

پدیدارشناسی فرهنگ کار و ارتباطات (مطالعه موردی استانداری اصفهان)

اکبر اعتباریان

دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان و رئیس گروه کارشناسی ارشد مدیریت

امیر ترکی نجف آبادی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان

چکیده

در شرایط کنونی جهان که رقابت در عرصه های مختلف تولید و خدمات آهنگ پرشتابی به خود گرفته است، چالش اصلی بسیاری از بنگاههای اقتصادی و خدماتی یافتن راهی برای ماندن در این شرایط است. به زعم بسیاری از اندیشمندان راز ماندگاری و موفقیت در مسائل تولیدی و صنعتی و خصه است. آنها به روشنی دریافته اند که سازمانها بدون رضایت مشتریان خود توان ماندن در چرخه حیات را نخواهند داشت. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش بررسی تجارب ارباب رجوع در خصوص فرهنگ کاری قالب دو سؤال اصلی مطرح و به شیوه پدیدارشناسی یا (فنونولوژی) و به کمک مصاحبه نیمه ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. جامعه مورد پژوهش ارباب رجوع استانداری اصفهان بودند که با توجه به مقوله اشباع نظری بیست نفر از آنها به شیوه نمونه گیری مبتنی بر هدف (هدفمند) و با کمک تخصص پژوهشگر انتخاب و فرآیند اجرای مصاحبه با رعایت اصول تحقیقات کیفی انجام شد.

محتوای ساختار بخش در س

اصفهان، مناسب و قابل قبول ارزیابی و در مورد بعد روح جمعی و مشارکت قید های عالی و نسبتا بالا بیشترین تکرار را داشته اند در یک جمع بندی کلی مهمترین قیودی که برای نشان است مواردی چون: قابل قبول، ضعیف، کم، بسیار کم، هستند که با توجه به تعداد تکرار قیود منفی میتوان این طور نتیجه گرفت که پشتکار و جدیت کارکنان استانداری احتمالا کم است. پاسخگویان در وصف فرهنگ ارتباطی به مواردی چون: عالی، خودمانی و گرم دوستانه، مثبت و سازنده ویژگی بارز و بسیار صمیمی اشاره کرده اند. بر این اساس مناسبترین قید که میزان فرهنگ ارتباطی کارکنان استانداری را توصیف کند خوب متمایل به عالی یا خیلی خوب استخراج گردید.

واژه های کلیدی: فرهنگ کار، فرهنگ ارتباط، ابعاد کار، ویژگی های کار، استانداری اصفهان

مقدمه

در حال حاضر بازار کار کشورهای جهان با چالش های متعددی نظیر جهانی شدن تجارت و تولید، تحول فناوری و سازمانی و تغییر و تحول در ساختار خانواده و ارزشهای اجتماعی روبروست. در این میان پارادایم های حاکم بر سازمانها با سرعتی فزاینده در حال تغییر و تحولند و این امر بهره‌وری و عملکرد سازمانها را با چالش های عمده ای روبرو ساخته است. به همین خاطر سازمانهای موفق هزاره سوم تمایل یافته‌اند تا فرهنگ خدمت‌رسانی را به شکل بنیادین تغییر دهند. بر این اساس و با توجه به اصول مدیریت دولتی نوین، کشورها درصددند تا خدمات خود را با استفاده از سازوکارهای متداول در بخش خصوصی و شبیه به آنچه در این بخش صورت می‌گیرد به مردم ارائه کنند و بر اساس نیازهای استفاده کنندگان از خدمات، اقدامات خدمت‌رسانی خود را سرو سامان بخشند. این تغییر در نوع نگاه و رویکردها تا حدی به دلیل تغییر شکل فرهنگ کار و ارتباطات در سازمانها و در جهت مشتری‌مداری یا ارباب رجوع محوری است، تلاشها و اقداماتی نظیر ارائه آموزشهای مرتبط با مشتری‌مداری، تدوین رویه های مرتبط با رسیدگی به شکایات مردم، آموزش طرح تکریم ارباب رجوع و نظایر آن زمینه مناسبی فراهم می‌آورد تا مشتریان و مراجعان بتوانند به انتخاب آزادانه دست یا زند و صرفاً خدمت‌گیرندگان منفعل خدمات دولتی نباشند (۱)

اگرچه اهمیت دادن به مراجعان سازمانها سابقه‌ای دیرینه دارد اما از اوایل دهه ۱۹۸۰ درباره فرهنگ و نقش آن در کیفیت خدمات مقالات زیادی نوشته شده است و برای افزایش شانس رقابتی و کارآمدی سازمانها، و نیز تداوم یا تحول ارزشهای فرهنگی و رفتار فردی کارکنان تلاشهای فراوانی بعمل آمده است.

یکی از این نوع کوششها، «گزارش اداره کل حسابداری^۱ آمریکا است» طبق این گزارش برای ایجاد تحول موفقیت آمیز فرهنگی، سازمانها ناچارند مهارتها، ارزشهای دلخواه و باورهای کارکنان خود را به نحو شایسته هدایت کنند (۲).

اگرچه این تحقیق و تحقیقات مشابه تلاش نموده‌اند تا تاثیر فرهنگ کار و ارتباط کارمندان را بررسی کنند لیکن به نظر می‌رسد این مطالعات با نقاط ضعف و کمبودهایی مواجه است که احتمالاً نه تنها زائیده روشهای تحقیق در مطالعات فرهنگی است بلکه از مسائل دیگری چون مفاهیم و تئوریهایی نیز نشأت می‌گیرد (۳) همین نقاط ضعف و کاستی‌هاست که نمودهای واقعی آن در کاربرد نتایج یک تحقیق در فرهنگهای دیگر پدیدار می‌شود.

اهداف پژوهش

بنابراین با توجه به مسائل پیش گفت اهداف این تحقیق عبارتند از:

پدیدارشناسی فرهنگ کار کارکنان استانداری اصفهان از نظر ارباب رجوع.

پدیدارشناسی فرهنگ ارتباط کارکنان استانداری اصفهان از نظر ارباب رجوع.

سئوالات پژوهش

تجارب ارباب رجوع نسبت به فرهنگ کاری کارکنان استانداری اصفهان چگونه است ؟

تجارب ارباب رجوع نسبت به فرهنگ ارتباطی کارکنان استانداری اصفهان چگونه است ؟

شناخت تحقیق کیفی

واژه **Research** در لغت به معنای پژوهش، تحقیق، کند و کاو، تجسس و کاوش است و **Qualitative** به معنای کیفی و چونی است. این دو واژه مجوعاً به معنای تحقیق و پژوهش کیفی به کاربرده می‌شود (۴). در این صورت تحقیق کیفی عبارت از مجموعه فعالیت‌هایی (چون مشاهده، مصاحبه و شرکت گسترده در فعالیتهای پژوهشی) است، که هر کدام به نحوی محقق را در کسب

اطلاعات دست اول، درباره‌ی موضوع مورد تحقیق یاری می‌دهند. بدین ترتیب، از اطلاعات جمع‌آوری شده، توصیف‌های تحلیلی، ادراکی و طبقه‌بندی‌شده حاصل می‌شود. در روش مورد بحث دسترسی به اطلاعات؛ یعنی زندگی کردن با مردم مورد پژوهش و یادگیری فرهنگ آن‌ها، فرهنگ در این معنا شامل مبانی ارزشی، زبان، احساس، انگیزش، هیجان و بینش‌های عقیدتی و رفتاری، شیوه ادراک در این روش هم احساسی است. به این معنا که محقق کیفی در صورتی رفتار اجتماعی را درک می‌کند که خود را به‌جای دیگران قرار دهد. (۵)

آتسلم استراس^۲ می‌گوید: «منظور ما از تحقیق کیفی عبارت از هر نوع تحقیقی است که یافته‌هایی را به‌دست می‌آورد که با شیوه‌هایی آماری یا هرگونه کمی کردن قابل اکتساب نیست. شیوه مذکور ممکن است به تحقیق درباره‌ی زندگی افراد، شرح حال‌ها، رفتارها و همچنین درباره‌ی کارکرد سازمانی معطوف باشد.» (۶) در مورد سابقه تاریخی روش تحقیق کیفی، اگر چه به نظر می‌رسد آنرا انسان‌شناسان فرهنگی ابداع کردند، ولی امروزه در سایر علوم انسانی و اجتماعی نظیر جامعه‌شناسی، ارتباطات و مطالعات فرهنگی و سازمانی به کار می‌رود. (۷)

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر کیفی از نوع پدیدارشناسی یا فنومنولوژی است. در این نوع مطالعات تلاش می‌شود تا موارد عینی را با توجه به خاص بودن ویژگی‌های زمانمند و محلی شان مطالعه کنند و این کار را از مطالعه اظهارات و اعمال افراد در متن موضعی که در آن جای دارند آغاز می‌کنند (۸). به عبارت دیگر پژوهش پدیدارشناسانه برای درک و تبیین پدیده‌های اجتماعی از داده‌های کیفی نظیر داده‌های حاصله از مصاحبه‌ها، مستندات، مشاهدات، استفاده می‌کند (۹).

در پژوهشهای فنومنولوژی که به دیدگاههای افراد مورد بررسی نیز مشهور است، پژوهشگر از مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته یا روایتی و روش‌های کدگذاری و تحلیل محتوا استفاده می‌کند (۱۰). بدین ترتیب روش حاکم بر پژوهش‌های کیفی پدیدارشناسانه، عبارت است از: مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته یا روایتی (۱۱). سفیری (۱۳۸۷)^۳ در مورد این نوع مصاحبه اظهار می‌دارد: ساختار این مصاحبه چیزی بین مصاحبه‌های استاندارد و غیر استاندارد است و در آن سئوال‌ها و موضوعاتی از پیش تعیین شده وجود دارد و پرسشها هر چند به شکل مناسب از شرکت کنندگان پرسیده می‌شود، ولی مصاحبه‌گر می‌تواند تا اندازه‌ای که به پرسشها دست یابد از موضوع خارج شود. بنابراین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش مصاحبه با استفاده از سئوالهای باز است. ولی محقق تلاش میکند برای بدست آوردن اطلاعات مورد نظر تا حدودی از موضوع خارج شود.

بدین ترتیب پدیدارشناسی، روشی مناسب برای مطالعه معانی و برداشت‌های ذهنی افراد است. براین اساس برای بررسی تجارب، نگرش‌ها، تصورات و ادراکات ذهنی مراجعه کنندگان مفید واقع خواهد بود و از آنجا که پژوهش حاضر تلاش می‌کند به عمق تجارب ارباب رجوع استناداری دست یابد پدیدارشناسی به عنوان روش پژوهش و کدگذاری باز و تحلیل محتوا به عنوان استراتژی‌های تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

جامعه آماج و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری، عبارت از مجموعه‌ای کامل از اندازه‌های ممکن یا اطلاعات ثبت شده از یک صفت کیفی است در مورد یک گروه از واحدهایی که می‌خواهیم استنباطهایی راجع به آن انجام دهیم. به بیان ساده‌تر، در هر بررسی آماری، مجموعه عناصر مورد نظر را جامعه آماری یا آماج می‌نامند (۱۲). بنابراین جامعه آماج یا مجموعه عناصر مورد نظر در این پژوهش، ارباب رجوع استناداری اصفهان هستند.

در تحقیقات پدیدار شناسی نمونه گیری غالباً " مبتنی بر هدف است . براین اساس پژوهشگر می کوشد تا در راستای استراتژی نمونه گیری به واحدهایی دست یابد که از نظر اطلاعاتی غنی هستند تا بدین وسیله بتوان واحدهایی را مورد تحقیق قرار داد که جلوه گاهی از پدیده مورد نظر باشند. (۱۳) چرا که پژوهشگران می توانند با ادغام چندین دیدگاه، یا تجربه که از واحدهای مختلف و البته غنی بدست می آورند، تصویر بهتری از واقعیت و آرایه ای کامل تر از نمادها و مفاهیم تئوریک به دست آورند (۱۴) بدین ترتیب تلاش گردید در پژوهش حاضر افرادی به عنوان انتخاب شوند که نمایانگر زیر گروههای بزرگ جامعه خود باشند.

در نمونه گیری تحقیقات کیفی اشباع نظری مقوله ، مبنای داوری درباره زمان توقف نمونه گیری مربوط به آن مقوله یا نشاندهنده کفایت نمونه هاست. به عبارت دیگر نمونه گیری و افزودن بر اطلاعات هنگامی پایان می یابد که اشباع نظری یک مقوله یا گروهی از موردها حاصل شود (۱۵). در پژوهش حاضر نیز تعداد نمونه ها در ابتدای طرح مشخص نگردید بلکه تلاش شد تا قدم به قدم نمونه ها انتخاب و در حین آن از تخصص یا دانش خاص پژوهشگر در مورد برخی گروهها برای انتخاب افرادی که نمایانگر مقولات مورد نظر باشند استفاده گردید. همچنین محقق از بین شرکت کنندگان بالقوه ، تعدادی شرکت کننده کلیدی انتخاب و نمونه گیری را تا رسیدن به مرحله اشباع داده ها ادامه داد. داشتن حداقل ۵ مرتبه سابقه مراجعه به استانداری و یا حداقل ارتباط کاری با ۵ نفر از کارکنان (ابواب جمعی) شرط لازم برای انتخاب نمونه ها بود و از آنجا که استانداری اصفهان شامل ۴ معاونت و ۱۷ دفتر با مسئولیت یک مدیر کل است ، قاعدتاً " مجموعه وظایف بسیار متنوع و گوناگونی را در بر می گیرد. بنابراین تلاش گردید نمونه هایی که انتخاب می شوند به بهترین وجه نمایانگر فرهنگ کار و ارتباطات در بین کارکنان این دستگاه باشند. بدیهی است نمونه هایی که حاوی اطلاعات مورد نظر نبودند در پژوهش شرکت داده نشدند، علاوه بر آن نمونه هایی که دارای سوگیری های جانبدارانه یا خصمانه نسبت به موضوع مورد پژوهش بودند نیز از پژوهش حذف شدند.

در این مطالعه پژوهشگر ، جهت دستیابی به تجارب ، نگرشها و دیدگاههای ارباب رجوع و همچنین متجانس نمودن نمونه ها، اقدام به نمونه گیری مبتنی بر هدف از نوع چند مرحله ای نمود. ابتدا از تاریخ ۱۳۸۸/۰۴/۱۱ لغایت ۱۳۸۸/۰۶/۱۱ نمونه گیری اولیه براساس تخصص محقق انجام و طی آن نمونه های واجد شرایط مشارکت در مصاحبه انتخاب و مشخصات آنها از جمله نام ، نام خانوادگی ، آدرس و شماره تماس آنان دریافت گردید. سپس در مرحله دوم نمونه ها بر حسب تصادف و به کمک اعداد تقسیم بندی و به روش قرعه کشی انتخاب شدند و با اولین فرد از تاریخ ۱۳۸۸/۰۶/۱۵ که در قرعه کشی انتخاب شده بود پژوهش آغاز و تا آخرین نمونه در مورخ ۱۳۸۸/۰۷/۱۰ ادامه یافت . که در مجموع بیست شرکت کننده در مطالعه فراخوانی و مصاحبه انجام شد.

محیط پژوهش

محل انجام مصاحبه و شرایط انجام مصاحبه نیز میتواند مهم باشد چرا که بسیاری از پروژه های تحقیقاتی که مثلاً در محیط کار یا دفتر رئیس انجام گرفته است نتایج بدی به دنبال داشته است . در این شرایط انجام مصاحبه در "محلی خنثی " می تواند مشکل را حل کند (۱۶). با توجه به تکنیک و اهداف جمع آوری داده ها ، محقق پس از بررسی پایلوت های مختلف، محیط اصلی مناسب با شرایط خود را ساختمان شماره ۲ استانداری اصفهان قرار داد.

با این حال ، لزوم عجلین شدن و آمیختگی در محیط پژوهش به منظور دسترسی به یک محیط طبیعی (ونه ساختگی) که نقش همکار بودن محقق غالب بر نقش تحقیقاتی وی باشد در مصاحبه های عمیق نقش حیاتی دارد. بنابراین آنچه مهم است تمایل شرکت کنندگان است که در فضایی آرام ، آزاد و به دور از هر گونه تصنع و ساختگی و با استفاده از مهارت های محقق در ایجاد چنین جوی تجارب خود را بیان کنند. بنابراین محیط فیزیکی نقش کم رنگی در اینگونه تحقیقات دارد. (۱۷)

روش اجرا

محقق پس از رایزنی‌های اولیه با نمونه‌ها، ضمن معرفی خود و دستیاران محقق به مشارکت کنندگان که در پژوهش حاضر ارباب رجوع استانداری اصفهان بودند و توضیح در مورد اهداف و دستاوردهای پژوهش همچنین جلب اعتماد نامبردگان و اذعان بر محرمانه بودن مطالب و مشخصات افراد و تاکید و تأیید اخلاق پژوهش اعم از رازداری، حفظ شان و حقوق افراد، رعایت عدالت و پرهیز از آسیب رساندن و تاکید بر رضایت مندی مشارکت کنندگان اقدام به انتخاب نمونه‌ها کرد و برای ترغیب بیشتر افراد به همکاری با پژوهشگر، هدیه‌ای در خور افراد نیز تهیه و در اختیار آنان قرار گرفت علاوه بر این مشارکت کنندگان آزاد بودند هر زمان که مایل باشند از فرآیند مصاحبه خارج شوند همچنانکه ۱ مورد به علت کمبود زمان و بی‌علاقگی به موضوع از مصاحبه خارج شد.

یکی از عوامل بسیار مهم در انجام موفق مصاحبه کیفی انعطاف پذیری است با این حال یک پژوهشگر مجرب برای تدوین رهنمود مصاحبه، انجام مصاحبه و سفر از یک نقطه به نقطه دیگر زمانی دقیق تخصیص می‌دهد (۱۸). برای این اساس تلاش گردید ضمن انعطاف پذیری در تعیین زمان مصاحبه با یک برنامه ریزی دقیق، انجام مصاحبه به پایان رسد. سپس مطالب پس از چندین بار امعان نظر جمع بندی، پیاده سازی و تنظیم گردید و مجدداً با مراجعه به مشارکت کننده علاوه بر اینکه از وی خواسته شد تا مصاحبه را به خاطر آورد و کنترل کند که مطالب مصاحبه به صورت کامل و مطابق آنچه نظر اوست پیاده سازی گردیده، مفاهیم و مطالبی که احیاناً در خلال مصاحبه باقی مانده بود نیز مطرح و پیاده سازی گردید.

براساس تحقیقات پدیدار شناسانه پژوهشگر تلاش می‌کند تا پدیدار مورد نظر را در عریان ترین و خالص ترین شکل ممکن، بدون هیچ نوع آلودگی از دست عوامل خارجی شناسایی و سپس داده‌ها را حول محور موضوع‌های ثابت جمع کند. به این معنی که پژوهشگر باید مفصل‌ها و استخوانهای تجربه‌های این پدیدار را به هم متصل کند و از ساختار مورد پژوهش شرحی کامل ارائه نماید (۱۹). پژوهش‌گران کیفی بر نوعی تفسیر کل نگر تأکید می‌کنند. آنان واقعیتها و ارزشها را به صورتی غیر قابل تفکیک و آمیخته با یکدیگر در نظر می‌گیرند. از این رو این دسته از پژوهش‌گران بر این باورند، که واقعیت، کلیتی است غیر قابل تقسیم، بنابراین به بررسی کل فرآیند می‌پردازند (۲۰).

مطالعات پدیدار شناسی یک فرایند یادگیری درباره تجارب انسانی و مفهوم سازی برای این تجارب از طریق گفتگوی عمیق با افرادی است که در تجربه مورد نظر زندگی می‌کنند. این مطالعات به منظور درک معانی، گسترش یافته است و در جستجوی ریشه‌های یک موضوع هستند. به عبارت دیگر پژوهشهای پدیده شناسانه دنبال روشن کردن مفاهیم اساسی در یک زمینه و معانی این مفاهیم بوده (۲۱) و هدف آن فهم ساختار اصلی پدیده‌های تجربه شده انسانی از طریق تجزیه و تحلیل توضیحات شرکت کنندگان و توصیف دقیق پدیده‌ها از خلال تجارب زندگی روزمره اند (۲۲).

زمان هر مصاحبه در این تحقیق بین ۸۰-۴۰ دقیقه طول کشید که با توافق و تمایل مشارکت کنندگان تنظیم می‌گردید. در پژوهش حاضر پس از شناسایی گروه هدف، شماره تماس افراد اخذ و سپس برای مشخص کردن زمان و مکان مصاحبه با افراد نمونه هماهنگی‌های لازم صورت گرفت و بر اساس انتخاب این افراد در خصوص زمان و مکان، فرایند مصاحبه انجام شد، البته لازم به یادآوری تمام نمونه‌ها تمایل داشتند مصاحبه در دفتر محقق انجام شود. در اولین لحظه ملاقات و به محض ورود افراد نمونه، محقق و دستیاران وی خود را معرفی و توضیحات لازم در مورد اهداف و کاربردهای پژوهش به آنها ارائه و در صورت طرح هر گونه سؤال از طرف آنها به دقت پاسخ داده می‌شد. جدی بودن یا اهمیت پژوهش سؤال مشترک همه نمونه‌ها بود که در خصوص آن تفصیل توضیح داده و نمونه‌ها اغناء شدند. پس از آشنایی اولیه سؤالات تحقیق به صورت کلی مطرح و اجازه داده می‌شد تا آنها با ذهنیتی روشن نسبت به موضوع و با فراغ بال و آرامش خاطر در مورد نگرشها و تجارب خود صحبت کنند. صعه صدر خصوصیتی بود که در تمام مراحل مصاحبه بر رفتار محقق حاکم و ضمناً به شدت مراقب بود که سکوت بر شرایط مصاحبه غلبه نکند. چرا که سکوت آزار دهنده است. پس از این که سؤالات کلی مطرح و بحثهای لازم در خصوص آن انجام

می شد، در ادامه و در غالب سؤالات کلی تر دیگری که نسبت به سؤالات مرحله اول جزئی تر بودند به مسائل کلی فرهنگ کار پرداخته می شد. به عنوان مثال اولین سؤالی که مطرح می شد، نظر مشارکت کنندگان پژوهش در مورد وضعیت و نحوه انجام کار و روابط در بین کارکنان استانداری پرسیده و زمانی که نمونه های پژوهش تمام توضیحات مورد نظر خود را ارائه و گفت و شنودهای لازم به وقوع می پیوست و زوایای تاریک و مبهم نظرات مصاحبه شونده روشن می گردید، دومین سطح سؤالات که از خلال پاسخ های مرحله قبل و با توجه به ادبیات تحقیق سرچشمه می گرفت، میتوانست در خصوص وضعیت مشارکت، تصمیم گیری، علاقه، پشتکار و مسائلی از این قبیل باشد. در جریان تحقیق، محقق مخاطب مستقیم مشارکت کننده و در مقابل وی حاضر و دستیارانش در محلی که جلب توجه نکنند، مستقر گشته و مواردی از قبیل احساسات، عواطف، تناقض گویی ها، حرکات سر و دست، حالات فیزیکی و احیاناً رفتارهای مبهم را که قابلیت ضبط نداشتند، ولی میتوانستند در جریان نتیجه گیری پژوهش مورد استفاده یا استناد قرار گیرند، یادداشت و مکتوب می کردند.

معیارهای ورود و خروج به پژوهش

معیارهای ورود به پژوهش

از آنجا که نمونه گیری در پژوهش حاضر از نوع نمونه گیری هدفمند است که گاهی آنرا نمونه گیری قضاوتی نیز می نامند که در حین آن از تخصص یا دانش پژوهشگر در مورد برخی گروه ها و در جهت انتخاب موضوعاتی که نمایانگر آنها باشند استفاده می شود. (۲۳) بنابراین:

- ۱- افرادی انتخاب شدند که بر اساس تعریف، مصداق واژه ارباب رجوع بودند و حداقل ۵ بار به استانداری مراجعه یا حداقل با ۵ نفر از ابواب جمعی استانداری اصفهان رابطه کاری داشتند.
- ۲- بر اساس تجارب و تخصص محقق، دارای اطلاعات مورد نظر بودند به عبارت دیگر دارای اغنا اطلاعاتی لازم بودند.
- ۳- قادر به شرکت در مصاحبه و انتقال اطلاعات و تجربیات خود بودند.
- ۴- علاوه بر تمایل به شرکت در مطالعه، دارای انگیزه لازم برای مصاحبه و همکاری بودند.
- ۵- دارای وضعیت مناسب روحی و روانی برای شرکت در پژوهش و به دور از سوء گیری های مثبت و منفی بودند.

معیارهای خروج از پژوهش

از بین رفتن هر یک از شرایط ورود به مطالعه در حین انجام مصاحبه و نیز مواردی از قبیل از دست دادن علاقه یا رضایت به ادامه مصاحبه یا انتظارات نامعقول در عوض ادامه مصاحبه، شرایط خروج از پژوهش بودند. همچنین آنها قادر بودند هر زمان که مایل بودند (حتی بدون ذکر دلیل) اتاق مصاحبه را ترک نمایند. نکته قابل تامل در این قسمت تلاش فراوانی است که باید توسط محقق در جهت درک فرهنگ ادبیاتی افراد نمونه صورت گیرد تا ضمن برقراری ارتباط مثبت و مفید در راستای سلامت پژوهش، از بحران مصاحبه که ناشی از دلزدگی و تکدر خاطر مشارکت کننده بدلیل سوء برداشت طرفین تحقیق است جلوگیری به عمل آید.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

در این پژوهش از شیوه کدگذاری باز استفاده گردیده است. این نوع کدگذاری را میتوان با درجات مختلف از دقت و توجه به جزئیات انجام داد. می توان متن را جمله به جمله، خط به خط یا پاراگراف به پاراگراف کدگذاری کرد. و به این ترتیب کدهای کشف شده در داده ها که مستقیماً به پرسش (های) تحقیق مربوط اند دسته بندی میشوند (۲۴).

براین اساس، ابتدا مصاحبه های انجام شده که به صورت مکتوب و شفاهی موجود بود، مرتب، اضافات آن حذف و مطالب مضبوط و مکتوب در آرایه ای جدید پیاده سازی گردید. سپس با مطالعه عمیق جمله به جمله مصاحبه ها، توصیف کوتاهی از هر مورد تهیه، و با مراجعه به مشارکت کنندگان پژوهش توصیف های محقق نگاشت با نظرات آنها تطبیق و در ادامه به کمک مدل مفهومی کلایزی تجزیه و تحلیل داده ها آغاز شد.

روش تجزیه و تحلیل این پژوهش بر اساس مدل هفت مرحله کلایزی عبارت است از:

- ۱- در جهت هم احساس شدن با شرکت کننده در پژوهش متن مصاحبه ها به دقت مطالعه گردید.
 - ۲- جملات، عبارات و مفاهیم مهم مصاحبه ها انتخاب و واژه ها یا عبارات مربوط به هر موضوع در غالب توصیف های محقق استخراج و در کنار هم قرار گرفت.
 - ۳- تلاش گردید برای هر دسته از جملات مرحله قبل نام خاص یا مفهوم ویژه ای انتخاب شود (ویژگی یابی).
 - ۴- ویژگی های هم راستا یا نزدیک به هم در کنار یکدیگر قرار گرفتند (بعد یابی).
 - ۵- ابعاد هم جهت یا نزدیک به هم که در راستای پاسخگویی به هر یک از سئوالات تحقیق بودند در کنار یکدیگر قرار گرفتند (مفاهیم فرموله شده).
 - ۶- از تحلیل ویژگی ها و ابعاد به دست آمده در مراحل قبل، توصیف جامعی از وضعیت سئوالهای تحقیق به دست آمد.
 - ۷- در جهت موثق نمودن داده ها، مجدداً به مشارکت کنندگان پژوهش مراجعه و ضمن مرور یافته های پژوهش مطالب با نظرات آنها مطابقت گردید (۲۵).
- علاوه بر این برای دست یابی به علت و معلول یا پاسخ به این پرسش که چرا این وضعیت به وجود آمده است؟، همچنین برای اطمینان از یافته های حاصل از کدگذاری باز که با استفاده از روش کلایزی بدست آمده بود، داده ها با استفاده از روش تحلیل محتوا و به کمک تکنیک تحلیل محتوای ساختار بخش نیز مورد سنجش قرار گرفتند. در این روش تلاش گردید با کنار گذاشتن عبارات هایی که در یک سطح تحلیلی همپوشانی دارند، متن اصلی را تقلیل داده تا بدین ترتیب بتوان عبارات هایی را که مورد تحلیل قرار دارند بیشتر توضیح داده و روشن ساخت. در پژوهش حاضر این جملات با عنوان عبارات مفهومی شناخته می شوند.
- مایرینگ در مورد اینگونه تحلیل بیان میکند "اگر در داده ها به دنبال یک خصیصه مهم و برجسته هستید و در نظر دارید آنرا بر اساس آن داده ها و با دقت بیشتری توصیف کنید، میتوانید از تکنیک تحلیل محتوای ساختار بخش استفاده کنید" (۲۶)

روایی و پایایی داده ها

روش های متفاوتی برای اعتبار بخشی به ابزار پژوهش وجود دارد. با این حال در پژوهشهای کیفی، گاهی حوادث و رویدادهای نادری مشاهده می شود که اعتبار بخشی بدان ممکن نیست. از طرف دیگر، پژوهشگر کیفی مادام که به پایایی و روایی اطلاعات جمع آوری شده اطمینان ندارد، نباید به تجزیه و تحلیل داده ها بپردازد (۲۷).

در پژوهش کیفی پایایی به معنای توصیف و درک دقیق این نکته که افراد، چگونه جهان خود را معنایی بخشند (۲۸) به عبارت دیگر پژوهشگر نه تنها باید افراد مورد تحقیق را درک کند تا بتواند به دنیای آنها وارد شود، بلکه در بسیاری از موارد باید خود را به جای آنها گذاشته و بکوشد اثرات منفی تعصب یا یک سونگری را در خود خنثی کند (۲۹). بنابراین پایایی پژوهش حاضر هم احساسی محقق با جامعه نمونه است.

ابزار تحقیقات کیفی هنگامی دارای روایی است که به طور واقعی آنچه را که ادعای سنجش آن را دارد، بررسی کند یا بسنجد. در تحقیقات کیفی منظور از روایی توجه به روایی بودن تفاسیر است. یعنی آیا این نتیجه گیری پژوهشگر که براساس

یافته‌های پژوهشی، X عامل اصلی مساله است؟ صحت دارد یا خیر؟ (۳۰). به عبارت دیگر پژوهشگر پس از جمع آوری، ارزیابی و مرور اطلاعات، آنها را به مقوله‌های مختلف تقسیم می‌کند و برای این کار به بازسازی استدلال‌ات کنش‌های گذشته می‌پردازد و تلاش می‌کند شواهد موثق تفکر انسانی (به طوری که داده‌ها معتبر و معنادار باشند) را شناسایی و بعد به تفسیر علت آنها بپردازد (۳۱). از آنجا که پژوهش حاضر از نوع نگرش سنجی است، محقق در حالتی بی طرفانه و بدور از تعصبات و سوگیری‌های شخصی صرفاً می‌کوشد تا به درکی عمیق و واقع گرایانه از تجارب ارباب رجوع به فرهنگ کار و ارتباطات در بین کارکنان استانداری اصفهان دست یابد. در همین راستا و نیز جهت اطمینان از صحت تفسیر و برداشت‌های محقق از نگرش مشارکت کنندگان، پس از تجزیه و تحلیل گفتگوها و مصاحبه‌های انجام شده، برای بار دوم به آنها مراجعه و یادداشت‌های پژوهشگر با نظرات آنها مطابقت گردید. علاوه بر آن برای رسیدن به تفسیر قابل اعتماد در پژوهش‌های کیفی محقق می‌بایست قبل از ورود به اجرای تفسیر درباره روش کد گذاری و شیوه پیاده سازی دقت لازم را به خرج دهد (۳۲). به همین علت پژوهشگر قبل از آغاز تجزیه و تحلیل داده‌های اولیه ضمن مطالعه متون مختلف که در این زمینه موجود بود، به صورت نمونه، روش‌های مختلف تحلیل محتوا را در کوره امتحان قرار داده و به نقاط ضعف و قوت هر کدام واقف گردید. به عنوان مثال ابتدا از روش کد گذاری موضوعی استفاده گردید، که نتایج مطلوبی خصوصاً در شناسایی و معرفی بار منفی داده‌ها به همراه نداشت. بنابراین پس از تامل و تعمق فراوان در روش‌های کد گذاری، و نیز استفاده از تجارب صاحب‌نظران این رشته، از کد گذاری باز استفاده شد، ضمناً کد گذاری باز تکنیک‌های مختلفی دارد که در پژوهش حاضر از تکنیک کد گذاری جمله به جمله استفاده گردید. براین اساس ابتدا داده‌ها در غالب جمله از هم جدا و سپس برای هر جمله که از این پس به عنوان یک داده شناخته می‌شود، توصیف کوتاهی تهیه گردید. از مزایای این سطح از انفصال داده‌ها همین بس که کمک میکند تا انگیزه‌های محقق به پاسخگویان نسبت داده نشود. یکی از خطراتی که مشکلات تحقیقات کیفی را تهدید میکند این است که هر لحظه احتمال گم شدن اهداف پژوهش وجود دارد، بنابراین در ادامه تجزیه و تحلیل داده‌ها ضمن دقت لحظه به لحظه در اهداف کد گذاری، داده‌های بدست آمده که اکنون در سطح مفاهیم تک لغتی یا حداکثر عبارات چند کلمه‌ای بودند به همدیگر پیوند و ابتدا در سطح ویژگی‌های مهم و سپس در حد ابعاد و در پایان در غالب سئوالات مورد نظر جاسازی شدند.

اخلاق پژوهش

از آنجا که ماهیت برخی از امور اجتماعی طوری است که مانع از آن می‌شود تا آشکارا در مورد آن پژوهشی صورت گیرد، بنابراین جنبه‌های پنهان پژوهش باید به دقت مورد بررسی قرار گیرد، زیرا از سویی ممکن است حقوق افراد مورد پژوهش لطمه دیده و از طرفی نیز باید محقق از اصولی پیروی کند که حتی در خلال پژوهش نیز هیچ آسیبی متوجه شرکت کنندگان پژوهش نباشد (۳۳). به همین علت در پژوهش حاضر سعی شد:

- ۱- برای شروع تحقیق، هماهنگی‌های لازم با مسئولان دانشگاه آزاد خوراسگان به عمل آمد
- ۲- در ابتدا محقق ضمن معرفی خود و دستیارانش، به مشارکت کنندگان در خصوص اهداف پژوهش و کاربرد نتایج توضیحات لازم را ارائه داد.
- ۳- در خلال پژوهش و حتی قبل از ورود به آن، رضایت آگاهانه و رضایت ضمنی مشارکت کنندگان مبنی بر مشارکت فراهم گردید.
- ۴- به مشارکت کنندگان اطمینان داده شد که اسرار آنها حفظ شود. به این معنا که عناصر و عباراتی که ممکن است باعث شناسایی هویت آنها شود از سوابق پژوهش حذف گردد.
- ۵- مشارکت کنندگان گمنام بمانند (نام افراد شرکت کننده به هیچ وجه گفته نشود)

- ۶- محقق در برابر مشارکت کنندگان متعهد شد که در خلال پژوهش یا بعد از آن از بابت این تحقیق هیچ آسیبی به آنها وارد نخواهد شد.
- ۷- به آنها اطمینان داده شد که مطالب عینا و مطابق با آنچه آنها بیان میکنند ضبط و از دستکاری اطلاعات به شدت پرهیز خواهد شد (همچنان که پس از توصیف سازی بر اساس جملات آنها اعتبار توصیف های محقق با نظر آنها مطابقت گردید)
- ۸- به آنها گفته شد که پس از پایان پژوهش، می توانند به کتابخانه دانشگاه آزاد خوراسگان مراجعه و با مطالعه پایان نامه مذکور علاوه بر آگاهی از نتایج پژوهش، توصیف نظرات خود را مشاهده کنند.
- ۹- در تمام مراحل پژوهش تلاش گردید از هر نوع سوء گیری پرهیز شود

جدول نمای کلی فرهنگ کار و ارتباطات در بین کارکنان استانداری اصفهان

اهداف	بعد	ویژگی (پارامتر)	وضعیت کیفی	وضعیت کمی	
				جملات مفهومی حاوی بار مثبت	جملات مفهومی حاوی بار منفی
پدیدارشناسی فرهنگ کار	بعد علاقه و دلبستگی	ارباب رجوع محوری	مناسب	۳۱	۸
		شناسایی اهداف	مبهم	۷	۴
		علاقه و دلبستگی	متوسط	۲۵	۱۹
		تصمیم گیری	ضعیف	۶	۱۲
		کاری بودن	قابل قبول	۲۲	۶
		اعتماد و اطمینان	تا حدودی	۵	۳
		کیفیت گرایی	تا حدودی	۹	۶
		وقت شناسی	خوب رو به بالا	۱۰	۳
		عدالت محوری	تحت تاثیر	۴	۶
		رضایت	نسبتا بالا	۱۰	۲
	بعد روح جمعی و مشارکت	هماهنگی	قابل قبول	۱۲	۵
		توافق	نسبتا بالا	۹	۱
		انعطاف پذیری	تقریبا ضعیف	۸	۵
		سازگاری	نسبتا بالا	۱۳	۲
		همکاری	ویژگی بارز (عالی)	۱۰	۲
		مشارکت	مثبت و قابل توجه	۱۵	۷
		کار گروهی	مناسب	۱۵	۶
		مسئولیت پذیری	خنثی	۵	۳
		رعایت ارزشها	خوب	۱۴	۷
		رعایت ضوابط و قوانین	در حد اعلا	۳۰	۲
	بعد پیشگامی و جدیت	تبعیت از مافوق	در حد اعلا	۲۲	۰
		تلاش وجدیت	بینهایت پیچیده	۳۲	۱۳
		تناسب کار و کارمند	احتمالا کم	۴	۴
		تعهد	نیاز به تحقیق دارد	۱۱	۲
		شایستگی و لیاقت	مساعد و خوب	۱۳	۳
		تخصص گرایی	مطلوب	۱۲	۵

۱۹	۰	به شدت منفی	خلاقیت و نوآوری	بعد روابط سالم و ارتباطات انسانی	پدیدار شناسی فرهنگ ارتباطات
۷	۲۳	تحت تاثیر ویژگی های شخصیتی	خوشرویی و خوشبر خوردی		
۰	۱۶	در حد اعلا	ادب		
۷	۱۵	خوب و شایسته	صبر و شکیبایی		
۴	۲۴	خوب و گرم	روابط و ارتباطات		
۰	۸	ویژگی بارز (اعلا)	یاریگری		
۰	۱۳	زیاد	احترام و صمیمیت		

یافته ها و بحث پیرامون آن

در پایان هر فعالیت پژوهشی، محقق، باید نتایج کار را ارائه نماید. نتایج حاصل از فرضیات نیز پایه هایی هستند که پیشنهادات پایانی تحقیق بر اساس آنها شکل می گیرد. بنابراین یکی از قسمتهای مهم تحقیق که در واقع می تواند راهی برای تبدیل نظریات به عمل برای موفقیت در آینده باشد، نتیجه گیریهای صحیح و پیشنهادات سازنده است. نتیجه گیریهایی که بر اساس تحلیل های صحیح بر پا شده باشد می تواند مشکلات موجود بر سر راه سازمان را که تحقیق به آن منظور طراحی شده است، مرتفع کند. سفیری^۴ در خصوص نتیجه گیری در تحقیقات کیفی معتقد است که نتایج پژوهشهای کیفی به راحتی قابل بیان نیست. با این حال با تعمق در متن مصاحبه های انجام گرفته با مشارکت کنندگان این پژوهش ۶۲۵ جمله موضوعی در مورد فرهنگ کار و ارتباط استخراج و این تعداد در ۲۲۹ عبارت مفهومی و در غالب ۳۴ ویژگی مرتب شد. سپس این ویژگی ها در ۴ بعد کلی با عناوین، "علاقه و دلبستگی"، "روح جمعی و مشارکت" و "پشتکار و جدیت" و همچنین فرهنگ ارتباطی یا روابط سالم و ارتباطات انسانی تنظیم گردید که ذیلا به شرح تفصیلی و بحث پیرامون آن خواهیم پرداخت.

فرهنگ کار و ارتباط

فرهنگ کار و ارتباطات محیط کار را بایستی مقوله ای پویا دانست که در جریان صنعتی شدن روند تکاملی خود را طی می نماید. این در حالی است که در جهان پیشرفته با وقوف بیشتر به نقش استراتژیک نیروی انسانی و نگرش های آن به کار و تولید، مفهوم فرهنگ کار و ارتباطات از اهمیت فزاینده ای برخوردار شده است. زمانی که فرهنگ کار نهادینه گردد کار به عنوان یک ارزش تلقی شده و همه افراد جامعه در سطوح مختلف کار کردن و برقراری رابطه های کاری را در مسیر توسعه موزون جامعه دانسته و از طریق درست کار کردن به توسعه اقتصادی کمک می نمایند. برای تصمیم گیری درباره وضعیت فرهنگ کار و ارتباطات، تشخیص و تفکیک اجزا یا ابعاد آن که فرهنگ کاری و ارتباطی حاکم بر یک سازمان یا گروه را تبیین کند، ضروری به نظر می رسد. بر این اساس کوشش می شود تا به درک روشن و درستی از نگرش ارباب رجوع استانداری از فرهنگ کاری و ارتباطی کارکنان این دستگاه دست یابیم. در این پژوهش به کمک ابعادی چون: علاقه و دلبستگی، روح جمعی و مشارکت، تلاش وجدیت و روابط سالم و ارتباطات انسانی (فرهنگ ارتباطی) به بررسی این مقوله خواهیم پرداخت.

در مجموع میزان و وضعیت کلی ابعاد فرهنگ کار که توضیح مفصل آن در پی خواهد آمد، نشان می دهد که برای ابعاد فرهنگ کار مناسب ترین قیود عبارتند از: "نسبتا بالا"، "مثبت"، مناسب و قابل قبول" و "احتمالا کم". در این میان واقعا تشخیص بهترین قید که فرهنگ کار را در بین کارکنان استانداری به نمایش بگذارد واقعا مشکل به نظر میرسد. اما یقینا میتوان گفت که فرهنگ کار در بین کارکنان استانداری اصفهان بیشتر گرایش به سمت مثبت داشته و بجز بعد پشتکار و جدیت، بقیه ابعاد

وضعیت چندان بدی ندارند. نتایج پژوهش حاضر با دست آوردهای تحقیق حبیبی (۱۳۸۰) ۵ که میزان فرهنگ کار را در دوشرکت تولیدی و با رقم ۳.۵ از ۵ مثبت ارزیابی کرده است، همسوست

در خصوص فرهنگ ارتباط وضعیت مساعد تر است. چرا که تنها قیدتشخیص داده شده برای این نوع از فرهنگ خوب متمایل به عالی یا خیلی خوب انتخاب گردید. این وضعیت نشان میدهد کارکنان استانداری از لحاظ ویژگی های ارتباطی در وضعیت مطلوبی بوده و اکثر ارباب رجوع از روابط و ارتباطات کارکنان این دستگاه اعلام رضایت کرده اند.

ابعاد فرهنگ کار و ارتباطات در بین کارکنان استانداری اصفهان در یک نگاه مجمل عبارت است از:

۱- بعد علاقه و دلبستگی در بین کارکنان استانداری از نظر مراجعان این دستگاه مثبت، مناسب و قابل قبول برآورد شد. این وضعیت در آمار کمی جملات مفهومی است نیز با ۶۳.۵٪ در مقابل ۳۶.۵٪ مثبت ارزیابی گردیده است

۲- بعد مثبت روح جمعی و مشارکت طلبی در بین کارکنان استانداری اصفهان، نسبت به جنبه منفی این بعد ۷۷.۷٪ نشان داده شده است، بر اساس قیود بکار رفته در متن مصاحبه ها، بهترین قید کیفی برای نشان دادن میزان روح جمعی و مشارکت در بین کارکنان این دستگاه نسبتاً بالا تشخیص داده شد.

۳- مناسبترین قید که بتواند میزان بعد پشتکار و جدیت را در بین کارکنان استانداری به نمایش بگذارد گزینه احتمالاً کم انتخاب، که در توصیف این قید گفته شد چیزی بین کم و متوسط است و بیشتر گرایش به سمت کم دارد. همچنین، میزان پشتکار و جدیت در بین کارکنان از لحاظ کمی در جملات مفهومی که توسط ارباب رجوع بیان گردیده است رقمی معادل ۵۹.۶٪ برآورد گردید.

۴- بهترین قید که میزان فرهنگ ارتباطی کارکنان استانداری را توصیف کند خوب متمایل به عالی یا خیلی خوب تشخیص داده و گفته شد که این وضعیت در داده های کمی نیز تا حدودی قابل مشاهده است. در جدول مذکور بعد مثبت روابط و ارتباطات در بین کارکنان ۸۸.۴٪ برآورد شد.

بعدعلاقه و دلبستگی

بررسی مفاهیم مرتبط با این بعد و نیز دقت در نتایج بررسی پارامترهای آن که در جدول مندرج است، نشان می دهد که، قیود مناسب، متوسط، قابل قبول، تا حدودی مناسب و قابل قبول، خوب رو به بالا و نسبتاً بالا بیشترین کاربرد را داشته اند. بدین ترتیب میتوان نتیجه گرفت که بعد علاقه و دلبستگی در بین کارکنان استانداری از نظر مراجعان این دستگاه، مثبت، مناسب و قابل قبول برآورد شده است. با توجه به جدول مذکور آمار کمی جملات مفهومی مرتبط با این بعد نیز با ۶۳.۵٪ در مقابل ۳۶.۵٪، مثبت ارزیابی گردیده است. همچنین بر طبق این جدول بین رضایت از کار و کاری بودن و نیز ارباب رجوع محوری کارکنان رابطه معناداری برقرار است. به این صورت که هر چقدر میزان رضایت از کار بیشتر باشد به همان میزان کارکنان در انجام وظایف خود کاری تر و به مشغله ارباب رجوع اهمیت بیشتری می دهند. این وضعیت با تحقیقی که توسط کاویان (۱۳۸۱) انجام شده است و در آن بین رضایت از کار و مشتری مداری رابطه معناداری مشاهده شده است همسوست. در پژوهش حاضر نتایج کیفی و کمی همچنین نشان میدهد که در محیط هایی شبیه به استانداری قدرت تصمیم گیری و رفتار توأم با عدالت کارکنان به شدت تحت تاثیر ویژگی های محیطی سازمان قرار دارد. بر طبق این دو جدول چنانچه قدرت تصمیم گیری در کارکنان مناسب نباشد، مراجعان در خصوص عدالت و رفتار توأم با عدالت کارکنان این مجموعه دچار شک و تردید خواهند شد.

بعد روح جمعی و مشارکت

دقت در ویژگی هایی این بعد نشان می دهد که قیدهای در حد اعلا، ویژگی بارز، مثبت و قابل توجه، نسبتا بالا، مناسب و خوب، و تقریبا ضعیف در وصف این بعد از فرهنگ کار بیشترین کاربردها را داشته اند. از این میان نیز قیدهای عالی و نسبتا بالا بیشترین کاربرد را داشته است. تحلیل یافته های جدول همچنین نشان می دهد که روح مشارکت طلبی در بین کارکنان استانداری اصفهان نسبت به جنبه منفی این بعد، ۷۷.۷٪ است. بدین ترتیب شاید بهترین قید کیفی برای نشان دادن میزان روح جمعی و مشارکت در بین کارکنان این دستگاه نسبتا بالا باشد.

علاوه بر این تحلیل یافته نشان میدهد که چه از لحاظ کیفی و چه از لحاظ کمی بین پارامتر تبعیت از مافوق و رعایت ضوابط و قوانین از یک سو و میزان سازگاری، توافق و همکاری در بین کارکنان استانداری رابطه معناداری وجود دارد. به این ترتیب که هرچقدر وضعیت فرمانبرداری و قانون مندی کارکنان بیشتر باشد، به همان نسبت میزان توافق، همکاری و نیز سازگاری آنان با همدیگر در محیط کار و در حین انجام وظایف بالا خواهد رفت. از سوی دیگر نشان می دهد که مدیران استانداری نقش مهمی در ضابطه مند کردن افراد و نیز ایجاد جوی توأم با توافق، سازگاری و همکاری می توانند داشته باشند و دارند. نتایج پژوهش حاضر با یافته های حاصل از تحقیق کیگانس (۲۰۰۶)^۷ که نشان میدهد بین تبعیت از مافوق و رعایت قوانین از یک سو و میزان سازگاری، همکاری، انضباط و هوشیاری در محل کار رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد همسوست. همچنین داده ها نشان میدهد که بین عدم رعایت ارزشها، انعطاف ناپذیری و گریز از مشارکت رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. هرچند تشخیص علت و معلول در ایجاد این وضعیت نیاز به تحقیق بیشتر دارد.

بعد پشتکار و جدیت

در یک جمع بندی کلی، همانگونه که در جدول نیز مندرج است، میتوان به این نتیجه رسید که عواملی چون تلاش و جدیت یا پشتکار، تناسب شغل و شاغل، تخصص گرایی، تعهد و شایستگی یا لیاقت از مهمترین پارامترهای این بعد هستند. همچنین بیشترین قیود بکار برده شده که دارای ارزش مفهومی نیز بودند شامل قیود مساعد و خوب، مطلوب، احتمالا کم، به شدت منفی می شد. بر این اساس شاید مناسبترین قید که میزان بعد پشتکار و جدیت را در بین کارکنان به نمایش بگذارد گزینه احتمالا کم باشد. در توصیف این قید باید گفت چیزی بین کم و متوسط در نظر گرفته میشود که بیشتر گرایش به سمت کم دارد.

بنابر این میزان بعد پشتکار و جدیت در بین کارکنان استانداری از دید ارباب رجوع این دستگاه احتمالا کم برآورد می شود. این وضعیت در داده های کمی این جدول نیز تا حدودی قابل استناد است. میزان پشتکار و جدیت در بین کارکنان، از لحاظ جملات مفهومی که توسط ارباب رجوع بیان گردیده در این جدول رقمی معادل ۵۹.۶٪ است. همچنین بر اساس داده های این جدول رابطه مستقیم و معناداری بین تعهد و شایستگی در بین کارکنان این اداره وجود دارد. یکی از پارامترها یا ویژگی هایی که به شدت میزان منفی بودن این بعد را در بین کارکنان استانداری افزایش می دهد. وضعیت خلاقیت و نوآوری است. از ۱۹ عبارت مفهومی که توسط ارباب رجوع در این باب گفته شده، تماما حاوی مطالبی منتج به سستی بودن، یا عدم وجود نوآوری و افکار خلاقانه در بین کارکنان است.

روابط سالم و ارتباطات انسانی (فرهنگ ارتباطی)

بر اساس جدول، عوامل و ویژگی هایی چون: صبر و شکیبایی، روابط و ارتباطات، یاریگری و احترام و صمیمیت از مهمترین ویژگی های فرهنگ ارتباطی به شمار می روند. نتایج این جدول نشان می دهد که بیشترین قیود بکار برده شده که دارای ارزش مفهومی بودند شامل: در حد اعلا، خوب و شایسته، خوب و گرم، ویژگی بارز (اعلا)، زیاد می شوند.

بر این اساس شاید مناسبترین قید که میزان فرهنگ ارتباطی کارکنان استانداری را توصیف کند خوب متمایل به عالی یا خیلی خوب باشد. این وضعیت در داده های کمی نیز تا حدودی قابل مشاهده است. در جدول مذکور بعد مثبت روابط و ارتباطات در بین کارکنان ۸۸.۴٪ برآورد شده است. همچنین بر اساس داده های این جدول رابطه مستقیم، مثبت و معناداری بین احترام و صمیمیت و یاریگری و میزان ادب در بین کارکنان این اداره وجود دارد. از نتایج دیگری که از تعمق در این جدول میتوان مشاهده کرد، رابطه مستقیم و منفی بین صبوری کارکنان با میزان خوش رویی و خوش برخوردی و تا حدود ضعیف تری ارتباطات آنان است. بدین ترتیب میتوان نتیجه گرفت که هر چقدر کارکنان از لحاظ صبر و برداری ضعیف باشند، میزان خوش برخوردی و ارتباطات آنان نیز ضعیف تر خواهد بود.

منابع:

- ۱- منوریان، ع. ۱۳۸۵. اخلاق کار و ارزشهای سازمانی. تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی. ص ۳۰.
- ۲- الوانی، م و ریاحی، ب. ۱۳۸۲. سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران. ص ۱۴۵.
- ۳- Yeganeh H, Su Z. ۲۰۰۶. "Conceptual foundations of cultural management research". International Journal of Cross Cultural Management, ۶: ۳۶۱-۳۷۵.
- ۴- آریان پور، م و دیگران. (۱۳۷۷). فرهنگ پیشرو آریان پور. تهران: جهان رایانه، ج ۵.
- ۵- دلاور، ع. ۱۳۸۵. مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد. ص ۲۵۹.
- ۶- استراس، آ و کوربین، و. ۱۳۸۵. اصول روش تحقیق کیفی. ترجمه ب محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ص ۱۷.
- ۷- رفیعی، ح و دیگران. ۱۳۸۷. روش های تحقیق بین رشته ای در اعتیاد. تهران: دایره. ص ۱۳۲.
- ۸- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۳۴.
- ۹- دانایی فرد، ح، الوان، م و آذر، ع. ۱۳۸۳. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی. ص ۱۳.
- ۱۰- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۲۳.
- ۱۱- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۲۳.
- ۱۲- ذکایی، م. ۱۳۸۱. "نظریه و روش در تحقیقات کیفی". فصلنامه علوم اجتماعی ۱۷: ۴۱-۶۹.
- ۱۳- مارشال، ک و راس من، گ. ۱۳۷۷. روش تحقیق کیفی. ترجمه ع پارسایان و م اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی. ص ۷۸.
- ۱۴- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام پویا. ص ۲۴.
- ۱۵- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۱۴۰.

- ۱۶- اسمیت، م، ثورب، ر و لو، ا. ۱۳۸۴. درآمدی بر تحقیق در مدیریت. ترجمه م اعرابی و د ایزدی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی. ص ۱۵۴.
- ۱۷- استراس، آ و کوربین، و. ۱۳۸۵. اصول روش تحقیق کیفی. ترجمه ب محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ص ۱۷.
- ۱۸- دانایی فرد، ح، الوان، م و آذر، ع. ۱۳۸۳. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی. ص ۱۶۵.
- ۱۹- مارشال، ک و راس من، گ. ۱۳۷۷. روش تحقیق کیفی. ترجمه ع پارسایان و م اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی. ص ۱۱۵.
- ۲۰- خوی نژاد، غ. ۱۳۸۰. روش های پژوهش در علوم تربیتی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت). ص ۱۱۰.
- ۲۱- Wood G , Haber J. ۲۰۰۲. Nursing Research. London: Mosby. p ۱۴۳.
- ۲۲- Spezial H , Carpenter D. ۲۰۰۳. Qualitative Research in Nursing, Advancing The Humanistic Imperatives. Philadelphia: Lippinatt. P ۶۳
- ۲۳- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام بویا. ص ۵۹.
- ۲۴- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۳۳۳
- ۲۵- polit D, etc. ۲۰۰۴. Essential of Nnursing Research, Methods. ۸th edn. Philadelphia: lippincottcom. p ۵۸۵.
- ۲۶- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۳۴۹.
- ۲۷- مرعشی، ع. ۱۳۸۵. "روش پژوهش کیفی". نشریه رشد تکنولوژی آموزشی ۱۲۰: ۵۹-۶۳
- ۲۸- دانایی فرد، ح، الوان، م و آذر، ع. ۱۳۸۳. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی. ص ۱۷۵.
- ۲۹- مارشال، ک و راس من، گ. ۱۳۷۷. روش تحقیق کیفی. ترجمه ع پارسایان و م اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی. ص ۱۹۹.
- ۳۰- دانایی فرد، ح، الوان، م و آذر، ع. ۱۳۸۳. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی. ص ۱۷۶.
- ۳۱- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام بویا. ص ۲۴۵-۲۴۶.
- ۳۲- فلیک، ا. ۱۳۸۷. درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه ه جلیلی. تهران: نشر نی. ص ۴۱۳.

۳۳- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام پویا. ص ۷۹.

۱. Grand Total Accountancy Office (GAO)

۲- Anslem, strass

۶- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام پویا. ص ۳۰۸

۷- سفیری، خ. ۱۳۸۷. روش تحقیق کیفی. تهران: پیام پویا. ص ۳۰۹

۸- حبیبی، م. ۱۳۸۰. بررسی تأثیر فرهنگ و گرایش به کارکنان بر موفقیت برنامه‌های بهبود بهره‌وری در شرکتهای تولیدی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه علم و صنعت ایران.

۹- کاویان، ب. ۱۳۸۱. بررسی اخلاق کار در بخش دولتی و خصوصی ذوب آهن اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی شریف تهران. دانشکده مدیریت و اقتصاد.

۷- Kegans L. ۲۰۰۶. "a Study of The Relationship Between Work Experience and Occupational Work Ethic ,Characteristics of Bachalaureate Nursing Students", Dessertation for The Degree of Doctor of Education. Texas: University of North Texas.