت
	۲/۶۵۱	۰/۶۶۸	۰/۸۴۲	۰/۸۰۱			ارتباطات
	۱/۶۵۱	۰/۵۴۲	۰/۸۷۷	۰/۷۸			سیاست
	۲/۷۹۹	۰/۴۷۹	۰/۷۱۶	۰/۸۱۶			فرهنگ
	۲/۰۹	۰/۵۷۹	۰/۸۱۲	۰/۸۷۱	۰/۹۷۷	۰/۹۷۷	فردی
۰/۹۳۲	۱/۶۳۱	۰/۵۱	۰/۷۷۸	۰/۸۰۶	۰/۹۳۲	۰/۹۳۲	فردی مرتبط با مدیر
۱	۲/۲۲۸	۰/۶	۰/۷۷۸	۰/۸۵۷	۱	۱	سازمانی
	۱/۳۲۶	۰/۵۰۹	۰/۹۳۵	۰/۹۴۳			رفتاری
	۱/۸۷۲	۰/۷۳۱	۰/۸۱۶	۰/۸۹۱			ارتباطی
	۱/۹۴	۰/۸۰۴	۰/۷۵۶	۰/۸۹۱			عملکردی
۰/۹۹۲	۱/۵۲	۰/۶۸۷	۰/۹۴	۰/۹۵۴	۰/۹۹۲	۰/۹۹۲	تاکتیک
۱/۸۸۳		۰/۷۰۳	۰/۸۵۹	۰/۹۰۴			عملکردی
۱/۰۵۴		۰/۴۴۴	۰/۷۴۵	۰/۸۲۵			رفتاری
۱/۴۴۹		۰/۴۴	۰/۷۴۳	۰/۸۲۴	۰/۸۳۹	۰/۸۴	پیامدها
	۲/۴۱۳	۰/۴۱۸	۰/۶۵۱	۰/۶۵۱	۰/۷۸۲		تعدیل گر
	۲/۴۴	۰/۲۰۹	۰/۸۳۷	۰/۸۳۷	۰/۸۶۴		تعدیل گر فرهنگ
	۲/۱۰۴	۰/۲۶۱	۰/۸۳۷	۰/۸۳۷	۰/۸۷۶		تعدیل گر سازمانی
	۲/۳۳۱	۰/۲۲۱	۰/۸۱۴	۰/۸۱۴	۰/۸۴۹		تعدیل گر مدیر
	۱/۷۶۲	۰/۲۵۵	۰/۸۷۷	۰/۸۷۷	۰/۸۴۹		تعدیل گر فردی

تاکتیک‌ها و روش‌هاست (ضریب تأثیر ۰/۲۸۸) پس از آن عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان با (۰/۲۷۱) و عوامل فرهنگی با (۰/۲۱۴) تأثیرگذار خواهد بود و

تاکتیک‌های برداشت از سوی کارکنان تأثیر می‌گذارند نتایج حاصل از مدل نشان می‌دهد که عوامل فردی مرتبط با مدیر دارای بیشترین ضریب تأثیر معنادار بر

برداشت ارتباط معنادارمستقیمی با مدیران دارند و همانطور که مشخص است اقدامات مدیریتی که پیش از آن مطرح شد بیشترین علت تمایل کارکنان برای دست زدن به اقدامات برداشت گونه است بنابراین بدیهی است که فعالیتها و اقدامات مدیران پیامدهای برداشت را نیز منجر شود

با بررسی این ادبیات می‌توان جمع بندی کرد که کلیه موارد تحقیقات تاکنون نتوانسته اند الگوی یکپارچه از مدیریت برداشت را برداشت کنند که در آن عوامل فرآیندها، تاکتیکها و روشها و پیامدها هم طبقه بندی و چارچوب بندی شود و هم آن که روابط علت و معلولی این متغیرها استخراج گردد. این تحقیق تلاش می‌کند تا علاوه بر آن که مؤلفه‌ها و متغیرهای مرتبط با آن خلاصه و جمع بندی می‌نماید آنها را در یک چارچوب علی به صورت روابط علت و معلولی ارائه کند. از این جهت این مقاله توانسته است یک چارچوب کلی ارائه دهد. لذا به دنبال پیشنهاداتی نیز می‌باشد. پیشنهادات نتایج تحقیق در روشها و تاکتیک‌های مدیریت برداشت نشان داد که کارکنان و مدیران اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشتر از روشها و تاکتیک‌های منفی استفاده می‌کنند لذا برای آنکه این روشها و تاکتیکها را ترک کنند پیشنهاد می‌شود اقدامات زیر صورت گیرد:

به جای آن که افراد به تاکتیک‌های عملکردی به برداشت روی آورند سازمان نظام ارزیابی عملکرد مبتنی بر شاخص‌های واقعی تنظیم کند و نتایج آن را به کارکنان گزارش نماید به طوری که آنها دست به اقدامات برداشت گونه بزنند بدنبال بهبود شاخص‌های عملکردی واقعی خود باشند. علاوه بر این بهتر است در نظام ارتقاء افراد به شاخص‌های عملکردی افراد که ناشی از تلاش آنها است در طول زمان توجه شود به نظر میرسد زمانی که کارکنان این احساس را داشته باشند که به جای شاخص‌های عملکردی می‌تواند از روش‌های برداشت برای ارتقاء استفاده کند دست به

رفتارهای برداشت گونه می‌زنند. پیشنهاد دیگر آن است که در این سازمان نظام جانشین پروری توسعه و بهبود یابد چرا که چنین نظامی ارتقاء توسعه فردی افراد را ناشی از عملکرد آنها می‌بیند بنابراین کارکنان به جای آن که دست به تاکتیک‌های برداشت گونه بزنند تلاش می‌کنند تا براساس شاخص‌های واقعی به توسعه عملکرد کاری خود بپردازد. از نظر عملکردی بهتر است به همان مکانیسم‌های مطرح شده در بخش نظامنامه‌های سازمانی از جمله نظامنامه ارزیابی عملکرد مبتنی بر شایستگی، جانشین پروری و پاداش اشاره کرد که در صورت پیاده سازی موفق آن‌ها احتمالاً رفتارهای عملکردی برداشت گونه کاهش می‌یابد.

و به منظور کاهش پیامدهای رفتاری بهتر است فرهنگ سازمانی در طول زمان اصلاح شده کدها و استانداردهای اخلاقی تنظیم شود این کدها و استانداردها به اجراء گذاشته شوند و به کارکنان آموزش‌های رفتاری مناسب داده شود.

- از آن جایی که تمایل به مدیریت برداشت در سازمان تابع اقدامات مدیریتی است لذا توصیه می‌گردد به منظور عدم استقبال کارکنان به این گونه رفتارها در حوزه مدیریت اقدامات زیر صورت پذیرد:

(۱) به مدیران آموزش داده شود که کارکنان چگونه و در چه شرایطی دست به اقدامات برداشت گونه می‌زنند، سپس به آنها آموزش داده شود که چگونه می‌توانند به جای تحت تأثیر قرار دادن توسط رفتارهای برداشت گونه به عملکرد واقعی افراد توجه کنند.

(۲) تلاش شود که مدیران به گونه ای انتخاب شوند که دارای مهارت دانش و شایستگی‌های لازم برای اداره کردن مجموعه تحت امر خود باشند و انتخاب مدیران کمتر مبتنی بر سلیقه، روابط و رفتارهای گروهی و سیاسی باشند چرا که رفتارهای گروهی و سیاسی اغلب باعث می‌شود تا مدیران فاقد دانش، توانایی و تخصص برای پست‌های کلیدی به کار گمارده شوند و این مسأله باعث می‌شود تا آنها در اداره امور از توانایی لازم برخوردار نباشند لذا برای حفظ و بقای

- processes in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69: 9-30.
- Chen, Y. -Y., & Fang, W. (2008). The moderating effect of impression management on the organizational politics – performance relationship. *Journal of Business Ethics*, 79, 263- 277.
- Cox, B. D. (2010). Differential functioning by high and low impression management groups on a big five applicant screening tool. Unpublished Doctoral Dissertation, the Graduate Faculty of Auburn University.
- Creswell, J.W., Plano Clark, V.L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Drory, A., Zaidman, N. (2007). "Impression management behavior": *Journal of Managerial Psychology*, Vol 22.No.3, PP.290-308.
- Fandt, P. M., & Ferris, G. R. (1990). The management of information and impressions: When employees behave opportunistically. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 45: 140-158.
- Gardner, W.L., & Martinko, M.J. (1988). Impression Management in Organization. *Journal of Management*, 14(2), 321 – 338.
- Goffman, E. (1959), *The presentation of self in everyday life*, Garden City, NY: Doubleday Anchor, .
- Grant, A. M., & Mayer, D. M. (2009). Good soldiers and good actors: pro-social and impression management motives as interactive predictors of affiliative citizenship behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 900–912
- Gwal, R. (2015), Tactics of Impression Management: Relative Success on Workplace Relationship, *The International Journal of Indian Psychology* ISSN 2348-5396 (e) | ISSN: 2349-3429 (p)
- Harris, K. J., Kacmar, K., Zivnuska, S., & Shaw, J. D. (2007). The impact of political skill on impression management effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 278–285. doi:10.1037/0021-9010.92.1.278.
- Jones, E. E., & Pittman, T.S. (1982). Towards a general theory of strategic self- presentation. In J. Suls (ed.) *262 perspective of the Self*, 231.
- Kacmar, K. M., Carlson, D. S., & Bratton, V. K. (2004). Situational and dispositional factors as antecedents of ingratiation behaviors in organizational settings. *Journal of Vocational Behavior*, 65: 309-331.
- Kipnis, D., & Schmidt, S. M. 1983. An influence perspective on bargaining. In M. Bazerman & R. Lewicki (Eds.), *Negotiating in organizations*: 303–319. Beverly Hills, CA: Sage.
- خود به رفتارهای برداشت گونه روی می‌آورند و افرادی در سازمان برجسته می‌کنند که از این روشها برخوردار باشند، توصیه می‌شود که در انتخاب مدیران ملاکهای دقیقی که نشان دهنده شایستگی آنهاست بکار گرفته شود.
- ### منابع و مآخذ
- آذر، عادل، مؤمنی، منصور، (۱۳۸۰)، آمار و کاربرد آن در مدیریت. جلد دوم، چاپ پنجم، تهران: سمت، ۳۳۰ صفحه
- دانایی فرد، حسن، رجب زاده قطری، علیرضا، مکی نیری، پریسا، (۱۳۹۲)، مدیریت برداشت در نفوذ رو به بالا، فصلنامه مطالعات مدیریت نیروی انتظامی، (۸).
- تقفی، فاطمه، (۱۳۹۱)، بررسی و مقایسه رفتار مدیریت برداشت در دو سیستم ارگانیک و مکانیک. پایان نامه کارشناسی ارشد، پایان نامه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
- نصر اصفهانی، علی، (۱۳۸۱)، مدیریت برداشت دیگران از خود، فصلنامه علمی، ترویجی مدیریت و توسعه، شماره ۱۲، ص ۷۱–۷۸.
- نصر اصفهانی، علی، واعظ شهرستانی، حسین، ایرج، الهام باقری، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه هوش فرهنگی با مدیریت برداشت در کارکنان دانشگاه اصفهان، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی (۱۲۲–۱۳۸).
- Aslan, S, Toygar, A. (2015), " The Role Of Personal And Social factors At impression Management impact on caeer success " *EUL Journal of Social Sciences VI(II):1-18*.
- Barsness, Z. I., Diekmann, K. A., & Seidel, M. L. 2005. Motivation and opportunity: The role of remote work, demographic dissimilarity, and social network centrality in impression management. *Academy of Management Journal*, 48: 401-419.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2003a). Counternormative impression management, likeability, and performance ratings: The use of intimidation in an organizational setting. *Journal of Organizational Behavior*, 24: 237-250.
- Bozeman, D. P., & Kacmar, K. M. 1997. A cybernetic model of impression management

یادداشت‌ها

- ¹ Cox
- ² Bolino
- ³ Drory, A, Zaidman
- ⁴ Jones & Pittman
- ⁵ Self Promotion
- ⁶ Ingratiation
- ⁷ Exemplification
- ⁸ Intimidation
- ⁹ Supplication
- ¹⁰ Grant & Mayer
- ¹¹ Proost
- ¹² Nayyar, S, & Raja
- ¹³ Fornell & Larcker
- ¹⁴ Bartlett
- ¹⁵ KMO (KaiserMeyerOlkin)
- ¹⁶ Warp PLS

Law, K. S., Wong, C., & Mobley, W. H. 1998. Toward a taxonomy of multidimensional constructs. *Academy of Management Review*, 23: 741-755.

Nayyar, S., & Raja, N. T. (2012). The impact of impression management behavior on organizational politics among male and female employees in organic and mechanistic organizational systems of Pakistan telecommunication sector. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 914-924.

Peeters, H., & Lievens, F. (2006). Verbal and nonverbal impression management tactics in behavior description and situational interviews. *International Journal of Selection and Assessment*, 14, 206-222. doi:10.1111/j.1468-2389.2006.00348.x

Proost, K., Germeys, F., & Schreurs. (2010). When does impression management work: The influence of temporal distance on interviewer evaluations. *Hub Research Papers 2011/30, Economics & Management*. Pp. 29.

Schlenker BR (1980) *Impression Management: The Self Concept, Social Identity and Interpersonal Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.

Shore, L. M., & Wayne, S. J. 1993. Commitment and employee behavior: Comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 78: 774-780.

Tedeschi, J. T., & Melburg, V. 1984. Impression management and influence in the organization. In S. B. Bacharach & E. J. Lawler (Eds.), *Research in the sociology of organizations*: 31-58. Greenwich, CT: JAI.

Turnley, W. H., & Bolino, M. C. (2001). Achieving desired images while avoiding undesired images: Exploring the role of self-monitoring in impression management. *Journal of Applied Psychology*, 86, 351-360. doi:10.1037/0021-9010.86.2.351.

Wayne, S. J., & Ferris, G. R. (1990). Influence tactics, affect, and exchange quality in supervisor-subordinate interactions: A laboratory experiment and field study. *Journal of Applied Psychology*, 75, 487-499.