

**Evaluation of Communication Skills of Islamic Culture and
Communication Organization Managers in the Development of
International Cultural Activities**

*Ali Alidousti**

Received: 25/12/2016

Accepted: 07/01/2017

In this research, in order to investigate the relationship between managers' communication skills and the development of cultural activities in the Organization of Islamic Culture and Communication, the views of the staff and managers of the Organization of Islamic Culture and Communication have been used from the views provided by them. The research method used in this research is applied in terms of purpose, in terms of data type, quantitative and in terms of data collection method, descriptive and correlation type. The statistical population of this research is all employees and managers of Islamic Culture and Communication Organization, whose number is about 600 people. According to the sampling criteria, 234 people have been selected as the sample of the research. In the next step, based on the conceptual model of the research, the research questions and hypotheses, using the researcher-made questionnaire, were used to question the abusive items in the statistical sample of the research. In the descriptive statistics section, descriptive data are presented in two parts: underlying variables and main variables. In the inferential statistics section, Pearson correlation coefficient and structural equations and factor analysis have been used to examine the hypotheses. According to the research data, it can be said that there is a meaningful relationship between the communication skills of managers and the dimensions of development of cultural activities in the Organization of Islamic Culture and Communication. Regarding the positive amount of correlation coefficient, one can say that there is a positive correlation between communication skills of managers and the dimensions of development of cultural activities in the organization of Islamic culture and communication, in other words, increases with one another.

Keywords: Cultural Activities, Development of Cultural Activities, Communication Skills of Managers, Islamic Culture and Communication Organization

* Graduate Student of Cultural Management, Islamic Azad University, Tehran West Branch

ارزیابی مهارت‌های ارتباطی مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

در توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سطح بین‌الملل

علی‌دوستی*

دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۰۵

پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۱۸

چکیده

در این تحقیق در راستای بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ضمن بررسی نظرهای کارکنان و مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، از دیدگاه‌های ارائه‌شده از سوی آن‌ها، استفاده شده است. روش تحقیق به کار گرفته‌شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی هستند که تعداد آن‌ها حدوداً ۶۰۰ نفر است که با توجه به ضوابط نمونه‌گیری تعداد ۲۳۴ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند. در مرحله بعد بر اساس مدل مفهومی پژوهش، سؤالات و فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته، گویه‌های استخراج‌شده در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی ارائه گردیده و در بخش آمار استنباطی، برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری و تحلیل عاملی استفاده شده است. با توجه به داده‌های تحقیق می‌توان گفت ارتباط معناداری بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی همبستگی مثبت وجود دارد؛ به عبارتی با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

واژگان کلیدی

فعالیت‌های فرهنگی، توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مهارت‌های ارتباطی مدیران، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

* دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

مقدمه

در مباحث نظری، دانشمندان تعاریف متعددی از فرهنگ ذکر کرده‌اند. آنان بیش از دو‌یست معنی از فرهنگ در محدوده هنر تا تمدن ارائه کرده‌اند؛ بنابراین، درک واحدی از مفهوم فرهنگ مشکل است. با توجه به این تفاوت معنی در فرهنگ وقتی که تلاش می‌شود تجربه مشارکت فرهنگی را در هر جایی مشخص کنند، نیاز است تعریف مشخصی از فرهنگ صورت گیرد (چلونگر، ۱۳۹۱، ص ۱۸). همچنین تیلور، استاد انسان‌شناسی دانشگاه آکسفورد در اثر مهم خود به نام «فرهنگ ابتدایی» برای اولین بار تعریف علمی از مفهوم فرهنگ ارائه می‌دهد: «فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که دربرگیرنده شناخت، اعتقادات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره، تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به‌عنوان عضو جامعه، از جامعه خود فرامی‌گیرد» (روح‌الامینی، ۱۳۹۴، ص ۷۸).

«فرهنگ باید از دوران کودکی توسط فعالیت‌های فرهنگی در افراد جامعه نهادینه شود. پس می‌توان گفت فعالیت‌های فرهنگی یک مسئله کاملاً استراتژیک است که باید در طراحی و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی کشور چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، به آن توجه ریشه‌ای داشت. دلیل استفاده از واژه استراتژیک برای فعالیت‌های فرهنگی این است که فرهنگ اثر کنترلی روی چهار حوزه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و نظامی دارد؛ چراکه بستر هر جامعه را فرهنگ آن جامعه شکل می‌دهد و مؤلفه‌هایی مانند مؤلفه‌های سیاسی اجتماعی، اقتصادی و نظامی بر روی بستر فرهنگی جامعه سوار می‌شوند که تمامی این مؤلفه‌ها با هم ارتباط دوسویه دارند؛ یعنی هم بر روی یکدیگر اثر می‌گذارند و هم از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. پس می‌توان گفت که این فرهنگ هر جامعه است که ارتباط مستقیم با مؤلفه‌های دیگر جامعه دارد و حال، اگر تلاش شود که همین فرهنگ از طریق فعالیت‌های فرهنگی رشد و گسترش یابد، این نتیجه گرفته می‌شود که از طریق فعالیت‌های فرهنگی می‌توان بر تمامی حوزه‌های دیگر جامعه مسلط شد. پس می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی از جمله مسائل استراتژیک در هر جامعه محسوب می‌شود که پرداختن به آن از نگاه تخصصی و ویژه می‌تواند پیامدهای بسیار پرباری را هم در حوزه فرهنگ و هم در حوزه‌های دیگر به وجود آورد» (باباخانی، ۱۳۹۰، ص ۱۱).

اهمیت حوزه فرهنگ و تأثیر آن بر سایر بخش‌های زندگی فردی و اجتماعی سبب شده است این حوزه مورد توجه جدی قرار گیرد و فعالیت‌های فرهنگی از رشد خوبی برخوردار شود. از سوی دیگر، به‌رغم گسترش فعالیت‌های فرهنگی در کشور، متأسفانه قادر نبوده‌ایم مدیرانی متناسب با فعالیت‌ها و نیاز جامعه پرورش دهیم. نامشخص بودن و یا بی‌توجهی به شاخص‌های مناسب برای انتصاب و ارتقا مدیران فرهنگی سبب شده است مدیران سازمان‌های فرهنگی کشور از سایر حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجرایی انتخاب و به کار گمارده شوند و به سبب ناآشنایی این افراد به ظرفیت‌ها و ظرفیت‌های این حوزه، شاهد خلل‌ها و آسیب‌های جبران‌ناپذیری به فرهنگ کشور باشیم.

نتایج تحقیقی در کانادا نشان می‌دهد که متوسط هزینه انتصاب نابجای یک مدیر حدود ۷۵۰۰۰ دلار در سال است؛ درحالی‌که تکانه ناشی از برکناری همین مدیر در حدود ۱۶۰۰۰۰ دلار تخمین زده می‌شود. درعین حال، صرفه‌جویی ناشی از انتصاب یک مدیر موفق ۳/۵ میلیون دلار در سال بوده که در مورد مدیران اثربخش به ۷ میلیون دلار می‌رسد (لطیفی، ۱۳۸۳).

فعالیت‌های فرهنگی، چه در سطح کلان و چه در سطح خرد، ارزشمند و مهم هستند ولی نکته اصلی در همسو بودن فعالیت‌های فرهنگی کلان و خرد است. به‌نوعی می‌توان گفت که فعالیت‌های فرهنگی کلان به بخش سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی خرد به بخش اجرایی مرتبط می‌شود و همسو بودن این دو بخش از نکات قابل توجه در بحث مهندسی فرهنگی است. اهمیت فعالیت‌های فرهنگی زمانی مشخص‌تر می‌شود که دریابیم این فعالیت‌ها چه نوع دستاوردی را برای جوامع به ارمغان خواهند داشت. مهم‌ترین دستاوردهای فعالیت‌های فرهنگی، فرهیخته شدن، فرهنگ‌پذیری و نهادینه شدن هویت فرهنگی در افراد است؛ چراکه با استفاده از کالاها و خدمات فرهنگی، سطح کیفیت زندگی مادی و معنوی در جامعه رشد خواهد داشت و افرادی در جامعه تربیت می‌شوند که از نیروی تفکر بهره‌مند خواهند بود. البته آن نوع تفکری که فرهنگ جامعه از افراد انتظار دارد و اگر نشود، این مهم را در جامعه عملی کرد، متأسفانه فعالیت‌های فرهنگی وارداتی جای خود را به فعالیت‌های فرهنگی داخلی داده و جامعه را به سمتی خواهد برد که سازندگان همان فعالیت‌های فرهنگی به دنبالش هستند.

آلفرد اسلون، مدیرعامل GM، عنوان می‌کند: «اگر ما چهار ساعت وقت خود را صرف گماشتن یک فرد مناسب در جای مناسب نمی‌کردیم، مجبور بودیم چهارصد ساعت وقت خود را صرف اصلاح خرابی‌های ناشی از اشتباه خود بکنیم و من واقعاً چنین وقتی ندارم.» (ابوالعالی، ۱۳۸۶).

«توسعه فرهنگی با تأکید بر هویت فرهنگی، بهینه‌سازی شرایط فرهنگی و رشد کمی و کیفی مسائل مربوط به خود را نوید می‌دهد و اخلاق و آداب و سنن جامعه را بهبود می‌بخشد و بر رونق بازار فنون و دانش می‌افزاید» (ناظمی‌اردکانی و کشاورز، ۱۳۸۵). «با پذیرش این سخن اشرینگلر^۱ که حیات و پویایی یک جامعه را در حیات و توسعه فرهنگی آن جامعه می‌داند، باید اذعان داشت که پرداختن به توسعه فرهنگی برای تمامی جوامع و به‌ویژه جوامع توسعه‌نیافته، امری اجتناب‌ناپذیر است و اینکه برای دستیابی به این مهم، همه نهادها و سازمان‌های جامعه ملزم به مشارکت در زمینه تحقق آن می‌باشند. توسعه فرهنگ و عناصر فرهنگی از ضروری‌ترین ابزار ایجاد صلح و آزادی در جوامع بشری است. در روزگار کنونی، توسعه فرهنگی مهم‌ترین ابزار ایجاد زیرساخت لازم برای توسعه پایدار سایر بخش‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، به‌خصوص در کشورهای توسعه‌نیافته است. همچنین دوپویی^۲ (۱۳۷۴) معتقد است که از یک دیدگاه، فرهنگ وسیله‌ای است برای کسب حیثیت اجتماعی و حفظ آن، سرگرمی، کسب لذت، اعتلای روح و تعالی افکار، فرهنگ و توسعه فرهنگی را ابزاری کارآمد برای ایجاد مردم‌سالاری می‌داند. وی معتقد است که عدم توسعه فرهنگی، منجر به ایجاد حکومت‌های مستبد و سنت‌گرا (ارتجاعی) می‌شود» (ستاری، ۱۳۶۶، ص ۶۷).

وجود ارتباطات مؤثر و صحیح در سازمان نیز همواره از اجزای مهم در توفیق مدیریت به شمار آمده است. اگر به زمانی که صرف انجام هر یک از وظایف مدیریت می‌شود، بنگریم، مشاهده می‌شود که بیشتر وقت مدیر به ارتباط رودررو یا تلفنی با زیردستان، همکاران یا مشتریان می‌گذرد (رضاییان، ۱۳۷۱، ص ۲۲۳).

هنری میتزبرگ، نقش اطلاعاتی و ارتباطی مدیر را در سازمان جزء اساسی‌ترین نقش‌های او قلمداد کرده است. به‌زعم این نویسنده مدیر دارای سه نقش عمده «نقش ایجاد

ارتباط بین افراد و اعضای سازمان»، «نقش جمع‌آوری اطلاعات» و «نقش تصمیم‌گیری» در سازمان است که در هر سه، محور اصلی انتقال اطلاعات است (بیگلری‌نژاد، ۱۳۷۹، ص ۱۸). چستر برنارد در کتاب بسیار ارزشمند و معروف خود به نام «وظایف مدیران» چنین می‌نگارد: «اولین اقدام مدیر این است که یک نظام ارتباطی ایجاد کند و یا آن را که وجود دارد، توسعه دهد»؛ لذا ارتباطات وسیله‌ای است که از طریق آن وظایف اصلی مدیریت شکل می‌گیرد (غلامی، ۱۳۷۸، ص ۱۵). به تجربه ثابت شده است که ریشه بسیاری از مشکلات فردی، سازمانی و اجتماعی را می‌توان در کمبود ارتباطات مؤثر جستجو کرد و اگر ارتباطات صحیح در سازمان برقرار نباشد، گردش امور مختل شده و کارها آشفته می‌شود (الوانی، ۱۳۸۰، ص ۱۶۷).

ارتباطات سازمانی، هرچند رشته تازه‌ای در پهنه علوم انسانی است، اما به سرعت رشد یافته و نظر بسیاری از متفکران علوم رفتاری و سازمانی را به خود جلب کرده است تا جایی که بسیاری از دشواری‌های سازمانی را تحلیل و برای آن‌ها راه‌حل‌های مناسب یافته است. برخی از متفکران ارتباطات سازمانی که در سال‌های اخیر به‌عنوان مشاور مدیریت به یافتن نارسایی‌های سازمان‌های مورد مطالعه خود پرداخته‌اند، بر این اعتقادند که بسیاری از مسائل و مشکلات حاکم بر سازمان از بافت نادرست ارتباطی و عدم توجه به ظرایف ارتباطات سازمانی بوده است و اگر مدیران بر این امور واقف بودند، چه‌بسا با اثربخشی بهتر و بیشتر کارهای مربوط به خود را انجام می‌دادند (فرهنگی، ۱۳۸۳، ص ۱۵).

«به‌طور کلی توسعه فرهنگی از جمله بهترین مفاهیم مربوط با فرهنگ است. شکاف ایجادشده بین کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه و نیز آگاهی روزافزون فعالان سیاسی، اجتماعی و اقتصادی این جوامع از نقش اثرگذار توسعه فرهنگی (در ابعاد کمی و کیفی) به‌عنوان زیربنای توسعه پایدار و همه‌جانبه این امر، ماهیت چشمگیری پیدا کرده است. ژاپن در سال ۱۹۶۸ با تأسیس امور فرهنگی، گام‌های مؤثری را در راه توسعه فرهنگی برداشت. از جمله مأموریت‌های منظور شده در سیاست‌های فرهنگی این کشور عبارت‌اند از: بهبود شرایط جشنواره‌های فرهنگی و هنری، افزایش کمک به فعالیت‌های گروه‌های فرهنگی، فراهم کردن مواد و تجهیزات فعالیت‌های هنری جوانان، کشف و پرورش استعداد‌های

هنرمندان جوان و بهبود اطلاع رسانی و تحقیقات فرهنگی است» (محمدی، ۱۳۷۷، ص ۲۱۹).

گروهی از دانشمندان و متخصصان رشته مدیریت بر این عقیده اند که «ارتباط»، مسئله اصلی روابط بین سازمان های صنعتی و تجاری است. در حال حاضر می توان ادعا کرد که بزرگ ترین مشکل بین طبقات مختلف اجتماع، عدم تفاهم بین افراد آن اجتماع است. ارتباط وسیله ای است که تمام مبادلات و تفاهم بین اعضای سازمان به وسیله آن صورت می گیرد (خدای، ۱۳۹۱، ص ۲۸).

ارتباطات مؤثر نه تنها کلید فتح تمام درهای بسته در جهان است بلکه فعالیتی اجتناب ناپذیر و الزام آور برای زندگی فردی، گروهی، سازمانی و جمعی در تمام جوامع بشری است. هر یک از ما، در پیرامون خود مردمانی را می شناسیم که به یمن توانایی ارتباطی بالای خود در کار خویش کامیاب اند و با دستانی به ظاهر تهی مالک بسیاری از چیزها گردیده اند و در مقابل انسان هایی که با داشتن بسیاری از چیزها در سختی و تنگنا، روزگار سپری می کنند. چون نیک بنگریم آنچه که آنان را کامیاب کرده مهارت ارتباطی بوده و آنچه اینان را به تلخ کامی کشانده، عدم وقوف و به کارگیری مهارت های ارتباطی است.

در سازمان های معاصر، نظریه پردازان و مدیران کارکشته، از سال ها پیش به این حقیقت دست یافته اند که ارتباط مؤثر عامل دستیابی آنان به اهداف سازمانی، بالا بردن تراز بهره وری و رضایتمندی کارکنان و ذی نفع های راهبردی است (فرهنگی، ۱۳۸۳، ص ۹). بخش مهمی از شبکه روابط در سازمان، مربوط به ارتباط بین مدیران و کارکنان است و برای آنکه این روابط با اثربخشی بالا صورت گیرد، وجود مهارت های ارتباطی نزد مدیران و کارکنان امری اجتناب ناپذیر است. یکی از مشکلات مهم که همواره در سازمان حس شده و کارکنان سازمان نیز از آن گله مند هستند، نبود مهارت هایی ارتباطی بین مدیران و کارکنان آنهاست.

مسئله این تحقیق بررسی رابطه مهارت های ارتباطی مدیران و توسعه فعالیت های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است.

فعالیت‌های فرهنگی

ادوارد تایلر، مردم‌شناس انگلیسی، فرهنگ و تمدن را به یک معنا و مفهوم به کار برده است و فرهنگ را مجموعه‌ای از معرفت، عقاید، اخلاقیات، قوانین، آداب و رسوم و همه قابلیت‌های و عاداتی دانسته که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه می‌پذیرد (Ziyary, 1999, p.44). تعاریف مطرح‌شده درباره فرهنگ، حاکی از این مطلب است که فرهنگ با زندگی اجتماعی ملازم است. تلاطم فرهنگ با حیات انسانی تا حدی است که بدون در نظر داشتن فرهنگ، حیات انسانی معنا و مصداق پیدا نمی‌کند. فعالیت فرهنگی از جمله مفاهیم اصلی مرتبط با حیات فرهنگی است. فعالیت فرهنگی، فعالیتی محسوب می‌شود که حول تولید، بهره‌برداری و انتقال معانی و نمادها با هدف ارتقای معنوی انسانی صورت می‌گیرد (کاوسی و مقیمی، ۱۳۸۸، ص ۵۳).

فرهنگ، عامل وابستگی انسان‌هاست که وجوه مشترک ذهنی یک ملت را پدید می‌آورد. وجوه مشترک ذهنی مردم جامعه از فرهنگ همان جامعه سرچشمه می‌گیرند و دربرگیرنده چیزهایی هستند که مردم به آن‌ها گرایش دارند و خوگرفته‌اند و یا ممکن است چیزهایی باشند که مردم به آن‌ها گرایش ندارند و یا از آن‌ها دوری می‌جویند (ملکوتی‌خواه، ۱۳۹۲، ص ۲۵). فرهنگ مانند زبان عامل ارتباط انسان‌ها با یکدیگر است. فرهنگ همچون یک پل گذشته را به حال می‌پیوندد. انسان به یاری هنر، ادبیات، تاریخ و باستان‌شناسی می‌تواند به گذشته‌های دور بنگرد و دستاوردهای فرهنگ و تمدن خود را بررسی کند و مورد سنجش قرار دهد، به همین دلیل کوشش کرده است که همواره فرهنگ خود را سرشار و پرتوان سازد (قلی‌زاده، ۱۳۹۱، ص ۱۰۵).

ویلیامز ۴ به سه نوع کاربرد اصطلاح فرهنگ اشاره دارد: اولین کاربرد، اشاره به رشد فکری، روحی و زیبایی‌شناختی فرد، گروه یا جامعه دارد. دومین کاربرد دربرگیرنده تعدادی از فعالیت‌های ذهنی، هنری و محصولات آن‌ها مانند فیلم و تئاتر است. فرهنگ در این کاربرد کمابیش معادل «هنرها» است. سومین کاربرد فرهنگ برای مشخص کردن راه و رسم زندگی، اعمال، فعالیت‌ها، باورها و آداب و رسوم تعدادی از مردم، یک گروه یا یک جامعه به کار می‌رود (رحمانی، ۱۳۸۹، ص ۳۴). اسکافر (۱۹۷۸)، در مطالعه خود درباره مشارکت فرهنگی در کانادا فرهنگ را به سه شکل طبیعی، گسترده و خیلی گسترده تعریف کرده

است. در شکل طبیعی، فرهنگ را به‌عنوان «هنرها» تعریف کرده است. در این تعریف فرهنگ، فعالیت‌هایی مانند موسیقی، اپرا، تئاتر، نقاشی و ادبیات را در بر می‌گیرد. غالباً صنایع دستی به‌ویژه آن‌هایی که طراحی منحصربه‌فرد دارند و در معرض بازتولید انبوه نیستند، در این بخش قرار می‌گیرد (Crociata, 2015, p.42).

فعالیت فرهنگی در زمره فعالیت‌های اجتماعی قرار می‌گیرد که فرد فارغ از فعالیت‌های اقتصادی تعریف‌شده در نظام تقسیم کار به فراغت دست می‌یابد. فرد، زمان فراغت به‌دست‌آمده را می‌تواند به‌صورت فعال و مشارکت‌جویانه به تولید و خلق پدیده فرهنگی بپردازد و یا با سهم مشارکت کمتر به بهره‌برداری از خدمات ارائه‌شده توسط مولدان فرهنگ مشغول شود (حمیدزاده، ۱۳۹۰، ص ۴۳). فعالیت‌های فرهنگی در شکل ناب و خلاق آن به آفرینش و خلق فرهنگی منجر می‌شود. فعالیت هنرمندان، شعرا، فلاسفه، دانشمندان، پدیدآورندگان آثار هنری، موسیقیایی و آثار نوشتاری و صوتی در زمره فعالیت‌های فرهنگی مولد محسوب می‌شوند. وقتی به تماشای تئاتر، سینما و کنسرت موسیقی می‌رویم و یا در یک نمایش مذهبی شرکت می‌کنیم، همگی در زمره بهره‌گیری از خدمات فرهنگی است. ویژگی چنین فعالیت‌هایی، مشارکت کمتر و اثرپذیری بیشتر است (چلونگر، ۱۳۹۱، ص ۳۶)؛ به‌عبارت‌دیگر، فعالیت‌های فرهنگی، فعالیت‌هایی هستند که اعضای یک جامعه از طریق آن خودشان را محقق می‌سازند، استعدادهای خود را توسعه و شخصیت خود را گسترش می‌دهند (رشیدی و دیگران، ۱۳۸۴، ص ۸۲). امروزه فعالیت‌های فرهنگی در مدیریت شهری از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است؛ با توجه به این امر که کانون‌ها و مراکزی که در زمینه فعالیت‌های فرهنگی فعالیت می‌کنند، در دل محلات و به‌منظور تحقق عملی اهداف و سیاست‌های فرهنگی می‌باشند و لذا، نقش افراد در فعالیت‌های فرهنگی در بهبود مدیریت شهری مؤثر است (نفیسی و شاهرخیان، ۱۳۹۰، ص ۴).

اهداف و مأموریت‌های سازمان‌های فرهنگی

سازمان‌های امروزی در محیط‌های پرتلاطم و نامطمئن فعالیت می‌کنند و برای موفقیت در چنین محیطی استراتژی‌هایی نظیر کوچک‌سازی، سازمان‌دهی مجدد، مهندسی مجدد و غیره را اتخاذ می‌کنند تا به این طریق بر چالش‌ها و عدم اطمینان‌های موجود فائق شوند

(Butcher, 1998, pp.75-78). سازمان‌های معاصر انتظار دارند که افراد یک رویکرد یادگیری را در طول زندگی اتخاذ کنند، جهانی بیندیشند، پویایی‌ها و نوسان‌های موجود در شغل خود و بازار کار را به‌طور موفقیت‌آمیز اداره کنند، در گروه‌های خودگردان فعالیت نمایند و فرهنگ پاسخگویی به‌موقع و سریع به انتظارات مشتریان را توسعه بخشند (Hite, 2001, pp.312-317). سازمان‌ها همچنین موظف‌اند هزینه رشد آموزش فنی و رفتاری موردنیاز افراد را در چنین محیطی متحمل شوند. افراد نیز این مسئله را پذیرفته‌اند که در زمینه ضمانت مسیره‌های شغلی ثابت و بلندمدت نمی‌تواند انتظارات زیادی از سازمان داشته باشند. برای اداره سازمان‌ها در چنین محیطی، وجود مدیران ماهری که بتوانند با تلفیق نیازهای شغلی افراد و خواسته‌های سازمان به اهداف و مأموریت سازمانی دست پیدا کنند، بیش‌ازپیش احساس می‌شود (رادان، ۱۳۸۸، ص ۱۰۸).

اما چیزی که مهم است، این است که هر سازمان، برای اهداف خاصی به وجود آمده است. اهداف سازمان مشخص می‌کند که چه مجموعه کارهایی باید انجام گیرد. ولی چگونگی انجام کارها و اینکه در عمل چه کارهایی، با چه کیفیتی انجام گیرد، متأثر از عوامل محیطی داخلی و خارجی اثرگذار است. در سازمان‌دهی نهادهای فرهنگی نیز هر یک از این امور باید مورد توجه قرار گیرد. با بررسی ساختارها از لحاظ میزان تخصصی بودن و نقشی که در فرهنگ کشور به عهده دارند، می‌توان به الگوی سازمان‌دهی مناسبی رسید (مظاهری، ۱۳۸۸، ص ۱۱).

هدف‌های سازمانی منابع و تلاش‌های سازمانی را در جهت اجرای مأموریت سازمان هدایت می‌کند. هدف‌ها به‌طور دقیق‌تر تعیین می‌کنند که سازمان کجا می‌خواهد برود و به چه چیزی باید برسد (فیضی، ۱۳۸۸، ص ۱۱)؛ اما هدف‌ها سطوح مختلفی دارند:

۱. هدف‌های راهبردی: کل سازمان برای رسیدن به این هدف‌ها تلاش می‌کند. این هدف‌ها را مدیریت عالی سازمان تعیین می‌کند و به‌عنوان هدف‌های رسمی اعلام می‌شود. هدف‌های راهبردی عبارت‌اند از شناخت و تأمین نیازهای مشتریان، ارائه خدمت با کیفیت عالی و اطمینان زیاد، مسئولیت در برابر سلامت محیط، هزینه قابل رقابت با رقیبان و مانند آن.
۲. هدف‌های راهکاری: این هدف‌ها را مدیران عالی با همکاری مدیران میانی تعیین و واحدها و شعبه‌های سازمانی آن‌ها را پیگیری می‌کنند. هدف‌های راهکاری فعالیت‌هایی را که

واحدهای سازمانی باید اجرا کنند تا پشتیبان هدفهای راهبردی باشند، مشخص می‌کند؛ از جمله تداوم بهره‌وری با کنترل هزینه و پیشرفت فنی، یا افزایش درآمد با تلاش‌های بازاریابی. ۳. هدفهای عملیاتی: این هدفها را مدیران میانی یا مدیران خط اول تعیین و بخش‌های مختلف و کارکنان شاغل در واحدهای تخصصی برای نیل به آنها تلاش می‌کنند. تعیین این هدفها برای حمایت از هدفهای راهکاری و راهبردی در سازمان ضروری است (بووی، ۱۹۹۳، صص ۲۰۷-۲۰۸).

اهداف تحقیق

هدف اصلی

بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران (شایستگی عاطفی مدیران، شایستگی اجتماعی مدیران، مهارت ارتباط بین فردی مدیران) و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

اهداف فرعی

- بررسی رابطه بین شایستگی عاطفی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.
- بررسی رابطه بین شایستگی اجتماعی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.
- بررسی رابطه بین مهارت ارتباط بین فردی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

بین مهارت‌های ارتباطی مدیران (شایستگی عاطفی مدیران، شایستگی اجتماعی مدیران، مهارت ارتباط بین فردی مدیران) و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین شایستگی عاطفی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.
- بین شایستگی اجتماعی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.
- بین مهارت ارتباط بین‌فردی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

چارچوب نظری تحقیق

ارتباطات

اغلب افراد تعریف روشن و واضحی از ارتباطات^۳ در ذهن ندارند. گروهی، ارتباطات را در سازمان منحصر به مکاتبات اداری و ارسال و دریافت نامه‌ها می‌دانند و آن را مترادف مکاتبات اداری در نظر می‌گیرند، گروهی دیگر از ارتباطات، وسایل ارتباطی مثل تلفن، تلگراف، رادیو و امثال آن را در ذهن تداعی می‌کنند و برخی دیگر ارتباطات را در مقابل ضوابط و مقررات قرار داده و معتقدند: روابط باید جای خود را به ضوابط بدهد؛ به‌زعم اینان ارتباطات همان روابط شخصی و غیر اداری است. به‌هرحال، از ارتباطات، معانی و برداشت‌های گوناگونی در ذهن افراد وجود دارد و شاید به همین علت است که نویسنده‌ای در تعریف ارتباطات آن را به آفتاب‌پرست^۴ تشبیه کرده است، واژه‌ای که در هر ذهن به رنگ خاصی درمی‌آید و مفهوم ویژه‌ای به خود می‌گیرد (فرهنگی، ۱۳۸۳، ص ۱۵).

در فرهنگ لغات وبستر^۵، «Communication»، عمل ارتباط برقرار کردن تعریف و از معادل‌هایی نظیر تماس^۶، بخشیدن، انتقال دادن، آگاه ساختن، مکالمه و مراوده داشتن، استفاده شده است. در وبستر اضافه شده است که عمل برقرار کردن ارتباط می‌تواند از طریق کلمات، حروف، پیام‌ها، اجلاس‌ها، مکاتبه‌ها و دیگر راه‌ها انجام گیرد.

از جمله تعاریف، ارتباطات عبارت‌اند از: ارتباطات، فرایندی است که دو یا چند بخش توسط آن اطلاعات مور نیاز خود را مبادله و با یکدیگر تبادل نظر می‌کنند (مورهد/گریفین، ۱۳۸۰، ص ۴۵۰).

محققان غربی که پایه‌گذاران دیدگاه‌های جدید و روش‌ها و فنون ارتباطی موجود می‌باشند، معتقدند که کلمه ارتباطات از ریشه لاتین «communicare» مشتق شده است که این لغت خود، در زبان لاتین به معنای عمومی کردن^۷ و یا به عبارت دیگر، در معرض عموم قرار دادن است (فرهنگی، ۱۳۸۴، ص ۶).

ارتباطات فرایندی است که به وسیله آن اطلاعات بین دو نفر یا بیشتر انتقال پیدا کرده و درک می‌شود (Mcshane, 2000, p.322).

ارتباطات سازمانی فرایندی است که اشخاص از طریق انتقال علائم پیام به دریافت معنی مبادرت می‌ورزند (رضاییان، ۱۳۷۱، ص ۲۲۴).

ارتباطات، فرایندی زمینه‌ای است؛ زیرا ارتباطات وابستگی زیادی به کل تجربه انسانی ما دارد. پیچیدگی ارتباطات، ما را وادار می‌کند تا دانش و مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباط کسب کنیم و با محیط هماهنگ گردیم (برکو، ۱۳۷۸، صص ۵-۷).

به‌رحال با توجه به تمامی بحث‌هایی که در حوزه تعریف ارتباطات مطرح شد، تعریف زیر مبنای کار قرار می‌گیرد:

ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام مشابهت معنی موردنظر فرستنده پیام ایجاد شود (یوسف‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۱۵).

فرهنگ و ارتباطات

فرهنگ^۸ و ارتباطات^۹ سنگ‌بنای جوامع انسانی به شمار می‌روند. از آغاز خلقت و پیدایش انسان تاکنون، این دو ویژگی همراه جامعه انسانی و نوع انسان بوده و وجه ممیز او از دیگر موجودات قلمداد شده است. در فرهنگ معین، ارتباطات تأثیرات پیچیده بسیاری دارد و وقتی بین دو فرهنگ ارتباط ایجاد می‌شود، این تأثیرات حتی پیچیده‌تر هم می‌شود. وقتی پیام‌ها در سراسر مرزهای فرهنگی انتقال می‌یابند، در بافتی رمزگذاری و در بافتی دیگر، رمزخوانی می‌شوند. در این موقعیت‌های میان‌فرهنگی، هم‌سویی کمی وجود دارد که به‌طور کلی پیش‌نیازی برای ارتباطات است. همین موقعیت‌های میان‌فرهنگی امکان درک نادرست و واکنش‌های غیرمنتظره را بسیار افزایش می‌دهند و به‌طور کلی، ارتباطات میان‌فرهنگی را به

زمینه مهمی برای تشریح و آزمون‌های فرضیه‌های ارتباطاتی مبدل می‌سازند، به‌علاوه بخش عمده‌ای از ارتباطات میان‌فرهنگی است (اسمیت، ۱۳۸۲، ص ۲۳۹).

همان‌گونه که ملاحظه شد، فرهنگ و ارتباطات هر دو فراگردند و یک ضرورت انسانی به شمار می‌روند؛ یعنی هر دو به‌نوعی پویایند و هیچ جامعه انسانی را بدون این دو پدیده نمی‌توان تصور کرد؛ بنابراین، آنچه در واقعیت بیرونی و در زندگی اجتماعی انسان مشاهده می‌شود، به‌صورتی به‌هم‌پیوسته و درهم‌تنیده است، اما برای مطالعه و تحقیق، اجزای فرهنگی و اجزای ارتباطی متفاوت را می‌توان تجزیه کرد تا معلوم شود که چگونه درون و میان فرهنگ‌ها به کنش متقابل می‌پردازد. فرهنگی‌ترین خصوصیات فرهنگی، ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های ارزشی است که به‌طور ارتباطی از طریق عقاید، افکار، تصورات قالبی، اسطوره‌ها، پیش‌فرض‌ها، الگوهای فکر و عادات انتقال می‌یابد؛ بنابراین، فرهنگ بدون ارتباطات دوام و بقا نمی‌یابد و ارتباطات بدون فرهنگ از محتوا و پیام بی‌بهره می‌ماند. می‌توان فرهنگ و ارتباطات را به‌گونه‌ای غیرقابل تجزیه و به‌هم‌پیوسته دانست؛ بنابراین، ارتباطات میان‌فرهنگی، به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از فرهنگ و ارتباطات درمی‌آید. در اینجا این دو حوزه به‌گونه‌ای کامل و ملموس به هم می‌پیوندند و حوزه جدیدی را بنا می‌نهند که ضرورت آن در عصر جدید به‌گونه‌ای اساسی احساس می‌شود.

به‌عبارت‌دیگر، ارتباطات و فرهنگ محکوم به هم‌زیستی هستند؛ از یک سو، ارتباطات محصول فرهنگ است و فرهنگ مشخص‌کننده رمز، ساختار، معنا و زمینه ارتباطی است و از سوی دیگر، ارتباطات محمل و مسیر زندگی فرهنگ است؛ به‌گونه‌ای که هیچ فرهنگی بدون ارتباطات قادر به بقا نیست. حتی می‌توان گفت بدون ارتباطات، فرهنگی وجود نخواهد داشت (دهشیری، ۱۳۸۸، ص ۱۸۰).

مؤلفه‌های مهارت ارتباط بین‌فردی

در این قسمت به ارائه مهم‌ترین موضوع‌ها و مؤلفه‌هایی که در مورد مهارت ارتباط فردی توسط دانشمندان و محققان مطرح شده، پرداخته می‌شود. بر اساس یکی از مطالعات، ویژگی‌های اثربخشی ارتباطات میان‌فردی با توجه به هدف‌های عمل‌گرایانه و خشنودی از کنش ارتباطی به چند ویژگی عمده قابل تفکیک‌اند؛ باید توجه داشته باشیم هرچند این

ویژگی‌ها در وهله اول کیفی به نظر می‌رسند اما باید گفت: علاوه بر این ویژگی‌های کیفی که باعث افزایش اثربخشی ارتباطات می‌شوند، باید میزان کمیت آن‌ها نیز ملحوظ نظر باشند. همواره وجود این ویژگی‌ها ممکن است به اثربخشی کنش ارتباطی نینجامد و نیز نبود آن‌ها ممکن است به غیر اثربخش بودن کنش ارتباطی ختم نشود، اما شکی در آن نیست که به‌طور معناداری بر اثربخشی تأثیر دارند. این پنج ویژگی عبارت‌اند از: گشودگی^۱، همدلی^{۱۱}، حمایتگری^{۱۲}، مثبت‌گرایی^{۱۳} و تساوی^{۱۴} و هوش عاطفی (زارعی متین، ۱۳۸۸).

شایستگی عاطفی مدیران

شایستگی عاطفی مدیران اشاره به ظرفیت شناخت خود و مدیریت عواطف خود و همچنین، ظرفیت شناخت دیگران و مهارت اجتماعی دارد که به‌طور کلی، به دو بخش عمده تبدیل می‌شود. این دو بخش به همراه اجزای آن در ادامه آورده می‌شود.

یک. شایستگی فردی

این شایستگی ظرفیت شناخت خود و مدیریت بر خود را تعیین می‌کند که شامل اجزای «خودآگاهی» و «خودمدیریتی» است.

دو. شایستگی‌های اجتماعی

این قابلیت‌ها چگونگی ارتباط ما را با دیگران تعیین می‌کنند و اجزای «همدلی» و «مهارت‌های اجتماعی» را در بر می‌گیرد.

دو. تشریح مؤلفه‌های مهارت ارتباطی مدیران

۱. اعتماد
۲. خوش‌بینی
۳. احترام متقابل
۴. مدیریت تعارض
۵. انعطاف‌پذیری
۶. شنود مؤثر

۷. خودگشودگی

۸. مهارت در رسایی سخن

۹. صداقت

۱۰. بهره‌مندی از دانش تخصصی

۱۱. مهارت درک دیگران

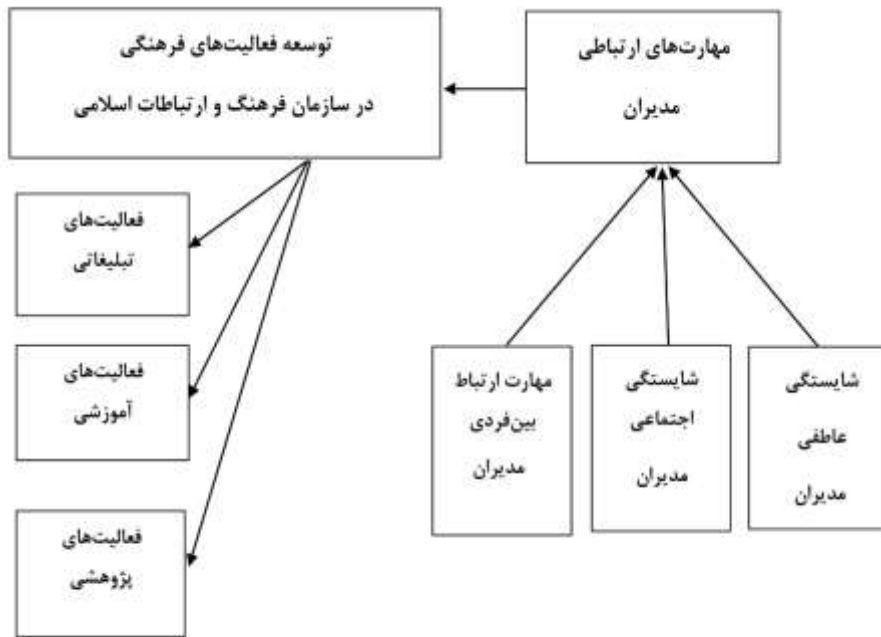
مدل تحقیق

متغیر مستقل: مهارت‌های ارتباطی مدیران (شایستگی عاطفی مدیران، شایستگی اجتماعی مدیران، مهارت ارتباط بین‌فردی مدیران).

متغیر وابسته: توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (فعالیت‌های تبلیغاتی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های پژوهشی).

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی هستند که تعداد آن‌ها حدوداً ۶۰۰ نفر است که با توجه به ضوابط نمونه‌گیری تعداد ۲۳۴ نفر برای نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند. در مرحله بعد بر اساس مدل مفهومی پژوهش، سؤالات و فرضیه‌های پژوهش، با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته، گویه‌های استخراج شده در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده آنالیز این پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. در سطح توصیفی از توزیع فراوانی متغیرها، درصد، جداول، و شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و در سطح آمار استنباطی از روش‌های آزمون‌های مقتضی استفاده می‌گردد. در تحقیق حاضر با توجه به سطح سنجش متغیرها و نوع فرضیات از هر دو دسته آزمون‌های تفاوت و رابطه استفاده گردیده است. در این تحقیق از آزمون‌هایی مانند کلموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است.



شکل شماره ۱. مدل تحقیق - محقق ساخته برگرفته از ادبیات تحقیق

بررسی فرضیه‌های تحقیق

فرضیه فرعی اول

«بین شایستگی عاطفی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.»

فرض صفر (H_0): شایستگی عاطفی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): شایستگی عاطفی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۱. آزمون همبستگی پیرسون فرضیه اول

متغیر	توسعه فعالیت فرهنگی
شایستگی عاطفی مدیران	ضریب همبستگی
	سطح معناداری
	۰/۴۲۴
	۰/۰۰۰

با توجه به جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ (میزان خطای تحقیق (۰/۰۵) و $\text{Sig} < ۰/۰۵$) است؛ بنابراین، فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی (۰/۴۲۴) می‌توان گفت بین دو متغیر، همبستگی مثبت وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است؛ به عبارتی، با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت افزایش شایستگی عاطفی مدیران، منجر به توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی می‌شود.

فرضیه فرعی دوم

«بین شایستگی اجتماعی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد».

فرض صفر (H_0): شایستگی اجتماعی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): شایستگی اجتماعی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۲. آزمون همبستگی پیرسون فرضیه دوم

متغیر	توسعه فعالیت فرهنگی
شایستگی اجتماعی مدیران	ضریب همبستگی
	سطح معناداری
	۰/۳۵۱
	۰/۰۰۰

با توجه به جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ (میزان خطای تحقیق (۰/۰۵) و $(\text{Sig} < 0/05)$) است؛ بنابراین، فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی (۰/۳۵۱) می‌توان گفت: بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است؛ به عبارتی، با افزایش یکی دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین، می‌توان گفت افزایش شایستگی اجتماعی مدیران، منجر به توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی می‌شود.

فرضیه فرعی سوم

«بین مهارت ارتباط بین فردی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد».

فرض صفر (H_0): بین مهارت ارتباط بین فردی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود ندارد.
فرض مقابل (H_1): بین مهارت ارتباط بین فردی مدیران و توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۳. آزمون همبستگی پیرسون فرضیه سوم

توسعه فعالیت فرهنگی	متغیر	
۰/۴۳۸	ضریب همبستگی	مهارت ارتباط بین فردی مدیران
۰/۰۰۰	سطح معناداری	

با توجه به جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ (میزان خطای تحقیق (۰/۰۵) و $(\text{Sig} < 0/05)$) است؛ بنابراین، فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی (۰/۴۳۸) می‌توان گفت بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است؛ به عبارتی، با افزایش یکی دیگری

نیز افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین، می‌توان گفت افزایش مهارت ارتباط بین فردی مدیران، منجر به توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی می‌شود.

فرضیه اصلی

بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

جدول شماره ۴. آزمون همبستگی مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی

مهارت ارتباطی مدیران	شایستگی اجتماعی مدیران	شایستگی عاطفی مدیران	متغیر	
۰/۳۲۴	۰/۲۱۴	۰/۲۹۵	ضریب همبستگی	فعالیت‌های بین‌المللی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۳۵۵	۰/۳۲۶	۰/۳۰۱	ضریب همبستگی	فعالیت‌های فرهنگی و هنری
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۳۴۶	۰/۲۷۷	۰/۳۸۶	ضریب همبستگی	فعالیت‌های انتشارات
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۴۰۸	۰/۳۳۶	۰/۳۹	ضریب همبستگی	فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

با توجه به جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی ۰/۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ (میزان خطای تحقیق ۰/۰۵) و $(Sig < ۰/۰۵)$ است؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معناداری بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی همبستگی مثبت وجود دارد؛ به عبارتی، با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

در بررسی رابطه شایستگی عاطفی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مشاهده می‌شود شایستگی عاطفی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی دارد (۰/۳۹) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۲۹۵).

در بررسی رابطه شایستگی اجتماعی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مشاهده می‌شود شایستگی اجتماعی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی دارد (۰/۳۳۶) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۲۱۴).

در بررسی رابطه مهارت ارتباطی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی مشاهده می‌شود مهارت ارتباطی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی دارد (۰/۴۰۸) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۳۲۴).

جمع‌بندی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، میانگین متغیر شایستگی عاطفی مدیران (۳/۱۷)، شایستگی‌های اجتماعی مدیران (۳/۰۷)، مهارت ارتباطی مدیران (۳/۰۶)، فعالیت‌های بین‌المللی (۳/۱۹)، فعالیت‌های فرهنگی و هنری (۳/۳۴)، فعالیت‌های انتشارات (۳/۰۳) و فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی (۲/۹۹) است. با توجه به کدگذاری انجام‌شده (خیلی ضعیف ۱، ضعیف ۲، متوسط ۳، خوب ۴ و خیلی خوب ۵) مشخص می‌شود وضعیت متغیرهای شایستگی عاطفی مدیران، شایستگی‌های اجتماعی مدیران، مهارت ارتباطی مدیران، فعالیت‌های بین‌المللی، فعالیت‌های انتشارات و فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی در حد متوسط است؛ زیرا مقدار میانگین هر متغیر در سطح متوسط (۳) است. متغیر فعالیت‌های فرهنگی و هنری بیشتر از حد متوسط است.

طبق نتایج به‌دست‌آمده سطح معناداری آزمون رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی ۰/۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ (میزان خطای تحقیق ۰/۰۵) و $(\text{Sig} < 0/05)$ است؛ بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ارتباط معناداری بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وجود دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و ابعاد توسعه

فعالیت‌های فرهنگی در سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی همبستگی مثبت وجود دارد؛ به عبارتی، با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

در بررسی رابطه شایستگی عاطفی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مشاهده می‌شود شایستگی عاطفی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی دارد (۰/۳۹) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۲۹۵).

در بررسی رابطه شایستگی اجتماعی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مشاهده می‌شود شایستگی اجتماعی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی دارد (۰/۳۳۶) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۲۱۴).

در بررسی رابطه مهارت ارتباطی مدیران با ابعاد توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مشاهده می‌شود مهارت ارتباطی مدیران بیشترین همبستگی را با فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی (۰/۴۰۸) و با فعالیت‌های بین‌المللی کمترین همبستگی مثبت را دارد (۰/۳۲۴).

پیشنهاد‌های تحقیق

از آنجاکه با توجه به نتایج به دست آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر شایستگی عاطفی مدیران چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «شایستگی فردی مدیران» با میانگین ۳/۳۴ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «خودمدیریتی مدیران» با میانگین ۳/۰۱ است. مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی باید برای تقویت شایستگی فردی مدیران به‌طور آگاهانه قدم بردارند.

با توجه به نتایج به دست آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر شایستگی اجتماعی مدیران چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «مهارت اجتماعی مدیران» با میانگین ۳/۱۵ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «همدلی مدیران» با میانگین ۳/۰۰ است. مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی باید برای تقویت مهارت اجتماعی مدیران به‌طور آگاهانه قدم بردارند.

با توجه به نتایج به دست آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر مهارت ارتباطی مدیران چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «مهارت در رسایی سخن مدیران» با

میانگین ۳/۳۵ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «صداقت مدیران» با میانگین ۲/۹۱ است. باید برای تقویت مهارت در رسایی سخن مدیران اقداماتی صورت بگیرد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر فعالیت‌های بین‌المللی چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «ارتباط با سازمان‌ها، همایش‌ها، شخصیت‌ها» با میانگین ۳/۴۹ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «ایجاد بانک اطلاعاتی سازمان‌ها و همایش» با میانگین ۲/۸۶ است. مدیران مدارس باید برای افزایش ارتباط با سازمان‌ها، همایش‌ها، شخصیت‌ها آمادگی داشته باشند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر فعالیت‌های فرهنگی و هنری چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «هماهنگی و پشتیبانی جهت اعزام هنرمند» با میانگین ۳/۵۱ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «خرید و رایت تعدادی از فیلم‌های سینمایی جهت نمایش در شبکه‌های تلویزیونی در خارج از کشور» با میانگین ۲/۹۷ است. مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی باید برای هماهنگی و پشتیبانی جهت اعزام هنرمند به‌طور آگاهانه قدم بردارند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر فعالیت‌های انتشارات چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «بررسی و انتخاب گروه‌های موسیقی‌های اصیل و محلی ایرانی جهت اجرا در برنامه‌ای فرهنگی مختلف» با میانگین ۳/۵۱ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «تکثیر فیلم‌های منتخب اعم از سینمایی و مجموعه‌های ایرانی جهت نمایش در ایام مناسبتی در خارج از کشور و یا جشنواره‌های بین‌المللی و اعزام هنرمندان رشته‌های مختلف هنری به مناسبت برگزاری هفته‌های فرهنگی جمهوری اسلامی در خارج از کشور» با میانگین ۲/۸۵ است. مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی باید برای انتخاب گروه‌های موسیقی اصیل و محلی ایرانی جهت اجرا در برنامه‌ای فرهنگی مختلف به‌طور آگاهانه قدم بردارند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، فراوانی پاسخگویی به سؤال‌های متغیر فعالیت‌های پژوهشی و آموزشی چگونه است. بیشترین میانگین مربوط به گویه «ترجمه، تألیف و نشر آثار ارزشمند مفاخر و شخصیت‌های دینی، علمی و فرهنگی». با میانگین ۳/۵۶ است و کمترین میانگین مربوط به گویه «استفاده از روش‌های نوین در صنعت نشر مانند E-book و

فروش الکترونیک» با میانگین ۲/۴ است. مدیران سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی باید برای استفاده از روش‌های نوین در صنعت نشر مانند E-book و فروش الکترونیک به طور آگاهانه قدم بردارند.

یادداشت‌ها

1. Spengler
2. Dupuy
3. Communication
4. Chameleon
5. Webster
6. Impact
7. To Make Commin
8. Culture
9. Communication
10. Openness
11. Empathy
12. Supportiveness
13. Positiveness
14. Equality

کتابنامه

- ابوالعالی، بهزاد و غفاری عباس (۱۳۸۵). *مدیران آینده*، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- ابوالعالی، بهزاد و همکاران (۱۳۸۳). *گزارش طرح مراکز ارزیابی مدیران*، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- اسمیت، آلفرد جی (۱۳۸۲). *ارتباطات و فرهنگ*، ترجمه طاهره فیضی، اکرم هادی‌زاده مقدم و مهدی بابایی اهرمی، تهران: سمت.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۰). *مدیریت عمومی*، تهران: نی.
- بیگلری‌نژاد، اصغر (۱۳۷۹). «بررسی نظام ارتباطات سازمانی و تأثیر آن بر تعارض سازمانی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- چلونگر، محمدعلی (۱۳۹۱). «بررسی رابطه عوامل مؤثر بر مشارکت فرهنگی زنان در فعالیت‌های فرهنگی؛ مطالعه موردی: فرهنگسراهای سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان»، پایان‌نامه

- کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان).
- حمیدزاده، بهمن (۱۳۹۰). «شیوه‌های مؤثر بر فعالیت‌های فرهنگی»، حصون، شماره ۳۲.
- خدای، مسعود (۱۳۹۱). «ارتباطات در سازمان و مدیریت»، صنعت نساجی، شماره ۱۸۰.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۷۹). «تبادل فرهنگی میان ملت‌ها؛ موانع و راهکارها»، مطالعات ملی، شماره ۶.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸). «رسانه و فرهنگ‌سازی»، تحقیقات فرهنگی، شماره ۸.
- رحمانی، م (۱۳۸۹). «نقش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران در ارتقای سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی». تهران: دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- رشیدی حمیدرضا؛ میرشاه جعفری، سیدابراهیم و شریف خلیفه سلطانی، مصطفی (۱۳۸۴). «بررسی روند برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی دانشگاه‌های دولتی اصفهان طی برنامه دوم و سوم توسعه کشور». *روانشناسی و علوم تربیتی*، شماره ۲۲۰.
- رضاییان، علی (۱۳۷۱). *اصول مدیریت*، تهران: سمت.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۹۴). *زمینه فرهنگ‌شناسی: تألیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی*، با تجدیدنظر و اضافات، چاپ هشتم، تهران: انتشارات عطار.
- زارعی‌متین، حسن (۱۳۸۸). *مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته*، تهران: آگاه.
- غلامی، مفید (۱۳۷۸). «بررسی نظام ارتباطات سازمانی و تأثیر آن بر رضایت کارکنان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۸۳). «ارتباطات رسمی و غیررسمی سازمان»، *مدیریت دولتی*، شماره ۳.
- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۸۴). «ارتباطات سازمانی»، *خدمات فرهنگی رسا*، ۷-۹.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ صفرزاده، حسین و خادمی، صفر (۱۳۸۳). *نظریه‌های ارتباطات سازمانی*، تهران: خدمات فرهنگی رسا.
- قلی‌زاده، آذر (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی فرهنگی*، اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان.
- کاوسی، اسماعیل و مقیمی، علیرضا (۱۳۸۸). «ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی در فرهنگسرای تهران». *برنامه‌ریزی فرهنگی*، شماره ۳۷.

- لطیفی، میثم (۱۳۷۹). «شناسایی و وزن‌دهی معیارهای انتخاب و انتصاب مدیران منابع انسانی در بخش دولتی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- محمدی، مسلم و محمدی، مرضیه (۱۳۹۰). «تأثیر دو باور اعتقادی توحید و معاد بر اخلاق در نهج‌البلاغه»، پژوهش‌نامه اخلاق، شماره ۱۱.
- مظاهری، عباس (۱۳۷۴). «فرهنگ سازمانی و ارزش‌های اخلاقی»، فرهنگ و تعاون، شماره ۱۶.
- مولینیر، پیر (۱۳۷۲). *آموزش حرفه‌ای مدیران فرهنگی*، مترجم: علی هاشمی گیلانی، تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی.
- ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۸۳). *شرایط ویژگی‌های عزل و نصب مدیران فرهنگی*، شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- نش، کیت (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت*، مترجم: محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر.
- نقیسی، زهرالسادات و شاهرخیان، علیرضا (۱۳۹۰). «برنامه‌ریزی راهبردی و سازمان‌دهی نوین حوزه فرهنگی و اجتماعی شهرداری شیراز در جهت بهینه‌سازی فعالیت‌ها و عملکرد اقتصادی، همایش ملی شناسایی و تبیین راهکارهای تحقیق جهاد اقتصادی در شهر ما، شیراز: شهرداری شیراز.
- یوسف‌زاده، سعید (۱۳۸۴). «رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و رضایت شغلی کارکنان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.

Crociata A. (2015), "Recycling waste: Does culture matter? Massimiliano Agovino and Pier Luigi Sacco", *Journal of Behavioral and Experimental Economics (formerly The Journal of Socio-Economics)*, vol. 55, issue C, 40-47.

Ziyary, K. (1999), "Research on the Wommen Situation in University Society", *Journal of Tahavol Edary*, Issue 4, 5.

www.harkat.com

www.irandoc.ir