

Research Paper

Clarification of Mediator Role of Positive Organizational Behavior in Relationship between Managers' Sense of Humor with Employee' Creativity in Youth and Sport Offices of Kerman ProvinceAli Salajegheh¹, Nasrin Biglari², Reza Andam^{3*}

1. M.Sc. in Mathematical Statistics, Shahrood University of Technology
2. Ph.D. Student in Sport Management, Shahrood University of Technology
3. Associate Professor in Sport Management, Shahrood University of Technology (Corresponding Author)

Received: 2019/08/17

Accepted: 2019/11/13

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between the managers sense of humor and creativity employee with the role of positive organizational behavior intermediation. This study was of descriptive-correlative type administered as a field study. The population of this study included all employees of Youth and Sports offices of Kerman Province (N=252), among of whom 164 persons were selected by cluster sampling. After determining validity and reliability, data were collected using the Sense of Humor, Positive Organizational Behavior and Creativity of Employee questionnaires. The data were analyzed by method of Partial Least Square and Sobel test. Findings indicated that managers' sense of humor has a direct and significant impact on positive organizational behavior and creativity of employee. Also, the positive organizational behavior has a direct and positive impact on employee' creativity. In addition, the results showed that sense of humor has no indirect and significant impact on creativity of employee through positive organizational behavior. The findings suggested that Sport and Youth offices do not neglect the reinforcing programs of humor and positive psychological skills to increase the level of creativity of the staff, and train and practice these skills to improve creativity.

Keywords: Youth and Sports Offices, Creativity, Positive Organizational Behavior, Psychological Capital.

1. Email: ali.salajeghe313@gmail.com

2. Email: n.biglari1368@gmail.com

3. Email: reza.andam@gmail.com



Extended Abstract

Background and Purpose:

Organizations where creativity and innovation are central to their survival, the role of managers is very important and they can encourage and promote the ability of creativity and innovation in individuals (1). One of the challenges managers today have in organizations is insufficient use of intellectual resources and human resource creativity (2). Therefore, until the factors that influence employee' creativity are not identified and a good platform for their creativity is not provided, sectional activities for nurturing creative thinking will not benefit. It seems the variable of positive organizational behavior that focuses on capabilities and strengths of human resources, and the managers' sense of humor, which is an important skill of coping against problems, can provide the context for employee' creativity. Therefore, the purpose of this study was to:

Investigate the effect of managers' sense of humor on employee creativity;

Positive organizational behavior on employee' creativity;

Managers' sense of humor on positive organizational behavior.

Materials and Methods:

The population of this study included all employees of Youth and Sports offices of Kerman Province (N=252), among ofr whom 164 persons were selected by cluster sampling method.

To collect data, the following questionnaires were used: the questionnaire of Sense of Humor (Khoshoei et al, 2009) consisting of 25 questions and 5 dimensions of Enjoy the Humor, Language Humor, Laugh, Humor in Social relations and Humorous in Stressful Situations; the questionnaire of Positive Organizational Behavior (Luthans et al, 2007), including 20 questions and 4 dimensions of Efficacy, Optimism, Resilience and Hope; and the questionnaire of Creativity of Employee (Randsip, 1979) consisting of 30 questions.

The face and content validity of the questionnaires were confirmed by 10 experts. Furthermore, convergent validity and discriminant validity were approved. Also, to determine the reliability of the questionnaires, three factors of factor load, Cronbach's alpha coefficient and composite reliability coefficient were used. To describe the data, descriptive statistics for inferential analysis from modeling of structural equations (Component based) were used. The tests were performed using SPSS version 23 software and Smart PLS 3 version.



Findings:

A descriptive study of demographic characteristics of employees showed that most of the age range was 31- 40 years; the majority of the sample was men (%57.3); the level of education of most subjects is bachelor (%43.3); the employment status of most of them was formal (%37.2) and most of the samples had a history of activity of 11-15 years (%34.4).

To measure the process of the model, the convergent validity, discriminant validity and instrument reliability (three factors of factor load coefficients, Cronbach's alpha coefficients and composite reliability) were used.

The results showed that Cronbach's alpha coefficient for Sense of Humor, Positive Organizational Behavior and Creativity were (0.92, 0.81, 0.84), combined reliability (CR) (0.94, 0.87, 0.90) and average variance extracted (AVE) (0.77, 0.63, 0.76) (3).

To evaluate the discriminant validity of the model, the Fornell and Larcker and HTMT criterion were applied. According to the results of both criteria , the latent variable in the model had more interaction with their observed variable than with other latent variables.

In this study, three criteria of significance coefficient (T-values), determination coefficient (R2) and Stone Geisser Criterion were used to measure the structural model. To investigate the effect of median variable, Sobel test was used.

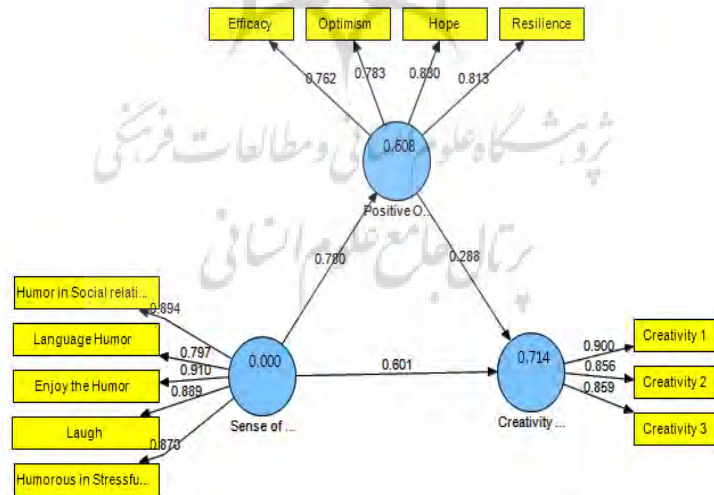


Figure1- Path coefficients and model R Squares



As shown in the model (Fig. 1), the factor loads of all indicators are more than 0.5 (3). Findings indicated that managers' Sense of Humor has a direct and significant impact on positive organizational behavior and creativity of employee (0.78, 0.60). Moreover, the positive organizational behavior has a direct and positive impact on Employee' Creativity (0.28). The significance coefficients of figure (1) are indicative of confirmation of factor loads and research hypotheses at a level of %99 (more than 1/96) (3).

The R Squares is a criterion that indicates the effect of an exogenous variable on endogenous variable and three values of 0.19, 0.33 and 0.67 are considered as the criterion value for weak, moderate and strong values, respectively (2). The R Squares for positive organizational behavior and creativity variables was calculated to be 0.60 and 0.71, respectively, which is evaluated for a strong level of positive organizational behavior and creativity. Finally, the results of studying the role of mediator variable (Sobel test) showed that sense of humor has no indirect and significant impact on creativity of employee through positive organizational behavior (1.64).

The Stone Geisser criterion for an endogenous variable gains three values of 0.02, 0.15, and 0.35, which respectively show the weak, medium, and strong predictive power of the exogenous variable associated with it. Stone Geisser criterion for endogenous variables of positive organizational behavior and creativity was calculated to be 0.18 and 0.55, respectively, which indicates the high predictive power of the exogenous sense of humor variable (3).

To investigate the process of the general research model, Goodness of Fit (GOF) criterion was used. In the present study, the value of GOF criterion was 0.67, which confirms the fitting fit for the overall research model. Finally, standardized residual root mean square (SRMR), Chi-Square, and Normalized Fit (NFI) criteria were used to investigate the fit of the research model, and these indicators were confirmed (4).

Conclusion:

Managers' sense of humor in the workplace results in increased levels of positive psychological abilities and employee' creativity. On the one hand, humor is considered as a way to enhance the level of efficiency, quality of interpersonal relationships and motivate other people. Because of humor, more lines of communication are opened between people, positive work environments are



created and maintained, effective relationships in the workplace are created and it helps employees to release of their stress and anxiety, which prevent creativity, and Or at least neutralize the harmful effects. In this way, it increases employees level of creativity.

On the other hand, optimistic and hopeful employees have a strong need for growth and success and are basically motivated by enriched jobs, they don't care about problems, and they are risky and have a great desire to be creative. Moreover, employees with high levels of resilience and self-efficacy choose transcendent goals; they do their best to achieve their goals, they face the obstacle and difficulties of endurance and accept the challenges that they can create new ways to solve the problems of the organization.

Keywords: Youth and Sports Offices, Creativity, Positive Organizational Behavior, Psychological Capital.

References

1. Ghiyasvand, A. (2018). Advanced analysis of structural equation modeling using Smart PLS. Tehran, Publisher: Allameh Tabataba'i University. (in Persian).
2. Mohsenin S. H., & Esfidani, M. R. (2014). Structural equations based on partial least squares approach with the help of Smart-PLS software (1st ed). Tehran: Institute of Mehrban Publishing. (in Persian).
3. Mortazavi, S., Nazemi, Sh. A., & Parishani Salesmani, H. (2016). Investigating the role of creativity in the relationship between psychological empowerment and employee commitment. *Management Studies Development & Evaluation*, 25(81), 101-122. (in Persian).



تبیین نقش میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در ارتباط بین شوخ‌طبعی مدیران و خلاقیت کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان

علی سلاجقه^۱، نسرین بیگلری^۲، رضا اندام^۳*

۱. کارشناسی ارشد آمار ریاضی، دانشگاه صنعتی شاهرود

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود

۳. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۸/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۲۶

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط شوخ‌طبعی مدیران و خلاقیت کارکنان با نقش میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا انجام شد. این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بود که به شکل میدانی انجام شد. همه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان جامعه آماری را تشکیل دادند (تعداد = ۲۵۲) که از بین آن‌ها ۱۶۴ نفر به روش تصادفی خوشه‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها پس از تأیید روایی و پایایی از پرسش‌نامه‌های شوخ‌طبعی، رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان استفاده شد. داده‌ها به کمک روش حداقل مربعات جزئی و آزمون سوبل تحلیل شد. نتایج نشان داد شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان تأثیر مستقیم و معناداری داشت ($P > ۶/۰۷$)؛ همچنین رفتار سازمانی مثبت‌گرا اثری مثبت و مستقیم بر خلاقیت کارکنان داشت ($P > ۲/۵۴$). همچنین نتایج حاصل از بررسی نقش متغیر میانجی نشان داد شوخ‌طبعی مدیران به‌واسطه رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر خلاقیت کارکنان تأثیر غیرمستقیم و معناداری نداشت ($P > ۱/۶۴$). با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر به مسئولان ادارات ورزش و جوانان توصیه می‌شود از برنامه‌های تقویت‌کننده شوخ‌طبعی و مهارت‌های روان‌شناختی مثبت‌گرا در جهت افزایش سطح خلاقیت کارکنان غافل نشوند و در راستای بهبود خلاقیت از آموزش و تمرین این مهارت‌ها بهره‌گیرند.

واژگان کلیدی: ادارات ورزش و جوانان، خلاقیت، رفتار سازمانی مثبت‌گرا، سرمایه روان‌شناختی.

1. Email: ali.salajeghe313@gmail.com

2. Email: n.biglari1368@gmail.com

3. Email: reza.andam@gmail.com



مقدمه

خلاقیت^۱ کارکنان در سازمان عبارت است از فرایند تولید ایده‌های نوین سازمانی و یافتن راه‌های جدید برای حل مسائل سازمان (نصیری ولیک‌بنی، سلطان‌آبادی و خدایاری، ۲۰۱۴). اهمیت خلاقیت در موفقیت سازمان‌ها به بخش‌های تولیدی منحصر نیست، بلکه در بخش‌های خدماتی همچون سازمان‌های ورزشی که پرورش‌دهنده قهرمانان آینده کشور هستند، اهمیت بیشتری نیز می‌یابد. خلاقیت واحدهای آموزشی برای کشورهایی مانند ایران شرط حیات است؛ زیرا شتاب رشد فناوری و دانش و فاصله عمیقی که هر لحظه بین جهان پیشرفته صنعتی با واقعیت‌های کنونی این کشورها ایجاد می‌شود، خلاقیت را شرط اساسی کاهش این فاصله می‌نمایاند (شاهبندرزاده و کریمی، ۲۰۱۶). در سازمان‌هایی که در آن خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی بقای آن‌هاست، نقش مدیران بسیار مهم و حساس است و می‌توانند توانایی و استعداد خلاقیت و نوآوری را در افراد ترویج و تشویق کنند (زارعی‌متین، ۲۰۱۷). یکی از چالش‌های مدیران در عصر حاضر در سازمان‌ها، استفاده نکردن کافی از منابع فکری، توان ذهنی و خلاقیت‌های منابع انسانی موجود است (مرتضوی، ناظمی و پریشانی، ۲۰۱۶). اغلب سازمان‌ها و مدیران، نادانسته به جای اینکه زمینه بروز و ارتقای خلاقیت را فراهم کنند، خلاقیت کارکنان خود را سرکوب می‌کنند؛ غافل از اینکه اگر خلاقیت سرکوب شود، راه ایده‌های تازه بسته می‌شود؛ در نتیجه سازمان‌ها از دستیابی به توسعه باز خواهند ماند (شاهبندرزاده و کریمی، ۲۰۱۶). با توجه به اقدامات عملی و واقعی مسئولان و مدیران در محیط‌های شغلی و به‌طور خاص در سازمان‌ها و ادارات ورزشی در رابطه با خلاقیت کارکنان، به نظر می‌رسد شعار «نابودی در انتظار شماسست، مگر اینکه خلاق و نوآور باشید» در همان حد شعار باقی مانده است و این شعار سرلوحه اقدامات آن‌ها در این زمینه قرار نگرفته است.

رویکرد سرمایه روان‌شناختی^۲ برای دستیابی به موفقیت سازمان‌ها مبتنی بر این حقیقت پذیرفته شده است که بیشتر سازمان‌ها از تمام قابلیت‌های منابع انسانی خود بهره نمی‌گیرند و ارزش منابع انسانی خود را باور ندارند؛ بنابراین سرمایه‌گذاری لازم را نیز نخواهند کرد (زارعی‌متین، ۲۰۱۷).

1. Creativity
2. Psychological Capital



در ایجاد و توسعه سرمایه روان‌شناختی عمدتاً دو اقدام در زمینه پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا^۱ که بیشتر بر جنبه‌های کلان رفتار سازمانی تأکید دارد و رفتار سازمانی مثبت‌گرا^۲ که از سطح فردی شروع می‌شود، نقش اساسی داشته است؛ البته سرمایه روان‌شناختی هماهنگی بیشتری با رفتار سازمانی مثبت‌گرا دارد (گورجنس و هربرت^۳، ۲۰۱۳). امروزه ضرورت سازمانی ما ایجاب می‌کند که پژوهش‌ها در حوزه رفتار سازمانی مثبت‌گرا مدنظر قرار گیرد؛ چراکه در سازمان‌ها وقایعی همچون شانه‌خالی کردن کارکنان از کار و مشارکت‌نکردن آن‌ها، تضاد بین افراد، انتظارات متفاوت از طرف مدیران، فشار ناشی از مهارت‌های زمانی و به‌طور کلی رفتارهای انحرافی مشاهده می‌شود که زجرآور و مشاخره‌آمیزند و مانع از موفقیت سازمان‌ها در فضای رقابتی می‌شوند (پورکیانی و غلامی، ۲۰۱۳). درواقع، هدف اصلی رفتار سازمانی مثبت‌گرا، توجه بیشتر به توانمندی‌ها و قوت‌های نیروی انسانی و تقویت کردن آن‌هاست، تا توجه به ضعف‌ها و بی‌کفایتی‌های آن‌ها و در نتیجه تلاش برای رفع این ضعف‌ها (سپهوند و محمدیاری، ۲۰۱۶).

پژوهش‌ها در زمینه رفتار سازمانی مثبت‌گرا حاکی از آن است که ظرفیت‌های روان‌شناختی از قبیل خودکارآمدی، تاب‌آوری (سازگاری)، خوش‌بینی و امیدواری در کنار هم سرمایه روان‌شناختی را تشکیل می‌دهند (لوتانز و یوسف^۴، ۲۰۰۷). میرمحمدی و رحیمیان (۲۰۱۴) در مطالعه خود بیان کردند که افراد خوش‌بین، امیدوار و خودکارآمد به‌طور بالقوه در برابر مصائب منعطف‌تر هستند و کارکنان خودکارآمد نیز از خلاقیت بیشتری برخوردارند؛ زیرا چالش‌های مهم را می‌پذیرند و تلاش فکری و خلاقیتی را برای دستیابی به اهداف انجام می‌دهند. چنین گرایشی به شرطی پایدار خواهد ماند که فرد امید زیادی نیز داشته باشد و با پیگیری روش‌های خلاقانه و چندگانه بر موانع پیش‌رو پیروز شود. ابرجی‌راد و ملک‌زاده نصرآبادی (۲۰۱۷) به این نتیجه دست یافتند که چهار مؤلفه رفتار سازمانی مثبت‌گرا تأثیر معناداری بر خلاقیت دارد. اوزتورک و کاراتپ^۵ (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند که رفتار سازمانی مثبت‌گرا هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم و از طریق مؤلفه اعتماد

1. Positive Organizational Scholarship (POS)
2. Positive Organizational Behavior (BOB)
3. Gorgens & Herbert
4. Luthans & Youssef
5. Ozturk & Karatepe



اثر مثبت و معناداری بر عملکرد خلاق کارکنان دارد. نتایج پژوهش شاکرت، کیم، پک و لی^۱ (۲۰۱۸) نشان داد که سرمایه روان‌شناختی اثر مثبت و معناداری بر رفتارهای نوآورانه کارکنان دارد. همچنین لی و چو^۲ (۲۰۱۶)، زوبیر و کامال^۳ (۲۰۱۵)، زوبیر^۴ (۲۰۱۵)، سو، باکر و جینگ^۵ (۲۰۱۴) و حسینی و شمس (۲۰۱۴) در پژوهش‌های خود ارتباط رفتار سازمانی مثبت با خلاقیت را تأیید کردند. به‌طور کلی، روان‌شناسی مثبت‌گرا زمینه‌ای برای تغییر جهت پژوهش‌ها از جنبه‌های منفی روان-شناسی به جنبه‌های مثبت مانند رضایت، شادکامی، تشویق و شوخ‌طبعی^۶ فراهم آورده است (پورحسین، شفیعی، حسینی و آخانی، ۲۰۱۷). حس شوخ‌طبعی مدیر همانند شوخ‌طبعی خود کارکنان بر نتایج کاری کارکنان تأثیر بسزایی دارد. شوخ‌طبعی مدیر می‌تواند عملکرد را به‌وسیله تسهیل در یادگیری، کمک‌کردن به تغییر رفتار و بروز رفتار سازمانی مثبت‌گرا بهبود بخشد (سپهوند و محمدیاری، ۲۰۱۶). ویجواردینا، هارتل و ساماراتونگ^۷ (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان کردند که شوخ‌طبعی مدیران پتانسیلی به‌منظور مدیریت هیجان کارکنان است و اثر مثبت و معناداری بر عواطف مثبت و سرمایه‌های روان‌شناختی کارکنان دارد. کیم، کیم، نیومن، فریس و پررو^۸ (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند که شوخ‌طبعی مدیران به رضایت شغلی و سلامت روانی کارکنان منجر می‌شود. نتایج پژوهش سپهوند و محمدیاری (۲۰۱۶) نشان داد که شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرای کارکنان تأثیر معنادار دارد. طرقة، علی‌اکبری دهکردی و علیپور (۲۰۱۳) در پژوهش خود نشان دادند که تاب‌آوری در پرستاران با شوخ‌طبعی زیاد بیشتر از پرستاران با شوخ‌طبعی کم بود. صالحی‌دوست، پیمان‌پاک، پاشایی و حاتمی (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند که بین تاب‌آوری، امید و شوخ‌طبعی

1. Schuckert, Kim, Paek & Lee
2. Lee & Chu
3. Zubair & Kamal
4. Zubair
5. Siu, Bakker & Jiang
6. Humour
7. Wijewardena, Hartel & Samaratunge
8. Kim, Kim, Newman, Ferris & Perrewe



ارتباط معنادار وجود دارد. نتایج پژوهش حاجلو (۲۰۱۳) و هیوز^۱ (۲۰۰۸) نیز نشان داد که ارتباط ظرفیت‌های روان‌شناسی مثبت با شوخ‌طبعی معنادار بود.

حس شوخ‌طبعی رگه شخصیتی پایدار و متغیر مهم تفاوت‌های فردی است و به‌عنوان راهی برای مواجهه با مشکلات زندگی مطرح است. همچنین یک مهارت بقا برای فاصله‌گرفتن از مشکلات است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شوخ‌طبعی می‌تواند مهارت مقابله‌ای مهمی در برابر مشکلات باشد (صالحی‌دوست و همکاران، ۲۰۱۴). رومر و کروثیردز^۲ (۲۰۰۶) بیان کردند شوخ‌طبعی ارتباطات سرگرم‌کننده‌ای است که احساسات و شناخت مثبتی را در افراد، گروه و سازمان ایجاد می‌کند.

در سازمان‌های امروزی، بیشتر مدیران می‌خواهند شاد باشند و شادی و رفاه کارکنان برای آن‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است، اما به‌دلیل رعایت مصلحت از خندیدن و شوخی هراس دارند. شاید منشأ هراس مدیران، ناآگاهی آن‌ها از مزیت‌های شوخ‌طبعی برای سازمان باشد؛ این در حالی است که مدیران می‌توانند در حین شوخ‌طبعی، درباره نتایج کارها، اخلاق، رفتار و ارزش‌ها، فردی مصمم و شخصیت جدی و بنیادی نیز داشته باشند و درعین حال شاد و سرخوش باشند و از این دارایی ارزشمند بهره کافی را ببرند (حیدری، خاشعی و معروفانی اصیل، ۲۰۱۶). شوخ‌طبعی مدیران کمک می‌کند که بتوانند از کنار مسائل و مشکلات به‌نرمی عبور کنند و خود را به کلیشه‌های منجمد و جزم‌اندیشانه محدود نکنند. مدیرانی که از شوخ‌طبعی به‌طور مناسب استفاده می‌کنند، به زیردستانشان القا می‌کنند تا راه‌حل‌های خلاق و نوآورانه برای مسائل پیچیده پیدا کنند (سپهوند و محمدیاری، ۲۰۱۶)، اما مسئله این است که چرا با وجود اثرات مثبت شوخ‌طبعی، معمولاً در گزینش افراد در سازمان‌ها و بررسی سوابق کاری متقاضیان نامی از شوخ‌طبعی برده نمی‌شود و کمتر پژوهشی در کشور به این مهارت ارتباطی مؤثر توجه دارد. نتایج پژوهش لوسیر، گرگوری و واشون^۳ (۲۰۱۷) نشان داد شوخ‌طبعی فروشندگان ارتباط مثبت و معناداری با خلاقیت کارکنان و اعتماد مشتریان دارد؛ چراکه شوخ‌طبعی توانایی بنیادی برای ارتقای خلاقیت و ایجاد روابط قوی در محیط کسب‌وکار است. لی^۴ (۲۰۱۵) در

1. Hughes
2. Romero & Cruthirds
3. Lussier, Gregoire & Vachon
4. Lee



پژوهشی که روی کارکنان مخابرات کره جنوبی انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که از بین ابعاد شوخ‌طبعی، شوخ طبیعی خودفزاينده به‌طور مثبت با خلاقیت فردی کارکنان ارتباط دارد، اما شوخ‌طبعی تهاجمی (متجاوز) ارتباط منفی با خلاقیت کارکنان دارد. پورحسین و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان دادند بین شوخ‌طبعی و سلامت روان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. کگورزيس، هاتزیتوماس و پتریدو^۱ (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که شوخ‌طبعی نقش مهمی در افزایش احساس توانمندی کارکنان دارد. ابزری، شائمی برزکی و شهبازی (۲۰۱۶) و لنگ و لی^۲ (۲۰۱۰) در پژوهش‌های خود نشان دادند که شوخ‌طبعی مدیران به‌طور معناداری بر خلاقیت کارکنان تأثیر می‌گذارد. هولمز^۳ (۲۰۰۷) طی مطالعه‌ای که درباره شوخ‌طبعی و خلاقیت در شرایط کاری انجام داد، بیان کرد که استفاده از شوخ‌طبعی در محل کار زمینه بروز ایده‌های جدید و تحریک پیشرفت‌های فکری را فراهم می‌کند. به‌رغم اثر مثبت شوخ‌طبعی، بسیاری از مدیران تصور می‌کنند انجام دادن کارهای روزمره و انتفاعی وظیفه اصلی آن‌هاست و کمتر ارتباط صمیمی با کارکنان برقرار می‌کنند؛ درحالی‌که وظیفه اصلی مدیران، ایجاد فضایی در محل کار است که زمینه رشد سالم منابع انسانی را فراهم کنند (حیدری و همکاران، ۲۰۱۶).

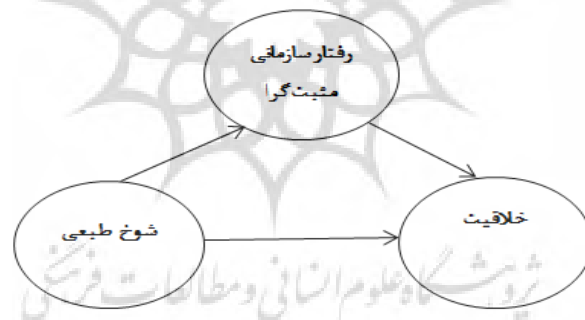
یکی دیگر از مسائل و معضلات طرح‌شدنی در پژوهش حاضر این است که بسیاری از مدیران در انتظار فراهم شدن امکانات، تجهیزات و هزینه‌های سرسام‌آور می‌نشینند و این‌گونه می‌اندیشند که با وجود این امکانات می‌توان زمینه بروز خلاقیت کارکنان را فراهم کرد، اما لازم است یادآور شویم با توجه به اهداف سازمان‌ها که کاهش هزینه و افزایش کارایی است و همچنین کمبود منابع مالی، امکانات و تجهیزات و تخصص‌های لازم برای بهره‌گیری از آن‌ها در سازمان‌ها، ابتدا می‌باید زمینه‌سازی و بسترسازی خلاقیت در کارکنان را از طریق رفتارهای انسانی که پیش‌شرط بروز خلاقیت چه بدون استفاده از امکانات و چه با استفاده از امکانات است، فراهم آورد.

با توجه به گستردگی ابعاد فعالیت سازمان‌های ورزشی و نقش مهم آن‌ها در دستیابی به اهداف ورزشی اعم از سطوح قهرمانی، همگانی، تفریحی و سلامت عمومی، لزوم توجه به خلاقیت کارکنان

1. Gkorezis, Hatzithomas & Petridou
2. Lang & Lee
3. Holmes



این سازمان‌ها بیش‌ازپیش نمایان می‌شود؛ چراکه مخاطبان و ذی‌نفعان اصلی آن را جوانانی تشکیل می‌دهند که ارائه خدمات نو و خلاقانه برای آنان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و تا زمانی که نتوان با شناسایی عوامل تأثیرگذار بستر مناسبی را برای خلاقیت آن‌ها فراهم کرد، فعالیت‌های مقطعی برای پرورش اندیشه‌های خلاق سودی نخواهد داشت. همچنین نظر به اینکه اینک امروزه بسیاری از سازمان‌ها با افزایش چشمگیر چالش‌ها و محدودیت‌های فردی، محیطی و سازمانی برای همگام‌شدن با محیط پیچیده و ناپایدار روبه‌رو هستند و مواردی همچون استخدام مادام‌العمر و تدوین وضعیت حقوقی مناسب در کنار منابع محدود نمی‌تواند خلاقیت کارکنان را ایجاد و تقویت کند، به نظر می‌رسد توجه به ماهیت و کاربرد مؤلفه‌های شوخ‌طبعی مدیران و رفتار سازمانی مثبت‌گرا بتواند مسائل و مشکلات را کم‌رنگ‌تر کند و به افزایش سطح خلاقیت کارکنان کمک کند؛ از این‌رو هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه علی شوخ‌طبعی مدیران با رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان، در قالب مدل مفهومی مندرج در شکل شماره یک است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

Figure 1- Conceptual Model of Research

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بود. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، میدانی بود. همه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان جامعه آماری پژوهش را تشکیل دادند که براساس آمار ارائه‌شده توسط اداره کل استان کرمان، ۲۵۲ نفر اعلام شد.



قواعد مرسوم برای تعیین حداقل نمونه لازم در روش حداقل مربعات جزئی^۱ عبارت است از تعیین بیشترین روابط موجود در بخش ساختاری مدل اصلی پژوهش که به یک متغیر مربوط می‌شوند، ضرب در عدد ۱۰ یا بیشترین شاخص‌های مربوط به سازه متناظرش ضرب در عدد ۱۰ (محسنین و اسفیدانی، ۲۰۱۴)؛ از این رو در پژوهش حاضر حداکثر حجم نمونه آماری بر مبنای قاعده دوم، ۵۰ نفر به دست آمد، اما به منظور افزایش صحت و دقت نتایج و احتمال پاسخ‌گونی بودن برخی از نمونه‌ها، ۱۸۰ پرسش-نامه توزیع شد و در نهایت با حذف پرسش‌نامه‌های مخدوش، ۱۶۴ پرسش‌نامه کامل و بدون نقص تجزیه و تحلیل شد. گفتنی است از بین ادارات ورزش و جوانان شهرستان‌های استان کرمان، ادارات ۱۳ شهرستان از مرکز، شمال و جنوب این استان به صورت تصادفی خوشه‌ای به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند.

برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه ویژگی جمعیت‌شناختی، پرسش‌نامه شوخ‌طبعی^۲ (خشوعی و همکاران، ۲۰۰۹) مشتمل بر ۲۵ سؤال و در قالب پنج بعد لذت از شوخی، شوخی کلامی، خنده، شوخ‌طبعی در روابط اجتماعی، شوخ‌طبعی در شرایط استرس‌آور، پرسش‌نامه ۲۰ سؤالی رفتار سازمانی مثبت‌گرا (لوتانز و یوسف، ۲۰۰۷) در قالب چهار بعد خودکارآمدی، خوش‌بینی، تاب‌آوری و امیدواری و پرسش‌نامه ۳۰ سؤالی خلاقیت کارکنان (رندسیپ^۳، ۱۹۷۹) استفاده شد. پرسش‌نامه‌ها بر اساس مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت و در دامنه یک تا پنج تنظیم شده بودند.

برای تعیین روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها از روش کیفی روایی محتوایی بر اساس نظرهای ۱۰ تن از اساتید صاحب‌نظر در این زمینه استفاده شد. علاوه بر روایی محتوا، برای تأیید ابزارهای اندازه‌گیری از روایی همگرا و روایی واگرا^۴ و برای تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها از سه معیار بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب^۵، طبق نظر فورنل-لاکر^۶ (۱۹۸۱) بهره گرفته شد. برای توصیف داده‌ها از آمار توصیفی و برای تحلیل استنباطی داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد

1. Partial Least Square (PLS)
2. Sense of Humor Questionnaire (SHQ)
3. Randsip
4. Convergent Validity & Discriminant Validity
5. Loadings, Cronbachs Alpha & Composite Reliability
6. Fornell-Larcker



حداقل مربعات جزئی و آزمون سوبل^۱ استفاده شد. برای اجرای آزمون‌های یادشده از نرم‌افزارهای آماری اسپاس اس^۲ نسخه ۲۳ و اسمارت پی‌ال‌اس^۳ نسخه سه بهره گرفته شد.

نتایج

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آزمودنی‌ها نشان داد بیشتر نمونه‌های پژوهش در دامنه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال بودند (۴۲/۱ درصد)، مردان بیشترین حجم نمونه را تشکیل دادند (۵۷/۳ درصد) و سطح تحصیلات بیشتر آزمودنی‌ها کارشناسی بود (۴۳/۳ درصد). همچنین وضعیت استخدامی بیشتر آن‌ها رسمی (۳۷/۲ درصد) و سابقه فعالیت ۱۱ تا ۱۵ سال بیشترین دامنه را به خود اختصاص داد (۳۴/۴ درصد).

برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از روایی همگرا^۴، روایی واگرا^۵ و پایایی ابزار که شامل سه معیار ضرایب بار عاملی^۶، ضرایب آلفای کرونباخ^۷ و پایایی ترکیبی^۸ است، بهره گرفته شد. بار عاملی سنجه‌ها یکی از معیارهای ارزیابی پایایی ابزار است. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۵ است (محسنین و اسفیدانی، ۲۰۱۴).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1. Sobel
2. SPSS
3. Smart PLS
4. Convergent Validity
5. Discriminant Validity
6. Loadings
7. Cronbachs Alpha
8. Composite Reliability



جدول ۱- ضرایب بارهای عاملی پژوهش

Table 1- Factor Loading Coefficients of the Research

بارهای عاملی Loadings	مؤلفه‌ها Components	متغیرها Variables
0.89	شوخی در روابط اجتماعی Humor in Social Relationships	شوخ طبعی مدیران Manager's Sense of Humor
0.79	شوخی در شرایط استرس‌آور Humorous in Sstressful	
0.91	شوخی کلامی Language Humor	
0.89	لذت از شوخی Enjoy the Humor	
0.87	خنده Laugh	
0.76	خودکارآمدی Self-efficacy	رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior
0.78	خوش‌بینی Optimism	
0.83	امیدواری Hope	
0.81	تاب‌آوری Resilience	
0.89	خلاقیت ۱ Creativity 1	
0.85	خلاقیت ۲ Creativity 2	خلاقیت کارکنان Creativity Employee
0.86	خلاقیت ۳ Creativity 3	

همان‌طور که در جدول شماره ۱ یک مشاهده می‌شود، بارهای عاملی حاصل از اجرای مدل پژوهش بیشتر از ۰/۵ بود که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ نشانگر پایایی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است (هیبر، رینگل و سارستد، ۲۰۱۱)، اما برتری پایایی ترکیبی در مقایسه با آلفای کرونباخ این است که

1. Heir, Ringle & Sarstedt



پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایش با یکدیگر محاسبه می‌شود. روایی همگرا معیار دیگری است که برای برازش مدل اندازه‌گیری در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار برده می‌شود و میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) معیار میانگین واریانس استخراج‌شده^۱ را برای سنجش روایی همگرا معرفی کردند و بیان کردند که مقدار بیشتر از ۰/۵، روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهد (محسنین و اسفیدانی، ۲۰۱۴).

جدول ۲- معیارهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرای متغیرهای پژوهش

Table 2 - Cronbach's Alpha, Composite Reliability and Convergent Validity Criteria of Research Variables

متغیرهای مکنون Latent Variable	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha \geq 0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR \geq 0.7)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE \geq 0.5)
شوخی‌طبعی مدیران Manager's Sense of Humor	0.92	0.94	0.77
رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior	0.81	0.87	0.63
خلاقیت کارکنان Creativity Employee	0.84	0.90	0.76

با توجه به شاخص‌های گزارش‌شده در جدول شماره دو می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای متغیرهای پژوهش را تأیید کرد.

برای بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری از معیار فورنل و لارکر و معیار HTMT² استفاده شد. فورنل و لارکر بیان می‌کنند که روایی واگرایی وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد.

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations



جدول ۳- روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری براساس معیار فورنل و لارکر

Table 3- Discriminant Validity of the Measurement Model Based on Fornell-Larcker criteria

متغیرها Variables	شوخی طبیعی مدیران Manager's Sense of Humor	رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior	خلاقیت کارکنان Creativity Employee
شوخی طبیعی مدیران Manager's Sense of Humor	0.88		
رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior	0.77	0.79	
خلاقیت کارکنان Creativity Employee	0.82	0.75	0.87

با توجه به مقادیر میانگین واریانس استخراج‌شده در جدول شماره ۳، می‌توان بیان کرد که در پژوهش حاضر سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر.

HTMT معیار جدیدتر و دقیق‌تری برای اندازه‌گیری روایی واگرایی در مقایسه با معیارهای سنتی است. اگر اعداد موجود در ماتریس HTMT کمتر از ۰/۹ باشد، نشان از وجود روایی واگرایی مطلوب سازه‌هاست (هیر، هالت، رینگل و ساراستد، ۲۰۲۱).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Hair, Hult, Ringle & Sarstedt



جدول ۴- روایی و اگرای مدل اندازه‌گیری براساس معیار HTMT

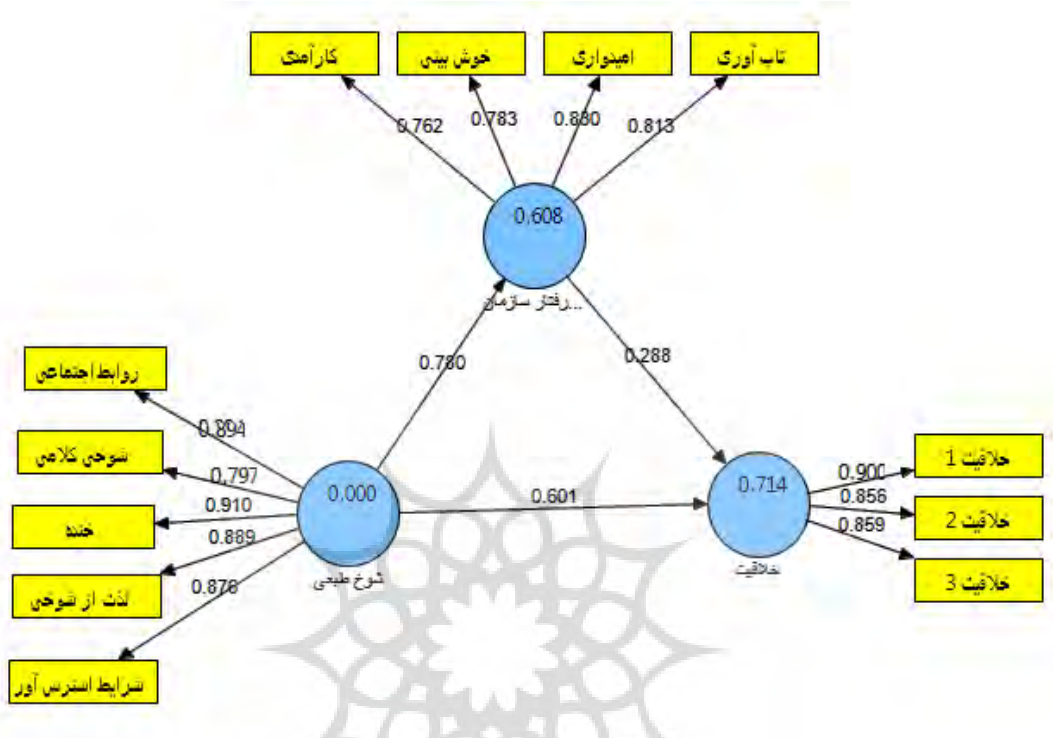
Table 4- Discriminant Validity of the Measurement Model Based on HTMT Criteria

خلاقیت کارکنان Creativity Employee	رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior	شوخ‌طبعی مدیران Manager's Sense of Humor	متغیرها Variables
		--	شوخ‌طبعی مدیران Manager's Sense of Humor
	--	0.76	رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior
--	0.81	0.82	خلاقیت کارکنان Creativity Employee

با توجه به مقادیر این معیار در جدول شماره چهار، می‌توان بیان کرد که روایی و اگرای مدل براساس معیار HTMT نیز در حد مناسبی است (کمتر از ۰/۹). پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. در پژوهش حاضر از سه معیار ضریب معناداری، ضریب تعیین و معیار استون‌گیزر^۱ استفاده شد. به‌علاوه به‌منظور بررسی اثر متغیر میانجی از آزمون سوبل و برای تعیین شدت اثر آن از واریانس محاسبه‌شده^۲ بهره گرفته شد. ضرایب مسیر استاندارد و ضرایب تعیین مدل اجراشده در شکل شماره دو و معناداری ضرایب مسیر در جدول شماره چهار نشان داده شده است.

1. T-values, R Squares (R2) & Stone Geisser Criterion (Q2)
2. Variance Accounted For (VAF)





شکل ۲- ضرایب مسیر و برازش مدل ساختاری با استفاده از مقادیر ضریب تعیین

Figure 2 - Path Coefficients and Structural Model Fit Using R Squares

همان‌طور که در مدل ترسیمی (شکل شماره دو) ملاحظه می‌شود، متغیر برون‌زای شوخ‌طبعی مدیران به میزان ۰/۷۸ بر متغیرهای درون‌زای رفتار سازمانی مثبت‌گرا و ۰/۶۰ بر خلاقیت کارکنان و متغیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا به میزان ۰/۲۹ بر خلاقیت کارکنان اثرگذار است.

ضریب تعیین معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شوند (هنسلر، رینگل و سینکوویس، ۲۰۰۹). همان‌طور که در جدول شماره چهار مشاهده می‌شود، مقدار ضریب تعیین برای متغیرهای رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان به ترتیب ۰/۷۱ و ۰/۶۰

1. Henseler, Ringle & Sinkovics



محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، برای هر دو متغیر درون‌زا در سطح قوی ارزیابی می‌شود که مطلوبیت مدل ساختاری را تأیید می‌کند.

اساسی‌ترین معیار برازش مدل ساختاری، معناداری ضرایب مسیر است که مقادیر معناداری هر سه مسیر در جدول شماره پنج ارائه شده است. مقدار ضرایب معناداری باید معادل یا بیشتر از شاخص معناداری ۱/۹۶ باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش دارد (هیر و همکاران، ۲۰۱۱).

جدول ۵- برازش مدل ساختاری با استفاده از معناداری ضرایب مسیر مدل پژوهش

Table 5- Structural Model Fit Using the Significance of the Path Coefficients of the Research Model

معناداری ضرایب مسیر Significance of the Path Coefficients	مسیرها Paths
16.62	شوخی طبیعی مدیران Manager's Sense of Humor <--- رفتار سازمانی مثبت- گرا Positive Organizational Behavior
6.07	شوخی طبیعی مدیران Manager's Sense of Humor <--- خلاقیت کارکنان Creativity Employee
2.54	رفتار سازمانی مثبت‌گرا Positive Organizational Behavior <--- خلاقیت کارکنان Creativity Employee

مقادیر ضرایب معناداری مدل پژوهش که در جدول شماره پنج ارائه شده است، گویای تأیید فرضیه‌های پژوهش مبنی بر اثر مثبت و معنادار متغیر شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان و تأثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر خلاقیت کارکنان در سطح اطمینان ۹۹ درصد است!

۱. اگر مقادیر به دست آمده معناداری ضرایب مسیر بیشتر از ۱/۶۴ باشد، در سطح ۹۰ درصد، بیشتر از ۱/۹۶ باشد، در سطح ۹۵ درصد و بیشتر از ۲/۵۸ باشد، در سطح ۹۹ درصد معنادار است.



در ادامه به منظور بررسی اثر غیرمستقیم متغیر میانجی (رفتار سازمانی مثبت‌گرا) از آزمون سوبل استفاده شد. در صورتی که مقدار معناداری این آزمون بیشتر از ۱/۹۶ باشد، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن اثر یک متغیر میانجی را تأیید کرد. مفروضات آزمون سوبل عبارت‌اند از:

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی (۰/۷۸)؛

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته (۰/۲۹)؛

sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی (۰/۱۳)؛

sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته (۰/۱۷).

فرمول (۱): $z - \text{value} = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 \times s_b^2)}}$

مقدار معناداری براساس فرمول شماره یک، ۱/۶۴ محاسبه شد؛ بنابراین نمی‌توان تأثیر متغیر میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در رابطه بین شوخ‌طبعی مدیران و خلاقیت کارکنان را تأیید کرد. با توجه به رد فرضیه پژوهش مبنی بر میانجی‌گری متغیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا، از محاسبه شدت اثر آن صرف‌نظر می‌کنیم.

معیار استون‌گیزر قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند و در صورتی که درباره یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به دست آورد، نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی متغیر برون‌زای مربوط به آن را دارد (محسنین و اسفیدانی، ۲۰۱۴). معیار استون‌گیزر برای متغیرهای درون‌زای رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان به ترتیب ۰/۱۸ و ۰/۵۵ محاسبه شده است که نشان از قدرت پیش‌بینی زیاد متغیر برون‌زای شوخ‌طبعی مدیران دارد. در نهایت برای بررسی برازش مدل کلی پژوهش از معیار نیکویی برازش^۱ استفاده شد.

$$GOF = \sqrt{\text{Commanalities} \times R^2} = 0.67$$

1. Goodness of Fit (GOF)



با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش معرفی شده‌اند (تننهاوس، وینزی، چتلین و لارو^۱، ۲۰۰۵)، حصول مقدار ۰/۶۷ برازش بسیار مناسب مدل کلی پژوهش را تأیید می‌کند.

درنهایت برای بررسی برازش مدل پژوهش از شاخص‌های ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده^۲، کای اسکوئر^۳ و برازش هنجار شده^۴ استفاده شد که مقادیر این معیارها در جدول شماره شش گزارش شده است.

جدول ۶- معیارهای برازش مدل پژوهش

Table 6- Criteria for Fit the Research Model

حد مجاز Limit	مقدار معیار Criterion Value	معیارها Criterias
0.10 تا 0.08	0.08	SRMR
مقادیر کم	246.457	Chi-Square
مقادیر بیشتر از 0.90	0.87	NFI

معیار SRMR مقادیر صفر تا یک را به خود اختصاص می‌دهد و نقطه برش آن ۰/۰۸ در نظر گرفته شده است. مقدار این معیار هرچه کمتر باشد، تناسب مدل مطلوب‌تر است. برخی پژوهشگران مقدار ۰/۱۰ را برای تناسب مدل قابل قبول می‌دانند (غیاثوند، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه مقدار محاسبه شده معیار مذکور برای مدل ترسیمی ۰/۰۸ است، می‌توان وضعیت مطلوب و سازگاری مدل پژوهش را تأیید کرد.

معیار کای اسکوئر نیز از جمله عمومی‌ترین و پرکاربردترین شاخص برازش در مدل‌سازی معادلات ساختاری است که برای بررسی میزان انطباق مدل نظری با یافته‌های تجربی استفاده می‌شود. هرچه مقدار کای اسکوئر کمتر باشد، داده‌های حاصل با مدل نظری همخوانی بیشتری دارد (میرز، گامست و گارینو^۵، ۲۰۱۲). در پژوهش حاضر مقدار معیار کای اسکوئر ۲۴۶/۴۵۷ محاسبه شد. از دیگر معیارهایی

1. Tenenhaus, Vinzi, Chatelin & Lauro
2. SRMR
3. Chi-Square
4. NFI
5. Meyers, Gamst & Guarino



که در مدل‌سازی معادلات ساختاری مؤلفه‌محور گزارش‌دانی است، معیار برازش هنجار شده است. میرز و همکاران (۲۰۱۲) برازش خوب را بزرگ‌تر از ۰/۹۰ و برازش مناسب را ۰/۸۰ تا ۰/۸۹ ذکر کرده‌اند؛ از این رو با توجه به مقدار محاسبه‌شده این معیار (۰/۸۷) می‌توان برازش مناسب مدل را تأیید کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی مواجه‌اند و برای اینکه بتوانند در دنیای متلاطم امروز به حیات خود ادامه دهند، باید به خلاقیت روی آورند و ضمن شناخت تغییرات، بر آن‌ها تأثیر بگذارند و به شکل دلخواه درآورند؛ بنابراین یکی از راه‌های پرورش خلاقیت در سازمان‌ها و ادارات، شناسایی عوامل مرتبط و اثرگذار بر آن است (حسینی، فولادی حیدرلو و قره‌خانی، ۲۰۱۶)؛ از این رو پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در ارتباط بین شوخ‌طبعی مدیران و خلاقیت کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان انجام شد.

نتایج تحلیل آماری نشان‌دهنده آن است که شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرا تأثیر مستقیم و معنادار دارد؛ به عبارتی، شوخ‌طبعی مدیران در محیط کار، افزایش سطح توانمندی‌های مثبت روان‌شناختی کارکنان را در پی دارد. شوخ‌طبعی به‌عنوان روشی به‌منظور بالا بردن سطح کیفیت روابط بین شخصی و برانگیختن افراد دیگر در نظر گرفته می‌شود؛ چراکه از طریق شوخ‌طبعی خطوط ارتباط بیشتر بین افراد باز می‌شود و شوخ‌طبعی به‌صورت کلامی و غیرکلامی پاسخ‌های عاطفی یا شناختی-رفتاری مثبت را در افراد برانگیخته می‌کند. خسروشاهی و خانجانی (۲۰۱۲) اذعان کردند که شوخ‌طبعی زیاد به فرد کمک می‌کند که برای انجام دادن فعالیت‌های اجتماعی اشتیاق بیشتری داشته باشد و همچنین باعث شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و تقویت آن در طول زمان می‌شود. شوخ‌طبعی چسب اجتماعی است که روابط را به هم پیوند می‌زند و تجربیات ناکامی و ناامیدی را کاهش می‌دهد (سبکتکین ریزی و اطهری، ۲۰۱۷). با توجه به نتایج پژوهش حاضر و در تبیین این نتایج می‌توان بیان کرد، هنگامی که مدیران با استفاده از شوخ‌طبعی، خصومت و احساس ناعدالتی را در کارکنان کاهش دهند، درخواست‌ها و انتقادات خود را در قالب شوخی بیان کنند و از طریق این مهارت بر کارکنان نفوذ کنند و به برقراری ارتباط صمیمی‌تر با کارکنان بپردازند، می‌توانند توانایی



سازگاری مثبت کارکنان را در شرایط ناگوار و اجتناب‌ناپذیر محیطی و سازمانی افزایش دهند. همچنین کارکنان را برای پذیرش چالش‌ها و تعقیب اهداف برانگیزانند تا از قوت‌ها و مهارت‌های خود برای رویارویی با آن چالش‌ها استفاده کنند. به‌علاوه سبب افزایش سطح تفکر امیدوارانه و خوش‌بینانه کارکنان شوند تا آن‌ها نیز به تغییرات پاسخ بهتر و سریع‌تری دهند و از آن‌ها به‌عنوان فرصتی برای رشد و دستیابی به اهداف بهره‌گیرند.

سادات و بدری گرگری (۲۰۱۹) ضمن تأیید اثر مثبت شوخ‌طبعی بر کاهش فرسودگی دانش‌آموزان، بیان کردند که معلمان و مدیران به‌عنوان ایجادکننده شرایط و تسهیل‌کننده یادگیری دانش‌آموزان می‌توانند با نوگرایی، انعطاف‌پذیری، شوخ‌طبعی و پرهیز از راهبردهای قالبی آموزش زمینه‌ساز ابراز وجود و اعتمادبه‌نفس دانش‌آموزان، تحریک حس کنجکاوی و خلاقیت آن‌ها شوند. نتایج پژوهش سپهوند و محمدیاری (۲۰۱۶) نشان داد که ابعاد شوخ‌طبعی مدیریتی (لذت از شوخی، خنده، شوخی کلامی، شوخ‌طبعی در روابط اجتماعی و شوخ‌طبعی در شرایط استرس‌آور) بر رفتار سازمانی مثبت‌گرای کارکنان تأثیر مستقیم و معنادار دارد. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج مطالعات کیم و همکاران (۲۰۱۹)، ویجواردینا و همکاران (۲۰۱۷)، طرکه و همکاران (۲۰۱۵)، صالحی‌دوست و همکاران (۲۰۱۴)، حاجلو (۲۰۱۳) و هیوز (۲۰۰۸) همخوانی دارد.

از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر، تأثیر مستقیم و معنادار شوخ‌طبعی بر خلاقیت سازمانی است. تانگ^۱ (۲۰۰۸) استفاده از شوخی را از ویژگی‌های رهبران و مدیران خلاق می‌داند. شوخ‌طبعی مدت‌هاست که به‌عنوان کاتالیزور خلاقیت دیده می‌شود. نظریه‌پردازان اولیه، قدرت آزادکننده و پرنرزی شوخ‌طبعی را به‌عنوان سوخت برای تفکر خلاق نشان داده‌اند. آن‌ها معتقدند که شوخ‌طبعی فرایندهای شناختی، عاطفی و اجتماعی را تقویت می‌کند و از این طریق به ایجاد تفکر خلاق منجر می‌شود (لو، مارتین، اوسوا و گالینسکی^۲، ۲۰۱۹). به زعم لو و همکاران (۲۰۱۹)، به‌واسطه شوخ‌طبعی می‌توان شادی، ارتباطات صمیمی، ایجاد و حفظ محیط‌های کاری مثبت را در افراد تقویت کرد و باعث ایجاد روابط مؤثر در محیط کاری شد و از استرس و اضطراب افراد که مانعی برای بروز خلاقیت

1. Tang

2. Lu, Martin, Usova & Galinsky



هستند، رهایی یافت یا دست کم اثرات مضر آن را خنثی کرد و از این طریق باعث افزایش سطح خلاقیت افراد شد. در همین راستا، هولمز و مارا^۱ (۲۰۰۶) با اشاره به اهمیت توانایی استفاده اثربخش از شوخ طبعی توسط مدیران به عنوان جنبه مهمی از مدیریت خوب، عنوان می کنند که شوخ طبعی ابزاری مهم برای مدیران در جهت الهام بخشیدن به زیردستان و به چالش کشیدن آن هاست. در این رابطه، لیتل (۲۰۰۷) عنوان می کند که می توان با مدیریت صحیح شوخ طبعی در سازمان، خلاقیت را در محیط کاری افزایش داد و از منافع آن بهره مند شد. شوخ طبعی به افراد اجازه می دهد که دیدگاه های مختلفی درباره یک محرک داشته باشند و از این طریق زمینه بروز خلاقیت را در سازمان ها تسهیل می کند (ابزری و همکاران، ۲۰۱۶). کویپر^۲ (۱۹۹۵) نیز در پژوهش خود نشان داد مدیرانی که از شوخ طبعی به طور مناسب استفاده می کنند، به زیردستانشان القا می کنند تا راه حل های خلاق و نوآورانه برای مسائل پیچیده پیدا کنند. علاوه بر این مشاهده می شود رهبرانی که به طور اثربخشی از شوخ طبعی استفاده می کنند، ممکن است در مقایسه با همتایانشان که کمتر از شوخ طبعی بهره می گیرند، متقاعدکننده تر باشند. مدیران باید بدانند که اجزای سازمانشان زنده و دارای افراد خلاق با نیازها و انگیزه های انسانی هستند. همچنان که فناوری پیچیده تر می شود، مسائل انسانی و مدیریت نیز پیچیده تر می شود؛ بنابراین اگر سازمان باید با چالش های واقعی نوآوری و فناوری روبه رو شود، نظام انسانی نیز باید متناسب با آن رشد کند؛ در نتیجه مهارت های انسانی مدیران باید به اندازه پیچیدگی فناوری در جهت خلاقیت و نوآوری پیچیده شود و زمینه بروز آن ها در سازمان فراهم شود (زارعی متین، ۲۰۱۷). نتایج پژوهش حاضر گویای آن است که رفتارهای شوخ طبعانه مدیران به عنوان راهی مؤثر برای سازگاری با موقعیت های نامطمئن، ابزاری برای کنترل و نفوذ بر کارکنان، مقابله با شرایط استرس آور در محیط کاری و اثرات آن، می تواند بستر سازی های مناسب محیطی و رفتاری را برای بروز خلاقیت کارکنان فراهم آورد. یافته های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش های لو و همکاران (۲۰۱۹)، لوسیر و همکاران (۲۰۱۷)، لی (۲۰۱۵)، ابزری و همکاران (۲۰۱۶)، گورزیس و همکاران (۲۰۱۱)، میر محمدی و رحیمیان (۲۰۱۴)، لنگ و لی (۲۰۱۰) و هولمز (۲۰۰۷) هم راستاست.

1. Holmes & Marra
2. Kuiper



از دیگر یافته‌های پژوهش حاضر، اثر مثبت و معنادار رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر خلاقیت کارکنان است که بیان‌کننده اهمیت و جایگاه رفتار سازمانی مثبت بر خلاقیت کارکنان است. سرمایه روان‌شناختی شامل درک شخص از خودش، داشتن هدف برای رسیدن به موفقیت و پایداری در برابر مشکلات است. سرمایه روان‌شناختی سازه‌ای ترکیبی و به‌هم‌پیوسته است که چهار مؤلفه ادراکی-شناختی شامل امید، خودکارآمدی، تاب‌آوری و خوش‌بینی را در بر می‌گیرد. این مؤلفه‌ها با ویژگی‌هایی از قبیل باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در دنبال کردن اهداف، ایجاد اسنادهای مثبت درباره خود و تحمل کردن مشکلات تعریف می‌شود (ایرجی‌راد و ملک‌زاده نصرآبادی، ۲۰۱۷). در همین راستا، یزدان‌شناس (۲۰۱۶) در پژوهش خود بیان کرد کارکنانی که از سرمایه‌های روان‌شناسی بیشتری برخوردارند، به‌عنوان افرادی امیدوار از لحاظ تمایل به رسیدن به اهداف شناخته می‌شوند، از نظر شخصیتی درباره دست‌یافتن به نتایج مثبت خوش‌بین هستند، عزت نفس بالایی دارند و معتقد هستند که می‌توانند تفاوت مثبتی در محیط کار خود ایجاد کنند و از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردارند. در تبیین این یافته‌ها می‌توان بیان کرد که کارکنان خوش‌بین و امیدوار به رشد و موفقیت نیاز شدید دارند و اساساً با شغل‌های غنی‌شده برانگیخته می‌شوند. آن‌ها برای مشکلات اهمیت قائل نیستند و خطرپذیرند و تمایل زیادی دارند تا خلاق باشند. همچنین کارکنان با سطح تاب‌آوری و خودکارآمدی بالا اهداف متعالی برای خود برمی‌گزینند، برای دستیابی به اهدافشان از هیچ تلاشی دریغ نمی‌کنند، در برابر موانع و مشکلات استقامت و به استقبال چالش‌ها می‌روند تا بتوانند راه‌های نو و تازه‌ای برای حل مشکلات سازمان خلق کنند. هرکدام از این عوامل سهم بسزایی در ایجاد و تقویت جو خلاقانه در بین اعضا دارد و با ایجاد فضای مثبت‌اندیشی و احساس باکفایتی در بین کارکنان موجب افزایش خلاقیت آن‌ها می‌شود؛ البته درباره چگونگی استفاده از مؤلفه‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا ذکر این مطلب لازم است که باید به‌طور صحیح و با دقت استفاده شوند؛ به‌عنوان مثال، تمرکز تنها بر این موضوع که چه چیزهایی مثبت‌اند، ممکن است افراد را به اشتباه بیندازد و با اینکه خوش‌بینی واژه‌ای مثبت است، اما خوش‌بینی غیرواقعی به طفره‌رفتن و از زیر بار مسئولیت شانه‌خالی کردن منجر می‌شود (لوتانز و یوسف، ۲۰۰۷). ژانگ، لیو، هانگ و لیو^۱

1. Zhang, Liu, Liu, Huang & Liu



(۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند خوش‌بینی بر خلاقیت دانشجویان چینی اثر مستقیم و معنادار ندارد، اما به‌طور غیرمستقیم و به‌واسطه خودکارآمدی و امید این اثر معنادار است. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج مطالعات اوزوتورک و همکاران (۲۰۱۹)، شاکرت و همکاران (۲۰۱۸)، زوبیر و کامال (۲۰۱۵)، لی و چو (۲۰۱۶)، ایرجی‌راد و ملک‌زاده نصرآبادی (۲۰۱۷) و حسینی و شمس (۲۰۱۴) همخوانی دارد.

همچنین نتایج حاصل از مدل پژوهش و آزمون اثر متغیر میانجی نشان داد شوخ‌طبعی به‌واسطه رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر خلاقیت سازمانی تأثیر معنادار ندارد. همان‌طور که در پیشینه پژوهش نیز مشهود است، مطالعات پیشین ارتباط دوجه‌دوی این متغیرها را بررسی کرده‌اند، اما به‌منظور حمایت از نتایج فرضیه چهارم این پژوهش (بررسی اثر نقش میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در بین متغیرهای شوخ‌طبعی و خلاقیت) و مقایسه آن با نتایج دیگر پژوهش‌ها، پژوهشی یافت نشد. با توجه به رد فرضیه پژوهش مبنی بر نقش واسطه‌ای رفتار سازمانی مثبت‌گرا، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده اثر میانجی‌گری رفتار سازمانی مثبت‌گرا را با این دو متغیر دیگر در سازمان‌ها و با آزمون‌های دیگر همچون بوت‌استروپ^۱، بارون و کنی^۲ بررسی کنند. با توجه به تأثیر فزاینده شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرا و خلاقیت کارکنان و همچنین آموزش‌پذیر بودن این مؤلفه، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده عوامل مؤثر بر شوخ‌طبعی مدیران در ادارات ورزش و جوانان بررسی شود. پیشنهاد می‌شود مدیران، خود عامل و محرک شوخی و شادی کارکنان در سازمان زیر امر خود باشند؛ چراکه شوخی و شوخ‌طبعی ضمن اینکه رفتاری خلاق محسوب می‌شود، از طریق شکسته‌شدن چارچوب‌های ذهنی تسهیل‌کننده خلاقیت نیز است. پیشنهاد می‌شود انتقادات و اعتراض‌های مدیران به کارکنان در قالب شوخی منتقل شود، مدیران سازمان‌ها برای افزایش سطح خلاقیت کارکنان در سازمان‌ها دید مثبت به شخصیت و رفتار کارکنان داشته باشند، با استفاده از تجارب دیگر سازمان‌ها و الگوپروری، خودکارآمدی را در کارکنان تقویت کنند، با هدف‌گذاری و درگیر کردن کارکنان در کارها و مسائل و بهره‌گیری از برنامه‌های آموزشی به‌صورت عملی، تعاملی و مشارکتی سطح امیدواری و خوش‌بینی را

1. Bootstrapping
2. Baron & Kenny



ایجاد و تقویت کنند. به‌علاوه، پیشنهاد می‌شود برگزاری کارگاه‌های آموزشی با موضوع روان‌شناسی مثبت‌گرای مرتبط با خلاقیت و نوآوری کارکنان و بهره‌مندی از نظرهای استادان مجرب در این حوزه را در دستور کار خود قرار دهند.

در مجموع یافته‌های مطالعات انجام‌شده در زمینه مؤلفه‌های اصلی پژوهش حاضر که ارتباط دوه‌دوی متغیرها را بررسی کرده‌اند، بر اثر مثبت آن‌ها بر یکدیگر و نقش خلاقیت کارکنان در موفقیت سازمان‌ها به‌خصوص سازمان‌های تولیدی را تأکید کردند، اما نظر به افزایش چشمگیر چالش‌هایی که سازمان‌های خدماتی که ادارات ورزش و جوانان نیز از آن‌ها مستثنی نیستند، نتایج پژوهش حاضر تأکید بیشتر بر رفتارهای مثبت روان‌شناختی را به‌عنوان راهکارهای جایگزین و پرهزینه همچون استخدام رسمی، افزایش حقوق و مزایا و ارتقای شغلی که از جمله انتظارات کارکنان برای بروز خلاقیت آن‌هاست، نشان می‌دهد.

تشریح و قدردانی

محقق بر خود لازم می‌داند که مراتب تقدیر و سپاسگزاری را از کلیه شرکت‌کنندگان در این پژوهش اعلام نماید.

References

1. Abzari, M., Sharmi Bazaki, A., & Shahbazi, Gh. (2016). Investigate the director's role of humor in creativity and staff innovation (Case study: Isfahan Bank Sepah Bank). Fourth National Management Conference, Economics and Accounting, 15. (in Persian).
2. Ghiyasvand, A. (2018). Advanced analysis of structural equation modeling using Smart PLS. Tehran, Publisher: Allameh Tabataba'i University. (in Persian).
3. Gkorezis, P., Hatzithomas, L. and Petridou, E. (2011). The impact of leader's humor on employees' psychological empowerment: The moderating role of tenure. Journal of Managerial Issues, 1, 83-95.
4. Gorgens-Ekermans, G., & Herbert, M. (2013). Psychological capital: Internal and external validity of the Psychological Capital Questionnaire (PCQ-24) on a South African sample. Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde, 39(2), 1-12.



5. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. 2nd Ed. Thousand Oaks: Sage.
6. Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
7. Hajloo, N. (2013). Relationship between Positive Psychological Capacities and Sense of Humour among Female Teachers of Iran". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 93-96.
8. Heydari, H., Khashei, V., & Marafani Asl, M. (2016). Analysis of the effect of humor on organizational culture and group cohesion. *Management of Organizational Culture*, 14(14), 73-96. (in Persian).
9. Holmes, J. & Marra, M. (2006). Humor and leadership style. *Humor: International Journal of Humor Research*, 19(2), 119-138.
10. Hosseini, S. A., & Shams, F. (2014). The impact of Positive Organizational Behavior and Open Innovation on Improving the Competitive Advantage. *Management Studies Development & Evaluation*, 23 (75), 137-159. (in Persian).
11. Hosseni, M., Foladi Heidarloo, S., & Gharakhani, H. (2016). Barriers to creativity staff of the general education department of the ministry of education. *Applied Research of Sport Management*, 5(2), 87-95. (in Persian).
12. Iraj Rad, A., & Malekzadeh, E. (2017). Investigating the effect of psychological capital mediated by achievement motivation on students' creativity, *Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 6(4), 51-70. (in Persian).
13. Khosroshahi, J., & Khanjani. (2012). Humorous connection and stressful life events with depression in students. *Zahedan Journal of Research in Medical Sciences*, 14(2), 96-100. (in Persian).
14. Kim, M., Kim, A. C. H., Newman, J. I., Ferris, G. R., & Perrewe, P. L. (2019). The antecedents and consequences of positive organizational behavior: The role of psychological capital for promoting employee well-being in sport organizations. *Sport Management Review*, 22(1), 108-125.
15. Kuiper, N. A., McKenzie, S. D., & Belanger, K. A. (1995). Cognitive appraisals and individual differences in sense of humor: motivational and affective implications. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 359-372.
16. Lang, J. C., & Lee, C. H. (2010). Workplace humor and organizational creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(1), 46-60.
17. Lee, C. H., & Chu, K. K. (2016). Understanding the effect of positive psychological capital on hospitality intern's creativity for role performance. *International Journal of Organizational Innovation*, 8(4), 213-222.
18. Lu, J. G., Martin, A. E., Usova, A., & Galinsky, A. D. (2019). Creativity and humor across cultures: Where Aha meets Haha. In *Creativity and Humor*, 183-203.



19. Lussier, B., Gregoire, Y., & Vachon, M. A. (2017). The role of humor usage on creativity, trust and performance in business relationships: An analysis of the salesperson-customer dyad. *Industrial Marketing Management*, 65, 168-181.
20. Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33(3), 321-349.
21. Meyers, L. S., Gamst, G., & Guarino, A. J. (2012). *Applied multivariate research, design and interpretation* (H. Pashashryfy, F. Valiallah, S. Reza-Khani, H. R. Hasan Abadi, B. Izanloo, & M. Habibi, Trans) (3rd ed.). Tehran: Roshd.
22. Mirmohammadi, S. M., & Rahimian, M. (2014). Investigating the effect of genuine leadership on individual creativity of employees, considering the mediating role of psychological capital. *Management Studies in Iran*, 18(3), 182-203. (in Persian).
23. Mohsenin S. H., & Esfidani, M. R. (2014). *Structural equations based on partial least squares approach with the help of Smart-PLS software* (1st ed). Tehran: Institute of Mehrban Publishing. (in Persian).
24. Mortazavi, S., Nazemi, Sh. A., & Parishani Salesmani, H. (2016). Investigating the role of creativity in the relationship between psychological empowerment and employee commitment. *Management Studies Development & Evaluation*, 25(81), 101-122. (in Persian).
25. Nasiri Valik Bani, F., Sultan Abadi, P., & Khodayari, A. (2014). The relationship between organizational trust and organizational creativity in Bu-Ali Sina University, Hamedan. *Quarterly Journal of Educational Management*, 9(4), 86-95. (in Persian).
26. Ozturk, A., & Karatepe, O. M. (2019). Frontline hotel employees' psychological capital, trust in organization, and their effects on nonattendance intentions, absenteeism, and creative performance. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(2), 217-239.
27. Pourhossein, R., Shafiee, R., Hosseini, M., & Akhane, M. (2017). Predicting students' humor based on personality traits and their relationship with mental health. *Psychological Journal*, 6(1), 5-24. (in Persian).
28. Pourkani, M., & Gholami, M. (2013). Investigating the relationship between positive behaviors of employees with organizational effectiveness in executive agencies of Birjand. *Work and Society*, 157, 38-50. (in Persian).
29. Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research*, 65(3), 429-437.
30. Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The use of humor in the workplace. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69.
31. Saboktekin Rizi, M., & Athari, Z. A. (2017). Humor from the Islamic point of view and its educational principles. Paper presented at the National Conference of Modern



- Iranian and World Research in Psychology, Educational Sciences and Social Studies, Shiraz. (in Persian).
32. Sadat, S., & Badri Gregory, R. (2019). Teaching wit to the teacher and its effect on students' academic burnout. *Positive Psychology Research*, 4(4), 14-24. (in Persian).
 33. Salehi Dost, Z., Peyman Pak, F., Pashaei, L., & Hatami, H. R. (2014). Relaunching resilience to stress with humor and hope for the future in female students. *Journal of Woman and Family Studies*, 6(22), 99-115. (in Persian).
 34. Schuckert, M., Kim, T. T., Paek, S., & Lee, G. (2018). Motivate to innovate: How authentic and transformational leaders influence employees' psychological capital and service innovation behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 776-796.
 35. Sepahvand, R., & Mohammadari, Z. (2016). Investigating the role of management humor on organizational positive organizational behavior. *Management Studies Development & Evaluation*, 25(80), 65-84. (in Persian).
 36. Shahbandarzadeh, H., & Karimi, S. (2016). Investigating the organizational creativity drivers based on academic perceptions (Case study: Persian Gulf University). *Management of Organizational Culture*, 14(2), 345-368. (in Persian).
 37. Siu, O. L., Bakker, A. B., & Jiang, X. (2014). Psychological capital among university students: Relationships with study engagement and intrinsic motivation. *Journal of Happiness Studies*, 15(4), 979-994.
 38. Tang, Y. T. (2008). The relationship between use of humor by leaders and R&D employee innovative behavior: Evidence from Taiwan. *Asia Pacific Management Review*, 13(3), 635-653.
 39. Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205.
 40. Torghe, M., Ali Akbari Dehkordi, M., & AliPour, A. (2015). Humorous relationship with burnout and resilience of nurses. *Nursing and Midwifery Journal*, 25(76), 57-64. (in Persian).
 41. Wijewardena, N., Hartel, C. E., & Samaratunge, R. (2017). Using humor and boosting emotions: An affect-based study of managerial humor, employees' emotions and psychological capital. *Human Relations*, 70(11), 1316-1341.
 42. Yazdanshenas, M. (2016). The role of positive organizational behavior in the relationship between transformational leadership and staff pessimistic. *Positive Psychology*, 1(2), 1-18. (in Persian).
 43. Zhang, Y., Liu, W., Liu, Y., Huang, Z., & Liu, Q. (2019). Chinese college students' optimism and social creativity mediated by creative self-efficacy and hope. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 47(7), 1-9.



44. Zubair, A. (2015). Authentic leadership and creativity: Mediating role of work-related flow and psychological capital. *Journal of Behavioural Sciences*, 25(1), 150-171.
45. Zubair, A., & Kamal, A. (2015). Work related flow, psychological capital, and creativity among employees of software houses. *Psychological Studies*, 60(3), 321-331.

استناد به مقاله

سلاجقه، علی؛ بیگلری، نسرین؛ و اندام، رضا. (۱۴۰۰). تبیین نقش میانجی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در ارتباط بین شوخ‌طبعی مدیران و خلاقیت کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمان. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳(۷۰)، ۳۶۲-۳۹۳.
شناسه دیجیتال: 10.22089/SMRJ.2019.7728.2667

Salajegheh, A., Biglari, N., & Andam, R. (2022). Clarification of Mediator Role of Positive Organizational Behavior in Relationship between Managers' Sense of Humor with Employee' Creativity in Youth and Sport Offices of Kerman Province. *Sport Management Studies*, 13(70), 362-393. (in Persian). DOI: 10.22089/SMRJ.2019.7728.2667

