

## بررسی رابطه بین جو روانشناختی حاکم بر سازمان با اشتیاق شغلی کارکنان صدا و سیما مرکز اهواز در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴

\*نازنین محمدی

دکتری، مدیریت آموزشی از دانشگاه اصفهان، مدرس دانشگاه

۰۹۱۶۸۸۵۸۶۴۷

[n.mohamadi73@yahoo.com](mailto:n.mohamadi73@yahoo.com)

\* Nazanin Mohammadi

Ph.D., educational management from Isfahan University, university lecturer

گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

نسرین بلوچ رودباری

گروه آمار، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۴۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

[n\\_roodbary@pnu.ac.ir](mailto:n_roodbary@pnu.ac.ir)

Nasreen Baloch Roodbary

Science management, Payame Noor university(PNU), P.O.Box 19395-14697, Tehran, Iran.

مجید زرگر زاده

کارشناسی ارشد، حقوق، دانشگاه آزاد میمه، مدرس گروه حقوق دانشگاه پیام نور و آزاد

۰۹۱۳۲۶۸۷۲۴۷

[Majid.zargarzadeh@iran.ir](mailto:Majid.zargarzadeh@iran.ir)

Majid Zargarzadeh

Master's degree, law, Mimeh Azad University, lecturer at Payam Noor and Azad University Law Department

گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد میمه، اصفهان، ایران

### ۱- چکیده:

پژوهش زیر با هدف بررسی رابطه جو روانشناختی حاکم<sup>۱</sup> بر سازمان با اشتیاق شغلی<sup>۲</sup> کارمندان سازمان صدا و سیما شهر اهواز در سال تحصیلی ۹۵-۹۴ به مرحله اجرا در آمد. به همین منظور از بین کلیه پرسنل این سازمان تعداد ۷۰ نفر، به روش تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه جو روانشناختی حاکم بر سازمان هالپین و کرافت و اشتیاق شغلی سالانوا و شوفلی بوده است. پایایی به دست آمده برای پرسشنامه هایی مورد استفاده در این پژوهش به ترتیب برای پرسشنامه جو روانشناختی، آلفای کرونباخ ۰.۷۹ و برای پرسشنامه اشتیاق شغلی آلفای کرونباخ ۰.۹۶ به دست آمده است. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار spss ۱۹ انجام گرفت که سطح معنی داری  $p < 0.05$  در نظر

<sup>1</sup> - The prevailing psychological atmosphere

<sup>2</sup> - Career passion

گرفته شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین جو روانشناختی حاکم بر سازمان و اشتیاق شغلی در بین کارمندان سازمان صدا و سیما شهر اهواز رابطه معنی داری وجود دارد. واژه های کلیدی: جو روانشناختی حاکم بر سازمان، اشتیاق شغلی.

## ۲-مقدمه و بیان مساله

اشتیاق شغلی<sup>۱</sup> مفهومی است که با پیامدهای مثبتی از قبیل عملکرد شغلی<sup>۲</sup> رفتارهای مدنی سازمانی<sup>۳</sup> و خشنودی شغلی<sup>۴</sup> رابطه مثبت و با قصد ترک شغل<sup>۵</sup> رابطه منفی بالایی دارد(هاکامن<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶)، اشتیاق شغلی، به میزان انرژی و دلبستگی به شغل<sup>۷</sup> و اثربخشی حرفه ای<sup>۸</sup> اشاره داشته و دارای سه بعد نیرومندی<sup>۹</sup>، جذب<sup>۱۰</sup>، وقف کار شدن می باشد (شائوفیلی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۷) با وجود این که اشتیاق شغلی یک ویژگی فردی به شمار می رود؛ اما به میزان زیادی تحت تأثیر عوامل سازمانی مثل خشنودی شغلی، هویت سازمانی، تعهد سازمانی و انگیزش شغلی نیز قرار دارد(کارملی<sup>۱۲</sup> ۲۰۰۲) طبق الگوی اشتیاق شغلی محیط کار موجب ایجاد اشتیاق شغلی در کارکنان می گردد، و متعاقباً اشتیاق شغلی نیز به پیامدهای مثبت در محیط کار منجر می شود. حمایت همکاران<sup>۱۳</sup> و سرپرست<sup>۱۴</sup>، بازخورد از عملکرد<sup>۱۵</sup>، تنوع وظیفه<sup>۱۶</sup> و استقلال و فرصت های یادگیری<sup>۱۷</sup> از جمله این منابع شغلی هستند که اشتیاق شغلی کارکنان را افزایش می دهند(باکر<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۸) منابع شخصی نیز، جنبه هایی

<sup>1</sup> - Career passion

<sup>2</sup> - Job Performance

<sup>3</sup> - Organizational citizenship behaviors

<sup>4</sup> - job satisfaction

<sup>5</sup> - intention to leave the job

<sup>6</sup> -Hakanon

<sup>7</sup> - Job attachment

<sup>8</sup> - Professional effectiveness

<sup>9</sup> - strength

<sup>10</sup> - attraction

<sup>11</sup> - Shaoefly

<sup>12</sup> - Karmlli

<sup>13</sup> - Colleague support

<sup>14</sup> - supervisor

<sup>15</sup> - Performance feedback

<sup>16</sup> - Variety of tasks

<sup>17</sup> - Learning opportunities

<sup>18</sup> Bakro

از خود فرد هستند که بیانگر احساس افراد از توانایی کنترل و اثرگذاری موفقیت آمیز بر محیط شان می باشند (هابفول<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳) عزت نفس، خودکارآمدی تعمیم یافته، ثبات هیجانی و جایگاه مهار از مهم ترین منابع شخصی هستند که بر اشتیاق شغلی اثر مثبت دارند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۰)

بطور کلی، نتایج حاصل از این پژوهش کمک می کند تا به فاکتورها و متغیرهای مهم اثرگذار بر اشتیاق شغلی پرسنل سازمان صدا و سیما مرکز اهواز دست پیدا کنیم. بر اساس یافته ها و نتایج حاصل از این پژوهش می توان توصیه ها و راهکارهایی جهت افزایش اشتیاق شغلی کارکنان استخراج کرد که می تواند مدیران را جهت افزایش میزان بهره وری و کیفیت زندگی کاری کارکنان خود یاری رساند

امین دختی و همکاران (۱۳۸۷)، شرایط محیط کار برای ایجاد و رشد احساس کارکنان در سه عامل خلاصه می شود: مدیریت<sup>۲</sup>، شغل و همکاران. بیش از چند دهه از اولین تعریف جو روانشناختی سازمانی می گذرد. در این مدت تعاریف متعددی مطرح شده که جوهره همه آنها دو عنصر را در برداشته است: (شائوفیلی<sup>۳</sup> ۲۰۰۷) سیستم شناختی (عنصر ذهنی)، که بیانگر سیستم های ارزشی سازمان است. برداشتهای جمعی (عنصر احساسی) از سیاستها، عملکرد و روشهای سازمان نشات می گیرد. مورد اول بیشتر به فرهنگ سازمان مرتبط است و مورد دوم واقعاً بیانگر جوی است که رهبری با آن مرتبط است. جو، نمای قابل دید و فرهنگ بخش غیر قابل رویت سازمان است، مثل یک کوه یخ شناور در آب. اگر چه اندیشمندان راجع به تعریف جوسازمانی اتفاق نظر ندارند، ولی اکثر آنان در خصوص ویژگیهای آن دیدگاههای یکسانی ابراز داشته اند. ویژگیهای زیر را برای جو روانشناختی سازمانی برشمرده اند: (گاردنر و همکاران، ۲۰۰۵) ۳ در بیان مساله این پژوهش اینگونه می توان اذعان نمود: یک برداشت جمعی کارکنان درباره ویژگیهای خاص سازمان مثل اقتدار، اعتماد، انسجام، حمایت، تقدیر، نوآوری و عدالت. برآیند تعامل اعضای یک سازمان؛ پایه ای برای تفسیر شرایط؛ تداعی کننده هنجارها و ارزشها و نگرشها راجع به فرهنگ سازمان؛ منبع تأثیرگذار بر رفتار هستند می توانند باعث اشتیاق شغلی کارکنان شوند.

انگیزش شغلی<sup>۴</sup> تغییری است که جهت، شدت و تداوم رفتار شغلی را باعث می شود (کانفر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۰) پیندر<sup>۶</sup> (۲۰۰۷) انگیزش شغلی را مجموعه ای از نیروهای انرژی بخش می داند که از درون و ورای وجود شخص سرچشمه می گیرند تا آغازگر رفتار مربوط به کار باشد و شکل، جهت، شدت و مداومت آن را تعیین می نمایند. اشتیاق شغلی به میزان انرژی که یک فرد برای انجام وظایف شغلی خود صرف کرده و نیز به میزان اثربخشی بدست آمده در کار، گفته می شود اشتیاق شغلی دارای سه بعد است که عبارتند از:

جذب: به میزان تمرکز و غرق شدن فرد در کارش اشاره دارد، که این امر کناره گیری از شغل را برای فرد، دشوار می سازد. نیرومندی: در این بعد فرد تلاش قابل ملاحظه ای در انجام کارش، میزود می دارد و بر موقعیت های دشوار، پافشاری می کند

وقف خود: این بعد با درگیری شدید روانی فرد کارکن با کار خود، مشخص می شود که ترکیبی از احساس معناداری، اشتیاق و چالش، می باشد. (پیندر، ۲۰۰۷)

<sup>1</sup> Habfole

<sup>2</sup> - Management

<sup>3</sup> - Gardner et al

<sup>4</sup> - Career motivation

<sup>5</sup> Kanfer

<sup>6</sup> Pinder

با توجه به اهمیت موضوع جو روانشناختی سازمانی و توانمندسازی روانشناختی کارکنان برای سازمان، مدیران باید همواره به دنبال شناسایی، تغییر و توسعه فرهنگ سازمانی باشند تا از این طریق هم بر رفتار فردی و هم بر سازمان تأثیر مثبت گذاشته و از این طریق دستیابی به اهداف سازمان را برای خود و دیگران تسهیل کنند در واقع مدل حاضر راهی نو و بدیع را برای افزایش انگیزش شغلی، اشتیاق شغلی و بروز رفتارهای نوآورانه با ایجاد فرهنگ تواناسازی که حس معناداری، خودمختاری، شایستگی و اثرگذاری را در اعضای یک سازمان تقویت کند، ایجاد خواهد کرد.

### ۳- اهداف تحقیق :

اهداف کلی :

بررسی رابطه بین جو روانشناختی حاکم بر سازمان با اشتیاق شغلی در سازمان صدا و سیما مرکز اهواز

اهداف جزئی :

شناسایی فرهنگ سازمانی سازمان صدا و سیما مرکز اهواز .

شناسایی جو روانشناختی سازمان صدا و سیما مرکز اهواز

شناسایی اشتیاق شغلی کارکنان سازمان صدا و سیما مرکز اهواز

### سوالات تحقیق :

۱- آیا بین جو روانشناختی سازمان و اشتیاق شغلی کارکنان رابطه معنا داری وجود دارد .

۲- آیا بین جو روانشناختی سازمان و مولفه و وقف خود رابطه معنا داری وجود دارد .

۳- آیا بین جو روانشناختی سازمان و مولفه توانایی در اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد .

۴- آیا بین جو روانشناختی سازمان و مولفه جذب در اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد .

### جو روانشناختی سازمان

چاندان<sup>۱</sup> ۱۹۹۵ جو سازمانی منعکس کننده نگرش افراد از سازمانی است که نسبت به آن احساس دل‌بستگی می‌کنند و مجموعه‌ای از ویژگی و عاملهایی است که توسط کارکنان سازمان وجود دارد و به عنوان نیروی اصلی در تعیین رفتار کارکنان مؤثر است. فرنچ<sup>۲</sup> ۲۰۰۲ جو سازمانی مجموعه نسبتاً پایدار از ادراکات اعضای سازمان در مورد ویژگیهای فرهنگ سازمان است. این ادراک بر احساس، نگرش و رفتار افراد در محل کار تأثیر می‌گذارد. میرکمالی ۱۳۷۳ جو سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از حالات، خصوصیات یا ویژگیهای حاکم بر یک سازمان که آن را گرم، سرد، قابل اعتماد، غیرقابل اعتماد، ترس‌آور یا اطمینان بخش، تسهیل کننده یا بازدارنده می‌سازد و از عواملی نظیر رضایت شغلی، شخصیت، رفتار، سوابق، نوع مدیریت، فرهنگ سازمانی روحیه، انگیزش، ساختار، تکنولوژی و غیره بوجود می‌آید و سبب تمایز دو سازمان مشابه از هم می‌شود.

<sup>۱</sup> Chandan

<sup>۲</sup> French

## ۴- ادبیات پژوهش

جونز و جیمز<sup>۱</sup> (۱۹۷۹) از نظر آنها جو روانشناختی سازمانی متأثر از ابعاد زیر است: تعارض و ابهام؛ چالش ها، اهمیت و تنوع شغلی؛ تسهیل و حمایت رهبر؛ همکاری، دوستی و صمیمیت بین اعضا؛ روحیه حرفه ای و سازمانی؛ استانداردهای شغلی.

گولمن و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) بر روی نمونه‌ای از مدیران به تعداد ۳۸۷۱ نفر مطالعه و بیان کردند که جو روانشناختی سازمانی که مدیران در واحد های خود ایجاد می کنند، به ۶ عامل بستگی دارد:

- انعطاف پذیری: میزان آزادی کارکنان برای نو آوری و میزان محدودیت و دست و پا گیری ضوابط و مقررات.
- مسئولیت پذیری: میزان ادراک کارکنان از مسئولیت سازمانی.
- استانداردها: گرایش کارکنان به استانداردهای عملکرد بالا و میزان تحمل فشارهای دائمی برای بهبود عملکرد.
- پاداش: عادلانه و منصفانه بودن پاداشها براساس کیفیت کارها و میزان کوشش و تشویق کارکنان به کارهای سخت.
- وضوح و شفافیت: وضوح و روشنی رسالت و مأموریت سازمان برای کارکنان.
- تعهد: گرایش کارکنان به پذیرش مسئولیت بیشتر و دستیابی به اهداف مشترک سازمان.

لیمن<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) نتایج پژوهشی که بر روی یکصد شرکت برتر با مصاحبه با هزاران کارمند انجام داد نشان می دهد، عوامل ایجاد کننده جو روانشناختی سازمانی متعالی در پنج متغیر اعتبار، احترام، عدالت، افتخار و صمیمیت قرار دارد. سه متغیر اول بر روی هم بیانگر مفهوم اعتماد است. در واقع اعتماد قوی کارکنان به سازمان و مدیریت، عامل اصلی محیط متعالی برای کار تلقی می شود. از سه بخش ایجاد کننده جو روانشناختی سازمانی یعنی ارتباط مدیران با کارکنان، شغل کارمندان و ارتباط کارکنان با یکدیگر، ارتباط مدیر با کارکنان خود، مهمترین عامل تعیین کننده جو روانشناختی سازمانی است. و این امر تأییدی است بر ادعای سایر پژوهشگران همچون استرینگر، لیتوین، لیکرت و گولمن که بیان می کنند "رهبر مهمترین عامل تعیین کننده جو سازمانی است."

بابایی زکلیکی، مومنی (۱۳۸۵) خودآگاهی و آگاهی اجتماعی مدیر بیشترین تأثیر را بر جو روانشناختی سازمانی دارند ناظم، شیخی (۱۳۸۸) بین جو روانشناختی سازمانی و بهره وری رابطه وجود دارد. شایان جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) بین جو روانشناختی سازمانی، تعهد سازمانی و روحیه تعهد معنادار مثبت وجود دارد. شایان جهرمی و همکاران (۱۳۸۸) بین جو روانشناختی سازمانی، تعهد سازمانی و روحیه تعهد معنادار مثبت وجود دارد. حدیدی و همکاران (۱۳۸۹) بین بعد صمیمی جو روانشناختی سازمانی با شیوه های رقابت رابطه معکوس وجود دارد. کرمانی (۱۳۸۷) روحیه گروهی با افزایش صمیمیت و علاقمندی همراه است. افزایش صمیمیت با افزایش علاقمندی، ملاحظه گری و نفوذ و پویایی و کاهش تأکید بر تولید همراه است. امین مظفری و همکاران (۱۳۸۷). افزایش مزاحمت با کاهش علاقمندی به کار همراه است. ملاحظه گری و نفوذ و پویایی بالا و تأکید بر تولید پایین با افزایش علاقمندی به کار همراه است. نفوذ و پویایی بالا با افزایش ملاحظه گری و کاهش فاصله گیری همراه است. کاهش تأکید بر تولید نیز با افزایش ملاحظه گری و نفوذ و پویایی و کاهش فاصله گیری همراه است. عکس کلیه رابطه ها نیز صادق است. مدیران شرکتهای موفق به منظور ایجاد و تقویت این احساس در سازمان به طور جدی عوامل زیر را پیگیری می کنند: ارتباطی دو جانبه با کارکنان برقرار می کنند و از این طریق اطلاعات لازم را در اختیار آنان قرار می دهند و صلاحیت خود را به کارکنان اثبات می کنند و با رفتارهای اخلاقی و صادقانه اعتبار خود در افکار عمومی را افزایش می دهند. از طریق حق شناسی و قدردانی، فراهم آوردن شرایط

<sup>1</sup> Jonse & jems

<sup>2</sup> - Golman.C.x & DeConinck, J

<sup>3</sup> Leman

و فرصتهای لازم برای رشد کارکنان، مداخله آنها در امور، استقبال از ایده ها و همچنین حساسیت نسبت به علائق شخصی آنان، توجه و احترام به کارکنان را نشان می دهند.

از طریق رعایت عدالت در پرداختها، رفتار با کارکنان به عنوان اعضای دائمی خانواده سازمان، عدالت در استخدام و ارتقا، عدم تبعیض و قائل شدن حق تجدید نظر خواهی برای کارکنانی که متهم، متخلف یا ناکارآمد شناخته شده اند، انصاف و بی طرفی خود را آشکار می کنند. کار کارکنان را معنی دار و ارزش آفرین می کنند. کارها و تلاشهای گروهی را تشویق و تسهیل کرده و شرایطی فراهم می کنند که کارکنان از کار و عضویت در سازمان احساس افتخار کنند و بالاخره از طریق صمیمیت و همدلی و ایجاد فضایی دوستانه، در کارکنان احساس همراهی و وفاداری ایجاد می کنند.

### ۵- روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش از نوعی علی - مقایسه ای است. روش علی - مقایسه ای به روشی از روشهای تحقیقی اطلاق می شود که در آن متغیر مستقل اثر و اثرات خود را بر روی متغیر وابسته گذاشته و یا به دیگر سخن مسئله روی داده است.

این پژوهش جو سازمانی و اشتیاق شغلی آنگاه موثر و مفید فایده خواهد بود که هم اکنون و وضع موجود را ارزیابی نماید. و سطوح جو روانشناختی سازمانی یا اشتیاق شغلی، سلامت اقتصادی، سلامت فرهنگی و عقیدتی را شغل در بر گرفته باشد. جامعه مورد تحقیق (تاثیر جو روانشناختی سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان) سازمان صدا و سیما مرکز اهواز اغلب مدیران، مجریان، کارمندان بخش اداری، کارگران، نظافت چیان، کارمندان بخش حراست، رانندگان و غیره می باشد که طبق استعلام در سه شیفت کاری با حدود ۳۱۵ پرسنل (به صورت کل) مشغول به فعالیت می باشند که برای سهولت در عملیات آماری و نیز عدم دسترسی به برخی از آنها جامعه را ۳۰۰ نفر در جریان تحقیق در نظر گرفتیم. از آنجا که امکان بررسی ۳۱۵ نفر در طول انجام تحقیق میسر نبود و هزینه ها و وقت زیادی می طلبید و اصولاً هم نیازی به تحقیق در مورد همه وجود ندارد. با حفظ شرایط تحقیق و رعایت اصول انتخاب حجم نمونه از جامعه اقدام به انتخاب تصادفی حجم نمونه به تعداد ۷۰ نفر مبادرت کردیم. بهر حال از این طریق حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان تهیه و درج و اطلاعات و آمار پرسشنامه ای از ۳۰ نفر حجم نمونه جمع آوری و جهت تحلیل داده ها و بررسی های آماری مورد استفاده قرار گرفت. البته لازم به ذکر است که حجم نمونه کاملی از صفات و ویژگی ها و خصوصیات جامعه بزرگتر است که نتایج آن را بتوان به جامعه بزرگتر تعمیم و تسری داد. ابزار جمع آوری داده ها این پژوهش دو پرسشنامه استاندارد جو روانشناختی سازمانی هالپین و کرافت (۱۹۷۰)<sup>۱</sup> با ابعاد روحیه گروهی، مزاحمت، صمیمیت، علاقمندی، ملاحظه گری، فاصله گیری، نفوذ و پویایی، تاکید بر تولید. این پرسشنامه ۳۲ پرسش دارد. و برای اشتیاق شغلی از پرسشنامه استاندارد اشتیاق شغلی که توسط سالواناوا و شوفلی در سال (۲۰۰۱)<sup>۲</sup> طراحی شده است. این پرسشنامه شامل ۳ مولفه می باشد و از ۱۷ سوال تشکیل شده، این ابعاد شامل نیرومندی (۶ ماده)، وقف خود (۵ ماده) و جذب (۶ ماده) می باشد. پاسخ ها در تمام ماده های این مقیاس از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم درجه بندی شده است

<sup>۱</sup> -Halpin & Croft's

<sup>۲</sup> -Salvanavo&Shofli

## ۵- یافته ها

## آمار استنباطی

فرضیه اول: به نظر می رسد بین جو روانشناختی سازمان و مولفه توانایی در اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول ۱: جو روانشناختی سازمان و مولفه توانایی در اشتیاق شغلی

جو روانشناختی سازمان		مولفه توانایی	
جو روانشناختی سازمان	Pearson Correlation	1	.95
	Sig. (2-tailed)		.0436
	N	70	70
مولفه توانایی	Pearson Correlation	.95	1
	Sig. (2-tailed)	.0436	70
	N	70	

در جدول ۱، ضریب همبستگی پیرسون (0.95) به دست آمده است و از انجایی که مقدار  $\text{sig}=0.0436$  به دست آمده است و از مقدار معین  $\text{sig}=0.05$  کمتر است، لذا این ضریب همبستگی به دست آمده معنا دار است. یعنی بین جو روانشناختی سازمان و مولفه توانایی اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین جو روانشناختی سازمان و مولفه وقف خود در اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد  
جدول ۲: جو روانشناختی سازمان و مولفه وقف خود در اشتیاق شغلی

جو روانشناختی سازمان		مولفه وقف خود	
جو روانشناختی سازمان	Pearson Correlation	1	.156
	Sig. (2-tailed)		.0197

	N	70	70
مولفه وقف خود	Pearson Correlation	.156	1
	Sig. (2-tailed)	.0197	
	N	70	70

در جدول ۲ ضریب همبستگی پیرسون (0.156) به دست آمده است و از انجایی که مقدار  $\text{sig}=0.0197$  به دست آمده است و از مقدار معین  $\text{sig}=0.05$  کمتر است، لذا این ضریب همبستگی به دست آمده معنا دار است. یعنی بین جو روانشناختی سازمان و مولفه وقف خود اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

**فرضیه سوم:** به نظر می رسد بین جو روانشناختی سازمان و مولفه جذب در اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول ۳: جو روانشناختی سازمان و مولفه جذب در اشتیاق شغل

جو روانشناختی سازمان		مولفه جذب در اشتیاق شغلی	
جو روانشناختی سازمان	Pearson Correlation	.58	1
	Sig. (2-tailed)	.031	
	N	70	70
مولفه جذب در اشتیاق شغلی	Pearson Correlation	.58	1
	Sig. (2-tailed)	.031	
	N	70	70

در جدول ۳، ضریب همبستگی پیرسون (0.58) به دست آمده است و از انجایی که مقدار  $\text{sig}=0.031$  به دست آمده است و از مقدار معین  $\text{sig}=0.05$  کمتر است، لذا این ضریب همبستگی به دست آمده معنا دار است. یعنی بین جو روانشناختی سازمان و مولفه جذب اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

**فرضیه اصلی:** به نظر می رسد بین جو روانشناختی سازمان اشتیاق شغلی کارکنان رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول ۴: و جو روانشناختی سازمان مولفه اشتیاق شغلی کارکنان



## Correlations

	جو روانشناختی	مولفه اشتیاق شغلی کارکنان
جو روانشناختی	Pearson Correlation	.53
	Sig. (2-tailed)	.0460
	N	70
مولفه اشتیاق شغلی کارکنان	Pearson Correlation	.53
	Sig. (2-tailed)	.0460
	N	70
		70

در جدول ۴، ضریب همبستگی پیرسون (0.53) به دست آمده است و از آنجایی که مقدار  $\text{sig}=0.0460$  به دست آمده است و از مقدار معین  $\text{sig}=0.05$  کمتر است، لذا این ضریب همبستگی به دست آمده معنا دار است. یعنی بین جو روانشناختی سازمان و اشتیاق شغلی رابطه معنا داری وجود دارد.

## ۶- بحث و نتیجه گیری

جو روانشناختی سازمانی همانند هوای موجود در یک اتاق است، ما نمی توانیم جو روانشناختی سازمانی را ببینیم یا لمس کنیم، اما آن ما را احاطه کرده است و هر چه که اتفاق می افتد را تحت تاثیر قرار می دهد و خود نیز از آنچه که در سازمان می گذرد، تاثیر می پذیرد. بنابراین هر سازمانی، فرهنگ، سنتها و روشهای عمل ویژه ای دارد که بر روی هم جو آن سازمان را تشکیل می دهند. جو برخی سازمانها پویا و کاری است و برخی دیگر سهل گیر و برخی کاملاً انسانی و برخی دیگر سخت و سرد.

در جو باز و مطلوب، کارکنان از رضایت شغلی قابل توجهی برخوردارند و انگیزه کافی برای غلبه بر مشکلات دارند. آنها دارای نیروی محرکه لازم برای ترتیب دادن کارها و حفظ تحرک سازمان هستند. به علاوه کارکنان به همکاری با سازمان خود افتخار می کنند. کارکنان به خوبی با یکدیگر همکاری می کنند و امور سازمان را تمام و کمال انجام می دهند.

جو روانشناختی سازمانی مربوط به تعیین ویژگی های قابل اندازه گیری محیط کار است که بطور مستقیم یا غیرمستقیم توسط کسانی که در این محیط کار می کنند درک شده است و فرض می شود که روی انگیزش و رفتارشان تاثیر می گذارد. همچنین به عنوان منبعی موثر و بانفوذ جهت شکل دهی رفتار عمل می کند.

جو روانشناختی سازمانی را می توان نتیجه رهبری مدیر دانست. مدیر مؤثر مهارت بسزایی در برانگیختن کارکنان با برآورده ساختن نیازهای روانی کارکنان همچون توفیق طلبی، قدرت و... دارد. تمامی این عوامل موجب بهره وری و اثربخشی کارکنان و در نهایت افزایش بهره وری و اثربخشی سازمان می شود

از لحاظ روان شناسی حتی به مشکلات فرزندان ، تحصیل، خانه داری و ... تا زمان توجه دارد.

به عقبولیت اجتماعی آنان از قبیل ارائه کارت هتل، امکانات توریستی و اقامتی و تفریحی می دهد.

از نظر اجتماعی در همایش ها و کنگره ها و بزر گذاشت ها از همکاران و خانواده های آنان حمایت و پشتیبانی میکند.

از لحاظ اقتصادی وام های طویل المدت با نرخ بهره کم حتی تا فرزندان چهارم پرداخت می نماید واز لحاظ فرهنگی و عقیدتی درس کتاب و سفر حج و عتبات و مراسم مختلف خانوادگی آنان را مورد حمایت قرار بدهید. این رضایت مندی شامل نیمه جوانب است.

گاهی در برخی از نظام ها مثل آموزش و پرورش علیرغم ذکر احادیث و قرانی و رسالتی بودن شغل معلمی و انصافاً ارزشمند بودن آن از یک جنبه عقیدتی و فرهنگی فقط به لحاظ حمایت می شود اما از چهار زمینه نه تنها حمایت نمی شود . بلکه آنان را در مضیقه قرار می دهند در این صورت رضایتمندی شغلی کاهش می یابد.

در این پژوهش جهت اندازه گیری جو روانشناختی سازمان صدا و سیما مرکز اهواز از پرسشنامه استاندارد هالپین و کرافت که دارای ۳۲ گویه می باشد استفاده گردید و همچنین برای اندازه گیری اشتیاق شغلی در بین کارکنان از پرسشنامه استاندارد سالوانا و شوفلی که دارای ۱۷ گویه می باشد استفاده شد . در پرسشنامه اشتیاق شغلی ۳ مولفه اصلی به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفت :

- مولفه نیرومندی (۶ گویه) شامل سوال های از شماره ۱ الی ۶
- مولفه وقف خود (۵ گویه) شامل سوال های از شماره ۷ الی ۱۱
- مولفه جذب (۶ گویه) شامل سوال های از شماره ۸ الی ۱۷

در این پژوهش ، فرضیه ها مطرح و در فصل چهارم به صورت سوال پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند . نتیجه حاصله از این پژوهش بیان گر وجود رابطه مثبت بین مولفه های مختلف در اشتیاق شغلی با جو روانشناختی حاکم بر سازمان در بین کارکنان سازمان صدا و سیما مرکز اهواز می باشد . یافته های پژوهش نشان داد که اشتیاق شغلی و ۳ مولفه اصلی آن با جو روانشناختی حاکم بر سازمان در سازمان صدا و سیما مرکز اهواز رابطه معنا داری دارد . این یافته ها بیان می کند که این گروه کارکنان توانایی و ، ثقف خود نسبت به کارشان و جذب شدن به شغل خود را باعث بهبود جو حاکم بر سازمان می دانند . یعنی هرچه قدر میزان اشتیاق شغلی آنان بالاتر باشد ، میزان جو روانشناختی حاکم بر سازمان بیشتر می شود . البته ، نتایج نشان می دهد که میزان اشتیاق شغلی در کارکنان صدا و سیما مرکز اهواز متوسط می باشد و همین مساله باعث سطح متوسط در جو روانشناختی حاکم بر سازمان شده است .

منابع

امین دختی، علی اکبر، پرورش، پروانه، (۱۳۸۷). بررسی رابطه جو روانشناختی سازمانی با سبک مدیریت و آثار آن بر معلمان مداس ابتدایی، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال سوم، شماره چهارم،

امین مظفری و همکاران (۱۳۸۷). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و سبکهای رهبری در دانشگاههای ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی . شماره ۴۷

بابایی زکلیکی، محمدعلی، مومنی، نونا، (۱۳۸۵) پژوهش در رابطه با رابطه هوش عاطفی مدیران و جو روانشناختی سازمانی، فصلنامه علوم و مدیریت ایران، دوره اول، شماره ۲، ص ۶۲-۳۵

پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران

حیدری، زهرا، عسکریان، مصطفی، دوایی، مهدی، (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین جو روانشناختی سازمانی و مدیریت تعارض از دیدگاه دبیران، فصلنامه تازه های روانشناسی صنعتی/سازمانی، سال اول، شماره سوم،

شایان جهرمی، شاپورامین، احمدی، عباداله، درویش پور فراغه، سکینه، (۱۳۸۸) بررسی رابطه میان جو روانشناختی سازمانی با تعهد سازمانی و روحیه از دیدگاه دبیران دوره راهنمایی مدارس دخترانه شهر مرودشت در سال تحصیلی ۸۸-۸۷، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوم، شماره سوم،

کرمانی، بهناز (۱۳۸۷). اثرات متقابل مولفه های جو سازمانی بر یکدیگر، سمینار کشوری ابعاد رفتاری و اجتماعی سلامت که ۷ و ۸ آذر ۱۳۸۷ در دانشگاه علوم پزشکی شاهرود

مصطفی مرادی؛ عباس طلوعی اشلقی؛ سعید شهباز مرادی (۱۳۹۰) مدل سازی ارزیابی عملکرد کارکنان با استفاده از سیستم های خبره، دوره ۹، شماره ۴۷ صص ۳۵-۵۴

میرکمالی. محمد (۱۳۷۳) حوزه های تخصصی: حوزه های تخصصی مدیریت سازمانی و منابع انسانی رفتار سازمانی. دانش مدیریت ۱۳۷۱ شماره ۱۹.

ناظم، فتاح، محسن شیخی، عباس، (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین موضع کنترل، جو روانشناختی سازمانی و بهره وری کارکنان در اداره کل امور مالیاتی استان تهران، فصلنامه مدیریت، سال ششم، شماره ۱۳

Bakro. A. (2008). The Relationship between emotional Intelligence and work attitudes, behavior and outcomes, *Managerial Psychology Journal* , Vol,18, p788-808

Chandan. ZM. LD ( 1998). Relation of employee and manager emotional intelligence to job satisfaction and performance *Journal of Vocational Behavior*, Orlando: Jun006. Vol. 68, Iss. 3; p461.

Gardner And Dong, Q., Howard, T. (2005). *Emotional Intelligence, Trust and Job Satisfaction*. Vol 4(2) pp381-388. Abstract retrieved from: [www.proquest.com](http://www.proquest.com).

Golman.C.x & DeConinck, J. (2000). The effect of organizational justice, perceived organizational support, and perceived supervisor support on marketing employees' level of trust. *Journal of Business Research*, 63,pp 1349–1355.

Halpin.V.H & Croft's.M.S(1970). *Fairness at work: Its impacts on employee well-being*: School of the Ohio State University.

Hakanon (2006). *Theory, Development, Assessment,and Application at home ,School andworkplace*. SanFrancisco.

Habfole.Jane.Day, (2003). *EmotionalIntelligence Leadership*, Prepared for: Canadian Forces LeadershipInstitute.

Jonse.H.Hak &jems.Ben (1979).The social psychology of innovation in groups. In M.A.West&J.L. Farr(Eds.),*Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*,(PP.309-333).  
Chichester, uK: Wiley onvention (November14-17, ly, B:243-274.

Kanfer .I.A.F. (2000). person-envirnoment fit research: problem &prospects. *Journalof Vocational Behavior*,35,181-193.

Leman, P. F. (2002). *Managing in the next society*. (pp. 56-58).New York: ST, Martins Press.

Pinder.Goleman, D. (2007). *Working with the Emotional intelligence*. A BantamBook.

Salvanavo&Shofli. (2001) The virtuous organization: the value of happiness in the workplace. *Org Dyn*, 33(4), 379–92.

- Shaoefly.A.H.(2007). The relationship between Emotional intelligence andcontextual performance as influenced by job satisfaction and locus ofcontrol orientation. Abstract retrieved from: [www.proquest.com](http://www.proquest.com).