



Positive Psychology Research

Positive Psychology Research
E-ISSN: 2476-3705
Vol. 9, Issue 4, No.36, Winter 2024, P:115-136
Received: 02/06/2023 Accepted: 24/05/2024

Research Article

A Model of positive organizational behavior in creative industries

Mahdi Yazdanshenas*: Associate professor, Faculty of Management and Accounting, , Allameh T. . ttaaa'i Uni rriityr rrr r r rnn.

yazdanshenas@atu.ac.ir

Hamed Dehghanan: Associate professor, Faculty of Management and Accounting, , Allameh

Tbbttaa'i Univrrriityr rrr r r rnn.

dehghanan@atu.ac.ir

Seyyed Mojtaba Mahmoudzadeh: Associate professor, Faculty of Management and Accounting, ,

Allmnaa aaaa abb''i Uii vrrsity, Tehran, Iran

sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

Mohammad Hosein Shojaee: PHD student of Business management, Faculty of Management and

Acctttt .ggA AlmnTT Tbbttaa'i Uii . rriityT Thrrnnl lrrn.

Shojaee.mh1000@yahoo.com

Abstract

Positive organizational behavior has recently been raised as one of the challenging and attractive topics in management science. Positive organizational behavior is capable of creating a sustainable competitive advantage for contemporary organizations by benefiting from a new management tool, i.e. psychological capital, in addition to human capital and social capital. Considering the importance of positive organizational behavior, the current research has tried to provide a model of positive organizational behavior in creative industries. The current research has presented a coherent model in the field of positive organizational behavior through the method of multiple Grounded theory and using existing literature and theories as well as semi-structured interviews with specialists and experts in this industry. The sampling method was judgmental and the interviews continued until theoretical saturation. The data obtained from coding was analyzed and led to the extraction of 235 primary codes, 30 secondary codes, 19 concepts and 6 categories. Positive organizational behavior in creative industries includes the core category (positive organizational behavior), causal conditions, background conditions, intervening conditions, strategies and consequences. Positive organizational behavior also includes objective individual behaviors, subjective individual behaviors, group behaviors, and organizational behaviors. The positive-oriented organizational behavior model in the field of creative industries is fundamentally different from the organizational behavior model in other industries due to the nature of creativity, the importance of human resource processes, and the flat and non-hierarchical organizational structure. On the other hand, the economic situation and socio-cultural conditions make the model of positive organizational behavior in creative industries different from other industries.

* Corresponding author

2476-3705© University of Isfahan



This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



10.22108/PPLS.2024.137887.2433

Keywords: Positive Organizational Behavior, Positivism in the Organization, Psychological Capital, Creative Industries, Multiple Grounded Theory

Introduction

Many studies have been conducted in the field of positivism in organizations and topics such as organizational behavior, organizational leadership, organizational development, and human resource management. The starting point of this line of research can be considered the initial theorizing of positive psychology by Seligman and Csikszentmihalyi (2000). Past research in the field of positive organizational behavior shows the importance and benefits of this issue to promote productivity in the organization (Carter & Youssef-Morgan, 2021). Like positivist psychology, positivist organizational behavior does not claim to organize new discussions and discoveries of the importance of positivism. However, it emphasizes that more focus is needed on theorizing, research, and application of positive insight, action, and behavior in organizations. In other words, Seligman claims that positive psychology is not a new discovery but a different paradigm (Seligman et al., 2005).

Method

The purpose of this study is to present a model for positive organizational behavior in creative industries. This study is applied research in terms of purpose. According to the purpose of the study, a qualitative approach was used to collect data. In the current study, multiple grounded theory method was used, with one of its distinguishing points being emphasis on the necessity of combining the deductive and inductive approaches in developing the theory. The research population included creative industry experts and the sampling method was judgmental. Two conditions of knowledge and experience in the field of creative industries have been taken into consideration for sample selection. In order to check the validity of the model, in addition to reviewing the literature and

research theories, interviews were conducted with creative industry experts. After conducting the interviews and extracting the model of positive organizational behavior in creative industries, the extracted model was sent to the interviewees for approval. The combination of experimental validation and internal validation in the theory development process is also another tool to check the validity of the model. Semi-structured interviews were used to collect data. Data analysis was done using Strauss and Corbin's (1990) grounded theory techniques, including open, axial, and selective coding.

Results

The findings of this study showed that three main categories of individual factors (including attitudinal characteristics, behavioral characteristics, psychological characteristics), group factors (including leadership theories, political behavior, brainstorming and leadership skills) and organizational factors (including organizational democracy, social capital, human capital, organizational entrepreneurship, cultural capital, organizational agility, organizational transparency, working methods and standards) were the causal conditions affecting positive organizational behavior. This finding suggests that focusing on improving these factors leads to the formation and development of positive organizational behavior in creative industries. In order to achieve positive organizational behavior in creative industries, managers should be selected who have characteristics such as charisma, ideal influence, inspiring motivation, the ability to persuade people and adhere to moral values so that the sense and motivation of positivity can be strengthened among the key elements of cultural businesses. Also, positive attitudes

such as work-life balance, psychological ownership, perceived organizational support, positive work experience, and perceived organizational justice provide conditions for promoting and expanding positive behaviors among employees. Improving collective work conditions and low power distance between managers and other people of the organization as well as promoting the spirit of group activities in the organization leads to the improvement of positive organizational behaviors. In such a situation, managers communicate with others in a more favorable organizational climate and thus create positive interactions in a positive climate.

The results of this study show that, in order to realize and actualize positive organizational behavior in the current conditions of creative industries, some strategies are adopted. These strategies can be influenced by contextual conditions and intervening factors and bring about consequences at different levels.

The suggested strategies include positive human capital practices (including the subcategories of positive compensation, positive individual development, positive organizational development, positive recruiting and hiring, positive performance management and positive socialization), creating an organic organizational structure, developing positive communication, teaching positivity in the organization, the supporting organization, and culture-building actions.

However, the selection of these strategies is positive-oriented. Considering the determinants of organizational behavior, background and intervening conditions also play an important role in creating these strategies. Background conditions usually refer to the factors in the organization and environment that have many effects. One of these factors is organizational culture. The main values, principles, rules and norms in creative industries shape the dominant behavioral style of employees and the dominant management style of creative industries

similar to other organizations. In general, employees will try to behave in accordance with the main values and norms in the organization and adapt their work models and styles to it. In addition to the organizational culture, favorable financial and economic conditions of the organization are also effective in determining the existing strategies in creative industries. Therefore, favorable financial and economic conditions determine, shape and develop structures in cultural businesses that will ultimately strengthen positive behaviors at the level of the entire organization.

Conclusion

The analysis of the interview data as well as the theoretical foundations of the study led to the identification of 23 main categories in the form of six categories of causal conditions, central category, background conditions, intervening conditions, strategies and consequences. The findings of this study show that causal conditions include individual factors, group factors, and organizational factors. Also, background conditions include economic conditions of the organization, demographic factors and job characteristics. In addition, the intervening factors include macro-economic factors, macro-social-cultural factors, legal factors and technological factors. Suggested strategies to strengthen and develop positive organizational behavior include positive human capital practices, creating an organic organizational structure, developing positive communication, teaching positivity in the organization, supporting organization, and culture-building practices. Also, the consequences include individual, group and organizational consequences. The results of this study are consistent with the results of some of the previous researches. The findings of this research in relation to the consequences of positive organizational behavior are consistent with the results of Farjadinejad et al. (2020). Moreover, the

individual, group and organizational dimensions in the central concept of this study are consistent with the researches of Searle and Barbuto (2013) and Searle and Barbuto (2011). In addition, identification of causal conditions including theories of leadership, organizational climate, and organizational justice in the current research are in line with Kim's (2015) study. Also, the results of the current research are consistent with the research of Shahid and Muchiri (2018).

Ethical Consideration

Compliance with Ethical Guidelines: All ethical issues such as confidentiality of participants' identity were attended to and informed consent was obtained from the participants.

Authors' Contributions: This article is extracted from the doctoral thesis of the first author. Extraction, preparation, editing and submission of the article were done by the first and second authors. third and fourth authors are thesis advisors.

Conflict of interest: There is no conflict of interest between the authors of this article.

Funding: The authors received no financial support for the study.

Acknowledgment: The authors thank all the participants of this study.



ارائه مدلی برای رفتار سازمانی مثبت گرا در صنایع خلاق

مهدی یزدان شناس*: دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

yazdanshenas@atu.ac.ir

حامد دهقانان: دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

dehghanan@atu.ac.ir

سیدمجتبی محمودزاده: دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

محمدحسین شجاعی: دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Shojaee.mh1000@yahoo.com

چکیده

رفتار سازمانی مثبت گرا اخیراً به عنوان یکی از موضوعات چالشی و جذاب در علم مدیریت مطرح شده است. رفتار سازمانی مثبت گرا با بهره مندی از ابزار جدید مدیریتی یعنی سرمایه روان شناختی علاوه بر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی قادر به خلق مزیت رقابتی پایدار برای سازمان های معاصر است. با توجه به اهمیت موضوع رفتار سازمانی مثبت گرا، پژوهش حاضر کوشیده است به ارائه مدل رفتار سازمانی مثبت گرا در صنایع خلاق بپردازد. پژوهش حاضر از طریق روش تئوری داده بنیاد چندگانه و با استفاده از ادبیات و تئوری های موجود و همچنین مصاحبه نیمه ساختاریافته با متخصصان و کارشناسان این صنعت، مدلی منسجم در زمینه رفتار سازمانی مثبت گرا ارائه کرده است. روش نمونه گیری قضاوتی بوده و مصاحبه ها تا زمان اشباع نظری ادامه یافته است. داده های به دست آمده از کدگذاری، تحلیل و به استخراج 305 کد اولیه، 6۳ کد ثانویه، 23 مفهوم و ۶ مقوله منجر شد. مدل رفتار سازمانی مثبت گرا در صنایع خلاق شامل مقوله محوری (رفتار سازمانی مثبت گرا)، شرایط علی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، راهبردها و پیامدها می شود. مولفه های تشکیل دهنده رفتار سازمانی مثبت گرا نیز شامل رفتارهای فردی عینی، رفتارهای فردی ذهنی، رفتارهای گروهی و رفتارهای سازمانی می شود. مدل رفتار سازمانی مثبت گرا در حوزه صنایع خلاق با توجه به ماهیت خلاق بودن، ملاحظه شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فناورانه و قانونی داخلی و خارجی، ارائه راهبردها و راهکارهای بدیع جهت توسعه و تقویت رفتار سازمانی مثبت گرا در کسب و کارهای فرهنگی و استخراج پیامدهای تقویت رفتار سازمانی مثبت گرا در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی با مدل رفتار سازمانی مثبت گرا در سایر صنایع، تفاوت اساسی دارد.

واژه‌های کلیدی: پریشانی روانشناختی، احساس تنهایی، معنای زندگی در مردان

مقدمه

مطالعات و تحقیقات گسترده‌ای در زمینه مثبت‌گرایی در سازمان انجام گرفته است؛ به طوری که به رفتار سازمانی، رهبری سازمانی، تحول و بهبود سازمانی و مدیریت منابع انسانی مربوط می‌شوند. زمینه شروع این تحقیقات را می‌توان نظریه‌پردازی اولیه روانشناسی مثبت سلیگمن و سیکزنت میهالی دانست (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). پژوهش‌های گسترده محققان در زمینه رفتار سازمانی مثبت‌گرا نشان‌دهنده اهمیت و مزایای این موضوع برای تقویت بهره‌وری در سازمان است (Carter & Youssef-Morgan, 2021). همانند روانشناسی مثبت‌گرا، رفتار سازمانی مثبت‌گرا نیز ادعا نمی‌کند مباحث و کشفیات جدیدی از اهمیت مثبت‌گرایی را سامان می‌دهد؛ اما تأکید دارد به تمرکز بیشتری بر نظریه‌پردازی، پژوهش و کاربرد بینش، کنش و منش مثبت در سازمان نیاز است. به بیان دیگر، سلیگمن ادعا می‌کند روانشناسی مثبت‌گرا کشف جدیدی نیست؛ بلکه یک پارادایم متفاوت است (Seligman et al., 2005). پژوهشگران در این قلمرو علمی معتقدند رفتار سازمانی مثبت‌گرا استعاره «شراب کهنه در بطری جدید» است؛ به این معنا که رفتار سازمانی مثبت‌گرا شامل استفاده از یک مفهوم قدیمی در یک فضای جدید است. اگرچه رفتار سازمانی مثبت‌گرا برای علم روانشناسی جدید نیست، کاربرد آن در سازمان نسبتاً جدید است. سازمان، گذشته از دارا بودن شرایطی برای کسب موفقیت و دستیابی به عملکرد بالا، باید به طور فزاینده‌ای محیطی پویا، مثبت، شاد، آرام و فعال باشد (Luthans & Avolio, 2009). نظریه‌پردازان رفتار سازمانی مثبت‌گرا تأکید دارند موفقیت تنها چشم‌دوختن به نقاط ضعف، عیوب، کاستی‌ها، ایرادات و نواقص کارکنان و سعی در برطرف کردن آنها نیست؛ بلکه موفقیت با تقویت و توجه به فضائل، نقاط مثبت، کمالات و محاسن کارکنان ایجاد می‌شود (Luthans

2007, Youssef &). همچنین، تقویت فرآیندهای مثبت به‌عنوان هدفی مهم در این پارادایم لحاظ می‌شود (Altmaier, 2019). سلیگمن تأکید دارد بدون استفاده از علم آسیب‌شناسی روانی (پارادایم سنتی روانشناسی) نمی‌توان عملکرد، برتری، رشد و پیشرفت بهینه را توضیح داد (Farjadinejad et al., 2020).

بنابراین، کنش‌ها، منش‌ها و بینش‌های مثبت کارکنان و سازمان‌های مثبت‌گرا می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد و دیگر پیامدهای مطلوب سازمانی داشته باشد که فراتر از رویکردهای کاستی‌محور (پارادایم سنتی روانشناسی) است (Da et al., 2021).

رفتار سازمانی مثبت‌گرا به‌عنوان «مطالعه و استفاده از نقاط قوت منابع انسانی مثبت‌گرا و ظرفیت‌های روانشناختی که می‌تواند اندازه‌گیری شود، پرورش یابد و به طور مؤثر برای بهبود عملکرد در محل کار امروزی مدیریت شود» تعریف شده است؛ بنابراین، برای اینکه نقطه قوت فرد یا ظرفیت روانشناختی مشخصی در حوزه رفتار سازمانی مثبت‌گرا قرار گیرد، باید مثبت باشد و تا حدودی در زمینه رفتار سازمانی منحصر به فرد باشد. مهم‌تر اینکه باید بر نظریه و تحقیق، قابلیت اندازه‌گیری، توسعه‌پذیری و وابسته به نتیجه عملکرد مبتنی باشد (Saim Asci, 2020).

درباره رفتار سازمانی مثبت‌گرا، مدل‌ها و الگوهای متعددی ارائه شده است که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: مدل لوتانز و یوسف (۲۰۰۷)، مدل وست و همکاران (۲۰۰۹)، مدل سرل و باربوتو (۲۰۱۱)، مدل آوی و همکاران (۲۰۱۱)، مدل سرل و باربوتو (۲۰۱۳) و مدل شاهید و موجیری (۲۰۱۸)، مدل صباغ کرمانی و موسوی (۱۳۹۸) و مدل فرجادی‌نژاد و همکاران (۲۰۲۰). در این مدل‌ها رفتار سازمانی مثبت‌گرا به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی تقسیم‌بندی شده است. در سطح فردی عمدتاً از خود-کارآمدی، امید، خوش‌بینی، بهزیستی ذهنی، تاب‌آوری (Donaldson & Ko, 2010)، اعتماد، هوش عاطفی، غرقگی، رفتار

رهبری (پارسامهر و همکاران، ۱۴۰۱)، حمایت سازمانی ادراک شده (ارشدی و همکاران، ۱۳۹۷)، تئوری‌های رهبری (Khattri, 2017)، مربی‌گری، رفتار سیاسی (اسماعیلیان و همکاران، ۱۴۰۰)، دموکراسی سازمانی، جو سازمانی، فرهنگ سازمانی مثبت (Kim et al., 2019) روش‌ها و استانداردهای کاری (Farjadinejad et al., 2020)، ساختار سازمانی (اسماعیلیان و همکاران، ۱۴۰۰؛ کاظمی و همکاران، ۱۳۹۹) و تکنولوژی سازمانی (پارسامهر و همکاران، ۱۴۰۱)، به‌عنوان پیشایندهای رفتار سازمانی مثبت گرا مطرح هستند.

همچنین، مطابق پیشینه تحقیق بررسی‌شده، مؤلفه‌هایی همانند رضایت شغلی، تعهد سازمانی، تمایل به ترک خدمت، بدبینی، غیبت شغلی، فرسودگی شغلی (Avy et al., 2011)، معنویت سازمانی، کیفیت زندگی کاری، فاصله اجتماعی میان افراد، پاسخگویی سازمان (اسماعیلیان و همکاران، ۱۴۰۰)، عملکرد شغلی، رفتار کاری مخرب، جستجوی کار جدید، رفتار نوآورانه، حل مسئله، کارآفرینی سازمانی، اشتراک دانش، رفتار بیش‌فعالانه، تعالی فرد، توانمندی‌های فرد، سلامت روانی (Farjadinejad et al., 2020)، آوای کارکنان، محبوبیت فردی، اثربخشی تیم‌های کاری (حکاک و همکاران، ۱۴۰۰)، استرس، اضطراب، سلامت ذهنی، کامیابی، سطح کلسترول، شاخص توده‌بدنی، رضایت از سلامتی، سوءمصرف مواد، انسجام، مشارکت و تشریک‌مساعی، رضایت گروهی، تعارض در گروه، عملکرد تیمی، عجین‌شدگی تیمی، خلاقیت / نوآوری تیمی (West et al., 2009)، جو ایمن، عملکرد سازمانی، رشد سازمانی، نوآوری سازمانی، خودشکوفایی سازمانی (Farjadinejad et al., 2020)، هماهنگی تیم‌های سازمان (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۹)، توانمندسازی ساختاری، تغییر و تحول در سازمان و جذابیت برند کارفرمایی (پارسامهر و همکاران، ۱۴۰۱)، به‌عنوان پیامدهای رفتار سازمانی

شهروندی سازمانی، خلاقیت، پشتکار، عجین‌شدن با شغل، دلسوزی، خرد مراقبت، شادی (Searle & Barbuto, 2013)، پختگی، استعداد، بخشش، قدردانی، مراقبت، رفتار فداکارانه، رفتار مسئولانه، رفتار فعال، رفتار نوآورانه، رفتار یاری‌رسان، رفتار هماهنگ (Searle & Barbuto, 2013)، وفاداری، احترام و شوخ‌طبعی مثبت (اسماعیلیان و همکاران، ۱۴۰۰) در ادبیات تحقیق بررسی شده‌اند.

در سطح گروهی نیز عمدتاً مؤلفه‌هایی همانند اثربخشی تیم، خود-کارآمدی تیمی، تاب‌آوری تیم، خوش‌بینی تیمی، امید جمعی، توانایی گروهی، استانداردها و اهداف تیم‌های با عملکرد بالا، مد گروهی مثبت، مدل ذهنی مثبت تیمی، انسجام و اخلاق گروهی، هوش عاطفی گروهی/تیمی (Searle & Barbuto, 2013; Barbuto, 2013) مشارکت اجتماعی، داوطلب‌بودن (Farjadinejad et al., 2020)، نشاط جمعی، روحیه کار گروهی، تعهدپذیری گروهی و شادی گروهی (نادری هشی و نجف بیگی، ۱۳۹۵) مؤلفه‌های اصلی شناخته شده‌اند.

همچنین، در سطح سازمانی به مؤلفه‌هایی همانند فضیلت سازمانی، بخشش سازمانی، قدردانی سازمانی، تاب‌آوری سازمانی، دلسوزی سازمانی، اثربخشی سازمانی، چشم‌انداز و مأموریت مثبت، تلاش برای دستیابی و توفیق مأموریت، انگیزش درونی برای مشاغل، سازمان از نظر عاطفی سالم (Searle & Barbuto, 2013; Barbuto, 2013) تشریک‌مساعی (Farjadinejad et al., 2020)، اعتماد سازمانی و سلامت اداری (نادری هشی و نجف بیگی، ۱۳۹۵) در مبانی نظری اشاره شده است.

ادبیات پژوهش نشان می‌دهد عوامل متعددی همانند هویت اجتماعی مثبت، عدالت سازمانی، تجربه کاری و زندگی منفی، پرستیژ بیرونی (Pan Kim et al., 2019; et al., 2018)، تعادل کار-زندگی (اسماعیلیان و همکاران، ۱۴۰۰)، مالکیت روانشناختی و مهارت‌های

کند. مدل پارادایمی در رویکرد استراوس و کوربین، هر طبقه را با بررسی شرایط علی (عواملی که به وقوع پدیده منجر می‌شوند)، شرایط میانجی‌گر (شرایطی که از طریق شرایط علی بر پدیده مدنظر اثر می‌گذارند) و راهبردها (عمل یا تعاملات مشخص که از پدیده مرکزی نشئت می‌گیرند) بررسی می‌کنند (Strauss & Corbin, 1998).

جامعه پژوهش، خبرگان و کارشناسان صنایع خلاق بودند که به روش نمونه‌گیری قضاوتی گزینش شدند. دو شرط دانش و تجربه در زمینه صنایع خلاق برای انتخاب نمونه مدنظر قرار گرفت. فرایند نمونه‌گیری تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. در پژوهش حاضر، پژوهشگران از طریق مصاحبه با ۱۳ خبره و کارشناس در حوزه رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق به اشباع نظری در موضوع اجزاء، عناصر و مصادیق مدل پیش گفته رسیدند. سپس، نتایج مصاحبه‌ها تحلیل و بررسی شدند. معیارهای ورود به نمونه شامل سابقه اشتغال دست‌کم ۵ سال در صنایع خلاق، آشنایی با ساختار و فرآیندهای کسب‌وکارهای فرهنگی و آشنایی با رفتار سازمانی مثبت‌گرا و مدیریت منابع انسانی بود.

در این پژوهش، اعتبارسنجی مدل از طریق بررسی ادبیات و تئوری‌های تحقیق و نیز مصاحبه با کارشناسان و متخصصان صنایع خلاق استفاده شد. بعد از انجام مصاحبه‌ها و شکل‌گیری مدل رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق، مدل مذکور جهت تأیید برای مصاحبه شونده‌ها ارسال شد. ترکیب صحنه‌گذاری تجربی و صحنه‌گذاری درونی در فرآیند توسعه نظریه نیز ابزارهای دیگری برلی بررسی اعتبار مدل ارائه شده است.

برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد از فرمول توسعه‌یافته ویلیام اسکات استفاده شد که برای مقیاس اسمی ارائه شده است. این آزمون ارزش‌های طبقات را در نظر می‌گیرد و توافقی‌های شانس را در محاسبه

مثبت‌گرا مطرح شده‌اند. با توجه به نبود یک مدل جامع در سطح ملی، مسئله اصلی پژوهش حاضر، استخراج و شناسایی مدل فرآیندی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق است.

روش

روش، قلمرو پژوهش و شرکت‌کنندگان: هدف از پژوهش حاضر، ارائه مدلی برای رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. با توجه به هدف پژوهش از رویکرد کیفی برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. در این پژوهش روش داده‌بنیاد چندگانه^۱ به کار گرفته شد که یکی از نقاط بارز تمایز آن با استراتژی داده‌بنیاد، تأکید بر ضرورت ترکیب رویکرد قیاسی و استقرایی در فرآیند توسعه نظریه است. در نظریه داده‌بنیاد چندگانه نظریه داده‌بنیاد سهم زیادی دارد و این روش نوعی روش توسعه یافته یا اصلاح‌شده نظریه داده‌بنیاد است. دلیل استفاده از روش داده‌بنیاد چندگانه در این پژوهش این بود که مدلی برای تبیین فرآیند رفتار سازمانی مثبت‌گرا وجود نداشته است و به کارگیری این روش پژوهش می‌تواند چنین چارچوبی را فراهم آورد. در نظریه داده‌بنیاد، دو فرآیند زمینه‌دار کردن نظری و درونی، در کنار زمینه‌دار کردن تجربی افزوده شده است. این فرآیندهای متفاوت زمینه‌سازی فرآیندهایی جدا در ساختار کاری نظریه داده‌بنیاد چندگانه هستند و دیدگاه زمینه‌دار کردن پیشرفته‌تری را ارائه می‌کنند. پس در نظریه داده‌بنیاد چندگانه، داده‌ها از سه طریق مصاحبه (تجربی)، ادبیات تحقیق (نظری) و تفاسیر و برداشت‌های پژوهشگر (درونی) گردآوری می‌شوند که باعث می‌شود به نسبت نظریه داده‌بنیاد سنتی، داده‌های جامع و کامل‌تری فراهم شود (Goldkuhl & Cronholm, 2010).

در رویکرد استراوس و کوربین، پژوهشگر از مدل پارادایمی استفاده می‌کند تا یک چارچوب نظری تولید

^۱ . Multi Grounded Theory (MGT)

نظریه است. بر این اساس، تلاش شد تا حدی که منجر به جهت‌دهی به افکار مصاحبه‌شونده نشود، جریان مصاحبه از طریق طرح سؤال‌هایی بر مبنای یافته‌های نظری حاصل از مرور پیشینه و همچنین، نتایج مصاحبه‌های قبلی، هدایت شود. برخی از این سؤال‌ها این گونه‌اند:

۱) روابط میان مؤلفه‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق را تبیین و تفسیر کنید؟

۲) مثال‌ها و مصادیق رفتار سازمانی مثبت‌گرا در سطوح فردی، گروهی و سازمانی را توضیح دهید؟

روش اجرا و تحلیل: پس از کسب مجوزهای لازم از واحد منابع انسانی هر شرکت، درباره ضبط مصاحبه‌ها و نیز زمان و مکان انجام مصاحبه با مشارکت کنندگان، توافق و هماهنگی صورت گرفت. به‌منظور رعایت اخلاق پژوهش، مشارکت کنندگان نسبت به اهداف پژوهش، روش مصاحبه و نیز محرمانه‌بودن اطلاعات آگاهی یافتند.

شرکت کنندگان پژوهش در بازه زمانی تیر تا آبان ماه سال ۱۴۰۰ مصاحبه شدند. مصاحبه‌ها در مکانی انجام شد که برای مصاحبه‌شونده راحت‌تر و دسترس‌پذیرتر بود. هر جلسه مصاحبه بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید. تحلیل داده‌ها و جمع‌آوری آنها به‌طور هم‌زمان بود؛ برای مثال، تحلیل از همان روز اول جمع‌آوری داده‌ها شروع شد و در تمام طول زمان، جمع‌آوری داده‌ها ادامه یافت. با پیاده‌سازی محتوای هر مصاحبه به شکل متنی و سپس فراخوانی آن به نرم‌افزار مکس کیودا نسبت به تحلیل آنها اقدام شد. در این مطالعه علاوه بر سؤالات موجود در پروتکل مصاحبه، پژوهشگران ۵ سؤال اصلی برگرفته از پارادایم داده‌بنیاد را دنبال می‌کردند: ۱) پدیده اصلی که پدیدار می‌شود، چیست؟ ۲) شرایط علی به‌وجودآورنده پدیده اصلی کدام‌اند؟ ۳) چه موضوعات تعاملی خاص و شرایط زمینه‌ای در این میان اثرگذارند؟ ۴) چه استراتژی‌هایی به کار گرفته شدند و ۵) پیامدهای حاصل از آن

ضریب پایایی اصلاح می‌کند. ضریب اسکات، توافق‌شناسی یا توافق مورد انتظار را بر پایه نسبت دفعاتی محاسبه می‌کند که از ارزش‌های خاص یک طبقه استفاده شده‌اند؛ بنابراین، توافق مورد انتظار بر پایه نظریه احتمال به دست می‌آید (Scott, 1955). بدین منظور، ۳ مصاحبه از ۱۳ مصاحبه پژوهش در اختیار دو نفر از دانشجویان دکتری مدیریت که با مفاهیم رفتار سازمانی و منابع انسانی آشنا بودند، قرار داده شد و پس از کدگذاری مجدد، از طریق فرمول اسکات، ضریب توافق آنها تعیین شد. بیش از ۸۳ درصد توافق (۶۶.۸۳) نشان‌دهنده بالابودن ضریب توافق میان دو کدگذار است.

فرمول اسکات به شرح ذیل است:

$$Pi = (OA^1 - EA^2) / (1 - EA)$$

ابزار سنجش: از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. این نوع مصاحبه، نزدیکی و فاصله هم‌زمان و مناسب را با فضای ذهنی سوژه‌ها ممکن می‌کند. سؤال‌ها به شکلی طراحی شدند که جنبه‌های مختلف موضوع پوشش داده شود. پروتکل مصاحبه علاوه بر سؤال‌هایی که در ادامه آورده شده، مشتمل بر خلاصه‌ای از پژوهش نیز بوده است تا از این طریق، اطلاعات اولیه پژوهش به مصاحبه‌شونده، ارائه و مشارکت آنها جلب شود:

۱) رفتار سازمانی مثبت‌گرا چیست و سطوح آن در سازمان چگونه است؟

۲) رفتار سازمانی مثبت‌گرا را تعریف کنید؟

۳) ابعاد رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق را نام ببرید و توضیح دهید؟

۴) پیشایندها و پیامدهای رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق کدام‌اند؟

همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد، ایده محوری mgt، ترکیب صحنه‌گذاری نظری و تجربی در فرآیند تکوین

^۱ مقدار OA نمایانگر درصد توافق دو ارزیاب است.

^۲ مقدار EA نیز نمایانگر میزان توافق مورد انتظار است.

مقولات رفتار سازمانی مثبت‌گرا درک می‌شوند. براساس مدل مفهومی به‌دست‌آمده، یافته‌ها در قالب عامل محوری، شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و نتایج توضیح داده می‌شوند.

معنای رفتار سازمانی مثبت‌گرا از دیدگاه شرکت‌کنندگان پژوهش: تحلیل پاسخ‌ها نشان دادند افراد دیدگاه متفاوتی درباره رفتار سازمانی مثبت‌گرا دارند. مؤلفه‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا در سه طبقه فردی، گروهی و سازمانی طبقه‌بندی شدند. سپس درون این مفاهیم، خرده‌طبقات کدگذاری شدند. طبقه فردی شامل خرده‌طبقات همانند خوش‌بینی، تاب‌آوری، اعتماد، امید، خود-کارآمدی، بهزیستی ذهنی، نوع‌دوستی، پشتکار، پختگی، همدلی، شوخ‌طبعی و انعطاف‌پذیری بود. طبقه گروهی نیز شامل همانند اثربخشی تیمی، خود-کارآمدی تیمی، تاب‌آوری تیم، خوش‌بینی تیمی، امید جمعی و تشریک مساعی بود. طبقه سازمانی نیز شامل همانند سلامت اداری، مسئولیت اجتماعی، سازمان‌یادگیرنده، فضیلت سازمانی و بخشش سازمانی می‌شود. در جدول ۱، طبقات و خرده‌طبقات رفتار سازمانی مثبت‌گرا ارائه شده‌اند. در ادامه، طبقات و خرده‌طبقات تشریح می‌شوند.

استراتژی‌ها چه بودند؟ تحلیل داده‌ها با استفاده از فنون استراوس و کوربین و سایر فنون نظریه داده‌بنیاد چندگانه انجام شد که شامل فرایند کدگذاری سه‌مرحله‌ای یعنی کدگذاری باز، محوری و گزینشی بود. پس از پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها مفاهیم در حاشیه صفحه یادداشت می‌شدند. در مرحله بعدی، مفاهیم به شیوه پیوسته با یکدیگر مقایسه شدند تا تعیین شود آیا با پدیده‌های یکسان یا متفاوتی ارتباط دارند. آنهایی که از نظر مفهومی شبیه بودند، در یک طبقه قرار داده شدند. با طبقه‌بندی مفاهیم، مقوله‌ها نیز شکل گرفتند. فرآیند جمع‌آوری داده‌ها و طبقه‌بندی تا زمانی ادامه یافت که مقوله‌های به‌دست‌آمده به کفایت نظری برسند. طی مرحله کدگذاری محوری و انتخابی، مدل مفهومی رفتار سازمانی مثبت‌گرا با مشخص شدن مقوله محوری، ویژگی‌ها و ابعاد مختلف دیگر مقوله‌ها و نحوه ارتباط آنها با هم شکل گرفت.

یافته‌ها

ابتدا معنای رفتار سازمانی مثبت‌گرا از دیدگاه شرکت‌کنندگان پژوهش آورده می‌شود، سپس با مینا قرار دادن مقوله رفتار سازمانی مثبت‌گرا به‌عنوان مقوله محوری در قالب یک مدل مفهومی، نحوه تأثیر سایر

جدول ۱

طبقات و زیرطبقات مؤلفه‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا

Table 1

Classes and Subclasses of the Components of Positive Organizational Behavior

زیرطبقات	طبقات
همانند خوش‌بینی، تاب‌آوری، اعتماد، امید، خود-کارآمدی و بهزیستی ذهنی	فردی (سطح ذهنی)
همانند همدلی، شوخ‌طبعی و انعطاف‌پذیری	فردی (سطح عینی)
همانند خود-کارآمدی تیمی، تاب‌آوری تیم، خوش‌بینی تیمی	گروهی
همانند فضیلت سازمانی و مسئولیت اجتماعی	سازمانی

مؤلفه‌های فردی رفتار سازمانی مثبت گرا:

تحلیل پاسخ‌ها نشان می‌دهد مؤلفه‌های اصلی رفتار سازمانی مثبت گرا در سطح فردی، مؤلفه‌هایی همانند خوش‌بینی، تاب‌آوری، اعتماد، امید، خود-کارآمدی، بهزیستی ذهنی، همدلی، شوخ‌طبعی و انعطاف‌پذیری می‌شود.

تاب‌آوری: ظرفیت قابل ارتقا برای عبور کردن از دشواری‌ها، شکست‌ها و سختی‌های کاری برای تعدادی از افراد، معادل با تاب‌آوری بود.

خوش‌بینی: تجربه‌ای است برای بعضی از مصاحبه‌شوندگان که اتفاقات مثبت را همیشگی و پایدار و همچنین، اتفاقات منفی را به بعضی شرایط و موقعیت‌ها نسبت می‌دهند.

امید: یک حالت انگیزشی مثبت در بعضی از افراد است که موجب استقلال، خودانگیزی و برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف می‌شود.

خود-کارآمدی: یک حالت روانی در بعضی از مصاحبه‌شوندگان بود که موجب بسیج انگیزه‌ها و همه انرژی‌های جسمی و روانی برای اجرای موفقیت‌آمیز وظایف در فعالیت‌های کاری می‌شود.

اعتماد: یک حالت روانی در بعضی از افراد بود که به موجب آن فرد انتظار مثبت و مطلوبی از پیامدهای رفتار دیگران دارد.

بهزیستی ذهنی: کیفیت مثبت و مطلوب زندگی کاری افراد از نگاه بعضی از مصاحبه‌شوندگان به بهزیستی ذهنی اشاره دارد.

همدلی: درک دنیای شخصی و احساسات و عواطف شما توسط طرف مقابل از نگاه بعضی از افراد به همدلی اشاره دارد.

شوخ‌طبعی: روشی برای ارتباطات است که به نظر بعضی از افراد مصاحبه‌شونده موجب احساسات و افکار مثبتی در شونده‌ها می‌شود.

انعطاف‌پذیری: طبق نظر بعضی از

مصاحبه‌شوندگان، انعطاف‌پذیری حالتی ذهنی و رفتاری است که موجب می‌شود فرد با شرایط و وضعیت‌های متفاوت و بعضاً استرس‌آور منطبق شود.

مؤلفه‌های گروهی رفتار سازمانی مثبت گرا:

تحلیل پاسخ‌ها نشان می‌دهد مؤلفه‌های اصلی رفتار سازمانی مثبت گرا در سطح گروهی، مؤلفه‌هایی همانند خوش‌بینی تیمی، خودکارآمدی تیمی و تاب‌آوری تیمی می‌شود.

خود-کارآمدی تیمی: باور مشترک میان اعضای تیم به توانایی جمعی آنها برای انجام وظایف طبق نظر بعضی از افراد گفته می‌شود.

خوش‌بینی تیمی: اتخاذ اسناد درونی در موفقیت‌ها و ارزش قائل شدن برای کنترل بر خروجی‌های تیمی طبق نظر بعضی از افراد، خوش‌بینی تیمی نام دارد.

تاب‌آوری تیمی: ظرفیت تیم برای پایداری در شکست‌ها، تعارضات و مشکلات یا هر گونه تهدید که تیم با آن مواجه می‌شود، از نظر بعضی از مصاحبه‌شوندگان، تاب‌آوری تیمی نام دارد.

مؤلفه‌های سازمانی رفتار سازمانی مثبت گرا: تحلیل پاسخ‌ها نشان می‌دهد مؤلفه‌های اصلی رفتار سازمانی مثبت گرا در سطح سازمانی، مؤلفه‌هایی همانند فضیلت سازمانی و مسئولیت اجتماعی می‌شود.

فضیلت سازمانی: توانمندی سازمان برای پذیرش، تقویت و حمایت از رفتارهای مثبت در سطوح کلان را از نظر بعضی از افراد، فضیلت سازمانی می‌گویند.

مسئولیت اجتماعی: مسئولیت‌پذیری سازمان برای موضوعات زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی از نظر بعضی از مصاحبه‌شوندگان را مسئولیت اجتماعی می‌گویند.

شرایط علی که گاهی اوقات، شرایط مقدم نیز خوانده می‌شود، رویدادها و متغیرهایی هستند که به‌روز

به اداره کردن، تحقق یافتن و به انجام رساندن پدیده کمک می‌کنند. از طرف دیگر، شرایط مداخله‌گر یا واسطه‌ای در راستای حمایت یا محدودیت راهبردها در یک زمینه خاص عمل می‌کنند. پیامدها نیز به خروجی‌ها و نتایج حاصل از به‌کارگیری راهبردها اشاره دارد. با تجزیه و تحلیل داده‌ها و کدبندی آنها در طی سه مرحله، مدل مفهومی ذیل از رفتار سازمانی مثبت‌گرا استخراج شد. در این مدل هر طبقه با توجه به شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردهای عمل/تعاملی و نتایج بررسی شدند.

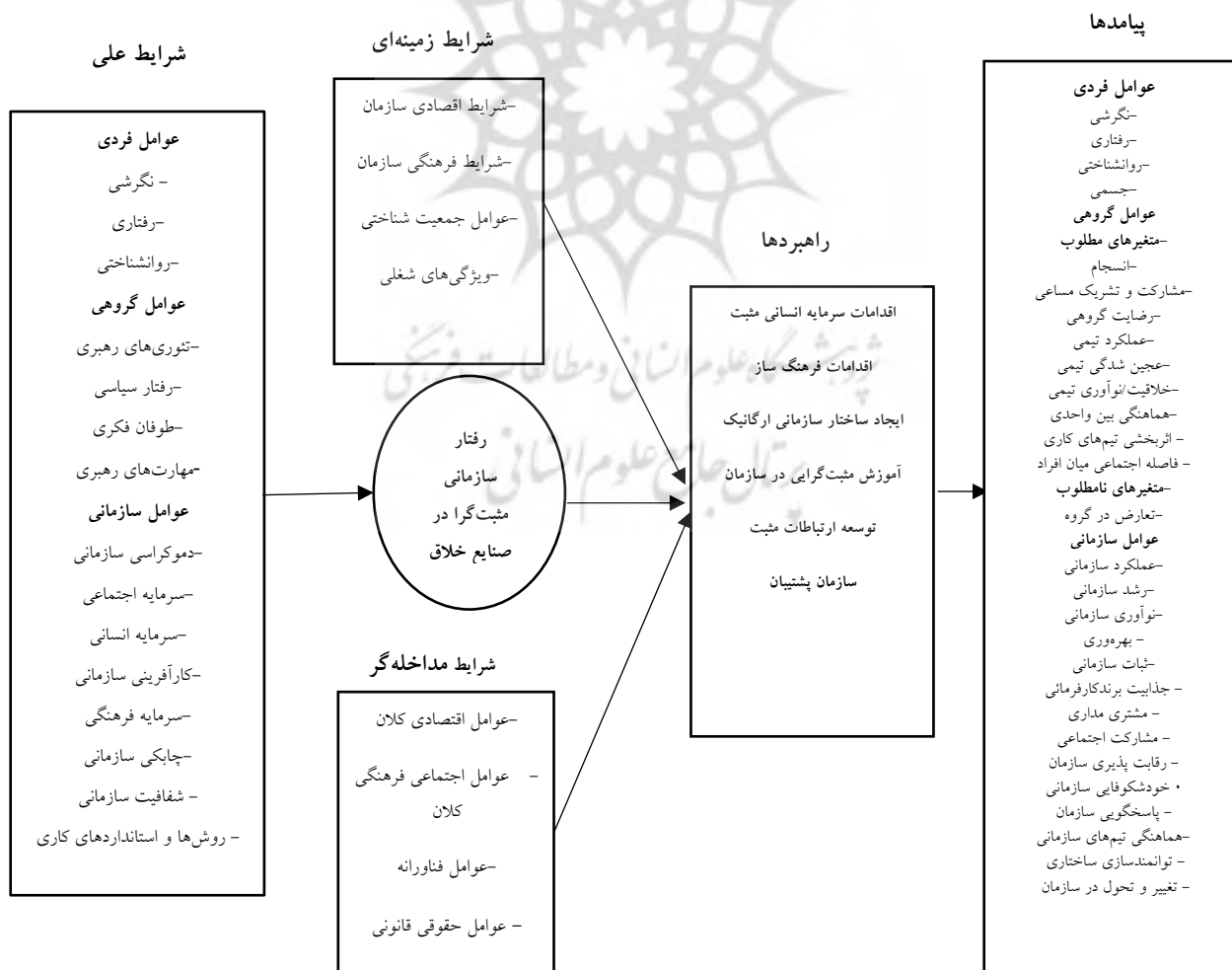
یا توسعه پدیده بررسی شده منجر می‌شوند. مقوله محوری (مرکزی) نیز بیانگر مضمون اصلی پژوهش و اساس و بنیان فرآیند است؛ به طوری که تمامی مقوله‌های اصلی دیگر به آن مرتبط هستند. این مقوله همان عنوانی است که برای چارچوب نظریه به وجود آمده در نظر گرفته می‌شود. همچنین، شرایط زمینه‌ای یا بستر حاکم عبارت است از مجموعه‌ای از شرایط خاص که زمینه را برای بروز پدیده مدنظر فراهم می‌کند. به علاوه، راهبردها، اقدامات و تعاملات مشخصی هستند که از پدیده محوری منتج می‌شوند و

شکل ۱

مدل رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق با استفاده از رویکرد داده‌بنیاد چندگانه

Figure 1

Model of Positive Organizational Behavior in Creative Industries Using MGT



در جدول ذیل، مفاهیم و کدهای ثانویه مقولات آورده شده‌اند. هر کدام از این کدها و مفاهیم در ادامه شناسایی شده در مدل مفهومی رفتار سازمانی مثبت گرا بحث می‌شوند.

جدول ۲

کدهای اولیه، کدهای ثانویه، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با موضوع پژوهش

Table 2

Primary Codes, Secondary Codes, Concepts and Components Related to the Research Topic

مقوله	مفهوم	کد ثانویه
	عوامل فردی	ویژگی‌های نگرشی، ویژگی‌های رفتاری، ویژگی‌های روانشناختی
شرایط علی	عوامل گروهی	تئوری‌های رهبری، رفتار سیاسی، طوفان فکری، مهارت‌های رهبری
	عوامل سازمانی	دموکراسی سازمانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، کارآفرینی سازمانی، سرمایه فرهنگی، چابکی سازمانی، شفافیت سازمانی، روش‌ها و استانداردهای کاری
	شرایط اقتصادی سازمان	بی‌ثباتی اقتصادی سازمان، تأمین مالی ناکافی، تأخیر در تأمین مالی واحدها
شرایط زمینه‌ای	شرایط فرهنگی سازمان	فرهنگ سازمانی، جو سازمانی، آداب و رسوم سازمانی، گروه‌های غیررسمی
	عوامل جمعیت‌شناختی	سنوات خدمت، سن، جنسیت، هویت قومی
	ویژگی‌های شغلی	پیچیدگی وظیفه، کار معنادار
	عوامل اقتصادی کلان	تحریم‌های اقتصادی، شرایط بد معیشتی
عوامل مداخله‌گر	عوامل فرهنگی - اجتماعی کلان	مشکلات خانوادگی، شرایط مناسب اجتماعی برای کارآفرینان صنایع خلاق، ناهنجاری‌های اجتماعی، عدم وجود تشکلهای و نهادهای مدنی در حوزه صنایع خلاق
	عوامل حقوقی قانونی	دخالت دولت در صنایع فرهنگی، حکمرانی غلط در صنایع فرهنگی
	عوامل فناورانه	اتوماسیون اداری، سیستم‌های اطلاعاتی
	اقدامات سرمایه انسانی مثبت	جبران خدمات مثبت، توسعه فردی مثبت، توسعه سازمانی مثبت، جذب و استخدام مثبت، مدیریت عملکرد مثبت، جامعه‌پذیری مثبت
	ساختار سازمانی	ایجاد ساختار سازمانی ارگانیک
راهبردها	توسعه ارتباطات مثبت	برگزاری جلسات بازخورددهی و بازخوردگیری به صورت ادواری، تسهیل‌گری و تخصیص بودجه برای خلق گروه‌ها، فرصت‌دادن به افراد برای اشتباه و خطا کردن، گفتگو و تعاملات مستمر، ایجاد و توسعه ارتباطات باز، منعطف و شفاف بین همکاران، حل تعارض‌های میان کارکنان
	آموزش مثبت‌گرایی در سازمان	آموزش سرمایه روانشناختی، آموزش‌های عمومی

مقاله	مفهوم	کد ثانویه
	سازمان پشتیبان	نظر مثبت مدیران نسبت به مثبت‌گرایی، تغییر الگوهای فکری مدیران، پشتیبانی مدیران و رؤسا از اجرای برنامه‌های مثبت‌گرایی
	اقدامات فرهنگ‌ساز	ایجاد و اشتراک‌گذاری هنجارها و باورهای مثبت در سازمان، تعیین و تصویب خط‌مشی رفتاری مثبت، توسعه فرهنگ سازمانی مثبت و حامی، تدوین منشور اخلاقی مثبت در سازمان، به‌کارگیری پیام‌های مثبت در سیستم اتوماسیون اداری، اینترنت و فضاهای عمومی سازمان، تبدیل شدن مدیران به الگوی نقش مثبت، تقویت جو سازمانی مثبت و حامی، ایجاد رویای جمعی مثبت در کارکنان، ایجاد فرهنگ سازمانی یادگیرنده
	فردی	ویژگی‌های نگرشی، ویژگی‌های رفتاری، ویژگی‌های روانشناختی، ویژگی‌های جسمی
	گروهی	مؤلفه‌های مطلوب، مؤلفه‌های نامطلوب
پیامدها	سازمانی	عملکرد سازمانی، رشد سازمانی، نوآوری سازمانی، بهره‌وری، ثبات سازمانی، جذابیت برند کارفرمایی، مشتری‌مداری، مشارکت اجتماعی، رقابت‌پذیری سازمان، خودشکوفایی سازمان، پاسخگویی سازمان، هماهنگی تیم‌های سازمان، توانمندسازی ساختاری، تغییر و تحول در سازمان
	در ادامه با توجه به نتایج ارائه‌شده در شکل ۱ و جدول ۲، مقولات و کدهای شناسایی‌شده به تفصیل بحث می‌شوند.	توجه هم‌زمان به سطح فردی، گروهی و سازمانی باعث می‌شود از نگاه سطحی و تک‌بعدی پرهیز شود و رویکرد چند سطحی و جامع برای تحلیل رفتار سازمانی مثبت‌گرا اتخاذ شود.
	مثبت‌گرایی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی به‌عنوان مقوله محوری مدل مطرح است.	شرایط علی در ایجاد و میزان شدت رفتار سازمانی مثبت‌گرا تأثیری مستقیم دارد. در زیرمجموعه عوامل فردی، ویژگی‌هایی قرار گرفتند که در اکثریت نمونه مورد پژوهش و همچنین، مبانی نظری تحقیق به‌طور مشترک مشاهده شد. این عوامل شامل ویژگی‌های رفتاری، ویژگی‌های روانشناختی و ویژگی‌های نگرشی کارکنان سازمان بود.
	به‌طور کلی مطابق با ادبیات تحقیق و نظرات خبرگان پژوهش، رفتار سازمانی مثبت‌گرا در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی طبقه‌بندی می‌شوند. سطح فردی شامل دو طبقه عینی و ذهنی می‌شود. در بعد ذهنی (درون فردی)، ویژگی‌هایی از افراد که دیده نمی‌شوند و صرفاً در ذهن افراد وجود دارند و در واقع تجربه‌های ذهنی مثبت افراد بررسی شده‌اند. در بعد عینی، ویژگی‌هایی از افراد که دیده می‌شوند و صرفاً در ذهن افراد وجود ندارند، بلکه به چشم دیگران می‌آیند و مابه‌ازای خارجی و بیرونی هم دارند، بررسی می‌شوند.	به‌طور کلی به هر میزان که میزان متغیرهایی همانند تعادل کار-زندگی، تجربه کاری مثبت، عدالت سازمان ادراک‌شده، مالکیت روانشناختی، حمایت سازمانی ادراک‌شده در کارکنان بالاتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که آنها رفتارهای مثبتی از خود بروز دهند. همچنین، ویژگی‌های روانشناختی افراد همانند جمع‌گرایی، اجتناب از عدم اطمینان، فاصله از قدرت،

خودارزیابی محوری، شخصیت بیش فعال و عزت نفس آنان می تواند بر بروز و ظهور رفتارهای مثبت سازمانی مؤثر باشد.

در زیرمجموعه عوامل گروهی نیز مهم ترین مبحث، نقش رهبری در تقویت رفتارهای مثبت سازمانی است. به طور کلی، استفاده رهبران از مدل های رهبری همانند رهبری اصیل، رهبری اخلاقی، رهبری تحول آفرین، رهبری خدمتگذار، رهبری مشارکتی و رهبری اشتراکی می تواند شرایط را برای انجام رفتارهای مثبت سازمانی توسط کارکنان فراهم کند. همچنین، در صورت استفاده رهبری از مدل سرپرستی توهین آمیز می تواند زمینه برای کاهش رفتارهای مثبت سازمانی ایجاد شود.

در زیرمجموعه عوامل سازمانی نیز متغیرهای متعددی وجود دارد. به طور کلی به هر میزان شرایط برای متغیرهایی همانند دموکراسی سازمانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، کارآفرینی سازمانی، سرمایه فرهنگی، چابکی سازمانی، شفافیت سازمانی و روش ها و استانداردهای کاری مساعدتر باشد، انتظار می رود بروز و ظهور رفتارهای مثبت سازمانی در افراد تقویت شود.

عوامل اقتصادی کلان، عوامل اجتماعی - فرهنگی

کلان، عوامل فناورانه و عوامل حقوقی - قانونی به عنوان شرایط مدخله گر در کیفیت رفتار سازمانی مثبت گرا تأثیر می گذارند. عوامل اقتصادی همانند شرایط بد معیشتی و تحریم های اقتصادی می تواند در کاهش و تضعیف رفتارهای مثبت سازمانی کارکنان تأثیرگذار باشد. در واقع وقتی که کارکنان به دلیل مشکلات اقتصادی نتوانند حداقل نیازهای مادی و معیشتی خود و خانواده را تأمین کنند، این موضوع باعث می شود بعضی از آنها انقدر غرق در دغدغه های روزمره زندگی شوند که تمایل کمتری برای بروز رفتارهای مثبت از خودشان نشان دهند.

همچنین، موضوعات فرهنگی - اجتماعی همانند مشکلات خانوادگی، عدم وجود تشکل ها و نهادهای مدنی در حوزه صنایع خلاق، ناهنجاری های اجتماعی و شرایط نامناسب اجتماعی برای کارآفرینان صنایع خلاق می تواند در کاهش رفتارهای مثبت سازمانی دخالت کند؛ برای مثال، زمانی که شرایط اجتماعی برای ایجاد کسب و کارهای فرهنگی مساعد نباشد و بعضاً موانع زیادی برای ایجاد این گونه کسب و کارها وجود داشته باشد، کارآفرینان این حوزه تمایل کمتری هم برای ایجاد کسب و کارهای خلاق خواهند داشت یا اینکه وقتی نهادها و تشکل های مدنی حامی کسب و کارهای فرهنگی وجود نداشته باشد، این موضوع موجب کاهش بعضی از رفتارهای مثبت در این حوزه می شود.

به علاوه دخالت دولت در صنایع فرهنگی و حکمرانی غلط در صنایع فرهنگی به عنوان دو مانع جدی سر راه صنایع خلاق موجب می شود شرایط مساعد برای تقویت رفتارهای مثبت سازمانی از بین برود و خلاقیت و نوآوری در این صنایع تضعیف شود.

از طرف دیگر، اتوماسیون اداری و سیستم های اطلاعاتی به عنوان دو عامل هم می تواند موجب تسهیل رفتارهای مثبت در کسب و کارهای فرهنگی شوند و در صورت استفاده نکردن یا عدم بهینه سازی این فرآیندها می توانند به عنوان موانع جدی رفتارهای مثبت سازمانی باشند.

کارکنان با توجه به عوامل بافتی و زمینه ای، رفتار سازمانی مثبت متفاوتی از خود نشان می دهند. شرایط اقتصادی سازمان، شرایط فرهنگی سازمان، عوامل جمعیت شناختی و ویژگی های شغلی با تأثیر بر عوامل علی و راهبردها بر کیفیت رفتار سازمانی مثبت گرا تأثیر می گذارند.

با توجه به عوامل مختلف علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردهای متفاوتی منبعث از رفتار سازمانی مثبت گرا شکل می‌گیرد. به‌طور کلی، راهبردهای مستخرج از مشارکت‌کنندگان شامل اقدامات سرمایه انسانی مثبت، ایجاد ساختار سازمانی ارگانیک، توسعه ارتباطات مثبت، آموزش مثبت‌گرایی در سازمان، سازمان‌پشتیبان و اقدامات فرهنگ‌ساز می‌شود.

اقدامات سرمایه انسانی مثبت: پرداخت حقوق و دستمزد منصفانه، لحاظ کردن پاداش برای کارکنان دارای رفتار مثبت، پرداخت تسهیلات رفاهی به کارکنان دارای رفتار مثبت، پیش‌بینی برنامه‌های تجربه کارکنان برای تقویت سرمایه روانشناختی آنها، تشویق و قدردانی از کارکنان دارای رفتارهای مثبت، دادن سهام سازمانی به کارکنان دارای رفتار مثبت. پرداخت رفاهیات با ماهیت هنری و فرهنگی، برگزاری اردوهای دسته‌جمعی و در نظر گرفتن اتاق بازی برای کارکنان از مهم‌ترین اقدامات سرمایه انسانی در بخش جبران خدمات است.

همچنین، ارتقای کارکنان دارای رفتار مثبت، استفاده از مربی برای تقویت رفتار مثبت در کارکنان، پیش‌بینی برنامه‌های مداخله مثبت‌گرا توسط روانشناس سازمانی، استفاده سازمان از نظام طبقه‌بندی مشاغل علمی و منصفانه، در نظر گرفتن ساعت کاری انعطاف‌پذیر، ایجاد شرایط کار از خانه، توجه و اجرای به‌پیشنهادات کارکنان از جمله اقداماتی هستند که می‌توان در بخش توسعه فردی و سازمانی از آنها استفاده کرد.

به‌علاوه توجه به توانمندی‌های بالقوه متقاضیان استخدام، لحاظ کردن ویژگی‌های شخصیتی در فرآیند استخدام، شایسته‌گزینی و جذب و استخدام متناسب با فرهنگ سازمانی از جمله اقداماتی هستند که می‌توان در بخش جذب و استخدام از آنها بهره برد.

شرایط اقتصادی سازمان: بی‌ثباتی اقتصادی سازمان، تأمین مالی ناکافی و تاخیر در تأمین مالی واحدها موجب می‌شود زمینه مساعدی برای بروز رفتارهای مثبت سازمانی وجود نداشته باشد.

شرایط فرهنگی سازمان: فرهنگ سازمانی، جو سازمانی، آداب و رسوم سازمانی و گروه‌های غیررسمی بر بروز و تقویت رفتارهای مثبت‌گرا در سازمان تأثیر بسزایی دارند. به عبارت دیگر، وقتی که فرهنگ سازمانی حامی، مثبت و سالم بر سازمان غلبه داشته باشد، طبعاً کارکنان آن سازمان تمایل، انگیزه و رغبت مضاعفی رای انجام رفتارهای مثبت خواهند داشت. از طرف دیگر، وجود فرهنگ سازمانی منفی، مسموم، ناسالم و فاسد موجب می‌شود هنجارهای منفی بر رفتار کارکنان غالب شود و کمتر احتمال دارد آنها رفتارهای مثبت را انجام دهند.

عوامل جمعیت‌شناختی: سنوات خدمت، سن، جنسیت و هویت قومی کارکنان در بروز و ظهور رفتارهای مثبت سازمانی آنان مؤثر است. برای اثبات میزان تأثیر ویژگی‌های دموگرافیک نیاز به انجام تحقیق مستقلی با استفاده از روش تحقیق کمی است تا بتوان میزان تأثیر این ویژگی‌ها بر رفتارهای مثبت سازمانی را به‌طور دقیق سنجید.

ویژگی‌های شغلی: این ویژگی‌ها همانند پیچیدگی وظیفه و کار معنادار در بروز و ظهور رفتارهای مثبت سازمانی کارکنان مؤثر است. معمولاً کارکنانی که شغل آنها معنادار است و تأثیر مثبتی بر زندگی جامعه می‌گذارد، رضایت شغلی بالاتری دارند و به تبع آن به احتمال بیشتری رفتارهای مثبت سازمانی را انجام می‌دهند.

راهبردهای اتخاذشده که از عوامل بافتی و مداخله‌گر تأثیر می‌گیرند، میزان رفتار سازمانی مثبت‌گرا را رقم می‌زنند.

مهارت‌های مقابله با افکار منفی و روش‌های تعدیل آن و آموزش مهارت‌های خلاقیت و نوآوری از جمله اقداماتی هستند که در این بخش توصیه می‌شوند.

- **سازمان پشتیبان:** نظر مثبت مدیران نسبت به مثبت‌گرایی، تغییر الگوهای فکری مدیران و پشتیبانی مدیران و رؤسا از اجرای برنامه‌های مثبت‌گرایی از جمله حمایت‌هایی هستند که سازمان و مدیران ارشد آن می‌توانند در جهت تقویت رفتارهای سازمانی مثبت‌گرا از آن بهره ببرند.

- **اقدامات فرهنگ ساز:** ایجاد و اشتراک‌گذاری هنجارها و باورهای مثبت در سازمان، تعیین و تصویب خط مشی رفتاری مثبت، توسعه فرهنگ سازمانی مثبت و حامی، تدوین منشور اخلاقی مثبت در سازمان، به‌کارگیری پیام‌های مثبت در سیستم اتوماسیون اداری، اینترانت و فضاهای عمومی سازمان، تبدیل‌شدن مدیران به الگوی نقش مثبت، تقویت جو سازمانی مثبت و حامی، ایجاد رویای جمعی مثبت در کارکنان و ایجاد فرهنگ سازمانی یادگیرنده از جمله راهبردهایی هستند که در این بخش می‌توان به آن اشاره کرد.

پیامدهای رفتار سازمانی مثبت‌گرا در سطوح فردی، گروهی و سازمانی است.

- **پیامدهای فردی:** پیامدهای فردی در زیرطبقات ویژگی‌های نگرشی، ویژگی‌های رفتاری، ویژگی‌های جسمی و ویژگی‌های روانشناختی طبقه‌بندی می‌شوند.

به‌طور کلی، با تحقق رفتارهای مثبت‌گرا در سازمان، شاهد تقویت عرق سازمانی، افزایش عجزین‌شدن با شغل، تقویت رضایت شغلی، تقویت تعهد سازمانی، کاهش تمایل به ترک خدمت، کاهش بدبینی سازمانی، کاهش غیبت شغلی، کاهش فرسودگی شغلی، افزایش

لحاظ‌کردن معیارهای مثبت‌گرایی در ارزیابی عملکرد، استفاده از ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه، رعایت ملاحظات اخلاقی در فرآیند ارزیابی عملکرد و ارزیابی عملکرد توسعه محور در عوض ارزیابی عملکرد پاداش محور، از جمله اقداماتی هستند که می‌توان در بخش مدیریت عملکرد استفاده کرد.

در آخر نیز آموزش‌های بدو استخدام درباره اصول مثبت‌گرایی و آشناسازی کارکنان جدیدالاستخدام با فرهنگ سازمانی مثبت از جمله اقداماتی هستند که در بخش جامعه‌پذیری می‌توان از آنها بهره برد.

- **ایجاد ساختار سازمانی ارگانیک:** طبق نظر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، استفاده از ساختار افقی یا تخت و مشارکتی با رسمیت پایین، بدون سلسله‌مراتب و پیچیدگی پایین از جمله راهبردهایی است که می‌توان برای تقویت رفتار سازمانی مثبت‌گرا استفاده کرد.

- **توسعه ارتباطات مثبت:** طبق نظر مشارکت‌کنندگان در تحقیق، برگزاری جلسات بازخورددهی و بازخوردگیری به‌صورت ادواری، تسهیل‌گری و تخصیص بودجه برای خلق گروه‌ها، فرصت‌دادن به افراد برای سعی و خطا کردن، گفتگو و تعاملات مستمر، ایجاد و توسعه ارتباطات باز، منعطف و شفاف بین همکاران و حل تعارض بین همکاران از جمله اقداماتی هستند که موجب تقویت رفتارهای مثبت‌گرا در سازمان می‌شوند.

- **آموزش مثبت‌گرایی در سازمان:** آموزش مهارت‌های امیدآفرینی و کسب امید، آموزش مهارت‌های خوش‌بینی، آموزش مهارت‌های تاب‌آوری و استقامت در شرایط سخت و بحرانی، آموزش مهارت‌های تفکر مثبت در زندگی کاری، آموزش

رقابت‌پذیری سازمان، تقویت خودشکوفایی سازمان، تقویت پاسخگویی سازمان، افزایش توانمندسازی ساختاری، بهبود تغییر و تحول در سازمان و افزایش هماهنگی تیم‌های سازمان از جمله پیامدهای سازمانی رفتار سازمانی مثبت‌گرا هستند.

بحث

هدف از انجام این پژوهش، طراحی و استخراج مدل زمینه‌ای رفتار سازمانی مثبت‌گرا با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد چندگانه بوده است. تحلیل داده‌های مصاحبه و همچنین، مبانی نظری تحقیق به شناسایی ۲۳ مقوله اصلی در قالب شش طبقه شرایط علی، مقوله محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها منجر شد.

نتایج این مطالعه با برخی از مباحث پژوهش‌های پیشین مطابقت دارند. یافته‌های این تحقیق در ارتباط با پیامدهای رفتار سازمانی مثبت‌گرا، با نتایج مطالعه فرجادی‌نژاد و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارند. همچنین، ابعاد فردی، گروهی و سازمانی در مقوله محوری این مطالعه با تحقیقات سرل و باربوتو (۲۰۱۳) و سرل و باربوتو (۲۰۱۱) مطابقت دارد. به‌علاوه، شرایط علی شامل تئوری‌های رهبری، جو سازمانی و عدالت سازمانی در پژوهش حاضر با تحقیق کیم و همکاران (۲۰۱۹) هم‌راستا است. همچنین، پیامدهای تحقیق حاضر با پژوهش شاهید و موجیری (۲۰۱۸) مطابقت دارد.

یافته‌های این مطالعه نشان دادند سه مقوله اصلی شامل عوامل فردی (شامل ویژگی‌های نگرشی، ویژگی‌های رفتاری، ویژگی‌های روانشناختی)، عوامل گروهی (شامل تئوری‌های رهبری، رفتار سیاسی، طوفان فکری و مهارت‌های رهبری) و عوامل سازمانی (شامل دموکراسی سازمانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی،

معنویت سازمانی، تقویت همگرایی سازمانی، کاهش رخوت سازمانی و در مجموع تقویت کیفیت زندگی کاری خواهیم بود.

همچنین، تقویت تعالی کارکنان، افزایش توانمندی‌های آنان، تقویت سلامت روانی کارکنان و افزایش آوای کارکنان، کاهش رفتارهای کاری مخرب، افزایش اشتراک اطلاعات و دانش، افزایش خودکنترلی و کاهش سکوت سازمانی از پیامدهای رفتاری خواهند بود.

به‌علاوه کاهش استرس، کاهش اضطراب و افزایش سلامت ذهنی از پیامدهای روانشناختی خواهند بود.

از طرف دیگر، کاهش سطح کولسترول، بهبود شاخص توده بدنی، تقویت رضایت از سلامتی عمومی بدن، کاهش سوء مصرف مواد از جمله پیامدهای جسمی خواهند بود.

- پیامدهای گروهی: افزایش انسجام

گروهی، تقویت مشارکت و تشریک مساعی، افزایش رضایت کار گروهی، تقویت روابط خانوادگی بین همکاران، بهبود عملکرد تیمی، بهبود عجزین‌شدگی تیمی، بهبود خلاقیت / نوآوری تیمی، تقویت هماهنگی بین واحدی، افزایش اثربخشی تیم‌های کاری، کاهش فاصله اجتماعی بین افراد و کاهش تعارض در گروه از جمله پیامدهای گروهی رفتار سازمانی مثبت‌گرا خواهند بود.

- پیامدهای سازمانی: بهبود عملکرد

سازمانی، تقویت رشد سازمانی، بهبود نوآوری سازمانی، افزایش بهره‌وری کل سازمان، تقویت ثبات سازمانی، جذابیت برند کارفرمایی، بهبود مشتری‌مداری، بهبود مشارکت اجتماعی، افزایش

کارآفرینی سازمانی، سرمایه فرهنگی، چابکی سازمانی، شفافیت سازمانی، روش‌ها و استانداردهای کاری) به‌عنوان شرایط علی اثرگذار بر رفتار سازمانی مثبت‌گرا هستند. این نتیجه بدان معنی است که تمرکز در بهبود این عوامل به شکل‌گیری و توسعه رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق منجر می‌شود.

برای دستیابی به رفتار سازمانی مثبت‌گرا در صنایع خلاق باید مدیرانی انتخاب کرد که دارای ویژگی‌هایی همانند کاریزما، نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، توان ترغیب افراد و پایبند به ارزش‌های اخلاقی باشند تا بدین طریق حس و انگیزه مثبت‌گرایی در میان عناصر کلیدی کسب‌وکارهای فرهنگی تقویت شود. همچنین، نگرش‌های مثبت همانند تعادل کار - زندگی، مالکیت روانشناختی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، تجربه کاری مثبت، عدالت سازمانی ادراک‌شده باعث می‌شود شرایط برای تقویت و گسترش رفتارهای مثبت در میان کارکنان فراهم شود. بهبود شرایط کار جمعی و فاصله قدرت پایین میان مدیران و سایر افراد سازمان و همچنین، ترویج روحیه فعالیت‌های گروهی در سازمان به بهبود رفتارهای مثبت سازمانی منجر می‌شود. در چنین شرایطی، مدیران با فضای سازمانی مطلوب‌تری با دیگران ارتباط برقرار و بدین طریق تعاملات مثبتی در فضایی مثبت ایجاد می‌کنند.

استفاده از تکنیک‌هایی همانند طوفان فکری سبب می‌شود فضای کار تیمی و گروهی در سازمان تسهیل شود و به تبع آن شرایط مساعدی برای بروز رفتارهای سازمانی مثبت توسط کارکنان فراهم شود. همچنین، وقتی مدیران سازمان، فرهنگی دموکراتیک ایجاد کنند و فرصت اظهارنظر به همه کارکنان داده شود و همه کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت کنند، انتظار می‌رود شاهد رفتارهای مثبت سازمانی بیشتری باشیم.

مطابق با نظر مصاحبه‌شوندگان، تقویت انواع سرمایه‌ها شامل سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی در سازمان موجب هم‌افزایی، ایجاد شبکه‌های ارتباطی مثبت میان همکاران، ایجاد هنجارهای مشترک میان آنها، افزایش مهارت‌های ارتباطی و تخصصی همکاران، ظرفیت هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان همکاران با عقاید مختلف و تعایش و مدارا میان افراد شده است که همه این عوامل باعث می‌شود شاهد شرایط بهتری برای بروز و ظهور رفتارهای مثبت در سازمان باشیم. به‌علاوه، مدیران سازمان می‌باید روش‌ها و استانداردهای کاری را بهینه و با کاربری ساده تعریف کنند تا از این نظر مانعی برای بروز رفتارهای مثبت در سازمان ایجاد نشود. از طرف دیگر، با تقویت شفافیت سازمان در فرآیندها، رویه‌ها و تصمیمات می‌توان انتظار داشت شرایط مساعدی برای انجام رفتارهای مثبت توسط همکاران ایجاد شود.

به‌علاوه، با تقویت چابکی سازمانی در ابعاد مختلف آن، کارها و فرآیندها با سرعت و دقت بیشتری انجام می‌شوند، فرصت‌ها و تهدیدات محیط بیرونی به سرعت شناسایی و برای تعامل با آن برنامه‌ریزی می‌شوند که در نهایت موجب بهبود شرایط برای رفتارهای مثبت در سازمان خواهد شد.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهند به‌منظور تحقق و فعالیت یافتن رفتار سازمانی مثبت‌گرا در شرایط فعلی صنایع خلاق، راهبردها یا استراتژی‌هایی اتخاذ می‌شوند که البته از شرایط زمینه‌ای و عوامل مداخله‌گری تأثیر می‌گیرند که پیامدهایی را در سطوح مختلف به همراه دارد.

راهبردهای پیشنهادشده شامل اقدامات سرمایه انسانی مثبت (شامل زیرطبقات جبران خدمات مثبت، توسعه فردی مثبت، توسعه سازمانی مثبت، جذب و استخدام مثبت، مدیریت عملکرد مثبت و جامعه‌پذیری

مؤثرند؛ بنابراین، شرایط مساعد مالی و اقتصادی تعیین‌کننده و شکل‌دهنده و توسعه‌دهنده ساختارهایی در کسب‌وکارهای فرهنگی هستند که در نهایت، موجب تقویت رفتارهای مثبت در سطح کل سازمان خواهند شد.

یافته‌های این پژوهش نشان دادند برخی از عوامل نیز در انتخاب راهبردها به‌عنوان عوامل مداخله‌گر مطرح‌اند. عوامل فرهنگی - اجتماعی کلان می‌توانند موجب شوند توسعه رفتارهای سازمانی مثبت تضعیف یا تقویت شود. به‌طور کلی هرچه میزان شرایط و شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی کلان مساعدتر باشد، فعالیت‌های مدیران در شکل‌دهی و برنامه‌ریزی برای توسعه رفتارهای مثبت در سازمان ثمردهی بیشتری خواهد داشت. همچنین، وقتی شرایط اقتصادی کلان مساعد باشد، به‌طبع زمینه برای اجرای برنامه‌های مثبت‌گرا در صنایع خلاق نیز مساعدتر خواهد بود. همچنین، هنگامی که از فناوری‌های بهینه و کاربردی در صنایع خلاق استفاده شود، انتظار می‌رود رفتارهای مثبت بیشتری را در این سازمان‌ها شاهد باشیم.

در پایان باید گفت پژوهش حاضر با وجود بینش‌های ارائه‌شده، با یک محدودیت مهم نیز مواجه بوده است: در هر پژوهش کیفی به دلیل محدودبودن نسبی منابع استفاده‌شده، ممکن است اطلاعات جمع‌آوری‌شده چندان کامل نباشد. در این تحقیق نیز ممکن است برخی از ابعاد مدل پیشنهادی کامل نباشد یا مؤلفه‌های دیگری هم باشند که هنوز شناسایی نشده‌اند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده برای گردآوری داده‌های کیفی از مصاحبه با خبرگان و متخصصان اجرایی متعدد استفاده شود تا مؤلفه‌های ارزشمند دیگری نیز شناسایی شوند.

مثبت)، ایجاد ساختار سازمانی ارگانیک، توسعه ارتباطات مثبت، آموزش مثبت‌گرایی در سازمان، سازمان پشتیبان و اقدامات فرهنگ‌ساز می‌شود. با توجه به اینکه جزئیات راهبردهای پیشنهادشده در بخش یافته‌ها توضیح داده شد، در ادامه یک بحث تکمیلی دیگر نیز ارائه می‌شود.

توسعه ارتباطات مثبت میان بخش‌های اصلی صنایع خلاق، بستر لازم را برای هم‌اندیشی و اشتراک مساعی فراهم می‌کند و بدین روش با توسعه گفتگوها و بحث‌های هدفمند، فهم صحیحی درباره مشخص‌بودن اهداف آینده سازمان و انگیزه مضاعفی برای حصول این اهداف ایجاد می‌کند. به‌علاوه، ایجاد ساختار سازمانی ارگانیک با کاهش فاصله قدرت میان همه رده‌های سلسله‌مراتب اداری موجب می‌شود بستر هم‌افزایی، مشورت و تشریک مساعی در صنایع خلاق بهبود یابد و شرایط را برای حصول سازمان یادگیرنده با اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات ایجاد کند.

اگرچه انتخاب این استراتژی‌ها با در نظر گرفتن عوامل تعیین‌کننده رفتار سازمانی مثبت‌گرا است، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر نیز در ایجاد این راهبردها نقش مهمی دارند. شرایط زمینه‌ای معمولاً به عواملی در سازمان و محیط اشاره دارد که تأثیرات زیادی به دنبال دارد. یکی از این عوامل، فرهنگ سازمانی است. ارزش‌ها، اصول، قواعد و هنجارهای اصلی در شرکت‌های صنایع خلاق، شکل‌دهنده سبک غالب رفتاری کارکنان و سبک غالب مدیریتی صنایع خلاق مشابه با سایر سازمان‌ها هستند. به‌طور کلی، کارکنان سعی خواهند کرد مطابق با ارزش‌ها و هنجارهای اصلی موجود در سازمان رفتار کنند و مدل‌ها و سبک‌های شغلی خودشان را با آن تطبیق می‌دهند. علاوه بر فرهنگ سازمانی، شرایط مساعد مالی و اقتصادی سازمان نیز بر تعیین راهبردهای موجود در صنایع خلاق

سپاسگزاری

از تمامی شرکت کنندگان بابت حضورشان در پژوهش و نیز مدیران کسب و کارهای فرهنگی و صنایع خلاق که شرایط لازم برای مصاحبه‌های پژوهش را فراهم کردند، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- ارشدی، ن.، الیاسی، ر.، و نیسی، ع. (۱۳۹۷). طراحی و آزمودن الگویی از برخی پیشایندهای رفتار سازمانی مثبت. *پژوهشنامه روانشناسی مثبت*، ۴(۴)، ۱-۱۲. 10.22108/PPLS.2019.112727.1514
- اسماعیلیان، ح.، تیموری، ه.، و شاهین، آ. (۱۴۰۰). واکاوی الگوی شوخ طبعی در محل کار: رویکرد نظریه داده‌بنیاد. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*، ۱۳(۴)، ۱۲۷-۱۵۲. 10.48308/JCOC.2022.102246
- پارسامهر، ا.، موسوی، س.، سلطانی، ح.، و ثنائی، م. (۱۴۰۱). طراحی الگوی مثبت‌گرایی در رفتار سازمانی کارکنان سازمان‌های ورزشی. *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۱۲(۲)، ۶۱۰-۶۲۶. 10.22034/jgeoq.2022.316691.3436
- حکاک، م.، مؤمنی مفرد، م.، و تقی‌پور، ص. (۱۴۰۰). طراحی مدل زمینه‌ای رهبری مثبت‌گرا با روش داده‌بنیاد. *پژوهشنامه روانشناسی مثبت*، ۷(۱)، ۷۷-۹۲. 10.22108/PPLS.2021.125908.2022
- صباغ کرمانی، ل.، و موسوی نسب، س. م. ح. (۱۳۹۸). ساخت و هنجاریابی پرسشنامه مثبت‌گرایی با رویکرد اسلامی - ایرانی در دانشجویان. *پژوهش در دین و سلامت*، ۵(۲)، ۶۰-۷۴. <https://doi.org/10.22037/jrrh.v5i2.17660>
- کاظمی، س.، عطایی، م.، مهدوی، ع.، و سایه میری، ک. (۱۳۹۹). مدل رفتار سازمانی مثبت‌گرا در سازمان‌های دولتی و اولویت‌بندی آنها با تأکید بر ارزش‌های اسلامی ایرانی. *مجله علمی دانشگاه علوم*

پزشکی ایلام، ۲۸(۱)، ۱۰۰-۱۱۰.

10.29252/sjimu.28.1.100

نادری هشی، خ.، و نجف بیگی، ر. (۱۳۹۵). طراحی الگوی رفتار سازمانی مثبت‌گرا در مدیریت منابع انسانی سازمان‌های دولتی ایران با رویکرد دلفی فازی. *فصلنامه رسالت مدیریت دولتی*، ۷، ۲۷۹-۲۹۳.

https://journals.srbiau.ac.ir/article_12796.html

References

- Altmaier, EM (2019). Organization and integration of positive processes. In Altmaier, E. M. *promoting positive Processes after Trauma*. (pp.101-109). Academic Press. 10.1016/B978-0-12-811975-4.00009-5
- Arshadi, N., Elyasi, R., & Neisi, A (2019). Desinging and Testing a model of some Precedents of positive Organizational Behavior. *Positive psychologie Research*, 4(4), 1-12. 10.22108/PPLS.2019.112727.1514. [In Persian]
- Avey, J., Reichard, R., Luthans, F., & Mhatre, K. (2011). Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors. *Human Resources Development Quarterly*, 22(11), 127-152. 10.1002/hrdq.20070
- Carter, J.W., & Youssef-Morgan, C. (2021). Psychological capital development effectiveness of face-to-face, online, and Micro-learning interventions. *Education and Information Technologies*, 27, 6553-6575. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10824-5>
- Da, Sh., Zhu, Z., Cen, H., Gong, X., Siu, O.L., & Zhang, X. (2021). Psychological capital, positive affect and organizational outcomes: A three wave cross-lagged study. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 15, 1-13. <https://doi.org/10.1177/18344909211010514>
- Esmailian, H., Teimouri, H., & Shahin, A (2022). Analysing the Humor at workplace: grounded theory approach. *Quarterly Journal of Career & Organizational Counseling*, 13(4), 127-152. 10.48308/JCOC.2022.102246 [In Persian].
- Farjadinezhad, Z., Goodarsvand chegini, M., Rezaei, H., & Rezaei Dizgah, M. (2020). Desinging a positive organizational behavior model based on human resource management measures in ministry of Energy. *International Journal of Schooling*, 2(3), 1-16. 10.30473/ee.2023.58781.2361
- Goldkuhl, G., & Cronholm, S. (2010). Adding Theoretical Grounding to Grounded Theory Toward Multi-Grounded Theory. *Internation Journal of Qualitative*

- behavior of employees of sports organizations. *Quarterly of Geography & Regional Planning*, 12(2), 610-626. 10.22034/jgeoq.2022.316691.3436 [In Persian].
- Saim Asci, M. (2020). Positive organizational behavior and Threats of New Work Gorms. In *Handbook of Research on Positive Organizational Behavior for Improved Workplace Performance* (pp. 219-239). IGI Global. 10.4018/978-1-7998-0058-3.ch013
- Scott, W.A. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scaling. *Public Opinion Quarterly*, 19(3), 321-325. <https://www.jstor.org/stable/2746450>
- Searle, T., & Barbuto, J. (2011). Servant Leadership, Hope, and Organizational Virtuousness: A Framework Exploring Positive Micro and Macro Behaviors and Performance Impact. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18(1), 107-117. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1548051810383863>
- Searle, T.P. & Barburto, J. (2013). A Multilevel Framework; Expanding and Bridging Micro and Macro Levels of Positive Behavior with Leadership. *Journal of Leadership & organizational studies*, 20(3), 274-286. <https://doi.org/10.1177/1548051813485133>
- Seligman, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 24-35. 10.1037/0003-066x.55.1.5
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive Psychology Progress: Empirical Validation of Interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410-421. 10.1037/0003-066x.60.5.410
- Shahid, S., & Muchiri, M.K. (2018). Positivity at the workplace Conceptualising the relationships between authentic leadership, psychological capital, organisational virtuousness, thriving and job performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 12(3), 24-45. <https://doi.org/10.1108/IJOA-05-2017-1167>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques*. Sage publications. <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
- West, B. J., Patera, J. L., & Carsten, M. K. (2009). Team level positivity: Investigating positive psychological capacities and team level outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 249-267. <https://doi.org/10.1002/job.593>
- Methods*, 9(2), 187-205. 10.1177/160940691000900205
- Hakkak, M., Momeni Mofrad, M., & Taghipour, S (2021). Designing a Model of positive Leadership Using Grounded Theory Method. *Positive Psychology Research*, 7(1), 77-92. 10.22108/PPLS.2021.125908.2022 [In Persian].
- kim, M., Hyung, K. A., Newman, J., Ferris, J., & Perewe, P. (2019). The antecedents and consequences of positive organizational behavior: The role of psychological capital for promoting employee well-being in sport organizations. *Sport Management Review*, 22, 108-125. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.04.003>
- Khatri, S.D.P. (2017). Servant Leadership and positive organizational behavior: The Road to reduce employees turnover intentions, on the Horizon. *The International Journal of Learning Futures*, 25(1), 23-45. <https://doi.org/10.1108/OTH-06-2016-0029>
- Kazemi, S., Ataei, M., Mohammadmahdavi, A., & Sayehmiri, C. (2020). The model of Positive Organizational Behavior in Government Organizations and their Prioritization with Emphasis on Iranian Islamic Values. *Scientific Journal of Ilam University of Medical Sciences*, 28(1), 100-110. 10.29252/sjimu.28.1.100 [In Persian].
- Luthans, F., & Avolio, B.J. (2009). The point of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 291-307. 10.1002/job.589
- Luthans, F., & Youssef, V.M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33(3), 321-349. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206307300814>
- Naderiheshi, Kh., & Najafbeygi, R. (2016). Desinging a Model of positive organizational behavior in Human Resource Management in Iranian public sectors with the approach of Delph fuzzy technique. *Journal of Public Management*, 7, 279-293. https://journals.srbiau.ac.ir/article_12796.html [In Persian].
- Pan, X., Chen, M., Hao, Z. & Bi, W. (2018). The Effects of Organizational Justice on Positive Organizational Behavior: Evidence from a Large-Sample Survey and a Situationa Experiment. *Organizational Psychology*, 8, 1-16. 10.3389/fpsyg.2017.02315
- Parsamehr, A., Mousavi, S., Soltani, H., Sanaie, M. (2022). Designing a model of positivity in the organizational