

Public Organizations Management

ORIGINAL ARTICLE

Design and Validation of Organizational Symbolism Model in Government Organizations of Ilam Province

Alireza Mooghali¹, Yahya Rostamnia^{2*}, Sayd Mohammadhosein Kamani³, Amirhossein Amirkhani⁴

Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran

Ph.D. Candidate, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

³. Assistant Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

⁴. Associate Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence

Yahya Rostamnia

Email:

yahya.rostamnia1365@student.pnu.ac.ir

How to cite

Mooghali, A.R., Rostamnia, Y.M., Kamani, S.M.H., & Amirkhani, A.H. (2023). Design and Validation of Organizational Symbolism Model in Government Organizations of Ilam Province. *Public Organizations Management*, 11(4), 97-120.

ABSTRACT

The current research was conducted with the aim of designing and validating the model of organizational symbolism in government organizations of Ilam province. This research is exploratory in terms of practical purpose and in terms of data collection method, which has been analyzed with a mixed (qualitative-quantitative) approach. In the first stage, qualitative method and in-depth interviews were used to identify the components of the model. The participants in the qualitative section were 12 university experts and specialists from executive bodies of Ilam province who were selected in a targeted way. In the second stage, quantitative method and structural equation modeling approach were used to fit the model designed in the qualitative part. The statistical population of this department included managers and experts in the administrative and human resources fields of government agencies of Ilam province, and 188 people were selected by stratified random method. The data collection tool in this section was a researcher-made questionnaire with 71 questions, whose validity and reliability were confirmed. Qualitative part data analysis was done by coding method using Max Quda software and quantitative part data analysis was done with SmartPLS software. Based on the findings of the research, 71 primary codes and 12 subcategories were identified in the form of 6 main categories, which are: the central phenomenon, including the organizational symbolism component; Causal factors, including managerial, legal, academic and personal components; Background factors, including the components of organizational culture and leadership style; Intervening factors, including the multiplicity and contradiction of organizational rules; Strategies, including symbolic strategies and consequences, include the components of improving organizational performance, individual and organizational development, and public trust in the organization. The results of the quantitative part of the designed model have an acceptable fit.

KEYWORDS

Foundation Data Theory, Organizational Symbolism, Structural Equation Modeling, Symbol.

نشریه علمی

مدیریت سازمان‌های دولتی

«مقاله پژوهشی - اکتشافی»

طراحی و اعتبارسنجی مدل سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام

علیرضا موغلی^۱، یحیی رستم‌نیا^{۲*}، سید محمدحسین کمانی^۳، امیرحسین امیرخانی^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتبارسنجی مدل سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام صورت گرفت. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع اکتشافی است که با رویکرد آمیخته (کیفی - کمی) مورد تحلیل قرار گرفته است. در مرحله اول جهت شناسایی مؤلفه‌های الگو، از روش کیفی و مصاحبه‌های عمیق استفاده شد. مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی، ۱۲ نفر از خبرگان دانشگاهی و متخصصان دستگاه‌های اجرایی استان ایلام بودند که به روش هدفمند انتخاب شدند. در مرحله دوم جهت برازش الگوی طراحی شده در بخش کیفی، از روش کمی و رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. جامعه آماری این بخش شامل مدیران و کارشناسان حوزه اداری و منابع انسانی دستگاه‌های دولتی استان ایلام بودند که ۱۸۸ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این بخش پرسشنامه ۷۱ سؤالی محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. تحلیل داده‌های بخش کیفی به روش کدگذاری و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا و تحلیل داده‌های بخش کمی با نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. انجام شد. براساس یافته‌های پژوهش، ۷۱ کد اولیه و ۱۲ مقوله فرعی در قالب ۶ مقوله اصلی شناسایی شد که عبارت‌اند از: پدیده محوری، شامل مؤلفه سمبل‌گرایی سازمانی؛ عوامل علی، شامل مؤلفه‌های مدیریتی، قانونی، دانشی و فردی؛ عوامل بسترساز، شامل مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی و سبک رهبری؛ عوامل مداخله‌گر، شامل تعدد و تناقض قوانین سازمانی؛ راهبردها، شامل راهبردهای سمبل‌گرایانه و پیامدها، شامل مؤلفه‌های بهبود عملکرد سازمانی، توسعه فردی و سازمانی و اعتماد عمومی به سازمان می‌باشند. نتایج بخش کمی الگوی طراحی شده از تناسب قابل‌قبولی برخوردار است.

واژه‌های کلیدی

سمبل‌گرایی سازمانی، مدل‌سازی معادلات ساختاری، نظریه داده‌بنیاد، سمبل.

۱. استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۴. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: یحیی رستم‌نیا
رایانامه:

yahya.rostammnia1365@student.pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

موغلی، علیرضا؛ رستم‌نیا، یحیی؛ کمانی، سید محمدحسین و امیرخانی، امیرحسین (۱۴۰۲). طراحی و اعتبارسنجی مدل سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام. فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱۱(۴)، ۹۷-۱۲۰.

مقدمه

در گام اول از میان تعاریف متعدد، نمونه‌هایی با اجماع بیشتر عرضه می‌گردد. چرا که استعاره‌ها، سمبل‌ها، اسطوره‌ها، داستان‌ها و افسانه‌ها ابزارهای مهمی برای خلق معنا هستند. آن‌ها تخیل ما را شکل می‌دهند و به ما کمک می‌کنند جهان و تجربیات خود را که در غیر این صورت غیرقابل درک می‌شوند، بازنمایی کنیم (گرینبلات، ۲۰۱۷).

در ادبیات سازمانی، سمبل‌های سازمانی به‌عنوان حامل و مخزن معنا عمل می‌کنند و دانش سازمانی را جمع و متمرکزم-سازی می‌نمایند (لمون و ساهوتا^۳، ۲۰۰۴). سمبل‌ها نقاط کانونی ارزش‌های اجتماعی هستند و در مفاهیم انتزاعی و ملموس یک سازمان تعبیه شده‌اند (کاساگلو و همکاران^۴، ۲۰۱۶).

سمبل‌گرایی سازمانی به معنای جنبه‌هایی از سازمان است که اعضای سازمان برای توضیح یا درک احساسات، تصاویر و ارزش‌های ناخودآگاه در سازمان استفاده می‌کنند و در واقع سمبل‌گرایی سازمانی؛ شخصیت، ایدئولوژی یا نظام ارزشی آن سازمان را نشان می‌دهد (کازر و همکاران، ۲۰۲۰). سمبل‌گرایی سازمانی از چرخش فرهنگی در مطالعه سازمان-ها در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ پدیدار شد و ارتباط تنگاتنگی با دیدگاه پست‌مدرنیستی سازمان‌هایی داشت که خواستار نظریه‌ها و روش‌های پوزیتیویستی غیرسنتی بودند تا نه تنها جنبه‌های ابزاری و اقتصادی، بلکه جنبه‌های ایده‌آل و سمبلیک آن‌ها را نیز با استفاده از مدل‌های پژوهشی جامع و تفسیری به تصویر بکشند (گاگلیاردی^۵، ۲۰۱۵). می‌توان گفت سمبل‌گرایی سازمانی منشوری را فراهم می‌نماید که از طریق آن ذی‌نفعان سازمانی می‌توانند تجارب، اقدامات موفق و همچنین جنبه‌های ناکارآمد کار سازمانی را با احساسات خود به اشتراک بگذارند (داندریج و همکاران^۶، ۱۹۸۰).

اهمیت مطالعه سمبل و سمبل‌گرایی از چندین منظر قابل طرح و بررسی است. مدیران با استفاده از سمبل‌گرایی می‌توانند ابزاری قدرتمند برای افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی جهت مواجهه با بحران‌ها و تغییرات مداوم محیطی در اختیار داشته باشند. از طرفی سمبل‌گرایی سازمانی یکی از عوامل مهم در موفقیت سازمان‌ها است. اهمیت سمبل‌گرایی سازمانی در تأثیر بر عملکرد سازمان، ارتباطات سازمانی،

در ژرفای مطالعات سازمانی انتقال اهمیت واژه سمبل سهل نیست. عبارت سمبل‌گرایی سازمانی، یک اصطلاح واضح قابل تعریف با معنای دقیق و ثابت نیست. با توجه به اینکه چگونه این عبارت مرکز توجه بحث‌های اخیر فرهنگی و کیفی سازمان‌ها قرار گرفته است، می‌توان استدلال کرد که ابهام و پراکندگی آن بخشی از جذابیت آن بوده است. با عنایت به ملاحظات گادامر، بی‌انصافی نیست که کار دل‌مشغولان سمبل‌گرایی سازمانی را جستجوی عناصری اضافه بر آنچه در شیوه‌های معمول و روش‌های مألوف تحلیل سازمانی بدان پرداخته می‌شود، توصیف کنیم.

عوامل متعددی به کار آمده‌اند تا علایق کنونی در سمبل‌گرایی و فرهنگ‌سازمانی شکل گیرد (ترنر، ۱۹۸۶؛ ترنر، ۱۹۸۸) متخصصان علوم اجتماعی طی سالیان اخیر بر رویکردهای کیفی فارغ از محدودیت‌های آن تأکید داشته‌اند (مورسون و هنکل، ۱۹۷۰؛ کریز، ۱۹۸۸؛ چراردی و ترنر، ۱۹۸۸). انتقادهای وارده بر تحقیق سازمانی (پیرو، ۱۹۷۹) تردیدهایی را در مورد میزان فایده‌مندی تئوری‌های موجود پدید آورده است. شاید برخی پژوهش‌ها نظیر آنچه مارچ و سایمون (۱۹۵۸)، و مارچ و السون (۱۹۷۶) سال‌ها پیش انجام دادند از وجه مکانیکی سازمان‌ها کاست. ترنر (۱۹۹۰) بر این باور است که پارادایم فنی-عقلایی برخی از عناصر مهم سازمان را نادیده می‌گیرد و سمبل‌گرایی سازمانی می‌تواند جایگزینی برای آن باشد. از این روی بیش از پیش سمبل‌گرایی در مرکز توجه صاحب‌نظران مدیریت قرار گرفته است.

علاوه بر این؛ یکی از استعاره‌های سازمانی، سازمان را به‌عنوان «موجودی زنده» در نظر می‌گیرد. مهم‌ترین معیار بقا و رشد این موجود زنده، واکنش آن (سازمان) به تغییر عوامل محیطی داخلی و خارجی است. در حصول اطمینان از این یکپارچگی، علاوه بر فرهنگ و جوسازمانی، تحلیل، تفسیر و ایجاد اثر یکپارچه در سازمان توسط سمبل‌های مرتبط با آن‌ها برای سازمان اهمیت حیاتی دارد. لازم است به‌ویژه یکپارچه‌سازان در پست‌های اداری سازمان، دنیای پنهان، ضمنی و پیچیده سمبل‌ها را تجزیه و تحلیل کنند تا برای اعضای سازمان قابل درک باشند و از آن‌ها به‌عنوان یک قدرت مثبت برای سازمان استفاده نمایند (کازر و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

2. Greenblatt
3. Lemon & Sahota
4. Koçoğlu et al.
5. Gagliardi
6. Dandridge et al.

1. Coşar et al.

ضمن شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های آن، کارکردها و تأثیرات آن بر مؤلفه‌های سازمانی شناسایی شود.

مطالعات انجام شده در سازمان‌های دولتی ایران نشان که بسیاری از آن‌ها، ساختاری غیرمنعطف و بوروکراتیک دارند و در برابر تغییرات محیطی بسیار منفعل عمل می‌کنند (خوشاب و همکاران، ۲۰۱۶؛ جعفری و کریمی، ۲۰۱۶؛ محمدی شهرودی و همکاران، ۲۰۱۷). این سازمان‌ها نه تنها به استقبال تغییر نمی‌روند بلکه حتی برنامه‌ای هم برای مواجهه با تغییرات ندارند. در این سازمان‌ها تلاش نمی‌شود که برای حفظ جایگاه و عملکرد مطلوب سازمانی، با تغییرات هماهنگ شده و توانایی پاسخگویی در برابر تغییرات را در خود ایجاد کنند و با توجه به شرایط، ارزیابی از وضع موجود و مطلوب داشته باشند تا بتوانند مناسب‌ترین استراتژی را اتخاذ کرده و به مرحله اجرا گذارند. این انفعال و یا حتی مقاومت در برابر تغییر در سازمان‌های دولتی ایران منجر به ارتباطات غیر اثربخش، تیم‌سازی غیرحرفه‌ای و یا اساساً عدم تیم‌سازی، عدم آشنایی با الگوها و ساختارهای مدرن سازمانی، تاب‌آوری و ذهن آگاهی پایین، عدم توان پیش‌بینی‌کنندگی، آینده‌نگری و انعطاف‌پذیری، عدم حساسیت به منافع ذی‌نفعان و در نتیجه کارایی پایین می‌شود (مرادی و همکاران، ۲۰۱۹).

در واقع، سازمان‌های دولتی نیز به همان اندازه که سازمان‌های خصوصی نیاز به ایجاد هویت و شناخت قوی دارند، نیاز به سمبل‌گرایی سازمانی دارند. ایجاد یک هویت قوی برای سازمان‌های دولتی می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی به سازمان و خدماتی کمک کند که ارائه می‌دهد. سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی می‌تواند به‌عنوان یک ابزار برای ارتقای تصویر برند سازمان استفاده شود. با استفاده از سمبل‌های قوی و شناخته شده، سازمان می‌تواند تصویر مطلوبی را در ذهن مردم خلق کند و اعتبار و اعتماد عمومی به برند خود را افزایش دهد. این اعتماد عمومی می‌تواند باعث افزایش رضایت‌مندی مردم از خدمات سازمان شود و در نتیجه بهبود کیفیت و اثربخشی خدمات سازمان را به همراه داشته باشد. سازمان‌ها با استفاده از سمبل‌ها می‌توانند اشتراک‌گذاری، انتشار دانش و یادگیری سازمانی را تسهیل بخشند و تعهد سازمانی کارکنان و عملکرد سازمان را بهبود بخشند.

بررسی ادبیات با محوریت سمبل‌گرایی در داخل کشور نشان می‌دهد اگرچه؛ مدت‌هاست که این مفهوم وارد دغدغه‌های تحقیقاتی شده است اما؛ اکثر مطالعات انجام شده با محوریت سمبل‌گرایی، در زمینه ادبیات، جامعه‌شناسی، هنر،

هویت سازمانی، رهبری، فرهنگ سازمانی، استراتژی سازمانی و نوآوری قابل مشاهده است. سمبل‌گرایی سازمانی به‌عنوان یک ابزار قدرتمند موجب تقویت و تثبیت ارزش‌های سازمانی می‌شود و تأثیر قابل توجهی بر تغییر و شکل‌دهی به باورهای سازمانی دارد. سمبل‌گرایی سازمانی یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری و تقویت هویت سازمانی است. هویت سازمانی به‌عنوان تصویری که از سازمان در ذهن افراد شکل می‌گیرد، نقش بسیار مهمی در تعهد سازمانی افراد دارد (کازر و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین سمبل‌ها و نمادهای سازمانی می‌توانند به‌عنوان زبان مشترک بین کارکنان عمل کنند و ارتباطات داخلی سازمان را تسهیل نماید (باهلیز و سینارتا، ۲۰۱۹). می‌توان از طریق سمبل‌ها و حرکات سمبلیک آموخت، آموزش داد و فرهنگ سازمانی را به مخاطبان درون و برون سازمانی در زمان حال و آینده منتقل کرد. کارکردهای سمبل‌ها به‌عنوان بازتاب فرهنگ سازمانی، انتقال ارزش‌ها و هنجارهای درونی شده، ارائه چارچوبی برای گفتمان در مورد تجربیات سازمانی و در نهایت یکپارچه سازی سیستم معنایی سازمانی تعریف می‌شوند (بارسکی، ۲۰۱۹). سمبل‌ها همچنین ابزار مهمی برای تضمین هماهنگی فرد و سازمان هستند. بسیاری از پژوهشگران پیشنهاد می‌کنند که انسجام فرهنگی در سازمان باید از طریق جامعه‌پذیری فعالانه در کارکنان، با تکیه بر کارکردهای سمبل‌گرایی سازمانی حاصل شود (هورل و اسکولاریوس، ۲۰۱۴). به صورت کلی؛ سمبل‌گرایی سازمانی به‌طور مستقیم بر بسیاری از فرایندهای رفتاری مانند عملکرد، سودآوری، وفاداری کارکنان و مشتریان کسب‌وکارها تأثیر مستقیم و غیرمستقیم دارد (اسیتی و بالاک اسیتی، ۲۰۲۰).

توجه اندک مدیران اجرایی به مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی و کاربرد آن در عمل تا حدی به دلیل نبودن یک مفهوم‌سازی منسجم است. رویکردها به موضوع آن قدر متنوع است که به نظر می‌رسد تحقیقات مختلف موجود در این زمینه، اساساً مفاهیم کاملاً متفاوتی را مطالعه نموده‌اند؛ بنابراین؛ لازم است مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی که تا به امروز تحت‌الشعاع موضوعات فرهنگ سازمانی و جوسازمانی قرار گرفته است، به صورت مجزا مورد مطالعه قرار گیرد تا

1. Buhalis & Sinarta,
2. Barsky
3. Hurrell & Scholarios
4. Esitti & Buluk Eşitti

در عمل تا حدی، به دلیل فقدان یک مفهوم‌سازی منسجم است. بنابراین؛ لازم است مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی که تا به امروز تحت‌الشعاع موضوعات فرهنگ‌سازمانی و جوسازمانی قرار گرفته است، به صورت مجزا مورد مطالعه قرار گیرد تا درک صحیحی از آن ایجاد شود. بنابراین؛ در پژوهش حاضر تلاش می‌شود ضمن تمرکز بر مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی برای ایجاد شناخت بیشتر از این مقوله، چارچوبی جامع برای درک ابعاد و مؤلفه‌های آن در سازمان‌های دولتی استان ایلام ارائه شود.

مبانی نظری پژوهش

سمبل، برای اولین بار توسط چارلز ساندرز پیرس^۳ (۱۸۳۹-۱۹۱۴)، فیلسوف پراگماتیست آمریکایی و با تقسیم سه گانه نشانه توسط او وارد ادبیات علمی دوران مدرن شد و مورد استفاده در علوم گوناگون قرار گرفت (معصومی، ۲۰۱۴). سمبل از اصطلاحاتی است که روان‌کاوان و روان‌شناسان، دین‌شناسان و محققان پدیدارشناسی دینی، پژوهشگران عرصه‌های عرفان و تصوف، اسطوره‌شناسان و هنرمندان مختلف، تعریفی از آن ارائه کرده و از منظر خود به آن نگریسته‌اند. همین فراگیری، ارائه تعریفی جامع و مانع را از سمبل دشوار می‌کند. اگرچه بیشتر افرادی که به تعریف سمبل پرداخته‌اند، به گنگ بودن و کامل نبودن تعاریف خود اعتراف کرده‌اند؛ اما در میان تعاریف ارائه شده، نقطه مشترکی وجود دارد و آن عبارت است از اینکه سمبل و سمبل باید معنایی فراتر از معنای ظاهری داشته باشد. سمبل، اندیشه را برمی‌انگیزد و انسان را به گستره تفکر بدون گفتار رهنمون می‌شود و این ترجمان کوششی است جهت دستیابی و تجسم مفاهیمی که از ورای ابهامات انسان را احاطه کرده است. واقعیت‌ها و حوادث گوناگونی در جهان هستی وجود دارد که فراتر از درک و فهم انسان است و آدمی برای شناخت آن‌ها ابزار و توانایی خاصی ندارد؛ به همین سبب برای بیان و توصیف آن‌ها از ابزاری ابداعی به نام سمبل استفاده می‌کند (فتوحی، ۱۴۰۱).

گروتز معتقد است سمبل وسیله‌ای است برای عینیت بخشیدن صوری به یک محتوای ذهنی. تابلوی گوئرنیکا اثر پابلو پیکاسو یک سمبل است برای مخالفت با فاجعه جنگ. به نظر گوته وظیفه سمبل نشان دادن چیزی بخصوص در داخل یک کلیت و نشستن دادن یک کلیت از طریق چیزی خاص است (گروتز، ۲۰۱۷).

سیاست، فلسفه و دین‌شناسی هستند. در حوزه سازمانی، پژوهش‌های بسیار محدودی انجام شده است به‌عنوان مثال؛ عسگری و همکاران (۲۰۰۸۷) در پژوهش خود آورده‌اند: رفتار سازمان، شخصیت سازمان، ارتباطات و سمبل‌گرایی، عناصری هستند که هویت سازمان‌ها را ایجاد می‌کنند و در این بین، سمبل‌گرایی در رتبه دوم اهمیت قرار دارد.

در پژوهش دیگر؛ عباسی صدر و منطقی (۲۰۱۶) در یک مطالعه کتابخانه‌ای ضمن تأکید بر اینکه نماد جزوی از فرهنگ‌سازمانی است، تلاش نموده است از نگاه برخی عالمان اسلامی نسبت به نماد، جایگاه نماد را در مطالعات مدیریت اسلامی تبیین نماید و در نهایت نتیجه گرفته است که بزرگانی همچون علامه طباطبائی و شهید مطهری، نگاه ویژه‌ای به نماد با تکیه بر مبانی معرفت‌شناختی و مفروضات اسلامی دارند.

در یکی از جدیدترین تحقیقات داخلی با محوریت سمبل‌گرایی سازمانی، طباطبایی نسب و عباس‌زاده (۱۳۹۹) به طراحی الگوی برند شرکتی با تکیه بر سمبل‌گرایی پرداخته‌اند و نهایتاً تصریح نموده‌اند که معنا، نماد و ارزش به‌عنوان سازه‌های به هم پیوسته اکوسیستم برند شرکتی را شکل می‌دهند. بدین ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی در داخل کشور موضوع جدیدی محسوب می‌شود که بسیاری از جوانب و ابعاد آن هنوز ناشناخته مانده است؛ اما مرور ادبیات مرتبط در بخش پژوهش‌های خارجی نشان می‌دهد، مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی از غنای بیشتری برخوردار است و در مطالعات بیشتری بر اهمیت آن تأکید شده است (اسیتی و بالاک اسیتی، ۲۰۲۰؛ گرینبلات، ۲۰۱۷؛ داندریج و همکاران، ۱۹۸۰). اما، رویکردها به این موضوع در مطالعات انجام شده، آن قدر متنوع است که به نظر می‌رسد تحقیقات مختلف موجود در این زمینه، اساساً مفاهیم کاملاً متفاوتی را مطالعه نموده‌اند (فولر^۱، ۲۰۰۸؛ ۲۱۴). از سوی دیگر؛ باید اذعان کرد که حتی اگر سمبل‌گرایی، به‌عنوان جزئی از فرهنگ‌سازمانی مطالعه نشود به هر حال از آن تأثیر می‌پذیرد (هورل و اسکولاریوس^۲، ۲۰۱۴). پس کاربرد بی‌چون و چرای نتایج پژوهش‌های خارجی در داخل کشور بدون توجه به بستر بومی و فرهنگی منطقی نیست. علاوه بر این؛ توجه اندک مدیران اجرایی به مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی و کاربرد آن

1. Fuller

2. Hurrell & Scholarios

3. Charles Sanders Peirce

داده می‌شوند که امکان صحبت در مورد مفاهیم انتزاعی را فراهم می‌کند.

در کارکرد چهارم، سمبل‌ها یکپارچگی درون‌سازمانی را تضمین می‌کنند چراکه؛ بر مبنای ارزش‌های پذیرفته‌شده جمعی بنا نهاده شده‌اند.

پیشینه‌های پژوهش

فوتکی و همکاران (۲۰۲۰)، مطالعه‌ای با عنوان «معنویت، سمبل‌گرایی و داستان‌سرایی در سازمان‌های قرن بیست و یکم: درک و پرداختن به بحران تخیل» انجام دادند: این مقاله به معرفی موضوعاتی نظیر معنویت سازمانی، سمبل‌گرایی و داستان‌سرایی می‌پردازد. مقاله با تأکید بر علاقه روبه رشد علمی به این موضوعات، سهمی دوچندان در این موارد دارد. اول، به‌طور انتقادی توسعه آن‌ها را در طول زمان ارزیابی می‌کند و در عین حال روندهای نوظهور و راه‌های جدیدی را که در آن معنویت، سمبل‌گرایی و داستان‌سرایی در مطالعات مدیریت و سازمان به کار گرفته می‌شود، شناسایی می‌کند. دوم، آن‌ها را به آنچه ما بحران‌های تخیل کنونی می‌نامیم پیوند می‌دهد و پارادایم‌های نهادی و سازمانی موجود و همچنین چارچوب‌های نظری را که در آموزش و پژوهش خود بر آن تکیه می‌کنیم، زیر سؤال می‌برد.

اسیتی و بالاک اسیتی (۲۰۲۰)، در بخش یازدهم کتاب خود با نام «سمبل‌گرایی سازمانی: مروری بر صنعت گردشگری» آورده‌اند: این فصل موضوع سمبل‌گرایی سازمانی را که به‌طور مکرر در زندگی تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرد و معنای آن در صنعت گردشگری مورد بحث قرار می‌دهد. سمبل‌ها آشکارترین و قابل‌مشاهده‌ترین جنبه‌های زندگی سازمانی هستند. به‌طور هم‌زمان، عناصر سمبلیک ظریف‌ترین و جامع‌ترین هستند. با توجه به ماهیت بخش مهمان‌نوازی، گردش کار به صورت آئی انجام می‌شود. بنابراین، کارمندان، مدیران و گردشگران در طول این گردش کار سریع به دنبال برخی از سمبل‌های پذیرفته شده عمومی مورد استفاده در سازمان هستند. اگر سمبل‌ها از این رابطه حذف شوند، ارتباطات آسیب می‌بیند و در نتیجه به عملکرد کلی سازمان آسیب می‌رساند. این فصل پیشنهاد می‌کند که مهم است نگاهی به ریشه‌های سمبل‌گرایی سازمانی و درک نقش سمبل‌ها در گردشگری صنعت داشته باشیم. از این نظر، این فصل را باید در درجه اول به‌عنوان تلاشی برای بازنگری و نظام‌بندی سمبل‌گرایی و درک کلی سمبل‌های سازمانی در صنعت گردشگری در نظر گرفت.

اصطلاح سمبل‌گرایی سازمانی معانی گسترده‌ای را در جامعه‌سازمانی القا می‌کند. این مفهوم، در بسیاری از عرصه‌های سازمانی به کار گرفته شده است. از جمله: دیدگاه تئوری نهادی، سیاست‌ها و عملکردها که سمبل‌های مشروعیت هستند. سمبل‌ها به‌عنوان یکی از شاخص‌های اولیه فرهنگ سازمانی هستند. مخرج مشترک تمامی ادبیات متنوع پیرامون مفاهیم سمبل و سمبل‌گرایی این است که این مفاهیم در واقع چیزی هستند که نشان‌دهنده چیز دیگری است و در بسیاری از موارد، سمبل‌گرایی سازمانی به مطالعه یک عمل، شیء یا زبان قابل‌شناسایی در سازمان اشاره دارد که معنایی انتزاعی را برای تمامی بازیگران سازمانی منتقل می‌کند (فولر^۱، ۲۰۰۸). سمبل‌های سازمانی آشکارترین و قابل‌مشاهده‌ترین و هم‌زمان، ظریف‌ترین و جامع‌ترین جنبه‌های زندگی سازمانی هستند که اگر از روابط سازمانی حذف شوند، ارتباطات دچار مشکل می‌شوند و در نتیجه عملکرد کلی سازمان آسیب می‌بیند (بوهالیس و سینارتا، ۲۰۱۹). سمبل‌های سازمانی هم به‌عنوان حامل و هم مخزن معنا عمل می‌کنند و دانش سازمانی را جمع و متراکم‌سازی می‌کنند (لمون و ساهوتا، ۲۰۰۴).

سمبل‌های سازمانی، ابزاری مهم برای خلق معنا هستند. سمبل‌ها تخیل ما را شکل می‌دهند و به ما کمک می‌کنند جهان و تجربیات خود را که در غیر این صورت غیرقابل درک می‌شوند، بازنمایی کنیم (فاتکی و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

رافائلی و ورلین^۳ (۱۹۹۹) بر چهار کارکرد سمبل‌های سازمانی تمرکز دارند. این کارکردها سمبل‌ها را به‌عنوان نکات فیزیکی و حامل معنا در سازمان‌ها در نظر می‌گیرند. اولین مورد از این‌ها، ارزش‌ها یا مفروضات اصلی و مشترک سمبل‌ها را منعکس می‌کند. سمبل‌ها ارزش‌ها، مفروضات، فلسفه‌ها و انتظارات زندگی سازمانی را نشان می‌دهند.

در مورد دوم، سمبل‌ها با آشکار کردن ارزش‌ها و هنجارهای درونی بر رفتارها تأثیر می‌گذارند. در اینجا، کارکنان با توجه به موقعیتی که در سازمان دارند، بسته به نقش خود الگوهای رفتاری خاصی از خود نشان می‌دهند و این نقش‌ها و الگوها مستقیماً تحت تأثیر سمبل‌ها قرار می‌گیرند.

در کارکرد سوم، سمبل‌ها ارتباط بین کارکنان سازمان را تسهیل می‌کنند. سمبل‌ها به‌عنوان چارچوب‌های مرجع نشان

1. Fuller
2. Fotaki et al.
3. Raffaelli & Worline

می‌شود چرا که جستجوی کلیدواژه (سمبل‌گرایی سازمانی، نمادگرایی سازمانی تقریباً خروجی چندانی را ارائه نمی‌دهد که این مطلب نشانگر ناشناخته ماندن مفهوم سمبل‌گرایی سازمانی، اهمیت و کارکردهای آن در داخل کشور است. از طرفی اکثر مطالعات انجام شده با محوریت سمبل‌گرایی در داخل کشور، در زمینه ادبیات، هنر، جامعه‌شناسی، سیاست، فلسفه و دین‌شناسی هستند. در حوزه سازمانی، پژوهش‌های بسیار محدودی انجام شده است تحقیقات مرتبط در خارج از کشور نشان می‌دهد؛ ادبیات سمبل‌گرایی سازمانی از مفهوم-سازی غنی سمبل‌ها به‌عنوان حامل معنا در سازمان‌ها بهره برده است. با این حال، جدای از دیدگاه سمبل‌ها به‌عنوان بخشی از فرهنگ، مطالعات تجربی نسبتاً کمی وجود دارد. بنابراین عاقلانه است که به دلایل احتمالی این کمبود، توجه کنیم. همچنین؛ مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد اگرچه کار روی سمبل‌گرایی سازمانی، موضوع جالب‌توجهی برای پژوهشگران است، اما به نظر می‌رسد یک چارچوب توضیحی است. تعاریف مفهومی مورد استفاده برای توصیف سمبل‌گرایی اغلب کاملاً متفاوت است، گویی به مفاهیم کاملاً جداگانه اشاره می‌کند. علاوه بر این؛ از آنجا که مطالعه سمبل و سمبل‌گرایی سازمانی مشخص نمود که این مفهوم قرابت بالایی با مفهوم «فرهنگ‌سازمانی» دارد و از آنجا که، فرهنگ‌سازمانی منبعث از فرهنگ جامعه است بنابراین؛ می‌توان استنباط نمود که فرهنگ‌سازمانی در جوامع مختلف بسیار متفاوت‌اند.

پژوهش حاضر تلاش می‌کند ضمن ایجاد درک بهتر از مفاهیم مطرح در پژوهش، به شناسایی ابعاد و شاخص‌های مفهوم سمبل‌گرایی در سازمان‌های دولتی داخلی و به‌صورت ویژه در سازمان‌های دولتی استان ایلام بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها یک پژوهش اکتشافی است که به روش آمیخته متوالی در دو بخش کیفی و کیفی صورت گرفت. استفاده از روش آمیخته با دربرداشتن مزایای هر دو روش کیفی و کمی به نتایج قابل‌تعمیم می‌انجامد. ابتدا براساس پژوهش‌های انجام شده و مبنای نظری موجود به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های سمبل‌گرایی سازمانی پرداخته شد. در ادامه به‌منظور تکمیل یافته‌های حاصل از ادبیات، فرایند کیفی آغاز شد.

جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و متخصصان دستگاه‌های دولتی استان ایلام در حوزه مدیریت

اسلمزیشویلی و همکاران^۱ (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان «رهبری سمبلیک در فرهنگ سازمانی در چارچوب تحول» انجام دادند. سمبل‌ها نه به‌عنوان مصنوعات یا نشانه‌ها یا تصاویر، بلکه به‌عنوان عنصر وحدت‌آفرین معنوی شکل و معنا هستند که دو فرهنگ را به هم متصل می‌کند. در این مقاله تأکید شده است که فرهنگ‌سازمانی دائماً در حال تغییر و تحول است و برای مواجهه با تغییرات این تحولات نه‌تنها ضروری بلکه بسیار مفید هستند زیرا باعث بهبود عملکرد می‌شوند.

کازر و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان «از قدرت سمبل‌ها بر عملکرد کارکنان غافل نشوید: شواهد تجربی از ترکیه»؛ بیان داشتند که سمبل‌ها به‌عنوان بازتابی از فرهنگ سازمان در نظر گرفته می‌شوند، سرخ‌هایی در مورد شخصیت و سیستم ارزشی سازمان نیز ارائه می‌دهند. بنابراین، جایگاه سمبل‌ها در دنیای تجارت و مطالعات آکادمیک یک موضوع مهم باقی مانده است. این مطالعه که اثرات سمبل‌گرایی سازمانی را بر تعهد سازمانی و عملکرد شرکت اندازه‌گیری می‌کند، یک مطالعه توسعه مقیاس برای ارزیابی مفهوم سمبل‌گرایی انجام می‌دهد. در بخش توسعه مقیاس، سمبل‌گرایی سازمانی به سه بعد تقسیم شد که مشاهده شد سمبل‌های ساختاری و اداری به همراه سمبل‌گرایی ظاهری بر تعهد سازمانی و عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارند، اگرچه سمبل‌گرایی روایی و گفتمانی تأثیری بر تعهد سازمانی و عملکرد سازمانی ندارد. یافته‌های این پژوهش تا حدی با ادبیات فعلی سازگار است.

اکگان و همکاران^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین سمبل‌های سازمانی» ظرفیت جذب شرکت و نوآوری محصول آورده‌اند: نتایج این مقاله با مطالعه ۲۰۳ شرکت و مصاحبه با مدیران آن‌ها، نشان می‌دهد که (الف) استفاده از استعاره‌های اکتشافی، (ب) گفتن داستان‌های مرتبط با فرایند و (ج) توسعه یک زبان مشترک به‌طور مثبت با ظرفیت جذب شرکت‌ها مرتبط است. این بحث همچنین نشان می‌دهد که ظرفیت جذب رابطه مثبتی با تلاش‌های توسعه محصول شرکت دارد و تأثیر واسطه‌ای بر رابطه بین سمبل‌های سازمانی و نوآوری محصول دارد.

مطالعه این ادبیات در داخل کشور نشان می‌دهد که پیرامون سمبل‌گرایی سازمانی، خلأ تحقیقاتی بزرگی احساس

1. Aslamazishvili
2. Akgün et al.

(استراوس و کوربین^۱، ۱۹۹۸) از نرم‌افزار MAXQDA ۲۰۲۰ استفاده شد. برای ارزیابی پایایی بخش کیفی از ضریب هولستی^۲ استفاده شد. برای این منظور متن مصاحبه‌های انجام شده در دو مرحله کدگذاری شد. سپس درصد توافق مشاهده شده^۳ (PAO) محاسبه گردید:

رابطه (۱)

$$PAO = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{236}{298 + 365} = 0.712$$

در فرمول فوق M تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار است. N1 و N2 به ترتیب تعداد کلیه موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. مقدار PAO بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و اگر از ۰/۶ بزرگ‌تر باشد مطلوب می‌باشد. مقدار PAO در این مطالعه ۰/۷۱۲ به دست آمده است که از ۰/۶ بزرگ‌تر است، بنابراین پایایی بخش کیفی مطلوب می‌باشد.

در ادامه جهت ارزیابی برازش مدل پیشنهادی پژوهش از رویکرد پژوهش کمی و روش توصیفی - پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران و کارشناسان حوزه اداری و منابع انسانی دستگاه‌های دولتی استان ایلام بودند. برای نمونه‌گیری از روش طبقه‌ای تصادفی استفاده گردید. ابتدا تعدادی از سازمان‌ها و ادارات به‌عنوان طبقه انتخاب گردید و سپس در هر طبقه به صورت تصادفی نمونه‌گیری انجام شد. برای اطمینان تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت ۱۸۸ پرسشنامه گردآوری و وارد نرم‌افزار شد. پرسشنامه بخش کمی شامل ۷۱ سؤال بود که برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا استفاده شد. مقدار AVE برای تمامی متغیرها باید بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد. برای محاسبه پایایی نیز پایایی ترکیبی (CR) و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. میزان پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی ابعاد باید بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد (داوری و رضازاده، ۲۰۱۳). نتایج مربوط به هر یک از این شاخص‌ها در برازش بیرونی مدل ارائه شده است. در نهایت تحلیل داده‌ها در بخش کمی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی صورت گرفت. در فرایند تجزیه و تحلیل از نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS استفاده شد.

دولتی و منابع انسانی است. جهت تعیین حجم نمونه در بخش کیفی از روش اشباع نظری استفاده شد، در این روش فرایند نمونه‌گیری تا جایی ادامه می‌یابد که یافته‌های جدید حاصل نشود (الوانی همکاران، ۲۰۱۴).

در این پژوهش اشباع نظری در مصاحبه با ۱۲ نفر و پس از ۳۰ مصاحبه به دست آمد. برای انتخاب نمونه‌ها نیز از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی و هدفمند استفاده شد. بر این اساس، افرادی نامزد شدند که پژوهشگر براساس معیارهای پژوهش برای مشارکت در این مطالعه مناسب می‌دانستند. معیارهای انتخاب خبرگان شامل عضو هیئت‌علمی در رشته مدیریت دولتی، منابع انسانی و رفتار سازمانی برای استادان و خبرگان دانشگاهی و حداقل ۱۰ سال سابقه کاری مرتبط و داشتن حداقل مدرک کارشناسی ارشد برای متخصصان دستگاه‌های دولتی استان ایلام می‌باشد.

متداول‌ترین روش جمع‌آوری داده‌ها در نظریه داده‌بنیاد، مصاحبه است. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. برای انجام مصاحبه ابتدا با گرفتن وقت مصاحبه از مشارکت‌کنندگان، متن پرسش‌های مصاحبه و اهداف پژوهش قبل از مصاحبه برای آن‌ها فرستاده شد. برای یادآوری زمان مصاحبه یک روز قبل از اجرا یادآوری شد. اگرچه مصاحبه‌ها با استفاده از راهنمای مصاحبه ارسالی برای مشارکت‌کنندگان انجام گرفت، اما علاوه بر این پرسش‌ها که فقط نقش فراهم کردن زمینه برای بحث را داشتند و هر مصاحبه با توجه به نوع پاسخ مشارکت‌کننده به صورت فردی پیش می‌رفت و به‌رغم یکسان بودن چارچوب کلی پرسش‌ها، حین مصاحبه براساس پاسخ مشارکت‌کنندگان، برای رفع ابهام و برای روشن شدن جزئیات مربوط به پاسخ آن‌ها، پرسش‌های کنکاشی بیشتری مطرح می‌شد. در مصاحبه‌های حضوری مکان مصاحبه دانشگاه‌ها و سازمان‌های دولتی استان ایلام بود. قبل از شروع هر مصاحبه در مورد اهداف پژوهش، محرمانه بودن اطلاعات و هویت شرکت‌کنندگان در مصاحبه، ارسال متن پیاده شده مصاحبه در صورت تمایل آن‌ها، توضیح و از آنان برای ضبط صدا اجازه گرفته شد. زمان مصاحبه با توافق آنان تعیین شد. هر مصاحبه حداقل بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید.

جهت تحلیل یافته‌ها، ابتدا مصاحبه و اظهارات مشارکت‌کنندگان به متن نوشتاری تبدیل و جهت کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی یا انتخابی

1. Strauss & Corbin

2. Holsti

3. Percentage of Agreement Observation

یافته‌های پژوهش

گروه مدیریت دانشگاه‌های استان ایلام استفاده شد. ویژگی جمعیت‌شناختی خبرگان در جدول ۱ ارائه شده است:

در بخش کیفی از دیدگاه ۵ نفر از خبرگان و متخصصان سازمان‌های دولتی استان ایلام و ۷ نفر از اعضای هیئت‌علمی

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان**Table 1: Demographic Characteristics of Experts**

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۰	۸۳٪
زن	۲	۱۷٪
سن		
کمتر از ۳۵ سال	۱	۸٪
۳۵ تا ۴۵ سال	۲	۱۷٪
۴۵ سال و بیشتر	۹	۷۵٪
تحصیلات		
کارشناسی ارشد	۳	۲۵٪
دکتری	۹	۷۵٪
سابقه کاری		
۱۰ تا ۲۰ سال	۸	۶۷٪
بالای ۲۰ سال	۴	۳۳٪

ویژگی جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در بخش کمی

ویژگی مشارکت‌کنندگان در بخش کمی این پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان**Table 2. Demographic Characteristics of the Participants**

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۲۴	۶۶٪
زن	۶۴	۳۴٪
سن		
کمتر از ۴۰ سال	۴۸	۲۶٪
۴۰ تا ۵۰ سال	۱۱۸	۶۳٪
بیشتر از ۵۰ سال	۲۲	۱۲٪
تحصیلات		
کارشناسی ارشد	۶۶	۳۵٪
دکتری	۱۸	۱۰٪
کارشناسی	۹۲	۴۹٪
سابقه کاری		
کمتر از ۱۰ سال	۴۳	۲۳٪
۱۰ تا ۱۵ سال	۶۲	۳۳٪
۱۵ تا ۲۰ سال	۴۴	۲۳٪
بیش از ۲۰ سال	۳۹	۲۱٪
کل	۱۸۸	۱۰۰٪

کدگذاری باز

کردن، تجزیه و تحلیل، مقایسه، برچسب زدن و مفهوم‌سازی از داده‌ها پرداخته می‌شود. منظور از مفهوم‌سازی این است که هر قسمت از تعاملات، نظرات و ایده‌هایی که در متن وجود دارد، استخراج می‌شود. در جدول ۳ گزیده‌ای از کدگذاری باز بر روی متن مصاحبه‌شوندگان گزارش شده است.

برای تحلیل داده‌ها، در مرحله اول کدگذاری باز انجام گرفت. در این نوع کدگذاری، وقایع، اقدامات و تعاملات با یکدیگر برای بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌ها مقایسه و همچنین برچسب مفاهیم به خود می‌گیرند. در جریان کدگذاری باز به خرد

جدول ۳. نمونه‌ای از نحوه کدگذاری باز مصاحبه‌ها

Table 3. An Example of Open Coding of Interviews

کد باز	متن مصاحبه	مصاحبه شونده
ارزش‌ها، عقاید و باورها	نماد جنبه ظهور یافته یا وجهه ظاهری مجموعه‌ای از ارزش‌ها، عقاید و باورها است.	INT2
ظهور و بروز فرهنگ و ایدئولوژی	نماد ظهور و بروز یک فرهنگ و ایدئولوژی است که پشتوانه آن یک پارادایم یا جهان‌شناسی به معرفت‌شناسی یا انسان‌شناسی و به روش‌شناسی است	INT2
پشتوانه فکری ظهور یافته از عقاید و باورها	جنبه‌ای که ظهور می‌کند از آن ارزش‌ها از آن پشتوانه فکری از آن عقاید و باورها ظهور میکنند بهش می‌گنند	INT2
عقاید و باورهای پذیرفته شده برای هر جامعه	وقتی کسی لباس کوردی می‌پوشد یعنی چی؟ یعنی کورد است یا کورده یا اومده با کوردها می‌گشته خوشش اومده و لباس کوردی پوشیده. بلوچی رو دیدین لباس کوردی بپوشه؟ توی جامعه تا حالا دیدین با لباس کوتاه بیان، تا حالا استخر دیدین با کت و شلوار برن، پس این نمادهاشون داره فرق میکنه یعنی مجموعه عقاید و باورهایی که برای هر جامعه‌ای پذیرفته شده‌اند و ظهور و بروز میکنه	INT2
جنبه ظاهری و جنبه باطنی نماد	نماد یا جنبه ظاهری داره یا جنبه باطنی، جنبه ظهور یافته آن می‌شود نماد.	INT2
اهمیت وجود پشتوانه برای نماد	نماد باید پشتوانه داشته باشه، اگر پشتوانه نداشته باشه دست آویز، میشه بت، پس مفهوم نماد این است.	INT2
بعد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی سرمایه	توی تقسیم بندی بودیو سرمایه به سه بعد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی تقسیم شده است	INT2
سرمایه نمادین	اما به جنبه دیگه داریم به اسم سرمایه نمادین که این سرمایه نمادین درست تقسیم نشده است.	INT2

از متون مصاحبه‌ها مقوله‌بندی می‌شوند. ارتباط سایر طبقه‌ها با طبقه محوری در شش عنوان می‌تواند تحقق داشته باشد که عبارت‌اند از شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها و اقدامات، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای و پیامدها (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). لذا از کلیه شاخص‌های به دست آمده از مرحله کدگذاری باز، در این مرحله به تعیین مقوله‌ها پرداخته شده و ۶ مقوله اصلی، ۱۲ مقوله فرعی و تعداد ۷۱ مفهوم حاصل گردید. در ادامه، موارد مذکور در جدول ۴ ارائه گردیده است.

پس از کدگذاری باز باید کدها در مقوله‌های فرعی و سپس مقوله‌های اصلی دسته‌بندی گردند. هدف از این مرحله برقراری رابطه بین مفاهیم تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. اساس فرآیند ارتباط دهی در کدگذاری اصلی، در تمرکز و تعیین یک مقوله یا تم به‌عنوان مقوله اصلی و سپس قرار دادن سایر مقوله‌های هم‌جنس فرعی ذیل مقوله‌های اصلی است. در ادامه با بررسی مفاهیم و قرارگیری مفاهیم نزدیک و هم‌جنس در یک طبقه، مقوله اصلی آن استخراج می‌شود. در این مرحله، با غربالگری، حذف کدهای تکراری و یکپارچه کردن کدهای هم‌معنی، شاخص‌های استخراج شده

جدول ۴. کدگذاری محوری و انتخابی

Table 4. Axial and Selective Coding

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
پشتیبانی مدیران ارشد سازمان از سمبل‌گرایی	عوامل مدیریتی	
ارزش‌ها، باورها، رهبری و استراتژیک در جنبه متعالی سازمان		
انعطاف‌پذیری در ساختار سازمان		
توجه به استانداردهای بین‌المللی	عوامل قانونی	شرایط علی
سیستم‌های مدیریت اسناد و فرایندهای کاری		
ایجاد مکانیزم‌های نظارت و کنترل بر اجرای قوانین		
تدوین نظام اجرای قوانین و مقررات متناسب با هر قانون		
استقرار نظام‌های مربوط و آموزش و فرهنگ‌سازی برای اجرای قانون	عوامل دانشی	
آموزش شهروندان با هدف ارتقای سطح قانون‌مداری و همکاری در اجرای قوانین و مقررات		
ایجاد آگاهی، آموزش و ارتقای دانش کارکنان		
به‌کارگیری دانش روز در زمینه سمبل‌گرایی سازمانی		
ایجاد دانش و آگاهی لازم درباره قوانین و تأثیرات آن‌ها		

ادامه جدول ۴. کدگذاری محوری و انتخابی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
ایجاد فرهنگ اشتراک دانش و تجربیات		
کمک به فرایندهایی برای جمع‌آوری، انتقال و بهره‌برداری از دانش		
پیشینه شخصی و اجتماعی فرد	عوامل فردی	
ایجاد و کسب غرور برای خود و خانواده		
رفع ضعف‌های فردی		
درک عملکرد خود		
تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان		
هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت سمبل‌گرایی سازمانی		
تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان		
ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد	راهبرد	راهبردها
ایجاد آگاهی و انگیزه در کارکنان	سمبل‌گرایانه	اقدامات
استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات سازمانی		
برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی ملی و محلی		
معرفی خدمات و محصولات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی		
احساس غرور و افتخار و تعلق به سازمان		
قدرت و مشروعیت		
وحدت و یکپارچگی		
به رسمیت شناختن		
حمایت و پشتیبانی	سمبل‌گرایی	پدیده
سمبل‌های اقتدار	سازمانی	محوری
سمبل‌های پاداش		
سمبل‌های همدلانه		
پرستیژ سمبل		
سرمایه سمبلیک فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی		
فرهنگ اخلاقی		
فرهنگ شفاف		
فرهنگ چاپک	فرهنگ سازمانی	
فرهنگ گوش به زنگ		
فرهنگ شفافیت و امانت‌داری		
فرهنگ اصلاح محور		شرایط
سبک رهبری تحول‌گرا		زمینه‌ای
سبک رهبری حمایتی		
سبک رهبری خدمت‌گزار	سبک رهبری	
سبک رهبری دموکراتیک		
سبک رهبری معنوی		
سبک رهبری مشارکتی		
عدم اجرای قوانین داخلی در سازمان‌های دولتی		
عدم شفافیت و ابلاغ قوانین داخلی و منطق آن‌ها به کارکنان و ذی‌نفعان		
فاصله قوانین از واقعیات و خواست کارکنان و شهروندان	تعدد و تناقض	عوامل
وجود سردرگمی، سوءتفاهم و مقاومت در برابر قوانین	قوانین سازمانی	مداخله‌گر
عدم نظارت بر اجرای قوانین داخلی و نتایج حاصل از آن		
عدم تعهد به ارزش‌های اخلاقی توسط نهاد نظارتی و مدیریت		
افزایش کارایی و بهره‌وری	بهبود عملکرد سازمانی	
ارتقای فرایندهای عملکرد		
ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه		

ادامه جدول ۴. کدگذاری محوری و انتخابی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
افزایش درآمد سازمان		
ارتقای عدالت سازمانی		
ترفیعات داخلی و ارتقای دستیابی به جایگاه‌های کاری بالاتر		
توسعه استعدادها و توانایی‌های فردی	توسعه فردی و سازمانی	
ترویج روحیه تیمی و همکاری		
ارتقای سطح رضایت شغلی		
توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان		
مشارکت دادن کارکنان در تدوین سیاست‌های سازمانی		
افزایش اعتماد عمومی	اعتماد عمومی به سازمان	
ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب		
سیاست‌های پاداش و تشویقی قوی		
نظارت مردمی و مبارزه با فساد		
توجه به نیازها، توقعات و رفاه کارکنان		
کاهش نرخ جابه‌جایی، غیبت و تعارضات درون سازمان		

ارتقای سطح قانون‌مداری و همکاری در اجرای قوانین و مقررات، ایجاد آگاهی، آموزش و ارتقای دانش کارکنان، به‌کارگیری دانش روز در زمینه‌ی نمادگرایی سازمانی، ایجاد دانش و آگاهی لازم درباره قوانین و تأثیرات آن‌ها، ایجاد فرهنگ اشتراک دانش و تجربیات، کمک به فرایندهایی برای جمع‌آوری، انتقال و بهره‌برداری از دانش، پیشینه شخصی و اجتماعی فرد، ایجاد و کسب غرور برای خود و خانواده، رفع ضعف‌های فردی، درک عملکرد خود به‌عنوان مقوله‌های شرایط علی در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند.

مقوله‌های پدیده محوری: مهم‌ترین لازمه موفقیت این گام از تحلیل آن است که قبل از هر چیز با امعان نظرهای مکرر در مضامین و مقولات به دست آمده تا این جای کار، پدیده اصلی در زمینه موضوع پژوهش خود را کشف نماییم. براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های احساس غرور و افتخار و تعلق به سازمان، قدرت و مشروعیت، وحدت و یکپارچگی، به رسمیت شناختن، حمایت و پشتیبانی، نمادهای اقتدار، نمادهای پاداش، نمادهای همدلانه، پرستیژ نماد، سرمایه نمادین فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به‌عنوان مقوله پدیده محوری در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند.

مقوله‌های راهبردها و اقدامات: راهبردها و اقدامات عبارت است از راهبردهای رفتاری و تاکتیک‌هایی که کنشگران بر اثر موجبات علی به آن مبادرت می‌ورزند. اعمال و شیوه‌های

در فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها نوبت به ارائه مدل، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی تحقیق می‌رسد. با بررسی وضعیت موجود، داده‌های به دست آمده در ۶ مقوله یا بعد اصلی طبقه‌بندی می‌شوند.

مقوله‌های شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای عبارت است از شرایطی که راهبردها و تعاملات در بستر آن منجر به پیامدها می‌گردد. براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های فرهنگ اخلاقی، فرهنگ شفاف، فرهنگ چابک، فرهنگ گوش به زنگ، فرهنگ شفافیت و امانت‌داری، فرهنگ اصلاح محور، سبک رهبری تحول‌گرا، سبک رهبری حمایتی، سبک رهبری خدمتگزار، سبک رهبری دموکراتیک، سبک رهبری معنوی، سبک رهبری مشارکتی به‌عنوان مقوله‌های زمینه‌ای در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند.

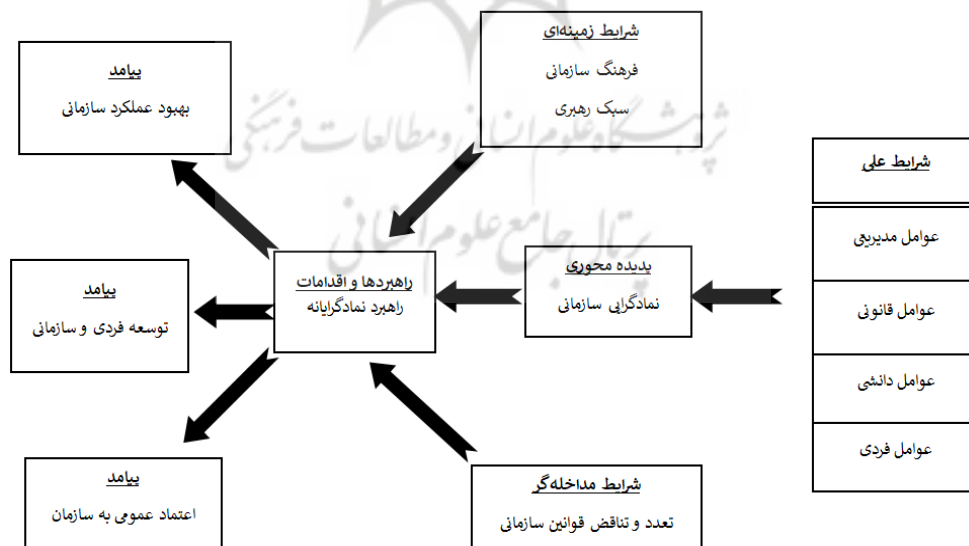
مقوله‌های شرایط علی: شرایط علی عبارت است از علل و موجبات اصلی که پدیده مورد اکتشاف (مقوله اصلی) از آن ناشی می‌شود. براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های پشتیبانی مدیران ارشد سازمان از نمادگرایی، ارزش‌ها، باورها، رهبری و استراتژیک در جنبه متعالی سازمان، انعطاف‌پذیری در ساختار سازمان، توجه به استانداردهای بین‌المللی، سیستم‌های مدیریت اسناد و فرایندهای کاری، ایجاد مکانیزم‌های نظارت و کنترل بر اجرای قوانین، تدوین نظام اجرای قوانین و مقررات متناسب با هر قانون، استقرار نظام‌های مربوط و آموزش و فرهنگ‌سازی برای اجرای قانون، آموزش شهروندان با هدف

اخلاقی توسط نهاد نظارتی و مدیریت به‌عنوان مقوله شرایط مداخله‌گر در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند.

مقوله‌های پیامدها: در نهایت، دستاورد پژوهش حاضر و نیز مجموع موجبات علمی و راهبردهای اتخاذ شده، آثار و پیامدهایی را در پی دارد که براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های افزایش کارایی و بهره‌وری، ارتقای فرایندهای عملکرد، ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه، افزایش درآمد سازمان، ارتقای عدالت سازمانی، ترفیحات داخلی و ارتقای دستیابی به جایگاه‌های کاری بالاتر، توسعه استعدادها و توانایی‌های فردی، ترویج روحیه تیمی و همکاری، ارتقای سطح رضایت شغلی، توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان، مشارکت دادن کارکنان در تدوین سیاست‌های سازمانی، افزایش اعتماد عمومی، ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب، سیاست‌های پاداش و تشویقی قوی، نظارت مردمی و مبارزه با فساد، توجه به نیازها، توقعات و رفاه کارکنان، کاهش نرخ جابه‌جایی، غیبت و تعارضات درون سازمان به‌عنوان مقوله پیامدها در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند. شکل زیر نشان‌دهنده مدل پارادایمی سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام می‌باشند.

مورد استفاده و تدابیر، طرف‌دها و شگردهایی که به اقتضای زمینه‌ها و شرایطی که در آن قرار دارند در پیش می‌گیرند. براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان، هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت نمادگرایی سازمانی، تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان، ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد، ایجاد آگاهی و انگیزه در کارکنان، استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات سازمانی، برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی ملی و محلی، معرفی خدمات و محصولات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مقوله راهبردها و اقدامات در ارائه مدل نمادگرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام انتخاب شدند.

مقوله‌های شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر عبارت است از شرایطی که راهبردها و تعاملات متخذه را تحت‌الشعاع قرار داده تعدیل می‌نماید. براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های عدم اجرای قوانین داخلی در سازمان‌های دولتی، عدم شفافیت و ابلاغ قوانین داخلی و منطق آن‌ها به کارکنان و ذی‌نفعان، فاصله قوانین از واقعیات و خواست کارکنان و شهروندان، وجود سردرگمی، سوءتفاهم و مقاومت در برابر قوانین، عدم نظارت بر اجرای قوانین داخلی و نتایج حاصل از آن، عدم تعهد به ارزش‌های



شکل ۱. مدل پارادایمی سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام

Figure 1. Paradigmatic Model of Organizational Symbolism in Government Organizations of Ilam Province

مدل را در سه بخش انجام می‌دهد: برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی.

مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی

تحلیل مدل‌ها در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) بررسی برازش

برازش مدل اندازه‌گیری

گرفته شده است. طبق نظر مگنر و همکاران (۱۹۹۹) معیار همگرا بودن روایی این است که میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE) بیشتر از ۰/۵ باشد. این مقادیر در جدول ۵ ارائه شده است:

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری از سه معیار روایی سازه، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. ملاک مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۵ می‌باشد. همچنین برای پایایی ترکیبی مقدار ۰/۷ مناسب در نظر

جدول ۵. نتایج بارهای عاملی، روایی همگرا و پایایی سازه‌های پژوهش

Table 5. The Results of Factor Loadings, Convergent Validity and Reliability of the Research Constructs

متغیر	شاخص	بار عاملی	روایی همگرا	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
عوامل مدیریتی	پشتیبانی مدیران ارشد سازمان از سمبل‌گرایی	۰/۷۹۱	۰/۶۰۲	۰/۷۸۰	۰/۷۸۱
	ارزش‌ها، باورها، رهبری و استراتژیک در جنبه متعالی سازمان	۰/۷۸۶			
	انعطاف‌پذیری در ساختار سازمان	۰/۷۴۳			
	توجه به استانداردهای بین‌المللی	۰/۷۸۳			
عوامل قانونی	سیستم‌های مدیریت اسناد و فرایندهای کاری	۰/۷۴۹	۰/۵۵۳	۰/۷۹۷	۰/۷۹۸
	ایجاد مکانیزم‌های نظارت و کنترل بر اجرای قوانین	۰/۷۲۶			
	تدوین نظام اجرای قوانین و مقررات متناسب با هر قانون	۰/۷۷۰			
	استقرار نظام‌های مربوط و آموزش و فرهنگ‌سازی برای اجرای قانون	۰/۷۴۷			
عوامل دانشی	آموزش شهروندان با هدف ارتقای سطح قانون‌مداری و همکاری در اجرای قوانین و مقررات	۰/۷۲۴	۰/۵۴۳	۰/۷۸۹	۰/۷۹۰
	ایجاد آگاهی، آموزش و ارتقای دانش کارکنان	۰/۷۵۰			
	به‌کارگیری دانش روز در زمینه سمبل‌گرایی سازمانی	۰/۷۲۵			
	ایجاد دانش و آگاهی لازم درباره قوانین و تأثیرات آن‌ها	۰/۷۳۹			
عوامل فردی	ایجاد فرهنگ اشتراک دانش و تجربیات	۰/۷۴۵	۰/۵۸۷	۰/۷۶۶	۰/۷۶۶
	کمک به فرایندهایی برای جمع‌آوری، انتقال و بهره‌برداری از دانش	۰/۷۲۵			
	پیشینه شخصی و اجتماعی فرد	۰/۷۶۸			
	ایجاد و کسب غرور برای خود و خانواده	۰/۷۵۹			
راهبرد سمبل‌گرایی	رفع ضعف‌های فردی	۰/۷۹۹	۰/۵۱۴	۰/۸۶۵	۰/۸۶۵
	درک عملکرد خود	۰/۷۳۹			
	تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان	۰/۷۱۹			
	هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت سمبل‌گرایی سازمانی	۰/۷۲۰			
	تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان	۰/۷۲۴			
	ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد	۰/۷۴۴			
	ایجاد آگاهی و انگیزه در کارکنان	۰/۷۰۳			
سمبل‌گرایی سازمانی	استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات سازمانی	۰/۷۳۰	۰/۵۰۹	۰/۸۹۳	۰/۸۹۳
	برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی ملی و محلی	۰/۶۹۳			
	معرفی خدمات و محصولات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۰۰			
	احساس غرور و افتخار و تعلق به سازمان	۰/۷۰۳			
	قدرت و مشروعیت	۰/۷۱۷			
	وحدت و یکپارچگی	۰/۷۱۹			
	به رسمیت شناختن	۰/۷۳۹			
حمایت و پشتیبانی	۰/۷۳۷				
سمبل‌های اقتدار	۰/۶۷۷	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	
سمبل‌های پاداش	۰/۷۰۷				
سمبل‌های همدلانه	۰/۷۰۱				
پرستیژ سمبل	۰/۷۱۶				
سرمایه سمبلین فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی	۰/۷۱۷				

ادامه جدول ۵. نتایج بارهای عاملی، روایی همگرا و پایایی سازه‌های پژوهش

متغیر	شاخص	بار عاملی	روایی همگرا	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
فرهنگ‌سازمانی	فرهنگ اخلاقی	۰/۷۵۴	۰/۵۳۶	۰/۸۲۷	۰/۸۲۷
	فرهنگ شفاف	۰/۷۵۹			
	فرهنگ چابک	۰/۷۰۰			
	فرهنگ گوش به زنگ	۰/۷۲۲			
	فرهنگ شفافیت و امانت‌داری	۰/۷۳۸			
سبک رهبری	فرهنگ اصلاح محور	۰/۷۱۹	۰/۵۵۶	۰/۸۴۰	۰/۸۴۱
	سبک رهبری تحول‌گرا	۰/۷۵۸			
	سبک رهبری حمایتی	۰/۷۳۴			
	سبک رهبری خدمتگزار	۰/۷۵۷			
	سبک رهبری دموکراتیک	۰/۷۲۸			
تعدد و تناقض قوانین سازمانی	سبک رهبری معنوی	۰/۷۶۶	۰/۵۴۸	۰/۸۳۵	۰/۸۳۵
	سبک رهبری مشارکتی	۰/۷۳۲			
	عدم اجرای قوانین داخلی در سازمان‌های دولتی	۰/۷۸۰			
	عدم شفافیت و ابلاغ قوانین داخلی و منطق آن‌ها به کارکنان و ذی‌نفعان	۰/۷۴۳			
	فاصله قوانین از واقعیات و خواست کارکنان و شهروندان	۰/۷۰۱			
بهبود عملکرد سازمانی	وجود سردرگمی، سوء تفاهم و مقاومت در برابر قوانین	۰/۷۵۲	۰/۵۹۰	۰/۸۲۶	۰/۸۲۶
	عدم نظارت بر اجرای قوانین داخلی و نتایج حاصل از آن	۰/۷۳۵			
	عدم تعهد به ارزش‌های اخلاقی توسط نهاد نظارتی و مدیریت	۰/۷۲۸			
	افزایش کارایی و بهره‌وری	۰/۷۹۱			
	ارتقای فرایندهای عملکرد	۰/۷۶۸			
توسعه فردی و سازمانی	ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه	۰/۷۵۴	۰/۵۵۹	۰/۸۴۲	۰/۸۴۲
	افزایش درآمد سازمان	۰/۷۶۶			
	ارتقای عدالت سازمانی	۰/۷۶۱			
	توسعه استعدادها و توانایی‌های فردی	۰/۷۶۴			
	ترویج روحیه تیمی و همکاری	۰/۷۳۴			
اعتماد عمومی به سازمان	ارتقای سطح رضایت شغلی	۰/۷۴۵	۰/۵۳۸	۰/۸۲۸	۰/۸۲۸
	توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان	۰/۷۲۵			
	مشارکت دادن کارکنان در تدوین سیاست‌های سازمانی	۰/۷۵۴			
	افزایش اعتماد عمومی	۰/۷۶۰			
	ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب	۰/۷۰۴			
اعتماد عمومی به سازمان	سیاست‌های پاداش و تشویقی قوی	۰/۷۰۵	۰/۵۳۸	۰/۸۲۸	۰/۸۲۸
	نظارت مردمی و مبارزه با فساد	۰/۷۲۰			
	توجه به نیازها، توقعات و رفاه کارکنان	۰/۷۵۶			
	کاهش نرخ جابه‌جایی، غیبت و تعارضات درون سازمان	۰/۷۵۴			

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود مدل از لحاظ هر سه معیار فوق‌الذکر در سطح بسیار خوبی قرار دارد. روایی واگرا، دیگر معیار سنجش برآزش مدل‌های اندازه‌گیری در روش PLS است. روایی واگرا به همبستگی پایین گویه‌های یک متغیر پنهان با سایر متغیرهای پنهان اشاره دارد. براساس روش پیشنهادی فورنل و لارکر (۱۹۸۱) روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که جذر AVE

برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. بر این اساس روایی واگرای قابل قبول یک مدل اندازه‌گیری حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. در روش PLS، این امر به وسیله یک ماتریس صورت می‌گیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و قطر اصلی ماتریس

جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. ماتریس روایی واگرا در جدول ۶ ارائه شده است.

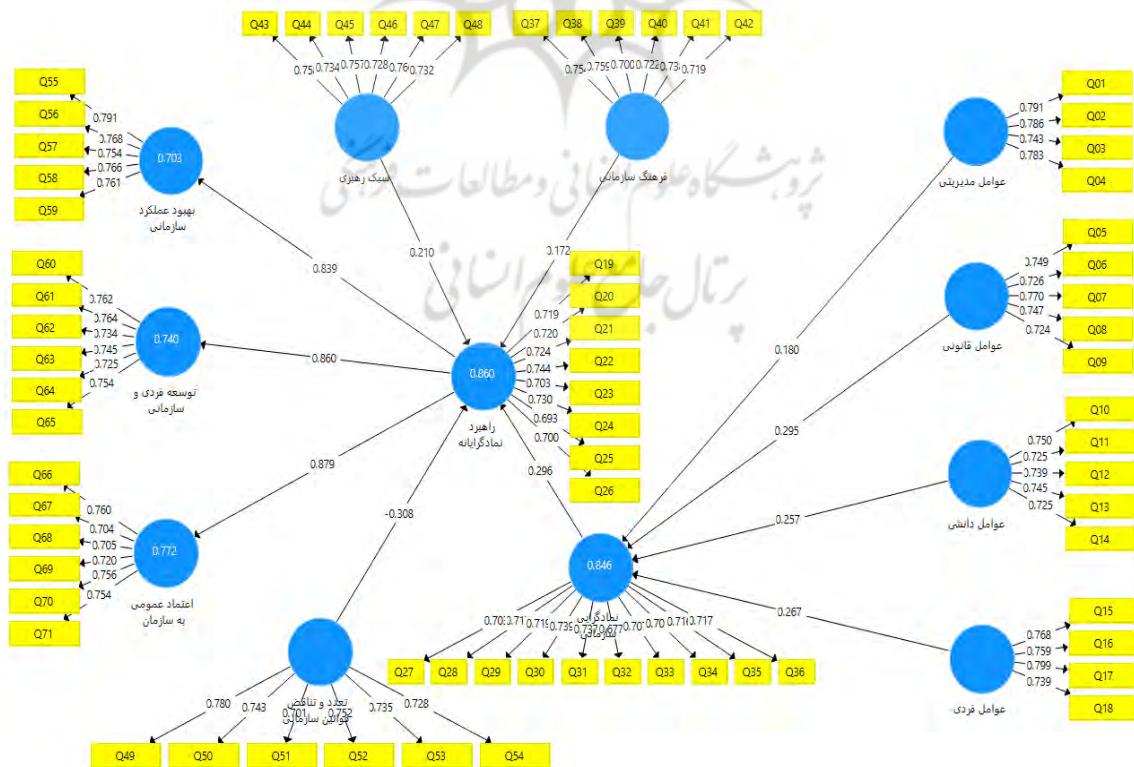
جدول ۶. ماتریس سنجش روایی واگرا (فورنل و لارکر)

Table 6. Divergent Validity Assessment Matrix (Fornell and Larcker)

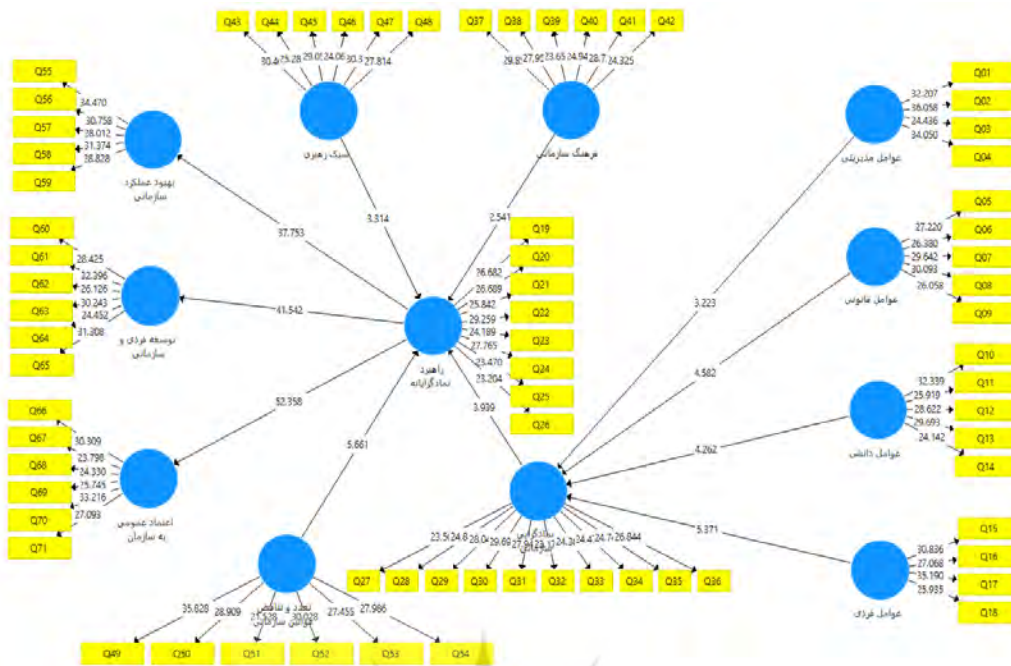
سازه‌های پژوهش	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
اعتماد عمومی به سازمان	۰/۷۳۳											
بهبود عملکرد سازمانی	۰/۲۱۷	۰/۷۶۸										
تعدد و تناقض قوانین سازمانی	۰/۶۳۰	۰/۳۹۷	۰/۷۴۰									
توسعه فردی و سازمانی	۰/۵۴۰	۰/۳۴۴	۰/۵۸۶	۰/۷۴۸								
راهبرد سمبل‌گرایانه	۰/۳۵۸	۰/۱۴۲	۰/۱۷۸	۰/۳۰۷	۰/۷۱۷							
سبک رهبری	۰/۴۲۹	۰/۳۱۷	۰/۳۹۱	۰/۶۷۱	۰/۶۱۸	۰/۷۴۶						
عوامل دانشی	۰/۵۷۹	۰/۲۷۲	۰/۶۱۹	۰/۴۸۳	۰/۲۲۶	۰/۳۷۵	۰/۷۳۷					
عوامل فردی	۰/۴۰۱	۰/۳۴۵	۰/۴۷۴	۰/۴۱۹	۰/۱۶۸	۰/۳۳۳	۰/۴۳۴	۰/۷۶۶				
عوامل قانونی	۰/۳۰۰	۰/۳۰۱	۰/۲۵۵	۰/۲۱۴	۰/۱۸۷	۰/۲۶۸	۰/۳۷۱	۰/۱۵۳	۰/۷۴۴			
عوامل مدیریتی	۰/۳۹۰	۰/۳۲۸	۰/۱۷۵	۰/۱۷۳	۰/۲۸۲	۰/۳۸۰	۰/۳۹۳	۰/۲۶۷	۰/۱۶۵	۰/۷۷۶		
فرهنگ سازمانی	۰/۳۱۲	۰/۳۲۰	۰/۲۱۰	۰/۲۷۴	۰/۳۳۰	۰/۳۲۳	۰/۲۵۹	۰/۳۰۴	۰/۳۸۶	۰/۱۶۶	۰/۷۳۲	
سمبل‌گرایی سازمانی	۰/۲۳۲	۰/۲۸۴	۰/۳۹۴	۰/۱۷۶	۰/۱۵۴	۰/۲۹۵	۰/۳۱۷	۰/۳۲۶	۰/۴۱۳	۰/۳۲۶	۰/۲۵۵	۰/۷۱۳

در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بودن آن‌ها را تأیید کرد. دومین معیار برای برآزش مدل ساختاری در یک پژوهش ضریب تعیین مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. شکل ۲ و ۳ مدل را در حالت معناداری و ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

همان‌گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌کنید، جذر AVE برای هر سازه گزارش شده است (قطر اصلی) از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که این موضوع بیانگر روایی واگرای قابل قبول برای مدل‌های اندازه‌گیری است. برآزش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب T به این صورت است که این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد تا بتوان



شکل ۲. مدل در حالت ضرایب استاندارد
Figure 2. Model in Standard Coefficient Model



شکل ۳. معناداری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی (بوت‌استرپینگ)

Figure 3. Significance of Variable Relationships with Partial Least Squares Method

بر اساس نتایج مندرج در شکل فوق بارهای عاملی روابط میان سنجها (متغیرهای مشاهده‌پذیر) با عوامل مربوط (متغیرهای پنهان) بزرگ‌تر از حداقل مقدار قابل قبول ۰/۵ به دست آمده است. بنابراین مدل بیرونی (اندازه‌گیری) مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۷. خلاصه نتایج بخش ساختاری مدل

Table 7. Summary of the Results of the Structural Part of the Model

نتیجه	معناداری	آماره t	ضریب تأثیر	رابطه
تأیید	۰/۰۰۰	۵,۶۶۱	-۰/۳۰۸	تعدد و تناقض قوانین سازمانی ← راهبرد سمبل‌گرایانه
تأیید	۰/۰۰۰	۵۲,۳۵۸	۰/۸۷۹	راهبرد سمبل‌گرایانه ← اعتماد عمومی به سازمان
تأیید	۰/۰۰۰	۳۷,۷۵۳	-۰/۸۳۹	راهبرد سمبل‌گرایانه ← بهبود عملکرد سازمانی
تأیید	۰/۰۰۰	۴۱,۵۴۲	۰/۸۶۰	راهبرد سمبل‌گرایانه ← توسعه فردی و سازمانی
تأیید	۰/۰۰۱	۳,۳۱۴	۰/۲۱۰	سبک رهبری ← راهبرد سمبل‌گرایانه
تأیید	۰/۰۰۰	۴,۲۶۲	-۰/۲۵۷	عوامل دانشی ← سمبل‌گرایی سازمانی
تأیید	۰/۰۰۰	۵,۳۷۱	۰/۲۶۷	عوامل فردی ← سمبل‌گرایی سازمانی
تأیید	۰/۰۰۰	۴,۵۸۲	-۰/۲۹۵	عوامل قانونی ← سمبل‌گرایی سازمانی
تأیید	۰/۰۰۱	۳,۲۲۳	۰/۱۸۰	عوامل مدیریتی ← سمبل‌گرایی سازمانی
تأیید	۰/۰۱۱	۲,۵۴۱	-۰/۱۷۲	فرهنگ سازمانی ← راهبرد سمبل‌گرایانه
تأیید	۰/۰۰۰	۳,۹۳۹	-۰/۲۹۶	سمبل‌گرایی سازمانی ← راهبرد سمبل‌گرایانه

برای ارزیابی برازش مدل از شاخص GOF و RMS و SRMR استفاده می‌شود. برای شاخص GoF سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. برای شاخص RMS_theta مقادیر زیر ۰/۱۲ نشانه تناسب مدل است، در حالی که مقادیر بالاتر

روابط میان سازه‌های اصلی پژوهش در بخش ساختاری (جدول فوق) بررسی شد. خلاصه نتایج بخش ساختاری مدل (روابط میان سازه‌های مدل) در جدول ۷ ارائه شده است. بر اساس ضریب مسیر و مقدار آماره t (بوت‌استرپینگ)، فرضیات پژوهش با اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار گرفتند.

RMS_theta میزان ۰/۱۰۶ به دست آمد که از ۰/۱۲ کمتر است. شاخص SRMR نیز ۰/۰۵۴ محاسبه گردید که از ۰/۰۸ کمتر است بنابراین برازش مدل مطلوب است.

نشان‌دهنده عدم تناسب است. شاخص SRMR نیز بهتر است زیر ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۰۸ باشد (حبیبی و جلال‌نیا، ۱۴۰۲). در این مطالعه شاخص GOF برابر ۰/۶۵۸ به دست آمد که از ۰/۳۶ بزرگ‌تر است. شاخص

جدول ۸. نتایج ارزیابی برازش مدل

Table 8. Model Fit Evaluation Results

شاخص	SRMR	NFI	RMS_theta	GOF
مقدار	۰/۰۵۴	۰/۳۶۲	۰/۱۰۶	۰/۶۵۸

بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که عوامل مدیریتی بر نمادگرایی سازمانی تأثیر دارند. این مقوله فرعی با نتایج تحقیقات مایر^۱ (۲۰۱۱) و وستفال^۲ (۲۰۲۰) که بیان داشتند مدیران از پیام‌های سمبلیک برای غنی‌سازی مشاغل استفاده می‌کنند و با استفاده از این پیام‌ها از مرزهای سازمانی عبور می‌کنند و هنجارهای کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند، همسو است.

عوامل قانونی: یکی دیگر از پیشایندهای مؤثر بر سمبل‌گرایی سازمانی، عوامل قانونی است که ایجاد مکانیزم‌های نظارت بر اجرای قانون و استقرار نظام‌های مربوط به آموزش و فرهنگ‌سازی برای اجرای قانون از مهم‌ترین زیر مؤلفه‌های آن می‌باشد. عوامل قانونی بر فعالیت‌های سازمان تأثیر دارند، اما سازمان نمی‌تواند از طریق تصمیم‌گیری‌های خود، این عوامل را تغییر داده و روند آن‌ها را کنترل کند. بررسی قانونی ابزاری است که سازمان از آن برای جلوگیری از شوک‌های استراتژیک و تضمین بقای بهره‌مندی برد و تحقیقات نشان داده است که بین بررسی قانونی و سود سازمان رابطه مستقیمی وجود دارد. در بررسی عوامل خارجی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی شرکت‌ها شناسایی می‌شوند تا مدیران بتوانند با تدوین استراتژی‌های مناسب از فرصت‌ها بهره‌برداری نمایند و اثرات عوامل تهدیدکننده را کاهش دهند یا از آن‌ها پرهیز نمایند. ضریب مسیر عوامل قانونی ← نمادگرایی سازمانی مقدار ۰/۲۹۵ به دست آمد و آماره t نیز ۴/۵۸۲ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که این فرضیه تأیید می‌شود. در جستجوی مقالات هیچ شواهدی مبنی بر تأثیر عوامل قانونی بر سمبل‌گرایی سازمانی یافت نشد.

عوامل دانشی: عوامل دانشی یکی از عوامل علی مؤثر بر

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر طراحی و اعتبارسنجی مدل سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام بود. برای این منظور، در مرحله اول از رویکرد استراوس و کوربین در نظریهٔ برخاسته از دادهٔ سیستماتیک استفاده شد. در ادامه، مدل پارادایمی سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام در قالب ۷۱ مفهوم، ۱۲ مقوله فرعی و ۶ مقوله اصلی در قالب شرایط علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها ارائه شدند. علاوه بر این مدل استخراج شده مورد مطالعه و اعتبارسنجی قرار گرفت. مقوله‌های اصلی و فرعی به دست آمده عبارت‌اند از:

- ۱- پدیده محوری: شامل مؤلفه سمبل‌گرایی سازمانی
- ۲- عوامل علی: شامل مؤلفه‌های مدیریتی، قانونی، دانشی و فردی
- ۳- عوامل بسترساز: شامل مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی و سبک رهبری
- ۴- عوامل مداخله‌گر: شامل تعدد و تناقض قوانین سازمانی
- ۵- راهبردها: شامل راهبردهای سمبل‌گرایانه
- ۶- پیامدها: شامل مؤلفه‌های بهبود عملکرد سازمانی، توسعه فردی و سازمانی و اعتماد عمومی به سازمان.

عوامل مدیریتی: یکی از پیشایندهای مؤثر بر پدیده محوری برآمده از نظریه برخاسته از داده‌ها، عوامل مدیریتی است که خود مشتمل بر چند عامل فرعی می‌باشد. پشتیبانی مدیران ارشد همراه با ارزش‌ها و باورهای وی از اهم آن‌ها به شمار می‌روند. از آنجا که تناسب بین استراتژی‌ها و ساختار از عوامل مؤثر بر سمبل‌گرایی در سازمان‌ها می‌باشد؛ لذا انعطاف‌پذیری در ساختار سازمان ضرورت می‌یابد. توجه به سنجه‌های بین‌المللی از دیگر مؤلفه‌های عوامل مدیریتی است که امکان مراودات فرا سازمانی را فراهم می‌سازد. ضریب مسیر عوامل مدیریتی ← نمادگرایی سازمانی مقدار ۰/۱۸۰ به دست آمد و آماره t نیز ۳،۲۲۳ محاسبه شد.

1. Mayr

2. Westphal

اجتماعی. نتایج پژوهش نشان داد که راهبرد نمادگراییانه بر اعتماد عمومی به سازمان، توسعه فردی و سازمانی و همچنین بهبود عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. آنتونی^۳ (۲۰۱۲) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که چشم‌انداز و بیانیه مأموریت بر ساخت تصویر مثبتی از سازمان مؤثر است. بنابراین نتایج پژوهش او با این مؤلفه سازگار است.

سمبل‌گرایی سازمانی: سمبل‌های سازمانی، ابزاری مهم برای خلق معنا هستند. سمبل‌ها تخیل ما را شکل می‌دهند و به ما کمک می‌کنند. جهان و تجربیات خود را که در غیر این صورت غیرقابل درک می‌شوند، بازنمایی کنیم. سمبل‌گرایی سازمانی شامل تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان، هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت نمادگرایی سازمانی، تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان، ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد، ایجاد آگاهی و انگیزه در کارکنان، استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات سازمانی، برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی ملی و محلی و معرفی خدمات و محصولات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. ضریب مسیر نمادگرایی سازمانی ← راهبرد نمادگراییانه مقدار ۰/۲۹۶ به دست آمد و آماره t نیز ۳،۹۳۹ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تأیید می‌شود.

فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی یکی از عوامل زمینه‌ای است که شامل عوامل فرهنگ اخلاقی، فرهنگ شفاف، فرهنگ چابک، فرهنگ گوش به زنگ، فرهنگ شفافیت و امانت‌داری و فرهنگ اصلاح محور می‌باشد. فرهنگ سازمانی می‌تواند منبع مزیت رقابتی باشد. نکته دیگر اینکه عملکرد افراد در سازمان‌های مختلف، متعدد هستند و هر سازمان فرهنگ مربوط به خود را دارد. در برخی از سازمان‌ها اگر افراد پرخاشگر یا صبور باشند به هنگام ارزیابی نمره بالایی را می‌گیرند از سوی دیگر ممکن است اگر همین فرد در سازمان دیگری مشغول به کار باشد و دارای چنین ویژگی باشد در ارزیابی عملکرد نمره منفی بگیرد. ضریب مسیر فرهنگ سازمانی ← راهبرد نمادگراییانه مقدار ۰/۱۷۲ به دست آمد و آماره t نیز ۲/۵۴۱ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تأیید می‌شود.

سمبل‌گرایی سازمانی است که شامل مقوله‌های فرعی ایجاد آگاهی، آموزش و ارتقای دانش کارکنان، به‌کارگیری دانش روز در زمینه نمادگرایی سازمانی، ایجاد دانش و آگاهی لازم درباره قوانین و تأثیرات آن‌ها، ایجاد فرهنگ اشتراک دانش و تجربیات و کمک به فرایندهایی برای جمع‌آوری، انتقال و بهره‌برداری از دانش می‌باشد. ضریب مسیر عوامل دانشی ← نمادگرایی سازمانی مقدار ۰/۲۵۷ به دست آمد و آماره t نیز ۴،۲۶۲ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه نیز تأیید می‌شود. ویلیامز^۱ (۲۰۱۴) عنوان نمود که دانش باعث توانایی درک و تولید سمبل‌ها می‌شود، لذا نتایج تحقیق ویلیامز نیز با این پژوهش سازگار و همسو است.

عوامل فردی: یکی از عوامل علی مؤثر بر سمبل‌گرایی سازمانی عوامل فردی است که شامل پیشینه شخصی و اجتماعی فرد، ایجاد و کسب غرور برای خود و خانواده، رفع ضعف‌های فردی و درک عملکرد خود می‌شود. ضریب مسیر عوامل فردی ← نمادگرایی سازمانی مقدار ۰/۲۶۷ به دست آمد و آماره t نیز ۵،۳۷۱ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که عوامل فردی بر سمبل‌گرایی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. گروپچ^۲ (۲۰۱۵)، بیان نمود که عوامل شخصیتی و شخصی مانند تجربیات، احساسات و انگیزه‌ها تأثیر قابل توجهی بر درک سمبل دارند. بنابراین نتایج تحقیق گروپچ نیز با این مقوله همسو است.

راهبرد سمبل‌گراییانه: امروزه واقعیت سازمانی یک زمینه سمبلین عمیق را ایجاد می‌کند، زیرا مدیران با تیم‌های مجازی، فضای اینترنتی برای کار، نفوذ شبکه‌های اجتماعی سروکار دارند. مدیریت در حال حاضر یک محیط موقعیتی نیست، بلکه دوباره سمبلین می‌شود، در شیوه‌ای که چگونه داستان‌ها، آیین‌ها و استعاره‌ها برای رهبران افراد در محل کار عمل می‌کنند. مؤلفه‌های فرعی مربوطه عبارت‌اند از: تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان، هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت سمبل‌گرایی سازمانی، تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان، ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد، ایجاد آگاهی و انگیزه در کارکنان، استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغات سازمانی، برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی ملی و محلی و معرفی خدمات و محصولات با استفاده از شبکه‌های

1. Williams
2. Gerevich

3. Anthony

سازمان تأثیرگذار است. مؤلفه‌های فرعی مربوطه عبارت‌اند از: افزایش کارایی و بهره‌وری، ارتقای فرآیندهای عملکرد، ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه، افزایش درآمد سازمان و ارتقای عدالت سازمانی. کازر (۲۰۲۰) در مقاله خود به این نتیجه دست یافت که سمبل‌گرایی سازمانی می‌تواند عملکرد سازمانی را بهبود بخشد. او دریافت که سمبل‌های ساختاری و اداری همراه با سمبل‌گرایی بیرونی بر تهمد و عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارند. نتایج تحقیق کازر با نتایج پژوهش حاضر همسو است.

توسعه فردی و سازمانی: برنامه‌ریزی توسعه فردی، سند توافق شده‌ای بین کارکنان و مدیران سازمان است که در آن، اهداف و برنامه‌ریزی‌های سالانه با محوریت توسعه فردی کارکنان مشخص شده است. ترفیعات داخلی، ارتقا و دستیابی به جایگاه‌های کاری بالاتر، توسعه استعدادها و توانایی‌های فردی، ترویج روحیه تیمی و همکاری، ارتقای سطح رضایت شغلی، توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان و مشارکت دادن کارکنان در تدوین سیاست‌های سازمانی از جمله مقوله‌های فرعی هستند که در این پژوهش شناسایی شدند. موراند^۳ (۲۰۲۰) دریافت که سمبل‌ها می‌توانند بر نگرش کارکنان در مورد کار تأثیر مثبتی داشته باشند و به تبع باعث افزایش رضایت شغلی و توسعه فردی آن‌ها شود. بنابراین نتایج پژوهش موراند با نتایج این پژوهش که سمبل‌گرایی سازمانی را عامل مؤثر بر بهبود و توسعه فردی می‌داند، سازگار است.

اعتماد عمومی به سازمان: اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. بدون اعتماد عمومی افراد نسبت به یکدیگر، جامعه تجزیه می‌شود. اعتماد عمومی از ملزومات اساسی پیشرفت هر جامعه و زمینه‌ساز موفقیت دولت‌ها است. اعتماد منجر به بروز رفتارهای مشارکتی و کاهش تعارض و همچنین کاهش هزینه انجام کار می‌شود. کارکرد اثربخش سازمان‌ها در جامعه به میزان اعتماد مردم به این سازمان‌ها بستگی دارد. اگر اعتماد شهروندان از بین برود، کارکنان بخش دولتی در انجام دادن وظایفشان با دشواری‌های بیشتری مواجه می‌شوند همچنین با افول اعتماد عمومی، مشارکت عموم مردم در فرایندهای سیاسی خط‌مشی‌گذاری کاهش خواهد یافت. اسیتی و بالاک اسیتی (۲۰۲۰)، در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که سمبل‌گرایی

اوجیاکو^۱ (۲۰۱۱)، بیان نمود که فرهنگ بر درک و استفاده از سمبل تأثیر دارد و فرهنگ در تفسیر سمبل‌ها نقش مثبتی دارند. بنابراین همخوانی نتایج این پژوهش نیز مشهود است **سبک رهبری:** یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای، سبک رهبری است که شامل مقوله‌های سبک رهبری تحول‌گرا، سبک رهبری حمایتی، سبک رهبری خدمتگزار، سبک رهبری دموکراتیک، سبک رهبری معنوی و سبک رهبری مشارکتی است. رهبری اثربخش در جوامع و سازمان‌ها، عامل اصلی و اساسی در ایجاد همسویی و همدلی تحت لوای یک فرهنگ سازمانی کارآمد و حامی است. رهبران موفق و مؤثر افرادی هستند که بتوانند پیروان خود را در زیر یک چتر فکری با یک‌جهت مشترک گردآوری نمایند. ضریب مسیر سبک رهبری ← راهبرد نمادگرایانه مقدار ۰/۲۱۰ به دست آمد و آماره t نیز ۳/۳۱۴ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تأیید می‌شود. اسلامازیشویلی^۲ (۲۰۲۰) در مقاله خود نشان داد که رهبری می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی بر سمبل‌ها و فرآیند معناسازی پیروان داشته باشد. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیق حاضر هماهنگ و همسو است.

تعدد و تناقض قوانین سازمانی: از عوامل مداخله‌گر مدل می‌باشد که شامل مؤلفه‌های فرعی عدم اجرای قوانین داخلی در سازمان‌های دولتی، عدم شفافیت و ابلاغ قوانین داخلی و منطبق آن‌ها به کارکنان و ذی‌نفعان، فاصله قوانین از واقعیات و خواست کارکنان و شهروندان، وجود سردرگمی، سوءتفاهم و مقاومت در برابر قوانین، عدم نظارت بر اجرای قوانین داخلی و نتایج حاصل از آن و عدم تعهد به ارزش‌های اخلاقی توسط نهاد نظارتی و مدیریت می‌باشد. ضریب مسیر تعدد و تناقض قوانین سازمانی ← راهبرد نمادگرایانه مقدار ۰/۳۰۸- به دست آمد و آماره t نیز ۵,۶۶۱ محاسبه شد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد: این فرضیه تأیید می‌شود. در جستجوی مقالات و بررسی پیشینه تحقیق هیچ شواهدی مبنی بر تأثیر تعدد قوانین سازمانی بر سمبل‌گرایی سازمانی یافت نشد.

بهبود عملکرد سازمانی: از پسایندهای مدل این پژوهش بهبود عملکرد سازمانی می‌باشد. بهبود مشارکت و عملکرد کارکنان؛ بهره‌وری کارکنان به‌طور مستقیم با نتایج و عملکردشان مرتبط است. این به‌نوبه خود بر عملکرد نهایی

در خصوص سمبل‌گرایی سازمانی پیشنهاد می‌شود جهت افزایش احساس غرور و افتخار و تعلق به سازمان و یافتن قدرت و مشروعیت، مسیر دستیابی به اهداف سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام را فراهم آورند. این مهم در ایجاد وحدت و یکپارچگی و به رسمیت شناختن اثرگذار خواهد بود. همچنین سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام نیاز به حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد داشته و سمبل‌های اقتدار، سمبل‌های پاداش و سمبل‌های همدلانه قابل‌دستیابی است.

در خصوص فرهنگ‌سازمانی پیشنهاد می‌شود ضمن استقرار فرهنگ اخلاقی و فرهنگ شفاف در سازمان‌های مذکور، نسبت به آگاه‌سازی کارکنان در این حیطه نیز اقدام نمایند. یکی دیگر از فرهنگ‌های مهم سازمانی، فرهنگ چابک و فرهنگ گوش به زنگ است که تأثیر زیادی در بهبود عملکرد سازمانی دارد.

در خصوص سبک رهبری پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری سبک رهبری تحول‌گرا و سبک رهبری حمایتی در سازمان، مقدمات استقرار سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام را فراهم آورند. در این راستا، سبک رهبری خدمتگزار و سبک رهبری دموکراتیک نیز کمک‌کننده خواهد بود.

در خصوص تعدد و تناقض قوانین سازمانی پیشنهاد می‌شود با اجرای قوانین داخلی در سازمان‌های دولتی و ایجاد شفافیت و ابلاغ قوانین داخلی و منطبق آن‌ها به کارکنان و ذی‌نفعان، به استقرار سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام کمک نمایند. این مهم با کاهش فاصله قوانین از واقعیات و خواست کارکنان و شهروندان و رفع سردرگمی، سوءتفاهم و مقاومت در برابر قوانین قابل‌دستیابی است. در نهایت و با پیاده‌سازی استراتژی‌های مذکور، دستیابی به بهبود عملکرد سازمانی و پیامدهای مثبتی نظیر افزایش کارایی و بهره‌وری، ارتقای فرایندهای عملکرد، ارزیابی عملکرد شفاف و عادلانه، افزایش درآمد سازمان و ارتقای عدالت سازمانی دور از انتظار نخواهد بود.

سپاسگزاری

مقاله حاضر، مشتمل بر بخشی از یافته‌های رساله‌ای با عنوان «طراحی مدل سمبل‌گرایی سازمانی؛ مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی استان ایلام» می‌باشد؛ لذا از همه صاحب‌نظران گران‌قدری که در تدوین آن به نویسندگان یاری رساندند سپاسگزاری می‌نماییم.

سازمانی به القای اعتماد در سازمان کمک می‌کند و می‌تواند زمینه اعتماد در سازمان را فراهم نماید. بنابراین نتایج پژوهش اسیتی و بالاک اسیتی با تحقیق حاضر همسو است.

پیشنهاد‌های پژوهش

براساس نتایج به دست آمده، پیشنهادها کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

در خصوص عوامل مدیریتی پیشنهاد می‌شود ضمن پشتیبانی مدیران ارشد سازمان از سمبل‌گرایی، به تقویت ارزش‌ها، باورها، رهبری و استراتژیک در جنبه متعالی سازمان پرداخته شود. آنچه در استقرار سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام حائز اهمیت است، انعطاف‌پذیری در ساختار سازمان و توجه به استانداردهای بین‌المللی است که باید مورد توجه بیشتری قرار بگیرد.

در خصوص عوامل قانونی پیشنهاد می‌شود با استقرار سیستم‌های مدیریت اسناد و فرایندهای کاری و ایجاد مکانیزم‌های نظارت و کنترل بر اجرای قوانین، مقدمات لازم جهت استقرار سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام را فراهم آورند.

در خصوص عوامل دانشی پیشنهاد می‌شود با ایجاد آگاهی، آموزش و ارتقای دانش کارکنان و به‌کارگیری دانش روز؛

در زمینه سمبل‌گرایی سازمانی، مسیر دستیابی به اهداف سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام را تسهیل نمایند.

در خصوص عوامل فردی پیشنهاد می‌شود به بررسی پیشینه شخصی و اجتماعی فرد پیش از استخدام پرداخته شود. کارکنان برای ایجاد و کسب غرور برای خود و خانواده و رفع ضعف‌های فردی، نیاز به استقرار سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام دارند. همچنین سمبل‌گرایی سازمانی در افزایش درک عملکرد کارکنان نیز تأثیرگذار است.

در خصوص راهبرد سمبل‌گرایانه پیشنهاد می‌شود در ابتدا به تدوین چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌های سازمان بپردازند. در این راستا، هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت سمبل‌گرایی سازمانی و تدوین خط‌مشی با جلب مشارکت شهروندان و جامعه هدف سازمان توصیه می‌شود. همچنین ارائه خدمات مشتری محور با ایجاد ارزش و اعتماد نیز در حصول سمبل‌گرایی سازمانی در سازمان‌های دولتی استان ایلام تأثیرگذار است.

References

- Abbasi Sadr, Gh.R., & Rogi, M. (2016). Explaining the Position of Symbol in Organizational Culture Based on the Islamic Point of View, *Journal of Islam and Management Research*, 5(2), 37. (In Persian)
- Akgün, A. E., Keskin, H., Kocoglu, I., & Zehir, C. (2019). The relationship among organizational symbols, firm absorptive capacity, and product innovativeness. *Engineering Management Journal*, 31(3), 158-176. DOI: 10.1080/10429247.2019.1624098.
- Alwani, S. M., Khanbashi, M., & Bodlai, H. (2014). Explaining the concept of epoch in phenomenological research and its application in the field of entrepreneurship. *A quarterly journal of Strategy*, 23(2), 241-218. (In Persian)
- Anthony, S. O. (2012). Influence of vision and mission statement on organizational effectiveness: an appraisal of a private sector experience in Nigeria. *The Pacific Journal of Science and Technology*, 13(1), 389-397.
- Asgari, Gh., Maqbul Baarad, A., & Mohammadi, D. (2008). Examining Elements in Iranian Organizations. *Journal of Business Management*, 7(2), 155-178. (In Persian)
- Aslamazishvili, D., Ignatova, V., & Smirnaya, A. (2020, May). Symbolic Leadership in the Organizational Culture in the Context of Transformation. In *6th International Conference on Social, economic, and academic leadership (ICSEAL-6-2019)* (pp. 5-10). Atlantis Press.
- Aslamazishvili, D., Ignatova, V., & Smirnaya, A. (2020, May). Symbolic Leadership in the Organizational Culture in the Context of Transformation. In *6th International Conference on Social, economic, and academic leadership (ICSEAL-6-2019)* (pp. 5-10). Atlantis Press.
- Barsky, A. E. (2019). *Ethics and values in social work: An integrated approach for a comprehensive curriculum*. New York: Oxford University Press.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582. doi:10.1080/10548408.2019.1592059
- Coşar, B., Uzunçarşılı, Ü., & Altındağ, E. (2020). Do Not Neglect the Power of Symbols on Employee Performance: An Empirical Evidence From Turkey. *SAGE Open*, 10(4), <https://doi.org/10.1177/2158244020967949>.
- Czarniawska, B., & Gagliardi, P. (Eds.). (2003). *Narratives we organize by* (Vol. 11). John Benjamins Publishing.
- Dandridge, T. C., Mitroff, I., & Joyce, W. F. (1980). Organizational symbolism: A topic to expand organizational analysis. *Academy of Management Review*, 5(1), 77-82. <https://doi.org/10.2307/257806>
- Esitti, B., & Buluk, B. (2020). Organizational Symbolism: An Overview of the Tourism Industry. *Organizational Behavior Challenges in the Tourism Industry*, 188-206.
- Fatuhi, Mahmoud (2022). *Image rhetoric*. 7th edition, Tehran, Aghat Publications. (In Persian)
- Fotaki, M., Altman, Y., & Koning, J. (2020). Spirituality, Symbolism and Storytelling in Twentyfirst-Century Organizations: Understanding and addressing the crisis of imagination. *Organization Studies*, 41(1), 7-30.
- Fuller, S. R. (2008). Organizational symbolism: a multi-dimensional conceptualization. *The Journal of Global Business and Management*, 4(2), 168-174. doi: 10.5465/amr.2008.32465742.
- Gagliardi, P. (2015). Myths and symbols: Organizational. In P. Bryant & J. Mathews (Eds.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*, 2nd edition, Volume 16. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73088-1>
- Gerevich, J. (2015). Personal motif in art. *Psychiatria Hungarica: A Magyar Pszichiatriai Tarsasag Tudományos Folyoirata*, 30(2), 114-130.

- Gherardi, S., & Turner, B. (1987). Real men don't collect soft data.
- Greenblatt, S. (2017). *The rise and fall of Adam and Eve*. London: Bodley Head.
- Gruter, J. K. (2007). *Aesthetics in architecture*. Translated by Jahanshah Pakzad and Abdul Reza Hodayun. Tehran: Shahid Beheshti University, Center Printing and publications. (In Persian)
- Hurrell, S. A., & Scholarios, D. (2014). The People Make the Brand” Reducing Social Skills Gaps Through Person-Brand Fit and Human Resource Management Practices. *Journal of Service Research*, 17(1), 54-67. doi:10.1177/1094670513484508
- Jafari, A., & Karimi, F. (2016). Professional policymaking in the education system in the third millennium with an emphasis on future studies. *Shabak scientific-specialized monthly*, 3(29), 47. (In Persian)
- Khoshab, A., Alaei, R., Alvi Moghadam, S. M., & Saebi, M. H. (2016). Monitoring rganization of Mashhad Municipality in 2017 Vision. *Journal of Progress and Excellence Research*, 1(1), 52-70. (In Persian)
- Koçoğlu, İ., Akgün, A. E., & Keskin, H. (2016). The collective unconscious at the organizational level: The manifestation of organizational symbols. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 296-303.
- Kriz, J. (1988). *Facts and artefacts in social science: An epistemological and methodological analysis of empirical social science research techniques*. McGraw-Hill.
- Lemon, M., & Sahota, P. S. (2004). Organizational culture as a knowledge repository for increased innovative capacity. *Technovation*, 24(6), 483-498.
- March, J. G., & Olsen, J. P. (1976). Ambiguity and Choice in Organizations (Bergen: Universitetsforlaget, 1976). *the same point is stressed in Wilson, Bureaucracy*, 55-59.
- March, J., & Simon, H.A. (1958), *Organizations*, New York: Wiley.
- Masoumi, Gh.R. (2014). *An introduction to the world's ancient myths and rituals*. Third edition, Tehran: published by Sore Mehr publishing company. (In Persian)
- Mayr, K., & Siri, J. (2011). Management as a symbolizing construction? Re-arranging the understanding of management. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 160-179.
- Mohammadi Shahroudi, H., Rahim Nia, F., Malekzadeh, Gho.R., & Khodaviyan, A.R. (2017). Explaining the characteristics and dimensions of organizational resilience in production organizations facing risks and challenges. *Environmental Risk Management*, 5(1), 111-126. (In Persian)
- Moradi, F., Alwani, S. M., & Kazemi, A. (2019). Designing a Proactive Organization Model in Iran's Governmental Organizations. *Public Organizations Management*, 7(4), 39-54. (In Persian)
- Morand, D., & Zhang, L. (2020). The impact of status-leveling symbols on employee attitudes: a moderated mediational analysis. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(19), 2495-2520.
- Morrison, D. E., & Henkel, R. E. (1970), *The Significance Test Controversy: A Reader*. Chicago: Aldine.
- Ojiako, U., & Aleke, B. (2011). Symbols as cultural expressions of technology diffusion. *Society and Business Review*, 6(3), 198-213.
- Perrow, C. (1979). *Complex Organizations: A Critical Essay*. New York: Random House.
- Rafaeli, A., & Worline, M. (2000). Symbols in organizational culture. *Handbook of organizational culture and climate*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology: An overview.
- Tabatabaei Nesab, S. M., & Abbaszadeh, M. (2019). Investigating the function of symbolism in corporate branding. *Farda Management*, 19(64), 147-164. (In Persian)

- Turner, B. A. (1986). Sociological Aspects of Organizational Symbolism. *Organization/Studies*, 7(2), 101-116.
- Westphal, J., & Park, S. H. (2020). *Symbolic management: Governance, strategy, and institutions*. Oxford University Press.
- Williams, D. (2014). Models, Metaphors and Symbols for Information and Knowledge Systems. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI)*, 10(1), 79-107.

