

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۰۶

مجله مدیریت فرهنگی

سال دوازدهم / شماره ۴۳ / بهار ۱۳۹۸

تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت و دلایل ایجاد آن بر مبنای رویکرد پدیدارشناسی

مهرداد صادقی

دانشجوی دکتری رشته مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

mehr.sadeghi@khuisf.ac.ir

اکبر اعتباریان

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول).

Dr.eslampanah@chmail.ir

رضا ابراهیم‌زاده

استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: پژوهش حاضر با هدف توصیف و شناسایی تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت بود.

روش پژوهش: روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات کیفی با استفاده از روش پدیدارشناسی بوده و به منظور بررسی پایایی نتایج از رویکرد سه گانه رائو و پری (۲۰۰۳) استفاده شد. برای روایی تحقیق از رویکردهای روایی سازه لینکلن و گوبا (۲۰۰۷) روایی بیرونی، روایی توصیفی، روایی تفسیری استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات روش اصلاح شده استوتیک – کولایزی کن به کارگرفته شده بود. جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان که شامل ۱۰۵ نفر بود و داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبه عمیق با ۲۴ نفر از کارکنان که با روش نمونه‌گیری هدفمند نمونه‌ها انتخاب شده بودند، گردآوری شد.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل مدیریت برداشت شامل عوامل فردی مرتبط با کارکنان، عوامل فردی مرتبط با مدیر، عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی – اجتماعی، عوامل سیاسی و عوامل تعدیل‌گر طبقه‌بندی شدند و روش‌ها و تاکتیک‌ها نیز به دو دسته روش‌ها و تاکتیک‌های مثبت و منفی و پیامدهای سازمانی طبقه‌بندی شدند.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان می‌دهد که افراد به نوعی این پدیده را تجربه کرده‌اند لذا اهمیت دادن به این موضوع می‌تواند بر روی سلامت اداری و جسم و روان کارکنان تأثیرگذار باشد بنابراین مستلزم توجه بیشتری است.

واژگان کلیدی: مدیریت برداشت، عوامل فردی، عوامل سازمانی، عوامل فرهنگی – اجتماعی، عوامل سیاسی.

مقدمه

صحبت کردن، تصویری در ذهن فرد مقابل ایجاد می‌کند که گاهی این تصویر، مثبت و گاهی منفی است نصراصفهانی (۱۳۸۷). در دهه‌های اخیر مدیریت برداشت توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده است. این اصطلاح با ایده نسبتاً جدید در سال (۱۹۵۹) به حوزه مدیریت راه یافت. گافمن^۱ معتقد بود که افراد آگاهانه احساساتشان را مدیریت کرده و سعی می‌کنند به واسطه مدیریت احساسات، هویت‌شان را شکل دهند گافمن (۱۹۵۹). مدیریت برداشت^۲ فرایندی است که در آن افراد سعی دارند تا بر تصویری که دیگران از آنها دارند، تأثیر گذارند ثقفی (۱۳۹۱). مدیریت برداشت زمانی استفاده می‌شود که افراد خواستار ایجاد هویت خاصی باشند یا سعی در حفظ هویت قبلی خود دارند، این هدف به واسطه نمایش رفتارهای عمدی خاصی اعم از رفتارهای کلامی یا غیرکلامی محقق می‌شود دراری و زیدمن^۳ (۲۰۰۷). ویس^۴ مدیریت برداشت را عبارت از تلاش عمدی برای تحت تأثیر قرار دادن و کنترل کردن برداشت‌ها، ارزیابی و واکنش‌های دیگران در قبال رفتار خود می‌داند ویس (۱۹۹۶). رابینز^۵ مدیریت برداشت را تلاش فرد برای شکل دادن تصویری برجسته از خود در هنگام یک تعامل می‌داند. وی این عمل را یکی از مهمترین اجزای موفقیت سیاسی یک فرد می‌داند (رابینز ۱۹۹۷). براساس دیدگاه لوتانز^۶، مدیریت برداشت، فرایندی است که در آن افراد برای اداره یا کنترل ادراکات دیگران از خود تلاش می‌کنند لوتانز (۱۹۹۲). مدیریت برداشت اغلب در یک محدوده‌ی غیراخلاقی واقع می‌شود کریتنر و کینیکی (۲۰۰۴)؛ زیرا تلاش فرد برای ظاهرسازی و مطرح ساختن خود به شکل غیرواقعی است.

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

بیشتر فعالیت‌های امروزه ما با ایجاد ارتباط با دیگران صورت می‌گیرد و برای برقراری این ارتباطات از نمادها و نشانه‌ها استفاده نموده مقاصد خود را منتقل می‌کنیم در جوامع نوین واژه ارتباطات بسیار اهمیت دارد زیرا برای توضیح خطاها چه در جامعه و چه در سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد علاوه بر این که ارتباطات یک فرایند شخصی است اما وسیله‌ای است که هر فرد می‌تواند در دیگری نفوذ کند و رفتاری از خود بروز دهد که بوسیله این مبادله‌های ارتباطی در دیگران ایجاد اثر کند برومند (۱۳۹۱). منظور از ایجاد ارتباطات می‌تواند انجام اقدام‌های هماهنگ، مشارکت در اطلاعات و بیان احساسات و عواطف باشد ارتباطات از عناصر اولیه مدیریت است امروزه ما در عصر اطلاعات زندگی می‌کنیم، بنابراین تعجب‌آور نیست که استفاده و کنترل اطلاعات نقش محوری را در زندگی هر یک از ما بازی کند. ارتباطات فرایند محوری در تبادل اطلاعات بین اعضاء سازمان و بین سازمانی است که تعامل قسمت‌های مختلف را برقرار می‌کند بنابراین یک ابزار مؤثر در هماهنگ‌سازی و کاربرد اثربخش منابع انسانی تلقی می‌شود. ارتباطات یکی از سیستم‌های حیاتی انسان و سازمان است که توسط آن انسان و سازمان، ارگان‌های داخلی خود را با هم مرتبط می‌سازند براساس اصل ارتباط انسان‌ها همیشه تلاش می‌کنند تصور مطلوبی از خود در ذهن دیگران ایجاد کنند تصور و قضاوت دیگران برای هر فردی اهمیت دارد.

بیان مسئله و اهمیت و ضرورت تحقیق

زندگی سرشار از موقعیت‌هایی است که فرد بدون استفاده از هنر برداشت در تعاملات و ارتباطات خود با دیگران دچار مشکل می‌شود، برای برقراری ارتباطات مؤثر، لازم است افراد در انتخاب کلمات، لحن صدا، حرکات بدن و ظاهر خود تغییراتی به وجود آورند تا تصویر مطلوب‌تری از خود به نمایش بگذارند. افراد بدون آنکه متوجه باشند، از طریق طرز لباس پوشیدن،

اوزیل و بانومیسستر (۲۰۱۲)، مورفی (۲۰۱۵)، هال و همکاران (۲۰۱۴)، اشاره کرد.

۳- گروه سوم به بررسی بکارگیری مدیریت برداشت در کارکنان با رفتارهای مدیریتی پرداخته‌اند. آنها به این نتیجه رسیدند که رفتارهای مدیران ارتباط معناداری با میزان و نحوه مدیریت برداشت در کارکنان دارد. از آن جمله تحقیقات می‌توان به تحقیق پلاچ و کرپلر (۲۰۱۱)، دانایی‌فرد (۱۳۹۲) اشاره کرد. بعد دیگر تحقیق نشان دهنده رفتارهای سیاسی مدیران با مدیریت برداشت است که نشان می‌دهد رفتارهای سیاسی نامطلوب مدیریت برداشت را توسعه می‌دهند. که از آن جمله تحقیق هریس و همکاران (۲۰۰۷)، چن و فنگ (۲۰۰۸) اشاره کرد.

۴- گروهی از محققین به بررسی رابطه متغیرهای دموگرافیک با مدیریت برداشت پرداخته‌اند آنها به این نتیجه رسیدند که زنان و مردان سبک‌های متفاوتی را در مدیریت برداشت بکار می‌گیرند زنان بیشتر از خودشیرینی، تملق، چاپلوسی، جلب حمایت و مردان بیشتر از ارباب استفاده می‌کنند. که از آن جمله می‌توان به تحقیقات بولینو و ترونلی (۲۰۰۳)، مورفی (۲۰۱۵)، اشاره کرد. مورفی عامل هوش را نیز به عنوان یک متغیر مهم در رفتارهای برداشت گونه در نظر گرفت.

۵- برخی از محققین به رابطه بین ساختار سازمانی و مدیریت برداشت پرداخته‌اند. آنها به این نتیجه رسیدند که در ساختارهای مکانیکی احتمال مدیریت برداشت به مراتب بالاتر از ارگانیک است. که از آن جمله می‌توان به تحقیقات مکی نیری (۱۳۹۱) و دراری و زیدمن (۲۰۰۷) اشاره کرد.

۶- برخی نظریه پردازان به رابطه بین مدیریت برداشت و ویژگی‌های شغل پرداخته‌اند آنها به این نتیجه رسیدند که زمانی که ابهام در نقش زیاد باشد افراد به تاکتیک‌هایی مانند خودشیرینی و جلب حمایت روی می‌آورند و زمانی که تعارض در نقش بالاست ارباب تاکتیک غالب

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 (۲۰۰۷).

بررسی ادبیات تحقیق در حوزه مدیریت برداشت در چند گروه قابل بررسی است که می‌توان به گروه‌های زیر اشاره کرد:

۱- گروه اول به ارتباط مدیریت برداشت با عملکرد پرداخته‌اند. آنها به این نتیجه رسیدند که سبک‌ها و روش‌های مدیریت برداشت مانند خودشیرینی، جلب حمایت، تملق و چاپلوسی ارتباط معناداری با ارزیابی عملکرد افراد دارند. که از آن جمله می‌توان به تحقیق نصر اصفهانی (۱۳۸۱)، بلین باندا و همکاران (۲۰۰۷)، بولینو و ترونلی (۲۰۰۳)، وین و لیدن (۱۹۹۹)، اشاره کرد. از سوی دیگر برخی از نظریه پردازان در این گروه عملکرد سازمانی را بر مبنای BSC در حوزه فرایندها، مالی، مشتری و یادگیری مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت برداشت در صورتی که در سازمان صورت پذیرد میانگین نمرات این ابعاد به سمت بالاتر از متوسط حرکت می‌کنند.

۲- گروهی دیگر از نظریه پردازان به بررسی روابط بین مدیریت برداشت روش‌ها و تاکتیک‌های آن با ویژگی‌های شخصیتی پرداخته‌اند آنها به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های شخصیتی مانند روان رنجوری، عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نئو از جمله گشودگی، برونگرایی و درون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری و روان رنجوری ارتباط معناداری با به کارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد. که از آن جمله می‌توان به تحقیقات روزنبرگ و آگبرت (۲۰۱۱)، پیترز و لوئیز (۲۰۰۶)، مکی نیری (۱۳۹۱)، اصلان و تویگار (۲۰۱۵)،

و روش‌ها و پیامدها هم طبقه‌بندی 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 جمع‌بندی می‌نماید آنها را در یک چارچوب علی به صورت روابط علت و معلولی ارائه کند. از این جهت ادبیات مذکور ناکافی بوده و نیاز به تحقیقات بیشتری در این حوزه می‌باشد.

پیشینه تحقیق

در مورد مدیریت برداشت مطالعات قابل توجهی در خارج از کشور انجام شده اما در ایران به خاطر این که موضوع نسبتاً جدید می‌باشد چند تحقیق به صورت سطحی انجام شده است. در جدول شماره ۱ تحقیقات صورت پذیرفته در خصوص مدیریت برداشت و نتایج‌شان و مقایسه آنها با یافته‌های پژوهش حاضر آورده شده است.

بوده و مورد استفاده واقع می‌شود که از آن جمله می‌توان به تحقیق ملکی (۱۳۸۸) اشاره کرد.

۷- برخی دیگر از نظریه پردازان رابطه مدیریت برداشت با سایر متغیرهای مدیریتی از جمله رفتار شهروندی سازمانی و هوش فرهنگی را مورد بررسی قرار داده‌اند که از آن جمله می‌توان به تحقیق نصر اصفهانی (۱۳۸۱) و نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۲) اشاره کرد.

۸- برخی دیگر از نظریه پردازان نیز مؤلفه‌های مرتبط با تاکتیک‌های مدیریت برداشت را استخراج کرده‌اند. که می‌توان آنها را در مؤلفه‌های مانند خودشیرینی، رفتارهای التماس‌آمیز، خودارتقایی، تمثیل، ترس و ارباب، تملق و چاپلوسی و جلب و حمایت دیگران طبقه‌بندی کرد که از آن جمله می‌توان به تحقیق گوال (۲۰۱۵)، پیرس و ویتاک (۲۰۱۵)، کارام و همکاران (۲۰۱۶) اشاره کرد.

با بررسی این ادبیات می‌توان جمع‌بندی کرد که کلیه موارد تحقیقات تاکنون نتوانسته‌اند مدلی یکپارچه از مدیریت برداشت را برداشت کنند که در آن عوامل فرایندها، تاکتیک‌ها

جدول ۱: پیشینه تحقیق و مقایسه با یافته‌ها

ردیف	محقق	سال	مؤلفه مورد بررسی	نتیجه	مقایسه با یافته‌ها
۱	نصر اصفهانی	۱۳۸۱	ارتباط مدیریت برداشت با عملکرد	سبک‌ها و روش‌های مدیریت برداشت مانند خودشیرینی، جلب حمایت، تملق و چاپلوسی ارتباط معناداری با ارزیابی عملکرد افراد دارند	یافته‌های این تحقیق نشان داد که خودشیرینی، جلب حمایت، تملق و چاپلوسی از روش‌ها و تاکتیک‌های IM است و جز تاکتیک‌های رفتاری فردی و عملکردی محسوب شده و بر پیامدهای عملکردی و رفتاری تاثیر می‌گذارند. تاثیر این روش‌ها بر عملکرد نشان‌دهنده‌ی همسویی تحقیق حاضر با تحقیق این محققان می‌باشد.
	بلین باندا و همکاران	۲۰۰۷			
	بولینو و ترونلی	۲۰۰۳			
	وین و لیدن	۱۹۹۹			
۲	روزنبرگ و اگبرت	۲۰۱۱	بررسی روابط بین مدیریت برداشت، روشها و	آنها به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های شخصیتی مانند روان رنجوری، عزت نفس و پنج ویژگی شخصیتی نو ارتباط معناداری با بکارگیری سبک‌های مختلف مدیریت برداشت دارد.	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
	پیترز و لوئیز	۲۰۰۶			
	اوزیل و بائومیستر	۲۰۱۲			

گفت تحقیق حاضر با تحقیقات محققان این گروه نیز همسویی دارد.	تاکتیک های آن با ویژگی های شخصیتی	۲۰۱۴	هال و همکاران	3	
		۲۰۱۵	مورفی		
		۲۰۱۵	اصلان و تویگار		
عوامل فردی مرتبط با مدیر که از دو بعد تقویت کننده و الزام آور تشکیل شده از مؤلفه ها یا علت های رخداد مدیریت برداشت است که با تحقیقات پلاچ و کرپلر و دانایی فرد همخوانی دارد.	رفتارهای مدیران ارتباط معناداری با میزان و نحوه ی مدیریت برداشت در کارکنان دارد.	بکارگیری مدیریت برداشت در کارکنان با رفتارهای مدیریت	۲۰۱۱	پلاچ و کرپلر	4
رفتارهای سیاسی مدیران با مدیریت برداشت	۲۰۰۷	هریس و همکاران	۱۳۹۲	دانایی فرد	
تحقیق حاضر نیز مانند تحقیق هریس، چن و فنگ نشان داد که رفتارهای سیاسی نامطلوب، رفتارهای برداشت گونه را ترویج می دهد.	رفتارهای سیاسی نامطلوب، مدیریت برداشت را توسعه می دهند.	رفتار سیاسی مدیران با مدیریت برداشت	۲۰۰۸	چن و فنگ	5
در تحقیق حاضر اشاره ای به ساختارهای مکانیکی و ارگانیکی نشده است اما می توان 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 می خورد.	در ساختارهای مکانیکی احتمال مدیریت برداشت به مراتب بالاتر از ارگانیک است.	رابطه بین ساختار سازمانی و مدیریت برداشت	۱۳۹۱	مکی نیری	
ابعاد رفتار شهروند سازمانی نشان دهنده تاکتیک های مثبت مدیریت برداشت می باشد که در تحقیق حاضر این مؤلفه ها به عنوان تاکتیک های مثبت شناسایی شده اند.	هوش فرهنگی و رفتار شهروند سازمانی با مدیریت برداشت ارتباط دارد.	رابطه مدیریت برداشت با متغیرهای رفتار شهروند سازمانی و هوش فرهنگی	۱۳۸۱	نصراصفهانی	6
نوع برداشت زنان و مردان متفاوت است اما در تحقیق حاضر زنان و مردان به عنوان عوامل تعدیل گر شناخته شدند که در مدل معنادار نشدند.	زنان و مردان سبک های متفاوتی را در مدیریت برداشت بکار می گیرند. زنان بیشتر از خودشیرینی، تملق، چاپلوسی و جلب حمایت و مردان بیشتر از ارباب. عامل هوش نیز بعنوان یک متغیر مهم در رفتارهای برداشت گونه موثر است.	رابطه متغیرهای دموگرافیک با مدیریت برداشت	۲۰۰۳	بولینو و ترونلی	
			۲۰۱۵	مورفی	7

تمامی مؤلفه‌هایی که در تحقیق گاوال، پیرس و ویتاک، کارام و همکاران شناسایی شدند با روش‌ها و تاکتیک‌های تحقیق حاضر همخوانی دارند.	مؤلفه‌هایی مانند خوشبینی، رفتارهای التماس‌آمیز، خود ارتقایی، تمثیل، ترس و ارباب، تملق و چاپلوسی و جلب حمایت دیگران شناسایی شدند.	استخراج مؤلفه‌های مرتبط با تاکتیک‌های مدیریت برداشت.	۲۰۱۵	گاوال	۸
---	--	--	------	-------	---

تاکتیک‌هایی توسط افراد مورد استفاده قرار گیرند که در ادبیات و پیشینه تحقیق چندان مدنظر قرار نگرفته‌اند این تحقیق از آن جایی که از روش پدیدارشناسی استفاده می‌کند می‌تواند این مؤلفه‌ها در میدان عمل و دنیای واقعی بیشتر مدنظر قرار دهند. سوم این که در رویکرد پدیدارشناسی مطرح شده در این تحقیق تلاش می‌کند در یک چارچوب نظامند تجارب افراد را از مدیریت برداشت در یک سازمان فرهنگی (اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان) مورد بررسی قرار دهد و سپس با رویکرد تجزیه و تحلیل کلایزی با مراحل نظامند مقوله‌ها و مضامین را شناسایی و در یک قالب مفهومی ارائه کند. به همین دلیل چارچوب مفهومی اولیه که مانند پیشینه تحقیقات گذشته باشد اساساً در تحقیقات پدیدارشناسی مدنظر قرار نمی‌گیرند و محقق براساس دیدگاه موستاکاوس (۱۹۹۴) بایستی کلیه مفروضه‌های ذهنی خود را به تعلیق درآمده و کنار بگذارد به همین دلیل تنظیم چارچوب مفهومی اولیه با روح تحقیقات پدیدارشناسی در تناقض است. بر این اساس محقق سوالات اصل زیر را مطرح می‌کند:

سوالات تحقیق

سوال اصلی: تجارب کارکنان اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت چیست؟
سوال فرعی: روش‌ها و تاکتیک‌های مدیریت برداشت حاصل از تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان کدامند؟

با توجه به پیشینه تحقیق مذکور و دسته‌بندی که از ادبیات تحقیق موجود در بیان مسأله انجام گرفت محققان به این نتیجه رسیدند که ارائه یک چارچوب مفهومی از روابط براساس ادبیات تحقیق حاضر امکان‌پذیر نمی‌باشد از سوی دیگر فرایندهای مدیریت برداشت و چگونگی انجام آن تابع مسائل فرهنگی ارزشی و اجتماعی است این مسأله باعث پیچیدگی در طبقه‌بندی و احصاء عوامل مرتبط با مدیریت برداشت و استراتژی‌های آن در افراد می‌گردد لذا با توجه به این موارد پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که بایستی تجارب افراد را از مدیریت برداشت، استراتژی‌ها و عوامل مؤثر بر آن شناسایی کنند و سپس این مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر به صورت منطقی، تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی نمایند. بر این اساس رویکرد پدیدارشناسی از سه جنبه مدنظر قرار گرفت. اول آن که رویکردهای پدیدارشناسی به پژوهشگران کمک می‌کند تا تجارب زیسته و معنای برآمده از ذهن افراد را استخراج، ساده‌سازی و تفسیر نماید. در این تحقیق نیز از آن جایی که مدیریت برداشت از سازمان به سازمان و از فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت است تلاش شده است تا تجارب زیسته افراد از این مفهوم شناسایی گردد. دوم این که در رویکرد پدیدارشناسی محقق آنچه را که در دنیای واقعی افراد رخ می‌دهد را شناسایی و احصاء می‌کند در قلمرو پدیده مدیریت برداشت تحقیقاتی که تاکنون انجام شده‌اند بیشتر متکی بر ادبیات و پیشینه تحقیق هستند حال آن که در این حوزه ممکن است مؤلفه‌ها مقوله‌ها یا روش یا

اهداف تحقیق

هدف اصلی: توصیف تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از مدیریت برداشت و دلایل ایجاد آن هدف فرعی: توصیف روش‌ها و تاکتیک‌های حاصل از مدیریت برداشت بر مبنای تجارب کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان.

روش‌شناسی، جامعه آماری و ابزار پژوهش

در تحقیق حاضر با توجه به هدف اصلی پژوهش، روش تحقیق به کار گرفته شده از نوع کیفی و براساس روش پدیدارشناسی مبتنی بر الگوی اصلاح شده استیویک - کولایزی- کن^۷ است. مشارکت کنندگان در تحقیق کلیه کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان که شامل ۱۰۵ نفر بودند روش تعیین مشارکت کنندگان در این تحقیق بر مبنای روش نمونه‌گیری هدفمند تمایز حداکثری بود به منظور گردآوری اطلاعات محقق از ابزار مصاحبه استفاده کرده است. برای مصاحبه ابتدا مشارکت کنندگان در تحقیق که کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان را تشکیل داده‌اند به عنوان مشارکت کننده انتخاب شدند. سپس آن قدر مصاحبه‌ها با رویکرد پدیدارشناسانه انجام گرفت تا به اشباع اطلاعات برسد. به منظور بررسی اشباع اطلاعات از روش نمونه‌گیری تمایزی استفاده شد، هفت عدد نمونه گرفته شد و بررسی شد که آیا کدهای استخراج شده با کدهای ۲۴ نفر مصاحبه شونده یکسان است یا خیر؟ نتایج نشان داد که اشباع اطلاعات رخ داده و این هفت نفر چیز جدیدی را ارائه ندادند. سپس قابلیت اعتماد و اعتبار را انجام می‌دهد. بنابراین در این مطالعه مصاحبه با اولین مشارکت کننده آغاز و تا رسیدن به حد اشباع اطلاعات، یعنی ۲۴ نفر مشارکت کننده به اتمام رسیده است.

روایی تحقیق

براساس رویکرد (لینکلن و گوبا^۸ ۲۰۰۷) روایی سازه در بخش کیفی به روش‌های زیر مورد بررسی قرار گرفته است: ۱- روش سه سویه‌نگر: در این رویکرد هر سوال مصاحبه از طریق دو یا چند سوال دیگر، از مشارکت کنندگان پرسیده شده است به طوری که از زوایای مختلف به پدیده مورد نظر نگریسته شود. در این تحقیق محقق سه گروه سؤال مشابه طراحی نمود و سپس در هر مرحله برای دستیابی به صحت و دقت اطلاعات این سئوال‌ها را مطرح نمود که نتایج نشان داد که کلیه زوایای سؤال مشخص شده واز زوایای متفاوت به مسئله نگریسته شده است.

۲- رویکرد انعطاف روش: محقق کلیه مصاحبه‌ها را پس از پیدا شدن نهایی مفاهیم و طبقه‌بندی، مجدداً ارزیابی کرده، محتوا، طبقه‌بندی و کدگذاری را بازبینی نموده و در این راه دیدگاه چندین نفر از متخصصان حوزه مدیریت و مصاحبه شونده‌ها را در زمینه کدگذاری جویا شده است و براساس این دیدگاه این افراد، طبقه‌بندی صورت گرفته، طبقه‌بندی نهایی را انجام داده است.

الف) روایی بیرونی: محقق قبل از آن که مصاحبه‌های انجام شده را با یکدیگر ترکیب کند نتایج حاصل از هر مصاحبه را با نتایج مصاحبه دیگر مقایسه کرده است و میزان تکرارپذیری آن را براساس فراوانی تکرارپذیری مورد بررسی قرار داده است در ۵ مصاحبه اولیه میزان تکرارپذیری نظرات افراد حاصل از مصاحبه براساس درصد فراوانی و تکرار ۴۰٪ بوده است اما پس از آن و در ۱۵ مورد پایایی میزان تکرارپذیری نظری مفاهیم و مقوله‌ها به نزدیک ۹۸٪ رسیده است. لذا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که میزان تکرارپذیری نظری قابل قبول و معیار انتقال‌پذیری مناسب بوده است.

ب) روایی توصیفی^۹: برای دستیابی به نتایج مقبول محقق در مصاحبه‌های خود از چندین مشاهده‌گر برای ثبت و توصیف مفاهیم و اظهارات معنادار استفاده کرده است که در چندین مورد استاد راهنما نیز به عنوان مشاهده‌گر در

ج) وجود هفت مصاحبه کننده یا چند مشاهده گر برای انجام مصاحبه و اطلاعات حاصل از مصاحبه ها برای جمع آوری اطلاعات مصاحبه ها، از چند پرسشگر استفاده شده و نتایج حاصل با یکدیگر مقایسه شده است تا سازگاری یا اطمینان مناسب حاصل آید.

یافته ها

با توجه به هدف اصلی این تحقیق، که شناسایی تجارب مشارکت کنندگان، در تحقیق از مدیریت برداشت بود، یک سوال مهم مطرح گردید، کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان، چه تجاربی از مدیریت برداشت دارند، دلایل ایجاد آن از نظر آنها کدام است و پیامدهای مدیریت برداشت از نظر آنها کدام است آن را چگونه معنابخشی می کنند؟ و آن این بود که اساس تجارب کارکنان چگونه بود. نتایج حاصل از خروجی تجارب افراد را نشان می دهد. براساس این خروجی می توان، تجارب را در سه بخش عمده عوامل مدیریت برداشت، روش ها و تاکتیک های مدیریت برداشت و پیامدهای حاصل از مدیریت برداشت طبقه بندی کرد که در نمودارهای شماره ۱ الی ۹ بدان اشاره شده است.

الف- عوامل مدیریت برداشت

عوامل مدیریت برداشت خود شامل ۱- عوامل فردی (مرتبط با نیازهای کارکنان- مرتبط با مدیر) ۲- عوامل سازمانی ۳- عوامل فرهنگی - اجتماعی ۴- عوامل تعدیل گر ترویج کننده و به شرح زیر است.

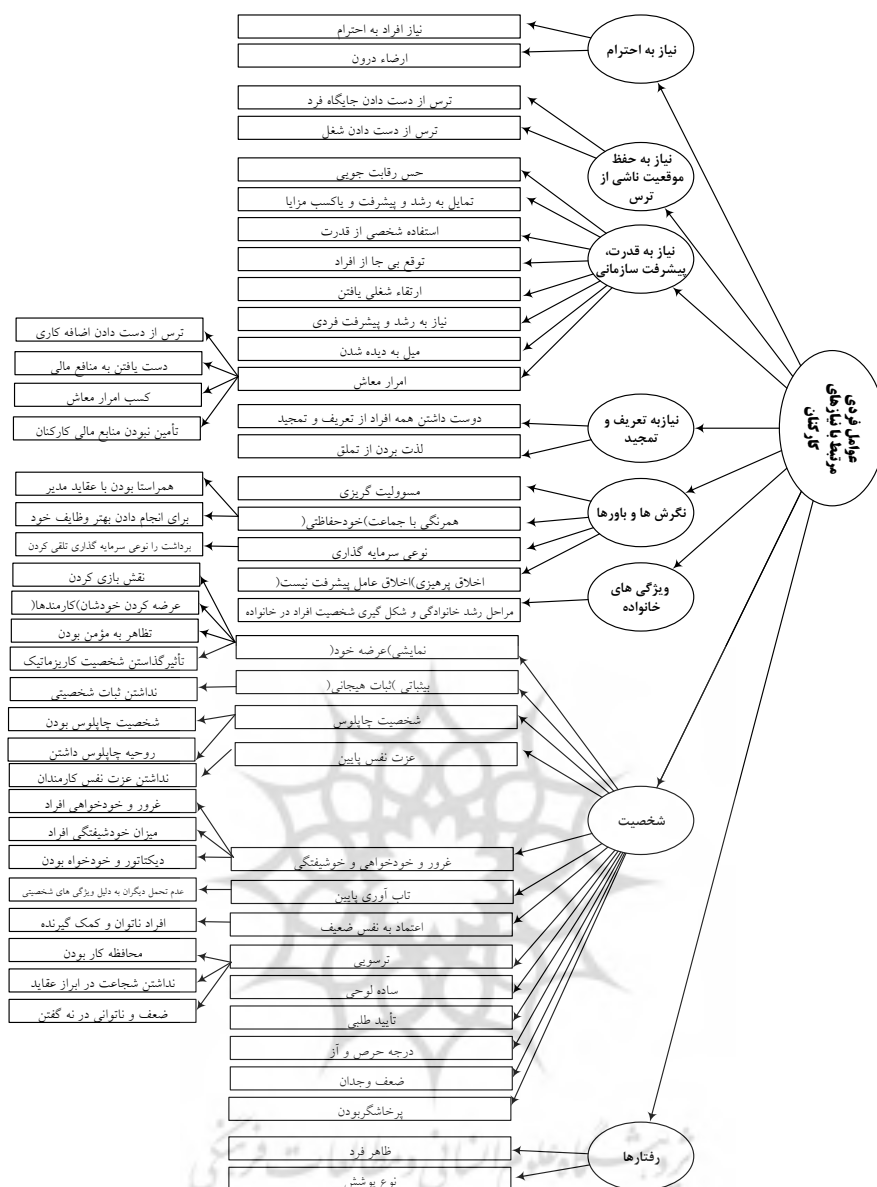
کنار سایر مشاهده کنندگان تحقیق بوده است. به طور متوسط مصاحبه کننده در هر مصاحبه با سه مشاهده گر نتایج را ثبت کرده و سپس مشاهده آنها را با یکدیگر مقایسه و در کنار یکدیگر قرار داده است.

ج) روایی تفسیری^{۱۰}: کلیه کدگذاری ها، مفاهیم و به ویژه اظهارات معنادار استخراج شده از مفاهیم خلاصه شده از مصاحبه ها و طبقه بندی مقوله ای آنها را در اختیار مشارکت کنندگان تحقیق (۲۴ مصاحبه شونده) قرار داده است تا مشخص شود آیا افراد با آن چه در مصاحبه ها مطرح کرده اند، موافقت، آیا اظهارات معنی دار استخراج شده و مقوله بندی آنها درست بوده است؟ پس از انجام تغییرها و برگشت نظرات مصاحبه شوندهگان (۲۴ مورد) کلیه موارد مورد بازبینی مجدد قرار گرفت و براساس تغییرهای آنها از پدیده مورد بررسی مجدداً اصلاحات صورت گرفت و پس از تایید نهایی در تحقیق قرار گرفتند.

پایایی تحقیق

به این منظور از رویکرد رانو و پری^{۱۱} (۲۰۰۳) استفاده شده که برای رسیدن به پایایی در این تحقیق اقدامات زیر صورت گرفته است:

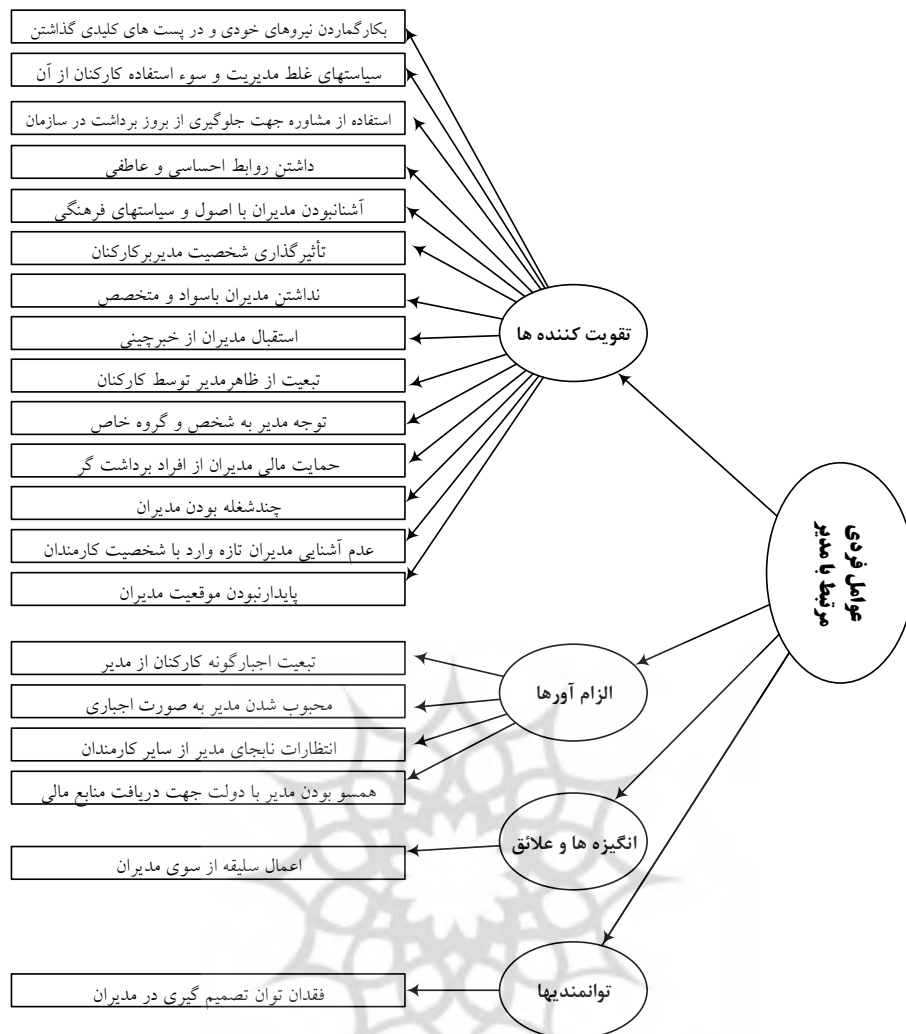
الف) استفاده از فرآیندهای ساخت یافته و دقیق در تنظیم مصاحبه های تحقیق
کلیه مصاحبه های انجام شده به صورت اصولی، منطقی و منظم تنظیم شوند.
ب) سازماندهی فرآیندهای ساخت یافته برای ثبت، نوشتن، کدگذاری و تغییر داده ها.
از رویکرد اصلاح شده استیوک - کن - کلایزی استفاده شود و کلیه موارد به صورت گام به گام و دقیق بر مبنای رویکرد موجود انجام شود.



نمودار ۱ - تجارب کارکنان از عوامل فردی مرتبط (با نیازهای کارکنان) با برداشت در سازمان

کارکنان برای رسیدن به اهداف و نیازهای خود دست به تنظیم رفتارهای شان می‌زنند. آنها نسبت به موقعیت حساس هستند، اولاً موقعیت شغلی خود و ثانیاً موقعیت محیط. آنها این موقعیت‌ها را شناسایی کرده و عکس‌العمل نشان می‌دهند به همین خاطر رفتارهای متفاوتی از خود بروز می‌دهند این افراد در جمع یک رفتار دارند و در خلوت رفتار دیگری. از طرفی خیلی از مصاحبه‌شونده‌ها اذعان داشتند که ویژگی‌های شخصیتی نیز در مدیریت برداشت تأثیر دارد افرادی که از اعتماد به نفس پایینی برخوردارند و یا روحیه متملق و چابک‌پوشی دارند خیلی راحت دست به مدیریت برداشت می‌زنند. "من سازمان را خیلی دخیل نمی‌بینم من بیشتر من و شخصیت من را دخیل می‌بینم". هستند افرادی که شرایط خیلی خوبی دارند که بخوان با مدیر ارتباط برقرار کنند و ... اما هیچ‌وقت به خودشان اجازه نمی‌دهند دست به این کار بزنند. این به شخصیت برمی‌گردد چون همه ما در یک سیستم کار می‌کنیم

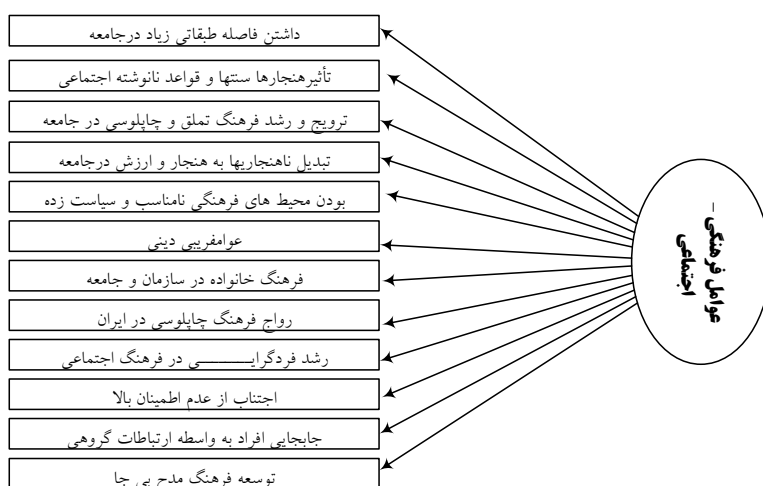
اعتماد به نفس پایینی برخوردارند و یا روحیه متملق و چابک‌پوشی دارند خیلی راحت دست به مدیریت برداشت می‌زنند. "من سازمان را خیلی دخیل نمی‌بینم من بیشتر من و شخصیت من را دخیل می‌بینم". هستند افرادی که شرایط خیلی خوبی دارند که بخوان با مدیر ارتباط برقرار کنند و ... اما هیچ‌وقت به خودشان اجازه نمی‌دهند دست به این کار بزنند. این به شخصیت برمی‌گردد چون همه ما در یک سیستم کار می‌کنیم



نمودار ۲ - تجارب کارکنان از عوامل فردی مرتبط (با مدیر) با برداشت در سازمان

اگر هنر برخورد با مجموعه‌اش را بداند مثلاً مدیری داشتیم که یه نفر رفت پیشش زیرآب زنی، سریع با نفری که پشت سرش حرف زده بود تماس گرفت گفت بیا اتاق و این دو را با یکدیگه رودرو کرد و من اینو هیچ‌وقت فراموش نمی‌کنم". توانمندی یا عدم توانمندی مدیران نیز در این گونه رفتارها مؤثر بود مصاحبه شونده‌ای اظهار داشت: "به نظر من تمامی این مدیریت برداشت به مدیر بر می‌گردد و این برداشت منفی که در سازمان شکل می‌گیره منشأ آن بی‌لیاقتی مدیران هست ولی شایستگی مدیران که می‌تونه عین پدر یه خانواده بتونه اداره را مدیریت کند".

بسیاری از مصاحبه شونده‌ها، مدیریت برداشت را حال ویژگی‌ها و رفتارهای مدیر و یا مافوق خود تعبیر کردند. سایه مدیریت برداشت را در جنبه‌های مختلف زندگی کاری خود احساس می‌کردند و نقش مدیران را در انجام رفتارهای برداشت گونه کمتر از نقش افراد در انجام این رفتارها نمی‌دیدند، نوع و سبک مدیریتی مدیران، داشتن توانایی و روحیات سلیقه مدیران تأثیرگذار بود و عواملی بودند که باعث تقویت این پدیده می‌شدند. در این باره شرکت کنندگان تجارب خود را چنین بیان کردند: "مدیر یک مجموعه خیلی میتونه تأثیرگذار، به نظر من مدیریت یک هنر است علم نیست



نمودار ۳ - تجارب کارکنان از عوامل فرهنگی - اجتماعی با برداشت در سازمان

را مقصر نمی بینم چون همیشه میگو خدا رو شکر در اداره ای کار می کنم که پوشش و روال کاری ما یکی است و کسی از بیرونمان خبر ندارد. اما در جامعه این جور نیست پوشش بیرونی تو باعث میشه که در مورد تو قضاوت کنند ماشینت، خونت ولی اداره این رو نداره خدا رو شکر".

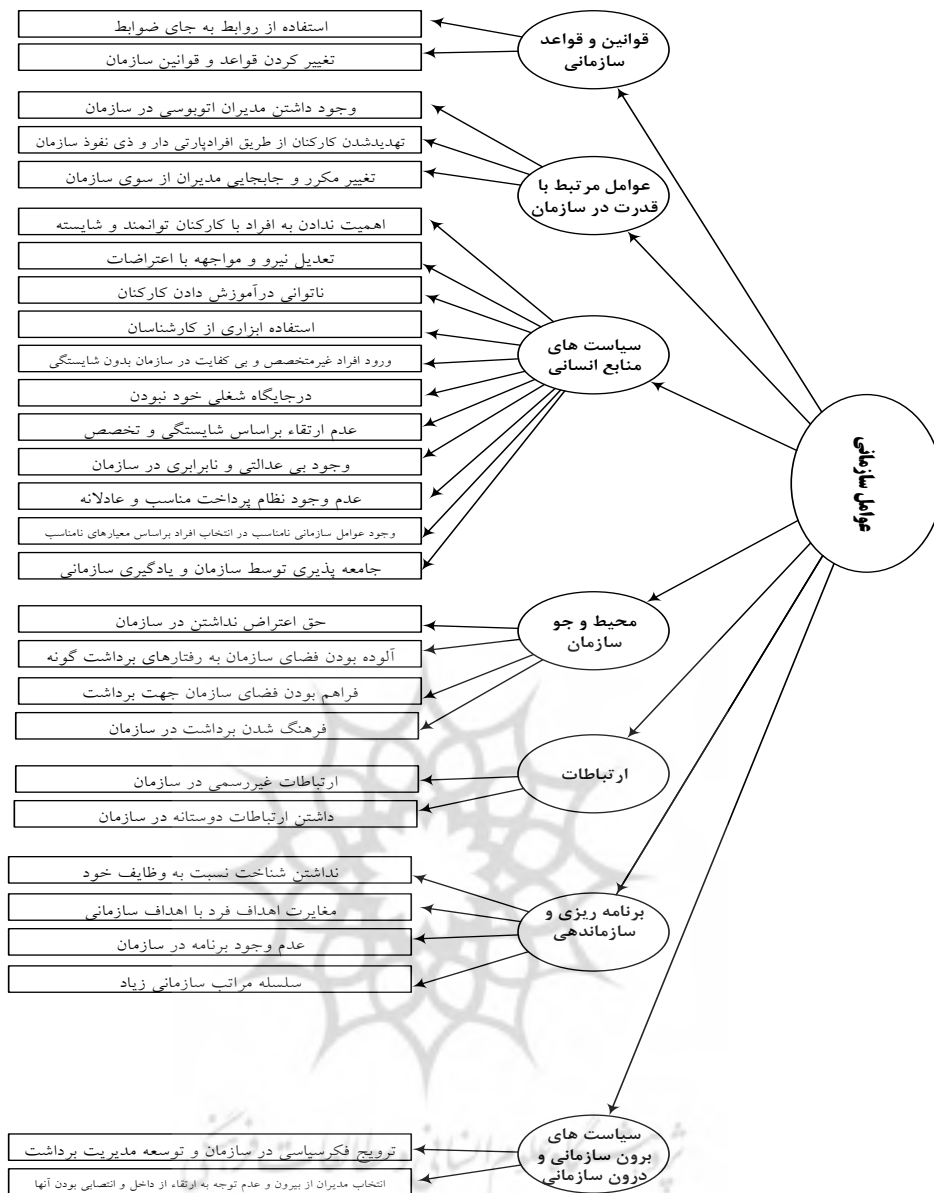
از مصاحبه های به عمل آمده چنین بر می آید که بسیاری از مشارکت کنندگان در این پژوهش فرهنگ و جامعه را در بروز چنین رفتارهایی مقصر می دانند و معتقد بودند فرهنگ و اجتماع این فضا و بستر را برای این گونه رفتارها مهیا می کنند. در این رابطه مشارکت کننده ۲۱ بیان کرد: "در صورتی که قبلاً خیلی این جور نبود فاصله طبقاتی این همه نبود اما سازمان



نمودار ۴ - تجارب کارکنان از عوامل سیاسی با برداشت در سازمان

برداشت این گونه می گوید: "تفکر سیاسی خیلی نقش داره. چون ارشاد یکی از سیاسی ترین دستگاه هاست، یه سری میخواد خودشونو نزدیک کنن. ببینید نزدیک شدن هست اما این که بخوان خودشونو از لحاظ سیاسی همسو کنند نه چنین چیزی وجود ندارد. من برخورد نداشتم".

همگی مصاحبه شوندگان به نوعی در میان اظهاراتشان به سیاست نیم نگاهی داشتند ولی خیلی محافظه کار به آن پرداختند اما چند مشارکت کننده واضح عامل سیاسی را در انجام و استفاده از تاکتیک های مدیریت برداشت مؤثر دانستند. مشارکت کننده ۶ در اظهارات خود در عوامل مدیریت



نمودار ۵ - تجارب کارکنان از عوامل سازمانی با برداشت در سازمان

برون سازمانی و درون سازمانی "می باشد. شرکت کنندگان در این زمینه اظهار نمودند:
 "بعد فهمیدم شیوه کاری و تاکتیک کاری آنها همینجوره و به نظر من علت آن هم این بود که آقای... از بیرون به سازمان ما آمده بود اگر مدیر از بدنه خود سازمان باشه قطعاً روحیه کارمندان را می شناخت و نمیداشت چنین اتفاقی بیفتد."

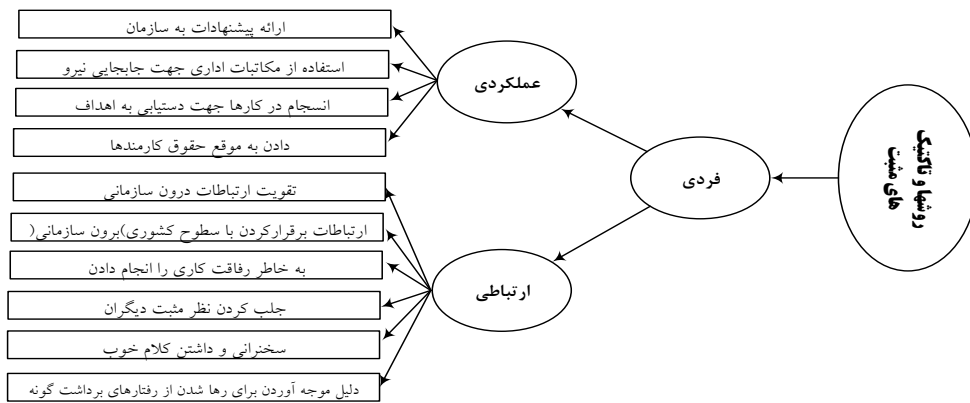
به طور کلی این مضمون اشاره به عواملی هستند که سازمان در آن دخیل هست و ما را با عوامل سازمانی که موجب رخ دادن این پدیده می شود آشنا می سازد. زیر مضامین این مضمون شامل "قوانین و قواعد سازمانی، عوامل مرتبط با قدرت در سازمان، سیاست های منابع انسانی، محیط و جو سازمان، ارتباطات، برنامه ریزی و سازماندهی، سیاست های



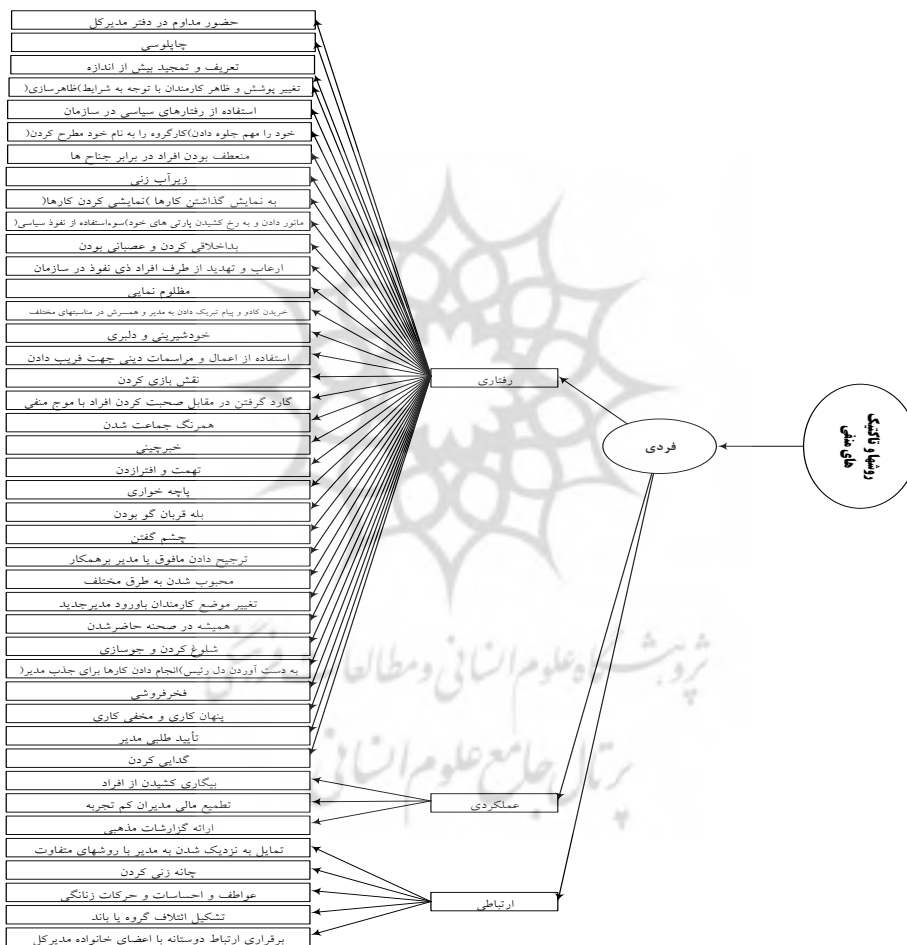
نمودار ۶ - تجارب کارکنان از عوامل تعدیل گر ترویج کننده برداشت در سازمان

دوم آن فردی - رفتاری، فردی - عملکردی و فردی - ارتباطی می باشد. همگی مصاحبه شوندگان روش ها و تاکتیک های متفاوتی را بازگو کردند، به همین خاطر محقق این مضمون را به دو دسته روش ها و تاکتیک های مثبت و منفی طبقه بندی کرد تا برای مخاطبان بهتر ملموس باشد و آنها را از ابهام دور کند. مشارکت کننده ۲۱ در اظهارات خود در انتخاب روش ها و تاکتیک ها این گونه می گوید: "اگه اتاقمون یکی نبود سعی می کنم بیشتر بهش سر بزنم روابطم رو صمیمانه تر می کنم و قطعاً یک خصلت خوبی داشته باشه که من ازش خوشم اومده یا مشارکت باهام داشته باشه و سعی میکنم مشارکت رو ادامه بدم."

سن، وضعیت تحصیلات، تجربه و سابقه کاری، در انجام دادن مدیریت برداشت برای کارکنان و مدیران تأثیرگذار بود. از یافته های تحقیق حاضر چنین بر می آید که عواملی هستند که شدت استفاده از مدیریت برداشت را یا زیاد می کنند و یا کم. بر این عقیده بودند که در هر دو جنس این اتفاق می افتد و سن نیز در همه سطوح سنی این پدیده رخ می دهد. (ب) روش ها و تاکتیک های مدیریت برداشت در سازمان روش ها و تاکتیک های مورد استفاده از مدیریت برداشت در سازمان عبارتند از: ۱- روش ها و تاکتیک های مثبت که مقوله سطح دو آن فردی - عملکردی و فردی - ارتباطی می باشد. ۲- روش ها و تاکتیک های منفی که مقوله سطح



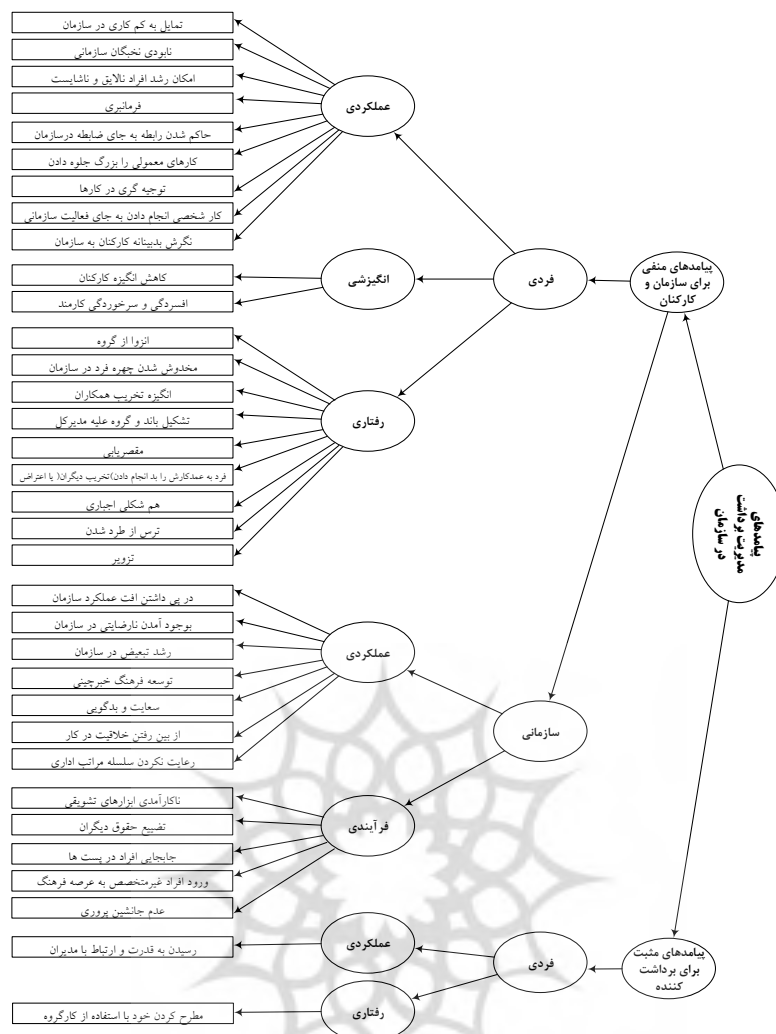
نمودار ۷- تجارب کارکنان از روش‌ها و تاکتیک‌های مثبت برداشت در سازمان



نمودار ۸- تجارب کارکنان از روش‌ها و تاکتیک‌های منفی برداشت در سازمان

را در بر می‌گیرد و بعد سازمانی که ابعاد فرآیندی و عملکردی را در بر می‌گیرد ۲- پیامدهای مثبت برای فرد که شامل مقوله اصلی فردی و دو مقوله‌ی فرعی بنام رفتاری و عملکردی می‌باشد.

ج) پیامدهای حاصل از مدیریت برداشت در سازمان
پیامدهای حاصل از مدیریت برداشت در سازمان عبارتند از: ۱- پیامدهای منفی برای سازمان و کارکنان که شامل بعد فردی که ابعاد رفتاری، انگیزشی و عملکردی



نمودار ۹ - پیامدهای مدیریت برداشت در سازمان

گفت در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان افراد به علت نیاز به احترام، نیاز به حفظ موقعیت خود، نیاز به کسب قدرت و پیشرفت سازمانی و از آنجایی که همه افراد در سازمان دوست دارند تعریف و تمجید بشوند روی به مدیریت برداشت در سازمان می‌آورند. ویژگی‌های خانواده و نگرش‌ها و باورها نیز تأثیرگذار است. از طرفی دیگر مصاحبه شوندگان معتقد بودند که شخصیت یک عامل فردی است که در می‌تواند در برداشت بسیار تأثیرگذار باشد چون که شخصیت افراد در سازمان متفاوت هست، افراد با روحيات و شخصیت‌های مختلفی از قبیل (چاپلوس و متملق بودن، اعتماد به نفس پایین، غرور و خودشیفتگی و نداشتن ثبات شخصیتی و هم‌چنین تاب‌آوری پایین) در

علل بوجود آمدن مدیریت برداشت در سازمان

علل بوجود آمدن مدیریت برداشت در سازمان در شش مقوله اصلی خلاصه و جمع‌بندی شد که به شرح زیر است:

الف- عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان

در تفسیر این مسئله باید گفت مصاحبه شوندگان شاغل در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان اعتقاد داشتند که عوامل فردی در این ادارات منجر به مدیریت برداشت در سازمان می‌شوند بیشتر اعضای سازمان تمایل به حفظ موقعیت کنونی خود دارند. حفظ موقعیت کنونی مستلزم این است که فرد در دوره‌هایی که در موقعیت‌های پیچیده قرار می‌گیرد سعی دارد با استفاده از تاکتیک‌های مدیریت برداشت در حالت برد - برد قرار بگیرد و می‌توان

که با تحقیق بلین و باندا و همکاران (۲۰۰۷) نیز همراستاست آنها به این نتیجه رسیدند که ظاهر فیزیکی افراد می‌تواند بر مدیریت برداشت تأثیرگذار باشد.

د) عوامل سیاسی

در تفسیر این مسئله باید گفت مصاحبه شوندگان شاغل در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان اعتقاد داشتند که عوامل سیاسی در این ادارات منجر به مدیریت برداشت در سازمان می‌شود و می‌توان گفت در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از عوامل سیاسی از جمله سیاست‌زدگی کارمندا و مدیران اداره فرهنگ و ارشاد، تغییر شرایط سیاسی کشور، انتصاب افراد وابسته به قدرت سیاسی کشور، تأثیرپذیری فرد از جو سیاسی و اجتماعی و حمایت افراد وابسته به گروه خاص و افراد هم حزبی اشاره کرد. سیاست‌زدگی در سازمان باعث شده که افراد با توجه به تغییر شرایط سیاسی کشور رفتار کنند و هر حزبی که روی کار آمد رفتار خودشان را با آن حزب مطابق بدهند و از طرفی دیگر تغییر مدیران خیلی راحت صورت می‌گیرد و هر مدیری که وابسته به حزب پیروز هست انتخاب می‌شود و این می‌تواند از عوامل سیاسی مؤثر در انجام مدیریت برداشت باشد، که یافته‌های حاصل از این مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که با تحقیق چن و فنگ (۲۰۰۸)، در تحقیقی با عنوان "میزان سیاست‌زدگی سازمان و تأثیر تاکتیک‌های مدیریت برداشت" که به این نتیجه رسید که هر چقدر کارمندان احساس سیاست‌زده بودن سازمان را داشته باشند استفاده از تاکتیک‌های تمرکز بر سرپرست و خود شیرینی بیشتر و این تاکتیک‌ها نتیجه مثبت‌تری می‌دهند، با بخشی از یافته‌های این تحقیق همراستاست.

ه) عوامل سازمانی

سازمان تأثیر بسیار زیادی بر مدیریت برداشت دارد اگر سازمان افراد غیرمتمن و از روابط به جای ضوابط استفاده کند مطمئناً افراد بیشتر به سمت برداشت روی می‌آورند. سازمان نایستی به کارکنانش به مثابه

سازمان وجود دارد که این افراد در سازمان بیشتر دست به مدیریت برداشت می‌زنند. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که با تحقیق هال و همکاران (۲۰۱۴) که نتایج تحقیق آنها نشان داد که شخصیت افراد با سبک مدیریت برداشت آنها رابطه دارد هم‌خوانی دارد.

ب) عوامل فردی مرتبط با مدیر

در تفسیر این مسئله باید گفت مصاحبه شوندگان شاغل در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان اعتقاد داشتند که مدیریت و سبک نگرش مدیر در برداشت سازمانی تأثیرگذار است. نتایج این مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که با تحقیق هال و همکاران (۲۰۱۴) که به این نتیجه رسیده بودند که شخصیت افراد بر سبک مدیریت برداشت آنها متفاوت هست همراستاست، چرا که سبک شخصیتی مدیری بر سبک مدیریتی وی تأثیر می‌گذارد نحوه ارتباط مدیر با کارمند براساس این سبک مدیریتی شکل می‌گیرد. در نتیجه شخص متوجه می‌شود که برای این که بتواند جایگاه بهتری در سازمان داشته باشد باید مطابق میل مدیر رفتار کند.

ج) عوامل فرهنگی - اجتماعی

در تفسیر این مسئله باید گفت مصاحبه شوندگان شاغل در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان اعتقاد داشتند که عوامل فرهنگی در این ادارات منجر به مدیریت برداشت در سازمان می‌شود و می‌توان گفت در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان، عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر بوده است. بخشی از یافته‌های این تحقیق که حاصل تجارب مصاحبه شوندگان است با نتایج تحقیق نصر اصفهانی (۱۳۸۱) که در تحقیقی با عنوان "مدیریت برداشت دیگران از خود" انجام داده بود و به این نتیجه رسید که افراد برای برقراری ارتباط مؤثر لازم است در انتخاب کلمات، لحن صدا، حرکات بدن و ظاهر خود تغییراتی بوجود آورند همراستاست. چون فرد در شرایط محیطی سعی می‌کند رفتار خود را با افراد یا با محیط سازگار کند. از سوی دیگر نتایج یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد

ابزار نگاه کند بلکه بایستی یک دید انسانی به کارمندان داشته باشد و بداند که رضایت کارکنان منجر به اثربخشی سازمان می‌شود. روزنفلد در تحقیقی که در سال (۱۹۹۷) با موضوع مدیریت برداشت "انصاف و کاربردهای آن در مصاحبه‌های استخدامی‌ها" انجام داده بود به این نتیجه رسید که سازمان‌ها می‌بایست مدیریت برداشت را مهارت در نظر بگیرند نه نقطه ضعف که این نتیجه با بخشی از یافته‌های حاصل از این مصاحبه همراستاست.

(و) عوامل تعدیل‌گر

مصاحبه شوندگان معتقد بودند که عوامل تعدیل‌گر برای ترویج این پدیده تأثیرگذار هستند که از جمله آنها می‌توان به تحصیلات، جنسیت، سن، درجه تخصص، نگرش‌ها و باورها، باورها و اعتقادات، و تعدیل‌گرهای روانشناختی و رفتاری اشاره کرد. مصاحبه شوندگان به این نکته اشاره کردند که افراد با سواد و متخصص نسبت به افراد کم سواد کمتر دست به مدیریت برداشت می‌زنند.

پیشنهادات

با توجه به عوامل فردی مرتبط با نیازهای کارکنان که در مورد دلایل مدیریت برداشت در سازمان بیان شده است در این بخش پیشنهاد می‌گردد، اقداماتی که بایستی صورت گیرد عبارتند از: برقراری برنامه‌های بهبود مدیریت منابع انسانی برای آموزش مهارت‌های رقابت‌جویی سالم، مشخص کردن مسیر پیشرفت برای ارتقاء شغلی افراد، ایجاد روحیه مشارکت‌پذیری و انتقاد سازنده در بین کارکنان سازمان، ایجاد امنیت شغلی برای کارکنان و کاهش جو ترس هراس از انتقاد، اهمیت ندادن به افراد با شخصیت‌های چاپلوس و متملق، آموزش دادن به افراد جهت بالا بردن عزت نفس با تاب‌آوری بالا.

● با توجه به عوامل فردی مرتبط با مدیر که در مورد دلایل مدیریت برداشت در سازمان بیان شده است در این

بخش پیشنهاد می‌گردد، اقداماتی که بایست انجام داد شامل: اجازه اظهارنظر کارکنان در سازمان و حتی اجازه نقد از مدیر، نقد و بیان عقاید توسط کارکنان در سازمان و آموزش مدیران جهت تغییر سبک رهبری به سبک مشارکتی و مشورتی می‌باشد.

● با توجه به عوامل فرهنگی - اجتماعی که در مورد دلایل مدیریت برداشت در سازمان بیان شده است در این بخش پیشنهاد می‌گردد، اقداماتی از قبیل: جلوگیری از سوء استفاده ابزاری از دین در سازمان، از بین بردن فرهنگ چاپلوسی در سازمان.

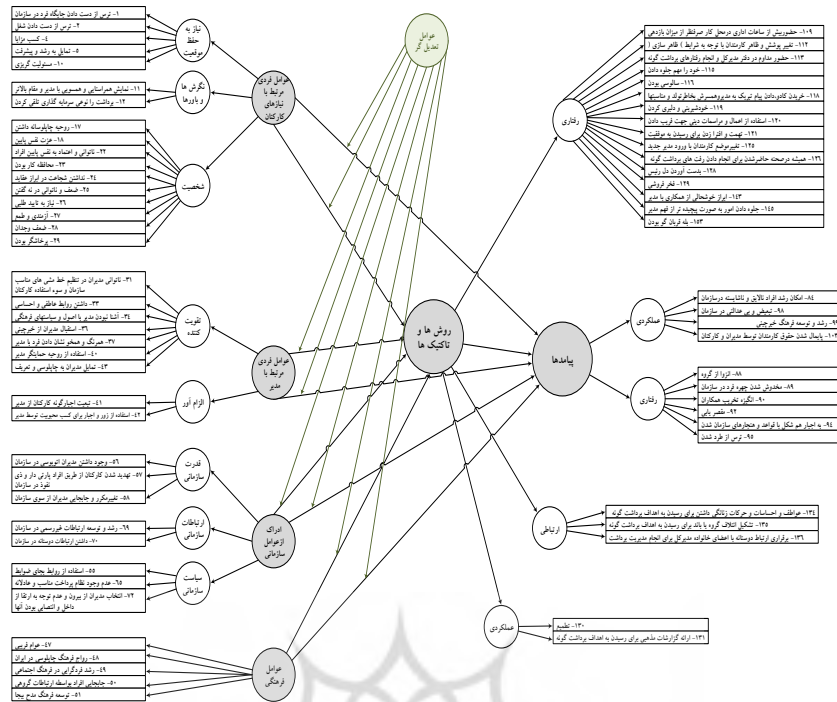
۳- از بین بردن فرهنگ مورد اتهام قرار گرفتن افراد برای دادن نظرات و ایده‌ها در بین کارکنان سازمان.

● با توجه به عوامل سیاسی که در مورد دلایل مدیریت برداشت در سازمان بیان شده است در این بخش پیشنهاد می‌گردد، اقداماتی از قبیل: جلوگیری از هرگونه استخدام براساس روابط فامیلی، قومی و فامیلی، حمایت نکردن از افراد وابسته به حزب یا گروه خاص، محیط سازمان را از جو سیاسی دور نگه داریم، ارتقاء شغلی براساس شایستگی افراد صورت بگیرد نه براساس وابسته بودن به حزب یا جناح خاصی صورت گیرد.

● با توجه به عوامل سازمانی که در مورد دلایل مدیریت برداشت در سازمان بیان شده است در این بخش پیشنهاد می‌گردد.

هم‌سو کردن فعالیت گروه‌های کاری در جهت اهداف سازمان و ایجاد هم‌دلی و همکاری بین گروه‌های کاری در سازمان صورت گیرد.

مدل مفهومی تحقیق



Drory, A, Zaidman, N (2007). "Impression management behavior": Journal of Managerial Psychology.

Ellis, A, West, B, Ryan, A, Deshon, R. (2002), "The use of impression management tactics in structured interviews: a function of question type?", Journal of Applied Psychology.

Gardner, W.L & Martinko, M.J (1988). Impression Management in Organization. Journal of Management.

Gofman, E (1959), The presentation of self in everyday life, Garden City, NY: Doubleday Anchorself.

Jones, E.E & Pittman, T.S (1982), Towards a general theory of strategic self- presentation. In j. Suls (ed) 262 perspective of the Self.

Luthans, F (1992), Organization Behavior, Sixth Edition, Mc Graw- Hill.

Rao, A, Schmidt, S.M & Murry, L.H (1995), Upward Impression Management: Goals, Influence Strategies, and Consequences. Human Relation.

Rosenfeld, P, Giacalone, R.A and Riordan, C.A (2002), Impression Management: Building and Enhancing Reputations at Work, Thomson Learning, London.

Robbins, S (1997), Managing Today, First Edition, Prentice- H

Vilela B.B, Gonzalez. A.V, Ferrin P.F.Ri o Arau jol (2007), Impression Management

منابع

انصاری، محمداسماعیل، حسین استادی و معصومه مطهری (۱۳۸۸). تأثیر مدیریت برداشت بر عملکرد شرکت مخابرات براساس مدل کارت امتیازی متوازن در مخابرات اصفهان، مدیریت فرهنگ سازمانی.

برومند، زهرا (۱۳۹۱). مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات پیام نور.

دانایی فرد، حسن، علی رجبزاده قطری و پریسا مکی نیری (۱۳۹۲). مدیریت برداشت در نفوذ رو به بالا، فصلنامه مطالعات مدیریت نیروی انتظامی.

کریتنر، رابرت و آنجلو کینیکی (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه: علی اکبر فرهنگی؛ حسین صفرزاده، تهران: انتشارات پیام پویا.

نصر اصفهانی، علی (۱۳۸۱). مدیریت برداشت دیگران از خود، فصلنامه علمی، ترویجی مدیریت و توسعه.

Bolino, M.C, Turnley, W.H (1999), "Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy". Organizational Research Methods.

Weiss, J (1996), *Organization Behavior and Change*, First Edition, West Publishing Company

ffective context: influence on sales performance appraisal, *European Journal of Marketing*.

یادداشت‌ها

1. *Goffman*
2. *Impression Management*
3. *Drory and Zaidman*
4. *Weiss*
5. *Robbins*
6. *Luthans*

7. *Colaizzi - Kan -Stevic*
8. *Lincoln and Guba*
9. *Descriptive Validity*
10. *Interpretive Validity*
11. *Rao and Perry*

