



نوآوری و ارزش آفرینی

دو فصلنامه علمی - پژوهشی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

سال سیزدهم، شماره بیست و پنجم، بهار و تابستان ۱۴۰۳

صاحب امتیاز: جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

مدیر مسئول: دکتر منصور معظمی

سر دبیر: دکتر مسعود شفیعی

مدیر داخلی: دکتر سیدعطاالله سینایی

کارشناس فصلنامه: سمیه آهاری

اعضای هیأت تحریریه:

دکتر جعفر توفیقی داریبانی (استاد): دانشگاه تربیت مدرس

دکتر مسعود شفیعی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر مهدی مجیدپور (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر مقصود فراستخواه (استاد): موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی

دکتر محمدحسن پرداختچی (استاد): دانشگاه شهید بهشتی

دکتر عباسعلی حاج کریمی (استاد): دانشگاه شهید بهشتی

دکتر مهدی طبرسا (استاد): دانشگاه تربیت مدرس

دکتر بهروز کریمی (استاد): دانشگاه صنعتی امیرکبیر

دکتر عبدالرحیم نوه ابراهیم (استاد): دانشگاه خوارزمی

بر اساس نامه شماره ۳/۱۷۵۷۴۵ مورخ ۱۳۹۲/۸/۲۰ دفتر سیاستگذاری و برنامه ریزی امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، درجه علمی - پژوهشی به این فصلنامه اعطا شده است.

آدرس: تهران، خیابان حافظ، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ساختمان ابوریحان، طبقه ۶، اتاق ۶۱۲.

تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶

پست الکترونیکی: Innovationquarterly@gmail.com

سایت: www.journalie.ir

فهرست

- بررسی نسبت مفاهیم صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق فرهنگی و صنایع فرهنگی خلاق با مفهوم رسانه: به سوی سامان‌دهی نظری
نقیسه انصاری، سیدمهدی شریفی، مجید مختاریان‌پور، بی‌بی‌مرجان فیاضی
- تحلیل تاثیر نوآوری و نقش میانجی فرهنگ سازمانی بر استراتژی سازمان (مورد مطالعه: سازمان بنادر و دریانوردی جمهوری اسلامی ایران)
محمدجواد گل‌زاده، صابر خندان‌علمداری، ندا فرح‌بخش
- واکاوی نقش تحول دیجیتال در آموزش با تمرکز بر نوآوری به روش فراترکیب
زهرا غلامزاده، عباس خمسه، محمدرضا پارساژاد
- ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت
زهرا ملابابایی، بی‌بی‌سادات میراسماعیلی، حمیدرضا حسینی دانا، علیرضا تلخابی علیشاه
- بررسی رابطه میان نوآوری فناورانه، زیرساخت و رشد صنعتی در ایران
فاطمه سرخه‌دهی، اباذر اشتری‌مهرجردی
- مطالعه جامعه‌شناختی ارتباط بین سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری سیاسی دانش‌آموزان دبیرستانی پسر شهر ماهنشان در سال ۱۴۰۰
سیدعطالله سینائی، مهناز جلیلی، محمد شیری
- تأثیر ارزش آفرینی سواد تربیتی والدین بر تاب‌آوری و پیشرفت تحصیلی با میانجیگری مسئولیت‌پذیری
کریم دلاویز، همام مویدفر، قمر کیانی
- اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع
لیلا قرائیان، اصغر زمانی
- اثر مدل شخصیتی هگزاگو بر رفتار شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب) با نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین
حجت وحدتی، محمد جلالی
- ارائه مدلی برای توسعه ابزارهای سیاستی در حمایت از فناوری‌های خط و زبان در فضای مجازی
حبیب‌الله اصغری، فاطمه مستاجر خیرخواه
- اولویت‌بندی عوامل موثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی
مهدی آزموده، آرش هادی‌زاده، امیر محمدزاده
- شناسایی استانداردهای لازم برای معامله در بازارهای آتی محصولات کشاورزی با روش داده بنیاد و رتبه‌بندی با روش تاپسیس
فرحناز کریمی‌نژاد، غلامرضا یآوری، مهدی کاظم‌نژاد
- راهنمای نگارش مقاله
- معرفی جمعیت

فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی

بررسی نسبت مفاهیم صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق فرهنگی و صنایع فرهنگی خلاق با مفهوم رسانه: به سوی سامان دهی نظری

نقیسه انصاری** سیدمهدی شریفی** مجید مختاریان پور بی بی مرجان فیاضی*

* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه و ارتباطات کسب و کار، دانشکده کسب و کار، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
ansari.nafiseh@ut.ac.ir

** دانشیار، گروه مدیریت رسانه و ارتباطات کسب و کار، دانشکده کسب و کار، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
sharifee@ut.ac.ir

***استادیار، گروه خط مشی گذاری و اداره امور عمومی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
mokhtarianpour@ut.ac.ir

****دانشیار، گروه رهبری و سرمایه انسانی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
mfayyazi@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۲۹

چکیده

در محافل علمی به هنگام بحث درباره رسانه‌ها، تصمیم‌گیری درباره خلاق یا فرهنگی بودن آنها همواره مورد تردید بوده‌است؛ تا جایی که برخی آنها را صنایع خلاق نامیده و برخی عنوان صنایع فرهنگی را مناسب دانسته‌اند؛ گاهی نیز آنها را صنایع خلاق فرهنگی یا صنایع فرهنگی خلاق نامیده‌اند؛ بی‌آنکه درباره نقاط اشتراک و افتراق این مفاهیم جستاری داشته و دلایل خود را برای استفاده یا عدم استفاده از اصطلاحی خاص بیان دارند. مطالعه حاضر با تکیه بر روش مقایسه تطبیقی به بررسی مهم‌ترین رویکردها و مدل‌های صنایع خلاق و فرهنگی - مشتمل بر ۱۹ مدل - که با جستجو در منابع معتبر علمی (مقالات، کتاب‌ها و گزارش‌های بین‌المللی) گردآوری شده‌اند، پرداخته است تا قابلیت هر یک از مفاهیم «صنایع خلاق»، «صنایع فرهنگی»، «صنایع خلاق فرهنگی» و «صنایع فرهنگی خلاق» را در توصیف مفهوم «رسانه‌ها» مورد ارزیابی قرار دهد و امکان یا عدم امکان استفاده از این عناوین را به جای یکدیگر و در رابطه با رسانه‌ها مشخص سازد. مطابق نتایج، صنایع فرهنگی همواره خلاق‌اند اما صنایع خلاق گاهی به‌سختی فرهنگی و گاهی کاملاً فرهنگی به شمار می‌آیند. لذا استفاده از عنوان صنایع فرهنگی برای تمام صنایع خلاق و یکی پنداشتن صنایع فرهنگی و صنایع خلاق درست نیست. با این همه می‌توان رسانه‌ها را که بخش لاینفک صنایع فرهنگی هستند «صنایع خلاق» و «صنایع فرهنگی و خلاق» نامید و این عناوین را به جای یکدیگر در رابطه با رسانه‌ها به کار برد. از طرفی عناوین «صنایع خلاق فرهنگی» و «صنایع فرهنگی خلاق» یکسان نبوده و استفاده از هر یک بار معنایی خاصی ایجاد خواهد کرد.

واژه‌های کلیدی: صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، رسانه، صنعت فرهنگ، مقایسه تطبیقی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

می‌شدند، جایگاه ویژه‌ای در عرصه اقتصادی یافته و نقش کلیدی در کسب ثروت و توسعه کشورها ایفا می‌کنند.

با ظهور صنایع خلاق و اهمیت یافتن اقتصاد خلاق در عصر حاضر، رسانه‌ها نیز که پیش‌تر با عنوان صنایع فرهنگی شناخته

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: سیدمهدی شریفی Sharifee@ut.ac.ir



فعالیت‌های فرهنگی ذیل صنایع خلاق باعث مدفون شدن هدف اصلی سیاست‌گذاری فرهنگی شده و بخش فرهنگی را شامل دستور کار اقتصادی می‌کند که شمول مناسبی نیست. در پژوهش‌های صورت گرفته توسط کمیسیون اروپا (۲۰۰۶) نقش فرهنگ و هنر در رابطه با صنایع خلاق نقشی جانبی تعریف شده لذا صنایع خلاق صنایع غیرفرهنگی به شمار آمده‌اند. این مطالعات و سایر پژوهش‌ها که امکان پرداختن به همه آنها در این بخش وجود ندارد نشان دهنده عدم وجود تعریفی روشن از مرز میان صنایع خلاق و فرهنگی و رابطه میان آنهاست، مرزی که در صورت مشخص شدن می‌تواند به چگونگی تعریف رسانه‌ها و طبقه‌بندی آنها به عنوان بخش‌های اقتصادی یا فرهنگی کمک کرده و منجر به اتخاذ سیاست‌های درست‌تر در این حوزه شود و زمینه را برای ارائه عملکردی مطلوب در عرصه رقابت جهانی فراهم آورد.

بنابراین با توجه به دیدگاه‌های متمایز درباره صنایع خلاق و فرهنگی شناخت صحیح این مفاهیم و تعیین نقاط اشتراک و افتراق آنها ضروری است و متولیان رسانه‌ها باید با توجه به اینکه آیا رسانه‌ها را صناعی می‌دانند که با هدف هنر برای هنر شکل گرفته و متکی بر یارانه و حمایت‌های دولتی هستند یا صناعی تعریف می‌کنند که بیش از هر چیز به دنبال تحقق اهداف تجاری بوده و ارزش فرهنگی و هنری را ذیل این اهداف قرار می‌دهند، می‌بایست نقشی را که برای آنها قائل هستند به‌روشنی تعریف کنند.

مطالعه حاضر با تحلیل مهم‌ترین رویکردها و مدل‌های ارائه شده، به مقایسه این مفاهیم پرداخته و رسانه‌ها را به عنوان صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق فرهنگی و صنایع فرهنگی خلاق بررسی کرده است.

۲- مرور مبانی نظری

در این بخش ابتدا به معرفی صنایع فرهنگی و صنایع خلاق پرداخته و سپس مروری اجمالی بر سیر تحولات این حوزه خواهیم داشت.

همین امر یعنی پررنگ‌تر شدن اهمیت ارزش اقتصادی خلق‌شده توسط رسانه‌ها، سبب ایجاد چالش‌هایی در رابطه با تعریف آنها به‌عنوان صنایع فرهنگی یا صنایع خلاق شده است. بسیاری از فعالان عرصه رسانه، بدون شناخت دقیق مفاهیم صنایع فرهنگی و خلاق آنها را به درست یا اشتباه به‌جای هم به‌کاربرده یا برعکس بر عدم استفاده از عنوانی خاص پافشاری می‌کنند. به‌عنوان مثال گاهی بیم آن می‌رود که اطلاق عنوان صنایع خلاق به رسانه‌ها، باعث کمرنگ شدن و یا به خطر افتادن اهداف هنری و فرهنگی آنها شود. طرفداران این دیدگاه عنوان صنایع خلاق را نامناسب دانسته و بر به‌کارگیری صنایع فرهنگی تأکید می‌کنند (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳؛ آنکتاد، ۲۰۲۲). گاهی عنوان صنایع خلاق بر آن دسته از رسانه‌هایی به کار می‌رود که ارزش اقتصادی بالایی در مقایسه با ارزش فرهنگی خلق کرده و نقش بسزایی در توسعه اقتصاد خلاق ایفا می‌کنند (کمیسیون اروپا، ۲۰۰۶). این دیدگاه می‌تواند باعث حذف برخی از رسانه‌ها از تعریف صنایع خلاق شود که به نوبه خود بر نحوه برخورد سیاست‌گذاران این عرصه با رسانه‌های مذکور تأثیر می‌گذارد. گاهی نیز ممکن است این دو اصطلاح بدون هیچ حساسیتی به جای هم به کار روند؛ در این صورت نیز صناعی که به تولید محصولات نظیر خودرو، کفش و ... می‌پردازند و خلاقیت بخشی از فرایند تولید آنهاست، صنایع فرهنگی به شمار آمده و در ردیف صناعی مانند چاپ و نشر، فیلم و موسیقی قرار می‌گیرند (بیلتون و لری، ۲۰۱۰).

در پژوهش انجام شده توسط تومک‌زک و استاچویاک (۲۰۱۵) رسانه‌هایی مانند رادیو-تلویزیون و چاپ و نشر تحت عنوان صنایع فرهنگی تعریف شده‌اند که ذیل صنایع خلاق نیز هستند. دناتال و واسال (۲۰۰۷) و جنول و هاتون (۲۰۰۷) نیز در دو پژوهش مجزا صنایع فرهنگی را (که شامل رسانه‌ها هستند) در دل صنایع وسیعی به نام صنایع خلاق قرار داده‌اند، در حالی که بیکر (۲۰۱۷) همانند گیسیسون و کونگ (۲۰۱۵) و گالوی و دانلوپ (۲۰۰۷) مشاغل و صنایع فرهنگی را از صنایع خلاق متمایز ساخته‌اند. جانسون (۲۰۱۹) در پژوهش خود به نقل از گالوی و دانلوپ (۲۰۰۷) بیان می‌دارد که قرار دادن

صنایع فرهنگی

سازمان یونسکو صنایع فرهنگی را صناعی تعریف می‌کند که به خلق، تولید و تجاری‌سازی محتواهایی می‌پردازند که ماهیت غیرملموس و فرهنگی دارند. این محتواها توسط حق کپی‌رایت محافظت شده و می‌توانند در قالب کالاها یا خدمات ظاهر شوند (آنکتاد، ۲۰۲۲؛ یونسکو ۲۰۱۰؛ یونسکو ۲۰۰۸).

گارنهام «صنایع فرهنگی» را مؤسساتی تعریف می‌کند که با استفاده از جنبه‌های تولید و سازمان‌دهی شرکت‌های صنعتی به ارائه نمادها در قالب خدمات و کالاهای فرهنگی می‌پردازند (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳).

تعریف هزموندالگ (۲۰۱۹) مبتنی بر مفهوم «نظام دلالت» است؛ مطابق این مفهوم صنایع فرهنگی صناعی هستند که به طور مستقیم در تولید معنای اجتماعی در قالب متون و نمادها ایفای نقش می‌کنند (آنکتاد، ۲۰۲۲).

اگرچه مهم‌ترین تأکید صنایع فرهنگی، ارزش هنری و نمادین آنهاست، اما به تعبیر هزموندالگ کمتر کسی تردید دارد که امروزه صنایع فرهنگی به مرکز فعالیت‌های اقتصادی نزدیک‌تر شده‌اند (بنکس، ۲۰۰۷). در حقیقت استقبال حوزه‌های اقتصاد و مدیریت از این حوزه سبب شد که سیاست‌گذاران شروع به استفاده از اصطلاح «صنایع خلاق» به جای صنایع فرهنگی کرده، تعاریف جدیدی ارائه دهند (هزموندالگ و بیکر، ۲۰۱۱).

صنایع خلاق

وزارت فرهنگ، ورزش و رسانه بریتانیا صنایع خلاق را صناعی تعریف می‌کند که ریشه در خلاقیت، مهارت و استعداد فردی داشته و پتانسیل خلق ثروت و ایجاد اشتغال را از طریق تولید و بهره‌برداری از مالکیت معنوی دارند (دی‌سی‌ام‌اس، ۱۹۹۸؛ KEA، ۲۰۰۶؛ اوبرین، ۲۰۱۴؛ شریفی و همکاران، ۱۳۹۷).

آنکتاد در گزارش‌های خود طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۲۲، به تعریف دی‌سی‌ام‌اس توجه ویژه‌ای داشته و ضمن اشاره به آن (آنکتاد ۲۰۰۴، ۲۰۰۸، ۲۰۱۰ و ۲۰۲۲) صنایع خلاق را این‌گونه تعریف می‌کند:

صنایع خلاق چرخه‌های ایجاد، تولید و توزیع کالاها و خدماتی هستند که از خلاقیت و سرمایه فکری به عنوان ورودی اولیه استفاده می‌کنند،

صنایع خلاق دربرگیرنده مجموعه‌ای از فعالیت‌های دانش‌محور هستند که بر هنرها متمرکز شده‌اند اما بدان‌ها محدود نمی‌شوند و پتانسیل درآمدزایی از طریق تجارت و حق مالکیت معنوی را دارند،

صنایع خلاق دربرگیرنده تولیدات ملموس و خدمات هنری یا فکری ناملموس یا محتوای خلاق، ارزش اقتصادی و اهداف بازار هستند.

صنایع خلاق از تلاقی بخش‌های صنعتی و خدماتی شکل گرفته و بخش‌های پویای جدیدی را در تجارت جهانی تشکیل می‌دهند (یونسکو، ۲۰۰۸).

در تعریف هارتلی «صنایع خلاق به دنبال توصیف ادغام عملی و مفهومی هنرهای خلاق (استعدادهای فردی) با صنایع فرهنگی (در مقیاس انبوه) در بافتار تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای (ICT ها) در اقتصاد دانشی جدید، برای استفاده شهروندان مصرف‌کننده تعاملی هستند». به تعبیر او صنایع خلاق دو مفهوم «هنرهای خلاق» و «صنایع فرهنگی» را تلفیق کرده و دگرگون می‌سازند. این تغییر مهم است؛ چون هنرها (فرهنگ) را در ارتباط مستقیم با صنایع بزرگ‌مقیاسی مانند سرگرمی‌های رسانه‌ای (بازار) قرار می‌دهد (هارتلی، ۲۰۰۵).

از صنعت فرهنگ تا صنایع فرهنگی و خلاق

دهه‌های ۳۰ و ۴۰ میلادی، عصر سیاست‌های دیکتاتوری و جنگ‌های جهانی بود (هارتلی، ۲۰۰۵)، اما بعد از جنگ جهانی دوم تغییرات گسترده‌ای در جهت‌گیری‌های سیاسی دولت‌ها پدید آمد و فرهنگ در مرکز توجهات سیاست‌گذاری قرار گرفت. خوش‌بینی ایجاد شده پس از جنگ، نقش مثبتی برای فرهنگ قائل بود؛ به طوری که در سال ۱۹۴۶، سازمان یونسکو به عنوان یک نهاد رسمی بین‌المللی در حیطه مسائل فرهنگی تأسیس و در سال ۱۹۴۸ حق مشارکت فرهنگی در اعلامیه جهانی حقوق بشر گنجانده شد (تراسبی، ۲۰۰۱).



«فرهنگی سیاسی» بود (اوکونر، ۲۰۱۱)؛ به طوری که در دهه ۸۰، کشورهای عضو یونسکو اهمیت فرهنگ در توسعه را به رسمیت شناخته و طی اعلامیه‌ای سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۷ را دهه جهانی فرهنگ اعلام کردند تا توجه مردم جهان را به فرهنگ جلب کنند. با شکل‌گیری آگاهی فزاینده درباره «اهمیت اقتصادی» صنایع فرهنگی و نقش آنها در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصاد، انگیزه‌های «صنعتی» طراحی و تدوین سیاست‌های فرهنگی جایگاه خود را تثبیت کردند (تراسبی، ۲۰۰۱).

در دوره ریاست جمهوری کلینتون، اقتصاد جهان شاهد گذار از صنایع تولیدی به خدمات مصرف‌کننده بود. (هارتلی، ۲۰۰۵). در این دوره با ظهور «فناوری‌های الکترونیک و دیجیتال» و «فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات» تحولات عظیمی در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات جمعی شکل گرفت. رغبت مردم به کالاهای فرهنگی سبب شد تولید این قبیل کالاها، فعالیت اقتصادی و صرفه‌جویانه تلقی شود؛ ضمن آنکه بهبود شرایط اقتصادی در کشورهای پیشرفته باعث شکل‌گیری نیازهایی برای مردم شد که فراتر از نیازهای معیشتی بودند (محمدی، حاجی‌زاده و کمالیان، ۱۳۹۷). به تعبیر گارنهام، در دوره پسافوردی مصرف دیگر به معنای برآوردن نیازهای اساسی اولیه نیست بلکه برآوردن نیازهایی است که نه تنها از طریق خدمات غیرمادی بلکه از طریق مصرف کالاهای مادی نیز حاصل می‌شود. به‌عنوان مثال اگر فردی خودروی الف را با خودروی ب جایگزین می‌کند، آنچه خریده یا فروخته می‌شود خودرو نیست بلکه «آرزوی وضعیت» یا چیزی است که به «سبک زندگی» معروف شده‌است (گارنهام، ۲۰۰۶).

صنایع فرهنگی اصطلاحی بود که تا اوایل دهه ۹۰ در بسیاری از کشورها به کار می‌رفت. در سال ۱۹۹۴ دولت کیتینگ در استرالیا، در بیانیه مهمی سیاست فرهنگی خود را تحت عنوان «ملت خلاق» منتشر کرد (KEA، ۲۰۰۶)؛ تراسبی، ۲۰۱۰ تا بتواند سیاستی در حوزه فرهنگی طرح-ریزی کند که هنر را با فناوری‌های نوین ارتباطی ترکیب سازد (تراسبی، ۲۰۰۱). ملت خلاق بیان می‌داشت که سیاست فرهنگی، سیاست اقتصادی نیز هست (KEA، ۲۰۰۶). در سال ۱۹۹۷ اصطلاح «صنایع خلاق» برای

در دهه‌های ۵۰ و ۶۰، پیدایش دولت رفاه، مفاهیمی نظیر برابری فرهنگی برای همگان را شکل داد. حاصل آن حمایت از تولید هنری و ایجاد برنامه‌های اجتماعی جهت تشویق و توسعه خلاقیت بود (تراسبی، ۲۰۰۱). در این دوران مفهوم صنعت فرهنگ از سوی اندیشمندان مکتب فرانکفورت مطرح شد و سرگرمی‌های انبوه را مورد انتقاد قرار داد (هارتلی، ۲۰۱۵). در سال ۱۹۶۷ آدورنو و هورکهایمر برای اولین بار اصطلاح صنعت فرهنگ را به کار بردند (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳) تا رابطه پارادوکسیکال میان صنعت و فرهنگ را نشان دهند (گارنهام، ۲۰۰۶).

اصطلاح صنعت فرهنگ برای آدورنو و هورکهایمر به معنای کاهش قلمرو فرهنگ به منطق سرمایه‌داری انحصاری بود که باعث گسترش کنترل کارگران تا حد زندگی روزمره آنان می‌شد؛ به طوری که کارگر دیگر فقط در محل کار خود تحت سلطه نبود، بلکه در ساعات اوقات فراغت نیز توسط «سرگرمی» که نوعی «پاسخ شرطی» به حساب می‌آمد، برنامه‌ریزی و کنترل می‌شد (اوکونر، ۲۰۱۱). در طول جنگ سرد این جنس از تحلیل‌ها به حاشیه رانده شد اما سال‌ها بعد بار دیگر صنعت فرهنگ ابتدا به مباحث آکادمیک و سپس به گفتمان‌های سیاسی و سیاست‌گذاری راه یافت (گارنهام، ۲۰۰۶).

در دهه ۷۰ اصطلاح صنایع فرهنگی به صورت جمع با بار معنایی مثبت‌تر ظهور کرد و برای اولین بار توسط پژوهشگری به نام مایرزکاف^۱ در پژوهشی درباره اقتصاد و فرهنگ به کار رفت (KEA، ۲۰۰۶). به‌زعم منتقدان صنعت فرهنگ و طرفدار صنایع فرهنگی بامعنای مثبت آن، آدورنو و هورکهایمر درکی یک‌جانبه از کالاهای فرهنگی داشته و تبلیغات و بازاریابی را خالق «نیازهای کاذب» می‌دانستند و این نکته را نادیده می‌گرفتند که تقاضا برای کالاها، از جمله تقاضا برای سرگرمی، نشان‌دهنده توجه تولیدکنندگان فرهنگی به نیازهایی بوده که به شدت در میان مردم حس می‌شده است (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳).

ظهور صنایع فرهنگی به‌عنوان یک نگرانی سیاسی مثبت در پایان دهه ۷۰، به معنای آغاز شکل‌گیری فضای جدید

1. Myerscough

۳- روش پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش مطالعه تطبیقی انجام شده و روش گردآوری داده‌ها مطالعات اسنادی (کتابخانه‌ای) است. مقایسه تطبیقی یکی از بنیادی‌ترین روش‌های پژوهش محسوب شده و روشی مناسب برای تبیین پدیده‌ها و راهکاری رایج برای ارتقاء توانمندی‌های شناختی محسوب می‌شود (درزی، ۱۴۰۱؛ نقل از فری برگر، ۲۰۱۹). در این مطالعه دیدگاه‌ها، رویکردها و مدل‌های صنایع خلاق و فرهنگی - مشتمل بر ۱۹ مدل - با جستجو در منابع معتبر علمی (مقالات، کتاب‌ها و گزارش‌های بین‌المللی) گردآوری شده و سپس به منظور سنجش قابلیت‌های هر یک از مفاهیم «صنایع خلاق»، «صنایع فرهنگی»، «صنایع خلاق فرهنگی» و «صنایع فرهنگی خلاق» در توصیف مفهوم «رسانه‌ها»، با تکیه بر روش مقایسه تطبیقی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۴- تحلیل رویکردها و مدل‌های صنایع فرهنگی و صنایع خلاق

در این بخش ابتدا عواملی که مبنای تعریف صنایع خلاق و فرهنگی به شمار می‌آیند، شناسایی شده سپس رویکردها و مدل‌های مطرح در این حوزه معرفی و تحلیل می‌شوند. گالوی و دانلپ (۲۰۰۷) چهار عامل را معرفی کرده‌اند که اندیشمندان صنایع فرهنگی و خلاق به منظور نقد و تعریف این صنایع بر مبنای آنها عمل می‌کنند. این عوامل عبارتند از: خلاقیت و مالکیت معنوی، معنای نمادین، ارزش استفاده و روش‌های تولید گروه اول با تکیه بر اصل خلاقیت و مالکیت فکری، صنایع فرهنگی را ذیل عنوان صنایع خلاق تعریف کرده و مرزهای صنایع خلاق را تا حدی گسترش می‌دهند که علاوه بر صنایع فرهنگی، صنایع تجاری هم در آن جای می‌گیرند (اوبرین، ۲۰۱۴). گروه دوم که طرفدار تفکیک تولیدات فرهنگی از سایر تولیدات هستند معتقدند دیدگاه‌های مطرح شده تحت عنوان «خلاقیت و مالکیت معنوی» به تنهایی نمی‌توانند توضیح دهند چه چیزهایی «خلاق» یا «فرهنگی» هستند. پس باید در کنار آن به مفهوم دیگری به نام «معنای نمادین» متوسل شد تا مرز این صنایع مشخص شود. آنها با

نخستین بار در انگلستان به کار رفت (اوکونر، ۲۰۱۱؛ KEA ، ۲۰۰۶؛ تراستی، ۲۰۱۰). حزب کارگر عنوان صنایع خلاق را عامدانه به کار گرفت؛ چون این اصطلاح مفهومی «منسجم کننده» و «دموکراسی ساز» بود که باعث ایجاد ارتباط میان هنرهای اصیل خلاق (نخبه‌گرا) با بازار انبوه محصولات فرهنگی عامه‌پسند در صنایع فرهنگی می‌شد. به بیانی دقیق‌تر اصطلاح «صنایع خلاق» باعث از میان رفتن شکاف میان هنر (مقوله یارانه‌ای و تحت حمایت دولت) و صنعت (مقوله‌ای که ماهیتی تجاری داشت) شده، رویکردی کل‌گرایانه به تولید فرهنگی می‌بخشید (گالوی و دانلپ، ۲۰۰۷) و خلاقیت از درب پشتی دولت، یعنی جایی که «هنر» چندین دهه فنان حلی یارانه را بدون هیچ رغبتی برای تغییر - به دست گرفته بود، به درب جلویی می‌آورد و این یک بازی برد! برد! بود (هارتلی، ۲۰۰۵: ۱۹). هارتلی در تشریح توجه سیاست‌گذاران به مفهوم صنایع خلاق به منطق «اقتصاد جدید» و دورانی از گذار اقتصادی می‌پردازد که در آن حرکت از تکنولوژی اطلاعات زیرساخت (IT) به سمت قابلیت اتصال یا تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT) اتفاق می‌افتد. این همان مرحله تکوین IT به ICT بود و «ارتباطات» به «اطلاعات» اضافه می‌شد. اطلاعات به تنهایی پیشران‌های فعالیت‌های اقتصادی نبودند و مردم بیش از اطلاعات علاقه‌مند به دانش و بیش از اتصال‌پذیری و تعامل صرف، علاقه‌مند به تجربه کردن بودند. «اقتصاد جدید» ویژگی‌هایی داشت که این حوزه را به حوزه‌ای جذاب برای سیاست‌گذاران تبدیل کرده بود. اینک «صنایع خلاق» به عنوان یک سرمایه‌گذاری ارزشمند در سیاست‌گذاری ظهور کرده بود (هارتلی، ۲۰۱۵). زیرساخت ← قابلیت اتصال ← محتوا ← خلاقیت گارنهام نیز گذار از صنایع فرهنگی به صنایع خلاق را از طریق توجه به سیاست‌های حوزه ICT و جامعه اطلاعاتی تبیین می‌کند. او علت انتخاب اصطلاح «خلاق» به جای «فرهنگی» را تلاش جامعه فرهنگی برای به اشتراک‌گذاری اعتبار بی‌چون‌وچرای جامعه اطلاعاتی و سیاست‌های توسعه‌دهنده آن در عصر حاضر می‌داند (گارنهام، ۲۰۰۶).



سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) به منظور ارائه تعریف مشترک درباره بخش فرهنگی، ارائه چهارچوب‌های مناسب جهت گردآوری و ارائه آمار فرهنگی و نشان دادن تمایز تولیدات فرهنگی و خلاق به دسته‌بندی صنایع خلاق و فرهنگی پرداختند.

در کنار رویکردهای مذکور اندیشمندان حوزه فرهنگ و اقتصاد مدل‌هایی ارائه داده‌اند که مبنای شکل‌گیری برخی از رویکردهای یادشده هستند.

۵- رویکرد صنایع خلاق از وزارت فرهنگ، ورزش و

رسانه بریتانیا (رویکرد DCMS): وزارت فرهنگ، ورزش و رسانه بریتانیا در سال ۱۹۹۸ در سند نقشه صنایع خلاق، این صنایع را در ۱۳ بخش زیر طبقه‌بندی کرد:

تبلیغات، معماری، بازار هنرها و اشیای زینتی، صنایع دستی، طراحی، مد، فیلم و ویدئو، موسیقی، هنرهای نمایشی، چاپ و نشر، خدمات نرم‌افزار و کامپیوتری، تلویزیون و رادیو و نرم‌افزارهای تعاملی و سرگرمی‌ساز (بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای) (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹؛ دی‌سی‌ام‌اس، ۱۹۹۸).

در سال ۲۰۱۳، دی‌سی‌ام‌اس با مراکز «آژانس نوآوری‌های اجتماعی بریتانیا» و «مرکز مهارت‌های خلاق آ» که به اختصار و به ترتیب بنیاد *نستا* و *اسکیلست* نامیده می‌شوند، مشارکت کرد تا دسته‌بندی از مشاغل و صنایع خلاق را به-روزرسانی کند. آنها برای دسته‌بندی صنایع خلاق، دو معیار تعیین کردند: نخست آنکه بیش از ۳۰ درصد مشاغل یک بخش جزو مشاغل خلاق به شمار آیند و دوم آنکه تعداد استخدام‌های مشاغل خلاق در یک بخش از ۱۰ هزار استخدام فراتر رود (دی‌سی‌ام‌اس، ۲۰۱۳ و ۲۰۱۶). موضوع حداقل ۳۰ درصد افراد خلاق، باعث کنار گذاشته شدن فعالیت موزه‌ها و کتابخانه‌ها از دسته‌بندی صنایع خلاق می‌شد (اوبرین، ۲۰۱۴). بدین ترتیب موزه‌ها و گالری‌ها به طور کامل از صنایع خلاق جدا و در بهترین حالت یک رابطه اقتصادی نزدیک با آنها برقرار می‌شد (پرت و همکاران، ۲۰۰۹).

رویکرد «همه چیز خلاق است» مخالفانند (گالوی و دانلوپ، ۲۰۰۷). بنکس، صنایع فرهنگی را صناعی می‌داند که در تولید کالاها و خدمات زیبایی‌شناسانه و نمادین حضور دارند و ارزش اصلی آنها در انتقال معنا در قالب تصاویر، نمادها، نشانه‌ها و صداها نهفته است (بنکس، ۲۰۰۷).

گروه سوم ضمن پذیرش معنای نمادین، بر مفهوم دیگری به نام «ارزش استفاده» توجه دارند. بیلتون و لری (۲۰۰۴) و مارتین (۲۰۰۴) اولین ویژگی خدمات نمادین را انتقال ایده‌ها می‌دانند. پس صناعی مانند مد، تبلیغات و معماری اگرچه معنای نمادین را تضمین می‌کنند اما چون کارکرد (کاربردی بودن) را در درجه اول اهمیت قرار می‌دهند صنایع فرهنگی به شمار نمی‌آیند (گالوی و دانلوپ، ۲۰۰۷).

گروه چهارم از اندیشمندان نظیر توز (۲۰۰۳) در تعریف صنایع فرهنگی بر معیار «روش‌های تولید» تکیه کرده و معتقدند صنایع فرهنگی صناعی هستند که کالاها و خدماتی را که محتوای آنها هنرمندانه و فرهنگی است، تولید انبوه می‌کنند. بنا به تعریف توز، هنرهای خلاق اصیل را نمی‌توان صنایع فرهنگی نامید، چرا که بر مبنای روش‌های تولید در مقیاس صنعتی تولید نمی‌شوند (گالوی و دانلوپ، ۲۰۰۷).

با ظهور صنایع خلاق به عنوان صنایع پیشگام در اقتصاد، بسیاری از کشورها کوشیدند با طرح‌ریزی سیاست‌هایی خاص، به معرفی مشاغل و صناعی بپردازند که قادرند با تولیدات خاص، نقش پررنگی در رشد اقتصادی کشورها ایفا کنند. از آنجایی که ظهور این صنایع از انگلستان بود، انگلیس و کشورهای اروپایی در این زمینه پیشگام بودند. نهادهایی مانند وزارت فرهنگ، ورزش و رسانه بریتانیا (DCMS)، بنیاد هنرهای انگلیس (نفا)، بنیاد کار انگلیس (WF)، بنیاد ملی علوم، فناوری و هنر بریتانیا (نستا)، بخش فرهنگی و خلاق کمیسیون اروپا (KEA)، شبکه نظام آماری اروپا (ESSnet) و گروه راهبر آمارهای فرهنگی اروپا (گروه لگ) به ارائه چهارچوب‌هایی در رابطه با صنایع فرهنگی و خلاق پرداختند تا امکان ارائه تحلیل‌های خاص فرهنگی را از منظر اجتماعی و اقتصادی فراهم کنند. ضمن آنکه سازمان‌های بین‌المللی نظیر یونسکو، کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل (آنکتاد)، سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) و

1. NESTA (UK innovation agency for social goods)
2. Creative Skillset



ورزشی، رسانه‌های چاپی، فیلم و ویدیو، تولید محتوا، رویدادها، مؤسسات فرهنگی، سرگرمی و آموزشی (KEA، ۲۰۰۶)

رویکرد یونسکو: یونسکو در سال ۱۹۸۶ «چارچوب آمارهای فرهنگی» خود موسوم به FCS^۳ را ارائه داد. نسخه اولیه این چهارچوب از ده مقوله فرهنگی تشکیل می‌شد:

میراث فرهنگی، مقوله چاپی و ادبیات، موسیقی، هنرهای نمایشی، هنرهای تصویری و پلاستیکی، سینما و عکاسی، رسانه‌های پخش سراسری، فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی، ورزش و بازی‌ها و طبیعت و محیط‌زیست

این چهارچوب تا سال ۲۰۰۳ بازبینی نشده بود و لذا تکنولوژی‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی را شامل نمی‌شد. در گزارش جدید بر آن دسته از تولیدات فرهنگی تمرکز شد که می‌توانستند به عنوان خروجی صنایع فرهنگی و خلاق تعریف شوند. در این رویکرد دو نکته حائز اهمیت بود:

نخست آنکه چهارچوب جدید، الهام گرفته از تمایز میان صنایع فرهنگی و صنایع خلاق بود. صنایع خلاق نگاهی گسترده‌تر به فرایند خلاق داشته و حوزه‌هایی نظیر نرم‌افزار، تبلیغات و معماری را در بر می‌گرفتند؛ بنابراین محصولات به‌دست‌آمده از این فعالیت‌ها به عنوان «تولیدات فرهنگی جانبی» و تولیدات فرهنگی سنتی‌تر تحت عنوان «تولیدات فرهنگی اصلی» نام‌گذاری شدند. دوم آنکه تولیدات فرهنگی اصلی به علت دارا بودن دو ویژگی ملموس (حمایت فیزیکی) و ناملموس (حمایت فرهنگی)، از تولیدات جانبی (که از طریق تولید تجهیزات و خدمات به تولیدات اصلی مرتبط می‌شدند) متمایز شدند. بنابراین یک سی‌دی خام در مقوله تولیدات جانبی و یک سی‌دی ضبط‌شده در مقوله تولیدات اصلی قرار می‌گرفت (یونسکو، ۲۰۰۵).

در سال ۲۰۰۹ یونسکو مدلی جدید (شکل ۱) برای چهارچوب آمارهای فرهنگی ارائه کرد تا بتواند به یک استاندارد بین‌المللی برای ثبت و گردآوری فعالیت‌های فرهنگی تبدیل شود (آنکتاد، ۲۰۱۰).

دسته‌بندی جدید دی‌سی‌ام‌اس صنایع خلاق را در ۷ گروه جای می‌داد:

تبلیغات و بازاریابی؛ معماری؛ طراحی و طراحی مد، رادیو-تلویزیون، فیلم و عکاسی؛ آی‌تی، نرم‌افزار و خدمات کامپیوتری؛ انتشارات؛ موسیقی، هنرهای نمایشی و هنرهای تجسمی (دی‌سی‌ام‌اس، ۲۰۱۳ و ۲۰۱۶)

در سال ۲۰۱۶ شروط معرفی مشاغل خلاق تغییر یافت. مبنای سنجش این بود که بیش از ۳۰ درصد افراد در مشاغل خلاق مشغول به کار و بیش از ۶ هزار شغل خلاق در هر بخش قابل شناسایی باشند (دی‌سی‌ام‌اس، ۲۰۱۶). پس از بازنگری‌ها، تعداد صنایع خلاق به ۹ گروه افزایش یافت. بنابراین «موزه‌ها، گالری‌ها و کتابخانه‌ها» - علی‌رغم پایین بودن درصد اشتغال خلاق یا «شدت خلاقیت» (۲۲ درصد) - و همچنین «صنایع دستی» به این دسته‌بندی اضافه شدند (مرکز پک‌نستا، ۲۰۲۲).

رویکرد اقتصاد تجربه: اصطلاح اقتصاد تجربه از سوی بسیاری از اقتصاددانان بالأخص دو دانشمند برجسته این حوزه - ژوزف پاین و ژوزف گیلومر - مطرح شده است (KEA، ۲۰۰۶). آنها در کتاب «اقتصاد تجربه» سیر تکامل اقتصادی را چنین معرفی می‌کنند: «اقتصاد کشاورزی» که بر پایه مواد خام^۱ شکل می‌گیرد؛ «اقتصاد صنعتی» که مبتنی بر تولید کالاها^۲ از مواد خام است؛ «اقتصاد خدماتی» که حاصل توسعه نوآوری‌ها در فرایند تولید، انباشت کالاهای فیزیکی تولید شده، کاهش نیاز به نیروی کار تولیدی و افزایش تقاضا برای خدمات و کارگران خدماتی است و «اقتصاد تجربه» که نتیجه به‌کارگیری تعمدی خدمات به عنوان صحنه و کالاها به عنوان وسیله با نیت درگیرسازی فرد است؛ به نحوی که خریدار تجربه این تعامل و درگیری را با ارزش دانسته و حاضر است از هزینه‌های کالاها و خدمات کاسته تجارب به‌یادماندنی و ارزشمند کسب کند (گیلومر و پاین، ۲۰۱۱ و ۱۹۹۸). صناعی که بر این اساس دسته‌بندی شده‌اند عبارتند از:

هنرهای تجسمی، موسیقی، عروسک و سرگرمی، کتاب، تئاتر، رادیو-تلویزیون، معماری، تبلیغات، طراحی، صنایع

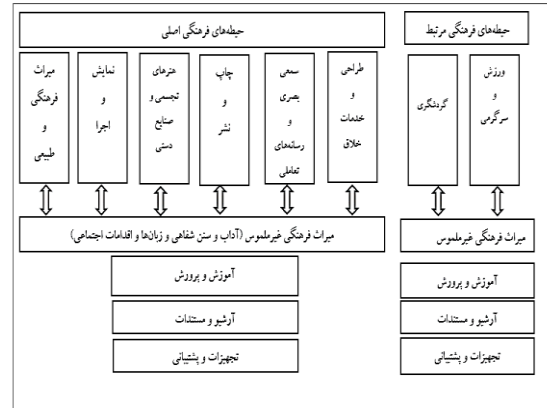
1. commodities
2. goods

3. Framework for Cultural Statistics



میراث فرهنگی (موزه‌ها، ابنیه تاریخی و محوطه‌های باستانی)، آرشیوها، کتابخانه‌ها، کتاب‌ها و نشریات، هنرهای تجسمی (هنرهای زیبا، پلاستیک، عکاسی، طراحی)، هنرهای نمایشی (موسیقی، رقص، درام، سیرک، هنرهای ترکیبی و برنامه‌های زنده)، رسانه‌های سمعی-بصری و چندرسانه‌ای‌ها (فیلم، ویدیو، رادیو-تلویزیون، بازی‌های ویدیویی، ضبط صدا)، معماری، تبلیغات و صنایع هنری دستی (اس‌نت، ۲۰۱۲؛ اریترز و همکاران، ۲۰۱۹).

مقایسه ابعاد فرهنگی یونسکو، گروه لگ و اس‌نت نشان می‌دهد که اس‌نت تبلیغات، صنایع دستی و میراث فرهنگی ناملموس را به دسته‌بندی گروه لگ افزوده و میراث طبیعی، نرم‌افزارها و ارتباطات راه دور، فعالیت‌های پرینت، بازی‌ها و سرگرمی‌ها، گردشگری و همچنین تجهیزات حمایتی مربوط به دسته‌بندی یونسکو را کنار گذاشته است (اس‌نت، ۲۰۱۲). **رویکرد آنکتاد:** کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل موسوم به آنکتاد، بر اساس آمار تجاری موجود برای کالاها و خدمات خلاق در سطح ملی به معرفی حیطه‌های مختلف صنایع خلاق پرداخته است. آنکتاد محدودیت‌هایی برای دسته‌بندی این خدمات و کالاها متذکر می‌شود؛ چون تعریف واحدی از صنایع خلاق در سطح جهان وجود ندارد و هر کشوری بر اساس تعریف خود این صنایع را طبقه‌بندی می‌کند (آنکتاد، ۲۰۰۸). طبقه‌بندی آنکتاد از صنایع خلاق (شکل ۳) متأثر از مدل آمارهای فرهنگی یونسکو بوده و مشتمل بر چهار گروه میراث فرهنگی (تجلیات فرهنگی سنتی و اماکن فرهنگی)، هنرها (هنرهای تجسمی، نمایشی و موسیقی)، رسانه‌ها (چاپ و نشر، صوت و تصویر و رسانه‌های نوین) و آفرینش‌های کارکردی (طراحی و خدمات خلاق) است (آنکتاد، ۲۰۰۸: ۱۴).

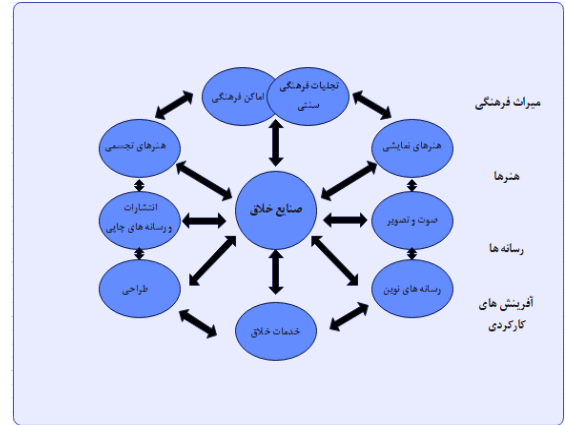


شکل ۱. چهارچوب آمارهای فرهنگی (یونسکو ۲۰۰۹: ۲۴)
رویکرد یورستات (LEG-Culture): پس از سال ۱۹۹۵، آگاهی از فقدان آمارهای فرهنگی در سطح اتحادیه اروپا باعث تصویب قطعنامه‌ای در زمینه ارتقاء آمار رشد فرهنگی و اقتصادی و تشکیل «گروه راهبر آمارهای فرهنگی» موسوم به گروه لگ در سال ۱۹۹۷ شد. گروه لگ با تعریف یونسکو آغاز به کار کرد، اما به طرز قابل توجهی از آن فاصله گرفته و پارامترهای محدودتری را برای سنجش فرهنگی ارائه کرد: ورزش، محیط‌زیست و بازی‌ها کنار گذاشته شدند؛ هنرهای تجسمی در یک مقوله مجزا قرار گرفتند و حوزه‌های جدید مانند معماری اضافه شدند. شکل ۲ دامنه صنایع فرهنگی گروه لگ را نشان می‌دهد (KEA، ۲۰۰۶).



شکل ۲. رویکرد یورستات از صنایع فرهنگی (KEA، ۲۰۰۶)

رویکرد اس‌نت: شبکه نظام آماری اروپا (ESSnet) چهارچوبی را در رابطه با فرهنگ ارائه کرده است که مقوله‌های فرهنگی ذیل را در برمی‌گیرد:



شکل ۳. رویکرد آنکتاد (آنکتاد، ۲۰۰۸: ۱۴)

رویکرد صنایع محتوایی: سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) در سال ۲۰۰۵ در پیوستی با عنوان «راهنمایی سنجش جامعه اطلاعاتی» بر هم‌پوشانی میان فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطات راه دور و فعالیت‌های محتوایی تأکید می‌کند. این سازمان هم ICT و هم صنایع محتوایی را به‌عنوان سازندگان «جامعه اطلاعاتی» توصیف کرده است. در گزارش نشریه OECD چنین آمده است که «گام‌های بعدی در ایجاد شاخص‌های جامعه اطلاعاتی توافق بر سر تعریف صنایع محتوایی است که اگر به تعریف ICT افزوده شود، یک تعریف کاربردی از اقتصاد اطلاعات ارائه می‌دهد». پیش‌تر صنایع ICT صناعی تعریف شده‌اند که با استفاده از ابزار الکترونیکی باعث تسهیل پردازش، انتقال و نمایش اطلاعات می‌شدند. در این تعریف صنایع محتوایی که به خلق اطلاعات می‌پردازند نادیده گرفته شده‌بودند؛ اما مطابق تعریف OECD بخش محتوایی شامل صنایعی خواهد بود که به تولید «محصولات محتوای اطلاعاتی» می‌پردازند؛ بخش محتوای الکترونیکی زیرمجموعه بخش محتوایی قرار می‌گیرد و شامل صنایعی می‌شود که اساساً به تولید «محصولات محتوای الکترونیکی» یا «محصولات محتوای دیجیتال» می‌پردازند (KEA، ۲۰۰۶). هارتلی (۲۰۰۵) صنایعی محتوایی را به شرح زیر معرفی می‌کند: موسیقی از پیش ضبط‌شده، خرده‌فروشی موسیقی، پخش سراسری فیلم، نرم‌افزار، خدمات چندرسانه‌ای صنایع محتوایی با کپی‌رایت رابطه تنگاتنگی دارند و عبارتند از: چاپ و نشر، فیلم، تلویزیون، رادیو، فنوگرافی (دستگاه ضبط‌صوت)، محتوای موبایلی، تولید مستقل صوتی-تصویری، محتوای وب، بازی‌های الکترونیکی و محتوای تولید شده برای ادغام دیجیتال (آنکتاد، ۲۰۲۲).

رویکرد فرانسوی صنایع فرهنگی: در این رویکرد صنایع فرهنگی مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تعریف می‌شوند که با استفاده از پیشران‌های مادی یا فناوری‌های ارتباطی، معنا، خلق و کارکردهای تولید را با کارکردهای صنعتی‌تر

آنکتاد در گزارش خود در سال ۲۰۱۸ ضمن اشاره به دشواری تعیین مرزهای بین کالاهای خلاق محض با تولیدات انبوه؛ کالاهای دست‌ساز و ماشینی و ... بر این نکته تأکید می‌کند که طبقه‌بندی کالاهای خلاق شامل تمام کالاها با ویژگی‌های ذکر شده می‌گردد؛ زیرا همه آنها طبق چهارچوب آنکتاد در چرخه خلق، تولید و توزیع محصولات ملموس با محتوای خلاق، ارزش اقتصادی و فرهنگی و هدف بازار قرار می‌گیرند (آنکتاد، ۲۰۱۸).

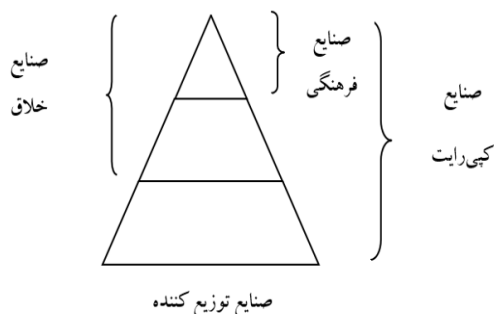
رویکرد صنایع کپی‌رایت (WIPO): سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) روشی برای ارزیابی تأثیر اقتصادی صنایع کپی‌رایت ارائه کرده است. مدل کپی‌رایت بر پتانسیل درآمدزایی از حقوق سرمایه معنوی تأکید و سوگیری کاملاً تجاری در تعریف از خدمات فرهنگی خلاق دارد (تراسبی، ۲۰۰۸). سازمان جهانی مالکیت معنوی (۲۰۰۳) صنایع کپی‌رایت را در ۳ گروه و ۲۰ بعد طبقه‌بندی کرده است (جدول ۱) (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹).

جدول ۱. رویکرد صنایع کپی‌رایت (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹)

طبقه‌بندی WIPO از صنایع کپی‌رایت		
صنایع کپی‌رایت اصلی یا معجری	صنایع کپی‌رایت مرتبط یا غیرمعجری	صنایع کپی‌رایت مستقل
تبلغات	سهماری	لوازم ضبط خام
موسیقی	سند	لوازم الکترونیکی مصرف‌کننده
تئاتر و اپرا	طراحی	ابزار آلات موسیقایی
رادیو و تلویزیون	عروسک	تجهیزات فتوکپی و عکاسی
عکاسی، هنرهای تصویری و گرافیکی	پوشاک و کفش	ابزار فلپ‌برداری
چاپ و نشر و ادبیات	لوازم خانگی	ضبط سی‌دی، کامپیوتر و رادیو
سویچر و تصاویر متحرک	چینی و شیشه	ساخت و فروش دستگاه‌های تلویزیونی
سوانح مدیریت گردآوری کپی‌رایت	پوشش دیوار و مهندسی	
نرم‌افزارها و پایگاه‌های داده‌ای	سجواهر آلات	

1. Organization for Economic Corporations and Development

ندارند، به دلیل وجود خلاقیت در آنها جزء صنایع خلاق به شمار آمده و مطابق قانون مالکیت معنوی دارای ارزش‌اند. در دیدگاه سنگاپوری، صنایع خلاق زیرمجموعه صنایع کپی‌رایت و مشتمل بر صنایع فرهنگی‌اند (محمدی، حاجی‌زاده و کمالیان، ۱۳۹۷). شکل ۴ این رویکرد را نشان می‌دهد.



شکل ۴. رویکرد وزارت تجارت و صنعت سنگاپور (هنگ و همکاران، ۲۰۰۳)

رویکرد بخش فرهنگی و خلاق کمیسیون اروپا (KEA): چهارچوبی ارائه کرده که در آن بخش فرهنگی از بخش غیرفرهنگی متمایز می‌شود. بخش فرهنگی از بخش‌های غیرصنعتی (هنرهای اصیل) و صنعتی (صنایع فرهنگی) تشکیل شده و خروجی منحصرأ فرهنگی دارد. فرهنگ که محصول نهایی مصرف را شکل می‌دهد می‌تواند یک محصول غیر قابل تکرار بوده و با هدف مصرف در محل عرضه (مثل کنسرت یا نمایشگاه) یا با هدف تولید انبوه (مثل کتاب) ارائه شود (KEA، ۲۰۰۶). در این الگو، فرهنگ و هنر به عنوان ورودی کلیدی شایسته دریافت یارانه‌اند (اوکونر، ۲۰۰۷). در بخش غیرفرهنگی صنایع خلاق و صنایع مرتبط قرار دارند. لایه دوم یعنی بخش خلاق شامل صنایع و فعالیت‌هایی می‌شود که خروجی کاربردی داشته و در عین حال عناصری از دو لایه قبلی را در فرایند تولید در اختیار می‌گیرد. حضور عنوان «فعالیت‌ها» در کنار «صنایع» سبب می‌شود فعالیت‌هایی نظیر طراحی خودرو که در صناعی مانند خودروسازی (صنایع غیر خلاق) حضور دارند نیز در این ترسیم فرهنگی گنجانده شوند. لذا بخش خلاق زمانی شکل می‌گیرد که فرهنگ وارد تولید سایر بخش‌های

ساخت و تجاری‌سازی در مقیاس بزرگ پیوند می‌دهند (KEA، ۲۰۰۶؛ تراسبی، ۲۰۱۰؛ یونسکو، ۲۰۰۸ و ۲۰۱۰). پژوهش وزارت فرهنگ و ارتباطات فرانسه صنایع فرهنگی را در سه گروه اصلی نشر، فعالیت‌های صوتی-تصویری و فعالیت‌های مرتبط طبقه‌بندی می‌کند. جدول ۲ این طبقه-بندی را نشان می‌دهد (KEA، ۲۰۰۶).

جدول ۲. رویکرد فرانسوی صنایع فرهنگی (KEA، ۲۰۰۶)

رویکرد فرانسوی صنایع فرهنگی		
نشر	فعالیت‌های صوتی و تصویری	فعالیت‌های مرتبط
-کتاب، روزنامه، مجله، موسیقی -تجارت در کتاب -ضبط صدا -مطبوعات	-تولید فیلم برای تلویزیون -تولید فیلم تبلیغاتی و سازمانی -تولید فیلم برای تئاتر -فعالیت‌های تکنیکی صدا و سیما -توزیع و نشر ویدیو -ویرایش کانال‌های تلویزیونی -رادیو و تلویزیون ماهواره‌ای -توزیع برنامه‌های دسته‌بندی شده	-کارگردانی هنری -آژانس‌های مطبوعاتی -چندرسانه‌ای ها -تبلیغات

رویکرد شبکه صنایع خلاق اسپانیا (۲۰۱۷): شبکه صنایع خلاق اسپانیا از چهار مقوله و نه زیرمقوله تشکیل می‌شود. جدول ۳ این مقوله‌ها را نشان می‌دهد (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹).

جدول ۳. رویکرد شبکه صنایع خلاق اسپانیا (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹)

مدل شبکه صنایع خلاق اسپانیا			
میراث فرهنگی	هنرها	آفرینش‌های کاربردی	رسانه‌ها
-اماکن فرهنگی	-هنرهای تجسمی	-خدمات خلاق	-سمعی و بصری
-فرهنگ سنتی	-هنرهای نمایشی	-طراحی	-نشر و چاپ
		-رسانه‌های جدید	

رویکرد وزارت تجارت و صنعت سنگاپور: MTI، وزارت تجارت و صنعت سنگاپور (۲۰۰۳) الگویی را تدوین کرده است که صنعت خلاق را مفهومی گسترده‌تر از صنایع فرهنگی تعریف می‌کند و آن را در برمی‌گیرد. در این الگو صنعت کپی‌رایت گسترده‌تر از صنایع خلاق است و حوزه‌هایی مانند طراحی صنعتی اگرچه کارکردهای فرهنگی

ویکرد نستا: نستا، بنیاد ملی علوم، فناوری و هنر بریتانیا (۲۰۰۶) بر اساس رویکردهای موجود در تعریف صنایع خلاق چهار زیرگروه را که با یکدیگر همپوشانی دارند معرفی می‌کند (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳).

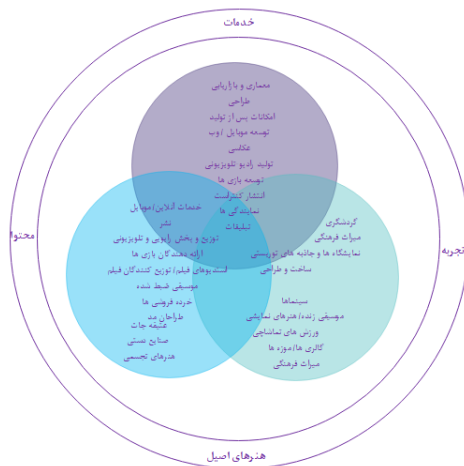
*هنرهای اصیل نظیر هنرهای زیبا که بر تولیدات بسیار نادر تمرکز می‌کنند.

*محتوا که نقطه مقابل هنرهای اصیل بوده، باعث شکل‌گیری رسانه‌های جمعی شده و به طرز گسترده‌ای مصرف می‌شود.

*خدمات که در عرصه‌هایی مانند تبلیغات و معماری مطرح بوده، B to B هستند و مورد مصرف یا خریده‌فروشی نهایی نمی‌باشند.

*تجارب که توجه مردم را به رویدادهای زنده مانند فستیوال‌ها، موسیقی زنده، پارک‌های موضوعی، موزه‌ها و گالری‌ها جلب می‌کنند (اوکونر، ۲۰۰۷).

شکل ۵ رویکرد نستا را نشان می‌دهد.



شکل ۵. رویکرد نستا (نستا، ۲۰۰۶: ۵۵)

رویکرد متون نمادین از هزموندالگ: هزموندالگ (۲۰۰۲) مدل متون نمادین را برای دسته‌بندی صنایع فرهنگی پیشنهاد داده است (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹). این مدل ریشه در مطالعات فرهنگی دارد و بر ارزش فرهنگی تولیدات تمرکز کرده، آن را منشأ اصلی رشد اقتصادی این صنایع می‌داند (تراسبی ۲۰۰۸، نقل از اوکونر ۲۰۰۵). در این رویکرد هنر برتر، بستر فرهنگی و سیاسی در نظر گرفته شده و بر فرهنگ عامه تمرکز می‌شود. این مدل فرایندهای تشکیل‌دهنده فرهنگ یک جامعه را به تولید،

اقتصادی می‌شود (KEA، ۲۰۰۶). با توجه به اینکه در این مدل، نقش فرهنگ و هنر در رابطه با صنایع خلاق نقشی جانبی است لذا صنایع خلاق صنایع غیرفرهنگی به شمار می‌آیند (اوکونر، ۲۰۰۷). لایه سوم با توجه به تعریف WIPO «صنایع مرتبط» نام گرفته است. این لایه به بخش‌های خلاق و فرهنگی متعلق نیست ولی به شدت به آنها وابسته است. تخصص این صنایع تولید، ساخت و فروش تجهیزاتی است که عملکرد آنها تسهیل خلق، تولید و استفاده از آثار و موضوعات محافظت‌شده است. لازم به ذکر است که در ارزیابی‌های آماری اقتصاد فرهنگی، این بخش مورد بررسی قرار نمی‌گیرد، چون تعیین حدود آن غیرممکن است و در صورت گنجاندن صنایعی مانند سازندگان گیرنده‌های تلویزیونی و تلفن‌های همراه در این بررسی‌ها باید سازندگان جوهر و خودکار را که با صنایع چاپ و نشر در ارتباطند نیز در بررسی‌ها گنجانند (KEA، ۲۰۰۶). جدول ۴ این چهارچوب را نشان می‌دهد.

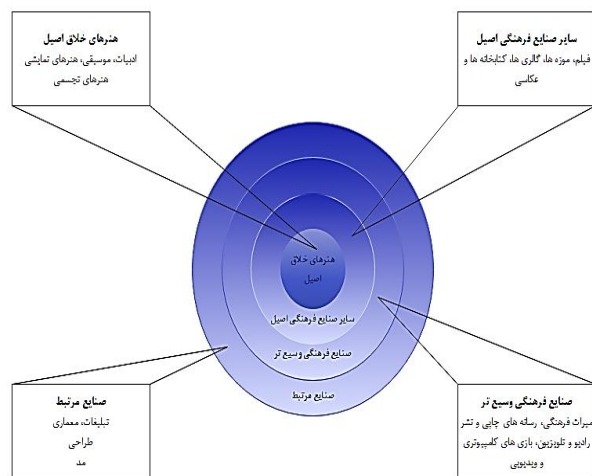
جدول ۴. رویکرد بخش فرهنگی و خلاق کمیسیون اروپا (KEA، ۲۰۰۶)

بخش‌ها	دوایر	بخش‌ها	زیربخش‌ها	ویژگی‌ها
بخش غیر صنعتی	هنرهای اصیل	هنرهای تجسمی	نقاشی-حکاسی-مجسمه‌سازی- صنایع دستی	عربی این بخش پرتعداد است (نمونه‌های اولیه و اصلی) هستند که سایر نمونه‌ها از روی آنها ساخته و کپی می‌شوند.
		هنرهای نمایشی	تئاتر-رقص-سیرک-فیستوال	
بخش صنعتی	لایه اول: صنایع فرهنگی	میراث فرهنگی	موزه-کلیساه-آرشیو-لماکن باستانی	
		فیلم و ویدیو		
		رادیو و تلویزیون		
بخش صنعتی	لایه دوم: صنایع فرهنگی	بازی‌های رایانه‌ای		
		موسیقی	موسیقی ضبط شده، اجرای زنده موسیقی، درآمد لیسنس‌های جمع‌آوری در بخش موسیقی	
بخش غیر صنعتی فرهنگی	لایه سوم: صنایع مرتبط	چاپ و نشر	مجله، کتاب، نشریات	
		طراحی	طراحی من، داخلی، گرافیک، محصول	فعالیت‌ها لزوماً صنعتی نیستند و می‌توانند پرتعداد باشند. اگرچه عروبی‌ها بیشتر برکی‌دایت هستند، می‌توانند شامل سایر ورودی‌های مالکیت معنوی باشند. استفاده از کلمه «میراث» معنای فرهنگی و افراد علاقه‌ای که از بخش‌های اصیل صنایع فرهنگی هستند برای عملکرد این بخش غیرفرهنگی ضروری است.
		ممازندگان کامپیوتر		این بخش چندان پیشی بر قاعده نیست و نمی‌توان آن را بر مبنای معیار معنی چهارچوب بندی کرد. این بخش بسیاری از بخش‌های اقتصادی را دربر می‌گیرد.
بخش غیر صنعتی	لایه سوم: صنایع مرتبط	MPP پارما		
		ممازندگان موبایل		
		صنعت و ...		



درحالی که حلقه‌های بیرونی در ارزش خود میزانی از هنر خلاق را در بر می‌گیرند و هر چه حلقه‌ها به بیرون گسترش می‌یابند شامل بخش کوچک‌تری از ارزشی می‌شوند که به‌طور مستقیم به هنرهای خلاق مرتبط است (جانسون، ۲۰۱۹).

در مرکز این مدل صنایع اصیل (هنرهای خلاق) قرار دارند که میزان محتوای فرهنگی نسبت به محتوای تجاری آنها با توجه به معیارهای مورد نظر در بالاترین سطح تعیین می‌شود (تراسبی، ۲۰۰۱). در لایه دوم یعنی «سایر صنایع فرهنگی اصیل» صنایعی قرار می‌گیرند که در کنار کالاها و خدمات فرهنگی، کالاها و خدمات غیرفهرنگی هم تولید می‌کنند، به‌طوری که میزان کالاها و خدمات فرهنگی تولید شده در این لایه در مقایسه با «هنرهای خلاق اصیل» (مرکز) نسبتاً پایین‌تر است (تراسبی، ۲۰۰۱). در لایه سوم «صنایع فرهنگی وسیع‌تر» مانند رسانه‌ها قرار می‌گیرند و لایه چهارم «صنایع مرتبط» را شامل می‌شود؛ صنایعی که محتوای تجاری آنها در بالاترین سطح قرار دارد (آریتز و همکاران، ۲۰۱۹؛ تراسبی ۲۰۱۰). همه صنایع در این مدل نیازمند خلاقیت به عنوان یک ورودی اساسی بوده و تمام محصولات با سطحی از محتوای فرهنگی ارائه می‌شوند و از مالکیت معنوی به عنوان منبع قدرت اقتصادی بهره‌مند می‌شوند (تراسبی، ۲۰۱۰). شکل ۶ مدل تراسبی از صنایع فرهنگی را نشان می‌دهد.



شکل ۶. مدل دایره‌های هم‌مرکز تراسبی (تراسبی، ۲۰۰۸):

۱۵۰

مدل دایره‌های هم‌مرکز بنیاد کار (WF): در سال ۲۰۰۷ بنیاد کار با همکاری DCMS مدلی را ارائه کرد که مبتنی بر مدل دایره‌های هم‌مرکز تراسبی بود. در مرکز مدل «هسته خلاق» جای دارد. در اینجا هسته خلاق نماینده «هنرهای

انتشار و مصرف متون یا پیام‌های نمادینی نسبت می‌دهد که توسط رسانه‌هایی نظیر رادیو-تلویزیون، سینما، کتاب و مطبوعات منتقل می‌شوند (هزمونداگ، ۲۰۱۳). این مدل از سه گروه و ۱۲ زیرگروه تشکیل می‌شود. جدول ۵ این دسته‌بندی‌ها را نشان می‌دهد (آنکتاد، ۲۰۱۰؛ آریتز و همکاران، ۲۰۱۹).

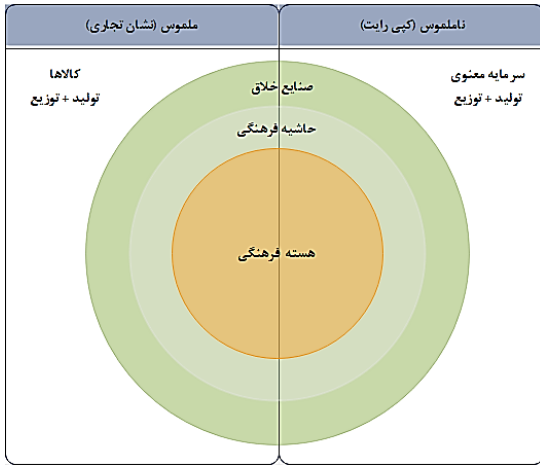
جدول ۵. رویکرد متون نمادین هزمونداگ (آنکتاد، ۲۰۱۰؛ آریتز و همکاران، ۲۰۱۹):

مدل متون نمادین		
صنایع فرهنگی اصلی	صنایع فرهنگی پیرامونی	صنایع فرهنگی مرزی
-تیلیغات	-هنرهای خلاق	-مد
-فیلم		-ترجمه/فزار
-اینترنت		-ورزش
-موسیقی		-الکترونیک مصرف کننده
-چاپ و نشر		
-رادیو و تلویزیون		
-بازی‌های کامپیوتری و وب‌بومی		

مدل دایره‌های هم‌مرکز (تراسبی): مدلی که در تعریف خود از کالاها و خدمات فرهنگی، ویژگی‌های اقتصادی و فرهنگی را با یکدیگر تلفیق می‌کند، مدل دایره‌های هم‌مرکز است (تراسبی، ۲۰۱۰) و به تخمین ارزش فرهنگ و هنر می‌پردازد (جانسون، ۲۰۱۹). مطابق این مدل محتوای فرهنگی از تلفیق ایده‌های خلاق منبعت شده و منجر به تولید و ارائه صوت، متن و تصویر می‌گردد. این ایده‌ها ریشه در هنرهای خلاق اصیل دارند. این مدل اولویت را به فرایندهای خلاق هنری (متمایز از خلاقیت علمی) می‌دهد و به همین دلیل هنرهای خلاق اصیل در مرکز مدل قرار می‌گیرند (تراسبی، ۲۰۰۸).

تراسبی بارزترین ویژگی صنایع فرهنگی را، ارزش یا محتوای فرهنگی کالاها و خدمات تولید شده می‌داند. کالاهای مختلف درجات متفاوتی از محتوای فرهنگی نسبت به ارزش تجاری خود دارند. طبق این مدل هرچه محتوای فرهنگی یک کالا یا خدمت مشخص‌تر باشد صنعت تولیدکننده آن با قدرت بیشتری ادعا خواهد کرد که صنعتی فرهنگی است؛ بنابراین دایره‌های هم‌مرکز در این زمینه تعیین‌کننده‌اند (تراسبی، ۲۰۱۰). مدل تراسبی چهار بخش از صنایع فرهنگی را شامل می‌شود. فعالیت‌هایی که به مرکز نزدیک‌ترند سهم بیشتری از محتوای فرهنگی را دارند؛

مشاغل و صناعی هستند که ممکن است به هسته اضافه شوند تا یک مطالعه خاص اقتصاد خلاق محلی شکل گیرد (دناتال و اسال، ۲۰۰۷). این مدل تولیدات فرهنگی را به دو نوع ملموس و ناملموس تقسیم می‌کند. کالاهای ملموس از طریق نشان تجاری و کالاهای ناملموس از طریق حق کپی‌رایت حمایت می‌شوند (جانسون، ۲۰۱۹). شکل ۸ مدل نفا را نشان می‌دهد.

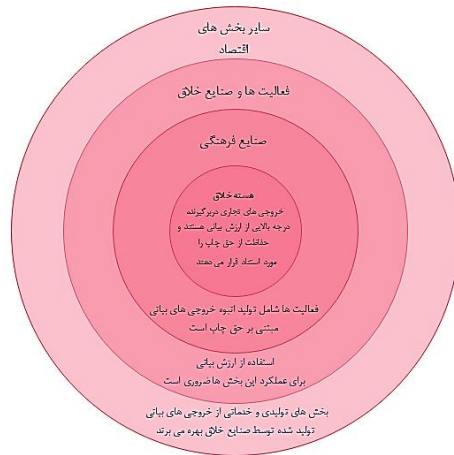


شکل ۸. مدل نفا (دناتال و اسال، ۲۰۰۷)

مدل دایره‌های هم‌مرکز بیکر: مدل دایره‌های هم‌مرکز که توسط بیکر (۲۰۱۷) ارائه شده است، مشاغل و صنایع فرهنگی را از مشاغل و صنایع خلاق متمایز می‌سازد. این دیدگاه همسو با دیدگاه اندیشمندانی نظیر گیبسون و کونگ (۲۰۰۵) و گالوی و دانلوپ (۲۰۰۷) است. گالوی و دانلوپ معتقدند یکی پنداشتن صنایع خلاق و فرهنگی باعث مدفون شدن هدف اصلی سیاست‌گذاری فرهنگی شده و از نکته اصلی درباره مزایای عمومی مهم حاصل از فرهنگ غافل می‌شود؛ مزایایی که قابل حصول در بازار نیستند و شیوه متداول در نگاه به بخش فرهنگی به عنوان بخشی از اقتصاد عظیم خلاق، به سادگی این بخش را شامل دستور کار اقتصادی می‌کند که شمول مناسبی نیست (جانسون، ۲۰۱۹: ۲۹).

در مدل بیکر (شکل ۹) صنایع خلاق فرهنگی زیرمجموعه‌ای از صنایع خلاق هستند.

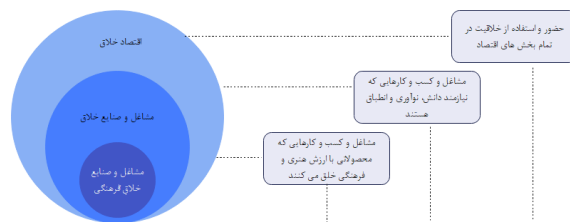
اصیل سنتی» نیست بلکه تمام انواع «تولیدات اصیل» -هم فرهنگ عمومی و هم برنامه‌های خاص کامپیوتری- را شامل می‌شود. در لایه دوم «صنایع فرهنگی» جای دارند که به دنبال تجاری‌سازی تولیدات خلاق‌اند. فیلم، تلویزیون، رادیو، صنعت موسیقی و بازی‌های کامپیوتری در این دسته قرار می‌گیرند (اوکونر، ۲۰۰۷؛ هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳). لایه سوم «صنایع خلاق» هستند که «تولیدات اصیل» را شامل شده و آنها را با یک عملکرد معین تلفیق می‌کنند؛ چرا که ساختمان‌ها باید سرپا باشند، تبلیغات باید بفروشند، لباس‌ها باید پوشیده شوند و طراحی باید به حیات خود ادامه دهد (اوکونر، ۲۰۰۷). در لایه آخر بخش‌های وسیع‌تر اقتصاد قرار می‌گیرند که ورودی‌های خلاق را به کار می‌گیرند تا تجربه‌ای را به فروش برسانند (مانند پارک‌های موضوعی و موزه‌ها) (هاتلی و همکاران، ۲۰۱۳؛ اوکونر، ۲۰۰۷). شکل ۷ مدل بنیاد کار را نشان می‌دهد.



شکل ۷. مدل بنیاد کار (جَنول و هاتون، ۲۰۰۷)

مدل نفا (بنیاد هنرهای انگلستان جدید): دناتال و اسال (۲۰۰۷) در گزارشی که برای بنیاد نفا ارائه دادند، چهارچوب استاندارد را جهت سنجش سهم فرهنگی اقتصاد خلاق معرفی کردند (جانسون، ۲۰۱۹). در هسته فرهنگی، مشاغل و صناعی قرار می‌گیرند که بر تولید و توزیع کالاها و خدمات فرهنگی و سرمایه معنوی تمرکز دارند. در این مدل هسته فرهنگی در دل صنایع وسیع‌تری که صنایع خلاق نام دارند، قرار می‌گیرد. صنایع فرهنگی پیرامونی که در لایه بیرونی هسته قرار دارند، نشان‌دهنده

هزموندالگ در مدل متون نمادین، همانند اوکونر بر ایجاد یا انتقال معنای نمادین که معرف فرهنگ است، تأکید می‌کند. در اینجا ارزش اقتصادی کالاها از ارزش فرهنگی آنها منبعث می‌شود و تولید فرهنگ به تولید و انتقال معنا اشاره دارد. در رویکرد فرانسوی از صنایع فرهنگی و رویکرد اس‌نت نیز بر صنایع فرهنگی تمرکز شده است.



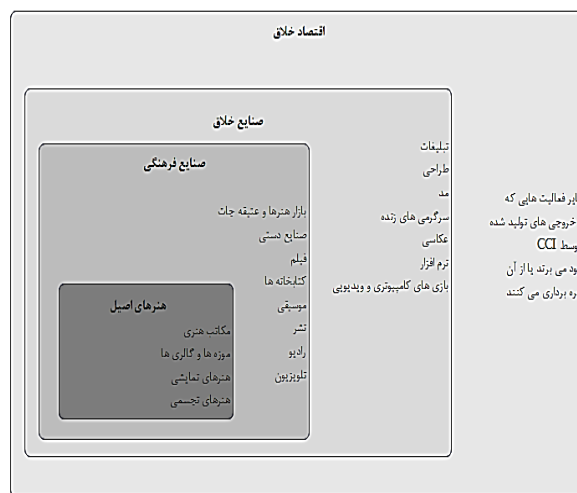
شکل ۹. مدل بیکر (بیکر، ۲۰۱۹)

مدل تومک‌زک و استاچویاک: تومک‌زک و استاچویاک (۲۰۱۵) با مطالعه مدل‌ها و رویکردهای پیشین مرزهای صنایع خلاق و فرهنگی را مطابق شکل ۱۰ مشخص کرده‌اند.

بخش فرهنگی و خلاق کمیسیون اروپا، ضمن پذیرش ویژگی‌های خلاقیت، مالکیت معنوی و معنای نمادین بر مفهوم ارزش استفاده تأکید کرده و صناعی مانند مد، تبلیغات و معماری را علی‌رغم تضمین معنای نمادین، صنایع فرهنگی به شمار نمی‌آورد؛ چرا که این صنایع مانند خودروسازی و تولیدات خانگی، کارکرد (کاربردی و سودمند بودن) را در درجه اول اهمیت قرار می‌دهند.

دیوید تراسبی در توجه به مفهوم «ارزش استفاده» با معرفی مفهوم «کالای مشترک» معتقد است، برای بسیاری از کالاها تشخیص نسبت ارزش فرهنگی و ارزش کارکردی آنها دشوار است و بایستی هم‌زمان هر دو نوع ارزش را در آن کالاها جستجو کرد. به همین دلیل آن کالاها را به لحاظ اقتصادی «کالاهای مشترک» می‌نامد؛ مانند صنعت مد و تبلیغات که هم ارزش فرهنگی و هم ارزش کارکردی ایجاد می‌کنند و شناخت نسبت این ارزش‌ها دشوار است (گالوی و دانلوپ، ۲۰۰۷). سایر مدل‌های دایره‌های هم‌مرکز مانند مدل بیکر و مدل بنیاد کار صنایع خلاق را صناعی معرفی می‌کنند که کالاها و خدمات خلاق تولید کرده و صنایع فرهنگی را در بر می‌گیرند. در مدل وزارت تجارت و صنعت سنگاپور، مدل نفا، مدل تومک‌زک و استاچویاک و نیز رویکردهای یونسکو و یورستات صنایع خلاق مفهومی گسترده بوده و صنایع فرهنگی را شامل می‌شوند.

مطابق رویکرد آنکتاد خوشه‌های صنایع خلاق دربرگیرنده فعالیت‌های بالادستی نظیر هنرهای سنتی، هنرهای نمایشی، ادبیات و هنرهای تجسمی و فعالیت‌های پایین‌دستی نظیر تبلیغات، طراحی، چاپ و نشر و رسانه‌های مرتبط می‌باشند. از این منظر صنایع فرهنگی زیرمجموعه‌ای از صنایع خلاق هستند. این در حالی است که صنایع خلاق در کنار صنایع توزیع‌محور ذیل خوشه وسیع‌تر صنایع کپی‌رایت قرار می‌گیرند (آنکتاد، ۲۰۰۴).



شکل ۱۰: مدل تومک‌زک و استاچویاک (تومک‌زک و استاچویاک، ۲۰۱۵)

۶- یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از مقایسه و انطباق مدل‌های صنایع خلاق و فرهنگی در جدول ۶ آمده است. مطابق یافته‌ها، در طبقه‌بندی DCMS از صنایع خلاق به علت تأکید بر خلاقیت فردی و مالکیت معنوی و عدم توجه به معنای نمادین، تمام فعالیت‌های اقتصادی ذیل این صنایع قابل تعریف هستند؛ چون تقریباً تمام فعالیت‌ها چه در مرحله تولید و چه در مرحله نوآوری و ارائه خدمات، درجه‌ای از خلاقیت را دارا می‌باشند. این امر باعث شکل‌گیری مجموعه‌ای از انتقادات درباره این تعریف شده و آن را زیر سؤال برده است (اوبرین، ۲۰۱۴).

و هنرهای خلاق اصیل (نظیر هنرهای تجطسمی و نمایشی) در زمره صنایع فرهنگی «جانبی» قرار می‌گیرند. چرا که علی‌رغم تولید معنای نمادین، با روش‌های نیمه‌صنعتی یا غیرصنعتی تولید می‌شوند (گالوی و دانلپ، ۲۰۰۷).

هزمونداگ (۲۰۰۲) در فهرست خود از صنایع فرهنگی، هنرهای خلاق اصیل را مستثنا کرده است. چون به‌زعم او نیز، صنایع فرهنگی محوری با تولید در مقیاس صنعتی سروکار دارند. پس تبلیغات، بازاریابی، رادیو و تلویزیون، فیلم، اینترنت، صنایع موسیقی و چاپ و نشر در زمره صنایع فرهنگی محوری

جدول ۶. دسته‌بندی رویکردها و مدل‌های صنایع خلاق و فرهنگی (منبع: یافته‌های محقق)

رویکردها و مدل‌های صنایع فرهنگی و خلاق	نوع نگاه به صنایع فرهنگی و خلاق	رسانه‌هایی که در این طبقه‌بندی حضور دارند
رویکرد وزارت فرهنگ، ورزش و رسانه بریتانیا (DCMS)	تمرکز بر صنایع خلاق	فیلم، تلویزیون، رادیو، ویدئو، چاپ و نشر و موسیقی
رویکرد اقتصاد تجربه	تمرکز بر صنایع خلاق و فرهنگی	رادیو، تلویزیون، فیلم، ویدئو، رسانه‌های چاپی و موسیقی
رویکرد یونسکو	تمرکز بر صنایع فرهنگی (صنایع خلاق شامل صنایع فرهنگی)	رسانه‌های صوتی-تصویری، چاپ و نشر، رسانه‌های تعاملی
رویکرد پورسات (LEG Culture)	تمرکز بر صنایع فرهنگی (با تکیه بر رویکرد یونسکو)	رسانه‌های صوتی، رسانه‌های سمعی-بصری، چندرسانه‌ای‌ها، نشریات
رویکرد صنایع محتوایی (OECD)	تمرکز بر صنایع محتوایی	پخش سراسری، فیلم، خدمات چندرسانه‌ای
رویکرد فرانسوی صنایع فرهنگی	تمرکز بر صنایع فرهنگی	فیلم و تلویزیون، روزنامه، مطبوعات و مجلات، رادیو و تلویزیون ماهواره‌ای، موسیقی، ویرایش کانال‌های تلویزیونی، فیلم تبلیغاتی و فیلم برای تئاتر
رویکرد بخش فرهنگی و خلاق کمیسیون اروپا (KEA)	تمرکز بر صنایع فرهنگی و خلاق با تفکیک کامل صنایع فرهنگی از خلاق	فیلم، ویدئو، رادیو، تلویزیون، چاپ و نشر، بازی‌ها و موسیقی
رویکرد شبکه صنایع خلاق اسپانیا	تمرکز بر صنایع خلاق	رسانه‌های سمعی و بصری، چاپ و نشر
رویکرد وزارت تجارت و صنعت سنگاپور	صنایع خلاق گسترده‌تر از صنایع فرهنگی و دربرگیرنده آن	
رویکرد اس نت (شبکه نظام آماری اروپا)	تمرکز بر فرهنگ و مفولعه‌های فرهنگی	رسانه‌های سمعی-بصری، ویدئو، رادیو و تلویزیون، بازی-های ویدئویی، چاپ و نشر و موسیقی
رویکرد آنکاد	تمرکز بر صنایع خلاق	چاپ و نشر، صوت و تصویر، رسانه‌های نوین
رویکرد صنایع کپی‌رایت (WIPO)	تمرکز بر صنایع کپی‌رایت	رادیو، تلویزیون، ویدئو، چاپ و نشر، موسیقی و تصاویر متحرک
رویکرد نستا	تمرکز بر صنایع خلاق	فیلم، اینترنت، رادیو، تلویزیون، چاپ و نشر، موسیقی و بازی‌ها
مدل متون نمادین هزمونداگ	تمرکز بر صنایع فرهنگی	فیلم، رادیو، تلویزیون، چاپ و نشر، بازی‌های کامپیوتری و ویدئویی، موسیقی، اینترنت
مدل دایره‌های هم‌مرکز تراسی	تمرکز بر صنایع فرهنگی و خلاق (صنایع خلاق شامل صنایع فرهنگی)	فیلم، رادیو، تلویزیون، چاپ و نشر، بازی‌ها و موسیقی
مدل دایره‌های هم‌مرکز بیکر	تمرکز بر صنایع فرهنگی و خلاق (صنایع خلاق شامل صنایع فرهنگی)	
مدل دایره‌های هم‌مرکز بنیاد کار	تمرکز بر صنایع فرهنگی و خلاق (صنایع خلاق شامل صنایع فرهنگی)	فیلم، تلویزیون، رادیو، بازی‌ها و موسیقی
مدل نفا	صنایع خلاق دربرگیرنده صنایع فرهنگی	
مدل تومک‌زک و استاچویاک	صنایع خلاق دربرگیرنده صنایع فرهنگی	چاپ و نشر، رادیو و تلویزیون و موسیقی

۷- بحث و نتیجه گیری

استفاده از عنوان «خلاقیت» و تغییر از فرهنگی به خلاق به طور گسترده مورد بحث قرار گرفته است. بسیاری از اندیشمندان، صنایع فرهنگی و صنایع خلاق را یکسان فرض کرده و این دو مفهوم را به جای یکدیگر به کار می‌برند (گالوی و دانلپ، ۲۰۰۷). برای عده‌ای این تغییر به معنای به رسمیت شناختن محوریت فرهنگ است که صرفاً با عنوان «خلاقیت» نوشته می‌شود. برای عده‌ای دیگر این تغییر نام بی‌معنا به نظر می‌رسد؛ چرا که از نظر آنها تعیین اینکه چه چیزی خلاق است و چه چیزی غیرخلاق و یا تعیین تفاوت خلاقیت علمی و فناورانه با خلاقیت فرهنگی، سؤالاتی بی‌پاسخ هستند (اوکونر، ۲۰۱۱). عده‌ای صنایع خلاق را عنوانی مناسب‌تر دانسته و به جای صنایع فرهنگی به کار می‌برند. کانینگهام معتقد است تغییرات فناورانه شامل ظهور وب جهان‌گستر و دیجیتالی‌سازی، مفهوم قدیمی «صنایع فرهنگی» را که بر هنر و رسانه‌هایی نظیر فیلم، رادیو-تلویزیون و موسیقی متمرکز بود کنار زده و مفهوم «صنایع خلاق» را جایگزین آن کرده است. به زعم او صنایع فرهنگی کلاسیک از پیشرفت تکنولوژیک قرن ۲۰ ظهور کرده بودند و صنایع خلاق حاصل تغییرات فناورانه اواخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱ می‌باشند (گالوی و دانلپ، ۲۰۰۷). عده‌ای مانند میلر ۲۰۰۹ و تورنر ۲۰۱۱ به دلایل سیاسی اصطلاح صنایع فرهنگی را به صنایع خلاق ترجیح می‌دهند و معتقدند گذار از صنایع فرهنگی به خلاق به معنی عقب‌نشینی کردن از تعهد به منفعت عمومی و جایگزینی آن با سودآوری و درآمد بازار است. گارنهام معتقد است، اندیشمندان این حوزه به جای آنکه به‌سادگی به نقد ایدئولوژیک صنایع فرهنگی پرداخته و چنین فرض کنند که فرهنگ از طریق قالب‌های صنعتی‌شده تولید و توزیع به انحراف کشیده شده است، بایستی با عمق بیشتری مباحث «اقتصاد اطلاعات» را بررسی کنند (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳).

اوکونر (۲۰۱۱) معتقد است با استفاده از اصطلاح خلاقیت، استقلالی که هنر در برابر فرهنگ تثبیت شده ادعا می‌کرد - یعنی مواجهه با بایدونباید، زیرپا گذاشتن عامدانه قوانین، پیروی از منطق زیبایی‌شناختی و روش‌شناسی غیرمنطقی و خاص هنر- اکنون به بخشی از معنای نمادین تبدیل

شده‌است که شکل‌دهنده ظرفیت همه افراد است؛ به عبارت دیگر خلاقیت نوعی خاص از زیبایی‌شناسی و هنر مستقل را در بر گرفته و آن را به یک ویژگی انسانی جهانی تبدیل کرده است که دیگر در انحصار هنرمند نیست بلکه می‌تواند برای توسعه اجتماعی و اقتصادی گسترده‌تر در دسترس قرار گیرد (اوکونر، ۲۰۱۱).

بررسی رویکردها و مدل‌های موجود نشان می‌دهد که در برخی از رویکردها مانند رویکرد کمیسیون اروپا صنایع خلاق و صنایع فرهنگی به طور کامل از هم تفکیک شده‌اند. مطابق این رویکرد صنایع خلاق نظیر تبلیغات، طراحی و معماری صنایع فرهنگی نیستند اما از عناصر فرهنگی و هنری برای ارائه خروجی کاربردی بهره می‌برند. به عبارتی دیگر بخش خلاق زمانی شکل می‌گیرد که فرهنگ و هنر وارد تولید در سایر بخش‌های اقتصادی (نظیر طراحی خودرو و معماری) می‌شود. پس از آنجایی که در این بخش‌های اقتصادی هدف اصلی، تولید و ارائه محصول کاربردی است و هنر و فرهنگ نقش جانبی ایفا می‌کنند، صنایع خلاق صنایع غیرفرهنگی نامیده می‌شوند. این رویکرد مورد انتقاد اوکونر واقع شده است. اوکونر می‌پرسد، چگونه می‌توان پس از پنجاه سال مطالعات فرهنگی، صنایعی مانند طراحی، تبلیغات و مد را غیرفرهنگی دانست و به دلیل «هنر اصیل نبودن» کنار گذاشت. از نظر اوکونر این رویکرد در تعریف صنایع خلاق و فرهنگی و تحدید مرزهای آن موفق نبوده و قابل‌اتکا نیست.

رویکرد کمیسیون اروپا یادآور دیدگاه اندیشمندانی مانند بیلتون، لری و مارتین است که در تعریف صنایع فرهنگی، در کنار معنای نمادین، بر مفهوم «ارزش استفاده» توجه می‌کنند و اولین ویژگی خدمات نمادین را انتقال ایده‌ها می‌دانند. در این تعاریف صنایع تبلیغات، مد و معماری به علت اینکه کاربردی بودن را در درجه اول اهمیت قرار می‌دهند، صنایع فرهنگی به شمار نمی‌آیند. در رویکرد متون نمادین هزموندالگ نیز صنایعی مانند خودروسازی که کالاهای با ارزش نمادین تولید می‌کنند اما هدف اول آنها ارائه خدمات معنادار نیست، صنایع فرهنگی محسوب نمی‌شوند. هزموندالگ اصطلاح صنایع فرهنگی را ترجیح داده و معتقد است این مفهوم بهتر می‌تواند پویایی‌های آنچه را که او بخش «هسته‌ای» می‌نامد نظیر فیلم، موسیقی،



فرهنگی همواره خلاق هستند و می‌توان از عناوین «صنایع خلاق» یا «صنایع فرهنگی و خلاق» برای اشاره به آنها بهره برد؛ اما صنایع خلاق بر اساس میزان بهره‌ای که از خلاقیت و هنر می‌برند و اهداف کمتر تجاری یا تجاری‌تری که دنبال می‌کنند، صنایعی هستند که گاهی به‌سختی فرهنگی و گاهی کاملاً فرهنگی نامیده می‌شوند. به همین دلیل است که استفاده از عنوان صنایع فرهنگی به جای صنایع خلاق (که مفهومی گسترده است) و یکی پنداشتن صنایع فرهنگی و صنایع خلاق نادرست خواهد بود.

از طرفی بررسی جایگاه رسانه‌ها در رویکردهای مورد بررسی نشان می‌دهد که در تمام آنها، رسانه‌ها از جمله رادیو-تلویزیون، روزنامه، مطبوعات، موسیقی و چندرسانه‌ای‌ها بخش لاینفک صنایع فرهنگی بوده و هیچ رویکردی وجود ندارد که در طبقه‌بندی خود از صنایع فرهنگی، رسانه‌ها را نادیده گرفته و یا در درجه پایینی از اهمیت قرار دهد. هم‌موندالگ رسانه‌ها را هسته صنایع فرهنگی می‌داند و تراسبی آنها را به‌عنوان صنایع فرهنگی گسترده مورد توجه قرار می‌دهد. یونسکو آنها را صنایع فرهنگی اصلی دانسته و شبکه نظام آماری اروپا رسانه‌ها را در مقوله‌های فرهنگی خود جای داده است. کمیسیون اروپا آنها را در بخش فرهنگی صنعتی گنجانده و رویکرد شبکه صنایع اسپانیا توجه ویژه‌ای به رسانه‌ها داشته است؛ بنابراین هیچ تردیدی وجود ندارد که رسانه‌ها به‌عنوان صنایع فرهنگی در سراسر جهان پذیرفته شده‌اند. لذا می‌توان آنها را ذیل «صنایع خلاق» نیز تعریف کرده و آنها را «صنایع فرهنگی و خلاق» نامید و این عناوین را به جای یکدیگر در رابطه با رسانه‌ها به کار برد.

با توجه به نتایج به دست آمده عنوان «صنایع خلاق فرهنگی» با عنوان «صنایع فرهنگی خلاق» یکسان نبوده و استفاده از هر یک بار معنایی خاصی ایجاد خواهد کرد. طبق نتایج، هر صنعت فرهنگی همواره خلاق است و لذا به کارگیری عنوان «صنایع فرهنگی خلاق» می‌تواند این معنا را به ذهن متبادر سازد که «صنایع فرهنگی غیرخلاق» نیز وجود دارد که صحیح نیست. لذا استفاده از واژه خلاق پس از فرهنگی زائد به نظر می‌رسد. اما عنوان «صنایع خلاق فرهنگی» - با توجه به درجه کمتر فرهنگی یا فرهنگی تر

رادیو-تلویزیون و محتوای دیجیتال را به تصویر بکشد. هم‌موندالگ برخلاف سایر اسناد سیاست فرهنگی که هنرهای اصیل را در هسته صنایع فرهنگی تعریف می‌کنند، رسانه‌ها را در مرکز صنایع فرهنگی قرار می‌دهد (هارتلی و همکاران، ۲۰۱۳).

اگر مطابق رویکرد کمیسیون اروپا، صنایع خلاق غیرفرهنگی خوانده شوند، آیا صنایع فرهنگی نیز غیرخلاق خواهند بود و نمی‌توان صنایع فرهنگی را صنایع خلاق نامید؟ پاسخ به این سؤال را در مدل‌های دایره‌های هم‌مرکز می‌توان یافت.

تراسبی در مدل دایره‌های هم‌مرکز ضمن توجه به معنای نمادین و ارزش استفاده، به هر دو جنبه فرهنگی و اقتصادی صنایع فرهنگی توجه کرده و مفهوم کالای مشترک را ارائه داده است. او به مرزبندی صنایع فرهنگی و خلاق پرداخته اما نه به‌گونه‌ای که باعث معرفی صنایع خلاق به عنوان صنایع غیرفرهنگی شود. او معتقد است همان‌گونه که صنایع فرهنگی با تکیه بر خلاقیت، کالای فرهنگی تولید می‌کنند، صنایع خلاق نیز با تکیه بر خلاقیت کالاها و خدمات خلاق ارائه می‌دهند. خلاقیت یک عنصر ورودی اساسی برای هر دوی آنهاست. در صنایع خلاق تمام محصولات با سطحی از محتوای فرهنگی ارائه می‌شوند. بدین ترتیب که صنایع خلاق که سطح فرهنگی محتوا در بالاترین سطح است صنایع فرهنگی اصیل خوانده می‌شوند و در مرکز قرار می‌گیرند و صنایع خلاق که سطح تجاری محتوا در بالاترین سطح باشد، صنایع خلاق مرتبط نامیده می‌شوند و در لایه‌های پیرامونی بیرونی قرار می‌گیرند. در هر دو حالت عنصر خلاقیت و فرهنگ و هنر به عنوان عنصری کلیدی حضور دارد. در سایر مدل‌های دایره‌های هم‌مرکز مانند مدل بیکر و مدل بنیاد کار و نیز در رویکردهای ارائه‌شده توسط یونسکو، آنکتاد و وزارت تجارت، صنعت و معدن سنگاپور، صنایع خلاق صنایعی معرفی شده‌اند که همچون چتری صنایع فرهنگی را احاطه می‌کنند. در تمام این مدل‌ها و رویکردها، اگرچه صنایع خلاق از صنایع فرهنگی متمایز شده‌اند، اما صنایعی غیرفرهنگی به شمار نیامده‌اند. به همین ترتیب صنایع فرهنگی نیز غیرخلاق فرض نشده‌اند؛ چرا که عنصر خلاقیت در هسته آفرینش فرهنگی قرار دارد؛ بنابراین می‌توان گفت غالب اندیشمندان بر این عقیده‌اند که صنایع



مدل‌های یاد شده، به هسته خلاق نزدیک‌تر بوده و در لایه‌های نزدیک به مرکز قرار دارند. در متون انگلیسی به جای این عنوان غالباً از عنوان «صنایع خلاق و فرهنگی»^۱ استفاده می‌شود که به اختصار "CCI" خوانده می‌شوند.

بودن صنایع خلاق- به آن دسته از صنایع خلاق اشاره دارد که به هسته خلاق و فرهنگی نزدیک‌تر هستند. مدل بیکر (۲۰۱۹) این نکته را به خوبی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر هنگامی که سخن از صنایع خلاق فرهنگی به میان می‌آید، صنایعی نظیر رسانه‌ها به ذهن خطور می‌کنند که مطابق

منابع

11. Department of Culture, media and sports. (2016). *Creative Industries Economic Estimates\Methodology*.
12. ESSnet-CULTURE. (2012). European Statistical System Network on Culture - Final Report. In *EssnetCulture*.
13. Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). A Critique of Definitions of The Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17-31.
14. Garnham, N. (2005). From Cultural to Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
15. Hartley, J. (Ed.). (2005). *Creative Industries*. Blackwell Publishing.
16. Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. Sage.
17. Heng, T. M., Choo, A., & Ho, T. (2003). Economic Contributions of Singapore's Creative Industries. *Economic Survey of Singapore, First Quarter*, 51-75. <http://www.ico-d.org/database/files/library/singapore.pdf>
18. Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2011). *Creative Labour*. Routledge.
19. Johnson, T. G. (2019). *Existing Conceptual Models of Arts and Culture: An Inventory* (p. 48). Rural Policy Research Institute.
20. Jowell, T., & Hutton, W. (2007). Staying ahead: the Economic Performance of the UK 's Creative Industries. In *The work foundation* (pp. 1-280).

۱. تراسبی، د. (۱۳۸۷). *اقتصاد و فرهنگ*. (کاظم فرهادی مترجم). تهران: نشر نی (نشر اصلی اثر ۲۰۰۱).
۲. تراسبی، د. (۱۳۹۳). *اقتصاد سیاست فرهنگی*. (سوسن علایی مترجم). تهران: انتشارات سوره مهر (نشر اصلی اثر ۲۰۱۰).
۳. درزی، ق. (۱۴۰۲). مطالعه تطبیقی میان‌رشته‌ای قرآن و عهدین، گونه‌ها و نمونه‌ها. *نشریه تحقیقات علوم قرآن و حدیث*، ۵۷، ۲۵-۴۲.
۴. شریفی، س. م.، محمدی، ح. ع.، و انصاری، ن. (۱۳۹۷). *مدیریت منابع انسانی در صنایع خلاق*. انتشارات مدیریت صنعتی.
۵. محمدی، م.، حاجی زاده، پ. و کمالیان، ی. (۱۳۹۷). *سازمان صنایع خلاق*. پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی حکمت.
6. Baeker, G. (2017). cultural economies What Are They and How Do We Build Them? *Economic Development Journal*, 16(2), 37-43.
7. Banks, M. (2007). The Polotics of Cultural Work. In *the Open University*. Palgeave Macmillan.
8. DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. National Statistics on the Creative Industries.
9. DCMS, Statman, M., & Glushkov, D. (2016). Classifying and Measuring the Creative Industries. *Journal of Portfolio Management*, 42(2), 140-151.
10. Denatale, D., & Wassall, G. H. (2007). *The Creative Economy: A New Definition* (p. 64). NEW England Foundation for the Art (nefa).

1. Creative and Cultural Industries



Ekonomiaz, 24–44.

24. O'Connor, J. (2007). The cultural and creative industries: a review of the literature. In *Creative Partnerships London*.

25. PEC. (2022). *National Statistics on the Creative Industries*. Creative Industries Policy & Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/news/national-statistics-on-the-creative-industries>.

21. KEA. (2006). *The Economy of Culture in Europe: Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. European Commission.

22. O'Brien, D. (2014). CULTURAL POLICY. In *Routledge*.

23. O'connor, J. (2011). *The Cultural and Creative Industries: A Critical History*.





Studying the Relationship of the Following Concepts- Creative Industries, Cultural Industries and Creative Cultural Industries- and the Concept of Media: Toward a Theoretical Integrity

* Nafiseh Ansari



** Seyed Mahdi Sharifi



*** Majid Mokhtarianpour



**** Bibi Marjan Fayyazi



* Ph.D. student, Department of Media Management and Business Communication, Faculty of Business Management, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. ansari.nafiseh@ut.ac.ir

** Associate Professor, Department of Media Management and Business Communication, Faculty of Business Management, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. sharifee@ut.ac.ir

*** Assistant Professor, Department of Public Policy Making and Administration, Faculty of Public Administration and Organizational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. mokhtarianpour@ut.ac.ir

**** Associate Professor, Department of Leadership and Human Capital, Faculty of Public Administration and Organization Science, University of Tehran, Tehran, Iran. mfayyazi@ut.ac.ir

Received: 12.02.2024

Accepted: 17.04.2024

Abstract

The classification of media as either creative or cultural industries has long been a subject of contention. Some advocate for labeling them as creative, while others insist on their categorization as cultural. Additionally, there are those who opt for the term "creative and cultural industries," and others who advocate for "creative cultural industries." Often, these designations are made without a comprehensive understanding of the commonalities and distinctions between these concepts. Using a comparative method, this study aims to explore the principal approaches and models of creative and cultural industries - encompassing 19 models - to assess the suitability of each of these concepts - "creative industries," "cultural industries," "cultural creative industries," and "creative cultural industries" - in elucidating the concept of "media." These approaches are synthesized through an examination of reliable scientific sources such as articles, books, and international reports. The findings indicate that cultural industries invariably entail creativity, whereas the converse is not always true; that is, creative industries may occasionally exhibit considerable cultural elements, while at other times they may lack such attributes. Therefore, it is inaccurate to universally apply the label of cultural industries to all creative industries and to equate cultural industries with creative ones. However, media, being an integral component of cultural industries, can be aptly referred to as "creative industries" and "cultural and creative industries," with these terms being interchangeable in the context of media.

Keywords: Creative Industries, Cultural Industries, Media, Culture Industry, Comparative Study.

Corresponding Author: Seyed Mahdi Sharifi- sharifee@ut.ac.ir



Introduction

With the emergence of creative industries in the current era, the media, previously known as cultural industries, have found a special place in the economic arena. The economic value created by media has challenged their definition as cultural or creative industries. Some researchers use these concepts interchangeably without considering their differences or similarities. However, others believe that applying the title of creative industries to the media questions their artistic and cultural goals. Proponents of this view consider "creative industries" inappropriate and emphasize the use of "cultural industries" (Hartley et al., 2013; UNCTAD, 2022). Based on some approaches, the title of creative industries is used for those industries that create high economic value and play a significant role in the development of the creative economy (KEA, 2006). Consequently, some media may be excluded from the definition of creative industries. Some believe that industries that produce products such as cars, shoes, etc., where creativity is a part of their production process, can be classified as cultural industries and are equal to industries such as film and music (Bilton and Larry, 2010).

Tomczak and Stachowiak (2015) classify radio and television as cultural industries within creative industries. Conversely, Baker (2017), Gibson and Kong (2015), and Galloway and Dunlop (2007) differentiate cultural industries from creative ones. Denatale and Wassall (2007) and Jowel and Hutton (2007) include media in cultural industries under a broader category, creative industries. Johnson (2019) states that placing cultural activities within the creative industries buries the vital cultural policy objectives and misses the point about the important public benefits provided by culture.

Studies suggest a blurred boundary between creative and cultural industries, impacting how media are categorized economically and culturally. Media policymakers should determine whether they consider the media as industries that have artistic and cultural goals and rely on subsidies and government support, or define them as industries that seek to achieve commercial goals along with cultural and artistic value. By analyzing the most important approaches and models, this study compared these concepts and examined whether the media are creative industries, cultural industries, creative cultural industries, or cultural creative industries.

Research Method

This research was conducted using the comparative study method, considered one of the most fundamental methods of research and a suitable way for explaining phenomena and a common solution for improving cognitive abilities (Darzi, 1401; quoted by Freiberger, 2019). In this study, the views, approaches, and models of creative and cultural industries were collected by searching in reliable scientific sources (articles, books, and international reports) and compared to examine the capabilities of the concepts of "creative industries," "cultural industries," "creative cultural industries," and "cultural creative industries" in describing the concept of "media."

Research Findings

DCMS focuses on individual creativity and intellectual property rather than symbolic meaning, thus encompassing almost all economic activities as creative industries due to their inherent creativity (O'Brien, 2014). Hesmondhalgh's model emphasizes the creation or transmission of symbolic meaning, valuing cultural significance over economic value. The French and SNET approaches also prioritize cultural industries. The European Commission's cultural and creative department emphasizes use value over symbolic meaning, excluding industries like fashion and advertising despite their cultural impact. Throsby introduces the concept of "common



goods," acknowledging the challenge of distinguishing cultural and functional value in industries like advertising and fashion (Galloway & Dunlop, 2007). Baker's and Labor Foundation models classify creative industries as those producing creative goods and services, encompassing cultural industries. UNCTAD clusters creative industries to include traditional and modern arts, positioning cultural industries within a broader creative sector. Hesmondhalgh differentiates original creative arts from core cultural industries, categorizing them as "side" cultural industries due to their production methods (Galloway & Dunlop, 2007).

Discussion and Conclusion

Examining the existing approaches and models shows that in some approaches, such as the approach of the European Commission, creative and cultural industries are completely separated. According to this approach, creative industries such as advertising, design, and architecture are not cultural industries, but they use cultural and artistic elements to provide practical output. In other words, when culture and art are applied in other economic sectors (such as car design and architecture) the creative sector is formed. Since for these economic sectors, the main goal is to produce and present a practical product, and art and culture play a secondary role, creative industries are called non-cultural industries. This approach has been criticized by O'Connor. O'Connor asks, how can industries such as design, advertising, and fashion be considered non-cultural after fifty years of cultural studies and discarded because of being "unoriginal art." According to O'Connor, this approach has not been successful in defining creative and cultural industries and determining their boundaries and is not reliable. The approach of the European Commission is reminiscent of the views of thinkers such as Bilton, Larry, and Martin, who consider the concept of "use value" along with the symbolic meaning while defining cultural industries. According to them, the first characteristic of symbolic services is the transmission of ideas. In these definitions, advertising, fashion, and architecture industries are not considered cultural industries because they prioritize practicality. Based on Hesmondhalgh's symbolic texts, industries such as automobile manufacturing, which produce goods with symbolic value, but their primary purpose is not to provide meaningful services, are not considered cultural industries. Hesmondhalgh prefers the term cultural industries and believes that this concept can better describe the dynamics of what he calls the "core" sector, such as film, music, radio, television, and digital content. Unlike other cultural policy documents that define original arts as the core of cultural industries, Hesmondhalgh places media at the center of cultural industries (Hartley et al., 2013).

If the European Commission's approach labels creative industries as non-cultural, it doesn't necessarily imply that cultural industries are non-creative. The models of concentric circles, like Throsby's, highlight both the cultural and economic aspects of cultural industries, introducing the concept of common goods. Throsby distinguishes cultural and creative industries but doesn't classify creative industries as non-cultural. He emphasizes that both cultural and creative industries rely on creativity to produce goods and services. In creative industries, cultural content is inherent in all products, leading to the categorization of original cultural industries at the center and related creative industries on the periphery, based on the level of cultural or commercial emphasis. Creativity, culture, and art remain fundamental elements in both cases.

In models like Baeker's and those from the Work Foundation, UNESCO, UNCTAD, and the Ministry of Trade, Industry, and Mines of Singapore, creative industries are positioned around cultural industries. However, they are not deemed non-cultural; rather, they are recognized as inherently creative. Scholars generally agree that while cultural sectors are creative, the reverse isn't always true—some creative industries may lack strong cultural elements. Therefore, it's inaccurate to equate all creative industries with cultural industries. Analysis shows that in all existing approaches and models, the media including radio-television, newspapers, music, and



multimedia are an integral part of cultural industries; As a result, since media are inherently creative, they can also be referred to as "creative industries," and the terms "creative industries" and "cultural industries" can be used interchangeably. Research suggests that in Persian, "Creative Cultural Industries" is not the same as "Cultural Creative Industries," and the terms may have different meanings depending on how they are used. The label "cultural creative industries" implies that there are also "non-creative cultural industries," which is untrue since the results show that the cultural industries are creative. Therefore, it seems unnecessary to use the word "creative" after "cultural," but the term "Creative Cultural Industries" refers to those industries that are closer to the creative and cultural core, depending on how much more or less cultural they are. In other words, the term creative cultural industries, refers to industries such as media, which based on the reviewed approaches and models are closer to the creative core. In English texts "Creative and Cultural Industries" is the title which is often used, and is abbreviated as "CCI."

Resources

- Baeker, G. (2017). cultural economies What Are They and How Do We Build Them? *Economic Development Journal*, 16(2), 37–43.
- Banks, M. (2007). The Politics of Cultural Work. In *the Open University*. Palgrave Macmillan.
- Darzi, G. (2023). Comparative Study of Interdisciplinary Quran and Covenant: Types and Examples. *Journal of Quranic and Hadith Sciences Research*, 57, 25–42.
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. National Statistics on the Creative Industries.
- DCMS, Statman, M., & Glushkov, D. (2016). Classifying and Measuring the Creative Industries. *Journal of Portfolio Management*, 42(2), 140–151.
- Denatale, D., & Wassall, G. H. (2007). *The Creative Economy: A New Definition* (p. 64). NEW England Foundation for the Art (nefa).
- Department of Culture, media and sports. (2016). *Creative Industries Economic Estimates\Methodology*.
- ESSnet-CULTURE. (2012). European Statistical System Network on Culture - Final Report. In *EssnetCulture*.
- Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). A Critique of Definitions of The Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17–31.
- Garnham, N. (2005). From Cultural to Creative Industries. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15–29.
- Hartley, J. (Ed.). (2005). *Creative Industries*. Blackwell Publishing.
- Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. Sage.
- Heng, T. M., Choo, A., & Ho, T. (2003). Economic Contributions of Singapore's Creative Industries. *Economic Survey of Singapore, First Quarter*, 51–75. <http://www.ico-d.org/database/files/library/singapore.pdf>
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2011). *Creative Labour*. Routledge.
- Johnson, T. G. (2019). *Existing Conceptual Models of Arts and Culture: An Inventory* (p. 48). Rural Policy Research Institute.
- Jowell, T., & Hutton, W. (2007). Staying ahead: the Economic Performance of the UK 's Creative Industries. In *The work foundation* (pp. 1–280).
- KEA. (2006). *The Economy of Culture in Europe: Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. European Commission.
- Mohammadi, M., Hajizadeh, P., & Kamalian, Y. (2018). Creative Industries Organization. Strategic Studies and Policy Research Institute.
- O'Brien, D. (2014). CULTURAL POLICY. In *Routledge*.



- O'Connor, J. (2011). The Cultural and Creative Industries: A Critical History. *Ekonomiaz*, 24–44.
- O'Connor, J. (2007). The cultural and creative industries: a review of the literature. In *Creative Partnerships London*.
- PEC. (2022). *National Statistics on the Creative Industries*. Creative Industries Policy & Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/news/national-statistics-on-the-creative-industries>
- Peris-Ortiz, M., Mayer Rainiero Cabrera-Flores, Arturo Serrano-Santoyo, & Carayannis, E. G. (Eds.). (2019). *Innovation, Technology, and Knowledge Management : CUltural and Creative Industries, a path to Entrepreneurship and Innovation* (Vol. 1). Springer.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. h. (2011). The experience economy. In *Harvard Business Review*.
- Pratt, A. C., Economy, U. C., Jeffcutt, P., Knowledge, M., & Industry, C. (2009). *Creativity, Innovation and the Cultural Economy (Routledge Studies in Global Competition)*.
- Sharifi, S. M., Mohammadi, H. A., & Ansari, N. (2018). Human Resource Management in Creative Industries. Industrial Management Publications.
- Statistics, U. I. for. (2005). INTERNATIONAL FLOWS OF SELECTED CULTURAL GOODS AND SERVICES , 1994-2003 UNESCO Institute for Statistics UNESCO Sector for Culture. In *UNESCO Institute for Statistics*.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164.
- Throsby, D. (2008). Economics and culture. (K. Farhadi, Trans.). Tehran: Ney Publications. (Original work published 2001).
- Throsby, D. (2010). *The economics of cultural policy*. Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2014). The Economics of Cultural Policy. (S. Alaei, Trans.). Tehran: Soreh Mehr Publications. (Original work published 2010).
- Tomczak, P., & Stachowiak, K. (2015). Location Patterns and Location Factors in Cultural and Creative Industries. *Quaestiones Geographicae*, 34(2), 7–27.
- UNCTAD. (2004). Unctad's World Investment Report 2004: The Shift Towards Services: An Overview. In *United Nations*.
- UNCTAD. (2008). Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. In *Harvard Business Review* (Vol. 8, Issue 9).
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report*. United Nations.
- UNCTAD. (2018). Crative Economy Outlook Trends in International trade in Creative Industries 2002-2015: Country Profile 2005-2014. In *United Nations* (p. 238).
- UNCTAD. (2022). Creative Industry 4.0: Towards a New Globalised Creative Economy. In *United Nations*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4104398>
- UNESCO Institute for Statistics. (2009). The Unesco Framework for Cultural Statistics. In *Journal of Cultural Economics*.
- United Nations Educational, S., & (UNESCO), C. O. (1986). *The UNESCO framework for cultural statistics FCS* (p. 29). <http://www.uis.unesco.org/culture/Doc>



ZZ† ÉYŸ €ÉZ& ĤZĂ MÂ Zēje



*** ندا فرح بخش ** صابر خندان علمداری * محمد جواد گل زاده

* دانش آموخته‌ی مقطع دکتری تخصصی، گروه مدیریت تکنولوژی - مدیریت نوآوری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

mj.golzadeh13610516@gmail.com

** استادیار و عضو هیات علمی، گروه مدیریت صنعتی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

sabersum@yahoo.com

*** استادیار و عضو هیات علمی، گروه علوم اقتصادی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران.

neda-farahbakhsh@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف، تحلیل تاثیر نوآوری و نقش میانجی فرهنگ سازمانی بر استراتژی سازمان و همچنین تعیین روابط بین این عوامل می‌باشد که از نظر هدف کاربردی و روش آن توصیفی و از نوع همبستگی علی می‌باشد. نمونه آماری این تحقیق ۲۶۶ نفر از کارکنان و کارمندان بخش ستادی سازمان بنادر و دریانوردی جمهوری اسلامی ایران بوده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه توسط آلفای کرونباخ برای پرسشنامه (۰/۹۵) تعیین گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد. مدل معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار ایموس برای بررسی روابط میان سازه‌های این تحقیق به کار گرفته شد. هدف آرمانی این پژوهش: ارائه راهکارهای مناسب برای راهنمایی مدیران و برنامه‌ریزان و طراحان سازمان‌ها، جهت انتخاب متناسب فرهنگ سازمانی که به وسیله آن، فضای مناسبی جهت بروز استعدادها و خلاقیت افراد در سازمان فراهم آید و در نهایت منجر به تدوین استراتژی‌های مناسب برای رسیدن به اهداف سازمان گردد. یافته‌های تحقیق بیان می‌دارند: ۱. فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر مستقیمی دارد. ۲. نوآوری سازمانی و فرهنگ سازمانی تأثیر مستقیمی بر موفقیت استراتژی سازمان دارد. ۳. فرهنگ سازمانی بر موفقیت استراتژی سازمان تأثیر گذار است. ۴. ظرفیت‌های ساخت‌افزایی و نوآوری خدمات و نوآوری فرایندی منجر می‌شوند. ۵. سرمایه تخصص و مهارت تأثیر دارند. ۶. سرمایه‌های مذکور نیز بر دیده‌بانی اثر گذاشته و به نوآوری خدمات و نوآوری فرایندی منجر می‌شوند. ۷. مولفه‌های مذکور به نوآوری سازمانی منجر شده و نوآوری سازمانی نیز بر عملکرد وظیفه‌ای، عملکرد انسانی، عملکرد نوآورانه و عملکرد کیفی تأثیر می‌گذارد. ۸. در نهایت مولفه‌های مذکور به ارتقای عملکرد سازمانی منجر می‌شوند.

واژه‌های کلیدی: موفقیت استراتژی سازمان، فرهنگ سازمانی، نوآوری سازمانی، سازمان بنادر و دریانوردی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱ -

داشته که به سوی انسجام، هم‌افزایی مستمر، ارتباط و تعامل با مشتریان در راستای تولید محصولات یا خدمات نوآورانه جدید، به موفقیتی دست پیدا کنند. در بازارهای پیچیده

امروزه اگر سازمان‌ها به ایده‌های جذاب و جدید محیط پیرامون و پیشرفت‌های نوآوری و تجاری رقبا توجهی نداشته باشند و حتی نظارتی بر آنها صورت ندهند نباید انتظار

نویسنده‌ی عهده‌دار مکاتبات: صابر خندان علمداری Sabersum@yahoo.com



در نهایت منجر به بروز رفتارهای نوآورانه در فرایندهای مدیریت و همچنین در عملیات‌های گوناگون درون سازمانی خواهد شد. هدف این پژوهش، تحلیل تاثیر نوآوری و نقش میانجی فرهنگ سازمانی بر استراتژی سازمان می‌باشد. لذا موضوعی که در این پژوهش با آن سروکار داریم عبارت است از: عوامل مؤثر بر موفقیت استراتژی سازمان، تحلیل روابط بین این عوامل، تحلیل دو متغیر فرهنگ سازمانی با مولفه‌های تخصص و دانش فنی، مهارت، مشارکت و هم‌افزایی، ثبات و یکپارچگی، انعطاف‌پذیری و ماموریتی و متغیر نوآوری با مولفه‌های تجهیزات و فناوری، فرآیند، محصول، خدمات، بازاریابی، مدیریت و رهبری و سازمانی، به عنوان متغیرهای مستقل که به طور غیر مستقیم بر موفقیت انواع استراتژی سازمانی با زیر مولفه‌های تهاجمی و آینده‌نگر، تدافعی و تعادلی، رقابتی و ترکیبی، محافظه‌کارانه تاثیرگذار است. دنبال نمودن نظام ارزشی روشمند یاد شده در نهایت منجر به افزایش سطح توان رقابتی سیاسی، تجاری و بازرگانی و افزایش سطح تاب‌آوری سازمان در مواجهه با مشکلات و چالش‌های احتمالی حال و آینده در صنعت و امور بازرگانی سازمان بنادر و دریانوردی خواهد شد، همچنین سبب افزایش قدرت سیاسی و دفاعی کشور خواهد بود که همه این موارد ارزشمند از عوامل رشد و توسعه (اقتصادی، صنعتی، بازرگانی، سیاسی) هرچه بیشتر و سریعتر در سازمان خواهند بود، بنابراین احتمال رشد اقتصادی بیشتر سازمان و کشور متصور خواهد شد.

ضرورت انجام پژوهش: هرگونه ضعف در ارائه یا آفرینش محصولات جدید مطابق با نیاز و تقاضاهای جدید بازار، سبب پایین آمدن میزان رشد اقتصادی جوامع در حال توسعه خواهد شد و تا زمانی که این جوامع به دانش فنی و تخصصی جذب یا آفرینش محصولات نوآورانه جدید دست پیدا نکنند و استراتژی‌های مطابق با نیازهای جدید مشتریان را تدوین و اجرا نکنند، کارایی و خروجی‌های مالی قابل قبولی نخواهند داشت، لذا کاهش رشد اقتصادی این جوامع کاملاً، مشهود خواهد بود. لازم به ذکر است سازمان‌ها از طریق جذب و استخدام سرمایه‌های انسانی متخصص می‌توانند به افزایش بهره‌وری و افزایش سرمایه فیزیکی و تجهیزات دست یابند، بنابراین سازمان نوآور، به استراتژی نوآوری نیاز

کنونی، مبحث کیفیت، مدیریت راهبردی سازمان‌ها را با مشکلات و مسائل جدیدی روبرو ساخته است و رمز بقای شرکت در عرصه رقابت، استقبال از نوآوری و ارتقای کیفی محصولات یا خدمات می‌باشد. عامل کیفیت، جذاب‌ترین عامل در محصول یا خدمت است که در مشتریان کشش ایجاد می‌نماید. چنانچه محصول یا خدمت از کیفیت مناسب و قابل قبولی نزد مشتریان برخوردار نباشد، سازمان با گذشت زمان از عرصه رقابت حذف خواهد شد. نوآوری با ایده‌ها شروع می‌شود و با تغییرات کلی ادامه می‌یابد و در نهایت محصولات و خدمات جدید به بازار عرضه خواهد شد. (دهقانی تزارجانی و همکاران، ۱۴۰۱). نوآوری به طور گسترده‌ای به عنوان منبع مهم توسعه اقتصادی و رشد شرکت می‌باشد. نوآوری یک شرط ضروری در به دست آوردن مزیت رقابتی می‌باشد. نوآوری فرصتی است برای پاسخگویی به تغییرات ایجاد شده توسط محیط و کشف تغییرات جدیدی که به طور قابل توجهی برای بقای شرکت ضروری تلقی می‌شود. برآورده نمودن نیازهای مشتری با شیوه‌های مرتبط با نوآوری تسهیل می‌گردد. (ماتوشان و کنگاتاران^۱، ۲۰۲۲). نیروی انسانی مهمترین دارایی هر سازمانی است و مدیریت موثر و کارآمد کارکنان برای سازمان‌ها ضروری می‌باشد. منابع انسانی یعنی افراد، کارکنان یا نیروی کار در محدوده یک سازمان که مسئولیت انجام وظایف محوله به آنها را بر عهده دارند و هدف آنها دستیابی به اهداف سازمان و کسب سود است. منابع انسانی با ارائه نمودن شیوه‌های مختلف، مزیت رقابتی پایدار را فراهم می‌نماید. وجود شیوه‌های مدیریت منابع انسانی به طور مثبت عملکرد شرکت را بهبود می‌بخشد، مانند بازده درآمد، سود، رقابت و سهم بازار (انور و عبدالله، ۲۰۲۱).

بیان مساله و شکافی که در این پژوهش به آن پرداخته شده: پژوهش حاضر، ضمن تاکید بر توجه به اهمیت تاثیر ویژگی‌ها و فرایندهای فرهنگی کلیدی در یک بافت مبتنی بر نوآوری یا فناوری، به ایجاد درکی عمیق‌تر از تاثیر فرهنگ سازمان، و همینطور به ایجاد پیامدهای ارزش‌آفرین در ساختارهای پیچیده سازمانی کمک نموده که

1. Mathushan & Kengatharan



سازمان‌ها است، آنها را قادر می‌سازد تا به سطح بالایی از مزیت رقابتی در سطح بین‌المللی و ملی دست پیدا کنند. در چنین شرایطی مدیران و کارکنان شرکت تمایل بیشتری به پذیرش ایده‌های نوآورانه برای رفع نیازهای مشتریان خواهند داشت. توانایی نوآوری با فراهم نمودن دسترسی به بازارهای جدید، محصولات و خدمات نوآورانه، فرصت‌های ارزشمندی را برای آنها در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد می‌نماید (سیف الهی، ۱۳۹۸).

۲- مبانی نظری

فرهنگ سازمانی: میراث عمومی نهادینه‌شده (تنیده شده) در روح سازمان که مواردی همچون رفتارهای ارزشمند و صحیح درون‌سازمانی، ارزش‌های مشترک و اهداف مشترک سازمانی، تفکرات مشترک کارکنان شاغل در سازمان، هنجارهای مطلوب را تحت پوشش خود قرار داده است. از مشخصه‌های یک سازمان دارای فرهنگ: پیوستگی، انسجام، همسویی و همکاری اعضای سازمان می‌باشد. نمونه‌های گوناگونی از فرهنگ‌های جاری در سازمان‌های مختلف عبارتند از: فرهنگ‌های انعطاف‌پذیر، فرهنگ مأموریت محور، فرهنگ مشارکت محور و هم‌افزا، فرهنگ سازگاری (کلاه کج و همکاران، ۱۴۰۱).

نوآوری: نوآوری را می‌توان به عنوان یک پایگاه دانشی برای تولید، اصلاح یا کشف ایده‌ها در نظر گرفت که می‌تواند به توسعه کسب و کار منتهی گردد (عظیمی و بیات، ۱۴۰۲). بنابراین آفرینش محصول یا خدمت جدید مزیت رقابتی ایجاد می‌نماید که توسط ظرفیت‌هایی مانند سرعت، کیفیت و انعطاف‌پذیری شکوفا و نگهداری می‌شود. نوآوری منبع مزیت رقابتی است. نوآوری بر اثر فشار فناوری‌های جدید ایجاد می‌گردد که این نوع نوآوری رادیکالی است. نوآوری افزایشی به عنوان تغییر جزئی در بهبود کالا با ساختارهای موجود ارائه می‌شود. نوآوری‌های ایجاد شده در نتیجه کشش بازار جزء نوآوری افزایشی محسوب می‌گردد، این نوع نوآوری، پاسخگویی به نیازها یا تقاضای بازار را توسعه می‌دهد. نوآوری منجر به توانایی کسب و کار بیشتر برای ارائه چیزهای جدید می‌شود که توانایی رقابت در بازارهای

دارد و به عبارتی ساده‌تر، سازمان‌های صنعتی و تجاری بدون بهره‌مندی از راهبردهای نوآورمحور، قادر به بهبود و رشد اقتصادی نخواهند بود و راهکار این موضوع، استقبال از نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید و متمایز می‌باشد، بنابراین توجه به محرک‌هایی که باعث ایجاد حرکت، پویایی و رشد چندجانبه در سازمان خواهد شد بسیار ارزشمند و حائز اهمیت می‌باشد (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به تغییرات مستمر محیطی، بقای سازمان‌ها به عنوان گوناگون در معرض تهدید قرار دارد. بهره‌گیری از راهبردهای صحیح و مناسب تجاری مطابق با شرایط سازمان، امکان بهره‌مندی از فرصت‌های موجود را به سازمان عطا می‌نماید و در ادامه سازمان با توجه به نقاط قوت و ضعف خود، و همچنین با استفاده و اجرا از مناسب‌ترین استراتژی، می‌تواند شاهد بهبود، رشد و ارتقاء در عملکرد مالی و تجاری خود باشد. استراتژی‌های مختلف سازمان به منظور واکنش مناسب به عوامل محیطی اتخاذ می‌گردد و سازگاری آنها با میزان تغییرات محیطی، یک موضوع حیاتی برای سازمان محسوب می‌شود. نوآوری نقش مهمی در بقای سازمان دارد (آلمادرسی^۱، ۲۰۲۱). با توجه به فضای رقابتی حاکم بر کسب و کارهای امروزی، سازمان‌هایی که توانمندی ایجاد تطابق، همسویی و بهبود بر اساس تغییرات نیاز بازار را دارند می‌توانند به حیات تجاری خود ادامه داده و شانس بقا در بازار را خواهند داشت. سازمان‌ها اگر بخواهند مشتری مدار باشند، باید به استراتژی مشتری‌مداری توجهی خاص داشته باشند، بنابراین مشتری‌مداری پیش‌نیاز موفقیت کسب و کار است. شرکت‌ها می‌توانند با توجه به مشتری‌مداری، مدیریت صحیح منابع انسانی و قابلیت‌های نوآوری، ارزش‌های برتری را برای مشتریان خود فراهم آورند و از این طریق، فروش خود را بهبود بخشند که این امر شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا نسبت به رقبای، به مزیت رقابتی دست پیدا کنند. با در نظر قرار دادن ضرورت توجه به نیازهای متنوع مشتریان و تغییرات گاه‌گاه ذائقه مشتریان، مشتری‌مداری به اولویت‌گذاری منابع از طریق توجه به ارزش‌های برتر محکوم است. از آنجایی که نوآوری یکی از مهم‌ترین موارد در پویایی

1. Almodarresi



را به معنی ایده، محصول یا فرایند، سیستم یا ابزاری که برای یک فرد، یک گروه از مردم با بنگاه، یک بخش از صنعت یا به طور کلی جامعه، جدید باشد، معرفی می‌نماید (هانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

۱. **تجاری سازی**: از منظر محصول نوآورانه‌ی جدید اینطور تبیین می‌گردد: آفرینش نوآوری‌های محصول شده‌ی ناشی از خلاقیت و همینطور خدمات جدید بر اساس توجه به نیازهای تازه متولد شده‌ی مشتریان (کوهن و همکاران، ۱۹۹۰).

۲. **عملکردی**: از منظر فرآیندی، نوآوری یعنی نوآوری در مجموعه عملیاتی که از پردازش ایده شروع می‌شود به تولید و عرضه‌ی محصول یا خدمت جدید به بازار منتهی می‌گردد (کوهن و همکاران، ۱۹۹۰).

۳. **فرهنگ نوآورانه**: نوآوری کلی سازمانی به معنی توسعه‌ی ایده‌ها، سیستم‌ها، محصولات و فناوری جدید و به کارگیری آنها می‌باشد (هانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

فرهنگ نوآورانه: نوعی رفتار ارزشی با کشش به آفرینش و نوآوری در محصولات و خدمات می‌باشد که در سرتاسر سازمان، ضمن اصلاح فرآیندهای ضعیف و ناکارآمد گذشته، با هدف ایجاد بهبود در راستای بقای شرکت در عرصه رقابت در بازار پرتلاطم، در رگ‌های سازمان جاری خواهد شد و در فواصل زمانی مشخصی که سازمان نیازمند ابداعات و خلاقیت‌های جدید به منظور تولید یا خدمت جدید بر اساس نیازهای جدید مشتریان است به کمک سازمان می‌شتابد و سبب رشد همه جانبه سازمان خواهد شد (کابلی و همکاران، ۱۴۰۱).

مدیریت منابع انسانی^{۱۰}: منابع انسانی یکی از عوامل بارز موفقیت سازمانی است. شیوه‌های موثر مدیریت منابع انسانی

جدید و قدیمی را دارد. اهمیت نوآوری در موفقیت سازمان‌ها تنها محدود به بخش تولید نیست، بلکه این موضوع در بخش‌های خدماتی شرکت‌های پرورش‌دهنده منابع انسانی نیز حائز اهمیت است (عظیمی و بیات، ۱۴۰۲). نوآوری به معنای تولید یک محصول جدید یا بهبود قابل توجه محصولات قبلی و یا کشف یک روش بازاریابی جدید، یا روش سازمانی نوین در شیوه‌های کسب و کارها و روابط خارجی می‌باشد. ویژگی مشترک نوآوری که اجرا می‌شود (گالت^۱، ۲۰۱۸).

نوآوری محصول فناورانه: تجاری‌سازی یک محصول با ویژگی‌های عملکردی بهبود یافته، مانند ارائه خدمات عینی جدید (ونگنسکچروئن و ته‌او پیبونوانگ^۲، ۲۰۲۳).

قابلیت نوآوری: قابلیت‌های نوآوری یکی از عوامل تأثیرگذار بر پویایی است که شرکت‌ها را قادر می‌سازد که به سطوح بالایی از رقابت در بازارهای ملی و بین‌المللی دست یابند. قابلیت‌های نوآوری می‌تواند به نوآوری کسب و کارها و دستیابی به مزیت رقابتی در ویژگی‌های محصول، کاهش هزینه، مزیت قیمت و اثربخشی عملکرد تجاری کمک نماید. قابلیت‌های نوآوری برای دستیابی به یک مزیت رقابتی موفق مورد نیاز می‌باشد (ونگنسکچروئن و ته‌او پیبونوانگ^۳، ۲۰۲۳). قابلیت نوآوری تمایل یک شرکت به استفاده و حمایت از تازگی در ایده است. همچنین ایجاد، آزمایش و فرآیندهایی است که در آنها نتیجه شروع محصولات، فرآیندها و مدل‌های جدید برای مزیت رقابتی بیشتر خواهد بود. در محیط رقابتی، موفقیت هر سازمانی به قابلیت‌های منابع انسانی و برنامه‌ها و عملکرد آنها بستگی دارد (دونکور و همکاران^۴، ۲۰۱۸).

انواع نوآوری: هوانگ و همکاران^۵ (۲۰۱۱) نوآوری را در سه حوزه‌ی محصول، فرایند و سازمان در نظر می‌گیرند و آن

6. Product innovation

7. Cohen et al

8. Process innovation

9. Overall organizational innovation

10. Human resources management

1. Gault

2. Wongsansukcharoen, J., & Thaweepaiboonwong, J.

3. Wongsansukcharoen, J., & Thaweepaiboonwong, J.

4. Donkor, J., Donkor, G. N. A., Kankam-Kwarteng, C., & Aidoo, E.

5. Hung

دانش، اطلاعات و مهارت‌های فرد را برای شناسایی و استفاده مؤثر از فرصت‌های جدید افزایش می‌دهد. ظرفیت یادگیری مرتبط با سرمایه انسانی به طور قابل توجهی باعث توسعه دانش می‌گردد. تجربه، شامل تجربه کاری و سایر یادگیری‌های عملی مرتبط در محل کار و آموزش‌های غیررسمی مانند آموزش می‌باشد. آموزش به طور مداوم به عنوان سرمایه‌گذاری اصلی سرمایه انسانی ارائه می‌گردد. مهارت‌ها و سرمایه دانش، بهره‌وری کارکنان را در محیط کار افزایش می‌دهد (ماتوشان و کنگاتاران^۳، ۲۰۲۲).

رابطه بین نوآوری و فرهنگ سازمانی: میان نوآوری و خلاقیت با فرهنگ مجموعه، رابطه مستقیم و معناداری برقرار می‌باشد. میان نوآوری و خلاقیت کارکنان با فرهنگ عاقلانه و هم‌افزا، حامی و مخاطره پذیر در سازمان، رابطه مثبت و معناداری برقرار است و میان نوآوری و خلاقیت کارکنان با بوروکراسی و فرهنگ سلسله مراتبی رابطه منفی معناداری در جریان است. در اغلب موارد مطالعه شده، رابطه کامل و جامعی پیدا نشده که بگوید این رابطه حتماً تابع شرایط زمانی، مکانی و یا عامل‌های یکسان و مشخصی است. بلکه با توجه به اینکه شرایط هر سازمان با سازمان دیگر متفاوت است و سازمان‌ها درگیر چالش‌های متفاوتی از یکدیگر هستند و همین‌طور به دلیل وجود بوروکراسی و ساختارهای فرهنگی متفاوت در سازمان‌ها، روابط هر سازمان باید به شکلی جداگانه تحلیل و بررسی و تبیین گردد (عبدالملکی و همکاران، ۱۴۰۰).

استراتژی: راهبرد مشابه یک طرح جامع، بر مدیریت هوشمند و ضرورت توجه به پیشینه سازمان و نگاه به چشم‌انداز و اهداف کلان تاکید دارد. لازم به ذکر است که راهبردها ممکن است بدون وجود سابقه و پیشینه و به دلیل نیازهای جدید سازمان، در مجموعه طراحی و ظاهر شوند. شرایط باعث شکل‌گیری مفهوم و محتوا و چگونگی راهبرد خواهد شد. در طرح‌ریزی و تدوین فرآیندهای استراتژی، در نظر گرفتن و دیدن تهدیدات بیرونی، توجه و احترام به خرد

کارکنان را به آزمایش ایده‌های جدید، افزایش درک صمیمانه با یکدیگر، و ایجاد تحولات در عملیات شرکت سوق می‌دهد که همگی به طور قابل توجهی نوآوری شرکت را تسهیل می‌نمایند. نوآوری مدت‌هاست که به عنوان یک عامل اساسی در شکوفایی اقتصادی و یکی از چالش‌های مهم محققان و مدیران برای درک چرایی و چگونگی آن در سازمان‌ها شناخته شده است. ظرفیت نوآوری به جذب افراد با استعداد و خلاق بستگی دارد. ظرفیت نوآوری به توانایی شرکت در جذب سرمایه انسانی و ایجاد فرصت‌های کافی برای کارکنان با استعداد و خلاق برای تولید نتایج نوآورانه بستگی دارد (ماتوشان و کنگاتاران^۱، ۲۰۲۲).

نوآوری مدیریت منابع انسانی: بر توانایی مدیریت برای شیوه‌های نوآورانه منابع انسانی به طور مداوم و موثر برکسب و کارها و حفظ کارکنان با کیفیت، ماهر و عملکرد آنها تاکید نموده و مزیت رقابتی را توسعه و عملکرد تجاری را در درازمدت حفظ می‌نماید. در مورد نوآوری مدیریت منابع انسانی شامل پنج جزء: «استخدام، انتخاب، پاداش، توسعه شغلی، مشارکت و آموزش» می‌باشد. «یک ایده، برنامه، عمل یا سیستم، مرتبط با عملکرد مدیریت منابع انسانی و برای سازمان‌پذیرنده» کسب و کارهایی که بر رشد تأکید دارند احتمالاً از شیوه‌های نوآورانه منابع انسانی برای حفظ شایستگی‌های مؤثر استفاده می‌نمایند که برای به دست آوردن مزیت رقابتی در شرایط در حال تغییر ارزش زیادی در بردارد (ونگنسکچروئن و تهاو پیونونگ^۲، ۲۰۲۳).

سرمایه انسانی حیاتی‌ترین عامل برای درک فردی و آمادگی مدیران برای نوآوری است. بدون سرمایه‌گذاری عمیق در سرمایه انسانی توسط همه کشورها اقتصاد جهانی نمی‌تواند شکوفا شود (اوحدی و همکاران، ۱۳۹۷).

آموزش منابع انسانی: نظریه سرمایه انسانی معتقد است که آموزش باعث افزایش بهره‌وری و درآمد افراد می‌شود. آموزش یک سرمایه‌گذاری قابل توجه است. آموزش و تجربه فردی نقطه کانونی در مفهوم سرمایه انسانی است. آموزش،

3. Mathushan, P., & Kengatharan, N.

1. Mathushan, P., & Kengatharan, N.
2. Wongsansukcharoen, J., & Thaweepai boonwong, J.



این گروه از طرفداران عملیات‌های با هزینه بالا هستند و نگاهی به نوآوری‌های جدید هم دارند، این گروه در حقیقت ترکیبی از دو گروه قبلی (آینده‌نگر و مدافع) هستند که دارای بعضی از خصلت‌های گروه‌های مدافعان و آینده‌نگران هستند، که کارائی سازمان را با صرف مخارج و هزینه‌های بالا، ادامه می‌دهند. گروه تحلیلگران مثل گروه مدافعان، تلاشگر و ساعی در حفظ موقعیت‌های تجاری و اقتصادی خود در بازار اصلی هستند و مثل گروه آینده‌نگران، همزمان در پی ارائه محصولات و خدمات جدید در بازارهای تازه هم می‌باشند. لازم به ذکر است که گروه تحلیلگران در مواردی اندک و به ندرت در گسترش بازار و محصولات و خدمات جدید هم، مشارکت می‌کنند و بسیار محتاط و دقیق، با بررسی‌های تحلیلی به مطالعه ایده‌ها و خلاقیت‌های جدید می‌پردازند و آن قسمت از ایده‌هایی که محتمل‌ترند را اتخاذ و دنبال می‌نمایند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۹).

واکنش دهندگان: گروهی پاسخ‌دهنده هستند به این معنا که فقط موقعی اقدام به تغییر در شرایط سازمان می‌نمایند که به دلیل تهدیدات عوامل خارجی و رقبا، تحت فشار باشند و مجبور به تغییر در فرآیندهای تولید یا خدمات شوند. با اینکه رهبران در این سازمان‌ها، با توجه به شرایط در بعضی مواقع، به تحلیل محیط پیرامون می‌پردازند ولی معمولاً از راهبردهایی شناور استفاده می‌نمایند و از راهبردهای سازگار و مشخصی پیروی نمی‌کنند. گروه واکنش‌دهندگان در مواردی اندک و به ندرت دست به تغییر یا اصلاح فرآیندهای خود می‌زنند و تغییرات در این نوع گروه‌ها، یا به دلیل تحت فشار قرار گرفتن از سمت محیط یا رقبا است و یا به دلیل ایجاد تطابق با محیط رقابت و خارج نمودن از صحنه رقابت بازار (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۹).

استراتژی نوآوری^۳: راهبردهایی بر مبنای نوآوری است که ضامن و حامی مخارج صحیح طرح‌ریزی شده در راستای تشویق و ایجاد خلاقیت‌ها و ابداعات جدید در سازمان می‌باشد و استراتژی نوآورانه جدید، کمک‌کننده و همسو با

جمعی موجود در سازمان هم، حائز ارزش و اهمیت می‌باشد (استرکی و همکاران، ۱۴۰۰).

راهبرد های مایلز و اسنو: تقسیم‌بندی مایلز^۱ و اسنو^۲، نخستین رویکرد از راهبردهای عمومی می‌باشد که در تحقیق‌ها ایجاد شد. این تقسیم‌بندی برای بسیاری از پژوهشگران، جالب توجه بوده است که همین امر سبب شد تا محققان مختلف در مطالعاتشان از نظرات این دو نفر و از این تقسیم‌بندی استفاده کنند. لازم به ذکر است که در عرصه رقابت پیچیده بازار، معمولاً گروه‌های تحلیلگران، آینده‌نگران و مدافعان از گروه واکنش دهندگان موفق‌تر می‌باشند. یافته‌های کاربردی پژوهشی و تجربه محور این دو نفر، در ۴ صنعت، ارائه‌کننده چهار نوع از تقسیم‌بندی راهبردی می‌باشد:

آینده‌نگران: سازمان‌های آینده محور، از راه ایجاد نوآوری در محصولات و خدمات متمایز از رقبا، برای نفوذ در بازارهای جدید، برنامه و طرح دارند. این مجموعه‌ها به طور مستمر به دنبال فرصت‌های تازه در عرصه بازار رقابت هستند و به صورت نظامند، راه‌حل‌های جدید، به تقاضا و نیازهای جدید مشتریان را ارائه می‌نمایند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۹).

مدافعان: پیروان تمرکز بر تولید و ارائه به بازار، گروه مدافعان هستند که درحقیقت سیاستگذاری‌هایشان در فرآیندهای تولید، برکاهش قیمت‌ها می‌باشد. عملکردهای مدافعان درخصوص سیاست‌های ایجاد و گسترش محصولات و خدمات جدید، با احتیاط و محافظه‌کارانه می‌باشد و معمولاً متمرکز بر قسمت محدودی از بازار با هدف محافظت از موقعیت تجاری و اقتصادی خود هستند و بیشتر سیاستگذاری‌هایشان معطوف کیفیت و قیمت می‌باشد و تمایل زیادی به ورود به عرصه رقابت در بازار تولیدات و خدمات جدید ندارند. این گروه معمولاً بر بهبود کارایی فرآیندهای عملیاتی فعلی سازمان تمرکز دارند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۹).

1. Miles
2. Snow

تجدید نظر نمایند و کارکنان را بر اساس تقسیم‌بندی تخصص و دانش فنی، به ایجاد نوآوری تشویق و از خلاقیت آنها حمایت نمایند و با ایجاد فضای کاری نوآورانه و آموزش‌های تخصصی مستمر، به رشد و توانمندسازی کارکنان کمک نمایند که همین امر، باعث بهبود و تقویت جریان‌های مالی سازمان شده و در نهایت هم مدیران سازمان به برنامه توسعه قابلیت‌های نوآوری در راستای توسعه خدمات نوین و ارائه برنامه‌ها به منظور ایجاد دانش جدید بر اساس دانش موجود توصیه شده‌اند.

۲. کابلی و شاه حسینی (۱۴۰۱)، در پژوهشی به بررسی تاثیر مدیریت سرمایه دانش و تخصص بر نوآوری با تاکید بر ایجاد خلاقیت در سازمان پرداختند و هدف پژوهش بررسی میزان تاثیر مدیریت سرمایه تخصص بر نوآوری سازمانی با تکیه بر ایجاد خلاقیت بوده است. پژوهش با هدف افزایش به کارگیری دانش برگرفته از خلاقیت توسط مدیریت منابع انسانی صورت پذیرفته که نوآوری سازمانی سبب رشد اثربخشی سازمان گردید و در نتیجه رشد اثربخشی، خدمات به جامعه بهبود یافت و تلفیق دانش در عملکرد توسط مدیریت منابع انسانی توصیه گردیده است. نتایج حاکی از آن است که توجه به مدیریت سرمایه تخصص و دانش توأم با تشویق و ایجاد خلاقیت بر نوآوری در سازمان بسیار اثرگذار بوده و مدیریت سرمایه و خلاقیت با نوآوری در خدمات و محصولات رابطه مستقیم و معناداری داشته است.

۳. نظری‌پور و رنجبر (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان تحلیل تاثیرات راهبردهای خلاقانه بر عملیات اقتصادی، را مورد مطالعه قرار دادند و هدف مطالعه آنها تجزیه و تحلیل اثرات راهبردهای خلاقانه بر عملیات اقتصادی، بود که نتایج پژوهش حاکی از آن بود که عوامل فرهنگی (تعهد کارکنان، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری، فرآیند داخلی) به شدت بر ارتقاء و بهبود عملیات های اقتصادی و مالی، تاثیرگذار بوده و رابطه مستقیم داشته است. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع‌آوری گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر شرکت های تولیدی شهر همدان بوده است و نرم‌افزارهای اسپاس و پی‌ال‌اس، در آزمون فرضیه‌ها و آنالیز داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته شده است. که نتایج حاکی از آن است موفقیت هر سازمانی در گرو

راهبرد جامع سازمان خواهد بود که سازمان را در نیل بهتر به اهداف کلان سازمان، یاری می‌نماید. همچنین یادآور می‌گردد نوآوری‌های هدایت شده، باعث ایجاد ارزش و مزیت رقابتی می‌شود (قادری و رحیم نیا، ۱۴۰۰).

عملکرد سازمانی^۱: شاخصه‌ای به منظور تجزیه و تحلیل و اندازه‌گیری (سنجش) میزان اهداف محقق شده می‌باشد. به همین خاطر مفهوم عملکرد به عنوان یکی از مباحث گسترده و جدید برای سازمان‌ها تعریف شده است. (میلر و استیونس^۲، ۲۰۱۲) و (هاو^۳، ۲۰۰۸).

عملکرد نوآورانه^۴: ترکیبی از دستاوردهای کلی سازمان می‌باشد که در نتیجه بهبود تلاش‌های انجام شده با توجه به جنبه‌های مختلف نوآوری شرکت (فرآیندها، محصولات، بازاریابی و ساختار سازمانی) انجام می‌پذیرد. داشتن عملکرد نوآورانه خوب به دارایی‌های جدید، ثبت اختراع، تحقیقات و پروژه‌های جدید، آموزش و ... بستگی دارد (یومئوکا^۵، ۲۰۲۲). سازمان‌ها در دنیای پیچیده کنونی برای مبارزه با افول و افزایش چرخه عمر محصولات و خدمات شرکت‌هایشان، باید بر عملکردهای خلاق و نوآورانه مطابق با نوع کسب و کارهایشان تکیه نمایند و به طور مستمر در پی ایجاد مزیت رقابتی نسبت به رقبای باشند (لو^۶ و همکاران، ۲۰۱۷).

۳- پیشنهاد داخلی

۱. اجلی و همکاران (۱۴۰۱)، پژوهشی با عنوان تاثیر مدیریت راهبردی سرمایه انسانی بر رشد نوآوری و خلاقیت (مورد مطالعه: اداره آب و فاضلاب استان زنجان) را مورد مطالعه قرار دادند که یافته‌ها حاکی از آن بود که رهبران ارشد مدیریت سرمایه انسانی، باید در سیاستگذاری‌های عملیاتی و راهبردهای مدیریت منابع انسانی مجموعه،

1. Organizational Performance
2. Millar, P; Stevens, J
3. Ho, L et al
4. Innovative performance
5. Umeoka, C
6. Lu, P., Yuan, S., & Wu, J



مشتری و نوآوری سازمانی را اجرا نموده بودند. بر اساس نتایج پژوهش آنها، مدیریت و توسعه دانش مشتریان بر عملکرد این سازمان‌ها و نوآوری در خدمات آنها تاثیر مثبت داشته است.

۴. دونکور و همکاران^۴ (۲۰۱۸)، در پژوهشی، قابلیت نوآوری، اهداف استراتژیک و عملیات اقتصادی، مالی سازمان‌های بزرگ را در کشور کامرون را مورد مطالعه قرار دادند، که با هدف بررسی نقش تعدیل‌کننده قابلیت نوآوری و اهداف استراتژیک بر عملکرد مالی سازمان‌های بزرگ در کشور کامرون بررسی شده است. فرضیه‌ها بر روی ۳۸۰ شرکت بزرگ در کشور کامرون انتخاب شده اند و در نهایت تجزیه و تحلیل کمی صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد اهداف استراتژیک رابطه مثبت با عملکرد مالی دارند. قابلیت نوآوری تأثیر قوی مثبت و معناداری بر عملکرد مالی دارد. قابلیت خلق رابطه میان اهداف راهبردی و عملیات اقتصادی را تعدیل می‌نماید.

۵. هیت و ایرلند^۵ (۲۰۱۷)، در پژوهشی به مطالعه ارتباط کارآفرینی و مدیریت استراتژیک پرداختند. آنها ضمن تأکید بر هم‌افزایی مدیریت استراتژیک و کارآفرینی برای تحقق کارآفرینی استراتژیک، نشان دادند که کارآفرینی استراتژیک عملکرد شرکتی را افزایش خواهد داد.

۶. الزهرانی و المزاری^۶ (۲۰۱۴)، در پژوهشی به تأثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی مؤثر بر عملکرد مالی بانک‌های عربستان سعودی پرداختند. به منظور دستیابی به این هدف پرسشنامه نظرسنجی طراحی و بین بانکداران منتخب شاغل توزیع شده که حدود ۲۰۰ پرسش نامه توزیع گردیده که ۱۷۵ پرسش نامه پاسخ داده شده است. یافته‌های حاکی از آن است که شیوه مدیریت منابع انسانی رابطه مثبتی با عملکرد مالی بانک‌های عربستان سعودی دارد.

اجرای طرح‌های متناسب با قابلیت‌ها و زیرساخت‌های سازمانی است. توجه به قابلیت‌ها و زیرساخت‌ها در فرآیند طراحی استراتژی‌های نوآوری، می‌تواند عملکرد مالی سازمان را بهبود بخشد. یافته‌ها نشانگر آن است که راهبردهای ایجاد خلاقیت، به همراه ایجاد فضای مرتبط با آفرینش محصول، تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر رشد عملیات‌های مالی (عملکرد مالی) داشته است.

۴. بودلانی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به اثر عملیات مدیریت سرمایه انسانی بر فرهنگ سازمانی با لحاظ نمودن نقش میانجی خلاقیت محصول شده در شرکت لبنیاتی دامپروران پرداختند، که نتایج نشان می‌دهد عملکرد مدیریت منابع انسانی بر تولید و ترویج و اجرای اندیشه تاثیر مستقیم و معناداری دارد و در نهایت نقش میانجی خلاقیت محصول شده در مدیریت سرمایه انسانی، تایید شده و سبب ارتقاء عملکرد سازمانی گردیده است.

نتیجه‌گیری

۱. لام و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، در پژوهشی به ارتباط تعاملات رفتاری و فرهنگی، خلاقیت و تحلیل پیامدهای آن بر نوآوری باز، ارتباط میان متغیرهای خلاقیت، ابعاد تعاملات درون‌سازمانی، عوامل انگیزش‌زا و فناوری در سازمان پرداختند و یافته‌های این پژوهش حاکی از آن بود که با ایجاد خلاقیت و همچنین ایجاد عوامل انگیزشی و تشویقی، سطح آفرینش‌های ناشی از خلاقیت افزایش خواهد یافت و در نهایت سبب رشد سازمان خواهد شد.

۲. کینینگهام و همکاران^۲ (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتریان و نوآوری سازمان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که مدیریت دانش و تجربه مشتریان در تحقق اهداف سازمانی به ویژه دستیابی به نوآوری سازمانی نقش حیاتی دارد.

۳. جانسون و همکاران^۳ (۲۰۱۹)، در پژوهشی به تاثیر توسعه دانش مشتری بر توسعه و نوآوری فرآیندهای خدماتی و عملکرد سازمان‌ها پرداختند، که جامعه تحقیق ایشان ۲۰۲ شرکت تولیدی اروپایی بوده که مدیریت دانش

4. Donkor, J., Donkor, G. N. A., Kankam-Kwarteng, C., & Aidoo, E.

5. Hitt, M., & Duane Ireland, R

6. Al-Zahrani & Almazari

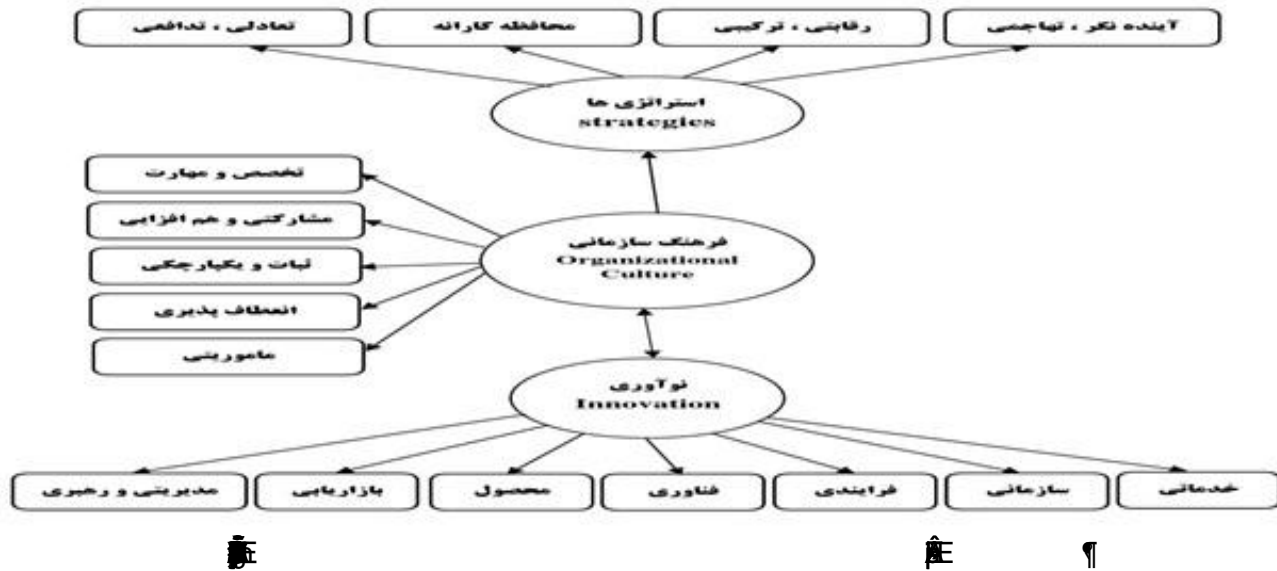
1. Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K

2. Keiningham, T., Aksoy, L., Bruce, H. L., Cadet, F

3. Johansson, A. E., Raddats, C., & Witell, L

۵. فرضیه سوم: فرهنگ سازمانی بر نوآوری تاثیرگذار است و همچنین نوآوری هم بر فرهنگ سازمانی، تاثیرگذار است (رابطه دو سویه)

فرضیه اول: نوآوری بر موفقیت استراتژی سازمان تاثیرگذار است.
فرضیه دوم: فرهنگ سازمانی بر موفقیت استراتژی سازمان تاثیرگذار است.



پرسشنامه به کمک تکنیک آلفای کرونباخ برای پرسشنامه نود و پنج درصد تعیین شده است. آنالیز تحلیلی داده‌ها از راه آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین) و آمار استنباطی (مدل معادلات ساختاری) صورت پذیرفت. برای بررسی روابط میان سازه‌های الگوی معادله‌های ساختاریافته این تحقیق، از نرم‌افزار تحلیلی آموس استفاده شده است.

۷- یافته‌های پژوهش

در راستای آزمایش توزیع نرمال از راه‌های گوناگونی می‌شود بهره گرفت، در تحقیق حاضر با در نظر گرفتن اینکه همه ارقام متغیرهای مشهود برای آماره کشیدگی، کمتر از ارزش عددی هفت است، لذا توزیع متغیرها نرمال خواهد بود. به جهت تعیین اعتبار شاخصه‌های هرکدام از متغیرها و اختلاف بین متغیرها از هم، از آنالیز عاملی تاییدی بهره برده شده و برای هرکدام از متغیرها یک تحلیل عاملی تاییدی گرفته شده و بعد از آن، در آخر، همه الگو، مورد آزمایش و سنجش قرار گرفته و یک آنالیز عاملی تاییدی از همه مدل گرفته شد و مورد تحلیل قرار گرفت. برای ارزیابی و بررسی

این مطالعه از نظر هدف کاربردی و روش آن توصیفی، پیمایشی و از نوع همبستگی علی می‌باشد و برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، استفاده شده است. از نظر روش و فاصله زمانی جمع‌آوری داده‌ها، تحقیقی پیمایشی در مقطعی مشخص می‌باشد. سازمان بنادر و دریانوردی، جامعه منتخب پژوهش حاضر می‌باشد که به دلیل مشکلات وجود داشته برای برازش مدل، نمونه ۲۶۶ نفر در نظر گرفته شده است. نمونه آماری این تحقیق ۲۶۶ نفر از کارکنان و کارمندان بخش ستادی سازمان بنادر و دریانوردی جمهوری اسلامی ایران بوده است. حجم نمونه پژوهش، بزرگ و جامعه همگن می‌باشد. برای گردآوری و تحلیل اطلاعات مورد نیاز و مربوط به متغیر تعاملات ارزشمند رفتاری (فرهنگ سازمانی) از سوالاتی که دنیسون استفاده نموده بود، استفاده شده است و همچنین جهت اطلاعات مربوط به متغیر استراتژی و نوآوری از پرسشنامه مدل استراتژی مایلز و اسنو استفاده شده است. پایایی

پایایی از روش پایایی باز آزمایشی و همینطور به خاطر آزمودن پایایی همسانی درونی، از روش آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است (خاکی، ۱۳۸۹).

فرمول مورد استفاده برای محاسبه اعتبار محتوا به این قرار است:

$$CVR = \frac{(ne - \frac{N}{2})}{N/2}$$

فرمول ضریب لاوشه

الگوی تحلیل عاملی تاییدی و الگوی مسیر، چند شاخصه برازش وجود دارد (خاکی، ۱۳۸۹). در تحقیق حاضر به دلیل آزمایش متغیرها، در پرسشنامه از گویه‌هایی با طیف پنج مقوله‌ای لیکرت بهره گرفته شده است. به دلیل آزمایش اعتبار ابزار گرد آوری داده‌ها از راه‌های آزمودن اعتبار سازه، بر اساس تحلیل عاملی، سنجش اعتبار محتوا، بر اساس روش لاوشه، و سنجش اعتبار صوری، بهره گرفته شده است. همینطور لازم به ذکر است که به دلیل آزمودن سطح

□ □ □

□ □ □

ردیف	گویه ها	برآورد تخمین زده شده	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی داری	بارهای عاملی
۱	استراتژی نهایی	۱,۰۰۰	۰,۱۶۲	۵,۳۴۴	***	۰,۵۱۴
۲	استراتژی دفاعی	۰,۸۶۳	۰,۱۷۰	۵,۱۲۴	***	۰,۵۱۰
۳	استراتژی رقابتی	۰,۸۷۳	۰,۲۰۰	۵,۹۷۱	***	۰,۴۸۱
۴	استراتژی محافظه کارانه	۱,۱۹۳	۰,۲۰۰	۵,۹۷۱	***	۰,۶۱۴
۵	نوآوری سازمانی	۱,۰۰۰	۰,۱۸۵	۶,۰۳۱	***	۰,۵۲۳
۶	نوآوری مدیریتی و رهبری	۱,۱۱۸	۰,۱۶۶	۵,۶۷۵	***	۰,۴۴۶
۷	نوآوری بازاریابی	۰,۹۴۰	۰,۱۰۴	۵,۰۸۰	***	۰,۴۰۴
۸	نوآوری خدمات	۰,۵۲۸	۰,۱۴۱	۶,۳۵۳	***	۰,۳۷۶
۹	نوآوری محصول	۰,۸۶۷	۰,۱۸۱	۶,۹۷۹	***	۰,۴۶۶
۱۰	نوآوری فرایند	۰,۴۴۳	۰,۱۸۱	۶,۹۷۹	***	۰,۴۵۶
۱۱	نوآوری تجهیزات	۱,۲۶۲	۰,۱۸۶	۸,۴۱۲	***	۰,۵۲۷
۱۲	فرهنگ سازمانی مشارکت	۱,۰۰۰	۰,۲۴۹	۵,۴۸۵	***	۰,۵۰۷
۱۳	فرهنگ سازمانی ثبات	۱,۵۴۹	۰,۲۴۹	۵,۴۸۵	***	۰,۷۶۲
۱۴	فرهنگ سازمانی انعطاف پذیری	۱,۳۴۴	۰,۱۶۶	۷,۵۶۶	***	۰,۳۶۲
۱۵	فرهنگ سازمانی ماجوریتی	۱,۲۵۰	۰,۱۶۶	۷,۵۶۶	***	۰,۶۷۸

□ □ □ □ □

شدت بالاتری برخوردار باشد نشان‌دهنده اهمیت آن گویه برای متغیرش می‌باشد (خاکی، ۱۳۸۹).

در تحقیق حاضر به جهت بررسی الگوی آنالیز عاملی تاییدی شاخصه‌های نیکویی برازش، در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. نسبت کای اسکور نمایش داده شده به درجه آزادی کمتر از عدد ۳ است، پس الگو از برازش یا برازندگی مطلوبی بهره‌مند می‌باشد. با در نظر گرفتن این مورد که هر دو شاخصه‌ی CFI و $RMSEA$ از حد مناسبی برخوردار نیستند، لذا این موضوع سبب می‌گردد که الگو نیاز به اصلاح و بازنگری داشته باشد.

در جدول ۲ نتایج شاخص‌های برازش مدل اصلاح شده به شرح زیر می‌باشد:

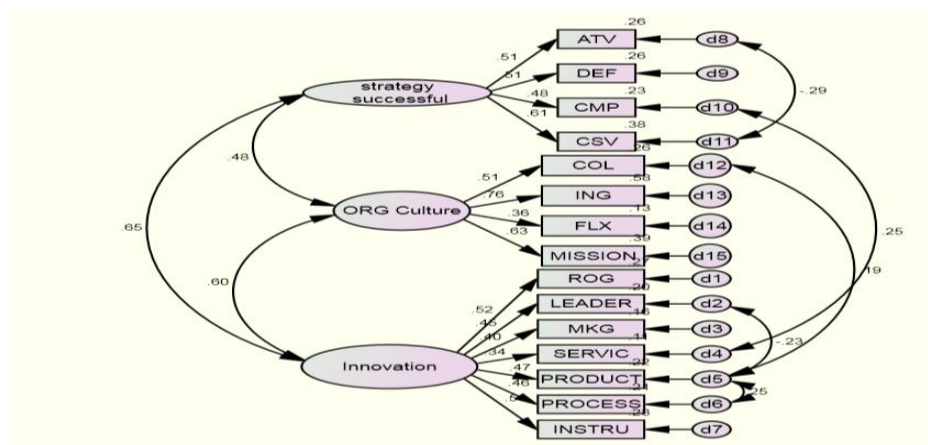
در جدول شماره ۱، سطح معنی‌داری همه گویه‌ها کوچکتر از عدد ۰/۰۵ می‌باشد؛ از طرفی بارعاملی گویه‌ها که باید بالاتر از عدد ۰/۳ باشد. گویه‌ها نیز دارای بارعاملی بزرگتر از عدد ۰/۳ می‌باشند که نشان از شایسته بودن رابطه گویه با متغیر متناظرش است. همانطور که مشاهده می‌شود در جدول بالا گویه‌هایی که ثابت فرض شده‌اند، نسبت بحرانی و سطح معنی‌داری آنها خالی می‌باشد و این به خاطر این قضیه است که به منظور این که مدل را تبدیل به مدل فرامشخص کنیم و امکان انجام معادلات ساختاری وجود داشته باشد، بایستی درجه آزادی مدل مثبت باشد که به همین خاطر نرم‌افزار به طور اتومات بعضی از گویه‌ها را ثابت فرض می‌کند. در جدول بالا بارهای عاملی نشان‌دهنده رابطه گویه با متغیر خودش می‌باشد که هرچقدر این رابطه از



شاخص های برازش	حد مطلوب	حد مدل پژوهشی
(نسبت کای اسکوار به درجه آزادی) CMIN/DF	کمتر از ۳	۲/۳۱۳
CFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۸۷۹
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۵۷
IFI	بالاتر از ۰/۹۰	۰/۹۰۱

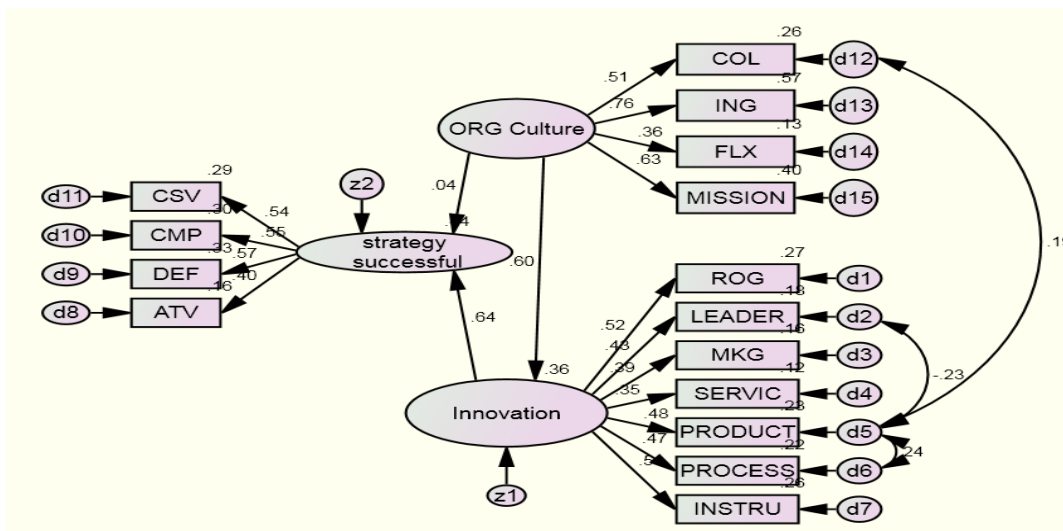
در تحلیل‌ها، سطح معنی‌داری همه گویه‌ها کمتر از ۰,۰۵ است، از سمتی دیگر، بار عاملی مولفه‌ها که باید بیشتر از ۰,۳ باشد. همچنان که مشهود است مولفه‌هایی که فرض بر ثابت بودن آنها می‌شود، نسبت بحرانی و سطح معنی‌داری این مولفه‌ها، تهی است و این موضوع به دلیل این داستان می‌باشد که به جهت اینکه الگو را به الگوی فرامشخص می‌دال سازیم و امکان انجام عملیات SEM فراهم باشد، لذا باید درجه آزادی الگو مثبت در نظر گرفته شود که به همین دلیل نرم‌افزار معادلات ساختاری به طور اتومات بعضی از مولفه‌ها را ثابت فرض نموده است. لازم به ذکر است بارهای عاملی، نشانگر رابطه مولفه با متغیر خودش است که هر میزان این رابطه از شدت بیشتری برخوردار باشد نمایانگر اهمیت آن مولفه برای متغیرش است. با توجه به اینکه در تحلیل‌های نسبتاً ساده، نرم‌افزار اسپاس به کار می‌رود و از آنجا که معمولاً دقت تحلیل‌های نرم‌افزار آموس در مقایسه با دقت تحلیل‌های نرم‌افزار لیزرل، به نسبت دقیق تر است به همین خاطر ترجیح داده شده از نرم‌افزار آموس

بهره گرفته شود. از آنجا که هر یک از متغیرهای این پژوهش دارای چندین مولفه می‌باشد و نیز هر یک از این مولفه‌ها دارای اوزان ارزشی متفاوتی هستند، بنابراین باید از روش تحلیلی بهره برد که بتوان اوزان مختلف و تاثیر همزمان پارامترها را لحاظ نمود. به همین خاطر، تصمیم بر این شد که از نرم‌افزار آموس استفاده شود. در این پژوهش، چند متغیر دخالت داده شده که هر یک از این متغیرها دارای چندین مولفه با اوزان ارزشی متفاوتی از هم می‌باشند. نسبت کای اسکوار نمایش داده شده به درجه آزادی کمتر از عدد ۳ است، پس الگو از برازش یا برازندگی مطلوبی بهره‌مند می‌باشد. با در نظر گرفتن این مورد که هر دو شاخصی CFI و RMSEA از حد مناسبی برخوردار هستند و همچنین از مشاهدات نمایان است که برازش نیکویی الگوی ساختاری از حد مناسب بیشتر و بالاتر است لذا این موضوع سبب ردد که الگو نیازی به اصلاح نداشته باشد.



شکل ۲. ارتباط متغیرها به همراه مولفه‌ها

مدل خروجی نرم افزار ایموس در زیر آورده شده است:



شکل ۳. مدل اندازه گیری استاندارد شده

متغیر بیرونی	متغیر درونی	برآورد تخمین زده شده	نسبت بحرانی	سطح معنی داری	ضریب تاثیر	نتیجه فرضیه
فرهنگ سازمانی <td>موفقیت استراتژی <td>۰/۶۰۹ <td>۵/۷۴۳ <td>***</td> <td>۰/۶۰۰</td> <td>تایید</td> </td></td></td>	موفقیت استراتژی <td>۰/۶۰۹ <td>۵/۷۴۳ <td>***</td> <td>۰/۶۰۰</td> <td>تایید</td> </td></td>	۰/۶۰۹ <td>۵/۷۴۳ <td>***</td> <td>۰/۶۰۰</td> <td>تایید</td> </td>	۵/۷۴۳ <td>***</td> <td>۰/۶۰۰</td> <td>تایید</td>	***	۰/۶۰۰	تایید
نوآوری <td>موفقیت استراتژی <td>۰/۰۲۷ <td>۲/۳۴۴</td> <td>۰/۰۴۷</td> <td>۰/۰۳۸</td> <td>تایید</td> </td></td>	موفقیت استراتژی <td>۰/۰۲۷ <td>۲/۳۴۴</td> <td>۰/۰۴۷</td> <td>۰/۰۳۸</td> <td>تایید</td> </td>	۰/۰۲۷ <td>۲/۳۴۴</td> <td>۰/۰۴۷</td> <td>۰/۰۳۸</td> <td>تایید</td>	۲/۳۴۴	۰/۰۴۷	۰/۰۳۸	تایید
فرهنگ سازمانی <td>نوآوری <td>۰/۴۵۸ <td>۴/۱۰۷ <td>***</td> <td>۰/۶۴۳</td> <td>تایید</td> </td></td></td>	نوآوری <td>۰/۴۵۸ <td>۴/۱۰۷ <td>***</td> <td>۰/۶۴۳</td> <td>تایید</td> </td></td>	۰/۴۵۸ <td>۴/۱۰۷ <td>***</td> <td>۰/۶۴۳</td> <td>تایید</td> </td>	۴/۱۰۷ <td>***</td> <td>۰/۶۴۳</td> <td>تایید</td>	***	۰/۶۴۳	تایید

مولفه وابسته بر اساس علت مولفه‌های مستقل بیشتر خواهد بود. در این الگو، در تحقیق حاضر، با در نظر گرفتن ارقام بالای ضریب تعیین می‌توان به برازندگی الگوی ساختاری تکیه و استناد کرد و همینطور اینگونه شرح داد که مولفه‌های وابسته بیشترین وابستگی را به مولفه‌های مستقل خود دارند.

۸- جمع بندی یافته‌ها:

فرضیه اول: آفرینش ناشی از خلاقیت (نوآوری) روی موفقیت راهبردهای سازمان تاثیرگذار می‌باشد. سطح معنی‌داری تاثیر آفرینش محصول شده بر موفقیت راهبرد سازمان که بالاتر از ۰,۰۵ و نسبت بحرانی برابر با ۲,۳۴۴ است؛ بنابراین فرضیه صفر رد شده و فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ تایید می‌گردد. پس آفرینش

در جدول ۴، ضریب تعیین مشهود می‌باشد که هر مولفه، چه میزان توسط مولفه مستقل تشریح شده است جدول ۴. ضریب تعیین میان متغیرهای بیرونی

متغیرهای درونی	ضریب تعیین
نوآوری	۰/۳۶
موفقیت استراتژی	۰/۴۴

آیا ضریب تعیین، در تشریح سطح برازندگی الگو (برازش مدل) و همچنین در مولفه‌های مستقل برگزیده در پژوهش به شایستگی قادر است که مولفه وابسته را تشریح نماید یا خیر؟ هر میزان که این شاخصه بالاتر باشد نشانگر برازندگی بهتر و مناسبتر الگو می‌باشد و همینطور نمایش می‌دهد که



با تحلیل بر یافته‌های دوّمین فرضیه تحقیق، که پژوهشگر عنوان داشته است رفتارهای ارزشی درون‌سازمانی (فرهنگ) بر میزان پیروزی راهبردهای سازمان موثر است، مشخص گردید که رفتارهای ارزشی به آدمی تعلیم می‌دهد تا تفکرات نوآورانه و مستحکمی را دنبال نماید و در قالب مشارکت تیمی و تعهد عملیاتی به موضوع هم‌افزایی، خود را بیابد و سامان یافته و هدفمند در خدمت اهداف سازمان عمل نماید.

با توجه به فرضیه سوّم پژوهش، که پژوهشگر عنوان داشته تعاملات فرهنگی (فرهنگ) بر آفرینش محصولات ناشی از خلاقیت (نوآوری) تاثیرگذار است. در همین راستا پژوهشی مورد بررسی قرار گرفت تحت عنوان ارزیابی اثر تعاملات فرهنگی بر آفرینش محصولات ناشی از خلاقیت، که یافته‌های پژوهش نشان داده سطح محصولات خلاقانه در این مجموعه تابعی از تعاملات فرهنگی درون سازمانی بوده است. تحلیل نتیجه توسط پژوهشگر به این قرار می‌باشد: تعاملات و رفتارهای سازمانی نقشی حیاتی در رشد و بهبود سازمان دارد. در پژوهشی دیگر با عنوان ارزیابی تاثیر تعاملات رفتاری (فرهنگ) بر آفرینش خدمات نوآور محور (نوآوری در خدمات)، مشخص شد که سطح خلاقیت در این مجموعه، تابعی از رفتارهای فرهنگی درون‌سازمانی بوده است و در تحقیق دیگری، بررسی نقش محصولات نوآورانه در رشد فرهنگ، مورد مطالعه قرار گرفته بود که عملکرد و اثرات فرهنگ بر تغییر رفتارهای فرهنگی و همچنین عملکرد مجموعه را مورد تحلیل قرار داده بود. نتایج پژوهش نمایانگر این بود که تعاملات فرهنگی و محصولات و خدمات نوآور محور، اثر مستقیم و موثری بر رشد عملکرد شرکت داشته است. بنابراین می‌توان اینطور عنوان نمود که شرکت‌های پیروز، راهبردهایی چند جانبه متمرکز بر جذب فناوری نوآور محور و همچنین توجهی خاص به رشد و یا بهبود عملیاتی در حوزه فرهنگ سازمانی خود در بلندمدت داشته‌اند. مهیا نمودن فضایی انعطاف‌پذیر، توجه به استعداد کارکنان و احترام به نظرات نوآورانه و خلاقانه کارکنان و حمایت از استعدادهای آنان سبب شکوفایی خلاقیت افراد خواهد شد که به تبع بروز ابداعات، نوآوری‌های جدید در حوزه خدمات یا محصولات، دور از ذهن نخواهد بود. از

محصول شده (نوآوری) بر روی موفقیت راهبرد سازمان تاثیر مستقیم دارد.

فرضیه دوّم: تعاملات فرهنگی (فرهنگ سازمانی) روی موفقیت راهبرد سازمان تاثیرگذار می‌باشد.

سطح معنی‌داری تاثیر تعهد (رفتارهای ارزشمند فرهنگی) بر اعتماد مشتریان که کمتر از ۰,۰۵ است می‌توان فرضیه صفر را رد نموده و فرضیه تحقیق با سطح اطمینان ۹۵٪ و ضریب مسیر ۰,۰۶ را تایید نمود. در حقیقت تفسیر این یافته، گویای این مطلب است که با افزایش یک واحد افزایش در تعهد (فرهنگ سازمانی)، موفقیت راهبرد سازمان به میزان ۰,۰۶ افزایش می‌یابد.

فرضیه سوّم: تعاملات ارزشمند رفتاری (فرهنگ سازمانی) روی خلاقیت محصول شده (نوآوری) کارکنان تاثیرگذار می‌باشد.

سطح معنی‌داری تاثیر تعاملات ارزشمند رفتاری (فرهنگ سازمانی) بر خلاقیت محصول شده (نوآوری) کارکنان که کمتر از ۰,۰۵ است، پس می‌توان فرضیه صفر را رد کرده و فرضیه پژوهش با سطح اطمینان ۹۵٪ و ضریب مسیر ۰,۰۶۴ تایید نمود.

۹- بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج فرضیه اوّل پژوهش، که پژوهشگر عنوان داشته آفرینش محصولات ناشی از خلاقیت (نوآوری) بر افزایش میزان احتمال پیروزی راهبردهای سازمان موثر است، نشانگر این صحبت است که کلید پیروزی و رمز بقاء در بازار پیچیده امروزی، آفرینش است. آفرینش (نوآوری) بر پایه توجه به نیازهای جدید مشتریان و همینطور بر پایه خلاقیت‌های محصول شده متمایز از محصولات رقبا در بازار. از منظری دیگر، توجه به خلاقیت و نوآوری در چیدمان نقشه راه و طراحی و تدوین برنامه‌ها و توجه به رشد فرهنگی درون سازمانی در بلندمدت، بسیار حائز اهمیت می‌باشد. از منظری دیگر، توجه و احترام به اختلاف نظرات سازنده و خلاقانه گروه‌های مهندسی، بازرگانی و تحقیق و توسعه، که تمامی این نظرات در کنار هم سبب تسهیم دانش و ایجاد هم‌افزایی خواهد شد، که این عامل مهم و ارزشمند، خود از موثرترین عوامل بهبود، توسعه، رشد و ترقی محصولات و خدمات خواهند بود.



نگاهی راهبردی به خلاقیت و ابتکارات کارکنان داشته باشد و حامی آفرینش‌های جدید باشد و برای رسیدن به اهداف بلندمدت، آفرینش‌های جدید ناشی از خلاقیت را، در هسته مرکزی توجهات خود قرار دهد. مدیر سازمان باید به سازمان متعهد بوده و نسبت به رفع چالش‌های سازمان، خود را مسئول بداند و برای حل و فصل مشکلات سازمان سعی باشد. آفرینش خدمات یا محصولات نوآورانه جدید، مستلزم وجود روحیه هم‌افزایی و مشارکت متعهدانه همه‌ی کارکنان می‌باشد و هر شخص، می‌بایست به نوبه خود با بهره‌مندی از توان تخصصی و تجربیات خویش، در مسیر رشد و تعالی سازمان، مشارکت عملی و متعهدانه داشته باشد. یکی از ابعاد کلیدی در راهبردهای سازمانی، توسعه هر چه بیشتر دانش فنی و تخصصی و سهیم‌شدن در ارتقاء توان رقابتی سازمان بر پایه تسهیم دانش تک تک پرسنل می‌باشد که همه افراد، باید خود را در گسترش و رشد سازمان، مسئول بدانند. راهبردها تعیین‌کننده اهداف کلان و نقشه راه سازمان‌ها می‌باشند. بنابراین سازمان محکوم به طراحی و تدوین راهبردهای خلاقانه نوآور محور است تا توان تاب‌آوری سازمان در برابر تهدیدهای رقبا، افزایش یافته و قدرت رقابت در عرصه پیچیده بازارهای پیچیده پرتلاطم را داشته باشد.

بر اساس نتایج دوّمین فرضیه‌ی تحقیق که عنوان داشته تعاملات فرهنگی سازمان (فرهنگ) بر روند پیروزی راهبردها موثر است، اینگونه تعبیر می‌شود که تعاملات فرهنگی سازمانی، به مثابه روح درون سازمان قلمداد می‌شود که گستره‌ی پارادیم‌ها، ارزش‌ها، دانش فنی و تخصصی و نوع تعاملات سازمانی را تحت پوشش خود قرار می‌دهد، که رفتارهای درون‌سازمانی کارکنان متأثر از این عنصر حیاتی می‌باشد. در مجموع می‌توان اینطور بیان نمود که یکی از دلایل مهم موفقیت فرایندهای راهبردهای سازمان، جاری بودن تعاملات فرهنگی صحیح سازمانی است، بنابراین رهبران می‌بایست به صورت پویا و مستمر، طراحی و تدوین راهبردهای مختلف سازمان را بر اساس تعاملات خرد و کلان فرهنگی سازمان ایجاد نمایند تا در درازمدت راهبردها و تعاملات سازنده، در بطن سازمان نهادینه گردد و موجبات رشد و پیشرفت برای سازمان را فراهم آورد.

منظری دیگر، آفرینش محصولات و خدمات جدید (نوآوری)، حاصل کار تیمی افراد سازمان است که با مشارکت دلسوزانه همراه با تسهیم تجربیات و دانش فنی هر یک از افراد شکل گرفته است. به همین دلیل، تعاملات فرهنگی و گروهی درون سازمانی به منظور ارتقاء سازمان از نکات مهم تلقی می‌گردد. بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود توجه به افکار و ابداعات خلاقانه کارکنان در راهبردهای فرهنگی حتماً لحاظ گردد و پس از اتمام عملیات‌ها و فرآیندهای تولید یا خدمات، در پایان پروژه‌ها از کارکنان به منظور ارزیابی و تحلیل دوره، پرسش شود که تا چه میزانی از ابتکارات بهره برده‌اند و اثر خلاقیت در انجام وظایف آنها به چه صورت بوده است.

وجه تمایز این پژوهش در مقایسه با پژوهش‌های مشابه را به طور کلی می‌توان در قالب زیر خلاصه نمود:

۱. تفویض اختیار و آزادی عمل به کارکنان مجموعه در حوزه اختیارات ایشان.
۲. آموزش به منظور شکوفایی استعدادهای بالقوه کارکنان و در نتیجه بهره‌گیری از توانمندی‌ها و خلاقیت‌های آشکار شده آنها.
۳. ارتقاء میزان مشارکت افراد و کار گروهی سازمانی.
۴. ارتقاء میزان مسئولیت‌پذیری و افزایش حس تعلق به مجموعه.
۵. افزایش بهره‌وری و اثربخشی در سازمان.
۶. تحقق اهداف فردی در سایه موفقیت و پیشبرد اهداف عالی سازمان و به دنبال آن افزایش سطح رضایتمندی پرسنل.
۷. شفافیت در امر تصمیم‌سازی در جهت نیل به رویکردهای نوآورانه راهبردی و برنامه‌های بلند مدت سازمان.
۸. افزایش توانمندی در پیش‌بینی‌های دقیقتر استراتژیک.

۹ - پیشنهادات حاصل از این پژوهش با توجه به نتایج فرضیه اول تحقیق که عنوان داشته خلاقیت و ابتکار (نوآوری) بر افزایش احتمال پیروزی راهبردهای سازمان موثر است، توصیه می‌شود که رهبر سازمان بایستی

برای مبارزه صحیح با انواع چالش‌ها، تعاملات و رفتارهایی نوآور و خلاق، مقدمات آفرینش و نوآوری را در کارکنان ایجاد می‌نماید. تعاملات صحیح درون ساختاری، شاخصی ادامه زندگی و راز بقا برای پیروزی هر مجموعه می‌باشد. میزان نوآوری در مجموعه از نوع هنجارها، رفتارها و تعاملات جاری درون سازمانی تبعیت می‌کند. بنابراین رفتارهای خلاق و فرآیندهای جدید بر روند عملیات‌های سازمان تاثیرگذار خواهد بود. مجموعه‌های پیروز، معمولاً پتانسیل جذب فرآیندهای جدید رهبری و راهبردهای کارگشا را دارند. تعاملات و رفتارهای درون‌سازمانی، نشانگر و بازتاب سبک مدیریت و فرآیندهای عملیاتی و مقبولیت‌های درون مجموعه است. ابتکارهای جدید به محصول تبدیل شده در سازمان، به دلیل وجود روند اشتباه و سیاستگذاری‌های غلط در سازمان، نه تنها موفق نمی‌شوند بلکه به مرگ محکوم خواهند شد. پس مستندسازی نظامند ساختارها و دسته‌بندی هدفمند ابتکارات و تهیه نقشه راه در جهت بهبود، تقویت و تعالی تعاملات درون سازمانی، مفید فایده خواهد بود.

۲. اهمیت نوآوری در موفقیت استراتژی

در حال حاضر (وضعیت مشاهده شده)، سازمان یاد شده از استراتژی‌های کاهشی و ادغام بهره می‌جوید و با توجه به وجود تحریم‌های مختلف، اجرای استراتژی‌های تدافعی و محافظه کارانه در برنامه‌هایشان مشهود می‌باشد. حال این نکته حائز اهمیت است که اگر نوآوری‌ها حمایت شوند و رشد یابند و همزمان از ظرفیت‌های موجود درون سازمانی، بهینه استفاده شود، ایجاد خدمات و محصولات نوآورانه متمایز از رقبا محتمل خواهد شد که در نهایت دنبال نمودن این استراتژی‌ها، سبب حرکت برنامه‌های سازمان به سمت اجرای استراتژی‌های رقابتی خواهد شد که در آینده دلیل رشد و تعالی در بلوغ تخصصی و به تبع آن سبب رشد همه جانبه در عملکرد و بهره‌وری چند جانبه سازمان خواهد شد. استراتژی نوآور، برنامه‌ای جامع می‌باشد که در طرح‌ریزی آن، گسترش خدمات و تولیدات جدید مورد توجه قرار می‌گیرد. پس رصد و پیش‌بینی نوآوری‌های جدید در تولیدات و خدمات در راهبردهای کلان شرکت که توسط مدیران ایجاد می‌شود، برای ادامه زندگی و بقای شرکت

با توجه به فرضیه سوم پژوهش که بیان می‌دارد رفتارها و تعاملات درون سازمانی (فرهنگ) بر ایجاد یا رشد ابتکار و خلاقیت‌های افراد موثر می‌باشد، به همین جهت توصیه می‌شود مستندسازی ساختارهای نظامند ابتکارات در جهت ارزیابی، بهبود و رشد تعاملات سازمانی، که حتماً موثر خواهد بود در سازمان اجرا شود، به گونه‌ای که هر کدام از پرسنل و یا اشخاص، به فهم عمیقی از آن برسند و ارزش خویش را در این ساختار، به وضوح درک نمایند. لذا پیشنهاد می‌شود فرآیند و نظام نوآوری در راستای فرهنگ سازمان مستندسازی گردد، به نحوی که هریک از کارکنان سازمان آن را درک نمایند.

پیشنهادات مستخرج از تحلیل پژوهش و مصاحبه‌های صورت گرفته در سازمان بنادر و دریانوردی:

در بررسی و تحلیل‌هایی که طی مصاحبه‌های گوناگون از کارشناسان و مدیران سازمان بنادر و دریانوردی به عمل آمد، مشاهده شد:

۱. اهمیت فرهنگ سازمان در نوآوری

عدم توجه به ایجاد زیرساخت فرهنگی و نبود فضا و محیط خلاق، سبب گم شدن انواع خلاقیت‌ها و ایده‌های مختلف در جای جای سازمان شده که در پی آن نوآوری‌های لازم بروز پیدا ننموده است، که این مورد حاکی از غفلت در طراحی و تدوین استراتژی نوآورانه آینده‌نگر از سوی مدیران ارشد می‌باشد. لازم به یادآوری است که در عصر پیچیده حاکم بر دنیای سیاسی گونه بازرگانی، نوآوری‌های مختلف، اصلی مهم تلقی می‌شود که سبب رشد و ارتقاء در عملکرد و بهره‌وری خواهد شد. بنابراین وجود نگاه راهبردی به ترکیب مسائل درونی و بیرونی سازمان، به شدت پیشنهاد می‌گردد و دنبال نمودن مسائل آینده‌پژوهی و سناریوسازی در جهت نیل به اهداف سازمان پیشنهاد می‌شود. رهبران قادرند در مجموعه‌هایشان تعاملات و رفتارهایی را پایه‌ریزی کنند که تغییرات و اصلاحات را به کمک راه‌های جدید و خلاقانه ایجاد یا بهبود دهند. از منظری دیگر می‌توان اینطور عنوان داشت که تفاوت‌ها و ارزیابی‌های گوناگون اما سازنده افراد، هنجارهای سالمی است که ابتکار و نوآوری‌ها را تشویق می‌نماید. شناخت و درک مدیر از تفاوت قالب‌های ذهنی کارکنان و ایدئولوژی اشخاص و همینطور تعلیم اشخاص



نقکرات مستحکم و شدنی را یاد بگیرد، و در چارچوب های عملیاتی که هر کدام، ماموریتی خاص را دنبال می کنند سازمان یافته تر عمل نمایند. ارگانها می بایست راهبردهای درون سازمانی را مورد توجه خاص قرار داده تا اینکه موفق به رسیدن به سطح مطابقت قابل قبول با بیرون از سازمان شوند، و با بهره مندی از هم افزایی به انتظارات خود و سازمان دست یابند. رهبران با مورد توجه قرار دادن شاخصه های تعاملات درون سازمانی (یادگیری، اشتراک مفاهیم تخصصی، قابلیت انتقال دانش فنی و تخصصی، نمادین بودن، و تطابق هنجاری ارزشمند سازمان)، و با اجرای عملیات رهبری صحیح درون سازمانی، ضمن شناسایی رفتارهای ناهمسوی کارکنان، آنان را با هنجارهای درون سازمانی همسو نمایند. پس می شود اینگونه عنوان نمود که تعاملات درون سازمانی به مثابه پارادایمی چند بعدی، می تواند تعهد، رفتار، هنجار و ابتکارات کارکنان را تحت تاثیر قرار دهد. تعاملات صحیح درون سازمانی، عنصر مهمی برای متاثر نمودن کنش های سازمانی در میان کارکنان می باشد. بنابراین تعاملات صحیح درون سازمانی، قادر است عملیات راهبردی و راهکارهای پیروز، را تحت الشعاع خود قرار داده و موجبات نیل سریعتر سازمان به اهداف از قبل طرح ریزی شده را فراهم آورد. بنابراین می بایست رهبران به شکلی پویا و برنامه ریزی شده، راهبردهای موثر و همسو با تعاملات خرد و کلان را طرح ریزی، تدوین و دنبال کنند تا با گذشت زمان در دراز مدت، نوع تعاملات فرهنگی سازمان اصلاح گردد و رفتارهای صحیح جایگزین رفتارهای ناکارآمد شود. چنانچه این مبحث مورد توجه قرار نگیرد در درازمدت به ضرر مجموعه خواهد بود و موجبات انواع آسیبها را برای سازمان مهتا خواهد نمود.

پیشنهادات کاربردی و اقدامات عملی برای سازمان

بنادر و دریانوردی

۱. ارائه خدماتی نوآورانه و متمایز از رقبا با کیفیت قابل توجه
۲. استقبال واقعی از تغییرات و به روز رسانی های در سازمان (ایجاد برنامه برای پذیرش و سازگاری با تغییرات).
۳. جذب و پذیرش فرآیندهای نوآورانه.

بسیار مهم و حیاتی خواهد بود. بکارگیری نوآوری برای شرکت ایجاد مزیتی رقابتی خواهد نمود. بکارگیری نوآوری، تولیدات و خدمات نوآورانه، در نگاه مشتریان ایجاد تمایز و جذابیت محصولات در مقایسه با محصولات رقبا خواهد نمود و برای آنان کشش ایجاد خواهد کرد. یکی از بخش های کلیدی در راهبردها، توجه به توسعه دانش فنی و تخصصی از طریق تسهیم دانش و تجربیات، جذب و اشاعه فناوری می باشد که ممکن است در اختیار کارکنان وجود داشته باشد. راهبرد، چشم انداز دستیابی به برنامه های درازمدت را تعیین می نماید. خلاقیت و ابتکارت محصول شده، رمز رشد و تعالی مجموعه خواهد بود. با توجه به وجود بازار متغیر و پویای کنونی، بایستی در جستجوی طراحی و تدوین راهبردهای صحیح در راستای اصلاح و بهبود، به منظور تغییر مسیر سازمان برای دستیابی سریعتر به اهداف و ایجاد افزایش توان رقابت در رویارویی با رقبا بود.

۳. اهمیت فرهنگ سازمان در موفقیت استراتژی

اکثریت کارکنان سازمان یاد شده از میزان تعهد لازم و همینطور از سطح مناسبی در بلوغ فرهنگی سازمان برخوردار نبودند، که این مورد حاکی از این است که تاکنون توجه نظامند و روشمندی درخصوص ارتقاء سطح بلوغ فرهنگی در سازمان صورت نگرفته و همچنین طراحی و تدوین استراتژی هایی که منجر به ارتقاء سطح بلوغ فرهنگی سازمان می شود مورد غفلت مدیران بوده است، بنابراین طراحی و تدوین استراتژی های آینده نگر متمرکز بر رشد و تعالی بلوغ فرهنگی در سازمان پیشنهاد می گردد و در نهایت رشد فرهنگی و ارتقاء سطح کیفی و تعهدی مجموعه به رشد عملکرد و بهره وری منتهی خواهد شد. اصلاح فرهنگ و استراتژی سازمان برای حمایت از خلاقیت و کارآفرینی بسیج گردد و مدیران نقش های فعالی در هدایت فرآیند نوآوری به عهده گیرند.

در سازمان های نوآور محور، فرهنگ و استراتژی صنعتی، نوآوری را حمایت می نماید. استراتژی های سازمان، هنجارهای طراحی شده رهبران رده بالا، چشم انداز، و نیز ایجاد انگیزه برای شکوفایی ابتکارهای گوناگون را همواره مورد تاکید قرار داده است. فرهنگ به انسان می آموزد تا



۳. پیشنهاد می‌گردد عناصر موثر دیگر همچون تعاملات درونی و ابتکارات و راهبردهای موثر مورد بررسی قرار گیرد.

۴. پیشنهاد می‌گردد تحقیقات آتی، پژوهش‌های آینده، بررسی‌های درون سازمانی، ارزیابی چشم‌اندازهای رهبران شرکت‌های گوناگون مرتبط با ارتقاء ابتکارات جدید در راستای تعالی تعاملات درونی سازمان را مهم تلقی نمایند و ارزیابی و پیش‌بینی‌های صحیحی داشته باشند.

۵. پیشنهاد می‌گردد مطالعات آتی بر روی روش‌های ارزیابی قابلیت یادگیری سازمانی، فرهنگ سازمانی و بومی ساختن آنها در سازمان‌های ایرانی مورد بررسی قرار گیرد.

۶. پیشنهاد می‌گردد مطالعات آتی روابط علت و معلولی بین قابلیت یادگیری سازمانی و خلق دانش در محل کار را مورد بررسی قرار دهند.

۴. جذب و بکارگیری انواع فناوری مرتبط جدید (جذب و بکارگیری نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای جدید سازمانی).

۵. تغییر در خدمات سازمانی همگام با فناوری.

۶. ارتقاء و عمق بخشی به بلوغ تخصصی سازمان.

۷. ارتقاء و عمق بخشی به بلوغ فرهنگی سازمان.

۸. پویایی مستمر در تحقیق و توسعه (ارزیابی، کنترل، رصد، پیش‌بینی و دیده‌بانی).

۹. نگاه راهبردی به مسائل داخلی و بیرونی سازمان و طراحی سناریو.

۱۰. طراحی و تدوین استراتژی فناورانه آینده‌نگر.

۱۱. طراحی و تدوین استراتژی تخصص محور آینده‌نگر.

۱۲. مدیریت بهینه و بهره‌مندی هرچه بیشتر از انواع ظرفیت‌های سازمان (جغرافیایی، نرم و سخت).

کتابخانه

۵. لقمان استرکی، س؛ یزدانی، ح؛ حکیم، ا، (۱۴۰۰). طراحی چارچوب اجرای استراتژی بر مبنای قابلیت‌های فناوری اطلاعات (مطالعه موردی: یک بانک ایرانی). پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۳۳(۳).

۶. سیف الهی، ن، (۱۳۹۸). بررسی تاثیر بازرگرای و ثبات مدیریتی بر عملکرد مالی شرکت‌ها. فصلنامه اقتصاد مالی، سال سیزدهم، شماره ۴۸.

۷. سلطانی، م؛ طهماسبی آقبلاغی، د، (۱۳۹۹). تبیین نقش شراکت راهبردی بانک تجارت با فین‌تک‌ها در کارایی با میانجیگری تحولات فناورانه و بانکداری دیجیتال. مدیریت بازرگانی، ۱۲(۳).

۸. عظیمی، ح؛ بیات، ر، (۱۴۰۲). بررسی تاثیر فعالیت‌های مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی بر نوآوری در مراکز رشد و فناوری. مدیریت بهره‌وری، دوره ۱۷، شماره ۱.

۹. عبدالملکی، ح؛ خدایاری، ع؛ شریعی، ج، (۱۴۰۰). مدل‌سازی نقش تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی بر عملکرد کسب و کارهای ورزش‌های الکترونیکی با میانجیگری رفتار خرید. مدیریت ورزشی، دوره ۱۳، شماره ۴.

۱۰. قادری، فرهاد؛ رحیم‌نیا، فریبرز، (۱۴۰۰). تناسب استراتژیک بین استراتژی‌های نوآوری و عملکرد کسب و کارهای دانش‌بنیان. فصلنامه رشد فناوری، ۱۷ (۶۶)، ۲۱ - ۳۱.

۱. اجلی، م؛ مظفری، م؛ طلوعی، ه، (۱۴۰۱). تاثیر مدیریت راهبردی منابع انسانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۵۱.

۲. اوحدی، ف؛ ناصری، م، (۱۳۹۷). بررسی مدل‌های کسب و کار پیاده‌سازی فین‌تک‌ها و استارت‌آپ‌های حوزه مالی و بانکی، همایش ملی مدیریت و کسب و کار الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی.

۳. بودلایی، ح؛ رزاقی کاشانی، م؛ اسماعیل زاده بهابادی، ح، (۱۳۹۷). تاثیر عملکرد مدیریت منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری سازمانی در اداره کل بیمه سلامت استان یزد، کنفرانس ملی دانشگاه بین‌المللی شیراز.

۴. دهقانی ترزجانی؛ و، معین الدین، م؛ شهرستانی، س، (۱۴۰۱). بررسی نقش میانجی مدیریت منابع انسانی و فرآیندهای داخلی بر رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی، مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، دوره ۳، شماره ۴.

۱. پیشنهاد می‌گردد پژوهش کنونی در ادارات و ارگان‌های مشابه هم صورت پذیرد.

۲. پیشنهاد می‌گردد عوامل مؤثر بر گسترش فرهنگ نوآورانه در سازمان‌های صنعتی مورد بررسی قرار گیرد.

Ghana. Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship .

21. Gault, F. (2018) . *Defining and Measuring Innovation in all Sectors of the Economy*. Research Policy, (47)3, 617–622.

18. Greenaway, D., & Kneller, R. (2007) . Firm Heterogeneity, Exporting and Foreign Direct Investment. The Economic Journal, (117)517, 134-161.

22. Ho, L., (2008) . *What affects organizational performance?"* Industrial Management & Data System, 108-118 .

23. Hitt, M., & Duane Ireland, R. (2017) . *The intersection of entrepreneurship and strategic management research*. The Blackwell handbook of entrepreneurship, 45-63.

24. Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y.-H., Yang, B., Wu, C.-M., & Kuo, Y.-M. (2011) . *Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry*. International business review, 20(2), 213-225 .

25. Piercy, N. (2014) . *Online service quality: Content and process of analysis*. Journal of Marketing Management, 30(7-8), 747-785 .

26. Keiningham, T., Aksoy, L., Bruce, H. L., Cadet, F., Clennell, N., Hodgkinson, I. R., & Kearney, T. (2020). *Customer experience driven business model innovation*. Journal of Business Research, 116, 431-440.

27. Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). *The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation*. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 66.

28. Lu, P., Yuan, S., & Wu, J. (2017) . *The interaction effect between intraorganizational and inter-organizational control on the project performance of new product development in open innovation*. International Journal of Project Management, 35(8), 1627-1638.

۱۱. خاکی، غ. ۱۳۸۹. روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. نشر بازتاب، تهران.

۱۲. کابلی، ژ؛ شاه‌حسینی، م، (۱۴۰۱). مطالعه اثر مدیریت منابع انسانی در نوآوری سازمانی با تکیه بر مدیریت دانش (مورد مطالعه کارکنان بهزیستی تهران). فصلنامه علمی بازاریابی دانش و نظام‌های معنایی، دوره ۹، شماره ۳۲.

۱۳. کلاه کج، ک؛ پوریان‌فر، ف، (۱۴۰۱). تاثیر مدیریت مشتری و نوآوری بر عملکرد مالی، مجله علمی مدیریت نوآفرینی. دانشگاه آزاد واحد شهر قدس، سال دوم، شماره اول.

۱۴. منطقی، م؛ حسن آبادی، پ، (۱۳۹۵). الزامات گذر از نوآوری بسته به نوآوری باز، فصلنامه رشد فناوری.

۱۵. نظری‌پور، م؛ رنجبر، ا، (۱۴۰۱). تجزیه و تحلیل اثرات استراتژی نوآوری بر عملکرد مالی با میانجگری متغیرهای اقتصادی، مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی. دوره ۳، شماره ۳.

16. Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021) *The impact of Human resource management practice on Organizational performance*. International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM), 5 .

17. Almodarresi, M., Hooshmand Bagheri Gara Bolagh, M., & Gholami, F. (2021) . *The effect of customer orientation and customer relationship management (CRM) infrastructure capabilities on innovative behavior*, 18(9), Season Autumn – Winter.

18. Al-Zahrani, A. A., & Almazari, A. A. (2014). *The impact of affective human resources management practices on the financial performance of the Saudi Banks*. Review of Integrative Business and Economics Research, 3(1), 327 .

19. Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990) . *Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation*. Administrative science quarterly, 128-152 .

20. Donkor, J., Donkor, G. N. A., Kankam-Kwarteng, C., & Aidoo, E (2018). *Innovative capability, strategic goals and financial performance of SMEs in*



- manufacturers*. Journal of Business Research, 98, 328-338.
32. Umeoka, C. (2022) . *The Effects of the Innovative Decisions on Firms' Innovative Performance of Nigerian Industry*. Journal of Economics, Finance and Accounting Studies, 4(3), 42-51.
- Wongsansukcharoen, J., &
33. Thaweepaiboonwong, J. (2023) . *Effect of innovations in human resource practices, innovation capabilities, and competitive advantage on small and medium enterprises' performance in Thailand*. European Research on Management and Business Economics, 29(1), 100210.
29. Mathushan, P., & Kengatharan, N. . (202) *Human resource management practices and firm innovation: mediating role of human capital*. Management Research and Practice, 14(2), 25-36 .
30. Millar, P; Stevens, J. (2012) . *Managemtn training and national sport organization managers: Examining the impact of training on individual and organizational performances, sport management*, vol. 15 (3), pp. 288-303.
31. Johansson, A. E., Raddats, C., & Witell, L. (2019) . *The role of customer knowledge development for incremental and radical service innovation in servitized*



Analysis of the Impact of Innovation and the Mediating Role of Organizational Culture on the Organization's strategy (Case Study: Ports and Maritime Organization of the Islamic Republic of Iran)

* Mohammad Javad Golzadeh 

** Saber Khandan Alamdari 

*** Neda Farahbakhsh 

* Graduated from the specialized doctorate level, Department of Technology Management - Innovation Management, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran. mj.golzadeh13610516@gmail.com

** Assistant Professor and Faculty Member, Department of Industrial Management, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran. sabersum@yahoo.com

*** Assistant professor and faculty member, Department of Economic Sciences, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran. neda-farahbakhsh@yahoo.com

Received: 29.05.2023

Accepted: 22.04.2024

Abstract

The purpose of this research is to analyze the impact of innovation and the mediating role of organizational culture on the organization's strategy, as well as to determine the relationships between these factors, which is descriptive in terms of its practical purpose and method, and of the causal correlation type. The statistical sample of this research was 266 employees and employees of the headquarters department of the Ports and Maritime Organization of the Islamic Republic of Iran, who were selected using a simple random sampling method. The reliability of the questionnaire was determined by Cronbach's alpha (0.95). Data analysis was done through descriptive statistics and inferential statistics. The Structural Equation Model (SEM) was used to examine the relationships between the constructs of this research using Emus software. The ideal goal of this research is to provide suitable solutions to guide managers and planners and designers of organizations, in order to choose the appropriate organizational culture that will provide a suitable environment for the development of talents and creativity of people in the organization. and finally lead to formulating appropriate strategies to achieve the goals of the organization. The findings of the research state: 1 . Organizational culture has a direct effect on organizational innovation. 2. Organizational innovation and organizational culture have a direct impact on the success of the organization's strategy. 3 . Organizational culture affects the success of the organization's strategy. 4 . Hardware and software capacities have an effect on knowledge capital, expertise capital and skill capital. 5 . The aforementioned funds also affect surveillance and lead to service innovation and process innovation. 6. The mentioned components lead to organizational innovation and organizational innovation also affects task performance, human performance, innovative performance and quality performance. 7. Finally, the mentioned components lead to the improvement of organizational performance.

Keywords: Successfulness of an Organization's Strategies; Organizational Culture; Organizational Innovation .

Corresponding Author: Saber Khandan Alamdari- Sabersum@yahoo.com



Introduction

In today's complex markets, the issue of quality has made the strategic management of organizations face new problems and issues. And the secret of the company's survival in the field of competition is to welcome innovation and improve the quality of products or services. Innovation is widely regarded as an important source of economic development and company growth. Innovation is a necessary condition for gaining a competitive advantage. Innovation is an opportunity to respond to changes made by the environment and discover new changes that are considered significantly necessary for the survival of the company (Mathushan & Kengatharan, 2022) . Since innovation is one of the most important things in the dynamics of organizations, it enables them to achieve a high level of competitive advantage at the international and national level. In such a situation, managers and employees of the company will be more willing to accept innovative ideas to meet the needs of customers. The ability to innovate by providing access to new markets, innovative products and services creates valuable opportunities for them at the national and international level (Saif Elahi, 2018) . An innovative organization needs an innovation strategy, and in simpler words, industrial and commercial organizations will not be able to improve and grow economically without benefiting from innovative strategies, and the solution to this issue is to embrace innovation and create new and distinctive products and services. is, therefore, it is very valuable and important to pay attention to the stimuli that will cause movement, dynamism and multifaceted growth in the organization (manteghi et al , 2015) . Human resources provides a sustainable competitive advantage by providing different methods. The existence of human resource management practices positively improves company performance, such as revenue efficiency, profit, competition and market share (Anwar and Abdullah, 2021).

The current research, while emphasizing the importance of the impact of key cultural characteristics and processes in a context based on innovation or technology, to create a deeper understanding of the impact of organizational culture, and also to create value-creating consequences in complex organizational structures, and behaviors It has considered innovative in management processes as well as in various intra-organizational operations . The purpose of this research is to analyze the impact of innovation and the mediating role of organizational culture on the organization's strategy. Following a methodical value system will ultimately lead to an increase in the level of political, commercial and commercial competitiveness and an increase in the organization's resilience level in facing the possible problems and challenges of the present and future in the industry and commercial affairs of the Ports and Maritime Organization. The political and defense power of the country will increase, and all these valuable factors of growth and development (economic, industrial, commercial, political) will be more and faster in the organization, so the possibility of greater economic growth of the organization and the country will be imagined.

Hypotheses

The first hypothesis: innovation has an effect on the success of the organization's strategy.

The second hypothesis: organizational culture has an effect on the success of the organization's strategy.



The third hypothesis: organizational culture has an impact on innovation and innovation has an impact on organizational culture (two-way relationship).

Domestic background

1. Ejali et al. (1401) studied a research entitled the impact of strategic human capital management on the growth of innovation and creativity (case study: Zanjan Province Water and Sewerage Department) and the findings indicated that the senior leaders of capital management Human resources should revise operational policies and human resources management strategies of the group and encourage employees to innovate and support their creativity based on the division of specialization and technical knowledge. And by creating an innovative work environment and continuous specialized training, help the growth and empowerment of employees, which will improve and strengthen the financial flows of the organization, and finally, the managers of the organization to the development of innovation capabilities in line with the development of new services and Providing programs to create new knowledge based on existing knowledge are recommended.

Foreign background

1. Lam et al. (2021), in a research, dealt with the relationship between behavioral and cultural interactions, creativity, and analyzing its consequences on open innovation, the relationship between creativity variables, the dimensions of intra-organizational interactions, motivating factors and technology in the organization, and the findings of this The research indicated that by creating creativity as well as creating motivational and encouraging factors, the level of creations resulting from creativity will increase and will eventually cause the growth of the organization.

2. Johnson et al. (2019), in a research on the impact of the development of customer knowledge on the development and innovation of service processes and the performance of organizations, whose research community was 202 European manufacturing companies that had implemented customer knowledge management and organizational innovation. Based on the results of their research, the management and development of customer knowledge has had a positive effect on the performance of these organizations and innovation in their services.

Research method

This study is descriptive, survey and causal correlation type in terms of practical purpose and method. And simple random sampling method has been used for sampling. In terms of the method and time interval of data collection, it is a survey research at a certain point. Ports and Maritime Organization is the selected community of the present study, due to the problems that existed, a sample of 266 people was considered to fit the model. The statistical sample of this research was 266 employees of the headquarters department of the Ports and Maritime Organization of the Islamic Republic of Iran. The sample size of the research is large and the population is homogeneous. The reliability of the questionnaire was determined at 95% using Cronbach's alpha technique. Analytical analysis of data was done through descriptive statistics (frequency, percentage, average) and inferential statistics (structural equation model). Amos analytical software was used to investigate the relationships between the structures of the structured equations model of this research.

Research findings

- I. The first hypothesis: creation due to creativity (innovation) has an effect on the success of the organization's strategies.
- II. The second hypothesis: cultural interactions (organizational culture) are effective on the success of the organization's strategy.
- III. The third hypothesis: valuable behavioral interactions (organizational culture) are effective on the creativity (innovation) of employees.

Discussion

According to the results of the first hypothesis of the research: the key to victory and the secret to survival in today's complex market is creation. Creation (innovation) based on paying attention to the new needs of customers and also based on the creativity of the products that are different from the competitors' products in the market. It is very important to pay attention to creativity and innovation in the layout of the road map and the design and compilation of programs, and to pay attention to the cultural growth within the organization in the long term. Paying attention to and respecting the difference of constructive and creative opinions of engineering, commercial and research and development groups, that all these opinions together will result in sharing knowledge and creating synergy, which is an important and valuable factor, itself one of the most effective factors of improvement and development. will be the growth and development of products and services.

By analyzing the findings of the second hypothesis of the research: value behaviors teach a person to follow innovative and strong thinking and to find himself in the form of team participation and operational commitment to the issue of synergy, and to act organized and purposeful in the service of the organization's goals do .

According to the third hypothesis of the research: organizational interactions and behaviors play a vital role in the growth and improvement of the organization. The level of creativity is a function of cultural behaviors within the organization. Cultural interactions and innovative products and services have had a direct and effective effect on the growth of the company's performance. The winning companies have multi-faceted strategies focused on attracting innovative technology and also paying special attention to growth or operational improvement in the field of their organizational culture in the long term. The creation of new products and services (innovation) is the result of the team work of the people of the organization, which is formed with compassionate participation, along with the sharing of experiences and technical knowledge of each person. For this reason, cultural and group interactions within the organization are considered important points for the purpose of improving the organization. Based on this, it is suggested to pay attention to the creative thoughts and innovations of the employees in the cultural strategies, and after the completion of the production or service operations and processes, at the end of the projects, the employees should be asked to evaluate and analyze the course. How many initiatives have they used and how has the effect of creativity been in performing their duties?

References

1. Ejali, M.; Mozaffari, M.; Toloui, H, (1401). *The effect of strategic human resource management on innovation performance with the mediating role of innovation capability*, Strategic Management Studies, No. 51.



2. Saif Elahi, N, (2018). *Investigating the impact of market orientation and managerial stability on the financial performance of companies*. Financial Economics Quarterly, 13th year, number 48.
 3. Manteghi, M; Hassanabadi, P., (2015). *Requirements for transitioning from closed innovation to open innovation*, Technology Growth Quarterly.
 4. Anwar, G., & Abdullah, N. N. (۲۰۲۱) . *The impact of Human resource management practice on Organizational performance*. International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM), 5 .
 5. Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). *The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation*. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 66.
 6. Mathushan, P., & Kengatharan, N. (۲۰۲۲) . *Human resource management practices and firm innovation: mediating role of human capital*. Management Research and Practice, 14(2), 25-3 .
- Johansson, A. E., Raddats, C., & Witell, L. (2019) . *The role of customer knowledge development for incremental and radical service innovation in servitized manufacturers*. Journal of Business Research, 98, 328-338.



واکاوی نقش تحول دیجیتال در آموزش با تمرکز بر نوآوری به روش فراترکیب

زهرا غلامزاده * * * عباس خمسه * * * محمدرضا پارسانژاد * * *

* دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی، گروه مدیریت تکنولوژی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

zahra.gholamzadeh@srbiau.ac.ir

* * * دانشیار گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

abbas.Khamseh@Kiau.ac.ir

* * * * * استادیار دانشکده مدیریت، اقتصاد و مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران.

parsanejad@iust.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۳

چکیده

با توجه به جهت گیری روندها به سوی فناوری های صنعت ۵,۰، مفهومی جدید به نام تحول دیجیتال ظهور کرده که حوزه های مختلف جوامع را تحت تاثیر خود قرار داده است. از آنجا که رسیدن به سطح مطلوب کاربرد صنعت ۵,۰، نیازمند تربیت نیروی انسانی دارای مهارت در به کارگیری و توسعه فناوری های این حوزه است، استفاده گسترده آن در آموزش و پرورش به سرعت در بسیاری از کشورها دنبال گردید. تلفیق نوآورانه این فناوری ها در آموزش توانسته شیوه های سنتی آموزش را منقرض کرده که منجر به تحولی جدی در فرایند یادگیری در مدارس و دانشگاه ها شده است. شناسایی ابعاد و مولفه های تحول دیجیتال در آموزش می تواند به سیاستگذاران در تسهیل این فرایند کمک نموده و منجر به تسریع دستیابی به اهداف دیجیتالی شدن گردد. این پژوهش با هدف شناسایی این ابعاد و مولفه ها، در ابتدا با روش فراترکیب، ۴۷ مقاله مرتبط را مورد بررسی قرار داده است. سپس در بخش کمی، جهت تعیین ترتیب اهمیت ابعاد و ضریب وزنی آنها به شیوه سوارا رتبه بندی صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که در بین شش بعد شناسایی شده، تحول سازمانی با ضریب وزنی ۰,۲۱۷، اولویت اول و تحول زیرساختی با ضریب وزنی ۰,۲۰۱ اولویت دوم را دارا است. نتایج کلی تحقیق نیز اهمیت اتخاذ رویکرد اکوسیستمی در پیاده سازی تحول دیجیتال در مدارس را نشان داده است.

واژه های کلیدی: تحول دیجیتال، صنعت ۵,۰، تحول دیجیتال آموزشی، نوآوری.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

به سطوح مناسبی از تحول دیجیتال در همه ی بخش ها افزایش یافته است. به طوریکه امروزه تحول دیجیتال به یکی از اهداف اصلی موسسات آموزشی در کشورهای پیشرو در دنیا تبدیل شده است (کومار و سانگتانی^۱، ۲۰۲۳؛ کولهو^۲ و

با ظهور صنعت ۵,۰ که توسعه دهنده ی فناوری های صنعت ۴,۰ (رباتیک، واقعیت مجازی، هوش مصنوعی، واقعیت افزوده، اینترنت اشیا، محاسبات ابری و...) است؛ و اهمیت روزافزون به کارگیری و گسترش فناوری های این حوزه در رشد اقتصادی- اجتماعی؛ اهمیت برنامه ریزی برای رسیدن

1. Kumar & Sangtani
2. Coelho



با جایگزینی صنعت ۵,۰ به جای صنعت ۴,۰ و قرار گرفتن انسان‌ها در مرکزیت نوآوری و اهمیت یافتن مهارت‌های انسانی در تعامل با ربات، ماشین، رایانه، هوش مصنوعی و... تحول دیجیتال در حوزه‌های مختلف از جمله در در حوزه آموزش ضرورت پیدا کرده است، لذا این موضوع حائز اهمیت است که دانشگاه‌ها و حوزه‌های آموزشی به طور کامل از تحول دیجیتال و فواید حاصل از آن بهره‌مند شوند (کارایانیس و موراوسکا جانکلویکز^{۱۳}، ۲۰۲۲). بنابراین تحول دیجیتال یکی از الزامات آینده به شمار می‌رود و لذا در این بین، نقش نظام آموزشی به عنوان یکی از ارکان تربیت‌کننده نیروی انسانی بسیار حائز اهمیت است (سافونو، اوسک و بازنکو^{۱۴}، ۲۰۲۲).

ضرورت تغییر در رویکردهای آموزشی از دیرباز هم از سوی صنعت و هم در دانشگاه به رسمیت شناخته شده بود. اولین مطالعه به سال ۱۹۱۸ به عنوان اولین ارزیابی به آموزش مهندسی ایالات متحده برمی‌گردد و پژوهش‌ها بر این نکته اذعان دارد که در آینده‌ای نه چندان دور بر اساس تحول دیجیتال، همه می‌توانند از آموزش‌های با کیفیت شخصی برخوردار شوند (برو، کاپانک و سایت^{۱۵}، ۲۰۲۲). بنابراین تحول دیجیتال برای تقویت کیفیت آموزش ضروری به نظر می‌رسد، زیرا یکی از اهداف آن تغییر آموزش و روش‌های یادگیری بیشتر است، بنابراین باید با جدیت بدان پرداخته شود. مطالعات اخیر نیز نشان داده است که فرآیندهای دخیل در تحول دیجیتال منجر به ایجاد محیط یادگیری موثرتر برای فراگیران گردیده است (ییلدیز^{۱۶}، ۲۰۲۲؛ روف^{۱۷} و همکاران، ۲۰۲۲).

در سال‌های اخیر موضوع تحول دیجیتال در اسناد بین‌المللی نیز مورد توجه قرار گرفته است. دگرگونی دیجیتالی آموزش یک دستور کار کلیدی برای بسیاری از کشورها در سراسر جهان است. پژوهش‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که طیف گسترده‌ای از اسناد ملی در دسترس است که هر کدام دیدگاه و استراتژی‌های منحصر به فرد

همکاران، ۲۰۲۳؛ زین^۱، ۲۰۲۱؛ کوهن و لونک^۲، ۲۰۲۱؛ محمدهاشم^۳ و همکاران، ۲۰۲۱؛ بیلیالوا، سالیمووا و زلنینا^۴، ۲۰۲۰). مطالعات و پژوهش‌های بین‌المللی نیز حاکی از تغییر پارادایم آموزشی با استفاده از فناوری‌های صنعت ۵,۰ دارد، که منجر به تغییر مدل‌ها، ابزارها، محتواها و فرآیندهای آموزشی مبتنی بر تحول دیجیتال گردیده است تا بتواند صلاحیت‌های دیجیتال نیروی انسانی را تامین نماید (لسن، دی سیلوا و پونتس^۵، ۲۰۲۳).

موضوع تحول دیجیتال در دهه اخیر در فضای آموزشی بسیاری از کشورهای دنیا در حال پیگیری است، زیرا باعث افزایش نوآوری‌های آموزشی، بهبود مدیریت سازمان، کاهش هزینه‌ها و بهبود محیط‌های یادگیری برای دانش‌آموزان می‌گردد (آلنزی^۶، ۲۰۲۳). تحول دیجیتال توانسته با بهره‌گیری از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی در پلتفرم‌های آموزشی، دانش‌آموزان را به سمت و سوی خاص و نیازهای آموزشی منحصر به او، هدایت کند و سیستم‌های آموزشی را به سمت هوشمندسازی و بهینه‌سازی یادگیری سوق دهد (هارتوگ و دکوپیر^۷، ۲۰۲۳).

امروزه شاهد آن هستیم که، استفاده از پلتفرم‌های هوشمند، واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، محتواهای الکترونیکی، بازی‌وارسازی آموزشی و ... در آموزش در بسیاری از کشورها دنبال گردیده است و سیاست‌گذاری در نهادهای مربوطه برای رسیدن به سطح مطلوب تحول دیجیتال آغاز گردیده و بر اساس مولفه‌های رهبری دیجیتال، تحول دیجیتال در آموزش و... با قوت درحال پیگیری است (وو، شو و وانگ^۸، ۲۰۲۳؛ پروتا^۹، ۲۰۲۳؛ درونسل آکوستا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳؛ سپولودا^{۱۱}، ۲۰۲۰؛ شاو^{۱۲}، ۲۰۱۹).

1. Zain
- 2 -Kuhn & Lucke
3. Mohamed Hashim
4. Bilyalova, Salimova, & Zelenina
5. Iensen, da Silva, & Pontes
6. Alenzi
7. Hartong & Decuypere
8. Wu, Xu, & Wang
9. Perrotta
10. Deroncele-Acosta
11. Sepúlveda
12. Xiao

13. Carayannis & Morawska-Jancelewicz
14. Safonov, Usyk, & Bazhenkov
15. Broo, Kaynak, & Sait
16. Yildiz
17. Rof



ارائه مهارت‌های دیجیتال در آموزش و پرورش، اقدام ۱۱: جمع‌آوری بین ملی داده‌ها و هدف در سطح اتحادیه اروپا در مورد مهارت‌های دیجیتال دانش‌آموزان، اقدام ۱۲: دوره‌های کارآموزی فرصت‌های دیجیتال، اقدام ۱۳: مشارکت زنان در STEM^۱ (آنته^۲، ۲۰۲۱؛ یانلی و دنی^۳، ۲۰۲۱).

در اسناد ملی برخی کشورهای دیگر نیز اهمیت تحول دیجیتال در آموزش و پرورش به عنوان یکی از روندهای تاثیرگذار بر آینده و دستیابی به فناوری، نوآوری و کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. به طور مثال در سند ملی ۲۰۳۰ کامبوج، نقشه راه علوم و فناوری و ضرورت آموزش و یادگیری فناورانه و مبتنی بر ظرفیت‌های دیجیتال مورد توجه قرار گرفته است. هدف نقشه راه این دانشگاه، ارتقای نتیجه کلی یادگیری، سواد دیجیتال، مهارت‌های کارآفرینی و آمادگی فن‌آوری کامبوج است. این برنامه، از سنین بسیار پایین که کودکان آموزش عمومی رسمی خود را آغاز می‌کنند، شروع می‌شود (هول^۴، ۲۰۲۲).

در اسناد سازمان بین‌المللی یونسکو نیز بر اهمیت تحول دیجیتال، چهارچوب‌های مدارس متصل به اینترنت و آموزش از راه دور تاکید شده است و بر ضرورت توجه کردن به رویکرد چهارگانه: نقشه، اتصال، مالی و توانمندسازی، برای رسیدن به سطح مطلوب در مدارس تاکید گردیده است. همچنین در این اسناد ذکر شده است که: مدرسه بر پایه یادگیری تلفیقی، یادگیری از خانه، دسترسی به محتوا و مربی از راه دور و در هر زمان، دوره‌های دسترسی و منابع حمایتی، تکنولوژی‌ها، رسانه‌ها و ابزارهای مورد نیاز فردی از جمله موارد قابل توجه در تحول دیجیتال در مدارس است (سپولودا، ۲۰۲۰). همچنین تحول دیجیتال می‌تواند بین همه‌ی ذینفعان آموزش از جمله: دانش‌آموزان، معلمان و والدین ارتباط برقرار کند و موجب بهبود فرآیندها و سیستم آموزشی گردد (الحسنی و حسین^۵، ۲۰۲۱).

تحول دیجیتال در آموزش برخی کشورها به صورت کیفی و با تمرکز بر شخصی‌سازی آموزش دنبال گردیده است. به

خود را برای تحول دیجیتال دارند. یکی از گرایش‌های جالبی که از مطالعات بیرون می‌آید، رواج تمرکز بر مهارت‌های قرن بیست و یکم، مانند تفکر انتقادی، همکاری، خلاقیت و حل مسئله، به‌عنوان یک محرک کلیدی برای تحول دیجیتال است. علاوه بر این، بسیاری از این اسناد ملی اهمیت زیرساخت‌های دیجیتال مانند: دسترسی به پهن باند و شبکه‌های بی سیم را، به عنوان پیش نیاز تحول دیجیتال موفق ذکر می‌کنند.

به طور مثال، برنامه اقدام آموزش دیجیتال (۲۰۲۷-۲۰۲۱) یک ابتکار سیاست اتحادیه اروپا است، که چشم‌انداز مشترکی از آموزش دیجیتال با کیفیت بالا، فراگیر و در دسترس را در اروپا تعیین می‌کند و هدف آن حمایت از انطباق آموزش و پرورش است. سیاست‌گذاران، دانشگاهیان و محققان در سطح ملی، اتحادیه اروپا و بین‌المللی و کشورهای عضو عصر دیجیتال به برنامه اقدام که در ۳۰ سپتامبر ۲۰۲۰ به تصویب رسید، فراخوانده شدند تا برای همکاری بیشتر در سطح اروپا در زمینه آموزش دیجیتال برای رسیدگی به چالش‌ها و فرصت‌های همه گیر COVID-19، برنامه‌های خود را ارائه دهند. این مرکز سیزده اقدام راهبردی را در اختیار کشورهای عضو قرار می‌دهد که شامل موارد زیر است:

اقدام ۱: گفت و گوی ساختاریافته با کشورهای عضو در مورد عوامل مؤثر برای آموزش و مهارت‌های دیجیتال موفق، اقدام ۲: توصیه شورا در مورد رویکردهای یادگیری ترکیبی برای آموزش ابتدایی و متوسطه با کیفیت بالا و فراگیر، اقدام ۳: چارچوب محتوای آموزش دیجیتال اروپایی، اقدام ۴: اتصال و تجهیزات دیجیتال برای آموزش و پرورش، اقدام ۵: طرح‌های تحول دیجیتال برای مؤسسات آموزشی، اقدام ۶: دستورالعمل‌های اخلاقی در مورد استفاده از هوش مصنوعی و داده‌ها در آموزش و یادگیری برای مربیان، اقدام ۷: دستورالعمل‌های مشترک برای معلمان و مربیان برای تقویت سواد دیجیتال و مقابله با اطلاعات نادرست از طریق آموزش و تعلیم و تربیت، اقدام ۸: به روز رسانی چارچوب صلاحیت دیجیتال اروپایی، شامل هوش مصنوعی و مهارت‌های مرتبط با داده‌ها، اقدام ۹: گواهینامه مهارت‌های دیجیتال اروپایی (EDSC)، اقدام ۱۰: پیشنهاد تشکیل یک شورا برای بهبود

1. science-technology-engineering-mathematic
2. Annette
3. Yanli & Danni
4. Hul
5. Al Hasani & Husin



جامع برای دستیابی به سطح بهتر تحول دیجیتال در مدارس ایران؛ شناسایی ابعاد و مولفه‌های تاثیرگذار بر تحول دیجیتال در آموزش است، همچنین در ادامه‌ی این پژوهش، به دلیل محدودیت‌های منابع در مدارس ایران، به دنبال تعیین ضریب اهمیت هر یک از ابعاد در آموزش و پرورش ایران از منظر نوآوری هستیم که می‌تواند برای اجرای موفق تحول دیجیتال در آموزش راه‌گشا باشد، زیرا تحول دیجیتال صرفاً یک اتفاق فناورانه نیست. اما از آنجائیکه بررسی‌ها نشان داده است که ابعاد و مولفه‌های موثر بر تحول دیجیتال در آموزش و پرورش، به صورت یکپارچه ارائه نگردیده‌اند، لذا در این پژوهش قصد داریم با مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی زیرمولفه‌ها را شناسایی و در قالب ابعاد دسته‌بندی کرده و میزان اهمیت هر یک را با توجه به آموزش و پرورش ایران از منظر خبرگان تعیین نماییم.

پژوهش حاضر از نظر موضوعی، جهت شناسایی مولفه‌ها و ابعاد تحول دیجیتال در آموزش با رویکرد نوآوری؛ که برای اولین بار در کنار هم صورت می‌گیرد؛ و نیز یکپارچه‌سازی و دسته‌بندی آنها دارای نوآوری است. همچنین با استفاده از روش سوارا برای تعیین ضریب اهمیت و رتبه‌بندی هر یک از ابعاد به کمک خبرگان متخصص در تحول دیجیتال و صاحب تجربه در آموزش و پرورش ایران، ابعاد دارای اهمیت بالاتر در آموزش و پرورش ایران شناسایی گردیده که می‌تواند مورد توجه سیاستگذاران آموزشی قرار گیرد. برای نخستین بار نیز با روش آمیخته (کیفی - کمی) چنین پژوهشی در موضوع تحول دیجیتال آموزشی در ایران انجام شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه

صنعت ۵,۰ تعریف توسعه یافته‌ی صنعت ۴,۰ است که با رسیدگی به چالش‌های انسانی، به دنبال راه حلی انسان محور است. ایدئولوژی صنعت ۵,۰ در سال ۲۰۲۰، پس از بحث و تبادل نظر و اشتراک‌گذاری ایده‌ها در دو کارگاه مجازی، به طور رسمی در ژانویه ۲۰۲۱، با انتشار رسمی آن در سند کمیسیون اروپا ظهور کرد (آلوز، لیما و کاسپار^۴، ۲۰۲۳). در واقع صنعت ۵,۰ با هدف قرار دادن رفاه انسان‌ها

عنوان نمونه می‌توان به برنامه‌های کشور چین در این زمینه اشاره کرد. موضوع تحول دیجیتال در آموزش چین، در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است و بر این اساس است که این کشور به توسعه سریع زیرساخت دیجیتال خود ادامه می‌دهد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فناوری دیجیتال این پتانسیل را دارد که به طور قابل توجهی سیستم آموزشی چین را متحول کند و تجربیات یادگیری شخصی‌تر، نوآورانه‌تر و کارآمدتر را برای دانش‌آموزان فراهم کند. امروزه تحول دیجیتال در آموزش و پرورش به عنوان یک استراتژی ملی در چین قلمداد می‌شود و در برنامه‌ها و سیاستگذاری‌های این کشور دنبال می‌گردد (شاو^۱، ۲۰۱۹). در پژوهش دیگری که در کشور ترکیه انجام گرفته است، بالیر و از^۲ (۲۰۱۸)، ضرورت‌های تحقق تحول دیجیتال و به کارگیری موفق آن در عرصه آموزش را، شامل: داشتن چشم انداز دقیق در بخش‌های مدیریتی و کلان، طراحی محیط یادگیری مناسب، محتوای نوآورانه و زیرساخت‌های مناسب فناورانه و آمادگی مدیران برای این تحول و کیفیت تحول دیجیتال، عنوان کرده‌اند. با این وجود در پژوهش‌های انجام گرفته‌ی در برخی از کشورها، نتایج حاکی از آن است که در اثر کشورها و مدارس، استفاده‌ی از فناوری‌های صنعت ۵,۰ به صورت استفاده از برخی فناوری‌ها و جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. در اکثر کشورها، کمتر به یک سیاست کلان تر در این خصوص توجه شده است و برنامه‌ریزی یکپارچه‌تر با رویکرد نوآوری در تحول دیجیتال در بسیاری از این کشورها مورد غفلت واقع شده است. لذا شاهد پژوهش‌های پراکنده در حوزه‌ی آموزش و پرورش در این خصوص هستیم (گراسیا^۳، ۲۰۲۳).

لذا با توجه به پژوهش‌های فوق، شکاف اصلی پژوهش‌ها عدم توجه یکپارچه به مولفه‌ها و ابعاد تحول دیجیتال در آموزش و پرورش، به عنوان یکی از اولین گام‌های مهم برای برنامه‌ریزی یکپارچه و اجرای آن است. بنابراین مساله اصلی پژوهش حاضر؛ با توجه به ضرورت برنامه‌ریزی منسجم و

1. Xiao
2. Balyer & Öz
3. Gracia

4. Alves, Lima & Caspar

تحول دیجیتال در آموزش، امری مهم به شمار می‌رود (وان وو، تران و وان نگوین^۹، ۲۰۲۲).

در زمینه آموزش، تحول دیجیتال مستلزم بازاندیشی فرآیندهای آموزش و یادگیری برای مخاطبان است که با در نظر گرفتن جنبه‌های عملی تحول دیجیتال از طریق دانش و مهارت‌های فنی؛ به کمک ادغام مهارت، طرز فکر و نگرش دیجیتال؛ میسر می‌گردد و همچنین جنبه‌های عملی تحول دیجیتال از طریق دانش و مهارت‌های فنی، تکنولوژیکی و انسانی ایجاد شده و موجب بهبود سیستم‌های آموزشی و سازمانی می‌گردد (کراسی و کانتکین، ۲۰۲۲).

تحول دیجیتال در آموزش شامل چندین بعد است که در پژوهش‌های مختلف بدان پرداخته شده است، برای رسیدن به سطح مطلوب تحول دیجیتال ضرورت دارد در ابعاد مختلف نیز تحول ایجاد شود که شامل: تحول در فناوری، تحول در سازمان، تحول در زیرساخت‌ها، تحول در فرهنگ و تحول در اقتصاد است.

۱-۲- تحول در فناوری: تحول در استفاده از فناوری‌های دیجیتال در کلاس درس و محتوای آموزشی از جمله بازی وارسازی و...، تحول در یادگیری و شخصی‌سازی آموزش با استفاده از فناوری‌های صنعت ۵،۰ در روند آموزش از رویکردهای فناورانه در تحول دیجیتال است (آلنزی^{۱۰}، ۲۰۲۳؛ اولیورا و دی سوزا^{۱۱}، ۲۰۲۲).

یکی از مولفه‌ها در تحول دیجیتال، تحول در محتوا و استفاده از فناوری‌های مربوطه است. در پژوهش‌های بسیاری بر اهمیت محتوا در تحول دیجیتال و استفاده از فناوری‌های صنعت ۵،۰ برای تحول در محتوای آموزشی اشاره گردیده است و در مقالات بسیاری در مورد استفاده از فناوری‌هایی نظیر واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، کلان داده، اینترنت اشیاء و... در آموزش بحث گردیده است. بسیاری از پژوهش‌های انجام شده در این زمینه بر موفقیت آموزش و اثربخش تر شدن آن به خاطر استفاده از این فناوری‌ها اشاره گردیده است. در برخی از پژوهش‌ها نیز بر اهمیت هماهنگی این فناوری‌ها با نیاز سازمان و انتخاب فناوری‌های بهینه

و ایجاد همزیستی بهینه انسان و ماشین، ذهنیت و هوش انسانی را با کارآیی هوش مصنوعی و ماشین درهم می‌آمیزد (لنگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۲).

تحول دیجیتال را نیز می‌توان به عنوان "شتاب فعالیت‌های تجاری، فرآیندها، شایستگی‌ها و مدل‌ها" برای به‌کارگیری کامل تغییرات و فرصت‌های فناوری‌های دیجیتال و تأثیر آن‌ها به شیوه‌ای استراتژیک و اولویت‌بندی شده تعریف کرد. (شالینی و دوی^۲، ۲۰۲۳؛ ادمید^۳، ۲۰۱۶).

تحول دیجیتالی آموزش و علم، تشکیل اکوسیستمی از راه‌حل‌های دیجیتال است، از جمله: ایجاد یک محیط آموزشی الکترونیک امن، فراهم آوردن امکانات لازم زیرساخت دیجیتال موسسات، افزایش صلاحیت دیجیتال در ذبنفعان، تحول دیجیتال فرآیندها و خدمات، اتوماسیون داده‌ها و جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل آنها را شامل می‌شود (سافونو، اوسیک و بازنکو^۴، ۲۰۲۲).

کمیسیون اروپا بیان می‌کند که تحول دیجیتال در آموزش و پرورش باید آموزش شخصی‌تر، دانش آموز محورتر، انعطاف‌پذیرتر و زمینه یادگیری مشارکتی و خلاق تر را فراهم کند (رو، ووجنیوز و بجرک^۵، ۲۰۲۲). تحول دیجیتال آموزش با هدف مهندسی مجدد فرآیند آموزش و تدریس و بهبود کیفیت و کارایی از طریق فناوری‌های دیجیتال است (جایانگ، دینگ و وی^۶، ۲۰۲۳).

استفاده از ظرفیت‌های تحول دیجیتال، می‌تواند منجر به بهره‌وری در آموزش، کاهش هزینه‌ها و خطا در مدیریت سیستم‌های آموزشی شود، به علاوه تحول دیجیتال می‌تواند یک اکوسیستم ایجاد نماید که افراد، محتوا، فرآیندها و... را در یک سیستم آموزشی به هم متصل نماید (کراسی و کانتکین^۷، ۲۰۲۲؛ پتا^۸ و همکاران، ۲۰۲۲).

بنابراین ترسیم چشم‌انداز و توجه به سه رکن: «فرهنگ و مهارت‌ها»، «زیرساخت‌ها و فناوری‌ها» و «اکوسیستم‌ها» در

26. Leng
2. Shalini & Devi
3. Edmead,
4. Safonov, Usyk, & Bazhenkov
- 5 -Røe, Wojnusz, & Bjerke
- 6 -Jiang, Ding, & Wei
- 7 - CERASÍ & CANTEKİN
- 8 - Pata

9 -Van Vu, Tran, & Van Nguyen

10 - Alenezi

11 - Oliveira & de SOUZA

به سطح مطلوب بلوغ دیجیتال در سازمان را مورد توجه قرار داده‌اند (راستو^۷ و همکاران، ۲۰۲۳؛ بیهقی و سویریادی^۸، ۲۰۲۳؛ یحیی^۹، ۲۰۲۱؛ زو، گسی و وانگ^{۱۰}، ۲۰۲۱؛ بناویدس^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۰).

تحول در فرآیندها نیز با کمک ابزارها و فناوری‌های دیجیتال، یکی دیگر از موضوعاتی است که می‌تواند در دیجیتالی‌شدن مدارس و افزایش بهره‌وری موثر باشد. استفاده از سامانه‌های یکپارچه نظیر اتوماسیون، پلتفرم‌های آموزشی و سیستم‌های اداری می‌تواند در مدیریت مدرسه و بهبود مدیریت آموزشی آن موثر واقع شود. نتایج پژوهش‌ها نشان داده است که با ورود سیستم‌های یکپارچه مدیریت منابع، کل فرآیندها و روندهای دیجیتالی را می‌توان یکپارچه کرد و با اتصال اطلاعات می‌توان روند ارزیابی دانش‌آموزان، ایجاد پرونده‌های دانش‌آموزی، برنامه‌ریزی منابع انسانی و منابع درسی و... را به صورتی خودکار تبدیل کرد که این موضوع در تسهیل روند مدیریت اطلاعات و مدیریت آموزشی مدرسه بسیار تاثیرگذار است (روردیگوز آبتا و بریسیکا کوریا^{۱۲}، ۲۰۲۱؛ فورجان استراهنجیا و تومیسیک پوپک^{۱۳}، ۲۰۱۸؛ کان^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۵).

۲-۳- تحول در فرهنگ: چشم‌انداز مدیریت، رهبری، رویکردها و دیدگاه‌های افراد و مسائل مرتبط از منظر فرهنگی در رسیدن به سطح بهتر برای تحقق تحول دیجیتال حائز اهمیت است (راستو^{۱۵} و همکاران، ۲۰۲۳؛ رنز، ولادووا و هلموس^{۱۶}، ۲۰۲۱).

تعامل ذینفعان در بستر تحول دیجیتال، یکی دیگر از ابعاد مهم تحول دیجیتال است. تغییر رویکردها، روش‌ها و فرهنگ سازمانی در بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های تحول دیجیتال، نقش بسیار مهمی را در رسیدن به سطح مطلوب

تاکید کرده‌اند (انگنس^۱، ۲۰۱۸؛ مهرز، بنابو و برادو^۲، ۲۰۱۹).

شخصی‌سازی و تحول در یادگیری، موضوع دیگری است که در مقالات متعددی به آن اشاره گردیده است و این موضوع را با به کارگیری آموزش‌های آنلاین در بسترهای پلتفرم‌های دیجیتال و به کارگیری قابلیت‌های این محیط، مورد بررسی قرار داده‌اند، در برخی مقالات نیز به استفاده از فناوری‌هایی نظیر هوش مصنوعی و بازی وارسازی، برای کمک به شخصی‌سازی آموزش اشاره گردیده است، همچنین با استفاده از تحول دیجیتال و فناوری‌های آن می‌توان فرآیند یادگیری هر دانش‌آموز اعم از محتوای درسی، ساعات مطالعه، روند آموزش و... را شخصی‌سازی کرد و نتایج پژوهش‌ها بر روند مثبت و بهبود یادگیری فردی اشاره دارد (روف، بیکفالوی و مارکوس^۳، ۲۰۲۲؛ گیلپاتریک^۴، ۲۰۲۰؛ وینکادا^۵ و همکاران، ۲۰۲۰).

۲-۲- تحول در سازمان: تحول در فرآیندها، مدیریت فرآیندها و یکپارچه‌سازی سامانه‌های اداری-آموزشی، تحول در مدیریت و رهبری سازمان برای تحول دیجیتال ضروری است (سینگ و سینگ^۶، ۲۰۲۲؛ اولیورا و دی سوزا، ۲۰۲۲). در برخی مقالات تحول دیجیتال را مستلزم تحول در سازمان و ساختار آن می‌دانند و از منظر سازمانی، استراتژی‌های تحول دیجیتال و چشم‌انداز سازمان، رهبری دیجیتال، رویه‌های مدیریتی و... را مورد توجه قرار داده و بررسی کرده‌اند. در پژوهش‌ها اشاره گردیده است که تحول دیجیتال در آموزش نیازمند رویکردی جامع است که نیازهای همه ذینفعان از جمله: دانش‌آموزان، معلمان و مدیران را در نظر می‌گیرد. برخی پژوهشگران همچنین بر اهمیت توسعه چشم‌انداز و استراتژی روشن برای تحول دیجیتال در مدارس تاکید کرده‌اند، مقالات متعددی نیز در سطح سازمانی به سنجش آمادگی سازمان و میزان بلوغ دیجیتال در سازمان پرداخته‌اند و ابعاد ضروری برای رسیدن

7. Rauseo

8. Baihaqy & Subriadi

9. Yehya

10. Zhu, Ge, & Wang

11. Benavides

12. Rodríguez-Abitia & Bribiesca-Correa

13. Furjan, Strahonja, & Tomičić-Pupek

14. Kane

15. Rauseo

16. Renz, Vladova, & Hellmuth,

1. Engeness

2. Mahraz, Benabbou, & Berrado

3. Rof, Bikfalvi, & Marques

4. GILLPATRICK

5. Vindača

6. Singh & Singh



دانش‌آموزان و معلمان است و مقالات متعددی به بررسی اهمیت این موضوع، شیوه‌ها و استراتژی‌های مربوط به آن پرداخته‌اند و نتایج این پژوهش‌ها نشان داده است که علاوه بر اهمیت توانمندی دانش‌آموزان در استفاده از فناوری‌های دیجیتال و کار با آن، توانمندی و شایستگی‌های دیگری نظیر همکاری، تفکر انتقادی، توان حل مساله، خلاقیت، مهارت‌های اجتماعی و فرهنگی و توانمندی برقراری ارتباط نیز برای تحقق شایستگی‌ها و صلاحیت‌های دیجیتال بسیار حائز اهمیت هستند (اولیورا و دی سوزا، ۲۰۲۲؛ بین نوردین^۷ و همکاران، ۲۰۲۲؛ کریسچنر و دی برویکر^۸، ۲۰۱۷).

در مقالات و پژوهش‌های دیگری نیز بر اهمیت محیط یادگیری دیجیتال و کلاس درس هوشمند تاکید کرده و تلفیق هوش مصنوعی و برخی فناوری‌های دیجیتال را با کلاس درس مورد بررسی قرار داده‌اند، نتایج این پژوهش‌ها نشان داده است که ترسیم دقیق محیط یادگیری دیجیتال و تدوین دستورالعمل‌هایی برای هدایت مدارس در موضوع طراحی محیط می‌تواند کارگشا باشد. همچنین در برخی مقالات به استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای تسهیل یادگیری دانش‌آموزان و طراحی کلاس درس هوشمند اشاره گردیده است و نتایج پژوهش‌ها در این خصوص نشان داده است که استفاده از این فناوری، به جهت بهبود فرآیند یادگیری و تسهیل مدیریت کلاس برای معلم و دانش‌آموز بسیار سودمند است (پنگ و وانگ^۹، ۲۰۲۲؛ بیگستاد^{۱۰} و همکاران؛ ۲۰۲۲؛ لولیک^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۲).

۵-۲- تحول در اقتصاد: کاهش هزینه‌ها، بهره‌وری در آموزش و پرورش، تربیت نیروی انسانی دارای صلاحیت‌های دیجیتال و تامین منابع آن، رسیدن به دستاوردها و خروجی مورد نظر و منابع مالی مورد نیاز، با نگاه اقتصادی به تحول دیجیتال است (گیل پارتیک، ۲۰۲۰). جنبه‌های اقتصادی در تحول دیجیتال نیز بسیار حائز اهمیت است. تحول

ایفا می‌کند. ابعاد فرهنگی شامل: جهت‌گیری هدف، تصمیم‌گیری مشارکتی، جهت‌گیری نوآوری، رهبری ساختاریافته، رهبری حمایتی، چشم‌انداز مشترک و رسمی، فرهنگ نوآوری از جمله مسائل مهم در تحول دیجیتال در سازمان است. باور معلمان در ضرورت به کارگیری فناوری‌های تحول دیجیتال در آموزش و تاثیر آن بر یادگیری بسیار حائز اهمیت است. در برخی از مقالات علت عقب افتادگی حوزه‌ی آموزش در به کارگیری موثر فناوری‌های دیجیتال را عامل فرهنگ سازمانی به شمار می‌رود و عدم مشارکت مدیران، کارکنان و معلمان در برنامه‌های تحول دیجیتال را عامل مهمی برای عدم موفقیت این برنامه‌ها می‌دانند (رودریگز آبیستا و برییسکا کوریا، ۲۰۲۱؛ الکوردی و لوینلی^۱، ۲۰۲۱؛ زو^۲، ۲۰۱۵).

۴-۲- تحول در زیرساخت‌ها: تجهیزات، استفاده از پلتفرم‌ها، بسترهای تحول دیجیتال در آموزش و ضمن خدمت معلمان، تحول در کلاس درس و ایجاد کلاس درس هوشمند و تحول در محیط و بازطراحی فضای یادگیری را شامل می‌شود (زیبین، آنتونووسکی و چوراکو^۳، ۲۰۲۳؛ آلنزی، ۲۰۲۳؛ اولیورا و دی سوزا، ۲۰۲۲؛ دوپرولیوبوا، آلکساندرو و یفرمو^۴، ۲۰۱۷).

یکی از مسائل مهم در تحول دیجیتال، تحول در زیرساخت‌ها و تجهیزات مورد نیاز مدارس برای اجرا و پیاده‌سازی تحول دیجیتال است و در مقالات به بررسی وضعیت دسترسی به اینترنت پرسرعت، تجهیزات مورد نیاز آموزش دیجیتال اعم از لپ‌تاپ، موبایل، تبلت، برد هوشمند، ویدئو پروژکتور و... پرداخته شده است و فراهم بودن زیرساخت‌های لازم و وجود تجهیزات فناوری در مدارس را از الزامات تحول دیجیتال بر شمرده‌اند (کووالچوک^۵ و همکاران، ۲۰۲۲؛ سپولودا^۶، ۲۰۲۰).

یکی از مسائل مهم دیگر که در تحول دیجیتال به آن پرداخته شده است، تحول در صلاحیت‌ها و شایستگی‌های

1. Elkordy & Iovinelli
2. Zhu
3. Zybin, Antonovskiy, & Churakov
4. Dobrolyubova, Alexandrov, & Yefremov
5. Kovalchuk
6. Sepúlveda

7. bin Nordin
8. Kirschner & De Bruyckere
9. Peng & Wang
10. Bygstad
11. Lolic



اصلی این پژوهش این است که: ابعاد اصلی، مولفه‌ها و شاخص‌های تحول دیجیتال در آموزش و پرورش چه مواردی هستند؟ و برای دستیابی به هدف نوآوری، اهمیت نسبی ابعاد تحول دیجیتال، جهت برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی در ایران چگونه است؟ بر اساس اهداف و مساله اصلی پژوهش، کلمات کلیدی شامل: «ابعاد تحول دیجیتال»، «رهبری دیجیتال»، «بلوغ دیجیتال»، «تحول دیجیتال در آموزش و پرورش»، «تحول دیجیتال آموزشی» و «نوآوری دیجیتال» مورد جستجو قرار گرفته‌اند. در این پژوهش در بخش فراترکیب، ابتدا با مطالعه منابع با روش کتابخانه‌ای و مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی شامل مقالات چاپ شده در پایگاه‌های داده معتبر خارجی (گوگل اسکالر، اریک، ساینس دایرکت، ریسرچ گیت، الزویر، اسپرینگر) و پایگاه‌های داده معتبر داخلی (نورمگز، پایگاه داده جهاد دانشگاهی، پورتال علوم انسانی، مگ ایران) و مجلات معتبر، از سال ۲۰۱۳ الی ۲۰۲۳، مقالات استخراج گردیده است. علت انتخاب این بازه برای استخراج مقالات و اسناد، تحولات زیاد عرصه‌های علمی و کیفیت پژوهش‌ها بوده است که ممکن است تاثیرات زیادی بر نتایج این پژوهش داشته باشد و همچنین فراوانی پژوهش‌ها در مورد تحول دیجیتال در حوزه‌ی آموزش در یک دهه اخیر بوده است. مورد مطالعه این پژوهش آموزش و پرورش ایران و زمان انجام پژوهش سال ۱۴۰۲ می‌باشد. همچنین با توجه به نیازمندی‌های پژوهش در بخش کمی، ۹ نفر از خبرگان به شیوه‌ی هدفمند انتخاب گردیده و ابعاد تحول دیجیتال، با ابزار پرسشنامه، توسط خبرگان اولویت بندی و به شیوه‌ی سوارا ضریب وزنی ابعاد برای آموزش و پرورش ایران، محاسبه گردیده است. نتایج بررسی مقالات در جدول ۱ به نمایش گذاشته شده است.

دیجیتال با کاهش هزینه‌ها و بهبود عوامل اقتصادی و ارائه خدمات آموزشی، شرایط بهتری را برای رشد مهارت‌ها، کیفیت یادگیری و برنامه‌های آموزشی فراهم می‌آورد. همچنین تربیت نیروی انسانی دارای مهارت‌های دیجیتال، زمینه‌ساز رسیدن به سطوح مناسب اقتصاد دیجیتال است و لذا نمی‌توان جنبه‌ی اقتصادی تحول دیجیتال را در حوزه‌ی آموزش و پرورش نادیده گرفت. طبق برنامه‌های تحول دیجیتال در آموزش و پرورش، کسب مهارت‌های مورد نیاز کسب و کارهای آینده مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال، بسیار حائز اهمیت است. همچنین جنبه‌ی دیگر تحول دیجیتال، هزینه‌های فناوری‌های دیجیتال، نوسازی سیستم‌های آموزشی، محدودیت منابع و موانع موجود بر سر راه تحول دیجیتال از منظر جنبه‌های اقتصادی آن است (محمدهاشم، تلمسانی و متیوز^۱، ۲۰۲۱؛ دمچنکو^۲ و همکاران، ۲۰۲۱؛ ورونین، ساینکو و تولچیوا^۳، ۲۰۲۰).

۳- روش‌شناسی

در این پژوهش از روش آمیخته (کیفی-کمی) استفاده گردیده است. در بخش کیفی پژوهش، ابتدا برای دستیابی به مولفه‌ها و ابعاد پژوهش جستجوی گسترده‌ی اسناد، کتب و مقالات فارسی و انگلیسی صورت گرفته است، برای تحقق این هدف از رویکرد فراترکیب سندلوسکی و باروسو استفاده شده است. طی هفت مرحله‌ی روش باروسو ابتدا سوال پژوهش تنظیم گردید، سپس با مرور نظام‌مند پژوهش‌ها و انتخاب مقالات مرتبط، استخراج اطلاعات، تجزیه و تحلیل نتایج کیفی، کنترل کیفیت و ارائه یافته‌ها، موضوع «تحول دیجیتال در آموزش»، مورد بررسی قرار گرفت. علت انتخاب روش فراترکیب برای بخش کیفی این پژوهش، فراوانی ادبیات و پراکندگی زیاد پژوهش‌ها در زمینه‌ی تحول دیجیتال بوده است و به دلیل اینکه برای رسیدن به سطح مطلوب پیاده‌سازی و اجرای تحول دیجیتال در آموزش و پرورش، نیازمند یکپارچه‌سازی اطلاعات و رسیدن به چگونگی مسیر حرکت و نوآوری هستیم، از رویکرد فراترکیب در بخش کیفی پژوهش بهره گرفته ایم. سوال

1. Mohamed Hashim, Tlemsani, & Matthews
2. Demchenko
3. Voronin, Sainenko, & Tolchieva

جدول ۱. فراوانی مقالات در پایگاه‌های داده

فراوانی مقالات نهایی	فراوانی کل	پایگاه داده های غیرفارسی و فارسی
۱۶	۲۹۷	Google Scholar
۶	۸۷	Science Direct
۵	۳۲	Springer
۲	۲۷	ERIC
۲	۲۳	ELSEVIER
۷	۱۱۲	RESEARCH GATE
۱	۱۶	نورمگز
۱	۳۴	پورتال جامع علوم انسانی
۳	۱۹	پایگاه داده جهاد دانشگاهی
۴	۱۲	مگ ایران

با توجه به جدول ۱، ۶۵۹ مقاله ی اولیه در پایگاه‌های داده پیدا شد که با توجه به معیارهای ورود منجر به حذف ۶۱۲ مقاله و ورود ۴۷ مقاله مرتبط با سوال پژوهش گردید، که مراحل آن در جدول ۲ به نمایش درآمده است.

جدول ۲: مراحل انتخاب مقالات نهایی

مراحل	تعداد مقالات مورد بررسی	تعداد مقالات حذف شده	دلایل حذف
جستجوی کلمات کلیدی در پایگاه داده	ورود ۶۵۹ مقاله و بررسی عناوین	خروج ۳۶۱ مقاله	نامرتب بودن عنوان-تکراری بودن مقالات- سال انتشار مقالات انگلیسی قبل از ۲۰۱۳- سال انتشار مقالات فارسی قبل از ۱۳۹۵- اعتبار ناکافی سطح علمی و پژوهشی مقاله
بررسی مقالات انتخاب شده در مرحله پیشین	ورود ۲۹۸ مقاله و بررسی چکیده	خروج ۱۰۲ مقاله	عدم ارتباط هدف و موضوع-روش غیر کیفی و زمینه ی پژوهش-عدم امکان دسترسی به محتوا
بررسی مقالات انتخاب شده در مرحله پیشین	ورود ۱۹۶ مقاله و بررسی ادبیات، روش و یافته ها	خروج ۹۹ مقاله	عدم ارتباط هدف و موضوع-روش غیر کیفی-یافته های غیرمرتبط و نتایج ضعیف
بررسی مقالات انتخاب شده در مرحله پیشین	ورود ۹۷ مقاله و مشاوره برای اجماع نظری	خروج ۵۰ مقاله	عدم ارتباط هدف و موضوع-روش غیر کیفی-یافته های غیرمرتبط-طرح تحقیقاتی ناسازگار با هدف و زمینه ی اصلی پژوهش، متغیرها و مدل
تعداد مقالات نهایی	ورودی ۴۷ مقاله منتخب		

بر اساس جدول شماره ی ۲، ۴۷ مقاله نهایی در پژوهش انتخاب شد که بر اساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی در جدول شماره ی ۳ به نمایش درآمده است.

اعتبار پژوهش بر مبنای روش سندلوسکی و باروسو و بر اساس طی مراحل تحقیق مورد تایید قرار گرفته، که شامل مراحل زیر است:

۱- استفاده از شاخص‌های ورود و بررسی مقالات و استفاده از نرم‌افزار اندنوت برای ذخیره مقالات و بررسی آنها به منظور افزایش روایی توصیفی

۲- بررسی روایی تفسیری با استفاده از نظر خبرگان

۳- استفاده از یک متخصص در پژوهش به منظور افزایش روایی نظری

۴- ممیزی کل فرآیند و اجماع نظری پژوهشگران.

پایایی این پژوهش به کمک برنامه ارزیابی مهارت های انتقادی (Critical Appraisal Skilla Program, 2018) توسط تیم پژوهش و کارشناسان خبره، جهت ارزیابی کیفیت، دقت، اعتبار و اهمیت مقاله‌های نهایی، مورد بررسی قرار گرفت.

سوالات مورد نظر جهت سنجش کیفیت مقالات، در ۱۰ عنوان تنظیم گردیده است که در خصوص ۴۷ مقاله منتخب مورد بررسی قرار گرفت و مضمون این سوالات شامل: وضوح اهداف تحقیق، منطق روش‌شناسی (کیفی)، سازگاری طرح تحقیق برای دستیابی به اهداف، سازگاری روش نمونه‌گیری برای دستیابی به اهداف، سازگاری روش جمع‌آوری داده ها با موضوع تحقیق، کیفیت رابطه بین محقق و شرکت‌کنندگان، کیفیت ملاحظات اخلاقی، دقت در تجزیه و تحلیل داده‌ها، بیان شفاف داده‌ها و ارزش تحقیق است.

سپس با استفاده از ارزیابی مقایسه‌ای سندلوسکی و باروسو، مقالات منتخب بر اساس معیارهای عنوان مقاله، سال انتشار، هدف، روش، تحلیل و یافته‌ها ارزشیابی شده و بر اساس برنامه مهارت‌های ارزیابی انتقادی به آنها امتیاز داده شد که به دلیل حجم مقالات نهایی تنها سه مورد از آن، در جدول ۳ به نمایش درآمده است.

بر اساس جدول ۳، فراوانی مقالات دارای امتیاز عالی (۵۰-۴۱) ۷۱،۵ درصد بوده است و مقالاتی که در تحلیل سوالات



سنجش کیفیت، توانسته‌اند از نظر تیم پژوهش امتیاز بسیار خوب (۴۰-۳۱) را کسب کنند، ۲۸,۵ درصد بوده است پژوهش دارد. که این موضوع نشان از کیفیت مقالات انتخابی در این

جدول ۳. ارزیابی و مقایسه مقالات بازیابی شده

امتیاز	یافته‌ها	هدف، روش و تحلیل	عنوان مقاله	نویسنده و سال
۵۰	سازمانهای هدفمند دارای یک چهارچوب تحول دیجیتال واضح هستند- در سازمان وزارت آموزش و پرورش تحلیل شده تا حدودی شفافیت در مورد چرایی تحول دیجیتال وجود دارد و تغییرات مورد نیاز واضح و دقیق نشده است. -چگونگی تبدیل دیدگاه های آموزشی مدرسه به عمل در تحول دیجیتال و عدم وضوح آن باید مرتفع گردد- انتخاب فناوری و راه حل ها و سیستم های مناسب برای مدارس، به دلیل محدودیت منابع ضرورت دارد- نیازهای توسعه شخصی دانش آموزان و نیاز به استعدادیابی و نیاز معلمان باید شناسایی شود- از مدیران مدارس می خواهد که بسیاری از جنبه ها را در نظر بگیرند، مانند: زیرساخت، برنامه درسی و ارزیابی، فرآیند تغییر آماده سازی، توسعه افراد و استعدادها، سیاست‌های حاکمیتی، و منابع مالی، لذا باید برنامه DT نیازهای شناسایی شده را برآورده کرده و قابل اجراء و دارای چابکی بوده و قابلیت تامین مالی را داشته باشد. - نوآوری‌های آموزشی در DT با توجه به جهان در حال تغییر ضروری است.	هدف: بررسی روندهای اقتصادی، سیاسی، روندهای اجتماعی و تکنولوژیکی مؤثر بر آموزش ابتدایی و متوسطه روش: تحلیل موضوعی	تحول دیجیتال در آموزش: مؤلفه های حیاتی برای رهبران تغییر سیستم	McCarthy, et al., (2023)
۴۲	این مقاله یک مدل مبتنی بر مدرسه برای استفاده از تحول دیجیتال را فرموله کرده و فرصت ها و نقاط قوت در مدارس در مناطق جنوب صحرای آفریقا برای ایده پردازی جهانی نوآوری(های) دیجیتال مدرسه محور را مورد بررسی قرار داده است.	هدف: بررسی انواع نوآوری و بهره گیری از فرصت ها و چالش های تحول دیجیتال برای بهره‌وری تحول دیجیتال در مدارس، با مشارکت نهادهای بین المللی روش: تحلیل کیفی و کمی	چالش‌های نوآوری دیجیتال مبتنی بر مدرسه و راه رو به جلو، گفتگو در مورد تحول دیجیتال در آموزش و پرورش	Quaicoe , Ogunyemi and Bouters, (2023)
۴۸	نتایج حاصل از ارزیابی دانش آموزان و مربیان شرکت کننده در تجارب تدریس و یادگیری با هدایت روش TADEO برای دستیابی به یادگیری مهارت های نرم و سخت و موفقیت آن و نیز کاهش اثرات زیست محیطی انسان زا، اشاره دارد.	هدف: توسعه و آزمایش روشی به نام (TADEO) تحول دیجیتال در آموزش و ارائه مدل مفهومی آن در مدارس پرتغال روش: کیفی و کمی	تحول دیجیتال به سمت آموزش ۴,۰	OLIVEIRA & SOUZA, (2022)

۴- یافته‌های پژوهش

بنابراین ابتدا عبارات مرتبط با «تحول دیجیتال در آموزش» به صورت کدهای اولیه استخراج شدند. سپس کدهای اولیه به صورت مفاهیمی که بیانگر الگوهای موجود در یافته ها هستند به کمک کدگذاری باز تحت عنوان زیرمولفه‌ها شناسایی گردیدند.

بر اساس روش سندلوسکی و باروسو، یافته‌های ۴۷ مقاله نهایی بر اساس تحلیل طبقه‌بندی که شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی است، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

بررسی مولفه و زیر مولفه های فوق بر اساس هریک از ابعاد جدول ۴، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ به نمایش درآمده است. همچنین با تحلیل مقالات جدول ۲، زیرمولفه های دارای فراوانی در جدول ۵ به نمایش در آمده است.

سیس زیرمولفه ها برای برای تشخیص روابط معنایی از طریق کدگذاری محوری تحت عنوان مولفه ها و سپس ابعاد شامل: «تحول دیجیتال آموزش و پرورش» و «تحول دیجیتال آموزشی»، دسته بندی شدند. نتایج حاصله در جدول ۴ قابل مشاهده است. بر اساس جدول ۴ و ارزیابی و مقایسه مقالات بازبایی شده، ۲ بعد و ۹ مولفه و ۶۲ زیرمولفه به دست آمده است. سپس با

جدول ۴. کدگذاری باز و محوری داده های استخراج شده

فراوانی مقالات	محقق / سال	زیرمولفه	مولفه	ابعاد تحول دیجیتال
۱۰	Vindača Rof et al., (2022) GÍLLPATRÍCK, (2020)-et al., (2020)-Mahraz et al., (2019)-Engeness, (2018) توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱)-کرباسی و همکاران، (۱۴۰۱)-حیدری و همکاران، (۱۴۰۱)-محمودی، خسته، حسینی شکیب، (۱۴۰۱)-شیرازی، یزدانی، زارعی متین، (۱۴۰۰)	فناوری های دیجیتال بازی وار سازی- تلفیق فناوری های واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، اینترنت اشیا و... در تدریس- استفاده از هوش مصنوعی و داده کاوی در شخصی سازی آموزش- استفاده از فناوری های دیجیتال و پلتفرم ها در آموزش مجازی	فناوری	ابعاد تحول دیجیتال آموزش و پرورش
۱۰	et al., (2023)-Rauseo et al., (2023) McCarthy, Yehya, (2021)-Baihaqy & Subriadi, (2023) Rodríguez-Abitia & Bribiesca-Correa, (2021) Zhu, Ge, & Wang, (2021)-Benavides, et al., (2020)-Kane, et al., Pihir, et al., (2015) (2018)-حیدری و همکاران، (۱۴۰۱)	استراتژی های تحول دیجیتال - چشم انداز سازمان - رویه های مدیریتی - بلوغ دیجیتال - رهبری دیجیتال - فرآیندهای سازمانی و یکپارچه سازی منابع - فرآیندهای دیجیتال - شایستگی های مدیر ارشد دیجیتال	سازمان	
۱۰	-Oliveira & de SOUZA, Kovalchuk et al., (2022) bin Nordin et al., (2022)-Bygstad, et al., Peng & (2022)- Loliget al., (2022)-Yuan, (2022)-Wang, (2022)- Sepúlveda, (2020)-Kirschner & De Bruyckere, (2017) سینایی و موسوی مشهدی، (۱۴۰۱)	تجهیزات- اینترنت پرسرعت، موبایل، تبلت و لپ تاپ- پلتفرم های آموزشی خاص معلمان و دانش آموزان- تجهیزات کلاس درس هوشمند- زیرساخت های شبکه، امنیت داده	زیرساخت	
۸	Gerlakh.,et al. (2021)-Rodríguez-Abitia & Bribiesca-Elkordy & Iovinelli, (2021)- Correa, (2021) Hammer, (2020) - C. Zhu, (2015) توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱)- شیرازی، یزدانی، زارعی متین، (۱۴۰۰)- مدرسی و همکاران، (۱۴۰۲)	فرهنگ تعاملی- روش ها و رویه ها- جهت گیری هدف- تصمیم گیری مشارکتی- جهت گیری نوآوری- رهبری ساختاریافته- رهبری حمایتی- چشم انداز مشترک و رسمی، فرهنگ نوآوری- تجربیات دیجیتال کاربران- پذیرش دیجیتال- خانواده دیجیتال	فرهنگ	
۵	Mohamed Hashim, et al., (2021) - Demchenko, et al., (2020) - Voronin, et al., (2020) حیدری و همکاران، (۱۴۰۱)- مهدی، شفیع و کینا، (۱۴۰۲)	مدیریت بر هزینه ها- بهره وری آموزش دیجیتال- اقتصاد دیجیتال- تربیت نیروی انسانی دارای صلاحیت های دیجیتال- هزینه های فناوری و نوسازی سیستم های آموزشی- دستاوردهای نوآوری های دیجیتال- هزینه های نوآوری های دیجیتال سازی	اقتصاد	
۳	Quaicoe, Ogunyemi and Bouters, (2023)- Zongkai Yang,(2023)- OLIVEIRA & SOUZA,(2022)	شیوه های آموزشی معکوس- آموزش پروژه محور- آموزش زمینه محور- بازی وارسازی- محتوای دیجیتال- ارزشیابی دیجیتال- ارزیابی عملکردی- یادگیری عملگر- یادگیری تلفیقی	پداگوژی (تکنیک های نوین آموزشی)	
۱۰	Shenkoya Kim, (2023)- Visvizi,et al., (2023)- et al., (2023) Quaicoe, et al., (2023)- Fernández, OLIVEIRA&SOUZA,(2022)- Rof, et al., (2020)- Tátrai, Szücs, (2021)-Rodríguez-&Bribiesca, (2021) توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱)-مرادی و کشمیری، (۱۴۰۰)	کلاس هوشمند- فضای دیجیتال- اتاق فکر دیجیتال- تعاملات دیجیتال- کاربران دیجیتال- کلاس آنلاین- کلاس مجازی	محیط یادگیری	
۲	Quaicoe et al., (2023) مدرسی و همکاران، (۱۴۰۲)	محتوای دیجیتال- محتوای شخصی شده- محتوای تعاملی دیجیتال	محتوای آموزشی	
۲	et al.,(2023) Quaicoe Kassymova et al., (2020)	شخصی سازی یادگیری- یادگیری فعال- یادگیری دیجیتال بازی وار- ارزشیابی دیجیتال- استعدادیابی دیجیتال- یادگیری مسئله محور دیجیتال	نوآوری آموزشی	

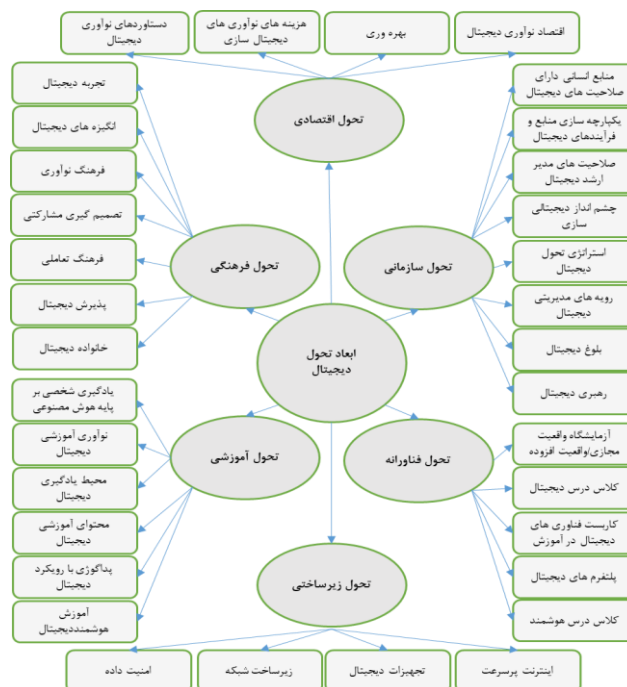


جدول ۵. فراوانی زیرموضوعها (کدهای باز) در مقالات منتخب نهایی

عنوان زیرموضوع	منبع	فراوانی
نیروی کار دیجیتال / صلاحیت های دیجیتال	Fernández, et al.,(2023)- McCarthy et al., (2023)- OLIVEIRA & SOUZA,(2022)-Mamdouh (2021), Alenezi, (2021) و همکاران، (۱۴۰۱)	۵
رهبری و مدیریت	&& SOUZA,(2022)- Rodríguez McCarthy et al., (2023)- Quicoe, et al., (2023)- OLIVEIRA (2021)- Briebesca, (2021) و همکاران، (۱۴۰۱) - شیرازی و همکاران، (۱۴۰۰)	۶
فضای یادگیری دیجیتال	Fernández et al.,(2023)- McCarthy et al., (2023) و همکاران، (۱۴۰۱) - شیرازی و همکاران، (۱۴۰۰) - توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱)	۵
زیرساخت فناوری	Yang,(2023)- Fernández, et al.,(2023)- McCarthy et al.,(2023)- Quicoe, et al., (2023)- OLIVEIRA & SOUZA,(2022)- Bygstad, et al., (2022) و همکاران، (۱۴۰۱) - شیرازی و همکاران، (۱۴۰۰) - توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱) - کرباسی و همکاران، (۱۴۰۱)	۱۰
تجربه کاربر	Fernández et al.,(2023)- McCarthy et al., (2023) Rof, et al., (2020)	۳
پذیرش فناوری و فرهنگ	Fernández et al.,(2023)- Visvizi, et al.,(2023)- و همکاران، (۱۴۰۰) - شیرازی و همکاران، (۱۴۰۰)	۴
پداگوژی (روشهای تدریس و فعالیت های تعلیم و تربیت)	Quicoe et al.,(2023)- Yang,(2023)- OLIVEIRA & SOUZA,(2022)	۳
نوآوری	Visvizi, et al.,(2023)- Quicoe, et al.,(2023)- Fernández, et al.,(2023)- OLIVEIRA&SOUZA,(2022)- Rof, et al., (2020) و همکاران، (۱۴۰۱) - توکلی راد و زرگران خوزانی، (۱۴۰۱)	۶

در بخش کمی، جهت اولویت بندی و تعیین اهمیت نسبی ابعاد تحول دیجیتال در آموزش و پرورش از روش سوارا استفاده گردیده است. این روش که در سال ۲۰۱۰ توسط کرسولین و همکارانش (۲۰۱۰)، ابداع شده است، تصمیم گیرنده را قادر می سازد تا به انتخاب، تعیین اهمیت نسبی و وزندهی به شاخصها بپردازد. که علت انتخاب آن، تعیین تقدم ابعاد و تعیین ضریب وزنی هر بعد توسط خبرگان، در این پژوهش بوده است.

از آنجائیکه در اولین گام در این روش می بایست ابعاد براساس درجه اهمیت با استفاده از نظر خبرگان در پرسشنامه چیده شوند، لذا در گام نخست ابعاد پس از پایش اولیه مولفهها، دسته بندی و موارد غیر مستقل حذف گردید. سپس درجهی اهمیت ابعاد تحول دیجیتال با رویکرد اثربخشی و نوآوری، توسط ۹ نفر از خبرگان از طریق پرسشنامه و نرم افزار اکسل تعیین گردید. ابعاد منتخب نهایی به صورت نام اختصاری، در جدول ۶ نمایش داده شده است. همچنین مشخصات خبرگان که به شیوهی هدفمند انتخاب گردیده اند، در جدول ۷ ارائه گردیده است. نتایج نظرات خبرگان و ضریب وزنی هر یک از ابعاد



شکل ۱. مدل مفهومی ابعاد و مولفه های تحول دیجیتال در آموزش و پرورش



۵- بحث و نتیجه‌گیری

فناوری‌های صنعت ۵,۰ و به کارگیری آن در آموزش در بسیاری از مدارس توانسته است کیفیت آموزش را بهبود بخشیده، روند آموزش را برای دانش‌آموزان شخصی‌سازی کرده و برنامه‌ی درسی و سطح دسترسی را به شیوه‌ای نوآورانه متحول نماید (مک کارتی و همکاران، ۲۰۲۳؛ کوایکو، اوگوینمی و باتر، ۲۰۲۳). همچنین با تلفیق این فناوری‌ها و بازی‌وارسازی محتوای آموزشی، استفاده از هوش مصنوعی، کلان داده و داده‌کاوی، اینترنت اشیا و ... در ساخت آموزش و کلاس درس هوشمند، تحول بسیاری را در حوزه‌ی آموزش رقم زده است. اما تحول دیجیتال در برخی مدارس هنوز نتوانسته کیفیت مورد نظر را در مدیریت یادگیری و بهینه‌سازی مدیریت مدرسه، حاصل کند (مک کارتی و همکاران، ۲۰۲۳؛ کاظم پور و روشن، ۲۰۲۳).

لذا پژوهش حاضر در پاسخ به سوال چستی ابعاد و مولفه‌های اصلی تحول دیجیتال در مدارس انجام شد، همچنین پاسخ به سوال میزان اهمیت نسبی هر یک از ابعاد باتوجه به رویکرد نوآوری در آموزش و پرورش ایران، در این پژوهش دنبال گردید. در پاسخ به سوال اول، به کمک جستجوی مقالات داخلی و خارجی به شیوه‌ی فراترکیب، ابعاد فناوری، سازمان، زیرساخت، فرهنگ و اقتصاد در تحول دیجیتال در آموزش و پرورش ایران شناسایی گردید، همچنین برای دستیابی به تحول دیجیتال آموزشی توجه به مولفه‌های پداگوژی، محیط یادگیری، محتوای آموزشی و نوآوری آموزشی بر مبنای فناوری‌های تحول دیجیتال حائز اهمیت شناخته شد. لذا بر اساس یافته‌های بخش کیفی، مدل پژوهش در قالب شش بعد تحول اقتصادی، تحول سازمانی، تحول فناوریانه، تحول آموزشی و تحول زیرساختی به همراه زیرمولفه‌های هر یک از آنها ارائه گردید. در پژوهش کیانکارینی^۱ و همکاران اش (۲۰۲۳) برای رخ داد تحول دیجیتال، توجه به ابعاد فناوریانه و سازمانی مهم بر شمرده شده است. همچنین قیوم^۲ (۲۰۲۳) به اهمیت زیرساخت‌ها، توجه به بعد اقتصادی و مولفه‌های آموزشی در تحول دیجیتال اشاره کرده است. بالیر و از (۲۰۱۸) نیز در پژوهش

تحول دیجیتال در جدول ۸ ارائه گردیده است.

جدول ۶. ابعاد و نام اختصاری استفاده شده در پرسشنامه

نام	تحول فناوریانه	تحول زیرساختی	تحول آموزشی	تحول فرهنگی	تحول اقتصادی	تحول سازمانی
علامت اختصاری	TT	IT	ET	CT	ECT	OT
کد	C1	C2	C3	C4	C5	C6

جدول ۷. ویژگی‌های خبرگان

ردیف	تخصص	شغل و سابقه فعالیت	تحصیلات	سابقه (سال)
۱	سیاست گذاری در آموزش	هیات مدیره شرکت دانش بنیان فناوریانه دیجیتال - مدرس مدرسه	دکتری	۲۴
۲	هوش مصنوعی	مدیرعامل شرکت دانش بنیان پلتفرم های دیجیتال - هیات علمی پژوهشگاه فناوری اطلاعات و ارتباطات	دکتری	۱۵
۳	فناوری های نوین آموزشی	پژوهشگر پسادکتری - طراح آزمایشگاه واقعیت افزوده برای کتب درسی - مدرس دانشگاه	دکتری	۱۰
۴	سیاست گذاری آموزش	عضو گروه هیات تالیف کتب درسی آموزش و پرورش، مدرس مدرسه	دکتری	۲۳
۵	پژوهشگر فناوری های نوین	مدرس دانشگاه	دکتری	۱۰
۶	تصمیم‌گیری	مدرس دانشگاه	دکتری	۱۲
۷	پژوهشگر تحول دیجیتال	مدرس دانشگاه	دکتری	۱۰
۸	پژوهشگر فناوری های نوین	مدیر مدرسه	ارشد	۲۰
۹	تصمیم‌گیری	مدیر مدرسه	ارشد	۲۱

جدول ۸. محاسبه وزن ابعاد موثر بر تحول دیجیتال در

آموزش و پرورش با رویکرد اثربخشی و نوآوری

کد	Criterion	Comparative Importance of Average Value S _j	Coefficient K _j = S _j +1	Recalculated Weight q _j = $\frac{q_j - 1}{k_j}$	W w _j = $\frac{q_j}{\sum q_j}$
C6	OT	0	1.000	1.000	0.217
C2	IT	0.08	1.080	0.926	0.201
C4	CT	0.148889	1.149	0.806	0.175
C3	ET	0.086667	1.087	0.742	0.161
C1	TT	0.153333	1.153	0.643	0.139
C5	ECT	0.294444	1.294	0.497	0.108
C5	ECT	0.294444	1.294	0.497	0.108

1. Ciancarini
2. Qayyum

پژوهش‌ها (جدول ۵) نیز موید اهمیت دو بعد تحول سازمانی و تحول زیرساختی است.

تحول فرهنگی با عدد ۰,۱۷۵ و تحول آموزشی با عدد ۰,۱۶۱ در رتبه‌های بعدی قرار دارند و نزدیکی ضریب وزنی ابعاد، نشان از اهمیت نگاه یکپارچه و اکوسیستمی بر تمامی ابعاد تحول دیجیتال دارد.

بنابراین با توجه به یافته‌های پژوهش فوق، برای رسیدن به سطح مطلوب تحول دیجیتال آموزشی در مدارس ایران، نیازمند نگاه یکپارچه بر همه‌ی ابعاد تحول دیجیتال و برنامه‌ریزی منسجم برای اجرای هستیم، لذا شناسایی ابعاد و مولفه‌ها به عنوان اولین گام ضروری بوده و اتخاذ رویکرد اکوسیستمی برای پیاده‌سازی ابعاد شناسایی شده، می‌بایست در آموزش و پرورش ایران به صورت همزمان مورد توجه و برنامه‌ریزی قرار گیرد تا خروجی آن کیفیت بخشی و تحول نوآورانه در آموزش و کلاس درس باشد.

۶- محدودیت‌ها و پیشنهادات

عدم دسترسی به اسناد سیاست‌گذاری تحول دیجیتال در آموزش و پرورش کشورهای پیشرو، عدم دسترسی به اسناد علمی تولید شده در حوزه‌ی سیاست‌گذاری تحول دیجیتال در مدارس ایران و تعداد کم پژوهش‌های دانشگاهی که تحول دیجیتال را با رویکرد یکپارچه و اکوسیستمی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده باشند، از جمله محدودیت‌های این پژوهش بود.

جهت بهبود پژوهش‌های آتی و تحلیل جامع، پیشنهاد می‌گردد، پژوهش‌ها بر روی بررسی اکوسیستم تحول دیجیتال در آموزش و پرورش ایران، ابعاد، مولفه‌ها، چالش‌ها و نیازها در مدارس، مورد بررسی و ارزیابی پژوهشگران قرار گیرد.

خود بر ضرورت توجه به ابعاد فرهنگی تحول دیجیتال، محیط یادگیری، ارزشیابی، ابعاد زیرساختی مورد نیاز، فناوری‌های آموزشی و نوآوری در زمینه‌های مرتبط با آموزش دیجیتال تاکید کرده‌اند.

همچنین پژوهش‌ها دلالت دارد که نیاز است این ابعاد و فرآیند تحول آنها به صورت یکپارچه مورد توجه قرار گیرد. زیرا تحول دیجیتال فقط یک دستاورد وابسته به بهبود تکنولوژی نیست و ضرورت دارد که همه‌ی ابعاد آن مورد توجه قرار گیرد، که این موضوع با پژوهش پیپهر، فورجان و تومیک پوپک^۱ (۲۰۲۳)، ورنیا و تیتکو^۲ (۲۰۱۹) و جلاذ، پاتا و کویکو^۳ (۲۰۱۷)، نیز همخوانی دارد.

برای تعیین اهمیت نسبی هر یک از ابعاد شناسایی شده در مرحله‌ی کیفی پژوهش، نظر خبرگان در ارزیابی آموزش و پرورش ایران به شیوه‌ی سوارا استخراج گردید. نتایج تحلیل سوارا در بخش کمی این پژوهش نشان داد که تحول سازمانی با عدد ۰,۲۱۷ دارای اهمیت و اولویت بالاتر است. بنابراین نیاز است که سازمان دارای چشم‌انداز تحول دیجیتال بوده و استراتژی تحول دیجیتال خود را تنظیم کرده باشد، همچنین آمادگی دیجیتال، بلوغ دیجیتال و رهبری دیجیتال در سازمان بسیار حائز اهمیت است، صلاحیت‌های دیجیتال منابع انسانی و مدیریت ارشد سازمان نیز نقش اساسی را در رسیدن به سطح مطلوب تحول دیجیتال ایفا می‌کند. هانلت^۴ و همکاران (۲۰۲۱)، حسینی نسب، شامی زنجانی و قلی پور (۲۰۲۱) و محمود، خان و خان^۵ (۲۰۱۶) نیز بر اهمیت داشتن استراتژی دیجیتال و تغییرات سازمانی برای تحقق تحول دیجیتال در سازمان تاکید کرده‌اند.

تحول زیر ساختی با عدد ۰,۲۰۱ در اولویت دوم قرار دارد و نزدیکی ضریب وزنی آن به تحول سازمانی، بر توجه و برنامه‌ریزی همزمان این دو بعد در سازمان دلالت دارد. تحلیل فراوانی مولفه‌های فرهنگی و زیرساختی در

1. Pihir, Furjan, & Tomičić-Pupek
2. Verina & Titko
3. Jeladze, Pata, & Quaicoe
4. Hanelt
5. Mahmood, Khan, & Khan



منابع

۱. توکلی‌راد، رضا و زرگران‌خوزانی، فاطمه. (۱۴۰۱). الگوی تحول دیجیتال سازمانی موفق. ششمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، دانشگاه تهران، ۲۶ بهمن ۱۴۰۱.
۲. حسینی نسب، سید مهدی، شامی زنجانی، مهدی، قلی‌پور، آرین، (۲۰۲۱). ارائه مدل شایستگی مدیر ارشد دیجیتال به عنوان حکمران تحول دیجیتال در سازمان. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۶(۳)، ۸۶۰-۸۶۵. Dor: 10.52547/JIPM.36.3.835.۸۳۵
۳. سینائی، سید عطاالله و موسوی مشهدی، سارا؛ (۲۰۲۲). تحلیل جامعه شناختی اثر فضای مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانش آموزان. *نشریه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۱۰(۲۰)، ۹۵-۱۰۵.
۴. شیرازی، مهرزاد، یزدانی، حمیدرضا، زارعی‌متین، حسن، (۱۴۰۱). ارائه نقشه راه جاری سازی فرهنگ سازمانی مورد نیاز برای تحول دیجیتال با رویکرد فراترکیب، *انجمن علمی مدیریت رفتار سازمانی*، دوره ۱۰، شماره ۳(۹)، ۲۱-۱.
۵. کاظم پور، ندا و روشن، مریم. (۲۰۲۳). واکاوی آثار تحولات دیجیتال بر یادگیری. *کنگره ملی فضای مجازی و فناوری های نوین: چالش ها و فرصت ها* (۱).
۶. کرباسی، شیرین، هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا، خسته، عباس، فتحی هفشجانی، کیامرث. (۱۴۰۱). مدلی برای تدوین نقشه راه فناوری صنعت نسل ۴، با رویکرد مدیریت هوشمند در صنایع، *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۱۱(۴۱)، ۱۸۹-۲۲۰.
۷. مدرسی، یاسمن؛ سید نقوی، میر علی؛ رودساز، حبیب؛ رئیسی وانانی، ایمان؛ (۲۰۲۳). طراحی چارچوب مفهومی برای مولفه های نرم تحول دیجیتال با استفاده از تحلیل مضمون. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۱۳(۴۷)، ۸۸-۸۷. doi:10.22034/JHRS.2023.172970.۵۷
۸. مرادی، سعید و کشمیری، سمانه. (۱۴۰۰). آمادگی برای رهبری تحول دیجیتال در مدارس. *فصلنامه علمی مدیریت مدرسه*، ۹(۲)، ۳۸۶-۳۵۸.
۹. محمودی، علی، خسته، عباس، حسینی شکیب، مهرداد. (۱۴۰۱). الگوی نوآورانه بانکداری اجتماعی مبتنی بر تحول دیجیتال در صنعت بانکداری ایران، *پژوهش نامه مدیریت تحول*، سال چهاردهم، ۲(۲۸)؛ پاییز و زمستان، ۱۲۵-۱۴۹. doi.org/10.22067/tmj.2023.79121.1358
۱۰. مهدی، رضا، شفیع، مسعود، کیخا، احمد. (۲۰۲۳). سناریوها و الگوهای آموزش عالی آینده در افق ۱۴۱۰. *نشریه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۱۱(۲۲)، ۱۱۹-۱۱۹.
11. Al Hasani, S. H. S., & Husin, N. A. (2021). A review of digital transformation of education in Oman. *Journal of Business Management and Accounting*, 11(2), 41-59.
12. Alenezi, M. (2021). Deep Dive into Digital Transformation in Higher Education Institutions. *Education Sciences*, 11(12), 770.
13. Alenezi, M. (2023). Digital learning and digital institution in higher education. *Education Sciences*, 13(1), 88.
14. Annette, L. (2021). A digital learning future. *Impact*, 2021(3), 4-5.
15. Baihaqy, A., & Subriadi, A. P. (2023). Development of Digital Transformation Maturity Measurements: A Systematic Literature Review. *Journal of Nonformal Education*, 9(1).
16. Balyer, A., & Öz, Ö. (2018). Academicians' Views on Digital Transformation in Education. *International Online Journal of Education and Teaching*, 5(4), 809-830.
17. Benavides, L. M. C., Tamayo Arias, J. A., Arango Serna, M. D., Branch Bedoya, J. W., & Burgos, D. (2020). Digital transformation in higher education institutions: A systematic literature review. *Sensors*, 20(11), 3291.
18. Bilyalova, A., Salimova, D., & Zelenina, T. (2020). Digital transformation in education. Paper presented at the Integrated Science in Digital Age: ICIS 2019.
19. bin Nordin, M. N., Maidin, S. S., Rajoo, M., Mahmud, M., Jani, W. N. F. A., Yusoh, M. P., . . . Mosbiran, N. F. (2022).



- the Digital Transformation and Global Society: Second International Conference, DTGS 2017, St. Petersburg, Russia, June 21–23, 2017, Revised Selected Papers 2.
29. Edmead, M. (2016). Digital transformation: Why it's important to your organization. IDG Contrib. Netw.
30. Elkordy, A., & Iovinelli, J. (2021). Competencies, culture, and change: A model for digital transformation in K-12 educational contexts. *Digital transformation of learning organizations*, 203-218.
31. Engeness, I. (2018). Learning and Teaching with Digital Tools: Insights for Learning Arising from the Cultural-Historical Theory.
32. Fernández, A., Gómez, B., Binjaku, K., & Meçe, E. K. (2023). Digital transformation initiatives in higher education institutions: A multivocal literature review. *Education and Information Technologies*, 1-32.
33. Furjan, M. T., Strahonja, V., & Tomičić-Pupek, K. (2018). Framing the digital transformation of educational institutions. Paper presented at the Central European Conference on Information and Intelligent Systems.
34. Gerlakh, I., Galustov, A., Egizaryants, M., & Tvelova, I. (2022). Digital Transformation of Education: Comparative Analysis of Students and Their Parents' Survey Results. Paper presented at the IX International Scientific and Practical Conference "Current Problems of Social and Labour Relations"(ISPC-CPSLR 2021).
35. GILLPATRICK, T. (2020). Innovation and the digital transformation of education. *The Journal of Limitless Education and Research*, 5(3), 194-201.
36. Gracia, J. (2023). ICT in the digital transformation of education in schools in Southern Spain in the context of post-pandemic learning.
37. Hammer, M. (2020). Identifying antecedents to learning effectively with International Frameworks For 21st Century Competences: Comparative Education. *resmilitaris*, 12(2), 7332-7344.
20. Broo, D. G., Kaynak, O., & Sait, S. M. (2022). Rethinking engineering education at the age of industry 5.0. *Journal of Industrial Information Integration*, 25, 100311.
21. Bygstad, B., Øvrelid, E., Ludvigsen, S., & Dæhlen, M. (2022). From dual digitalization to digital learning space: Exploring the digital transformation of higher education. *Computers & Education*, 182, 104463.
22. Carayannis, E. G., & Morawska-Jancelewicz, J. (2022). The futures of Europe: Society 5.0 and Industry 5.0 as driving forces of future universities. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.
23. CERASI, C. C., & CANTEKİN, C. (2022). DIGITAL TRANSFORMATION IN EDUCATION: MALTEPE UNIVERSITY EXAMPLE.
24. Ciancarini, P., Giancarlo, R., & Grimaudo, G. (2023). Digital Transformation in the Public Administrations: a Guided Tour For Computer Scientists. arXiv preprint arXiv:2305.05551.
25. Coelho, P., Bessa, C., Landeck, J., & Silva, C. (2023). Industry 5.0: The Arising of a Concept. *Procedia Computer Science*, 217, 1137-1144.
26. Demchenko, M. V., Gulieva, M. E., Larina, T. V., & Simaeva, E. P. (2021). Digital Transformation of Legal Education: Problems, Risks and Prospects. *European Journal of Contemporary Education*, 10(2), 297-307.
27. Deroncela-Acosta, A., Palacios-Núñez, M. L., & Toribio-López, A. (2023). Digital Transformation and Technological Innovation on Higher Education Post-COVID-19. *Sustainability*, 15(3), 2466.
28. Dobrolyubova, E., Alexandrov, O., & Yefremov, A. (2017). Is Russia ready for digital transformation? Paper presented at



International Journal of Advanced Science and Technology, 29(7), 346-356.

46. Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135-142.

47. Kovalchuk, V. I., Maslich, S. V., Movchan, L. G., Soroka, V. V., Lytvynova, S. H., & Kuzminska, O. H. (2022). Digital transformation of vocational schools: problem analysis. Paper presented at the CTE Workshop Proceedings.

48. Kuhn, C., & Lucke, D. (2021). Supporting the digital transformation: a low-threshold approach for manufacturing related higher education and employee training. *Procedia CIRP*, 104, 647-652.

49. Kumar, R. M., & Sangtani, R. (2023). Digital Innovation and Transformation. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Neural Network (JAIMLNN)* ISSN: 2799-1172, 3(01), 25-38.

50. Lolic, T., Stefanovic, D., Dionisio, R., Dakic, D., & Havzi, S. (2022). Learning Environment Digital Transformation: Systematic Literature Review. *Industrial Innovation in Digital Age*, 87-94.

51. Mahraz, M.-I., Benabbou, L., & Berrado, A. (2019). A systematic literature review of digital transformation. Paper presented at the Proceedings of the international conference on industrial engineering and operations management.

52. McCarthy, A. M., Maor, D., McConney, A., & Cavanaugh, C. (2023). Digital transformation in education: Critical components for leaders of system change. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100479.

53. Mohamed Hashim, M. A., Tlemsani, I., & Matthews, R. (2021). Higher education strategy in digital transformation. *Education and Information Technologies*, 1-25.

54. Mahmood, F., Khan, A. Z., & Khan, M. B. (2019). Digital organizational transformation issues, challenges and

digital media: a student-centered approach. *Universität Tübingen*,

38. Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159-1197.

39. Hartong, S., & Decuypere, M. (2023). Platformed professional (itie) s and the ongoing digital transformation of education. In (Vol. 29, pp. 1-21): Waxmann.

40. Hul, S. (2022). Cambodia: Innovation-Driven EduTech Roadmap 2030. Paper presented at the 2022 14th International Conference on Software, Knowledge, Information Management and Applications (SKIMA).

41. Iensen, M. H. F., da Silva, L. B. P., & Pontes, J. (2023). Educational Testbed in the Context of Industry 4.0 and 5.0: Literature Review. Paper presented at the Optimization, Learning Algorithms and Applications: Second International Conference, OL2A 2022, Póvoa de Varzim, Portugal, October 24-25, 2022, Proceedings.

42. Jeladze, E., Pata, K., & Quaicoe, J. S. (2017). Factors Determining Digital Learning Ecosystem Smartness in Schools. *IXD&A*, 35, 32-55.

43. Jiang, B., Ding, Y., & Wei, Y. (2023). The Core Technology Engine of Digital Transformation in Education: Trustworthy Education Artificial Intelligence. *Journal of East China Normal University (Educational Sciences)*, 41(3), 52.

44. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*.

45. Kassymova, G., Akhmetova, A., Baibekova, M., Kalniyazova, A., Mazhinov, B., & Mussina, S. (2020). E-Learning environments and problem-based learning.



- Systems. Handbook of Open, Distance and Digital Education, 249.
64. Rauseo, M., Harder, A., Glassey-Previdoli, D., Cattaneo, A., Schumann, S., & Imboden, S. (2023). Same, but Different? Digital Transformation in Swiss Vocational Schools from the Perspectives of School Management and Teachers. *Technology, Knowledge and Learning*, 28(1), 407-427.
65. Renz, A., Vladova, G., & Hellmuth, D. (2021). Beyond Technology: Dimensions of Digital Transformations in Schools. Paper presented at the ISPIM Conference Proceedings.
66. Rodríguez-Abitia, G., & Bribiesca-Correa, G. (2021). Assessing digital transformation in universities. *Future Internet*, 13(2), 52.
67. Røe, Y., Wojniusz, S., & Bjerke, A. H. (2022). The digital transformation of higher education teaching: Four pedagogical prescriptions to move active learning pedagogy forward. Paper presented at the Frontiers in Education.
68. Rof, A., Bikfalvi, A., & Marques, P. (2022). Pandemic-accelerated digital transformation of a born digital higher education institution. *Educational Technology & Society*, 25(1), 124-141.
69. Rof, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P. (2020). Digital transformation for business model innovation in higher education: Overcoming the tensions. *Sustainability*, 12(12), 4980.
70. Safonov, Y., Usyk, V., & Bazhenkov, I. (2022). Digital transformations of Education policy. *Baltic Journal of Economic Studies*, 8(2), 127-136.
71. Sepúlveda, A. (2020). The digital transformation of education: connecting schools, empowering learners. *TIC EDUCAÇÃO*, 249.
72. Shalini, S., & Devi, T. (2023). Digital Transformation. In *Industry 4.0 Technologies for Education* (pp. 67-79): Auerbach Publications.
- impact: A systematic literature review of a decade. *Abasyn University Journal of social sciences*, 12(2).
55. Oliveira, K. K. d. S., & de SOUZA, R. A. (2022). Digital transformation towards education 4.0. *Informatics in Education*, 21(2), 283-309.
56. Pata, K., Tammets, K., Väljataga, T., Kori, K., Laanpere, M., & Rõbtsenkov, R. (2022). The Patterns of School Improvement in Digitally Innovative Schools. *Technology, Knowledge and Learning*, 27(3), 823-841.
57. Peng, Y., & Wang, X. (2022). Online education of a music flipped classroom based on artificial intelligence and wireless network. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022.
58. Perrotta, C. (2023). Afterword: Platformed Professionalities and the Ongoing Digital Transformation of Education. *Tertium Comparationis*.
59. Pihir, I., Tomičić-Pupek, K., & Furjan, M. T. (2018). Digital transformation insights and trends. Paper presented at the Central European Conference on Information and Intelligent Systems.
60. Pihir, I., Furjan, M. T., & Tomičić-Pupek, K. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL ECOSYSTEM AND GRANTS SUPPORT SYSTEM IN SCHOOLS. Paper presented at the EDULEARN23 Proceedings.
61. Program, C. A. S. (2018). Critical Appraisal Skills Program Qualitative Studies Checklist.
62. Quaicoe, J. S., Ogunyemi, A. A., & Bauters, M. L. (2023). School-Based Digital Innovation Challenges and Way Forward Conversations about Digital Transformation in Education. *Education Sciences*, 13(4), 344.
63. Qayyum, A. (2023). Assessing the Digital Transformation of Education

82. Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515-533.
83. Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515-533.
84. Yang, Z. (2023). Digital Transformation to Advance High-Quality Development of Higher Education. *Journal of Educational Technology Development and Exchange (JETDE)*, 15(2), 2.
85. Yanli, X., & Danni, L. (2021). Prospect of Vocational Education under the Background of Digital Age: Analysis of European Union's "Digital Education Action Plan (2021-2027)". Paper presented at the 2021 International Conference on Internet, Education and Information Technology (IEIT).
86. Yanli, X., & Danni, L. (2021). Prospect of Vocational Education under the Background of Digital Age: Analysis of European Union's "Digital Education Action Plan (2021-2027)". Paper presented at the 2021 International Conference on Internet, Education and Information Technology (IEIT).
87. Yehya, F. M. (2021). Promising Digital Schools: An Essential Need for an Educational Revolution. *Pedagogical Research*, 6(3).
88. Yildiz, E. P. (2022). Teacher Education in the Digital Transformation Process in North Cyprus: A Situation Analysis Study. *International Education Studies*, 15(1), 187-199.
89. Yuan, Y. (2022). Quantitative analysis of Chinese classroom teaching activity under the background of artificial intelligence. *Education and Information Technologies*, 27(8), 11161-11177.
73. Shenkoya, T., & Kim, E. (2023). Sustainability in higher education: digital transformation of the fourth industrial revolution and its impact on open knowledge. *Sustainability*, 15(3), 2473.
74. Singh, A., & Singh, K. (2022). ERP Systems and Their Importance for Implementation at Educational Institutions.
75. Tátrai, F. S., András (2021). School Innovation Roadmap. <https://reflecting4change.eu/wp-content/uploads/2021/02/D3.1-Implementation-Plan.pdf>.
76. Van Vu, D., Tran, G. N., & Van Nguyen, C. (2022). Digital Transformation, Student Satisfaction, Word of Mouth and Online Learning Intention in Vietnam. *Emerging Science Journal*, 6, 40-54.
77. Verina, N., & Titko, J. (2019). Digital transformation: conceptual framework. Paper presented at the Proc. of the Int. Scientific Conference "Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering.
78. Vindača, O., Ľubkina, V., Žogla, I., & Prudňikova, I. (2020). Effective digital transformation in the context of higher education. Paper presented at the EDULEARN20 Proceedings.
79. Visvizi, A., Troisi, O., & Grimaldi, M. (2023). Exploring the drivers for digital transformation in smart education: An ecosystems approach. *ITM Web Conf.*, 51, 01003.
80. Voronin, D., Saienko, V., & Tolchieva, H. (2020). Digital transformation of pedagogical education at the university. Paper presented at the International Scientific Conference "Digitalization of Education: History, Trends and Prospects" (DETP 2020).
81. Wu, Y., Xu, Q., & Wang, Z. (2023). A Maturity Model for Digital Transformation in Education. *Journal of East China Normal University (Educational Sciences)*, 41(3), 25.



literature review. *Computers & Industrial Engineering*, 162, 107774.

93. Zybin, D., Antonovskiy, A., & Churakov, D. (2023). Directions of digital transformation of scientific and educational activities. *Applied psychology and pedagogy*, 8, 14-28. doi:10.12737/2500-0543-2023-8-1-14-28.

90. Zain, S. (2021). Digital transformation trends in education. In *Future directions in digital information* (pp. 223-234): Elsevier.

91. Zhu, C. (2015). Organisational culture and technology-enhanced innovation in higher education. *Technology, Pedagogy and Education*, 24(1), 65-79.




92. Zhu, X., Ge, S., & Wang, N. (2021). Digital transformation: A systematic







Analyzing the Role of Digital Transformation in Education by a Focus on Innovation with a Meta-Synthesis Method

* Zahra Gholamzadeh  ** Abbas Khamseh  *** Mohammadreza Parsanejad 

* Ph.D. Student, Department of Technology Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. zahra.gholamzadeh@srbiau.ac.ir

** Associate Professor, Department of Industrial Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. abbas.Khamseh@Kiau.ac.ir

*** Assistant Professor, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, University of Science and Technology, Tehran, Iran. parsanejad@iust.ac.ir

Received: 15.11.2023

Accepted: 06.02.2024

Abstract

Due to the direction of trends toward 5.0 industry technologies, a new concept called digital transformation has emerged, which has affected various areas of society. Since reaching the desired level of application of Industry 5.0 requires the training of skilled human resources in the application and development of technologies in this field, its widespread use in education was quickly followed in many countries. The innovative integration of these technologies in education has made the traditional methods of education extinct, which has led to a serious transformation in the learning process in schools and universities. Identifying the dimensions and components of digital transformation in education can help policymakers facilitate this process and lead to accelerating the achievement of digitalization goals. Intending to identify these dimensions and components, this research has examined 47 related articles with the meta synthesis method. Then, in the quantitative section, to determine the order of importance of the dimensions and their weighting factor, a ranking has been done. The results of the research showed that among the six identified dimensions, organizational transformation with a weighting factor of 0.217 has the highest priority and infrastructural transformation with a weighting factor of 0.201 has the second priority. The general results of the research have also shown the importance of adopting an ecosystem approach in the implementation of digital transformation in schools.

Keywords: Digital Transformation, Industry 5.0, Educational Digital Transformation, Innovation.

Corresponding Author: Abbas Khamseh- abbas.Khamseh@Kiau.ac.ir



Introduction

With the emergence of Industry 5.0, digital transformation has become one of the main goals of educational institutions in the leading countries of the world. International studies and research also indicate a change in the educational paradigm using Industry 5.0 technologies. Digital transformation has been being pursued in the academic space of many countries in the world in the last decade, because it increases educational innovations, improves organization management, reduces costs, and improves learning environments for students. In recent years, the issue of digital transformation in international documents has also received attention.

In the national documents of some countries, the importance of digital transformation in education as one of the trends affecting the future and the achievement of technology, innovation and entrepreneurship has been noted. In the documents of the international organization of UNESCO, the importance of digital transformation, frameworks of schools connected to the Internet and distance education are emphasized and the need to pay attention to the fourfold approach: map, connection, finance and empowerment, to reach the desired level in schools. It is emphasized.

Digital transformation in the education of some countries has been followed qualitatively and with a focus on the personalization of education. As an example, we can refer to China's programs in this field. The issue of digital transformation in China's education has attracted increasing attention in recent years as the country continues to rapidly develop its digital infrastructure.

Problem statement

The research's main gap lies in the absence of comprehensive attention to the various components and dimensions of digital transformation in Iran's education. This is a crucial step towards integrated planning and implementation. Therefore, the main issue with the current research is the need for coherent and comprehensive planning to attain a higher level of digital transformation in Iranian schools and to identify the dimensions and components that affect digital transformation in education.

Purpose

In this research, we aim to determine the relative importance of each dimension of digital transformation in Iran's education from the perspective of innovation. This is particularly crucial as it can pave the way for the successful implementation of digital transformation in education. It is important to note that digital transformation is not solely a technological event. Our objective is to identify and categorize the sub-components into dimensions by reviewing both domestic and foreign research and assessing their significance in the context of Iran's education, as perceived by experts.

Questions / Hypothesis

The primary focus of this research is to examine the main dimensions, components, and indicators of digital transformation in education. Additionally, the research aims to determine the relative importance of digital transformation dimensions for planning and implementation in Iran, with the ultimate goal of fostering innovation.

Methodology

In this research, a mixed method approach (qualitative-quantitative) was used. The qualitative part involved conducting a comprehensive search of Persian and English documents, books, and articles to identify the components and dimensions of the research. The meta-synthesis approach of Sandelowski and Barroso was utilized, involving seven stages: setting the research question, systematically reviewing relevant articles on "digital transformation in education", extracting information, analyzing qualitative results, ensuring quality control, and presenting the findings.

For our research, we focused on keywords such as "digital transformation dimensions," "digital

leadership," "digital maturity," "digital transformation in education," "educational digital transformation," and "digital innovation." We gathered articles by using the library method and reviewing domestic and foreign research from 2013 to 2023. Our study centered on education in Iran in 2023. In the quantitative part of our research, we targeted 9 experts to prioritize the dimensions of digital transformation using a questionnaire, and we calculated the weighting coefficients of these dimensions for Iran's education using the Swara method.

Findings

According to Sandelowski and Barroso's method, 47 final articles were analyzed using classification analysis, which involved open, central, and selective coding. First, expressions related to "digital transformation in education" were extracted as primary codes. These primary codes were then identified as concepts representing patterns in the findings through open coding and categorized as sub-components. Subsequently, the sub-components were further categorized to identify semantic relationships using axial coding under the title of components, including dimensions such as "digital transformation of education."

According to the articles we gathered, we identified 2 dimensions, 9 components, and 62 sub-components. After analyzing the components and sub-components obtained from the research, we presented the conceptual model of the research as Figure 1.

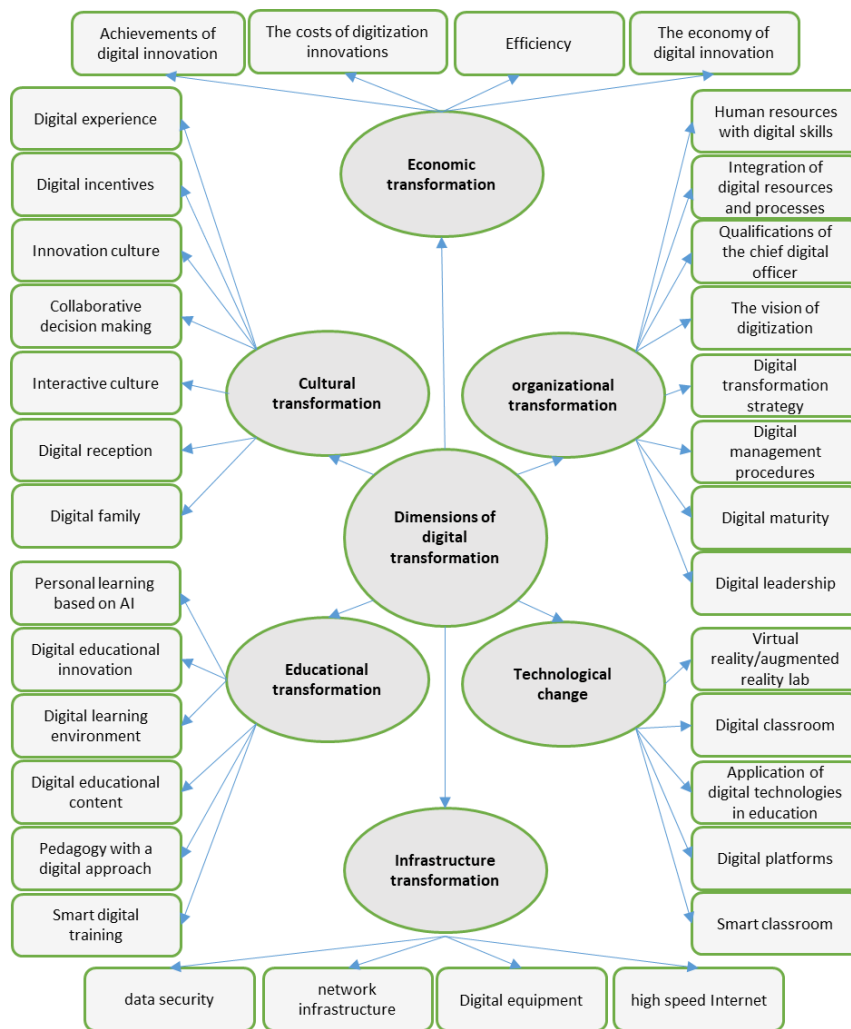


Figure 1: Conceptual model depicting dimensions and components of digital transformation in education.

In the quantitative portion, the Swara method was utilized to prioritize and establish the relative importance of digital transformation dimensions in education. The results of experts' opinions and the weighting factor of each dimension of digital transformation are presented in Table 8.

Table 8: Calculation of the weight of dimensions influencing digital transformation in education using the approach of effectiveness and innovation.

Code	Criterion	Comparative Importance of Average Value S_j	Coefficient $K_j = S_j + 1$	Recalculated Weight $q_j = \frac{q_j - 1}{k_j}$	W $w_j = \frac{q_j}{\sum q_j}$
C6	OT	0	1.000	1.000	0.217
C2	IT	0.08	1.080	0.926	0.201
C4	CT	0.148889	1.149	0.806	0.175
C3	ET	0.086667	1.087	0.742	0.161
C1	TT	0.153333	1.153	0.643	0.139
C5	ECT	0.294444	1.294	0.497	0.108

Conclusion

In this study, we aimed to identify the main dimensions and components of digital transformation in schools and determine their relative importance based on the innovation approach in Iran's education system. Through a comprehensive review of domestic and international literature, we developed a research model consisting of six dimensions: economic transformation, organizational transformation, cultural transformation, technological transformation, educational transformation, and infrastructural transformation, each with their own sub-components.

The research utilized the Swara method to gather expert opinions about the different dimensions identified in the qualitative phase. The results of the Swara analysis revealed that organizational transformation holds the highest importance and priority with a value of 0.217. This highlights the need for organizations to have a clear vision of digital transformation along with a well-defined strategy. Following closely behind is infrastructural transformation with a value of 0.201, indicating that simultaneous attention and planning for both dimensions is essential.

In the study, cultural transformation received a score of 0.175, while educational transformation received a score of 0.161, indicating their relative importance. The close weight coefficients of these dimensions highlight the need for an integrated and ecosystem view of digital transformation across all dimensions.

Based on the research findings, achieving the desired level of digital transformation in Iranian schools will require a comprehensive approach that addresses all aspects of digital transformation and involves cohesive planning for implementation.

References

1. Tavakoli Rad, Reza; Zargran Khozani, Fatemeh. (2022). Successful organizational digital transformation model. 6th international conference of interdisciplinary studies in management and engineering, University of Tehran, 26 Bahman 2022. [In Persian]
2. HosseiniNasab, S. M., ShamiZanjani, M., & Gholipor, A. (2021). A competency model for chief digital officer as organizational governor of digital transformation. Iranian Journal of Information Processing and Management, 36(3), 835-860. doi:10.52547/jipm.36.3.835

[In Persian]

3. Sinaee, s. a., & mashhadi, s. m. (2022). Sociological analysis of the effect of cyberspace on students' academic achievement. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(20), 95-105. [In Persian]
4. Shirazi, M., Yazdani, H. R., & Matin, H. Z. (2021). Provide a roadmap for deployment the organizational culture required for Digital transformation with a Meta-synthesis approach. *Organizationa Behavior Studies Quarterly*, 10(3), 1-22. [In Persian]
5. Kazempour, Neda and Roshan, Maryam. (2023). Analyzing the effects of digital developments on learning. *National Congress of Virtual Space and New Technologies: Challenges and Opportunities* (1). [In Persian]
6. Karbasi, S., Khorasgani, G. H., Khamseh, A., & Hafshjani, K. F. (2022). A Model for Compiling the 4.0 Generation Industry Technology Roadmap with a Smart Management Approach in Power Plant Equipment and Energy Supply Industries. *Quarterly Journal of Bi Management Studies*, 11(41), 189-220. [In Persian] <https://doi.org/10.22054/IMS.2022.66053.2124>
7. Modaresi, Y., Naghavi, M. S., Roodsaz, H., & Vanani, I. R. (2023). Designing a Conceptual Framework for the Soft Components of Digital Transformation Using Thematic Analysis. *Journal of Human Resources management*, 13(47), 57-88. [In Persian]. doi:10.22034/JHRS.2023.172970
8. Moradi, Saeid, & Keshmiri, Samaneh. (2021). Preparing to lead the digital transformation in schools. *JOURNAL OF SCHOOL ADMINISTRATION*, 9(2), 387-415. SID. [In Persian]
9. Mahmoodi, A., Khamseh, A., & Shakib, M. H. (2023). The Model of Innovative Social Banking Based on Digital Transformation in Iran's Banking Industry. *Transformation Managemet Journal*, 14(2), 121-149. [In Persian]. <https://doi.org/10.22067/tmj.2023.79121.1358>
10. Mahdi, R., shafiee, m., & keykha, a. (2023). Scenarios and Patterns of Future Higher Education in the Horizon of 1410. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(22), 119-132. [In Persian] (https://www.researchgate.net/publication/372386501_Scenarios_and_patterns_of_future_higher_education_in_the_horizon_of_1410)
11. Al Hasani, S. H. S., & Husin, N. A. (2021). A review of digital transformation of education in Oman. *Journal of Business Management and Accounting*, 11(2), 41-59.
12. Alenezi, M. (2021). Deep Dive into Digital Transformation in Higher Education Institutions. *Education Sciences*, 11(12), 770.
13. Alenezi, M. (2023). Digital learning and digital institution in higher education. *Education Sciences*, 13(1), 88.
14. Annette, L. (2021). A digital learning future. *Impact*, 2021(3), 4-5.
15. Baihaqy, A., & Subriadi, A. P. (2023). Development of Digital Transformation Maturity Measurements: A Systematic Literature Review. *Journal of Nonformal Education*, 9(1).
16. Balyer, A., & Öz, Ö. (2018). Academicians' Views on Digital Transformation in Education. *International Online Journal of Education and Teaching*, 5(4), 809-830.
17. Benavides, L. M. C., Tamayo Arias, J. A., Arango Serna, M. D., Branch Bedoya, J. W., & Burgos, D. (2020). Digital transformation in higher education institutions: A systematic literature review. *Sensors*, 20(11), 3291.
18. Bilyalova, A., Salimova, D., & Zelenina, T. (2020). Digital transformation in education. Paper presented at the *Integrated Science in Digital Age: ICIS 2019*.
19. bin Nordin, M. N., Maidin, S. S., Rajoo, M., Mahmud, M., Jani, W. N. F. A., Yusoh, M. P., . . . Mosbiran, N. F. (2022). International Frameworks For 21st Century Competences: Comparative Education. *resmilitaris*, 12(2), 7332-7344.
20. Broo, D. G., Kaynak, O., & Sait, S. M. (2022). Rethinking engineering education at the age of industry 5.0. *Journal of Industrial Information Integration*, 25, 100311.
21. Bygstad, B., Øvrelid, E., Ludvigsen, S., & Dæhlen, M. (2022). From dual digitalization to digital learning space: Exploring the digital transformation of higher education. *Computers & Education*, 182, 104463.
22. Carayannis, E. G., & Morawska-Jancelewicz, J. (2022). The futures of Europe: Society 5.0 and Industry 5.0 as driving forces of future universities. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.
23. CERASÍ, C. C., & CANTEKİN, C. (2022). DIGITAL TRANSFORMATION IN EDUCATION: MALTEPE UNIVERSITY EXAMPLE.



24. Ciancarini, P., Giancarlo, R., & Grimaudo, G. (2023). Digital Transformation in the Public Administrations: a Guided Tour For Computer Scientists. arXiv preprint arXiv:2305.05551.
25. Coelho, P., Bessa, C., Landeck, J., & Silva, C. (2023). Industry 5.0: The Arising of a Concept. *Procedia Computer Science*, 217, 1137-1144.
26. Demchenko, M. V., Gulieva, M. E., Larina, T. V., & Simaeva, E. P. (2021). Digital Transformation of Legal Education: Problems, Risks and Prospects. *European Journal of Contemporary Education*, 10(2), 297-307.
27. Deroncele-Acosta, A., Palacios-Núñez, M. L., & Toribio-López, A. (2023). Digital Transformation and Technological Innovation on Higher Education Post-COVID-19. *Sustainability*, 15(3), 2466.
28. Dobrolyubova, E., Alexandrov, O., & Yefremov, A. (2017). Is Russia ready for digital transformation? Paper presented at the Digital Transformation and Global Society: Second International Conference, DTGS 2017, St. Petersburg, Russia, June 21–23, 2017, Revised Selected Papers 2.
29. Edmead, M. (2016). Digital transformation: Why it's important to your organization. *IDG Contrib. Netw.*
30. Elkordy, A., & Iovinelli, J. (2021). Competencies, culture, and change: A model for digital transformation in K-12 educational contexts. *Digital transformation of learning organizations*, 203-218.
31. Engeness, I. (2018). Learning and Teaching with Digital Tools: Insights for Learning Arising from the Cultural-Historical Theory.
32. Fernández, A., Gómez, B., Binjaku, K., & Meçe, E. K. (2023). Digital transformation initiatives in higher education institutions: A multivocal literature review. *Education and Information Technologies*, 1-32.
33. Furjan, M. T., Strahonja, V., & Tomičić-Pupek, K. (2018). Framing the digital transformation of educational institutions. Paper presented at the Central European Conference on Information and Intelligent Systems.
34. Gerlakh, I., Galustov, A., Egizaryants, M., & Tvelova, I. (2022). Digital Transformation of Education: Comparative Analysis of Students and Their Parents' Survey Results. Paper presented at the IX International Scientific and Practical Conference "Current Problems of Social and Labour Relations"(ISPC-CPSLR 2021).
35. GILLPATRICK, T. (2020). Innovation and the digital transformation of education. *The Journal of Limitless Education and Research*, 5(3), 194-201.
36. Gracia, J. (2023). ICT in the digital transformation of education in schools in Southern Spain in the context of post-pandemic learning.
37. Hammer, M. (2020). Identifying antecedents to learning effectively with digital media: a student-centered approach. *Universität Tübingen*,
38. Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159-1197.
39. Hartong, S., & Decuypere, M. (2023). Platformed professional (itie) s and the ongoing digital transformation of education. In (Vol. 29, pp. 1-21): Waxmann.
40. Hul, S. (2022). Cambodia: Innovation-Driven EduTech Roadmap 2030. Paper presented at the 2022 14th International Conference on Software, Knowledge, Information Management and Applications (SKIMA).
41. Iensen, M. H. F., da Silva, L. B. P., & Pontes, J. (2023). Educational Testbed in the Context of Industry 4.0 and 5.0: Literature Review. Paper presented at the Optimization, Learning Algorithms and Applications: Second International Conference, OL2A 2022, Póvoa de Varzim, Portugal, October 24-25, 2022, Proceedings.
42. Jeladze, E., Pata, K., & Quaicoe, J. S. (2017). Factors Determining Digital Learning Ecosystem Smartness in Schools. *IxD&A*, 35, 32-55.
43. Jiang, B., Ding, Y., & Wei, Y. (2023). The Core Technology Engine of Digital Transformation in Education: Trustworthy Education Artificial Intelligence. *Journal of East China Normal University (Educational Sciences)*, 41(3), 52.
44. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*.
45. Kassymova, G., Akhmetova, A., Baibekova, M., Kalniyazova, A., Mazhinov, B., & Mussina, S. (2020). E-Learning environments and problem-based learning. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(7), 346-356.



46. Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135-142.
47. Kovalchuk, V. I., Maslich, S. V., Movchan, L. G., Soroka, V. V., Lytvynova, S. H., & Kuzminska, O. H. (2022). Digital transformation of vocational schools: problem analysis. Paper presented at the CTE Workshop Proceedings.
48. Kuhn, C., & Lucke, D. (2021). Supporting the digital transformation: a low-threshold approach for manufacturing related higher education and employee training. *Procedia CIRP*, 104, 647-652.
49. Kumar, R. M., & Sangtani, R. (2023). Digital Innovation and Transformation. *Journal of Artificial Intelligence, Machine Learning and Neural Network (JAIMLNN)* ISSN: 2799-1172, 3(01), 25-38.
50. Lolic, T., Stefanovic, D., Dionisio, R., Dakic, D., & Havzi, S. (2022). Learning Environment Digital Transformation: Systematic Literature Review. *Industrial Innovation in Digital Age*, 87-94.
51. Mahraz, M.-I., Benabbou, L., & Berrado, A. (2019). A systematic literature review of digital transformation. Paper presented at the Proceedings of the international conference on industrial engineering and operations management.
52. McCarthy, A. M., Maor, D., McConney, A., & Cavanaugh, C. (2023). Digital transformation in education: Critical components for leaders of system change. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100479.
53. Mohamed Hashim, M. A., Tlemsani, I., & Matthews, R. (2021). Higher education strategy in digital transformation. *Education and Information Technologies*, 1-25.
54. Mahmood, F., Khan, A. Z., & Khan, M. B. (2019). Digital organizational transformation issues, challenges and impact: A systematic literature review of a decade. *Abasyn University Journal of social sciences*, 12(2).
55. Oliveira, K. K. d. S., & de SOUZA, R. A. (2022). Digital transformation towards education 4.0. *Informatics in Education*, 21(2), 283-309.
56. Pata, K., Tammets, K., Väljataga, T., Kori, K., Laanpere, M., & Rõbtsenkov, R. (2022). The Patterns of School Improvement in Digitally Innovative Schools. *Technology, Knowledge and Learning*, 27(3), 823-841.
57. Peng, Y., & Wang, X. (2022). Online education of a music flipped classroom based on artificial intelligence and wireless network. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022.
58. Perrotta, C. (2023). Afterword: Platformed Professionalities and the Ongoing Digital Transformation of Education. *Tertium Comparationis*.
59. Pihir, I., Tomičić-Pupek, K., & Furjan, M. T. (2018). Digital transformation insights and trends. Paper presented at the Central European Conference on Information and Intelligent Systems.
60. Pihir, I., Furjan, M. T., & Tomičić-Pupek, K. (2023). DIGITAL TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL ECOSYSTEM AND GRANTS SUPPORT SYSTEM IN SCHOOLS. Paper presented at the EDULEARN23 Proceedings.
61. Program, C. A. S. (2018). Critical Appraisal Skills Program Qualitative Studies Checklist.
62. Quaiocoe, J. S., Ogunyemi, A. A., & Bauters, M. L. (2023). School-Based Digital Innovation Challenges and Way Forward Conversations about Digital Transformation in Education. *Education Sciences*, 13(4), 344.
63. Qayyum, A. (2023). Assessing the Digital Transformation of Education Systems. *Handbook of Open, Distance and Digital Education*, 249.
64. Rausedo, M., Harder, A., Glassey-Previdoli, D., Cattaneo, A., Schumann, S., & Imboden, S. (2023). Same, but Different? Digital Transformation in Swiss Vocational Schools from the Perspectives of School Management and Teachers. *Technology, Knowledge and Learning*, 28(1), 407-427.
65. Renz, A., Vladova, G., & Hellmuth, D. (2021). Beyond Technology: Dimensions of Digital Transformations in Schools. Paper presented at the ISPIM Conference Proceedings.
66. Rodríguez-Abitia, G., & Bribiesca-Correa, G. (2021). Assessing digital transformation in universities. *Future Internet*, 13(2), 52.
67. Røe, Y., Wojniusz, S., & Bjerke, A. H. (2022). The digital transformation of higher education teaching: Four pedagogical prescriptions to move active learning pedagogy forward. Paper presented at the Frontiers in Education.
68. Rof, A., Bikfalvi, A., & Marques, P. (2022). Pandemic-accelerated digital transformation of a born digital higher education institution. *Educational Technology & Society*, 25(1), 124-141.
69. Rof, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P. (2020). Digital transformation for business model innovation in higher education: Overcoming the tensions. *Sustainability*, 12(12), 4980.



70. Safonov, Y., Usyk, V., & Bazhenkov, I. (2022). Digital transformations of Education policy. *Baltic Journal of Economic Studies*, 8(2), 127-136.
71. Sepúlveda, A. (2020). The digital transformation of education: connecting schools, empowering learners. *TIC EDUCAÇÃO*, 249.
72. Shalini, S., & Devi, T. (2023). Digital Transformation. In *Industry 4.0 Technologies for Education* (pp. 67-79): Auerbach Publications.
73. Shenkoya, T., & Kim, E. (2023). Sustainability in higher education: digital transformation of the fourth industrial revolution and its impact on open knowledge. *Sustainability*, 15(3), 2473.
74. Singh, A., & Singh, K. (2022). ERP Systems and Their Importance for Implementation at Educational Institutions.
75. Tátrai, F. S., András (2021). School Innovation Roadmap. <https://reflecting4change.eu/wp-content/uploads/2021/02/D3.1-Implementation-Plan.pdf>.
76. Van Vu, D., Tran, G. N., & Van Nguyen, C. (2022). Digital Transformation, Student Satisfaction, Word of Mouth and Online Learning Intention in Vietnam. *Emerging Science Journal*, 6, 40-54.
77. Verina, N., & Titko, J. (2019). Digital transformation: conceptual framework. Paper presented at the Proc. of the Int. Scientific Conference “Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering.
78. Vindača, O., Ľubkina, V., Žogla, I., & Prudņikova, I. (2020). Effective digital transformation in the context of higher education. Paper presented at the EDULEARN20 Proceedings.
79. Visvizi, A., Troisi, O., & Grimaldi, M. (2023). Exploring the drivers for digital transformation in smart education: An ecosystems approach. *ITM Web Conf.*, 51, 01003.
80. Voronin, D., Saienko, V., & Tolchieva, H. (2020). Digital transformation of pedagogical education at the university. Paper presented at the International Scientific Conference “Digitalization of Education: History, Trends and Prospects” (DETP 2020).
81. Wu, Y., Xu, Q., & Wang, Z. (2023). A Maturity Model for Digital Transformation in Education. *Journal of East China Normal University (Educational Sciences)*, 41(3), 25.
82. Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515-533.
83. Xiao, J. (2019). Digital transformation in higher education: critiquing the five-year development plans (2016-2020) of 75 Chinese universities. *Distance Education*, 40(4), 515-533.
84. Yang, Z. (2023). Digital Transformation to Advance High-Quality Development of Higher Education. *Journal of Educational Technology Development and Exchange (JETDE)*, 15(2), 2.
85. Yanli, X., & Danni, L. (2021). Prospect of Vocational Education under the Background of Digital Age: Analysis of European Union's “Digital Education Action Plan (2021-2027)”. Paper presented at the 2021 International Conference on Internet, Education and Information Technology (IEIT).
86. Yehya, F. M. (2021). Promising Digital Schools: An Essential Need for an Educational Revolution. *Pedagogical Research*, 6(3).
87. Yildiz, E. P. (2022). Teacher Education in the Digital Transformation Process in North Cyprus: A Situation Analysis Study. *International Education Studies*, 15(1), 187-199.
88. Yuan, Y. (2022). Quantitative analysis of Chinese classroom teaching activity under the background of artificial intelligence. *Education and Information Technologies*, 27(8), 11161-11177.
89. Zain, S. (2021). Digital transformation trends in education. In *Future directions in digital information* (pp. 223-234): Elsevier.
90. Zhu, C. (2015). Organisational culture and technology-enhanced innovation in higher education. *Technology, Pedagogy and Education*, 24(1), 65-79.
91. Zhu, X., Ge, S., & Wang, N. (2021). Digital transformation: A systematic literature review. *Computers & Industrial Engineering*, 162, 107774.
92. Zybin, D., Antonovskiy, A., & Churakov, D. (2023). Directions of digital transformation of scientific and educational activities. *Applied psychology and pedagogy*, 8, 14-28. doi:10.12737/2500-0543-2023-8-1-14-28.



ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت

* زهرا ملابایبی * بی‌بی‌سادات میراسماعیلی * حمیدرضا حسینی دانا * *** علیرضا تلخایی علیشاه

* دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

zahrababai6@gmail.com

* استادیار، گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

dr.miresmaeili74@gmail.com

*** استادیار، گروه پژوهشی پدافند رسانه‌ای، دانشکده علوم انسانی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

hoseini.dana@damavandiau.ac.ir

*** استادیار، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.

ali.talkhabi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۲

چکیده

این مقاله با هدف طراحی الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تأکید بر اینترنت نسل پنجم انجام گرفت. مقاله حاضر از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی-توسعه‌ای است و از منظر روش گردآوری داده‌ها، یک پژوهش‌های پیمایشی-مقطعی است. جامعه مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی شامل مدیران با سابقه شورای عالی فضای مجازی و در بخش کمی نیز شامل فعالان رسانه کشور است. برای تحلیل مصاحبه‌های تخصصی از روش تحلیل کیفی مضمون و داده‌های حاصل از پرسشنامه نیز با روش حداقل مربعات جزئی تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد مضامین فراگیر مدل عبارتند از: عوامل بسترساز، عوامل فنی و عوامل مرتبط با رسانه. عوامل بسترساز خود شامل عوامل مدیریتی، قانونی و فرهنگی؛ عوامل فنی شامل عوامل فناوری و اینترنت نسل پنجم و در نهایت عوامل مرتبط با رسانه نیز عبارتند از: تعامل با رسانه‌های جدید، سیاست‌گذاری رسانه ملی، مسئولیت اجتماعی رسانه ملی و محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی. همچنین یافته‌های پژوهشی نشان داد، براساس مدل پژوهش، عوامل مدیریتی، قانونی، دانشی و فرهنگی بر سیاست‌گذاری رسانه ملی تأثیر دارند. از سوی دیگر اینترنت نسل پنجم شرایط زمینه‌ای را فراهم می‌سازد و مسئولیت اجتماعی رسانه ملی نیز یک عامل مداخله‌گر است که بر تعامل با رسانه‌های جدید اثرگذارند. در نهایت با تعامل با رسانه‌های جدید می‌توان به توسعه محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی دست یافت.

واژه‌های کلیدی: خط‌مشی‌گذاری، محتوای چندرسانه‌ای، فضای مجازی، اینترنت نسل پنجم، سیاست‌گذاری رسانه ملی، مسئولیت اجتماعی رسانه ملی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

فرهنگی و تاریخی خود، تجارب گوناگونی در خصوص نظام ارتباطی و رسانه‌ای و مجموعه قوانین و مقررات ناظر بر آنها را دارند. در ایران بزرگترین رسانه کشور، صداوسیما است که

خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای یک رکن اساسی در شکل‌دهی به مسیر رسانه‌های هر کشور و نظام ارتباطی آنها است. کشورهای مختلف براساس نوع نظام اجتماعی، سیاسی،

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: بی‌بی سادات میراسماعیلی Dr.miresmaeili74@gmail.com



اجرای طرح‌هایی به منظور حصول اهداف اجتماعی می‌باشد (کیمورا و یاسوئی^۳، ۲۰۲۳).

به‌طور کلی آنچه در موفقیت یک رویکرد یا پارادایم مدیریت در بخش عمومی نقشی محوری را ایفا می‌کند، مساله «سیاست‌گذاری» است (الوانی، ۱۴۰۰). «سیاست‌گذاری عمومی»^۴ به تصمیماتی اطلاق می‌شود که به صورت عمومی از سوی حکومت گرفته شده و در قالب قوانین و دستورها اجرایی می‌شوند و تأثیرات مستقیم یا غیرمستقیم در زندگی افراد جامعه دارند (سوئینکلز^۵ و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع خط‌مشی‌گذاری عمومی شامل همه آن چیزی است که حکومت انجام می‌دهد یا کنار می‌گذارد (کیمورا و یاسوئی^۶، ۲۰۲۳).

در عصر ظهور رسانه‌های جدید سازمان صداوسیما ناگزیر از اتخاذ تدابیر و انجام اقداماتی برای حفظ جایگاه خود و پیروزی در این رقابت نفس‌گیر رسانه‌ای است. رسانه ملی برای آنکه جایگاه خود را در اطلاع‌رسانی، شکل‌دهی افکار عمومی و رابطه متعامل با جامعه از دست ندهد باید برای حضور فعال در فضای مجازی تمهیدات لازم را در نظر بگیرد. در این راستا «سیاست‌گذاری» رسانه ملی در قبال رسانه‌های نوظهور نقشی نخستین و محوری برخوردار است (خیامی و همکاران، ۱۴۰۰). سیاست‌گذاری در صداوسیما یکی از مسائل مهم در جمهوری اسلامی است. از آنجا که رسانه ملی در جمهوری اسلامی، نمایانگر و مبلغ ایدئولوژی حاکمیت در داخل و خارجی از مرزهاست سیاست‌گذاری در این سازمان بسیار اهمیت دارد. از این حیث، تجدید رسانه ملی با توجه به پیشرفت فناوری در این گستره، ضرورت دارد که نسل پنجم اینترنت و محتوای صوتی-تصویری فضای مجازی هم در این حیطة قرار می‌گیرد (فتحی و همکاران، ۱۴۰۱). سیاست‌های رسانه‌ای، مجموعه‌ای از هنجارها را تشکیل می‌دهند که جهت راهنمایی نمودن عملکرد نظام اطلاعاتی و یا نظام‌های ارتباطی مورد استفاده قرار

از آن به عنوان رسانه ملی یاد می‌شود (قنبری باغستان و انصاری، ۱۳۹۸). رسانه ملی یکی از مهمترین ابزارهای فرهنگی-اجتماعی برای انتقال مفاهیم مختلف به جامعه است. در این بین رسانه ملی در دهه اخیر رقاباتی جدی را در فضای مجازی داشته است و به شدت به چالش کشیده است. به‌طوریکه می‌توان گفت که سرعت جذب مخاطب در فضای مجازی نسبت به رسانه مالی به شدت بالاتر است (نصیری انصاری و همکاران، ۱۴۰۱). رسانه‌های دیجیتال گرچه امروز مسلم فرض گرفته می‌شوند، اما به علت بن‌مایه فکری و فلسفی که در عقبه آنها قرار دارد، تغییرات بسیار گسترده‌ای در بنیان رویکردهای رسانه‌ای ایجاد و بازنگری در بعضی از فرضیات پیشین درباره خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای را ضروری کرده‌اند. این در حالی است که تجربه سال‌های اخیر نشان می‌دهد که اغلب برنامه‌های راهبردی نهادها و سازمان‌های متولی سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران به خصوص در حوزه فضای مجازی، در عمل شکست خورده است (احراری و همکاران، ۱۴۰۲).

در عرصه سیاست‌گذاری یک رسانه برای حفظ، بقا و بالندگی همزمان، به ثبات و پایداری و در عین حال، انعطاف‌پذیری نیاز دارد. با رشد و گسترش فضای مجازی، وجود رسانه‌ها متنوع و امکان جذب مخاطبان خاص در نظام نوین رسانه‌ای سبب شده است که سیاست‌گذاری رسانه‌ای با چالش‌هایی مواجه شود (گرنهام^۱، ۲۰۲۰). به‌طور کلی آنچه در موفقیت یک رویکرد یا پارادایم مدیریت در بخش عمومی نقشی محوری را ایفا می‌کند، مساله «سیاست‌گذاری» است. خط‌مشی عمومی به مثابه عکس‌العمل سیستم تلقی شده و به عنوان نیروهایی در نظر گرفته می‌شود که از محیط بیرون تأثیر می‌پذیرند. نیروهای مذکور همانند دروندادهای سیستم در نظر گرفته می‌شوند. در این راستا، باز داده سیستم، منابعی تخصیص یافته به تصمیماتی است که به صورت خط‌مشی ایجاد می‌گردند (الوانی، ۱۴۰۰؛ سوئینکلز^۲، ۲۰۲۰). در واقع خط‌مشی‌گذاری عمومی شامل همه آن مواردی است که حکومت انجام داده و یا کنار می‌گذارد. همچنین شامل برنامه‌های سیاسی جهت

3. Kimura & Yasui
4. Public policy
5. Swinkels
6. Kimura & Yasui

1. Garnham
2. Swinkels



پنجم، به عنوان نسل آتی اینترنت صورت پذیرد. در این صورت هم می‌توان از قابلیت‌های اینترنت نسل پنجم استفاده شود و همچنین با روند شتابان تولید محتوا در فضای مجازی، همسو و همگام شد و حتی گامی فراتر نهاد. علی‌رغم اهمیت موضوع خط‌مشی‌گذاری در عرصه رسانه ملی، مطالعات در این زمینه بسیار اندک است و کمتر به آن پرداخته شده است. همچنین سیاست‌گذاری‌های صداوسیما در حوزه اینترنت و فضای مجازی و نظارت بر محتوای صوت و تصویر البته با منتقدانی همراه است. با استناد به آنچه ذکر شد، پژوهش حاضر جهت رفع خلاء پژوهشی مطالعات پیشین است. در این راستا در این پژوهش ابعاد و مقوله‌های خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. پژوهش حاضر به این پرسش کلیدی پاسخ می‌دهد که مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت چگونه است؟

۲- مبانی نظری پژوهش و پیشینه پژوهش

۲-۱ خط‌مشی‌گذاری

به لحاظ تاریخی خط‌مشی‌گذاری نخستین بار بوسیله‌هارولد لاسول^۲ به سال ۱۹۷۲ به صورت الگویی فرایندی در بخش دولتی مطرح شد. لاسول خط‌مشی یا سیاست را یک برنامه از پیش طراحی شده متشکل از ارزش‌ها، اهداف و اقدامات تلقی نموده است. خط‌مشی عمومی نیز مجموعه‌ای از اقدامات نسبتاً پایدار و هدفمند حکومت، جهت حل معضلات یا دغدغه‌های عمومی جامعه است (سلیمی، ۱۴۰۲). جنکینز نیز خط‌مشی را به عنوان مجموعه‌ای از تصمیمات متعامل بازیگران و یا گروهی از افراد سیاسی در خصوص انتخاب هدف و ابزارهای حصول آنها در شرایطی مشخص تعریف نموده است (صادقی، ۱۴۰۱). «سیاست‌گذاری» شامل فرایندی است که از تشخیص مسئله شروع و با طی مراحل تدوین، تصویب، اجرا و درنهایت، ارزیابی سیاست به پایان میرسد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۴۰۲). به‌طور کلی خط‌مشی یک سیستم اصولی آگاهانه برای هدایت تصمیمات و

می‌گیرند. سیاست‌های مذکور به دلایل مختلفی برای رسانه‌ها الزامی هستند (کنت^۱ و همکاران، ۲۰۲۳).

سازمان صداوسیما به عنوان فراگیرترین، قدرتمندترین و پرنفوذترین رسانه خبری و نهاد آموزشی-فرهنگی در ایران و مرکز ملی فضای مجازی، به عنوان بالاترین نهاد سیاست‌گذاری رسانه‌های نوین در کشور، هر دو نقش مهمی را در مواجهه فعال با فضای مجازی در سطح ملی و جهانی دارد. سازمان صداوسیما می‌تواند با اتخاذ سیاست و راهبردهای مناسب از نقاط قوت و فرصت‌های پیش رو بهترین بهره‌برداری را نموده و در جهت کاهش نقاط ضعف و رفع تهدیدهای موجود اقدام نماید (محمدی و نصرالهی، ۱۴۰۱). باید توجه داشت در عرصه سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی باید به سیاست‌های نظام در زمینه اینترنت اهتمام ویژه‌ای داشت. این مسئله مهمی است که در سالیان اخیر به واسطه شکل‌گیری جوامع اطلاعاتی بر بستر فاوا، توجه سیاست‌گذاران را به خود جلب نموده است (تراب‌زاده‌جهرمی و همکاران، ۱۳۹۶). توسعه اینترنت در این سال‌ها نتیجه تغییر خط‌مشی چگونگی مواجهه با فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده است که آن هم ناشی از شرایط و اقتضات فناورانه و سیاسی است که فهم آن برای سیاست‌گذاران این عرصه بسیار لازم و ضروری است. اهمیت تبیین تغییر در سیاست‌های اینترنت و فضای مجازی به خاطر آن است که ابتدا باید بدانیم سیاست‌ها چگونه ظهور پیدا کرده و تغییر می‌یابند تا از آن طریق بتوان برای تغییر و بهبود آنها برنامه‌ریزی نمود و طراحی مداخله کرد (عطاردی و زبینه، ۱۴۰۱).

در مجموع باید گفت رسانه ملی از فضای مجازی نه به عنوان یک تهدید بلکه به عنوان یک فرصت بنگرد. با تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی می‌توان مخاطبان و کاربران بسیاری را جلب کرد. این مساله نیازمند یک خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای فراگیر و روزآمد است که بتواند با بهره‌گیری از امکانات فناوری، محتوای غنی، جذاب و مناسب با اقشار مختلف جامعه را ارائه نماید. به نظر می‌رسد هرگونه سیاست‌گذاری در این حوزه باید با عنایت به اینترنت نسل

2. Harold Lasswell

1. Kent



پروژه دولتی برای مدیران تعریف می‌کنند که جهت انجام اهداف مشخصی مأموریت داشته‌اند تا در یک ساختار قانونی و مدیریتی که امکان دارد ساختار محلی، ساختار ملی و یا ساختار بین‌المللی باشد، عمل نمایند. سیاست‌گذاری با این رویکرد به تدوین در نهادهای دولتی یا نیمه‌دولتی باز می‌گردد که ابزارهای مختلفی را جهت تغییر ساختار و رفتار سازمان‌های رسانه‌ای در اختیار خود دارند (جانگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). جهت برطرف کردن هرگونه نارسایی و کاستی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای، قدم نخست شناسایی سازه‌های زیربنایی و الگوی روابط میان این سازه‌ها است. تنها به وسیله یک مدل کاربردی و عملیاتی برای خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای می‌توان به هدف‌گذاری بلندمدت و کوتاه‌مدت در این حوزه دست پیدا کرد (مارین^۵ و همکاران، ۲۰۲۳).

رسانه ملی نیز به عنوان بزرگترین رسانه رسمی کشور نیازمند سیاست‌گذاری جامع و فراگیری است تا بتواند با هدف‌های خود دست پیدا کند. با این وجود به نظر می‌رسد بررسی سیاست‌گذاری رسانه‌ای در صداوسیما حرکت در مسیر تعالی و ارتقای کیفی برنامه‌سازی آینده را تسهیل خواهد کرد (عبداللهی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷). اجرای مؤثر سیاست‌ها مستلزم وجود شرایطی است که در سیاست و محیط اجرا نهفته است. اما مهم‌تر از همه طراحی ساختار اجرایی است که اجرا را عملیاتی می‌کند (کشوریان و همکاران، ۱۴۰۱). از این رو در اجرای یک طرح وجود هماهنگی و مشارکت میان دستگاه‌های اجرایی امری ضروری است (قلی‌پور، ۱۳۹۸).

۲-۳ نسل پنجم اینترنت

تازه‌ترین نسل اینترنت و ارتباطات بی‌سیم قرار است سرعت را وارد محدود گیگابیتی کند و البته برای این کار تا حدی از شبکه G4 کمک می‌گیرد. گرچه بسیاری تصور می‌کنند توسعه G5 به معنای گذار کامل از نسل چهارم است، اما به دلیل هزینه بالای راه‌اندازی شبکه اصلی G5، بیشتر ارائه‌دهندگان اینترنت دست کم تا مدتی از بستر و زیرساخت

دستیابی به نتایج منطقی است (قلی‌پور، ۱۳۹۸). سیاست‌ها می‌توانند به تصمیم‌گیری ذهنی و عینی کمک کنند. اکنون سیاست‌گذاری به طور فزاینده‌ای هدف‌گرا بوده و هدف آن نتایج و اهداف قابل اندازه‌گیری و تصمیم‌گیری است و بر تصمیماتی تمرکز دارد که باید بلافاصله اتخاذ شوند (کویر و هینتز^۱، ۲۰۲۲). در فرایند خط‌مشی‌گذاری، بازیگران متعددی در عرصه‌های گوناگون و بازه‌های زمانی متغیر، بر سر احکام‌های مسائل فراروی جامعه با یکدیگر تعامل می‌کنند. دستیابی به یک وحدت نظر در این مسیر بسیار دشوار است چرا که این بازیگران از اهداف، منافع، برداشتها و دغدغه‌های خاص خود برخوردار هستند (مرکوری^۲ و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۲ خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای

نخستین تعریف خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای در سند ۱۹۷۲ یونسکو ارائه گردید. براساس این سند، سیاست‌های رسانه‌ای متشکل از اصول و هنجارهایی می‌باشند که جهت هدایت رفتار نظام‌های ارتباطی ارائه شده‌اند (فاکسول^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). این سیاست‌گذاری، دارای کاربردهای عملی، فوری و محدود نیز می‌باشد ولی در اصل، عملی بنیادین و گسترده است. سیاست‌گذاری‌ها، در متن برداشت عمومی جامعه از ارتباطات شکل گرفته و از ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و شرایط اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیر بنای آن را تشکیل می‌دهند، نشأت می‌گیرد و تلاش می‌شود این هنجارها را با نیازهای واقعی و آینده‌نگری‌های رسانه‌ای مربوط سازند (آئینه‌افروز، ۱۴۰۱). رسانه ملی نیز به عنوان بزرگترین رسانه رسمی کشور نیازمند سیاست‌گذاری جامع و فراگیری است تا بتواند با هدف‌های خود دست پیدا کند. هم‌اکنون با گسترش و توسعه شبکه‌های صداوسیما و پخش برنامه‌های گوناگون، گام‌های مؤثری برای حضور فعالانه در جامعه برداشته شده است با این وجود به نظر می‌رسد بررسی سیاست‌گذاری رسانه‌ای در صداوسیما، حرکت در مسیر ارتقای کیفیت برنامه‌سازی آینده را تسهیل می‌نماید (عبداللهی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷). سیاست‌گذاری رسانه‌ای را

1. Coyer & Hintz
2. Mercure
3. Foxwell

4. Jang
5. Marin



سبب شده تا ادبیات پژوهش و مبانی نظری موجود از کفایت لازم برای شناسایی این عوامل برخوردار نباشد. بنابراین در ادامه با رویکردی اکتشافی کوشش شده است مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت ارائه شود.

۲-۴- پیشینه پژوهش

مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش رسانه ملی و اهمیت بالایی که در جامعه دارد از منظر علمی و آکادمیک مورد عنایت پژوهشگران بسیاری قرار گرفته است. پژوهش‌های گوناگونی از منظرهای مختلفی به موضوع رسانه ملی پرداخته‌اند. آنچه در این میان مغفول مانده است پرداختن به رسانه ملی از منظر سیاست‌گذاری است. همانگونه که از نام «رسانه ملی» برمی‌آید نهاد متولی این رسانه دولت است و ابزار دولت برای سامان دادن و راهبری رسانه، سیاست‌گذاری است. در برخی مطالعات مانند محمدی و نصرالهی (۱۴۰۱) و عبدالهی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) به موضوع سیاست‌گذاری در رسانه ملی اشاره شده و به این مهم دست یافته‌اند که نظر به تغییرات سریع و فزاینده که فناوری در سبک زندگی و ذائقه مخاطبان رسانه ایجاد کرده است، حضور در فضای مجازی است و رسانه ملی نیز ناگزیر باید به این سو حرکت نماید. همچنین تمرکز بر دو مقوله «سیاست‌گذاری» و «فضای مجازی» در رسانه ملی بسیار اندک بوده است و محمدی و نصرالهی (۱۴۰۱) و خیامی و همکاران (۱۴۰۰) به آن اشاره کرده‌اند.

نتایج مطالعه توحیدفام و توسرکانی (۱۴۰۰) با هدف " گذر از نهادگرایی کلاسیک به نهادگرایی جدید" نیز نشان داد که با توجه به افزایش حضور بازیگران عرصه رسانه، گسترش انواع رسانه‌های غیررسمی - دولتی و گسترش شبکه‌های متداخل ارتباطی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای کارا و موفق نیازمند «توجه به بازیگران غیررسمی در کنار بازیگران رسمی»، «توجه به مخاطب درون اجتماع به‌جای تحکیم رسانه رسمی» و «توجه به خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی رسانه‌ای» است تا توان دستیابی به اهداف تعیین‌شده را به بهترین شکل داشته باشد.

G۴ برای ارائه اینترنت نسل پنجم کمک می‌گیرند و حداقلی فعالاً در بیشتر مناطق شاهد ترکیبی از اینترنت نسل چهارم و نسل پنجم خواهیم بود (نسبتی، ۱۴۰۱). اینترنت نسل پنج جدیدترین نسل اینترنت و ارتباطات بی‌سیم است که سرعت و فراگیری بسیار بالایی دارد و امکانات گسترده‌ای را برای تولید محتوا در اختیار کاربران قرار می‌دهد. البته وجود چنین قابلیت‌هایی مستلزم صرف هزینه‌های بیشتری نیز هست و بستر پیاده‌سازی این نسل اینترنت نسبتاً بالا است (مرتضوی، ۱۳۹۸). به لحاظ تاریخی فناوری‌های بی‌سیم مسیر تکاملی را طی کرده‌اند. نسل نخست این فناوری مبتنی بر انتقال آنالوگ برای انتقال صوتی متمرکز بود. نسل دوم نخستین حرکت به سوی انتقال دیجیتال بوده است. در نسل سوم بر سرعت تبادل اطلاعات دیجیتال تمرکز داشت. نسل چهارم که هنوز هم بیشترین استفاده را دارد دسترسی به طیف گسترده‌ای از خدمات را فراهم می‌کند. ویژگی اینترنت نسل پنجم هوشمندی است که می‌تواند یک ارتباط بی‌سیم کامل و بدون محدودیت را ارائه دهد (اکبری و پولادیان، ۱۴۰۰). امکانات، قابلیت‌ها و توانمندی‌های اینترنت نسل پنج بسیار زیاد است به‌گونه‌ای که کشورهای مختلفی با همکاری بزرگترین اپراتورهای اینترنت و غول‌های تکنولوژی در جهان درصدد برقراری این نسل جدید از اینترنت هستند (شی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). از جمله توانمندی‌های اینترنت نسل پنج، کاربرد آن در تولید محتوای دیجیتال در فضای مجازی است. ابزارهای و امکانات این نسل از اینترنت ارائه محتوای چندرسانه‌ای را متحول کرده است. فعالان تولید محتوا با استفاده از این توانمندی‌ها می‌توانند محتوای صوتی و تصویری را به صورتی ساده، سریع و کاربرپسند ارائه کنند (الکساندرو^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین برای موفقیت جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی باید از قابلیت‌های نسل پنجم اینترنت استفاده شود که این خود نیازمند سیاست‌گذاری دقیقی در این عرصه است. این مساله به طراحی و تبیین مدل سیاست‌گذاری نسل پنجم اینترنت در فضای مجازی کشور اشاره دارد. دانش جوان حوزه نسل پنجم اینترنت

1. Shi
2. Alexandru



می‌شود، می‌تواند به ایجاد یک دموکراسی منصفانه‌تر، بردبارتر و منصفانه‌تر کمک کند.

زوهرینا^۳ (۲۰۲۳) مطالعه‌ای تحت عنوان استراتژی رسانه‌های اجتماعی انجام داد. نقش رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، یاهو مسنجر و توئیتر فراتر از انتظارات رسانه‌های سرگرمی صرف است. تغییرات پارادایم در دنیای بازاریابی با تغییر در سبک زندگی مصرف کنندگان ترکیب می‌شود. تلویزیون دیگر نقش غالبی در پر کردن زمان مصرف کنندگان ندارد. تغییر از استفاده از تلویزیون به استفاده از رسانه‌های اجتماعی باعث ایجاد تغییراتی در استراتژی نزدیک شدن به مصرف کنندگان شده است.

براساس نتایج پژوهش‌های مذکور، به نظر می‌رسد شکاف پژوهشی ژرفی در این زمینه وجود دارد. از سوی حضور رسانه ملی در فضای مجازی فرصت‌ها و امکانات بسیاری را در اختیار مدیران و متولیان این عرصه قرار می‌دهد و از دیگر سو حضوری موثر در فضای مجازی نیازمند سیاست‌گذاری دقیقی است. به نظر می‌رسد استفاده از امکانات و توانمندی‌های اینترنت نسل پنجم در بهبود اثربخشی و کارایی این سیاست‌گذاری موثر است. در همین راستا طراحی الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تاکید بر اینترنت نسل پنجم می‌تواند اقدامی سازنده باشد. نظر به آنکه ادبیات پژوهش در این زمینه چندان غنی نیست در ادامه با رویکردی مبتنی بر طرح پژوهش آمیخته اکتشافی به این موضوع مبادرت ورزیده می‌شود.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر مبتنی بر پارادایم عمل‌گرایی (پراگماتیسم) و با رویکردی استقرایی انجام شد. برای دستیابی به هدف پژوهش از طرح پژوهش آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) استفاده شد. این پژوهش از نظر هدف یک پژوهش کاربردی-توسعه‌ای است که درصدد تبیین مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت است. براساس شیوه گردآوری داده‌ها یک پژوهش

همچنین احاراری و همکاران (۱۴۰۲) مطالعه‌ای تحت عنوان "شناسایی مولفه‌های تأثیرپذیری سیاست‌گذاری رسانه‌ای از داده‌های پارادایمیک فضای مجازی" انجام دادند و نتایج این پژوهش ما را به این شناخت می‌رساند که فضای مجازی حاصل انباشت و تداوم تاریخی پارادایم زیستی فرم‌اسیون و انشعابات فکری ناشی از آن بویژه انسان محوری است. فضای مجازی روی ساختار رسانه‌ها و شاخص‌های رقابت رسانه‌ای تأثیرات محسوسی داشته و این تأثیرات پارادایمیک، بازنگری در فهم ما از نظریات ارتباطی را ضروری کرده است.

ناپولی^۱ (۲۰۲۳) مطالعه‌ای تحت عنوان خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای چیست؟ انجام داد. این مقاله تعریفی از سیاست رسانه‌ای ارائه می‌دهد و از طریق بحث در مورد حوزه‌های خاص سیاست عمومی، محدوده سیاست رسانه‌ای را به عنوان حوزه‌ای از مداخله بالقوه دولت توصیف می‌کند. در این مقاله چنین استدلال شده است که گرایش نگران‌کننده‌ای برای اعمال چارچوب سیاست فناوری در زمینه‌هایی وجود داشته که در چارچوب تحلیلی سیاست رسانه‌ای بهتر عمل می‌نماید. نادیده گرفتن اصول مهم خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای، بر پرورش شهروندی آگاه و اطمینان از برآورده شدن نیازهای اطلاعاتی جوامع اثرگذار است.

اوشر^۲ و همکاران (۲۰۲۳) مطالعه‌ای تحت عنوان سیاست رسانه‌ای برای شهروندان آگاه: بازبینی نیازهای اطلاعاتی جوامع برای دموکراسی در بحران انجام دادند. نتایج نشان داد روزنامه‌های محلی و منطقه‌ای با تهدیدی وجودی برای ادامه بقای اقتصادی‌شان مواجه هستند که توانایی آن‌ها را برای انجام پوشش‌های اولیه و معمولی از نهادها و جوامع مدنی تضعیف می‌کند. این نتایج همچنین نشان می‌دهد که روزنامه نگاری حرفه‌ای یکی از راه‌های بسیاری برای حمایت از نیازهای اطلاعاتی جوامع است. در این پژوهش اینچنین در نظر گرفته شده است که چگونه منابع جدید اخبار و اطلاعات می‌توانند نیازهای اطلاعاتی معاصر را برآورده کنند و چگونه خط‌مشی رسانه‌ای که به طور گسترده درک

1. Napoli
2. Usher

3. Dzuhrina

همینطور ضریب کاپای کوهن نیز ۰/۶۳۱ برآورد گردید که نشان می‌دهد مقوله‌بندی به درستی انجام شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی واگرا و همگرا استفاده شد. مقدار روایی برای تمامی متغیرهای باید بزرگتر از ۰/۵ باشد. از پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ نیز برای محاسبه پایایی استفاده شد. میزان پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی ابعاد باید بزرگتر از ۰/۷ باشد (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۸). نتایج مربوط به هر یک از این شاخص‌ها در برازش بیرونی مدل ارائه شده است.

در نهایت برای تحلیل داده‌ها از دو روش استفاده شد. در بخش کیفی با روش تحلیل کیفی مضمون، سازه‌های مدل شناسایی و روابط علی این عوامل تبیین گردید. در بخش کمی با روش حداقل مربعات جزئی، اعتبار مدل پژوهش ارزیابی شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با نرم‌افزار MaxQDA و در بخش کمی با نرم‌افزار Smart PLS انجام شد. در پایان نیز هریک از شاخص‌های شناسایی شده با روش سوارا رتبه‌بندی شدند.

۴- یافته‌های پژوهش

جامعه مشارکت‌کنندگان بخش کیفی شامل ۱۹ نفر است. از منظر سمت شغلی، ۸ نفر از اساتید مدیریت رسانه و ۱۱ نفر مدیران شورای عالی فضای مجازی بودند. از منظر تحصیلات ۵ نفر کارشناسی ارشد و ۱۴ نفر دکتری داشتند. از منظر سابقه کاری ۷ نفر بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۲ نفر نیز دارای بیش از ۲۰ سال سابقه کاری بودند.

جامعه آماری بخش کمی شامل ۳۶۲ نفر از فعالان رسانه کشور است. از منظر جنسیت ۲۵۱ نفر (۷۰٪) مرد و ۱۱۱ نفر (۳۰٪) زن بودند. از منظر تحصیلات ۵۴ نفر (۱۵٪) کارشناسی، ۱۸۵ نفر (۵۱٪) کارشناسی ارشد و ۷۹ نفر (۲۲٪) دکتری داشتند. از منظر سن ۳۶ نفر (۱۰٪) کمتر از ۳۵ سال، ۱۰۲ نفر (۲۸٪) بین ۳۵ تا ۴۵ سال و ۲۲۴ نفر (۶۲٪) نیز ۴۵ سال و بیشتر سن داشتند. در پایان از منظر سابقه کاری ۵۶ نفر (۱۵٪) کمتر از ۱۰ سال، ۱۲۳ نفر (۳۴٪) بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۹۷ نفر (۲۷٪) بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۸۶ نفر (۲۴٪) نیز بیش از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند. نتایج مصاحبه‌ها با روش تحلیل کیفی مضمون در ۶ گام و مبتنی بر روش پیشنهادی اتریداسترلینگ^۵ (۲۰۰۱) انجام شده است:

5. Attride-Stirling

غیرآزمایشی (توصیفی) است که با شیوه پیمایش مقطعی انجام گردید.

جامعه مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی متشکل از خبرگان نظری (شامل اساتید مدیریت بازاریابی) و خبرگان تجربی (شامل مدیران صدا و سیمای کشور) است که در زمینه ریزش مشتریان از تجربه کافی برخوردار می‌باشد. لذا از پنج معیار کلیدی بودن، سرشناس بودن، دانش نظری، تنوع، انگیزه مشارکت برای انتخاب مشارکت‌کنندگان استفاده شد. نمونه‌گیری با روش هدفمند صورت گرفت و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. بر این اساس ۱۹ نفر در بخش کیفی پژوهش مشارکت کردند. جامعه آماری بخش کمی شامل فعالان رسانه کشور است. برای محاسبه حجم نمونه از قاعده تحلیل توان^۱ کوهن (۱۹۹۲) استفاده گردید. در این بخش، در سطح اطمینان ۹۵٪ با اندازه اثر^۲ ۰/۱۵ و توان آزمون ۸۰٪ حداقل حجم نمونه ۳۶۲ نفر برآورد گردید. نمونه‌گیری با روش خوشه‌ای-تصادفی ساده استفاده شد.

برای گردآوری داده‌های پژوهش در بخش کیفی از مصاحبه نیم‌ساختاریافته استفاده شد. در بخش کمی نیز از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده گردید. مصاحبه نیم‌ساختاریافته شامل ۶ پرسش اولیه و پرسشنامه نیز از ۹ سازه و ۵۳ گویه تشکیل شده بود.

روایی بخش کیفی براساس پیشنهاد لینکلن و گوبا، چهار معیار اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، تاییدپذیری و اطمینان‌پذیری از دیدگاه داوران ارزیابی و تایید شد. برای سنجش پایایی بخش کیفی، درصد توافق مشاهده‌شده^۳ براساس فرمول هولستی^۴ ۰/۷۱۲ برآورد شد که از ۰/۶ بیشتر بوده و مقدار قابل قبولی است.

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

در فرمول فوق M تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار می‌باشد N1 و N2 به ترتیب تعداد کلیه موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. مقدار PAO بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و وقتی از ۰/۶ بزرگتر باشد مطلوب است.

1. Power Analysis
2. Effect size
3. Percentage of Agreement Observation, PAO
4. Holsti

محتواها را ایجاد کرده و آنها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه محتواها است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار مضامین در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود.

مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری مضامین

مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که یک نقشه رضایت‌بخش از محتواها وجود داشته باشد. در این مرحله نامگذاری مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفته و برای هر دسته از کدهای استخراج شده از متون مصاحبه، مقوله‌ای مشخص در نظر گرفته می‌شود.

مرحله ششم: تهیه گزارش

مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از مضامین نهایی در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است. در این مرحله، مضامین اصلی و فرعی نهایی و ارائه می‌شوند.

در شکل زیر نحوه کدگذاری در نرم‌افزار Maxqda ارائه شده است:

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها
برای اینکه پژوهشگر با گستره مضامین متون مصاحبه‌های جمع‌آوری شده، آشنا شود نیاز است که خود را در آنها غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها اغلب شامل «بازخوانی مکرر آنها» و خواندن داده‌ها به صورت فعال (به‌معنای جستجوی معانی داده‌ها) است.

مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه

مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آنها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نمایند که به نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (محتواها) متفاوت هستند.

مرحله سوم: جستجوی مضامین

این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب محتواهای بالقوه، و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب محتواهای مشخص شده است.

مرحله چهارم: بازبینی مضامین

مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از

The screenshot shows the MAXQDA software interface. At the top, there is a menu bar with options like Home, Import, Codes, Memos, Variables, Analysis, Mixed Methods, Visual Tools, Reports, Stats, and MAXDictio. Below the menu is a toolbar with icons for New Project, Open Project, Document System, Code System, Document Browser, Retrieved Segments, Logbook, Teamwork, Merge Projects, Save Project As, Save Anonymized Project As, Project from Activated Documents, External Files, and Archive Data. The main window is divided into three panes: Document Browser (left), Code System (bottom left), and Document Editor (right). The Document Browser shows a list of documents (INT1-INT10) with a tree view. The Code System pane shows a list of codes (e.g., شرایط علی, پدیده محوری, شرایط زمینه‌ای, راهبردها و اقدامات, شرایط مذاکره‌گر, پیامدها) with a tree view. The Document Editor pane shows a document with text in Persian and a list of codes applied to it. The text in the editor is: "۱. شرایط علی حاکم بر الگوی سیاستگذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تأکید بر اینترنت نسل پنجم کدامند؟ سیاستگذاری رسانه‌های مجموعه‌ای از اصول و چهارچوب‌هاست که برای راهبری رفتار نظام‌های رسانه‌ای تدوین می‌شود. این سیاستگذاری، کاربردهای عملی، محدود و فوری نیز دارد اما در اصل، عملی بنیادی و وسیع است. سیاستگذاری‌ها، در متن برداشت عمومی جامعه از ارتباطات شکل می‌گیرند و از ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیر بنای آن را تشکیل می‌دهند، ناشی می‌شوند و می‌توانند این ارزش‌ها را با نیازهای واقعی و آینده‌نگری‌های رسانه‌ای مربوط سازند. ۲. پدیده محوری تأثیر گذار الگوی سیاستگذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تأکید بر اینترنت نسل پنجم چیست؟ رسانه رادیو و تلویزیون که تلفیقی از تکنولوژی و فرهنگ است، وقتی در فرآیند تصمیم‌سازی و سیاستگذاری قرار می‌گیرد، دچار دوگانگی می‌شود. جنبه فرهنگی رسانه آینده از امور مجازی و دلالت‌های لفظی است و در فرآیند سیاستگذاری، تحت تأثیر ساختارهای سازمانی قرار می‌گیرد. در نقطه مقابل، بخش تکنیکال رسانه در عصر انفجار اطلاعات بر فرهنگ سیطره یافته و سیاستگذاری فرهنگی را به سمت ساختار فناورانه متمایل ساخته است. در این شرایط برخی متفکران رسانه در خصوص قربانی شدن هنر در پای فناوری هشدار می‌دهند و از خدشه‌دار شدن رابطه انسان با هستی و جهان واقعی در دوره قدرت‌نمایی رسانه‌های مجازی ابراز نگرانی می‌کنند. ۳. شرایط بسترساز الگوی سیاستگذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تأکید بر اینترنت نسل پنجم کدامند؟ باید توجه داشت بدون شناخت سیاستگذاری عمومی و مراحل مختلف آن که در حیطه دولت صورت می‌گیرد، نمی‌توان درباره سیاستگذاری رسانه‌های صحبت کرد. برترید سیاستگذاری رسانه‌ای در مقایسه با سیاستگذاری عمومی، از قدمت کمتری برخوردار است و به همین دلیل، مطالعه سیاستگذاری عمومی می‌تواند در این راه به ما کمک کند. ۴. راهبردها و اقدامات لازم جهت پیاده‌سازی الگوی سیاستگذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با تأکید بر اینترنت نسل پنجم کدامند؟ از آنجا که سیاستگذاری در هر عرصه‌ای بازتاب ارزش‌های یک جامعه محسوب می‌شود، بایستی در راستای آنها تدوین گردد. سیاستگذاری در رسانه نیز از این امر مستثنی نبوده و نیازمند پیروی از الگوها و ارزش‌های حاکم بر جامعه است. فرآیند سیاستگذاری در رسانه تلاشی است در جهت تحقق اهداف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی که الزاما

شکل ۱. نحوه کدگذاری در نرم‌افزار Maxqda

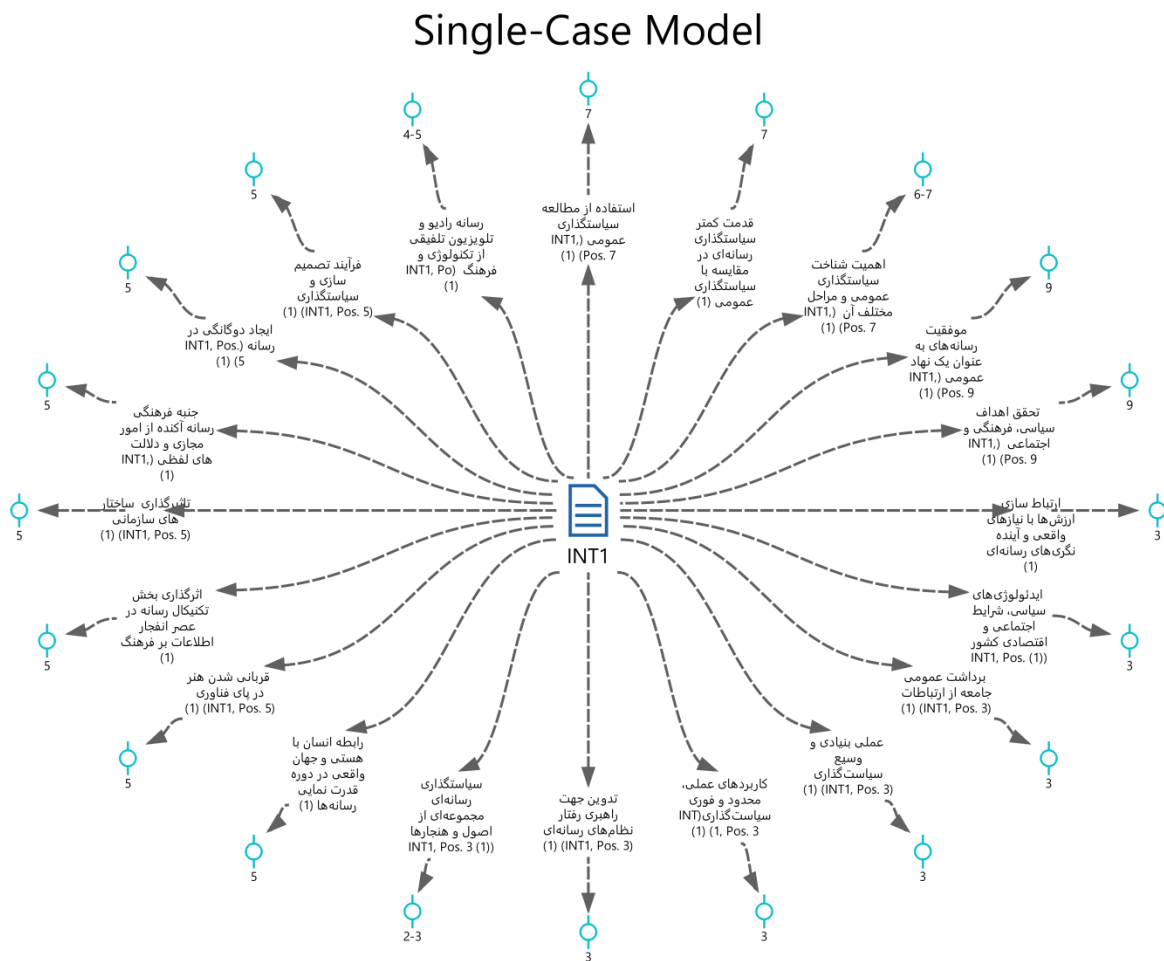
در جدول زیر، نحوه کدگذاری اولیه (باز) متون مصاحبه ۱ در نرم افزار MAXQDA ارائه شده است:

جدول ۱. نحوه کدگذاری اولیه (باز) متون مصاحبه ۱

Color	Document name	Code	Segment	Area	Coverage %
•	Interview1	سیاستگذاری رسانه‌های مجموعه‌ای از اصول و هنجارها (INT1, Pos. 3)	سیاستگذاری رسانه‌های مجموعه‌ای از اصول و هنجارهاست	166	5.42
•	Interview1	تدوین جهت راهبری رفتار نظام‌های رسانه‌ای (INT1, Pos. 3)	که برای راهبری رفتار نظام‌های رسانه‌ای تدوین می‌شود.	52	1.70
•	Interview1	کاربردهای عملی، محدود و فوری سیاست‌گذاری (INT1, Pos. 3)	این سیاستگذاری، کاربردهای عملی، محدود و فوری نیز دارد	55	1.79
•	Interview1	عملی بنیادی و وسیع سیاست‌گذاری (INT1, Pos. 3)	اما در اصل، عملی بنیادی و وسیع است	34	1.11
•	Interview1	برداشت عمومی جامعه از ارتباطات (INT1, Pos. 3)	سیاستگذاری‌ها، در متن برداشت عمومی جامعه از ارتباطات شکل می‌گیرند	66	2.15
•	Interview1	ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور (INT1, Pos. 3)	از ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیر بنای آن را تشکیل می‌دهند، ناشی می‌شوند	110	3.59
•	Interview1	ارتباط سازی ارزش‌ها با نیازهای واقعی و آینده نگرایی رسانه‌ای	و می‌کوشند این ارزش‌ها را با نیازهای واقعی و آینده نگرایی رسانه‌ای مربوط سازند.	82	2.68
•	Interview1	رسانه رادیو و تلویزیون تلفیقی از تکنولوژی و فرهنگ (INT1, Po)	رسانه رادیو و تلویزیون که تلفیقی از تکنولوژی و فرهنگ است	178	5.81
•	Interview1	فرآیند تصمیم سازی و سیاستگذاری (INT1, Pos. 5)	وقتی در فرآیند تصمیم سازی و سیاستگذاری قرار می‌گیرد،	52	1.70
•	Interview1	ایجاد دوگانگی در رسانه (INT1, Pos. 5)	دچار دوگانگی می‌شود.	20	0.65
•	Interview1	جنبه فرهنگی رسانه آینده از امور مجازی و دلالت‌های لفظی (INT1)	جنبه فرهنگی رسانه آینده از امور مجازی و دلالت‌های لفظی است	58	1.89
•	Interview1	تاثیرگذاری ساختارهای سازمانی (INT1, Pos. 5)	و در فرآیند سیاستگذاری، تحت تاثیر ساختارهای سازمانی قرار می‌گیرد.	66	2.15
•	Interview1	اثرگذاری بخش تکنیکال رسانه در عصر انفجار اطلاعات بر فرهنگ	در نقطه مقابل، بخش تکنیکال رسانه در عصر انفجار اطلاعات بر فرهنگ سیطره یافته و سیاستگذاری فرهنگی را به سمت ساختار فناورانه متمایل ساخته است	138	4.50
•	Interview1	رابطه انسان با هستی و جهان واقعی در دوره قدرت‌نمایی رسانه‌ها (INT1, Pos. 5)	در این شرایط برخی متفکران رسانه درخصوص قربانی شدن هنر در پای فناوری هشدار می‌دهند و از خدشه دار شدن رابطه انسان با هستی و جهان واقعی در دوره قدرت‌نمایی رسانه‌های مجازی ابراز نگرانی می‌کنند.	189	6.17

Color	Document name	Code	Segment	Area	Coverage %
●	Interview1	INT1,) قربانی شدن هنر در پای فناوری (, Pos. 5)	در این شرایط برخی متفکران رسانه درخصوص قربانی شدن هنر در پای فناوری هشدار می‌دهند و از خدشه دار شدن رابطه انسان با هستی و جهان واقعی در دوره قدرت نمایی رسانه‌های مجازی ابراز نگرانی می‌کنند.	189	6.17

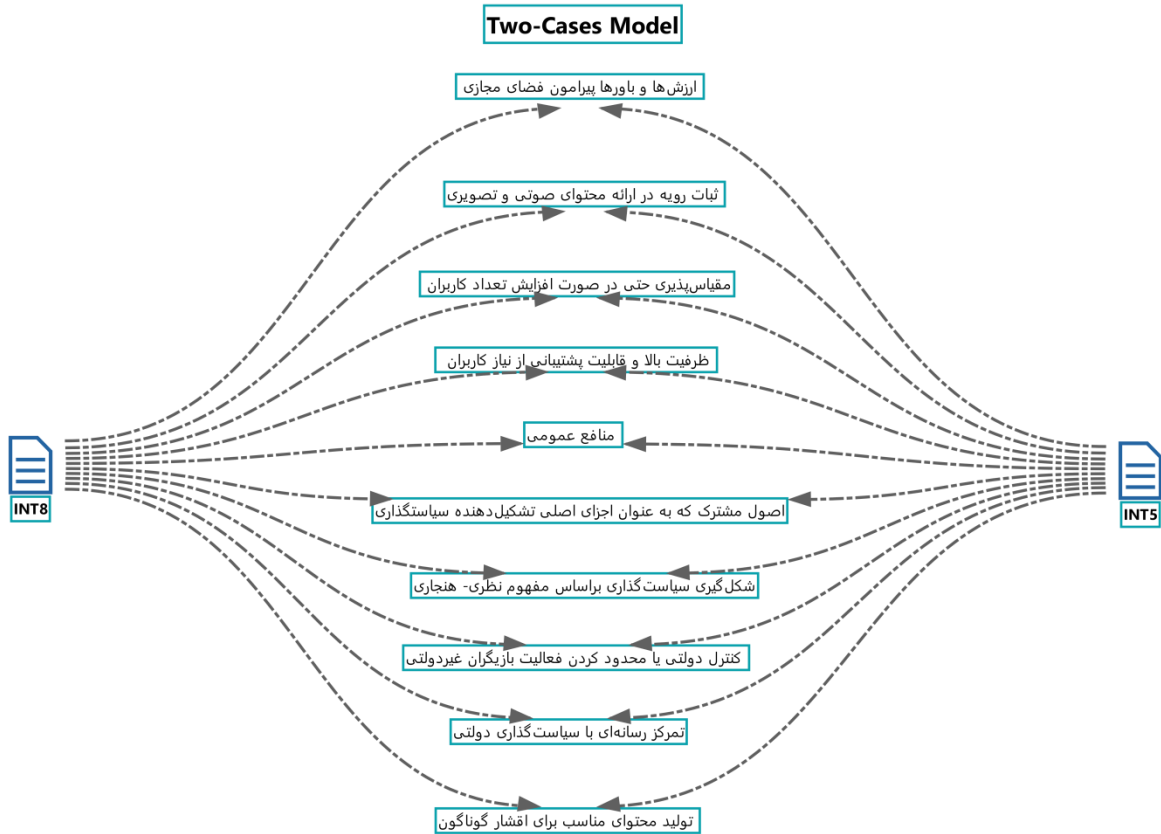
در شکل زیر شبکه مضامین کدهای مصاحبه ارائه شده است:



شکل ۲. شبکه مضامین کدهای مصاحبه شماره ۱

تعداد کدهای مشابه مشخص گردیده و این مهم نشان‌دهنده دستیابی به اشباع نظری در مصاحبه شماره ۸ می‌باشد:

در دو شکل زیر که نشان‌دهنده خروجی نرم افزار MAXQDA برای دو مصاحبه شماره ۵ و ۸ می‌باشد،



شکل ۳. دستیابی به اشباع نظری

رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی در جدول ارائه شده است.

در مرحله کدگذاری اولیه ۲۹۸ کد شناسایی گردید. در نهایت از طریق کدگذاری محوری به ۹ کد سازمان‌دهنده و ۵۳ مضمون پایه دست پیدا شد. مضامین مدل خط‌مشی‌گذاری

جدول ۲. مضامین مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	فراوانی کدها
بعد محیطی	عوامل مدیریتی	۱. پشتیبانی مدیران ارشد رسانه ملی از حضور در فضای مجازی	۳
		۲. تلقی مدیریت فضای مجازی به مثابه امری فنی	۲
		۳. نگاه تخصصی مدیران و سیاست‌گذاران	۴
		۴. کارآمدی و انعطاف‌پذیری ساختار تشکیلاتی سازمان	۷
		۵. تخصیص بودجه کافی برای فعالیتهای رسانه مجازی	۲
	عوامل قانونی	۶. سازگاری با اسناد بالادستی	۳
		۷. قوانین و مقررات داخلی شفاف در حوزه فضای مجازی	۸

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	فراوانی کدها	
		۸. عدم ابهام و چندگانگی در زمینه قوانین ناظر	۵	
		۹. عدم ابهام در تعریف فضای مجازی	۱	
		۱۰. نظارت کامل بر حسن اجرای قوانین	۲	
	عوامل فناوری		۱۱. وجود نیروی انسانی متخصص در زمینه فضای مجازی	۳
			۱۲. بکارگیری دانش روز برای حضور در فضای مجازی	۵
			۱۳. سخت‌افزارها و تجهیزات فناوری مناسب	۳
			۱۴. نرم‌افزارهای جدید و به‌روز برای حضور در فضای مجازی	۲
	عوامل فرهنگی		۱۵. جو و فرهنگ استفاده از رسانه‌های جدید	۴
			۱۶. ارزش‌ها و باورها پیرامون فضای مجازی	۶
			۱۷. پذیرش حرکت به سوی فضای مجازی	۱
۱۸. عدم مقاومت کارکنان رسانه ملی در برابر فضای مجازی			۳	
۱۹. برنامه‌های فرهنگی برای آمادگی رسانه ملی			۶	
۲۰. چشم‌انداز روشن برای تعامل با رسانه‌های جدید			۹	
تعامل با رسانه‌های جدید		۲۱. تدوین ماموریت‌های تعامل با رسانه‌های نوین	۲	
		۲۲. هدف‌گذاری بلندمدت در تعامل با رسانه‌های جدید	۱	
		۲۳. تدوین استراتژی روشن برای حضور در فضای مجازی	۴	
		۲۴. تعقیب استراتژی‌ها از طریق هدف‌گذاری کوتاه‌مدت	۳	
		۲۵. روندها و رویه‌های اجرایی محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی	۵	
		۲۶. تدوین و ابلاغ قوانین رسمی برای تولید محتوای چندرسانه‌ای	۷	
سیاست‌گذاری رسانه ملی		۲۷. برنامه‌های قابل ارزیابی در راستای محتوای صوتی و تصویری	۲	
		۲۸. ثبات رویه در ارائه محتوای صوتی و تصویری	۱	
		۲۹. پشتیبانی همه ارکان رسانه ملی از محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی	۳	
		۳۰. بسیج منابع و امکانات رسانه ملی برای حضور در فضای مجازی	۲	
		۳۱. پایش و رصد مستمر سیاست‌های رسانه ملی در فضای مجازی	۴	
		۳۲. انتقال داده‌ها با حداکثر سرعت و در حداقل زمان	۶	
اینترنت نسل پنجم		۳۳. ایجاد بستری کاملاً ایمن برای تبادل اطلاعات و ارتباطات	۲	
		۳۴. ظرفیت بالا و قابلیت پشتیبانی از نیاز کاربران حتی در زمان اوج ترافیک	۹	
		۳۵. مقیاس‌پذیری حتی در صورت افزایش تعداد کاربران	۲	
		۳۶. بهبود عملکرد برج‌های مخابراتی و دستگاه‌های کاربران در اتصال به اینترنت	۱	
		۳۷. مصرف انرژی کم‌تر نسبت به نسل‌های قبلی اینترنت	۳	



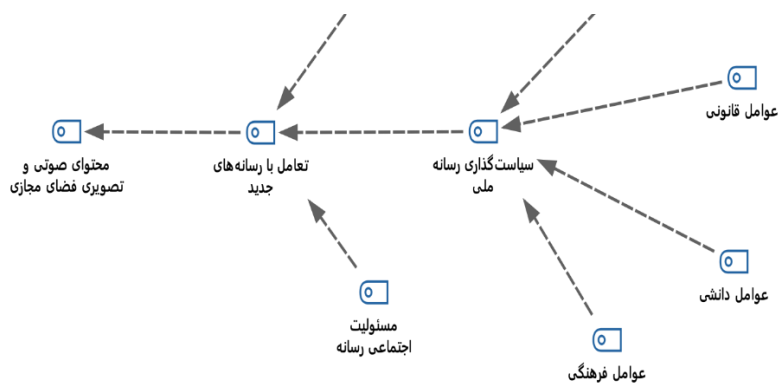
مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	فراوانی کدها
بعد مسئولیتی	مسئولیت اجتماعی رسانه ملی	۳۸. پشتیبانی از اینترنت اشیاء و فراهم کردن امکان اتصال دستگاه به دستگاه	۵
		۳۹. افزایش چشم‌گیر پهنای باند	۴
		۴۰. افزایش شهرت اجتماعی و محبوبیت رسانه ملی	۷
		۴۱. بهبود مستمر مسئولیت اجتماعی رسانه ملی	۲
		۴۲. ایجاد، انتشار و پاسخگویی رسانه ملی	۱۱
		۴۳. افزایش مشارکت اجتماعی در رسانه ملی	۳
		۴۴. جلب نظر مساعد آحاد جامعه	۶
		۴۵. پاسخگویی سریع و موثر به خواسته‌های اجتماعی	۸
		پیامد	محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی
۴۷. غنای محتوا و تولید محتوای باارزش	۱۲		
۴۸. سازگاری محتوا با نیازهای روز	۱۴		
۴۹. تنوع محتوای صوتی و تصویری	۱۰		
۵۰. تولید محتوای مناسب برای اقشار گوناگون	۵		
۵۱. افزایش تعداد دنبال‌کنندگان رسانه ملی	۳		
۵۲. افزایش میزان محبوبیت و پسندیدن محتوا	۷		
۵۳. افزایش میزان دیدگاه مخاطبان پیرامون محتوا	۲		

چند رسانه‌ای در فضای مجازی در شکل نمایش داده شده است.

با بررسی وضعیت موجود، مضامین به دست آمده در ۹ طبقه اصلی دسته‌بندی شدند. نقشه مضامین و مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای

ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید.../بی‌بی‌سادات میراسماعیلی و همکاران

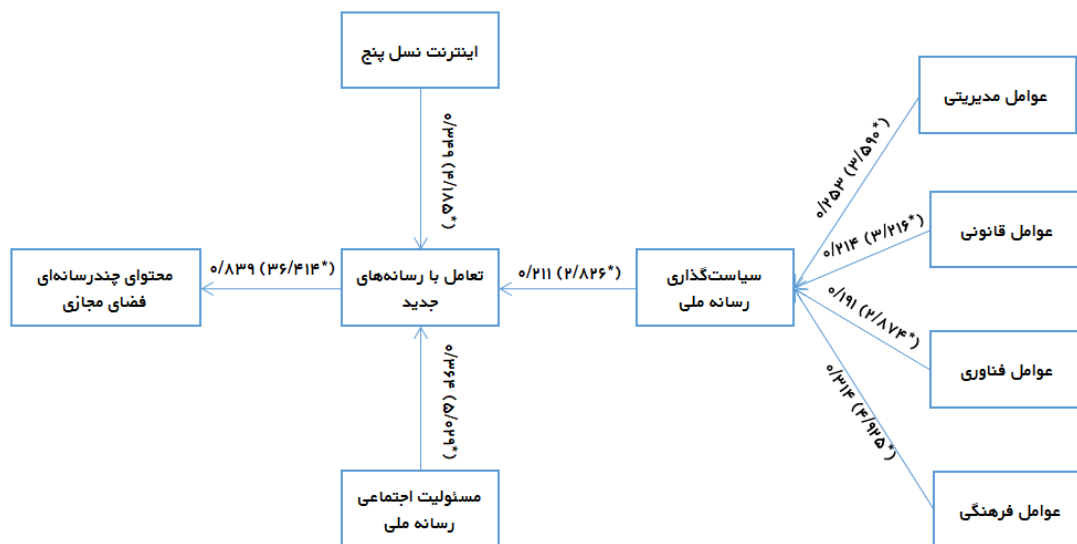
۸۰



شکل ۴. مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چند رسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

پس از ارائه مدل پژوهش، جهت اعتبارسنجی از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. مدل ساختاری نهائی پژوهش در شکل و آماره t و مقدار بوت استراییبگ برای سنجش معناداری روابط نیز در شکل ۳ ارائه شده‌است.

براساس مدل پژوهش، عوامل مدیریتی، قانونی، دانشی و فرهنگی بر سیاست‌گذاری رسانه ملی تاثیر دارند. از سوی دیگر اینترنت نسل پنج شرایط زمینه‌ای را فراهم می‌سازد و مسئولیت اجتماعی رسانه ملی نیز یک عامل مداخله‌گر است که بر تعامل با رسانه‌های جدید اثرگذارند. در نهایت با تعامل با رسانه‌های جدید می‌توان به توسعه محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی دست یافت.



شکل ۵. اعتبارسنجی مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

اعتبار مناسبی برخوردار است (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۸). خلاصه نتایج ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری در جدول ۳ ارائه شده‌است.

نتایج مندرج در شکل ۲ و ۳ نشان می‌دهد بارهای عاملی در تمامی موارد از ۰/۶ بیشتر است و آماره t نیز در تمامی موارد بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین بخش اندازه‌گیری مدل از

جدول ۳. بخش اندازه‌گیری مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

AVE	ضریب رو (Rho)	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ	سازه‌های اصلی
۰/۵۱۴	۰/۸۹۴	۰/۸۶۵	۰/۸۶۵	اینترنت نسل پنج
۰/۵۷۰	۰/۸۶۹	۰/۸۱۲	۰/۸۱۲	تعامل با رسانه‌های جدید
۰/۵۳۵	۰/۸۸۹	۰/۸۵۵	۰/۸۵۵	سیاست‌گذاری رسانه ملی
۰/۵۶۱	۰/۸۶۵	۰/۸۰۴	۰/۸۰۴	عوامل فرهنگی
۰/۵۶۶	۰/۸۳۹	۰/۷۴۷	۰/۷۴۴	عوامل فناوری
۰/۵۶۲	۰/۸۶۵	۰/۸۰۶	۰/۸۰۵	عوامل قانونی
۰/۵۶۸	۰/۸۶۸	۰/۸۰۹	۰/۸۱۰	عوامل مدیریتی
۰/۵۲۵	۰/۸۹۸	۰/۸۷۱	۰/۸۷۱	محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی
۰/۵۴۹	۰/۸۷۹	۰/۸۳۶	۰/۸۳۵	مسئولیت اجتماعی رسانه ملی



(بخش ساختاری) براساس ضریب مسیر و آماره تی مورد بررسی قرار گرفت. خلاصه نتایج آزمون روابط میان سازه‌های اصلی در جدول ۲ آمده است.

با توجه به جدول ۲ مقدار میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بزرگتر است، لذا روایی همگرا تایید می‌شود. همچنین از نظر پایایی نیز تمامی متغیرها مورد تایید است.

روابط بین سازه‌های اصلی با عنوان مدل درونی (بخش ساختاری) شناخته می‌شود. روابط میان سازه‌های اصلی

جدول ۴. بخش ساختاری مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

نتیجه	اندازه اثر	معناداری	آماره t	ضریب تاثیر	رابطه
تایید	۰/۰۸۸	۰/۰۰۰	۴/۲۷۵	۰/۳۴۹	اینترنت نسل پنچ ← تعامل با رسانه‌های جدید
تایید	۲/۳۷۲	۰/۰۰۰	۳۸/۰۶۷	۰/۸۳۹	تعامل با رسانه‌های جدید ← محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی
تایید	۰/۰۴۳	۰,۰۰۲	۳/۰۵۹	۰/۲۱۱	سیاست‌گذاری رسانه ملی ← تعامل با رسانه‌های جدید
تایید	۰/۱۳۶	۰/۰۰۰	۵/۲۰۱	۰/۳۱۴	عوامل فرهنگی ← سیاست‌گذاری رسانه ملی
تایید	۰/۰۴۸	۰,۰۰۶	۲/۷۶۶	۰/۱۹۱	عوامل فناوری ← سیاست‌گذاری رسانه ملی
تایید	۰/۰۵۷	۰,۰۰۲	۳/۰۸۳	۰/۲۱۴	عوامل قانونی ← سیاست‌گذاری رسانه ملی
تایید	۰/۰۸۲	۰/۰۰۰	۳/۷۴۵	۰/۲۵۳	عوامل مدیریتی ← سیاست‌گذاری رسانه ملی
تایید	۰/۱۳۱	۰/۰۰۰	۴/۹۹۱	۰/۳۶۴	مسئولیت اجتماعی رسانه ملی ← تعامل با رسانه‌های جدید

ارتباط پیش‌بین^۳ (Q^2) برای سنجش قدرت پیش‌بینی مدل استفاده شد. این دو شاخص برای متغیرهای درونزا محاسبه می‌شوند. ضریب تعیین، بیانگر میزان تغییرات متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل است. سه مقدار ۰/۱۸، ۰/۳۴ و ۰/۶۷ به عنوان ملاک برای مقدار ضعیف، مقدار متوسط و مقدار قوی برازش بخش ساختاری مدل به وسیله معیار ضریب تعیین می‌باشد (چین^۴، ۱۹۹۸). شاخص ارتباط پیش‌بین توسط استون و گیزر^۵ معرفی شد. اگر مقدار (Q^2) مثبت باشد نشان می‌دهد که مدل از توان پیش‌بینی مناسبی برخوردار است (هیر^۶ و همکاران، ۲۰۲۱). شاخص‌های قدرت پیش‌بینی مدل (R^2) و (Q^2) در جدول ۵ گزارش شده است.

ضرایب مسیر در این بخش شدت و جهت رابطه را نشان می‌دهند و چون مقدار آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ است نشان می‌دهد ضرایب مسیر معنادار هستند. اندازه اثر (F^2) میزان تغییراتی است که متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته می‌گذارند. در واقع این شاخص نشان می‌دهد اگر یک متغیر مستقل حذف شود چه میزان تغییراتی در متغیر وابسته ایجاد می‌شود. این شاخص توسط کوهن ارائه گردید. مقدار ۰/۰۲ (ضعیف)، ۰/۱۵ (متوسط) و ۰/۳۵ (بزرگ) در نظر گرفته می‌شود (کوهن^۱، ۲۰۱۳). براساس نتایج اندازه اثر متغیرهای مستقل در تمامی موارد بالای حد متوسط یعنی ۰/۱۵ و در برخی موارد حتی بیش از ۰/۳۵ یعنی قوی بدست آمد. از شاخص ضریب تعیین^۲ (R^2) و شاخص

3. Predictive relevance
4. Chin
5. Stone & Geisser
6. Hair

1. Cohen
2. Coefficient of determination

جدول ۵. قدرت پیش‌بینی مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی (منبع: یافته‌های پژوهش)

سازه‌های اصلی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	Q2
تعامل با رسانه‌های جدید	۰/۷۷۶	۰/۷۷۵	۰/۴۱۵
سیاست‌گذاری رسانه ملی	۰/۸۰۳	۰/۸۰۱	۰/۴۰۰
محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی	۰/۷۰۳	۰/۷۰۳	۰/۳۴۵

آنها مرتب می‌نمایند. مهمترین مولفه در ابتدا قرار گرفته و امتیاز یک را می‌گیرد. سپس اهمیت نسبی هر مولفه نسبت به مولفه‌های قبلی مشخص می‌گردد. در نهایت مولفه‌های موجود براساس مقادیر متوسط اهمیت نسبی رتبه‌بندی می‌شوند. این مقادیر در ستون «متوسط اهمیت نسبی» در جدول ۵ درج شده است که همان (S_i) می‌باشد. درگام سوم از روش سورا را ضریب (K_i) محاسبه شده است. برای محاسبه وزن اولیه هر معیار، از رابطه زیر برآورد شده است.

$$Q_i = \frac{Q_{i-1}}{K_i}$$

$$Q_1 = 1$$

$$Q_2 = \frac{Q_1}{K_2} = \frac{1}{1.09} = 0.917$$

$$Q_3 = \frac{Q_2}{K_3} = \frac{0.917}{1.24} = 0.740$$

این مقادیر در ستون «وزن اولیه» در جدول ۵ درج شده است. برای محاسبه وزن نهایی از روش نرمال کردن خطی مطابق رابطه زیر استفاده شد. (کرشالینه و تورسکیس^۲، ۲۰۱۰).

$$W_i = \frac{Q_i}{\sum Q_i}$$

به این ترتیب وزن نهایی شاخص‌های مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت برآورد شد.

براساس نتایج جدول ۴ ضریب تعیین محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی ۰/۷۰۳ گزارش شده است که مقدار قابل قبولی است. این نشان می‌دهد که متغیرهای مدل توانسته‌اند ۷۰٪ از تغییرات در سیاست‌گذاری رسانه ملی را تبیین کنند. شاخص (Q^2) نیز در تمامی موارد مثبت بدست آمده است بنابراین مدل از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است.

برای ارزیابی برازش مدل از شاخص GOF و RMS و SRMR استفاده می‌شود. برای شاخص GoF سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. برای شاخص RMS_theta مقادیر زیر ۰/۱۲ نشانه تناسب مدل است، در حالی که مقادیر بالاتر نشان دهنده عدم تناسب است. شاخص SRMR نیز بهتر است زیر ۰/۱ و خیلی سخت‌گیرانه کمتر از ۰/۸ باشد (حبیبی و جلال‌نیا، ۱۴۰۱). در این مطالعه شاخص GOF برابر ۰/۶۴۷ بدست آمد که از ۰/۳۶ بزرگتر است. شاخص RMS_theta میزان ۰/۰۹۷ بدست آمد که از ۰/۱۲ کمتر است. شاخص SRMR نیز ۰/۰۴۹ محاسبه گردید که از ۰/۰۸ کمتر است بنابراین برازش مدل مطلوب است.

در نهایت برای تعیین وزن شاخص‌های مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت از روش تحلیل نسبت ارزیابی وزن‌دهی تدریجی (سورا^۱) استفاده گردید. در روش سورا ابتدا خبرگان، مولفه‌ها را به ترتیب اهمیت

2. Keršulienė & Turskis

1. Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis



جدول ۶. اولویت‌بندی شاخص‌های مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای (منبع: یافته‌های پژوهش)

وزن نرمال	وزن اولیه	Kj	متوسط اهمیت نسبی	کد معیار
۰/۱۲۳۵	۱	۱	۱	غنای محتوا و تولید محتوای باارزش (S47)
۰/۱۱۳۳	۰/۹۱۷	۱/۰۹	۰/۰۹	افزایش مشارکت اجتماعی در رسانه ملی (S43)
۰/۰۹۱۴	۰/۷۴۰	۱/۲۴	۰/۲۴	تولید محتوای مناسب برای اقشار گوناگون (S50)
۰/۰۸۷	۰/۷۰۵	۱/۰۵	۰/۰۵	پشتیبانی مدیران ارشد رسانه ملی از حضور در فضای مجازی (S01)
۰/۰۷۳۱	۰/۵۹۲	۱/۱۹	۰/۱۹	افزایش تعداد دنبال‌کنندگان رسانه ملی (S51)
۰/۰۵۷۶	۰/۴۶۶	۱/۲۷	۰/۲۷	پاسخگویی سریع و موثر به خواسته‌های اجتماعی (S45)
۰/۰۵۱۹	۰/۴۲	۱/۱۱	۰/۱۱	وجود نیروی انسانی متخصص در زمینه فضای مجازی (S16)
۰/۰۴۹۴	۰/۴	۱/۰۵	۰/۰۵	هدف‌گذاری بلندمدت در تعامل با رسانه‌های جدید (S30)
۰/۰۴۵۳	۰/۳۶۷	۱/۰۹	۰/۰۹	پشتیبانی همه ارکان رسانه ملی از محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی (S37)
۰/۰۴۰۵	۰/۳۲۸	۱/۱۲	۰/۱۲	تخصیص بودجه کافی برای فعالیت‌های رسانه مجازی (S05)
۰/۰۳۳۴	۰/۲۷۱	۱/۲۱	۰/۲۱	ارزش‌ها و باورها پیرامون فضای مجازی (S12)
۰/۰۲۸۳	۰/۲۳	۱/۱۸	۰/۱۸	پشتیبانی از اینترنت اشیا و فراهم کردن امکان اتصال دستگاه به دستگاه (S26)
۰/۰۲۲۷	۰/۱۸۴	۱/۲۵	۰/۲۵	افزایش شهرت اجتماعی و محبوبیت رسانه ملی (S40)
۰/۰۱۹۲	۰/۱۵۶	۱/۱۸	۰/۱۸	افزایش چشم‌گیر پهنای باند (S27)
۰/۰۱۴۷	۰/۱۱۹	۱/۳۱	۰/۳۱	ثبات رویه در ارائه محتوای صوتی و تصویری (S36)
۰/۰۱۴۱	۰/۱۱۴	۱/۰۴	۰/۰۴	چشم‌انداز روشن برای تعامل با رسانه‌های جدید (S28)
۰/۰۱۲۷	۰/۱۰۳	۱/۱۱	۰/۱۱	پایش و رصد مستمر سیاست‌های رسانه ملی در فضای مجازی (S39)
۰/۰۱۰۵	۰/۰۸۵	۱/۲۱	۰/۲۱	ایجاد، انتشار و پاسخگویی رسانه ملی (S42)
۰/۰۰۹۶	۰/۰۷۸	۱/۰۹	۰/۰۹	تعقیب استراتژی‌ها از طریق هدف‌گذاری کوتاه‌مدت (S32)
۰/۰۰۹۵	۰/۰۷۷	۱/۰۱۳	۰/۰۱۳	کارآمدی و انعطاف‌پذیری ساختار تشکیلاتی سازمان (S04)
۰/۰۰۸۷	۰/۰۷۱	۱/۰۹	۰/۰۹	عدم مقاومت کارکنان رسانه ملی در برابر فضای مجازی (S14)
۰/۰۰۷۸	۰/۰۶۳	۱/۱۲	۰/۱۲	سخت‌افزارها و تجهیزات فناوری مناسب (S18)
۰/۰۰۶۴	۰/۰۵۲	۱/۲۲	۰/۲۲	تدوین مأموریت‌های تعامل با رسانه‌های نوین (S29)
۰/۰۰۴۹	۰/۰۳۹	۱/۳۱	۰/۳۱	افزایش میزان محبوبیت و پسندیدن محتوا (S52)
۰/۰۰۴۶	۰/۰۳۷	۱/۰۷	۰/۰۷	پذیرش حرکت به سوی فضای مجازی (S13)
۰/۰۰۴۵	۰/۰۳۶	۱/۰۱۱	۰/۰۱۱	جلب نظر مساعد آحاد جامعه (S44)
۰/۰۰۴۱	۰/۰۳۳	۱/۰۹	۰/۰۹	عدم ابهام در تعریف فضای مجازی (S09)
۰/۰۰۳۴	۰/۰۲۸	۱/۲۱	۰/۲۱	روندها و رویه‌های اجرایی محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی (S33)
۰/۰۰۳۳	۰/۰۲۷	۱/۰۴	۰/۰۴	قوانین و مقررات داخلی شفاف در حوزه فضای مجازی (S07)
۰/۰۰۳۱	۰/۰۲۵	۱/۰۶	۰/۰۶	ظرفیت بالا و قابلیت پشتیبانی از نیاز کاربران حتی در زمان اوج ترافیک (S22)
۰/۰۰۲۷	۰/۰۲۲	۱/۱۶	۰/۱۶	تنوع محتوای صوتی و تصویری (S49)
۰/۰۰۲	۰/۰۱۷	۱/۳۱	۰/۳۱	مصرف انرژی کم‌تر نسبت به نسل‌های قبلی اینترنت (S25)
۰/۰۰۱۹	۰/۰۱۶	۱/۰۵	۰/۰۵	ایجاد بستری کاملا ایمن برای تبادل اطلاعات و ارتباطات (S21)
۰/۰۰۱۶	۰/۰۱۳	۱/۱۹	۰/۱۹	نگاه تخصصی مدیران و سیاست‌گذاران (S03)
۰/۰۰۱۳	۰/۰۱	۱/۲۷	۰/۲۷	بکارگیری دانش روز برای حضور در فضای مجازی (S17)
۰/۰۰۱۲	۰/۰۱	۱/۰۵	۰/۰۵	تدوین استراتژی روشن برای حضور در فضای مجازی (S31)
۰/۰۰۱	۰/۰۰۸	۱/۱۹	۰/۱۹	بهبود عملکرد برج‌های مخابراتی و دستگاه‌های کاربران در اتصال به اینترنت (S24)
۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۷	۱/۲۷	۰/۲۷	انتقال داده‌ها با حداکثر سرعت و در حداقل زمان (S20)
۰/۰۰۰۱۲	۰/۰۰۹	۱/۱۱	۰/۱۱	نرم‌افزارهای جدید و به‌روز برای حضور در فضای مجازی (S19)

۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۹	۱/۰۵	۰/۰۵	بهبود مستمر مسئولیت اجتماعی رسانه ملی (S41)
۰/۰۰۱	۰/۰۰۸	۱/۰۹	۰/۰۹	تولید محتوای جذاب و عام‌پسند (S46)
۰/۰۰۰۹	۰/۰۰۸	۱/۰۸	۰/۰۸	سازگاری با اسناد بالادستی (S06)
۰/۰۰۲۹	۰/۰۲۴	۱/۱۲	۰/۱۲	عدم ابهام و چندگانگی در زمینه قوانین ناظر (S08)
۰/۰۰۲۸	۰/۰۲۲	۱/۰۶	۰/۰۶	نظارت کامل بر حسن اجرای قوانین (S10)
۰/۰۰۳۲	۰/۰۲۶	۱/۰۶	۰/۰۶	مقیاس‌پذیری حتی در صورت افزایش تعداد کاربران (S23)
۰/۰۰۲۷	۰/۰۲۲	۱/۲۱	۰/۲۱	تدوین و ابلاغ قوانین رسمی برای تولید محتوای چندرسانه‌ای (S34)
۰/۰۰۲۳	۰/۰۱۸	۱/۱۸	۰/۱۸	بسیج منابع و امکانات رسانه ملی برای حضور در فضای مجازی (S38)
۰/۰۰۲۱	۰/۰۱۷	۱/۰۸	۰/۰۸	سازگاری محتوا با نیازهای روز (S48)
۰/۰۰۱۹	۰/۰۱۵	۱/۱۲	۰/۱۲	افزایش میزان دیدگاه مخاطبان پیرامون محتوا (S53)
۰/۰۰۱۷	۰/۰۱۳	۱/۱۲	۰/۱۲	تلقی مدیریت فضای مجازی به مثابه امری فنی (S02)
۰/۰۰۱۶	۰/۰۱۳	۱/۰۶	۰/۰۶	برنامه‌های قابل ارزیابی در راستای محتوای صوتی و تصویری (S35)
۰/۰۰۲	۰/۰۱۶	۱/۰۶	۰/۰۶	جو و فرهنگ استفاده از رسانه‌های جدید (S11)
۰/۰۰۱۶	۰/۰۱۳	۱/۲۱	۰/۲۱	برنامه‌های فرهنگی برای آمادگی رسانه ملی (S15)

چهره‌به‌چهره افراد به ارتباطات مجازی از طریق شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی تغییر نموده است. این مهم در مطالعات سلیمی (۱۴۰۲) و دانایی‌فرد و همکاران (۱۴۰۲) نیز مورد اشاره قرار گرفته است.

همچنین نشان داده شد اینترنت نسل پنجم شرایطی را فراهم می‌سازد و مسئولیت اجتماعی رسانه ملی نیز یک عامل مداخله‌گر است. اینترنت نسل پنجم، جدیدترین فناوری همراه می‌باشد که نسبت نسل‌های قبلی و قدیمی خود، نقش موثرتر و مهم تری را در زندگی ما خواهد گذاشت. اینترنت نسل پنجم نه تنها انسان‌ها را به یکدیگر متصل می‌کند، بلکه ماشین‌ها و اشیاء را نیز به یکدیگر متصل کرده و آنها را کنترل می‌کند. این سطح از کارایی و فناوری، باعث افزایش تجربیات کاربر می‌شود که می‌توانند سطح جدیدی از فناوری را به خوبی درک کنند. در مطالعه اکبری و پولادیان (۱۴۰۰) به اینترنت نسل ۵ و مزایای آن اشاره شده است.

در نهایت دستاوردهای پژوهش نشان داد با راهبردهای تعامل با رسانه‌های جدید می‌توان به توسعه محتوای چندرسانه‌ای فضای مجازی دست یافت. به نظر می‌رسد که در سیاست‌گذاری رسانه‌های جدید، نقاط ضعف سازمان صداوسیما بیش از نقاط قوت است و تهدیدات آتی بر فرصت‌ها سایه افکنده است. بنابراین سازمان باید با در دستور کار قرار دادن سیاست‌های علمی، پرهیز از موازی

شاخص غنای محتوا و تولید محتوای باارزش (S47) با وزن ۰/۱۲۳۵ در اولویت نخست قرار دارد. شاخص افزایش مشارکت اجتماعی در رسانه ملی (S43) با وزن ۰/۱۱۳۳ در اولویت دوم قرار دارد. شاخص تولید محتوای مناسب برای اقشار گوناگون (S50) با وزن ۰/۰۹۱۴ در اولویت سوم قرار دارد. شاخص پشتیبانی مدیران ارشد رسانه ملی از حضور در فضای مجازی (S01) با وزن ۰/۰۸۷ در اولویت چهارم قرار دارد. شاخص افزایش تعداد دنبال‌کنندگان رسانه ملی (S51) با وزن ۰/۰۷۳۱ در اولویت پنجم قرار دارد.

۵- نتیجه‌گیری و بحث

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری رسانه ملی جهت تولید محتوای چندرسانه‌ای در فضای مجازی مبتنی بر نسل پنجم اینترنت انجام شده است. براساس مدل پژوهش مشخص گردید عوامل مدیریتی، قانونی، دانشی و فرهنگی بر سیاست‌گذاری رسانه ملی تاثیر دارند. وندایک جامعه شبکه‌ای را به گونه‌ای توصیف می‌نماید که در آن ترکیبی از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای، مبانی و ساختارهای کلیدی جامعه در هر یک از سطوح (فردی، سازمانی و اجتماعی) تشکیل می‌شوند. او اعتقاد داشته است که جامعه به‌طور فزاینده سازماندهی شده و ارتباطات خود را به‌طور مداوم تغییر می‌دهد و این تغییرات به واسطه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد شده است. بنابراین، ارتباطات



صوتی و تصویری حائز اهمیت است. همچنین داشتن ثبات رویه در ارائه محتوای صوتی و تصویری به همراه پشتیبانی همه ارکان رسانه ملی از محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی نیز در استقرار الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی کمک‌کننده است. لذا توصیه می‌شود با بسیج نمودن منابع و امکانات رسانه ملی برای حضور در فضای مجازی و پایش و رصد مستمر سیاست‌های رسانه ملی در آن بر چالش‌های محیطی استقرار الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی غلبه نمایند. در واقع در عصر ظهور رسانه‌های جدید سازمان صداوسیما ناگزیر از اتخاذ تدابیر و انجام اقداماتی برای حفظ جایگاه خود و پیروزی در این رقابت نفس‌گیر رسانه‌ای است؛ در قبال رسانه‌های نوظهور نقشی نخستین و محوری در «سیاست‌گذاری» از همین رو عملکرد این سازمان به عنوان بزرگ‌ترین نهاد رسانه‌ای در این زمینه دارد و نخستین گام در هر فرایند سیاست‌گذاری شناسایی و تبیین مسئله‌هاست. از آنجاکه محیط سازمان‌های رسانه‌ای چنان ماهیت پیچیده و متغیری دارد که اصل بروز مسئله یا چالش برای آن‌ها عادی و طبیعی است، آنچه اهمیت می‌یابد دستیابی به درکی عالمانه و واقع‌نگر از مسئله یا مسئله‌هاست، زیرا مسئله‌ای که دیده نشود یا نادرست دیده شود، هر دو در حکم شناخته نشدن است. مسئله‌ای که شناخته نشود، حل نمی‌شود و اگر حل نشود ممکن است به بحران تبدیل شود. مسائل در ابتدای راه، ممکن است با تمهیداتی ساده و کم‌هزینه حل شوند. البته باید توجه داشت سیاست‌گذاری الزاماً برای حل مسئله ایجاد نمی‌شود، بلکه گاهی لازم است تا برای بهتر شدن وضعیت در یک زمینه، تطابق با شرایط جدیدی که به وجود آمده است یا احتمال دارد به وجود آید، یا حتی رفع برخی نیازها، سیاست‌هایی وضع شود.

با توجه به اهمیت نقش تعامل با رسانه‌های جدید پیشنهاد می‌شود، در ابتدا با تدوین چشم‌انداز روشن برای تعامل با رسانه‌های جدید، مسیر دستیابی به الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی را مشخص نمایند. در ادامه با تدوین ماموریت‌های تعامل با رسانه‌های نوین و هدف‌گذاری بلندمدت در تعامل با رسانه‌های جدید نیز می‌توان به اهداف مدون در این حوزه

کاری، مقاومت در برابر فشارهای غیررسمی و استفاده از سیاست‌های مخاطب‌پسند، آسیب‌پذیری خود را کاهش دهد. برعکس، نقاط قوت مرکز ملی فضای مجازی بیش از نقاط ضعف است و فرصت‌های آتی بر تهدیدها سایه افکنده است. از این رو این مرکز باید با تقویت زیرساخت‌ها و ایجاد شبکه ملی اطلاعات، سیاست‌گذاری در زمینه تولید محتوا با مضامین سبک زندگی ایرانی اسلامی، با استفاده از توان شرکت‌های دانش‌بنیان و بخش خصوصی، فضای مجازی کشور را تا حد امکان رصد کند و سیاست‌گذاری در راستای ارتقای سواد رسانه‌ای مردم، بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی برای تقویت نقاط قوت آن است. در مطالعه عبدالهی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) نیز به این مهم اشاره شده و با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است.

براساس نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود ضمن پشتیبانی مدیران ارشد رسانه ملی از حضور در فضای مجازی و تلقی مدیریت فضای مجازی به مثابه امری فنی، مقدمات لازم جهت استقرار الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی فراهم آید. در این راستا نیاز به نگاه تخصصی مدیران و سیاست‌گذاران به‌عنوان عاملی تسهیل‌گر است که بر کارآمدی و انعطاف‌پذیری ساختار تشکیلاتی سازمان تاثیر شگرفی دارد. همچنین با تخصیص بودجه کافی برای فعالیت‌های رسانه مجازی نیز دستیابی به اهداف مدون امکان‌پذیر خواهد شد.

همچنین پیشنهاد می‌شود، با تطبیق الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی با اسناد بالادستی، به استقرار قوانین و مقررات داخلی شفاف در حوزه فضای مجازی بپردازند. در این راستا، رفع ابهام و چندگانگی در زمینه قوانین ناظر حائز اهمیت است. همچنین با رفع ابهام در تعریف فضای مجازی و داشتن نظارت کامل بر حسن اجرای قوانین نیز پیاده‌سازی عوامل قانونی امکان‌پذیر خواهد بود.

درخصوص سیاست‌گذاری رسانه ملی پیشنهاد می‌شود، ضمن ایجاد شفافیت در روندها و رویه‌های اجرایی محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی، به تدوین و ابلاغ قوانین رسمی برای تولید محتوای چندرسانه‌ای پرداخته شود. در این راستا، تدوین برنامه‌های قابل ارزیابی در راستای محتوای

در صداوسیما و رفع نقایص سیاست‌گذاری حاضر در این سازمان به کار آید.

از جهت نوآوری پژوهش حاضر می‌توان به اینترنت نسل پنجم اشاره داشت که موضوعی به غایت جدید است و قاعدتا می‌تواند جامعه دانشگاهی را با موضوعات جدیدی بری پژوهش‌های نو در رشته‌های مختلف مواجه می‌کند. از منظر روش تحقیق نیز به دلیل اینکه پژوهش حاضر با رویکرد آمیخته انجام می‌شود، نسبت به مطالعات پیشین با یک روش تحقیق کیفی و یا کمی، دارای نوآوری است. همچنین می‌توان اذعان داشت که همچنین وجود چنین تحقیقاتی، می‌تواند به عنوان راهکارهایی جهت برون رفت از چالش‌های صداوسیما در مقابل موضوعات جدیدی مانند اینترنت نسل پنجم باشد که شورای امنیت ملی و حتی وزارت اطلاعات را نیز می‌تواند از فایده خود بی‌نصیب نگذارد.

دست یافت. همچنین تدوین استراتژی روشن برای حضور در فضای مجازی و تعقیب استراتژی‌ها از طریق هدف‌گذاری کوتاه‌مدت نیز در استقرار الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی بر محتوای صوتی و تصویری فضای مجازی اثرگذار است. براساس نتایج مشخص گردید توجه به مسئولیت اجتماعی رسانه ملی امری غیرقابل انکار است. لذا در این حیطه پیشنهاد می‌شود، با افزایش شهرت اجتماعی و محبوبیت رسانه ملی به واسطه بهبود مستمر مسئولیت اجتماعی رسانه ملی، به پیاده‌سازی الگوی سیاست‌گذاری رسانه ملی دست یابند. در این راستا، ایجاد، انتشار و پاسخگویی رسانه ملی با افزایش مشارکت اجتماعی در رسانه ملی قابل حصول است. همچنین با پاسخگویی سریع و موثر به خواسته‌های اجتماعی می‌توان به جلب نظر مساعد آحاد جامعه نیز دست یافت. فواید این تحقیق می‌تواند در ایجاد سیاست‌گذاری راهبردی

منابع

مؤلفه‌های الگوی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه (گذر از نهادگرایی کلاسیک به نهادگرایی جدید). سیاست ۱. ۱۳۵-۱۵۳.

۸. حبیبی، آرش؛ و جلال‌نیا، راحله. (۱۴۰۱). حداقل مربعات جزئی. تهران: نارون.

۹. خیامی، عبدالکریم؛ حسینی، سیدجمال‌الدین؛ و عبادارستانی، لیلا. (۱۴۰۰). شناسایی مسائل صداوسیما در سیاست‌گذاری برای تعامل با رسانه‌های جدید. دین و ارتباطات، ۲۸ (۶۰)، ۴۵۹-۴۷۹.

۱۰. دانایی‌فرد، حسن؛ حسینی، سیدکاظم؛ و کاظمی، سیدحسین. (۱۴۰۲). روش فهم مسئله‌مندی در مطالعه سیاست عمومی: مفاهیم و کاربردها. روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۹ (۱۱۴)، ۳۵-۵۱.

۱۱. سلیمی، ناهید. (۱۴۰۲). الگوی مفهومی مشارکت بدنه اجتماعی زنان در فرایند خط‌مشی‌گذاری حوزه زنان. زن در توسعه و سیاست، ۲۱ (۲)، ۴۸۱-۵۱۶.

۱۲. صادقی، حامد. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر فرهنگ بر سیاست‌گذاری عمومی در ایران. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶ (۸۴)، ۱۰۲-۱۱۲.

۱. احراری، ابراهیم؛ خرازی محمدوندی‌آذر، زهرا؛ و مجیدی قهرودی، نسیم. (۱۴۰۲). شناسایی مؤلفه‌های تأثیرپذیری سیاست‌گذاری رسانه‌ای از داده‌های پارادایمیک فضای مجازی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۹ (۳۳)، ۳۶۱-۳۲۳.

۲. اکبری، مرتضی؛ و پولادیان، هانیه. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری نسل پنجم در بین دانشجویان ایران. آموزش مهندسی ایران، ۲۳ (۹۰)، ۱۵۱-۱۳۱.

۳. آلوانی، مهدی. (۱۴۰۰). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی. تهران: سمت.

۴. آذر، عادل؛ و غلامزاده، رسول. (۱۳۹۸). کمترین مربعات جزئی. تهران: نگاه دانش.

۵. آیینه‌افروز، حمیدرضا. (۱۴۰۱). بررسی و شناسایی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای. آفاق علوم انسانی، ۱۴ (۶۸)، ۴۹-۶۲.

۶. تراب‌زاده جهرمی، محمدصادق؛ حسینی، سیدکاظم؛ و نوروزی، محمد. (۱۳۹۶). تبیین تغییر خط‌مشی با استفاده از الگوی چارچوب ائتلاف مدافع. بهبود مدیریت، ۳۵ (۱۱)، ۱-۳۴.

۷. توحید فام، محمد؛ و توسرکانی، علی. (۱۴۰۰). بررسی



Conference on Automation, Quality and Testing, 17 (1), 1-14.

24. Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, 1(3), 385-405.

25. Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-333.

26. Cohen, J. E. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

27. Coyer, K., & Hintz, A. (2022). Developing the "third sector": Community media policies in Europe. In *Media Freedom and Pluralism*. Central European University Press, 17(1), 275-298.

28. Dzuhrina, I. (2023). SOCIAL MEDIA STRATEGY: HOW UNILEVER ENGAGE WITH ITS CONSUMERS. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 2(1), 39-40.

29. Foxwell-Norton, K., Lieske, S. N., & Konkes, C. (2019). The Great Barrier Reef: News media, policy and the politics of protection. *International Communication Gazette*, 81(3), 211-234.

30. Garnham, N. (2020). The media and the public sphere. In *The information society reader*, Routledge, 14(2), 357-365.

31. Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.

32. Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*, Reading, MA: Addison-Wesley.

33. Jang, H., Barrett, B., & McGregor, S. C. (2023). Social media policy in two dimensions: understanding the role of anti-establishment beliefs and political ideology in Americans' attribution of responsibility regarding online content. *Information, Communication & Society*, 1-26.

۱۳. عبدالهی‌نژاد، علیرضا؛ بصیریان جهرمی، حسین؛ و نحوی، مرضیه. (۱۳۹۷). مطالعه سیاست‌های رسانه ملی در حوزه ارتباطات سلامت. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۴ (۵۱)، ۲۰۱-۲۲۶.

۱۴. عطاردی، محمدرضا؛ زبینه، حسین. (۱۴۰۱). تبیین تغییر در خط‌مشی‌های فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر چارچوب ائتلاف مدافع. *مدیریت دولتی*، ۱۴(۲)، ۲۳۵-۲۵۶.

۱۵. فتحی، ابراهیم؛ شاکری‌نژاد، محسن؛ و باقری، مجید. (۱۴۰۱). رابطه مصرف رسانه ملی و مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی دانشجویان دانشگاه‌های تهران. *مجلس و راهبرد*، ۲۹(۱۰۹)، ۸۷-۱۲۱.

۱۶. قلی‌پور، رحمت. (۱۳۹۸). *تصمیم‌گیری سازمانی و سیاست‌گذاری عمومی*. تهران: انتشارات سمت.

۱۷. قنبری باغستان، عباس؛ و انصاری، نفیسه. (۱۳۹۸). سیاست‌گذاری رسانه‌ای و تأثیر آن بر توسعه: مطالعه موردی کشور هند. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۵(۵۷)، ۱۴۱-۱۶۸.

۱۸. کشوریان‌آزاد، رقیه؛ اعتباریان‌خوراسگانی، اکبر؛ هادی پیکان، مهربان؛ و شاهنوشی، مجتبی. (۱۴۰۱). طراحی مدل اجرای سیاست‌های قضایی در نهاد قضایی کشور. *مدیریت دولتی*، ۱۴(۱)، ۱۲۹-۱۶۴.

۱۹. محمدی، حمید؛ و نصرالهی، اکبر. (۱۴۰۱). سیاست‌گذاری رسانه‌های نوین در سازمان صداوسیما ایران. *رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۶(۴۲)، ۸۱-۱۰۸.

۲۰. مرتضوی، جواد. (۱۳۹۸). فرصت‌ها و تهدیدات تکنولوژی نسل پنجم شبکه تلفن همراه (G5). *علوم پیراپزشکی و بهداشت نظامی*، ۱۴(۳)، ۱۶-۲۶.

۲۱. نسبتی، یاسمین. (۱۴۰۱). ویژگی‌های نسل پنجم اینترنت. *خبرنگاری ایسنا*.

۲۲. نصیری‌انصاری، محمدرضا؛ قبادی‌سامانی، عماد؛ و احمدی‌دستجردی، سعید. (۱۴۰۱). ابزارهای نظارت پارلمانی بر رسانه ملی. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۹(۱۱۱)، ۱۷۵-۱۹۱.





23. Alexandru, A. C., Săndulescu, G. M., & Bistran, M. (2020, May). Marketing Automation, 5G and IoT assisted for advanced applications. *International*

40. Mercure, J. F., Sharpe, S., Vinuales, J. E., Ives, M., Grubb, M., & Nijssse, F. J. (2021). Risk-opportunity analysis for transformative policy design and appraisal. *Global Environmental Change*, 70(1), 342-359.
41. Napoli, P. M. (2023). What is media policy?. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 707(1), 29-45.
42. Shi, L., Shi, D., Zhang, X., Meunier, B., Zhang, H., & Song, J. (2020). 5G Internet of radio light positioning system for indoor broadcasting service. *IEEE Transactions on Broadcasting*, 66(2), 534-544.
43. Swinkels, M. (2020). How ideas matter in public policy: a review of concepts, mechanisms, and methods. *International Review of Public Policy*, 2(2: 3), 281-316.
44. Swinkels, M. (2020). How ideas matter in public policy: a review of concepts, mechanisms, and methods. *International Review of Public Policy*, 2(2: 3), 281-316.
45. Usher, N., Darr, J. P., Napoli, P. M., & Miller, M. L. (2023). Media policy for an informed citizenry: Revisiting the information needs of communities for democracy in crisis. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 707(1), 8-20.
34. Kent, M. P., Guimaraes, J. S., Bagnato, M., Remedios, L., Pauzé, E., Pritchard, M., ... & Weippert, M. (2023). Broadcast Television Is Not Dead: Exposure of Children to Unhealthy Food and Beverage Advertising on Television in Two Policy Environments (Ontario and Quebec). *An Observational Study. The Journal of Nutrition*, 153(1), 268-278.
35. Keršulienė, V., & Turskis, Z. (2011). Integrated fuzzy multiple criteria decision making model for architect selection. *Technological and economic development of economy*, 17(4), 645-666.
36. Kimura, M., & Yasui, D. (2023). Fertility differential, public policy, and development. *Economics Letters*, 226, 111-125.
37. Kimura, M., & Yasui, D. (2023). Fertility differential, public policy, and development. *Economics Letters*, 226, 111-125.
38. Lasswell, H. D. (1972). Communications research and public policy. *Public Opinion Quarterly*, 36(3), 301-310.
39. Marin, A., Stubrin, L., & van Zwanenberg, P. (2023). Technological lock-in in action: Appraisal and policy commitment in Argentina's banking sector. *Research Policy*, 52(2), 664-678.





Presenting the Policy Model of the National Media for the Production of Multimedia Content in the Virtual Space Based on the Fifth Generation of the Internet

* Zahra Molla Babaei  ** Bibi Sadat Miresmaeili  *** HamidReza Hoseini Dana 
**** AliReza Talkhabi Alishah 

* PhD student, Department of Media Management, Faculty of Humanities, Damavand Branch, Islamic Azad University, Damavand, Iran. zahrababai6@gmail.com

** Assistant Professor, Department of Media Management, Faculty of Humanities, Damavand Branch, Islamic Azad University, Damavand, Iran. dr.miresmaeili74@gmail.com

*** Assistant Professor, Media Defense Research Group, Faculty of Humanities, Damavand Branch, Islamic Azad University, Damavand, Iran. hoseini.dana@damavandiau.ac.ir

**** Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities, Damavand Branch, Islamic Azad University, Damavand, Iran. ali.talkhabi@gmail.com

Received: 12.10.2023

Accepted: 02.07.2024

Abstract

This article was done with the aim of designing a national media policy model on the audio and video content of virtual space with an emphasis on the fifth generation internet. The current article is an applied-developmental research in terms of its purpose, and it is a survey-cross-sectional research from the point of view of the data collection method. The community of participants in the qualitative section includes managers with experience of the Supreme Council of Virtual Space and in the quantitative section it also includes media activists of the country. To analyze the expert interviews, the qualitative analysis of the theme and the data from the questionnaire were also analyzed with the partial least squares method. The results showed that the overarching themes of the model are: foundational factors, technical factors, and media-related factors. The foundational factors include managerial, legal and cultural factors; Technical factors include technology factors and fifth generation internet and finally media-related factors include: interaction with new media, national media policy, social responsibility of national media and multimedia content of virtual space. Also, the research findings showed that, based on the research model, managerial, legal, scientific and cultural factors have an impact on national media policy making. On the other hand, the 5th generation internet provides basic conditions and the social responsibility of the national media is also an intervening factor that affects the interaction with new media. Finally, by interacting with new media, it is possible to develop the multimedia content of virtual space.

Keywords: Policy Making, Multimedia Content, Virtual Space, Fifth Generation Internet, National Media Policy, Social Responsibility of National Media.

Corresponding Author: Bibi Sadat Miresmaeili- Dr.miresmaeili74@gmail.com



Introduction

Media policy is an essential pillar in shaping the media path of each country and their communication system. Different countries, based on the type of their social, political, cultural and historical system, have different experiences regarding the communication and media system and the set of rules and regulations governing them. In Iran, the country's largest media is radio and television, which is referred to as the national media (Ghanbari-Baghestan and Ansari, 2019). National media is one of the most important socio-cultural tools to convey different concepts to the society. In the meantime, the national media has had serious competitors in the virtual space in the last decade and has been severely challenged. So it can be said that the speed of audience attraction in virtual space is much higher than in financial media (Nasiri-Ansari et al., 2021). Although digital media are taken for granted today, due to the intellectual and philosophical basis behind them, extensive changes in the basis of media approaches have necessitated the revision of some previous assumptions about media policy making. This is despite the fact that the experience of recent years shows that most of the strategic plans of institutions and organizations in charge of media policymaking in Iran, especially in the field of cyberspace, have failed in practice (Ahrari et al., 2002).

The Broadcasting Organization, as the most comprehensive, powerful and influential news media and educational-cultural institution in Iran, and the National Center for Virtual Space, as the highest new media policy institution in the country, both play an important role in actively dealing with virtual space at the national and global levels. By adopting appropriate policies and strategies, the broadcasting organization can make the best use of the strengths and opportunities ahead and take action to reduce the weaknesses and remove the existing threats (Mohammadi and Nasralhi, 2021). It should be noted that in the field of social media and virtual space policymaking, special attention should be paid to the policies of the system in the field of the Internet. This is an important issue that has attracted the attention of policymakers in recent years due to the formation of information societies based on FAVA (Torabzadeh Jahormi et al., 2017). The development of the Internet in these years has been the result of changing the policy of how to deal with information and communication technology, which is also caused by technological and political conditions and requirements, which is very necessary and necessary for policy makers in this field to understand. The importance of explaining the change in the policies of the internet and virtual space is because we must first know how the policies emerge and change so that we can plan and design interventions to change and improve them (Attardi and Zibandeh, 2021).

All in all, it should be said that the national media should not see cyber space as a threat but as an opportunity. By producing multimedia content in virtual space, it is possible to attract many audiences and users. This issue requires a comprehensive and up-to-date media policy that can provide rich, attractive and suitable content for different segments of society by using technology facilities. It seems that any policy making in this area should be done with regard to the fifth generation internet as the next generation of the internet. In this case, it is possible to use the capabilities of the fifth generation internet and also align and synchronize with the accelerated process of creating content in the virtual space and even take a step further. Despite the importance of the issue of policy making in the field of national media, studies in this field are very few and have not been addressed. Also, the policies of radio and television in the field of Internet and virtual space and monitoring of audio and video content are, of course, accompanied by critics. Based on what was mentioned, the current research aims to fill the research gap of previous studies. In this regard, in this research, the dimensions and categories of the national media policy for the production of multimedia content in the virtual space will be examined. The current research answers the key question, what is the policy model of the national media for the production of multimedia content in the virtual space based on the fifth generation of the Internet?



Methodology

The current research was based on the pragmatism paradigm and was conducted with an inductive approach. To achieve the purpose of the research, a mixed exploratory research design (qualitative-quantitative) was used. In terms of the purpose of this research, it is an applied-developmental research that seeks to explain the policy model of the national media for the production of multimedia content in the virtual space based on the fifth generation of the Internet. Based on the method of data collection, it is a non-experimental (descriptive) research that was conducted with a cross-sectional survey method. The community of participants in the qualitative section consists of theoretical experts (including professors of marketing management) and experimental experts (including managers of the country's radio and television) who have enough experience in the field of customer churn. Sampling was done with a purposeful method and continued until theoretical saturation was reached. Based on this, 19 people participated in the qualitative part of the research. The statistical population includes a small part of the country's media activists. To calculate the sample size, the power analysis rule of Cohen (1992) was used. In this section, at the confidence level of 95% with the effect size of 0.15 and the test power of 80%, the minimum sample size was estimated to be 362 people. Simple cluster-random sampling was used.

Finally, two methods were used to analyze the data. In the qualitative part, the structure of the model was identified and the causal relationships of these factors were explained with the method of qualitative analysis of the theme. In the quantitative part, the validity of the research model was evaluated using the partial least squares method. Data analysis was done in qualitative part with MaxQDA software and in quantitative part with Smart PLS software. At the end, each of the identified indicators were ranked by the Swara method.

Findings

The findings of the research resulted in 53 subcategories, which in the main categories include management factors, legal factors, technological factors, cultural factors, interaction with new media, national media policy, fifth generation internet, social responsibility of national media, and audio and visual content of virtual space. Also, based on the model validation results, the following relationships were confirmed:

The fifth generation Internet → interaction with new media

Interaction with new media → multimedia content of virtual space

National media policy → interaction with new media

Cultural factors → national media policy

Technological factors → national media policy

Legal factors → national media policy

Managerial factors → national media policy

Social responsibility of national media → interaction with new media

Finally, the coefficient of determining the multimedia content of virtual space has been reported as 0.703, which is an acceptable value. This shows that the variables of the model have been able to explain 70% of the changes in national media policy. The index (Q^2) is also obtained in all positive cases, so the model has a good predictive ability.

Based on the prioritization results, it was also determined that the index of content richness and valuable content production (S47) with a weight of 0.1235 is the first priority. The index of increasing social participation in the national media (S43) with a weight of 0.1133 is in the second priority. The index of producing suitable content for various strata (S50) with a weight of 0.0914 is in the third priority. The index of support of senior managers of the national media for presence in the virtual space (S01) with a weight of 0.087 is in the fourth priority. The index of increasing the number of followers of the national media (S51) with a weight of 0.0731 is in the fifth priority.

Conclusion

Based on the research model, managerial, legal, scientific and cultural factors have an impact on national media policy making. On the other hand, the 5th generation internet provides basic conditions and the social responsibility of the national media is also an intervening factor that affects the interaction with new media. Finally, by interacting with new media, it is possible to develop the multimedia content of virtual space.

In fact, in the era of the emergence of new media, the Broadcasting Organization is bound to adopt measures and take measures to maintain its position and win in this breathtaking media competition; Regarding the emerging media, it has a primary and central role in "policy-making", hence the performance of this organization as the largest media institution in this field, and the first step in any policy-making process is to identify and explain issues. Since the environment of media organizations has such a complex and variable nature that the principle of problem or challenge is normal and natural for them, what is important is to achieve a scientific and realistic understanding of the problem or problems, because a problem that is not seen or seen incorrectly, both It is not recognized. A problem that is not recognized cannot be solved, and if it is not solved, it may turn into a crisis. Problems at the beginning of the road may be solved with simple and low-cost measures. Of course, it should be noted that policymaking is not necessarily created to solve a problem, but sometimes it is necessary to establish policies in order to improve the situation in a field, to adapt to new conditions that have arisen or are likely to arise, or even to meet some needs.

References

1. Ghanbari Baghstan, Abbas; Ansari, Nafisa. (2019). Media policy and its impact on development: a case study of India. *Cultural and Communication Studies*, 15(57), 141-168.
 2. Nasiri-Ansari, Mohammad Reza; Ghobadi-Samani, Emad; and Ahmadi-dastjardi, Saeed. (2022). Parliamentary monitoring tools on the national media. *Communication Research*, 29(111), 175-191.
 3. Ahrari, Ibrahim; Kharazi Mohammadvand-y-Azer, Zahra; and Majidi Ghahrodi, Nasim. (2023). Identifying the components of influencing media policy from the paradigmatic data of virtual space. *New Media Studies*, 9(33), 361-323.
 4. Torabzadeh Jahormi, Mohammad Sadeq; Hosseini, Seyyed Kazem; and Nowrozi, Mohammad. (2017). Explaining policy change using the advocacy coalition framework model. *Management Improvement*, 35(11), 1-34.
 5. Atardi, Mohammad Reza; Zebandeh, Hossein. (2022). Explaining the change in cyberspace policies of the Islamic Republic of Iran based on the framework of the defender coalition. *Public Administration*, 14(2), 235-256.
 6. Mohammadi, Hamid; and Nasralhi, Akbar. (2022). Policymaking of new media in Iran Broadcasting Organization. *Audiovisual Media*, 16(42), 81-108.
- Cohen, J. E. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence.



بررسی رابطه میان نوآوری فناورانه، زیرساخت و رشد صنعتی در ایران

* فاطمه سرخه‌دهی

** اباذر اشتری مهرجردی

* استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

** استادیار گروه علم و فناوری، پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی، تهران، ایران.

fatemeh_sorkhedehi@yahoo.com

ashtari@hscs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۵

چکیده

رشد صنعتی به عنوان یک هدف در کشورهای در حال توسعه بوده و عوامل بسیاری در آن دخیل است. مطالعات در مورد اثر زیرساخت‌ها و نوآوری بر رشد صنعتی در کشورهای مختلف نتایج متفاوتی داشته است و تا کنون اثر آن در ایران مورد بررسی قرار نگرفته است. هدف این مقاله بررسی پویایی‌ها و روابط بلندمدت و کوتاه‌مدت بین نوآوری‌های فناورانه، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی در ایران در دوره ۱۳۹۹-۱۳۵۹ است. روش مورد استفاده آزمون کرانه‌های ARDL است. نتایج به‌دست‌آمده وجود رابطه بلندمدت و کوتاه مدت بین سه متغیر نوآوری فناورانه، زیرساخت و رشد صنعتی در ایران را تایید می‌کند. نوآوری فناورانه و زیرساخت‌ها دارای اثرات مثبت و معنادار بر رشد صنعتی ایران هستند اما این اثرات کوچک بوده است. نتایج به‌دست‌آمده از این تحلیل، پیامدهای سیاستی مهمی برای ایران دارد. افزایش سرمایه‌گذاری‌های تحقیق و توسعه، سرمایه‌گذاری در تحقیقات دانشگاهی، زیرساخت‌های فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات ICT، فناوری‌های سبز، اهمیت به حقوق مالکیت فکری و تدوین سیاست یکپارچه برای تاثیر بیشتر نوآوری‌های فناورانه و زیرساخت‌ها بر رشد صنعتی در افزایش اثر نوآوری‌های فناورانه و زیرساخت‌ها بر رشد صنعتی ایران موثر خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: نوآوری فناورانه، زیرساخت، رشد صنعتی، آزمون کرانه‌های ARDL.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

کنند. کسب و کارهای مبتنی بر فناوری‌های نوآورانه پتانسیل رشد سریعی دارند، توانایی بالاتری در حل مساله کمبود منابع مالی و ایجاد مزایای رقابتی دارند. نظام ملی نوآوری کشورهای مختلف به دلیل کیفیت عوامل مختلف، بازیگران و روابط میان آن‌ها، عملکرد مختلفی دارند. نظام ملی نوآوری یک نظام باز در حال تحول پیچیده است و فرآیندهای یادگیری مبتنی بر علم و تجربه در آن سبب ایجاد قابلیت می‌شوند (الهی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷) برون‌دادهای نوآوری با برون‌دادهای دانش خلق شده سر و کار

در نظریه‌های رشد و توسعه اقتصادی، نوآوری در فرایند تولید یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده توسعه‌یافتگی و رشد بلندمدت کشورها محسوب می‌شود. نوآوری امکان افزایش سود و سهم بازاری بنگاه را فراهم کرده و سبب رشد اقتصادی بالاتر می‌گردد. در اقتصاد جدید ساختار متکی بر دانش و نوآوری مدنظر است. جوامع علمی و صنعتی به این نتیجه رسیده‌اند که بنگاه‌ها و سازمان‌ها با تکیه بر نوآوری و تقویت و ترویج آن و فعالیت‌های نوآورانه در درون خود می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه رقابتی حفظ

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: فاطمه سرخه‌دهی Fatemeh_sorkhedehi@yahoo.com



و از سال ۱۴۰۰ ایران مجدداً رشد اقتصادی مثبت را تجربه نموده است همچنین شاخص‌های نوآوری و رقابت‌پذیری نیز در چند سال اخیر نسبت به قبل بهبود یافته است.

بر اساس گزارش شاخص رقابت‌پذیری جهانی (GCI) مجمع جهانی اقتصاد که در سال ۲۰۲۰ منتشر شد، رتبه رقابت‌پذیری ایران (کلی) ۱۰۲ در میان ۱۳۲ کشور جهان بوده است که نسبت به سال ۲۰۱۹ بهبود یافته و در رتبه هفتم در میان ده کشور برتر منطقه است. رتبه ایران در شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۲۲ (GII) ۵۳ شده است که نسبت به سال ۲۰۲۱، هفت پله رشد داشته و در جایگاه ۲ از میان ۱۰ کشور آسیای مرکزی و ۳ در میان ۳۶ اقتصاد با درآمد متوسط و متوسط به پایین جهان است در سطح شاخص‌ها بدترین جایگاه ایران مربوط به کیفیت تنظیم‌گری، ارزش اتحادیه‌های راهبردی و سرمایه‌گذاری مشترک و صادرات خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات با رتبه‌های به ترتیب ۱۳۱، ۱۲۹ و ۱۲۷ در میان ۱۳۲ کشور جهان است (یزدی و اکبری، ۱۴۰۱: ۳). رتبه ایران در زیرساخت‌ها در سال ۲۰۲۲، در گزارش مجمع جهانی اقتصاد ۷۵ است که نسبت به سال ۲۰۲۱، ۵ رتبه کاهش داشته است. توسعه زیرساخت‌های ICT و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات همچنان بعنوان چالش برای کشور باقی مانده است. نه تنها ایران بلکه بسیاری از کشورهای آسیایی در گزارش مجمع جهانی اقتصاد به لحاظ فناوری دارای چالش هستند.

بیان مساله: با وجود تلاش‌های صورت گرفته در راستای توسعه فناوری نوآورانه، ایران در رقابت جهانی پیشرفت‌های فناوری و همچنین توسعه صنعتی در سال‌های اخیر از رقبای خود عقب مانده است. سوال اصلی مقاله این است که نوآوری‌های فناورانه و زیرساخت‌ها، چه تاثیری بر توسعه صنعتی در ایران دارد؟ این مطالعه دارای اهداف خاص زیر است:

الف) تجزیه و تحلیل روابط کوتاه مدت و بلندمدت نوآوری و زیرساخت‌ها بر رشد صنعتی ایران.

ب) کمک به ادبیات موضوع در زمینه تدوین سیاست ملی نوآوری فناورانه، سیاست صنعتی و سیاست‌های زیرساختی برای تقویت رشد اقتصادی.

دارند و اثرات نوآوری شامل پیامدهایی هستند که نوآوری ممکن است در رشد اقتصادی، اشتغال، بهره‌وری نیروی کار، تعادل محیطی و سایر موارد داشته باشد.

از سوی دیگر توسعه صنعتی سهم بسزایی در کاهش معضل بیکاری و همچنین در فقرزدایی دارد. توسعه صنعتی علاوه بر نیاز به رشد نوآوری‌های فناورانه نیازمند رشد زیرساخت است. بدون زیرساخت‌های حمل و نقل و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات رشد صنعتی محقق نخواهد شد.

بین زیرساخت و توسعه صنعتی یا توسعه اقتصادی رابطه تنگاتنگی وجود دارد. همه فعالیت‌های انسان به نوعی با توسعه اقتصادی مرتبط است و توسعه صنعتی یکی از مولفه‌های اصلی توسعه اقتصادی است (رحمان و کاشم^۱، ۲۰۱۷). از نقطه نظر رشد اقتصادی، جهان در انواع زیرساخت‌ها مانند جاده‌ها، راه‌آهن‌ها، خطوط هوایی، پل‌های غول‌پیکر، ساختمان‌های مرتفع، تونل‌ها و صنایع و غیره به پیشرفت چشمگیری دست یافته است.

به زیرساخت‌ها نه به عنوان محرک اقتصادی بلکه به‌عنوان یک راهبردی باید نگریست، محرک‌های اقتصادی پل‌های ناکجاآباد را تولید می‌کنند درحالی‌که سرمایه‌گذاری راهبردی در زیرساخت‌ها پایه‌ای برای رشد بلندمدت ایجاد می‌کند (هانگ ژونگ، ۲۰۱۸: ۹۶۵).

اسناد فرادستی نظیر چشم‌انداز ۱۴۰۴، قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان ۱۳۸۹، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، شعار سال ۱۴۰۱ مبنی بر «تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین»، رشد حجم مقالات علمی پژوهشگران ایرانی و تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان حاکی از تصمیم برای حرکت در زمینه تولید مبتنی بر فناوری‌های نوآورانه و اقتصاد دانش‌بنیان است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲). با این حال اقتصاد ایران به دلیل مواجهه با بسیاری از بلایای طبیعی مانند سیل، خشکسالی، طوفان و غیره و از سوی دیگر به دلیل بسیاری از نابسامانی‌ها با منشاء انسانی مانند جنگ، تحریم، ترور دانشمندان، ناآرامی‌های سیاسی، فساد، و غیره، نتوانسته به رشد اقتصادی و صنعتی قابل قبولی دست یابد. رشد اقتصادی ایران در دهه ۱۳۹۰ به طور متوسط صفر بوده

1. Rahman and Kashem

قرار داده و مانند اکثر محققان تأثیر مثبت فناوری بر رشد اقتصادی را اثبات نموده است. اثر عواملی نظیر تحصیلات، دانش و فناوری در رشد اقتصادی در مطالعه لوکاس تحت عنوان «آموزش حین انجام کار»^۵ و سرمایه انسانی لحاظ شده است. رومر (۱۹۹۰) رشد فناوری را نتیجه سرمایه انسانی و فیزیکی دانست و معتقد بود انباشت دانش و نوآوری‌های حاصل از آن کلید رشد اقتصادی بلندمدت اقتصادی است. رومر بطور اساسی مقوله دانش از طریق تحقیق و توسعه را فرموله کرد. بر مبنای تحلیل‌های وی، ایده‌های جدید و نوآوری، تکنولوژی تولید را بهبود بخشیده و سبب می‌شود با میزان مشخصی از نهاده‌ها، سطح تولید بیشتری حاصل شود. در این مدل‌ها ارتباط رشد اقتصادی با فناوری در نظر گرفته می‌شود. در مدل رشد درونزا، فناوری در چارچوب بازارهای رقابت انحصاری، به صورت درونزا تعیین می‌گردد.

سرمایه فقط شامل سرمایه فیزیکی و زیرساخت نمی‌شود، بلکه دانش حاصل از ابداع و نوآوری و اختراع ناشی از سرمایه انسانی نقش اساسی را در استفاده صحیح از زیرساخت و سرمایه‌های فیزیکی ایفا می‌کند. بخش مهمی از رشد اقتصادی کشورها مرهون نوآوری و تولید دانش در حوزه‌های گوناگون اقتصادی است. اقتصادهای صنعتی و دانش‌بنیان که از ارزش افزوده بالای صنعتی و رشد بالا برخوردار هستند توانایی‌های بالایی در تولید علم و دانش، نوآوری و اختراع و تولید ثروت دارند.

نظام اقتصاد جهانی موفقیت فوق‌العاده صنعتی شدن و نوآوری‌های تکنولوژیکی را در قرن بیستم با اندازه ثروت بیش از بیست برابر تجربه کرده است. براک و تیلور (۲۰۱۰)^۶، در تحقیقاتشان اظهار داشتند که نوآوری‌های فناورانه راهی برای نزدیک‌تر کردن جهان است و به حل مشکلات کمک می‌کند. مشخص شده است که تخریب محیط زیست با رشد اقتصادی افزایش می‌یابد اما با پیشرفت فناوری و نوآوری در حال کاهش است. ور^۷ (۲۰۱۵)، با ذکر مطالعه WTO در سال ۲۰۱۳ نشان داد پیشرفت در فناوری، مخابرات و حمل

تا آنجا که یافته‌ها و بررسی‌ها نشان می‌دهد، روابط نوآوری فناوری، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی در ایران بررسی نشده است. نوآوری‌های این مطالعه عبارتند از: بررسی روابط کوتاه مدت و پویایی بلندمدت بین نوآوری‌های فناورانه، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی در ایران برای دوره ۱۳۵۹-۱۳۹۹ با استفاده از رویکرد آزمون هم‌انباشتگی ARDL. در این مطالعه از ارزش افزوده صنعتی به عنوان نماینده رشد صنعتی با استفاده از مطالعه (رحمان و کاشم، ۲۰۱۷) استفاده شده است. نتیجه تجربی این مطالعه به سیاستگذاران درک بهتری از پیوند نوآوری فناورانه، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی برای تدوین سیاست‌های نوآوری، فناوری، رشد صنعتی و زیرساخت برای تقویت رشد اقتصادی ارائه می‌دهد. بخش باقی مانده از مقاله به روش زیر طراحی شده است: مبانی نظری، پیشینه پژوهش، روش‌شناسی، یافته‌های پژوهش و در نهایت بحث و نتیجه‌گیری.

۲- مبانی نظری

نقش نوآوری فناورانه در رشد صنعتی

الگوی رشد نئوکلاسیک ارائه شده توسط سولو^۱ (۱۹۵۶) الگویی مبتنی بر انباشت سرمایه فیزیکی و انسانی بود و به منظور رفع نواقص الگوی رشد نئوکلاسیکی الگوهای رشد درونزا مطرح شدند. بر این اساس سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، نوآوری و دانش اثر قابل توجهی در رشد اقتصادی دارد. فناوری به‌عنوان عاملی حیاتی در انواع مختلف فعالیت‌های اقتصادی مورد توجه قرار گرفت و اقتصاد را به «اقتصاد دانش‌بنیان» تبدیل کرد. رومر^۲ (۱۹۹۰) و لوکاس^۳ (۱۹۹۸)، دانش را به مدل‌های رشد اضافه نمودند. بر این اساس سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی و رشد نوآوری و خلاقیت موجب رشد اقتصادی است. نوآوری‌های فناورانه از طریق رشد محصولات جدید و رقابتی شدن فعالیت‌های صنعتی موجب توسعه صنعتی و اقتصادی خواهد شد. اولتون (۲۰۱۲)^۴ نیز روابط فناوری - رشد اقتصادی را مورد بررسی

5. Learning by doing

6. Brock and Taylor

7. Were

1. Solow

2. Romer

3. Lucas

4. Oulton



خدمات ضروری و استاندارد زندگی را فراهم می‌کند (اکبریان و قائدی، ۱۳۹۰). این مجموعه از تسهیلات عمومی که امکانات جابجایی و حمل و نقل، تامین امنیت و سرپناه، ارائه خدمات و برقراری خدمات رفاهی را میسر می‌کنند، عبارت‌اند از مجموعه بزرگراه‌ها، پل‌ها، راه‌آهن و جاده‌های حمل کالا، شبکه فاضلاب، آبرسانی و مخازن تامین آب و نیز زیرساخت‌های فناوری دیجیتال و ICT.

۴- پیشینه پژوهش

نورمز و جاملیا (۲۰۱۵)^۳ با مطالعه ۱۵۲ کشور دریافتند که تاثیر زیرساخت بر رشد اقتصادی مثبت و معنادار است. حجم زیادی از مطالعات منتشر شده به طور تجربی روابط بین نوآوری فناوری، زیرساخت و توسعه صنعتی را تحلیل کرده‌اند. خاندکر و سماد (۲۰۱۸)^۴ نشان دادند که سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها در بنگلادش باعث افزایش فعالیت اقتصادی، افزایش بهره‌وری و کارایی در تولید، مصرف و توزیع می‌شود. آنها همچنین نشان دادند که افزایش بهره‌وری باعث افزایش درآمد و تقویت فناوری موجود برای توسعه اقتصادی می‌شود. مطالعه آسشوئر^۵ (۱۹۸۹)، نشان داد که هزینه‌های عمومی غیرنظامی در زیرساخت‌ها و همچنین زیرساخت‌های فیزیکی مانند جاده‌ها و سایر شبکه‌های حمل و نقل، سیستم‌های فاضلاب و آب و غیره در رشد بهره‌وری اهمیت بیشتری دارد. شه‌باز و همکاران (۲۰۱۷)^۲، نشان دادند که افزایش ۱ درصدی موجودی زیرساخت معادل افزایش ۱ درصدی در تولید ناخالص داخلی (GDP) در تمام کشورها در دهه ۱۹۹۰ بود. ایسترلی و ریبلو (۱۹۹۳)، نشان دادند که سرمایه‌گذاری عمومی در حمل و نقل و ارتباطات با رشد همبستگی مثبت دارد. همین نتیجه‌گیری در مطالعه دلار و همکاران^۶ (۲۰۰۵)، هالتن و ایساکسون (۲۰۰۷)، فدرکه و بوگتیچ (۲۰۰۹) وجود دارد. در مطالعه‌ای که توسط هالتن و شواب (۱۹۹۱)^۷ انجام شد، نشان دادند که افزایش ظرفیت تولید

و نقل فرصت‌هایی را برای سازماندهی مجدد نظام تولید و توزیع جهانی (توسعه صنعتی) ایجاد کرده است. بنابراین رابطه تنگاتنگی بین نوآوری فناوری، توسعه زیرساختی و رشد صنعتی وجود دارد.

۳- اثر زیر ساخت بر رشد صنعتی

برای رشد اقتصادی و صنعتی باید طیفی از اقدامات در زمینه زیرساخت، سیاست‌گذاری، حقوق مالکیت، اقتصاد دانش‌بنیان و نظام نوآوری طراحی و اجرا شود. از این رو توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی یکی از عوامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی، به ویژه در کشورهای درحال توسعه است (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳). زیرساخت درحکم عامل مکمل برای رشد اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. این بدین معنی است که سرمایه‌گذاری زیربنایی ناکافی محدودیت سرمایه‌گذاری‌های دیگر را به همراه دارد، درحالی که سرمایه‌گذاری زیربنایی بیش از حد ارزش افزوده ندارد. زیرساختار اصطلاحی ناهمگون است که شامل زیرساخت اجتماعی (مدارس و بیمارستان‌ها) و زیرساخت اقتصادی (خدمات شبکه) است. زیرساخت، کالاها و خدمات عمومی در فرایند تولید به مکمل‌های ورودی عوامل سنتی تولید، مانند سرمایه، کار و کارآفرین تبدیل می‌شوند. آن‌ها با کاهش هزینه تولید و بهبود کارایی به افزایش بازده سرمایه‌گذاری کمک می‌کنند (آنوچیوا و مادوکا^۱، ۲۰۱۴). یکی از مهمترین دلایل منافع عظیم سرمایه‌گذاری در زیرساخت، آثار آن بر گسترش ظرفیت تولیدی اقتصاد در درازمدت است. زیرا سرمایه‌گذاری مستقیم در زیرساخت، امکانات تولیدی و فعالیت‌های اقتصادی را تحریک می‌کند و هزینه‌های معاملات و هزینه‌های تجاری را کاهش می‌دهد و همچنین فرصت‌های شغلی و زیرساختی فیزیکی و اجتماعی را برای قشر فقیر فراهم می‌کند. در مقابل، فقدان زیرساخت باعث محدودیت در رشد پایدار و محدودیت در کاهش فقر می‌شود (ساهو و داش^۲، ۲۰۰۹) بر اساس یکی از کامل‌ترین تعریف‌ها، زیرساخت هر کشوری مجموعه تسهیلات عمومی با سرمایه‌گذاری خصوصی یا عمومی است که امکان ارائه

3. Normaz. and Jamliah,

4. Khandker and Samad

5. Aschauer

6. Dollar et al

7. Hulten & Schwab

1. Anochiwa and Maduka

2. Sahoo and Dash

مرور ادبیات موضوع حاکی از تأثیر مثبت انواع زیرساخت‌ها بر رشد اقتصادی است از جمله: هالتن و شواب^{۱۲} (۱۹۹۱)، ایستریلی و ریبیلو^{۱۳} (۱۹۹۳)، راماناتان^{۱۴} (۲۰۰۱)، کالدرون و سرون^{۱۵} (۲۰۰۴)، دلار و همکاران^{۱۶} (۲۰۰۵)، هالتن و ایساکسون^{۱۷} (۲۰۰۷)، فدرکه و بوگتیچ^{۱۸} (۲۰۰۹)، دتیر و همکاران^{۱۹} (۲۰۱۰)، فلیشر و همکاران^{۲۰} (۲۰۱۰)، پرادان و باغچی^{۲۱} (۲۰۱۵)، آچور و بلومی^{۲۲} (۲۰۱۶). مطالعات دیگری نیز وجود دارد که نتایج منفی یا مختلط زیرساخت‌های مختلف را بر متغیرهای کلان اقتصادی نشان می‌دهد از جمله: ایوانز و کاراس^{۲۳} (۱۹۹۴)، گراملیچ^{۲۴} (۱۹۹۴)، هولتز-ایکین و شوارتز^{۲۵} (۱۹۹۴)، بوگهیس^{۲۶} (۲۰۰۰)، برنمن و کرف^{۲۷} (۲۰۰۲)، اوکوه و ابی^{۲۸} (۲۰۱۳)، جرمن-سوتو و همکاران^{۲۹} (۲۰۱۷).

با ارزیابی ۱۰۲ مطالعه انجام شده در طی ۱۵ سال گذشته، تحقیقات سیاستی که توسط بانک جهانی تأمین مالی شده است. گارمندیا و همکاران^{۳۰} (۲۰۰۴)، نشان دادند که تأثیر زیرساخت‌ها در کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. آنها دریافتند که زیرساخت‌ها در ایالات متحده تأثیر چندانی ندارد اما تأثیر مثبت قابل توجهی در رشد اقتصادی اسپانیا و همچنین کشورهای در حال توسعه دارد. اوکوه و ابی (۲۰۱۳) نشان دادند که روابط بین سرمایه‌گذاری زیرساختی و کیفیت نهادی بر رشد اقتصادی به دلیل فساد ناچیز است. مطالعه انجام شده توسط جرمن سوتو (۲۰۱۷) در مناطق شهری مکزیک نشان

برق می‌تواند کیفیت محصول را افزایش دهد و همچنین اضافه کرد که رقابت و تخصص، بهره‌وری کل عوامل را تشدید می‌کند. دتیر^۱ و همکاران (۲۰۱۰)، با استفاده از نظرسنجی‌های سازمانی از ۷۰۰۰۰ شرکت در بیش از ۱۰۰ کشور در سراسر جهان تأثیر زیرساخت مالی، امنیت، رقابت و مقررات را بر بهره‌وری و رشد در کشورهای در حال توسعه بررسی کردند. نتایج مطالعه آنها تأثیر مثبت معنادار این متغیرها را بر بهره‌وری و رشد نشان داد.

مطالعه راماناتان (۲۰۰۱)^۲، کالدرون و سرون (۲۰۰۴)^۳، گاش و همکاران^۴ (۲۰۰۵)، ریچاودهاری^۵ (۲۰۰۴) تأثیر مثبت جاده‌ها را در اقتصاد روستایی نشان می‌دهد، بویژه در بازاریابی و توزیع کالاهای کشاورزی و همچنین کاهش هزینه‌های حمل و نقل ثابت شده است. فدرکه و همکاران (۲۰۰۶) با مطالعه آفریقای جنوبی نشان دادند که زیرساخت‌ها هم تأثیر مستقیم و هم غیرمستقیم بر تولید دارند. شواهد تجربی در مطالعه آنها تأثیر مثبتی از تأمین زیرساخت بر بهره‌وری و رشد نشان می‌دهد. این یافته‌ها در تحقیقات فدرکه و بوگتیچ^۶ (۲۰۰۹) رولاند هولست^۷ (۲۰۰۹)، پرادان و باغچی (۲۰۱۳) تایید شد. مادن و ساویج^۸ (۱۹۹۸)، با استفاده از داده‌های ۲۷ کشور اروپای مرکزی و شرقی رابطه مثبتی بین سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مخابراتی و رشد اقتصادی یافتند. فابیانی و همکاران^۹ (۲۰۰۵)، داده‌های شرکت‌های تولیدی ایتالیایی را بررسی کردند و نشان دادند که سرمایه‌گذاری ICT تأثیر قوی‌تری بر بهره‌وری دارد. مطالعات ساسی و گوآید^{۱۰} (۲۰۱۳) این نتایج را تایید می‌کند. در مطالعه گروبر و کوترومپیس^{۱۱} (۲۰۱۰)، تأثیر ارتباطات تلفن همراه بر تولید ناخالص داخلی و رشد بهره‌وری برای ۱۹۲ کشور مثبت بوده است.

12. Hulten and Schwab
13. Easterly and Rebelo
14. Ramanathan
15. Calderón and Servén
16. Dollar *et al*
17. Hulten and Isaksson
18. Fedderke and Bogetic
19. Dethier *et al*
20. Fleisher *et al*
21. Pradhan and Bagchi
22. Achour and Belloumi
23. Evans and Karras
24. Gramlich
25. Holtz-Eakin and Schwartz
26. Bougheas *et al*
27. Brenneman and Kerf
28. Okoh and Ebi
29. German-Soto *et al*
30. Garmendia *et al*

1. Dethier *et al*
2. Ramanathan
3. Calderón and Servén
4. Ghosh *et al*
5. Raychaudhuri
6. Fedderke and Bogetic
7. Roland-Holst
8. Madden and Savage
9. Fabiani *et al*
10. Sassi and Goaid
11. Gruber and Koutroumpis



(۲۰۱۶)،^{۱۱} برخی از محققان تأثیر منفی یا مختلط فناوری بر رشد اقتصادی را بیان کرده اند، مانند لی و همکاران^{۱۲} (۲۰۰۵)، ایشیدا^{۱۳} (۲۰۱۵)، مک کارتنی^{۱۴} (۲۰۱۷).

در مطالعات داخلی موسوی جهرمی و عبادتی فرد (۱۳۸۷)، در مقاله‌ای با عنوان «اثر سرمایه‌گذاری در زیر ساخت حمل و نقل بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و رشد اقتصادی در ایران» رابطه قوی بین سرمایه‌گذاری در زیرساخت حمل و نقل و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی را نشان دادند. همچنین سرمایه‌گذاری در زیرساخت حمل و نقل اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی کشور داشته است. دای کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش حمل و نقل بر رشد اقتصادی در ایران» را با استفاده از الگوی ARDL بررسی کردند و نشان دادند که در کوتاه مدت و بلندمدت سرمایه‌گذاری دولت در بخش حمل و نقل اثر مثبت و معنی داری بر تولید ناخالص داخلی داشته است.

اکبریان و قائدی (۱۳۹۹) در پژوهش «سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی و بررسی تاثیر آن بر رشد اقتصادی» با روش VAR نشان دادند در بلندمدت اثر سرمایه‌گذاری سرانه نیروی کار در زیرساخت‌های اقتصادی روی تولید ناخالص داخلی مثبت است و سرمایه‌گذاری سرانه نیروی کار در زیرساخت ارتباطات بیشترین تأثیر و سرمایه‌گذاری سرانه نیروی کار در زیرساخت انرژی کمترین تأثیر را روی تولید ناخالص داخلی بدون نفت سرانه نیروی کار ایران دارد. در کوتاه مدت هیچ رابطه معنی‌داری بین رشد اقتصادی بدون نفت سرانه نیروی کار و رشد سرمایه‌گذاری سرانه نیروی کار در زیرساخت‌های اقتصادی وجود ندارد.

عرفانی و همکاران (۱۳۹۱)، با مطالعه «اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته» به این نتیجه رسیدند که اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد هر دو گروه مثبت اما این اثر در کشورهای توسعه یافته بیشتر است.

می‌دهد که متغیرهای زیرساخت مانند تامین آب، زیرساخت جاده، بزرگراه‌ها و شاخص زیرساخت اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر رشد اقتصادی ندارند.

سوهاگ و همکاران (۲۰۱۵) اثرات نوآوری فناورانه بر مصرف انرژی در مالزی را بررسی کردند، نتایج حاکی از این بود که افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه و باز بودن تجارت باعث ایجاد اثر بازگشتی نوآوری فناوری بر مصرف انرژی می‌شود. برخی از محققان تأثیر مختلط یا منفی فناوری بر رشد اقتصادی را کشف کردند. در مطالعه‌ای لی و همکاران (۲۰۰۵) نشان دادند که فناوری اطلاعات و ارتباطات در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و اقتصادهای تازه صنعتی شده (NIE) تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد اما در کشورهای در حال توسعه تأثیر منفی داشته است. مطالعه ایشیدا (۲۰۱۵)، رابطه بین سرمایه‌گذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات، مصرف انرژی و رشد اقتصادی در ژاپن را بررسی کرده است. نتیجه به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات تولید ناخالص داخلی را افزایش نمی‌دهد.

مجموعه گسترده‌ای از تحقیقات وجود دارد که به بررسی روابط فناوری - رشد پرداخته است و اکثر محققان تأثیر مثبت فناوری بر رشد اقتصادی را بیان کرده‌اند و نشان دادند که انواع مختلف فناوری مانند ICT، پهنای باند، مخابرات، مخابرات سیار، فناوری تلفن همراه، باز بودن مالی، ثبت اختراع و نوآوری بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت دارند. از جمله تحقیقات انجام شده توسط هاردی^۱ (۱۹۸۰)، استیرو^۲ (۲۰۰۲)، فابیانلی و همکاران^۳ (۲۰۰۵)، گارباز و تامپسون^۴ (۲۰۰۷)، گروبر و کوترومپیس^۵ (۲۰۱۰)، وو^۶ (۲۰۱۱)، ساسی و گوئید^۷ (۲۰۱۳)، چستر و همکاران^۸ (۲۰۱۴)، سوهاگ و همکاران^۹ (۲۰۱۵)، شهباز و همکاران^{۱۰}

1. Hardy
2. Stiroh
3. Fabiani *et al.*
4. Garbacz and Thompson
5. Gruber and Koutroumpis
6. Vu
7. Sassi and Goaid
8. Chester *et al*
9. Sohag *et al*
10. Shahbaz *et al*

12. Lee *et al*
13. Ishida
14. McCartney



(IND) ایران، داده‌ها از «شاخص‌های توسعه جهانی»^۲ منتشر شده توسط بانک جهانی استخراج شده است. دوره مورد مطالعه ۱۳۵۹ تا ۱۳۹۹ است. برای توسعه صنعتی (IND)، از ارزش‌افزوده صنعتی^۳ (ثابت ۲۰۱۵ دلار آمریکا) استفاده شده، ارزش‌افزوده صنعتی به عنوان نماینده توسعه صنعتی ایران با توجه به مقاله رحمان و کاشم (۲۰۱۵) استفاده شده است. برای نوآوری فناورانه^۴ (TI)، تعداد اختراعات ثبت شده توسط مجموع افراد مقیم و غیر مقیم ایران به عنوان نماینده در نظر گرفته شده است. می‌توان اشاره کرد که نوآوری فناوری نشان‌دهنده علاقه سازمان‌های صنعتی و خصوصی یک کشور به کشف یک فناوری جدید است و می‌تواند با یک شاخص کمی مانند تعداد اختراعات^۵ منعکس شود. مطالعات تجربی آنگ^۶ (۲۰۰۹)، تانگ و تن^۷ (۲۰۱۳)، سوهاگ و همکاران (۲۰۱۵)، سدرهولم و ژونگ^۸ (۲۰۱۷) تعداد اختراعات را به عنوان نماینده‌ای برای نوآوری فناورانه در نظر گرفته‌اند.

مهرگان و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند که در بلندمدت رابطه میان انباشت سرمایه انسانی و فیزیکی بر رشد اقتصادی ایران مثبت و معنی‌دار است و در بلندمدت انباشت سرمایه انسانی بیشترین تاثیر را بر رشد اقتصادی ایران دارد. در ادبیات موجود، محققین متعددی با استفاده از متغیرهای مختلف از جمله تولید ناخالص داخلی، انتشار CO₂، مصرف انرژی، توسعه بخش مالی، درآمد، نابرابری درآمد، باز بودن تجارت، نوآوری‌های فناوری، زیرساخت‌ها، رشد یا توسعه صنعتی و غیره، مطالعات زیادی انجام داده و از روش‌های مختلفی استفاده کرده‌اند. نوآوری پژوهش بررسی روابط نوآوری فناوری، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی ایران است که مطالعه‌ای در این خصوص انجام نشده است.

۵- روش‌شناسی داده‌ها

به منظور بررسی روابط بین سه متغیر مهم اقتصاد کلان، نوآوری فناورانه (TI)، زیرساخت (INF) و توسعه صنعتی

جدول ۱. داده‌ها

نام متغیر	زیرساخت INF	ارزش افزوده صنعتی IND	نوآوری فناورانه TI
متغیر مورد استفاده	Industrial value added (constant 2015 US\$)	Industry (including construction), value added ((constant 2015 US\$	Patent applications, residents+ Patent applications, nonresidents
منبع	World bank	World bank	World bank

روش

در این مطالعه از تابع تولید کاب-داگلاس در مدل سولو (۱۹۵۶) برای تجزیه و تحلیل روابط بین نوآوری‌های تکنولوژیکی، زیرساخت‌ها و رشد صنعتی ایران استفاده شده است. تابع تولید کاب-داگلاس به طور گسترده در اقتصاد برای ارائه رابطه بین نهاده‌ها و ستاده استفاده می‌شود. تابع تولید کلی به صورت زیر بیان شده است:

برای متغیر زیرساخت^۱ (INF) محققین مختلف از تقریب‌های متفاوتی استفاده کرده‌اند، جرمن سوتو و همکاران (۲۰۱۷) از «شاخص زیرساخت جهانی» استفاده کردند که تنها برای ۲۷ کشور این شاخص وجود دارد. پرادان و باغچی (۱۳۹۲)، آپور و بلومی (۲۰۱۶) از داده‌های «تشکیل سرمایه ناخالص» WDI استفاده کردند. در این مقاله نیز از تشکیل سرمایه ناخالص (ثابت ۲۰۱۵ دلار آمریکا) به عنوان نماینده زیرساخت (INF) برای ایران استفاده شده و داده‌های سری زمانی به شکل لگاریتم وارد شده است.

2. World Development Indicators^۲
3. Industrial Development
4. technological innovation
5. Patent
6. Ang
7. Tang & Tan
8. Cederholm and Zhong

1. Infrastructure



(ج) می‌توان از آن برای مشاهدات با تعداد کم استفاده کرد.
 (د) در این روش می‌توان از وقفه‌های متفاوت برای متغیرهای مختلف استفاده کرد. (ه) نتایج بی‌تورش روابط کوتاه‌مدت و پویایی بلندمدت پارامترها در این روش ارائه می‌شود و (و) مشکلات خودهمبستگی و درونزایی^۱ را تا آنجا که ممکن است حذف می‌کند.

روش ARDL، نتایج مدل تصحیح خطا، سرعت تعدیل بازگشت به تعادل بلندمدت پس از شوک‌های کوتاه مدت را نشان می‌دهد. ECM ضریب کوتاه مدت را با ضریب بلندمدت بدون از دست دادن اطلاعات بلندمدت ادغام می‌کند. مدل ARDL مورد استفاده در این مطالعه عبارت است از:

$$\Delta \ln IND_t = \alpha_{10} + \sum_{i=1}^{\rho_1} \alpha_{11} \Delta \ln IND_{t-i} + \sum_{i=1}^{\rho_1} \alpha_{12} \Delta \ln TI_{t-i} + \sum_{i=1}^{\rho_2} \alpha_{13} \Delta \ln INF_{t-i} + \beta_2 \Delta \ln TI_{t-1} + \beta_3 \Delta \ln INF_{t-1} + \beta_4 DUM + \varepsilon_t \quad (7)$$

در مدل بالا، IND، TI و INF متغیرهای مطالعه هستند. این مدل یک مدل تصحیح خطا (ECM) است. ε_t در مدل، جمله اختلال با توزیع تصادفی است که مستقل از هم بوده و توزیع نرمال دارد. پسران و همکاران (۲۰۰۱) این نوع خاص از ECM را ECM نا مقید نامیدند. عبارات ذکر شده در مدل با علائم جمع نشان‌دهنده پویایی‌های تصحیح خطا برای کوتاه مدت و β نشان دهنده روابط بلندمدت بین متغیرها است. ρ_1 و ρ_2 حداکثر طول وقفه برای مدل با استفاده از یک یا چند «معیار اطلاعات» مانند AIC، SC، HQ، و غیره تعیین می‌شود. DUM متغیر مجازی برای سال‌های جنگ استفاده شده است.

فرضیه‌های صفر و یک معادله فوق به صورت زیر خواهد بود:

H0: هیچ هم‌انباشتگی وجود ندارد.

H1: هم‌انباشتگی وجود دارد.

فرضیه صفر مدل با استفاده از آزمون F مورد آزمون قرار می‌گیرد. بنابراین فرضیه صفر و جایگزین برای مدل به شرح زیر است:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

1. endogeneity

$$Y = f(K, L) \quad (1)$$

که در آن Y کل تولید و K نهاده سرمایه، L بهره‌وری نیروی کار است که ثابت است و با استفاده از تکنولوژی موجود و در دسترس به دست می‌آید. تابع تولید کاب داگلاس نیز به صورت زیر است:

$$Y = Af(K, L) \quad (2)$$

$$Y = f(AK^\alpha L^\beta) \quad (3)$$

که در آن A پارامتر تکنولوژی و ضرایب α و β کشش ستاده به سرمایه و نیروی کار هستند. تابع تولید کاب داگلاس به صورت زیر است.

$$Y = f(K, L \times E) \quad (4)$$

در اینجا E کارایی نیروی کار است که با فناوری ادغام شده است. بنابراین بر اساس تابع تولید کاب-داگلاس بیان شده در مدل سولو (معادله (۳) و (۴)) معادله خطی کلی برای سه متغیر کلان اقتصادی - نوآوری تکنولوژیک، زیرساخت و توسعه صنعتی به شرح زیر است:

$$IND_t = \alpha_0 + \alpha_1 TI_t + \alpha_2 INF_t + \varepsilon_t IND \quad (5)$$

ارزش افزوده صنعتی به عنوان نماینده توسعه صنعتی استفاده شده است، TI نشان‌دهنده نوآوری فناوری است و INF به زیرساخت اشاره می‌کند، α ثابت را نشان می‌دهد α_1 و α_2 ضرایب متغیرها را نشان می‌دهد، ε_t عبارت پسماند را اندازه‌گیری می‌کند. زیرنویس t دوره زمانی است. با گرفتن لگاریتم طبیعی متغیرهای هر دو طرف معادله به صورت زیر خواهد بود:

$$\ln IND_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln TI_t + \alpha_2 \ln INF_t + \varepsilon_t \quad (6)$$

۶- آزمون کرانه‌های ARDL

روش‌های مختلفی برای آزمایش وجود هم‌انباشتگی و روابط کوتاه مدت و بلندمدت بین متغیرها وجود دارد. در این مقاله از روش آزمون کرانه‌های ARDL استفاده شده است. رویکرد آزمون کرانه‌های ARDL دارای ویژگی‌های برتری نسبت به روش‌های آزمون هم‌انباشتگی مرسوم است از جمله: (الف) امکان تجزیه و تحلیل داده‌ها را در هنگام وجود هم‌انباشتگی (۰) I یا (۱) I فراهم می‌کند. (ب) انعطاف‌پذیری داشته و برای معادله تنظیم شده به راحتی قابل اجرا و تفسیر است.



جدول حاکی از وجود ۱ شکست ساختاری متغیرهای رشد صنعتی، زیرساختی و نوآوری فناوری در سال‌های ۱۳۶۳، ۱۳۷۳ و ۱۳۷۸ است. سپس آزمون ریشه واحد شکست ساختاری در آزمون مانایی ADF انجام شد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون‌های ریشه واحد شکست ساختاری در آزمون دیکی فولر نیز نشان می‌دهد که مانایی (۱) I است، اما هیچ‌کدام از آنها در (۲) I معنی‌دار نیستند. در نتیجه می‌توان بیان کرد که هم نتایج آزمایش‌های ریشه واحد مرسوم و هم آزمایش‌های ریشه واحد شکست ساختاری شرایط استفاده از رویکرد ARDL در این مطالعه را برآورده می‌کنند.

جدول ۲. نتایج آزمون ریشه واحد (مانایی)

متغیرها	ADF	
	t-stat / Prob	درجه مانایی
LIND	-۵/۷۴، (۰،۰۰۰)	I(1)
LINF	-۶/۱۲، (۰،۰۰۰)	I(1)
LTI	-۳/۶۵، (۰،۰۰۹)	I(1)

منبع: محاسبات تحقیق.

جدول ۳. نتایج آزمون مانایی با نقاط شکست

متغیرها	LIND	LINF	LTI
سالهای شکست	۱۳۶۳	۱۳۷۳	1387
Intercept&Trend مانایی	-	-	I(1)
Intercept only مانایی	I(1)	I(1)	-

منبع: محاسبات تحقیق.

۸- برآورد مدل ARDL

بر اساس روش ARDL، انتخاب ترتیب وقفه متغیرها برای تعیین مشخصات مدل بسیار مهم است. معیار اطلاعات شوارتز (SC) برای انتخاب طول وقفه مناسب برای مدل در این مطالعه استفاده شده است. معیارهای آکائیک^۲ (AIC)، شوارتز (SC)^۳ و معیار حنان کوئین (HQ)^۴ جهت انتخاب طول وقفه قابل استفاده هستند. مدل انتخاب شده (۴ و ۲) ARDL است.

$$H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$$

پسران و همکاران (۲۰۰۱) در مورد روش آزمون کرانه‌ها مقادیر بحرانی آماره F را برای توزیع مجانبی استفاده نمودند. در این روش، آن‌ها کران‌های پایین و بالا را بر روی مقادیر بحرانی برای وضعیت‌های مختلف معرفی کردند. با توجه به توضیحات آنها، هیچ هم‌انباشتگی بین متغیرها وجود ندارد اگر آماره F محاسبه شده کمتر از کران پایینی باشد و اگر از کران بالایی تجاوز کند، یک رابطه بلندمدت وجود دارد. اگر بین مرزها قرار گیرد، نتیجه آزمون قطعی نیست. در این تحلیل، پارامترهای کوتاه‌مدت با اعمال مکانیسم تصحیح خطا (ECM) بیان شده در مدل بالا (معادله (۷)) برآورد می‌شوند:

$$\Delta \ln IND_t = \alpha_{10} + \sum_{i=1}^{\rho} \alpha_{11} \Delta \ln IND_{t-i} + \sum_{i=1}^{\rho_1} \alpha_{12} \Delta \ln TI_{t-i} + \sum_{i=1}^{\rho_2} \alpha_{13} \Delta \ln INF_{t-i} + \beta_{14} DUM + \gamma_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_t \quad (8)$$

در رابطه (۸) ECT عبارت تصحیح خطا خاص در مدل تصحیح خطا است که نشان‌دهنده سرعت تعدیل پس از یک شوک کوتاه‌مدت است. علاوه بر این، علیت بلندمدت با مقدار منفی و معنی‌دار عبارت تصحیح خطا γ و علیت کوتاه‌مدت با مقدار معنی‌دار ضرایب سایر متغیرهای توضیحی نشان داده می‌شود.

۷- یافته‌های پژوهش

آزمون ریشه واحد

نتایج به‌دست‌آمده از آزمون ریشه واحد ADF نشان می‌دهد که همه متغیرها (۱) I بوده و هیچ‌کدام از آنها (۲) I نیستند. بنابراین این نتایج شرایط استفاده از رویکرد ARDL را در مطالعه برآورده می‌کند. در راستای بحث در مورد بخش روش‌شناسی ریشه واحد، از آنجایی که باروس و همکاران^۱ (۲۰۱۱) نشان دادند که متغیرهای کلان اقتصادی تغییرات ساختاری به ویژه در کشورهای در حال توسعه را تجربه می‌کنند و آزمون‌های ریشه واحد سنتی مانند ADF نتایج تورش داری را در جهت عدم رد فرضیه صفر ریشه واحد در حضور شکست ساختاری ارائه می‌دهند، نقاط شکست ساختاری بررسی و نتیجه در جدول ۳ ارائه شده است. نتایج

2. Akaike

3. Schwarz

4. Hannan-Quinn

1. Barros et al



است. مقدار آماره F تخمینی مدل از کرانه بالایی در سطح معناداری ۱٪ فراتر رفته است. از نتایج به دست آمده پسران و همکاران (۲۰۰۱) و نارایان (۲۰۰۵) مشخص است که بین متغیرهای مدل رابطه بلندمدت وجود دارد.

جدول ۶. آزمون کرانه‌ها برای وجود هم‌انباشتگی و رابطه

بلندمدت متغیر وابسته		
I(1) کرانه بالا	کرانه پایین I(0)	سطح معناداری آزمون پسران ۲۰۰۱
۳/۶۷	۲/۷۹	۵ درصد
۳/۲	۲/۳۷	۱۰ درصد
۴/۶۶	۳/۶۵	۱ درصد
F-statistic=۱۲/۲۱۲۳		

I(1) کرانه بالا	کرانه پایین I(0)	سطح معناداری آزمون نارایان ۲۰۰۵
۴/۱۹	۳/۱۶	۵ درصد
۳/۵۳	۲/۶۱	۱۰ درصد
۵/۸۱	۴/۴۲	۱ درصد

منبع: محاسبات تحقیق.

رابطه تعادل بلندمدت بین متغیرها با استفاده از مدل ARDL محاسبه شده و نتیجه برآورد بلندمدت در جدول (۷) آمده است.

جدول ۷. نتایج برآورد ضرایب بلندمدت با استفاده از

مدل ARDL، متغیر وابسته LIND

متغیر	ضریب	آماره t	احتمال
LTI	۰/۰۸۳۹	۸/۴۳۲۴۵	۰/۰۰۰۰
LINF	۰/۱۶۲۲	۴/۳۸۵۴	۰/۰۰۰۲
DUM	-۰/۴۱۱۶	-۱۷/۸۶۵۱	۰/۰۰۰۰
C	۲۰/۶۸۹۴	۲۳/۴۶۴۹	۰/۰۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق

نتایج نشان می‌دهد که ضرایب برای متغیرهای نوآوری فناورانه، زیرساخت و رشد صنعتی معنادار هستند. نتایج به دست آمده از مدل نشان می‌دهد که زیرساخت‌ها در بلندمدت بر رشد صنعتی تأثیر مثبت دارند که علامت و معنا داری آماری ضرایب آن‌ها تأیید می‌شود. نوآوری فناورانه نیز در بلندمدت تأثیر مثبت و معنادار بر رشد صنعتی دارد و با نظریات رشد سولو (۱۹۵۶) رومر (۱۹۹۰)، اولتون (۲۰۱۲)

جدول ۴. انتخاب مدل بهینه

مدل	n	k	F-statistic
ARDL(2, 0, 0, 4)	4	3	201/72

منبع: محاسبات تحقیق.

۹- آزمون‌های تشخیصی مدل

آزمون بربوش - گادفری حاکی از عدم وجود خودهمبستگی در مدل است، آزمون بربوش - پاگان - گادفری و آزمون آرچ نیز عدم وجود ناهمسانی واریانس را نشان می‌دهد. برای تصریح صحیح فرم تبعی مدل از آزمون رمزی استفاده شده است و آزمون نرمالیتی ژارک-برا حاکی از وجود پسماندهای نرمال است.

جدول ۵. آزمون‌های تشخیصی

نتیجه	احتمال	آماره	آزمون تشخیصی
عدم وجود خودهمبستگی	۰/۵۷۸۵	F-statistic = ۰/۵۵۹۴	خود همبستگی بربوش گادفری
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰/۳۳۰۷	F-statistic = ۱/۲۰۷۷	واریانس ناهمسانی بربوش پاگان گادفری
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰/۲۱۰۵	F-statistic = ۱/۶۳۶۷	واریانس ناهمسانی آرچ ARCH
فرم تبعی مدل درست تصریح شده است	۰/۴۳۹۱	F-statistic = ۰/۱۳۳۴	آزمون تشخیص فرم تبعی مدل رمزی Ramsey RESET Test
پسماندها نرمال است	۰/۷۵۵۰	F-statistic = ۰/۵۶۱۹	آزمون نرمالیتی Jarque-Bera

منبع: محاسبات تحقیق.

نتایج آزمون‌های تشخیصی نشان می‌دهد مدل آزمون‌های خود همبستگی، نرمال بودن و ناهمسانی را گذرانده و در این شرایط می‌توان نتیجه گرفت که این مدل از تناسب خوبی برخوردار است.

۱۰- آزمون کرانه‌ها و پویایی بلندمدت

مرحله بعدی تجزیه و تحلیل با پیروی از پسران و همکاران (۲۰۰۱) آزمون کرانه‌ها است. نتیجه آزمون کرانه های ARDL نشان داد که آماره F مدل برابر با ۱۲/۲۱۲۳



در مورد ضرورت نوآوری‌های فناورانه برای رشد اقتصادی مطابقت دارد.

۱۱- تحلیل کوتاه مدت

پس از توضیح رابطه بلندمدت متغیرها، علیت کوتاه مدت در جدول (۸) بررسی شده است. نتایج تحلیل کوتاه‌مدت نشان می‌دهد که پویایی بلندمدت همزمان با روابط بلندمدت بین متغیرها برقرار است. علامت تصحیح خطا $CointEq(-1)$ حتی در سطح ۱٪ منفی و معنی دار قوی است و نشان دهنده وجود رابطه بلندمدت است. نتایج آزمون مدل تصحیح خطا ECM نشان می‌دهد که ضریب تصحیح خطای مدل، از نظر آماری معنادار است و منفی بودن آن نشان دهنده این است که هر عدم تعادلی در بلندمدت به سمت تعادل حرکت می‌کند. ضریب $ECM = -1/1483$ است که نشان دهنده سرعت تطبیق قوی و سریع به حالت تعادل است. زیرساخت‌ها و نوآوری‌های فناورانه در کوتاه مدت نیز تاثیر مثبت بر رشد صنعتی دارند نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل بلندمدت و کوتاه‌مدت نشان می‌دهد که نوآوری و زیرساخت‌های فناوری در کوتاه مدت نیز تاثیر مثبت و معنادار بر رشد صنعتی دارند. در زمینه پیوند فناوری نوآورانه و رشد در کوتاه مدت و بلندمدت، نتایج مقاله مبانی نظری الگوهای رشد درونزا را تایید می‌کند. در مورد رابطه میان زیرساخت و رشد صنعتی نیز با مبانی نظری مطابقت دارد. علامت مثبت ضریب نوآوری فناورانه حاکی از اثر مثبت آن بر رشد صنعتی است. سرمایه‌گذاری

دولت در بخش ICT، تحقیق و توسعه، اهمیت به حقوق مالکیت فکری، حمایت از ثبت اختراعات و نوآوری‌های بین المللی و حمایت از نوآوری‌های فناورانه تولید شده در دانشگاه برای ورود به صنعت (سیدی، ۱۳۹۷: ۲۲) اثرات نوآوری بر رشد صنعتی را افزایش خواهد داد. کوچک بودن این ضریب در کوتاه‌مدت و بلندمدت نشان‌دهنده نقش آفرینی اندک نوآوری فناورانه بر صنعت تا کنون است. قدیمی بودن ماشین آلات و پایین بودن ذخیره استهلاک آنها بواسطه شرایط تورمی، منجر به عدم توانایی بسیاری از بنگاهها در جایگزینی ماشین‌آلات شده و در نتیجه این ضریب را کاهش داده و لزوم ورود فناوری‌های جدید به صنعت وجود دارد. عدم رقابت در بازار داخلی و فقدان سهم قابل توجه در بازارهای جهانی، انگیزه سرمایه‌گذاری در فناوری را کاهش داده است. به روزرسانی فناوری و سرمایه‌گذاری انسانی موجب بهبود فناوری و رشد صنعتی می‌شود.

سرمایه‌گذاری بیشتر در این زمینه اثرات قابل توجهی بر رشد صنعتی ایران خواهد داشت. تجاری‌سازی فناوری می‌تواند پایداری و استمرار امر تحقیق را تضمین کرده و متناسب با آن، رشد اقتصادی دانش محور را سرعت ببخشد. اندازه یک بنگاه رابطه مثبتی با تجاری‌سازی فناوری دارد. بنگاه‌های بزرگ نقشی کلیدی در تجاری‌سازی فناوری و رشد صنعتی دارند (طباطباییان و همکاران، ۱۳۹۷). کمک به بنگاه‌های بزرگ تولیدی اثرات بیشتری بر افزایش تجاری‌سازی فناوری و رشد صنعتی خواهد داشت.

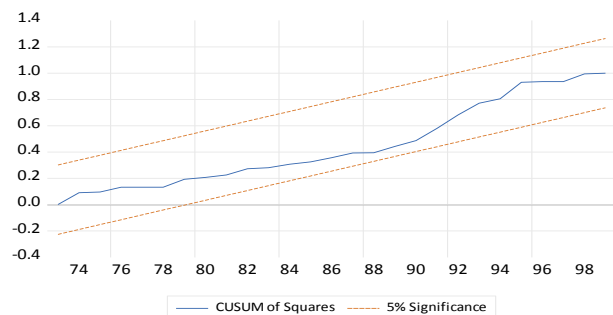
جدول ۸. الگوی پویای کوتاه مدت برای متغیر وابسته LIND با استفاده از ARDL

متغیر	ضریب	آماره t	احتمال
D(LTI)	۰/۰۹۶۴	۴/۹۰۸۹	۰/۰۰۰۰
D(LINF)	۰/۱۸۶۲	۴/۰۹۰۹	۰/۰۰۰۳
D(LIND(-1))	۰/۴۱۶۰	۳/۱۶۶۱	۰/۰۰۳۸
D(DUM)	-۰/۱۱۰۰	-۲/۳۲۷۱	۰/۰۲۷۷
D(DUM(-1))	۰/۲۶۳۹	۳/۶۲۱۱	۰/۰۰۱۲
D(DUM(-2))	۰/۲۰۲۵	۲/۹۹۴۹	۰/۰۰۵۸
D(DUM(-3))	-۰/۱۴۱۸	۲/۷۵۵۹	۰/۰۱۰۴
c	۲۳/۷۵۹۲	۶/۵۱۰۲	۰/۰۰۰۰
ECM(-1)	-۱/۱۴۸۳	-۸/۳۷۳۰	۰/۰۰۰۰

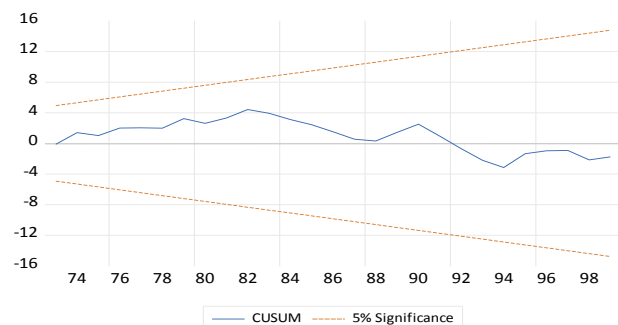
منبع: محاسبات تحقیق

۱۲- پایداری مدل

به منظور تایید پایداری پویایی بلندمدت و نتایج کوتاه‌مدت تحلیل، از آزمون‌های شکست ساختاری (CUSUM) CUSUM of Square پیشنهاد شده توسط پسران (۱۹۹۷) استفاده شده است. نمایش گرافیکی هر دو نمودار نشان می‌دهد که هیچ یک از خطوط مستقیم (کشیده شده در سطح ۰.۵٪) از محدوده CUSUM و CUSUMSQ عبور نمی‌کنند و در داخل مرزها هستند و مدل پایدار است. با توجه به مطالعه پسران (۱۹۹۷) و براون و همکاران^۱ (۱۹۷۵)، نتایج حاکی از عدم شکست ساختاری و وجود پایداری در مدل است.



نمودار ۱. CUSUM of Square



نمودار ۲. (CUSUM)

۱۳- نتیجه‌گیری

در این مطالعه پویایی‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت بین نوآوری‌های فناورانه، زیرساخت‌ها و توسعه صنعتی در ایران برای دوره ۱۳۵۹-۱۳۹۹ بررسی شد. رویکرد آزمون کرانه‌های ARDL برای تعیین هم‌انباشتگی و مدل تصحیح خطا (ECM) برای پویایی بلندمدت و کوتاه‌مدت

استفاده شد. آزمون کرانه‌های ARDL هم‌انباشتگی بلندمدت و همچنین کوتاه‌مدت بین سه متغیر را در ایران تایید کرد. نتایج به‌دست‌آمده بیانگر این است که زیرساخت‌ها و نوآوری‌های فناورانه در بلندمدت و کوتاه‌مدت تأثیر مثبت و معنادار بر رشد صنعتی دارند که با مبانی نظری و مدل‌های رشد جدید مطابقت دارد.

علامت مثبت ضریب نوآوری فناورانه حاکی از اثر مثبت آن بر رشد صنعتی است. سرمایه‌گذاری دولت در زیرساخت‌ها بخصوص زیرساخت‌های دیجیتال و ICT، تحقیق و توسعه، اهمیت به حقوق مالکیت فکری، حمایت از ثبت اختراعات و نوآوری‌های بین‌المللی و حمایت از نوآوری‌های فناورانه دانشگاه‌ها برای ورود به صنعت، موجب افزایش نوآوری فناورانه و اثرات آن بر رشد صنعتی خواهد شد. کوچک بودن این ضریب در کوتاه‌مدت و بلندمدت نشان‌دهنده نقش‌آفرینی اندک نوآوری فناورانه بر صنعت تا کنون است. پایین بودن ذخیره استهلاک ماشین‌آلات به دلیل تورم، مانع نوسازی و بکارگیری فناوری‌های جدید است و موجب کوچک بودن ضریب فناوری است. ایجاد زمینه‌های رقابت در بازار داخلی و تلاش برای افزایش سهم در بازارهای جهانی، انگیزه سرمایه‌گذاری در فناوری را افزایش خواهد داد.

برای بهبود نقش فناوری و زیرساخت‌ها بر رشد صنعتی ایران و افزایش نقش‌آفرینی دولت، باید سیاست‌گذاری‌های کلان در عرصه فناوری و نوآوری به سرعت مدون گردد و سیاست‌های موجود بازنگری شود و اقدامات لازم برای بهبود انجام پذیرد. سیاست نوآوری فناوری به روز و بهبود یافته نه تنها هزینه تولید را کاهش می‌دهد بلکه رشد صنعتی کشور را پر شتاب خواهد ساخت. یکی از تأثیرات عمده فناوری بر محیط زیست خواهد بود، ارتقاء فناوری سبز و پاک در صنایع، کیفیت محیط زیست کشور را بهبود می‌بخشد. با وجود واردات فناوری جدید، پذیرش و جذب برای کشور در حال توسعه‌ای مانند ایران دشوار و پرهزینه است. دولت باید در زمینه رشد فناوری نوآورانه سیاست‌گذاری نماید و با توجه به رشد پر شتاب نوآوری به خصوص در زمینه هوش مصنوعی و سایر فناوری‌های جدید باید سیاست‌گذاری و اجرا با سرعت صورت پذیرد که رشد صنعتی و رشد اقتصادی کشور را در

1. Brown et al



جذب می‌کند، تجارت داخلی و بین‌المللی را تقویت می‌کند و بازار سهام را وسعت می‌بخشد. اهمیت به حقوق مالکیت فکری، حمایت از ثبت اختراعات و نوآوری‌های بین‌المللی، انتقال نوآوری‌های فناورانه تولید شده در دانشگاه به صنعت و تجاری‌سازی می‌تواند در بهبود تاثیر نوآوری‌های فناورانه بر رشد صنعتی در ایران موثر باشد.

موضوع مهم دیگر در مورد زیرساخت، گنجاندن سیاست زیرساخت سبز است. دولت باید در اجرای پروژه‌های بزرگ زیرساختی به محیط زیست و تنوع زیستی توجه کند. انطباق سیاست‌های نوآوری زیرساختی و فناوری سبز و پاک، تأثیر مثبت قابل‌توجهی بر صنایع آلاینده و فرآیند شهرنشینی بی‌برنامه خواهد داشت و کیفیت زیست محیطی کشور را بهبود می‌بخشد. اقدام سیاستی جداگانه و منفرد مانند فناوری نوآورانه، زیرساخت و توسعه صنعتی نتیجه موفقیت‌آمیز چندانی به همراه نخواهد داشت، یک سیاست کلان یکپارچه در راستای ارتقاء رشد صنعتی، رشد اقتصادی ایران را تضمین خواهد کرد.

کل افزایش دهد. سرمایه‌گذاری دولت در تحقیق و توسعه در بخش صنعتی و تحقیقات دانشگاهی می‌تواند این وضعیت را مانند چین بهبود بخشد.

همچنین در راستای نوآوری‌های فناورانه، فضای زیادی برای توسعه زیرساختی در ایران وجود دارد. ایران به لحاظ زیرساختی پروژه‌های بزرگ بسیاری اجرا نموده است، جهت بهبود افزایش نقش زیرساختها در رشد صنعتی باید سیاست‌های مذکور در جهت بهبود زیرساختهای فناوری اطلاعات و ارتباطات ICT و رشد زیرساخت‌های فناوری‌های دیجیتال بوده و با هدف اثرگذاری بر رشد صنعتی در کوتاه مدت و بلندمدت انجام شود. کشورهایی مانند چین و هند با توسعه برنامه‌ریزی شده در بخش زیرساخت به موفقیت فوق‌العاده‌ای در رشد اقتصادی دست یافته‌اند، ایران نیز می‌تواند به آن دست یابد.

رشد زیرساخت و نوآوری‌های فناورانه رشد پایدار اقتصادی کشور را افزایش می‌دهد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را

منابع

۱. اکبریان رضا. و قائدی، علی (۱۳۹۰)، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی و بررسی تاثیر آن بر رشد اقتصادی، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۱ (۳)، ۴۸-۱۱.
۲. الهی شعبان، کلانتری نادیا، آذر عادل، حسن‌زاده محمد (۱۳۹۴)، رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی، فصلنامه مدیریت نوآوری، سال چهارم، شماره ۴، زمستان، ۱-۲۰.
۳. دائی کریم‌زاده سعید، عمادزاده مصطفی، کامکار دلاکه هادی، ۱۳۸۸، اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش حمل و نقل بر رشد اقتصادی در ایران، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال ۱۳۸۸، دوره ۱۳، شماره ۴، پیاپی ۱۰، ۶۳-۸۸.
۴. سیدی سید مهدی (۱۳۹۷)، پتنت در زیست فناوری و اهمیت آن در ارتباط دانشگاه و صنعت، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، سال هفتم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۷، ۱-۲۴.
۵. طباطباییان حبیب‌اله، قادری‌فر اسماعیل، الیاسی مهدی، بامداد صوفی جهانپار (۱۳۹۷)، الگوی تجاری‌سازی فناوری‌های نوظهور در شرکت‌های دانش‌بنیان، فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، سال هفتم، شماره سیزدهم، ۲۵-۳۹.
۶. عرفانی علیرضا، اکبرزاده سعیده، نوده فراهانی محمد، (۱۳۹۱)، مقایسه اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته منتخب، مجله اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، سال نوزدهم، شماره ۳ جدید، ۵۷-۷۵.
۷. قربانی مسعود، احمدی شادمهری محمد طاهر، مصطفوی سید مهدی، (۱۳۹۳)، بررسی زیرساخت‌ها بر رشد اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۳۵۵-۱۳۹۱، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، شماره ۵، پیاپی ۱۷، ۴۹-۶۰.
۸. محمدی حمید، دیوسالار یدالله، صلواتی گل‌نساء، بشیر محمدی محدثه، (۱۴۰۲)، واکاوی مسائل توسعه دانش‌بنیان در ایران با تاکید بر نوآوری، فصلنامه پژوهش‌های برنامه و توسعه، سال چهارم، شماره ۱۳، ۱۰۲-۱۳۵.



- Calderón, C. and L. Servén. 2004. The effects of infrastructure development on growth and income distribution. World Bank Publications, 270.
19. Cederholm, H. and P. Zhong. 2017. The effects of financial openness on innovation: An empirical study. Sweden: Lund University, Lund.
20. Dethier, J.J., M. Hirn and S. Straub. 2010. Explaining enterprise performance in developing countries with business climate survey data. World Bank Research Observer, 26(2): 258-309.
21. Dollar, D., M. Hallward-Driemeier and T. Mengistae. 2005. Investment climate and firm performance in developing economies. Economic Development and Cultural Change, 54(1): 1-31.
22. Evans, P. and G. Karras. 1994. Are government activities productive? Evidence from a panel of US states. Review of Economics and Statistics, 76(1): 1-11.
23. Fabiani, S., F. Schivardi and S. Trento. 2005. ICT adoption in Italian manufacturing: Firm-level evidence. Industrial and Corporate Change, 14(2): 225-249.
24. Fedderke, J.W. and Ž. Bogetić, 2009. Infrastructure and growth in South Africa: Direct and indirect productivity impacts of 19 infrastructure measures. World Development, 37(9): 1522-1539.
25. Fedderke, J.W., P. Perkins and J.M. Luiz. 2006. Infrastructural investment in long-run economic growth: South Africa 1875–2001. World Development, 34(6): 1037-1059.
26. Garbac, C. and J.H.G. Thompson. 2007. Demand for telecommunication services in developing countries. Telecommunications Policy, 31(5): 276-289.
27. Garmendia, C.B., A. Estache and N. Shafik. 2004. Infrastructure services in developing countries: Access, Quality, Costs and Policy Reform, Washington: World Bank Working Paper, No. 3468.
۹. موسوی جهرمی یگانه و عبادتی فرد منصوره، (۱۳۸۷)، اثر سرمایه‌گذاری دولت در زیرساخت حمل و نقل بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و رشد اقتصادی در ایران، فصلنامه پژوهشنامه حمل و نقل، دوره ۱۵ شماره ۴، ۳۶۱-۳۷۱.
۱۰. مهرگان نادر، سپه‌بان اصغر، لرستانی الهام، (۱۳۹۱)، تاثیر آموزش علم و فناوری بر رشد اقتصادی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال دوم، شماره ششم، بهار ۱۳۹۱، ۷۲-۹۳.
۱۱. یزدی، نجم‌الدین، اکبری زهرا، (۱۴۰۱)، مروری اجمالی بر وضعیت ایران در شاخص جهانی نوآوری ۲۰۲۲ (GII)، پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف.
12. Achour, H. and M. Belloumi, 2016. Investigating the causal relationship between transport infrastructure, transport energy consumption and economic growth in Tunisia. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 56: 988-998.
13. Ang, J.B, 2009. CO 2 emissions, research and technology transfer in China. Ecological Economics, 68(10): 2658-2665.
14. Anochiwa, L. and Maduka, A. 2014. Human Capital, Infrastructure and Economic Growth in Nigeria: An Empirical Evidence, Journal of Electrical and Electronics Engineering (IOSRJEET), 9(4), 1-6.
15. Barros, C.P., L.A. Gil-Alana and J.E. Payne. 2011. An analysis of oil production by OPEC countries: Persistence, breaks, and outliers. Energy Policy, 39(1): 442-453.
16. Breneman, A. and M. Kerf. 2002. Infrastructure and poverty linkages. A literature review. Washington, DC: The World Bank.
17. Brock, W.A. and M.S. Taylor. 2010. The green Solow model. Journal of Economic Growth, 15(2): 127-153.
18. Brown, R.L., J. Durbin and J.M. Evans. 1975. Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. **Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)**, 37(2): 149-192.

- and implications for the new economy. *Information & Management*, 42(7): 1009-1022.
37. Lucas, Robert, E. 1988 .On The Mechanics Of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*. Vol 22 :3-42.
38. Madden, G. and S.J. Savage.1998. CEE telecommunications investment and economic growth. *Information Economics and Policy*, 10(2): 173-195.
39. McCartney, M. 2017. Bangladesh 2000-2017: Sustainable growth, technology and the irrelevance of productivity. *Lahore Journal of Economics*, 22: 183-198.
40. Normaz, W. and Jamliah, M. 2015. The Impact of Infrastructure on Trade and Economic Growth in Selected Economies in Asia, ADBI Working Paper Series.
41. Okoh, A. and B. Ebi. 2013. Infrastructure investment, institutional quality, and economic growth in Nigeria: An interactive approach. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 26(1): 1343-1358.
42. Oulton, N. 2012. Long term implications of the ICT revolution: Applying the lessons of growth theory and growth accounting. *Economic Modelling*, 29(5): 1722-1736.
43. Pesaran, M.H. and B. Pesaran. 1997. Working with microfit 4.0: Interactive econometric analysis; windows version. Oxford University Press.
44. Pesaran, M.H. and Y. Shin. 1998. An autoregressive distributed-lag modelling approach to cointegration analysis. *Econometric Society Monographs*, Vol,31: 371-413.
45. Pesaran, M.H., Y. Shin and R.J. Smith. 2001. Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3): 289-326.
46. Pradhan, R.P. and T.P. Bagchi. 2013. Effect of transportation infrastructure on economic growth in India: The VECM
28. German-Soto, V., F.L. Gutierrez and B.H. Barajas. 2017. An analysis of the relationship between infrastructure investment and economic growth in Mexican urban areas, 1985-2008. *Economics Bulletin*, 37(4): 2422-2433.
29. Ghosh, B. and P. De. 2005. Investigating the linkage between infrastructure and regional development in India: Era of planning to globalisation. *Journal of Asian Economics*, 15(6): 1023-1050.
30. Gramlich, E.M., 1994. Infrastructure investment: A review essay. *Journal of Economic Literature*, 32(3): 1176-1196.
24. Gruber, H. and P. Koutroumpis, 2010. Mobile communications: Diffusion facts and prospects. *Communications & Strategies*, 77, 1st Q: 133
31. Hardy, A.P. 1980. The role of the telephone in economic development. *Telecommunications Policy*, 4(4): 278-286.
- Holtz-Eakin, D. and A.E. Schwartz. 1994. Infrastructure in a structural model of economic growth. National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper ,4824, August 1994.
32. Hulten, C.R. and A. Isaksson. 2007. Why development levels differ: The sources of differential economic growth in a panel of high and low income countries. National Bureau of Economic Research.69-134.
33. Hulten, C.R. and R.M. Schwab. 1991. Public capital formation and the growth of regional manufacturing industries. *National Tax Journal*, 44(4): 121-134.
34. Ishida, H. 2015. The effect of ICT development on economic growth and energy consumption in Japan. *Telematics and Informatics*, 32(1): 79-88.
35. Khandker, S.R. and H.A. Samad. 2018. Bangladesh's structural transformation: The role of infrastructure. *Economic and Social Development of Bangladesh*. Springer.
36. Lee, S.Y.T., R. Gholami and T.Y. Tong, 2005. Time series analysis in the assessment of ICT impact at the aggregate level—lessons



- economic growth in India: New evidence from a nonlinear and asymmetric analysis. *Energy Economics*, 63: 199-212.
57. Sohag, K., R.A. Begum, S.M.S. Abdullah and M. Jaafar. 2015. Dynamics of energy use, technological innovation, economic growth and trade openness in Malaysia. *Energy*, 90: 1497-1507.
58. Solow, R.M. 1956. A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1): 65-94.
59. Stiroh, K.J. 2002. Information technology and the US productivity revival: What do the industry data say? *American Economic Review*, 92(5): 1559-1576.
60. Tang, C.F. and E.C. Tan. 2013. Exploring the nexus of electricity consumption, economic growth, energy prices and technology innovation in Malaysia. *Applied Energy*, 104: 297-305.
61. Udah, E. and E. Basse. 2017. Infrastructure, human capital and Industrialization in Nigeria, *Journal of Business and Economics*, 3(6): 58-78.
62. Vu, K.M. 2011. ICT as a source of economic growth in the information age: Empirical evidence from the 1996–2005 period. *Telecommunications Policy*, 35(4): 357-372.
63. Vu, K.M., 2013. Information and communication technology (ICT) and Singapore's economic growth. *Information Economics and Policy*, 25(4): 284-300.
64. Were, M., 2015. Differential effects of trade on economic growth and investment: A cross-country empirical investigation. *Journal of African Trade*, 2(1-2): 71-85.
65. www.globalinnovationindex.org/home
66. www.worldbank.org
- approach. *Research in Transportation Economics*, 38(1): 139-148.
47. Rahman, M.M. and M.A. Kashem. 2017. Carbon emissions, energy consumption and industrial growth in Bangladesh: Empirical evidence from ARDL cointegration and Granger causality analysis. *Energy Policy*, 110: 600-608.
48. Ramanathan, R. 2001. The long-run behaviour of transport performance in India: A cointegration approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 35(4): 309-320.
49. Raychaudhuri, A. 2004. Lessons from the land reform movement in West Bengal, India. The World Bank Publication.
50. Roland-Holst, D. 2009. Infrastructure as a catalyst for regional integration, growth, and economic convergence: Scenario analysis for Asia. From Growth to Convergence. Springer. pp: 108-149.
51. Romer, P.M. 1986. Increasing returns and long-run growth, *Journal of Political Economy*, vol.94(5):1002-1037.
52. Romer, P.M. 1990. Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5): S71-S102.
53. Sahoo .P. and Dash R. Kumar. 2009. Infrastructure development and economic growth in India, *Journal of the Asia Pacific Economy*, 14(4), pp. 351-365.
54. Sassi, S. and M. Goaid. 2013. Financial development, ICT diffusion and economic growth: Lessons from MENA region. *Telecommunications Policy*, 37(4-5): 252-261.
55. Shahbaz, M., I.U. Rehman, R. Sbia and H. Hamdi. 2016. The role of information communication technology and economic growth in recent electricity demand: Fresh evidence from combine cointegration approach in UAE. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(3): 797-818.
56. Shahbaz, M., T.H. Van Hoang, M.K. Mahalik and D. Roubaud. 2017. Energy consumption, financial development and





Relationship Between Technological Innovation, Infrastructure and Industrial Growth in Iran

* Fatemeh Sorekhdehi 

** Abazar Ashtari Mehrjardi 

* Assistant Professor, Department of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

fatemeh_sorkhedehi@yahoo.com

** Assistant Professor, Department of Science and Technology, Institute of Cultural, Social and Civilization Studies, Tehran, Iran. ashtari@hscs.ac.ir

Received: 11.11.2023

Accepted: 04.06.2024

Abstract

Industrial growth is a goal in developing countries and many factors are involved in it. Studies on the effect of infrastructure and innovation on industrial growth in different countries have had different results and so far its effect has not been investigated in Iran. In this study, we examined the empirical cointegration, long and short-run dynamics and relationships between technological innovation, infrastructure and industrial growth in Iran over the period of 1980-2020. The ARDL Bounds Test methodology and ECM framework were applied. The obtained results confirmed the long-run relationship between the three variables of technological innovation, infrastructure and industrial growth in Iran. Technological innovation and infrastructure have positive and significant effects on Iran's industrial growth in the short and long term, but these effects have been small. The results obtained from this empirical analysis have important policy implications for Iran. Increasing research and development investments, investing in academic research, information and communication technology infrastructure, green technologies, importance to intellectual property rights and formulating an integrated policy for greater impact of technological innovations and infrastructure on industrial growth in increasing the effect of innovations. Technology and infrastructure will be effective on Iran's industrial growth.

Keywords: Technological Innovation-Infrastructure-Industrial Growth- ARDL Model.

Corresponding Author: Fatemeh Sorekhdehi- Fatemeh_sorkhedehi@yahoo.com



Introduction

Problem Statement: Despite the efforts made in the direction of developing innovative technology, Iran has lagged behind its competitors in the global competition of technological advances and industrial development in recent years. The main question of this article is what effect did technological innovations and infrastructures have on industrial development in Iran?

Purpose : This study has the following specific Purpose:

A) Analysis of short-run and long- run relationships of innovation and infrastructure on Iran's industrial growth.

b) Helping the subject literature in the field of formulation of national technological innovation policy, industrial policy and infrastructure policies to strengthen economic growth.

Reviewing the existing literature, we see that several researchers have used different variables of GDP, CO2 emissions, energy consumption, development of the financial sector and income, inequality, trade openness. As far as the findings and reviews show, the relationship between technological innovation, infrastructure and industrial growth in Iran has not been investigated.

Background: A review of the literature on the subject indicates the positive effect of various types of infrastructure on economic growth, including: Hulten and Schwab (1991), Easterly and Rebelo (1993) Calderón and Servén (2004), Dollar *et al* (2005), Hulten and Isaksson (2007), Fedderke and Bogetic (2009), Dethier *et al* (2010), Fleisher *et al.* (2010), Pradhan and Bagchi (2015), Achour and Belloumi (2016), Chingoiro and Mbulawa (2016).

There are other studies that show negative or mixed results of different infrastructures on macroeconomic variables, including: Evans and Karas (1994), Gramlich (1994), Holtz-Eakin and Schwartz (1994), Ferreira and Issler (1995), Bougheas *et al* (2000), Brennehan and Kerf (2002), Okoh and Ebi (2013), German-Soto *et al.* (2017).

Most researchers have stated the positive effect of technology on economic growth and showed that different types of technology such as ICT, broadband, telecommunications, mobile telecommunications, mobile technology, financial openness, patents and innovation have a positive effect on economic growth. Among the research conducted by Hardy (1980), Stiroh (2002), Fabiani *et al* (2005), Garbacz and Thompson (2007), Gruber and Koutroumpis (2010), Vu (2011), Sassi and Goaid (2013), Chester *et al.* (2014), Sohag *et al.* (2015), Shahbaz *et al.* (2016), some researchers have expressed the negative or mixed effect of technology on economic growth, such as Lee *et al.* (2005), Ishida (2015), McCartney (2017).

Mousavi Jahromi and Ibadati Fard (2007) showed the strong relationship between investment in transportation infrastructure and private sector investment . Dai Karimzadeh *et al.* (2013) used the ARDL model and showed that in the short and long run, government investment in The transportation sector has had a positive and significant effect on the GDP.

Akbarian and Qaidi (2019) showed that in the long run, the effect of per capita labor investment in economic infrastructure on GDP is positive and per capita labor investment Work in communication infrastructure has the greatest impact and per capita investment in energy infrastructure has the least impact on the gross domestic product without oil per capita of Iran's workforce. In the short run, there is no significant relationship between economic growth without oil per capita of labor force and investment growth per capita of labor force in economic infrastructure.

Erfani *et al* (2012) concluded that the effect of information and communication technology on the growth of both groups is positive, but this effect is greater in developed countries.

Mehrgan et al (2012) found that in the long run, the relationship between the accumulation of human and physical capital on the economic growth of Iran is positive and significant, and in the long run, the accumulation of human capital has the greatest impact on the economic growth of Iran.

Methodology

In order to investigate the relationships between three important macroeconomic variables, technological innovation (TI), infrastructure (INF) and industrial development (IND) of Iran, data were extracted from the "Global Development Indicators" published by the World Bank. For industrial development (IND), industrial value added (constant 2015 US dollars) was used, industrial value added as a representative of Iran's industrial development according to the article of Rahman and Kashem (2015). For technological innovation (TI), the number of patent applications residents and the number of Patent applications, nonresidents is considered representative. For the infrastructure variable (INF) in this article, gross capital formation (constant 2015 US dollars) is used as a representative of infrastructure (INF) for Iran and time series data is entered in the form of logarithms.

In this study, the Cobb-Douglas production function in Solow's model (1956) is used to analyze the relationship between technological innovations, infrastructure and industrial growth in Iran. The Cobb-Douglas production function is widely used in economics to represent the relationship between inputs and outputs. There are various methods to test the existence of co-accumulation and short-run and long-run relationships between variables. In this article, ARDL bounds test method is used. The ARDL bounds test approach has superior features over conventional cointegration test methods.

Findings

The ARDL bounds tests, as well as additional cross-checking test, confirmed long run as well as short-run cointegration between the three variables in Iran. The obtained results indicate that infrastructure and technological innovations in the long-run and short-run have a positive and significant effect on industrial growth, which is consistent with the theoretical foundations and new growth models.

The positive sign of technological innovation coefficient indicates its positive effect on industrial growth. The government's investment in infrastructure, especially digital and ICT infrastructure, research and development, importance to intellectual property rights, support for patents and international innovations, and support for technological innovations of universities to enter the industry, increase technological innovation and its effects. The smallness of this coefficient in the short and long run indicates the small role of technological innovation on the industry so far. The low reserve of consumption of machinery due to inflation hinders the modernization and application of new technologies and causes the technology coefficient to be small. Creating the fields of competition in the domestic market and trying to increase the share in the global markets will increase the incentive to invest in technology. In order to improve the role of technology and infrastructure on Iran's industrial growth and to increase the role of the government, macro-policies in the field of technology and innovation should be codified quickly and the existing policies should be reviewed and necessary measures should be taken for improvement. The updated and improved technology innovation policy will not only reduce the cost of production but also accelerate the country's industrial growth. One of the major effects of technology on the environment will be, the promotion of green and clean technology in industries will improve the environmental quality of the country.



References

- Achour, H. and M. Belloumi, 2016. Investigating the causal relationship between transport infrastructure, transport energy consumption and economic growth in Tunisia. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 56: 988-998.
- Akbarian Reza. and Qaidi, Ali (2016), Investing in economic infrastructure and investigating its impact on economic growth, *Economic Growth and Development Research Quarterly*, 1 (3), 11-48.
- Ang, J.B, 2009. CO 2 emissions, research and technology transfer in China. *Ecological Economics*, 68(10): 2658-2665.
- Anochiwa, L. and Maduka, A. 2014. Human Capital, Infrastructure and Economic Growth in Nigeria: An Empirical Evidence, *Journal of Electrical and Electronics Engineering (IOSRJEEE)*,9(4), 1-6.
- Barros, C.P., L.A. Gil-Alana and J.E. Payne. 2011. An analysis of oil production by OPEC countries: Persistence, breaks, and outliers. *Energy Policy*, 39(1): 442-453.
- Brenneman, A. and M. Kerf. 2002. Infrastructure and poverty linkages. A literature review. Washington, DC: The World Bank.
- Brock, W.A. and M.S. Taylor. 2010. The green Solow model. *Journal of Economic Growth*, 15(2): 127-153.
- Brown, R.L., J. Durbin and J.M. Evans. 1975. Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 37(2): 149-192.
- Calderón, C. and L. Servén. 2004. The effects of infrastructure development on growth and income distribution. World Bank Publications, 270.
- Cederholm, H. and P. Zhong. 2017. The effects of financial openness on innovation: An empirical study. Sweden: Lund University, Lund.
- Dai Karimzadeh Saeed, Emadzadeh Mostafa, Kamkar Delakah Hadi,(2018) The effect of government investment in the transportation sector on economic growth in Iran, *Economic Modeling Quarterly*, 2018, V,13(4), Series 10, 63-88.
- Dethier, J.J., M. Hirn and S. Straub. 2010. Explaining enterprise performance in developing countries with business climate survey data. *World Bank Research Observer*, 26(2): 258-309.
- Dollar, D., M. Hallward-Driemeier and T. Mengistae. 2005. Investment climate and firm performance in developing economies. *Economic Development and Cultural Change*, 54(1): 1-31.
- Evans, P. and G. Karras.1994. Are government activities productive? Evidence from a panel of US states. *Review of Economics and Statistics*, 76(1): 1-11.
- Fabiani, S., F. Schivardi and S. Trento. 2005. ICT adoption in Italian manufacturing: Firm-level evidence. *Industrial and Corporate Change*, 14(2): 225-249.
- Fedderke, J.W. and Ž. Bogetić, 2009. Infrastructure and growth in South Africa: Direct and indirect productivity impacts of 19 infrastructure measures. *World Development*, 37(9): 1522-1539 .
- Fedderke, J.W., P. Perkins and J.M. Luiz. 2006. Infrastructural investment in long-run economic growth: South Africa 1875–2001. *World Development*, 34(6): 1037-1059.
- Garbacz, C. and J.H.G. Thompson. 2007. Demand for telecommunication services in developing countries. *Telecommunications Policy*, 31(5): 276-289.

- Garmendia, C.B., A. Estache and N. Shafik. 2004. Infrastructure services in developing countries: Access, Quality, Costs and Policy Reform, Washington: World Bank Working Paper, No. 3468.
- German-Soto, V., F.L. Gutierrez and B.H. Barajas. 2017. An analysis of the relationship between infrastructure investment and economic growth in Mexican urban areas, 1985-2008. *Economics Bulletin*, 37(4): 2422-2433.
- Ghosh, B. and P. De. 2005. Investigating the linkage between infrastructure and regional development in India: Era of planning to globalisation. *Journal of Asian Economics*, 15(6): 1023-1050.
- Gramlich, E.M., 1994. Infrastructure investment: A review essay. *Journal of Economic Literature*, 32(3): 1176-1196.
- Gruber, H. and P. Koutroumpis, 2010. Mobile communications: Diffusion facts and prospects. *Communications & Strategies*, 77, 1st Q: 133
- Habib Elah Tabatabaiyan, Qadri Far Ismail, Eliyasi Mehdi, Bamdad Sufi Jahaniyar (2017), the pattern of commercialization of emerging technologies in knowledge-based companies, *Innovation and Value Creation Quarterly*, 7(13), 25-39.
- Hardy, A.P. 1980. The role of the telephone in economic development. *Telecommunications Policy*, 4(4): 278-286.
- Holtz-Eakin, D. and A.E. Schwartz. 1994. Infrastructure in a structural model of economic growth. National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper ,4824, August 1994.
- Hulten, C.R. and A. Isaksson. 2007. Why development levels differ: The sources of differential economic growth in a panel of high and low income countries. National Bureau of Economic Research.69-134.
- Hulten, C.R. and R.M. Schwab. 1991. Public capital formation and the growth of regional manufacturing industries. *National Tax Journal*, 44(4): 121-134.
- Ishida, H. 2015. The effect of ICT development on economic growth and energy consumption in Japan. *Telematics and Informatics*, 32(1): 79-88.
- Khandker, S.R. and H.A. Samad. 2018. Bangladesh's structural transformation: The role of infrastructure. *Economic and Social Development of Bangladesh*. Springer.
- Lee, S.Y.T., R. Gholami and T.Y. Tong, 2005. Time series analysis in the assessment of ICT impact at the aggregate level—lessons and implications for the new economy. *Information & Management*, 42(7): 1009-1022.
- Lucas, Robert, E. 1988 .On The Mechanics Of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*. Vol 22 :3-42.
- Madden, G. and S.J. Savage.1998. CEE telecommunications investment and economic growth. *Information Economics and Policy*, 10(2): 173-195.
- McCartney, M. 2017. Bangladesh 2000-2017: Sustainable growth, technology and the irrelevance of productivity. *Lahore Journal of Economics*, 22: 183-198.
- Mohammadi Hamid, Diosalar Yadullah, Salvati Gol Nisa, Bashir Mohammadi Mohhaddeh, (1402), analysis of knowledge-based development issues in Iran with an emphasis on innovation, *Program and Development Research Quarterly*, fourth year, number 13, 102-135.
- Normaz, W. and Jamliah, M. 2015. The Impact of Infrastructure on Trade and Economic Growth in Selected Economies in Asia, ADBI Working Paper Series.
- Okoh, A. and B. Ebi. 2013. Infrastructure investment, institutional quality, and economic growth in Nigeria: An interactive approach. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 26(1): 1343-1358.



- Oulton, N. 2012. Long term implications of the ICT revolution: Applying the lessons of growth theory and growth accounting. *Economic Modelling*, 29(5): 1722-1736.
- Pesaran, M.H. and B. Pesaran. 1997. Working with microfit 4.0: Interactive econometric analysis; windows version. Oxford University Press.
- Pesaran, M.H. and Y. Shin. 1998. An autoregressive distributed-lag modelling approach to cointegration analysis. *Econometric Society Monographs*, Vol,31: 371-413.
- Pesaran, M.H., Y. Shin and R.J. Smith. 2001. Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3): 289-326.
- Pradhan, R.P. and T.P. Bagchi. 2013. Effect of transportation infrastructure on economic growth in India: The VECM approach. *Research in Transportation Economics*, 38(1): 139-148
- Rahman, M.M. and M.A. Kashem. 2017. Carbon emissions, energy consumption and industrial growth in Bangladesh: Empirical evidence from ARDL cointegration and Granger causality analysis. *Energy Policy*, 110: 600-608.
- Ramanathan, R. 2001. The long-run behaviour of transport performance in India: A cointegration approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 35(4): 309-320.
- Raychaudhuri, A. 2004. Lessons from the land reform movement in West Bengal, India. The World Bank Publication.
- Roland-Holst, D. 2009. Infrastructure as a catalyst for regional integration, growth, and economic convergence: Scenario analysis for Asia. *From Growth to Convergence*. Springer. pp: 108-149.
- Romer, P.M. 1986. Increasing returns and long-run growth, *Journal of Political Economy*, vol.94(5):1002-1037.
- Romer, P.M. 1990. Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5): S71-S102.
- Sahoo .P. and Dash R. Kumar. 2009. Infrastructure development and economic growth in India, *Journal of the Asia Pacific Economy*, 14(4), pp. 351-365.
- Samimi, R., 1995. Road transport energy demand in Australia a cointegration approach. *Energy Economics*, 17(4): 329-339. .
- kSassi, S. and M. Goaid. 2013. Financial development, ICT diffusion and economic growth: Lessons from MENA region. *Telecommunications Policy*, 37(4-5): 252-261.
- Shahbaz, M., I.U. Rehman, R. Sbia and H. Hamdi. 2016. The role of information communication technology and economic growth in recent electricity demand: Fresh evidence from combine cointegration approach in UAE. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(3): 797-818.
- Shahbaz, M., T.H. Van Hoang, M.K. Mahalik and D. Roubaud. 2017. Energy consumption, financial development and economic growth in India: New evidence from a nonlinear and asymmetric analysis. *Energy Economics*, 63: 199-212.
- Sidi Seyed Mehdi (2017), Patent in biotechnology and its importance in the relationship between university and industry, *Quarterly Journal of Innovation and Value Creation*, v7(13), 1-24.
- Sohag, K., R.A. Begum, S.M.S. Abdullah and M. Jaafar. 2015. Dynamics of energy use, technological innovation, economic growth and trade openness in Malaysia. *Energy*, 90: 1497-1507.
- Solow, R.M. 1956. A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1): 65-94.
- Stiroh, K.J. 2002. Information technology and the US productivity revival: What do the industry data say? *American Economic Review*, 92(5): 1559-1576.

- Tang, C.F. and E.C. Tan. 2013. Exploring the nexus of electricity consumption, economic growth, energy prices and technology innovation in Malaysia. *Applied Energy*, 104: 297-305.
- Udah, E. and E. Bassey. 2017. Infrastructure, human capital and Industrialization in Nigeria, *Journal of Business and Economics*, 3(6): 58-78.
- Vu, K.M. 2011. ICT as a source of economic growth in the information age: Empirical evidence from the 1996–2005 period. *Telecommunications Policy*, 35(4): 357-372.
- Vu, K.M., 2013. Information and communication technology (ICT) and Singapore's economic growth. *Information Economics and Policy*, 25(4): 284-300.
- Were, M., 2015. Differential effects of trade on economic growth and investment: A cross-country empirical investigation. *Journal of African Trade*, 2(1-2): 71-85.



مطالعه جامعه‌شناختی ارتباط بین سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری سیاسی دانش‌آموزان دبیرستانی پسر شهر ماهنشان در سال ۱۴۰۰

* سیدعطالله سینائی * * * مهناز جلیلی * * * محمد شیرینی

* استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

sinaee@pnu.ac.ir

* * * استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران ایران.

mahnazjalili@alumni.ut.ac.ir

* * * * کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، وحد پرنده، تهران، ایران.

mohammadshiriny2015@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۳۰

چکیده

جامعه‌پذیری سیاسی، به عنوان فرآیند تحول یک فرد، از بدو تولد تا هنگامی که به عنوان یک شهروند در نظام اجتماعی مورد پذیرش قرار می‌گیرد، برای هر جامعه مهم و ضروری تلقی می‌شود. در این امر عوامل متعددی همچون سواد رسانه‌ای افراد، موثر است. هدف از این پژوهش، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان در سال ۱۴۰۰ است که از نظریه شناختی سواد رسانه‌ای پاتر استفاده شده است. روش پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود. جامعه آماری شامل دانش‌آموزان پسر مقطع شهر ماهنشان در سال ۱۴۰۰ است، ۵۱ نفر به عنوان نمونه اصلی پژوهش با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند تا بررسی شود که آیا بین سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان، رابطه‌ای وجود دارد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، ضرایب همبستگی درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای با ۰۰۱/۱۰، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای با ۸۸۲/۱، نگاه انتقادی به پیام‌های رسان‌های با ۲۵۰/۱، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسان‌های با ۷۷۱/۱، آگاهی از اهداف پنهان با ۵۰۰/۱ و متغیرهای زمینه‌ای با ۷۲۶/۱ بر جامعه‌پذیری دانش‌آموزان دبیرستانی پسر شهر ماهنشان تاثیر دارد. نتایج بیانگر آن است که میان سواد رسانه‌ای جامعه آماری شامل، درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسان‌های، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: سواد رسانه‌ای، جامعه‌پذیری سیاسی، پیام‌های رسانه‌ای.

نوع مقاله: پژوهشی

نویسنده‌ی عهده‌دار مکاتبات: مهناز جلیلی Mahnazjalili@alumni.ut.ac.ir



۱- بیان مساله

امروزه، رسانه‌ها اعم از تلویزیون، رادیو، اینترنت، فیلم، ویدئو، روزنامه و مجله هر روز و به طور فزاینده اطلاعات، سرگرمی‌ها و آگهی‌های مختلفی را به ما و فرزندانمان عرضه می‌کنند و همگی نقش مهمی در شکل‌دهی و نفوذ به فرهنگ، ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و اعتقادات ما بازی می‌کنند. به عبارت دیگر در عصر جدید با ویژگی ظهور وسایل ارتباطی نوین به مراتب بیش از گذشته، ما و به ویژه فرزندانمان تحت ر بمباران پیام‌های رسانه‌ای هستیم که در بسیاری موارد بهترین و قابل قبول‌ترین روش حل مسائل و مشکلات را با پیام‌های خشونت‌بار ارائه می‌کنند (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲-۱۱). اگر جامعه‌پذیری دانش‌آموزان را در تعریفی سازگاری و هماهنگ شدن با خود و محیط پیرامون خود بدانیم همین که رسانه‌ها به تدریج نحوه زندگی و شکل گرفتن در اجتماع را برای مردم تعریف کرده‌اند، رفتار، نگرش، عواطف افراد نیز با این تعریف هم جهت می‌گردد. رسانه‌ها به دلیل حضور مداوم و تأثیرگذار در ایجاد و شکل‌گیری شخصیت‌های انسانی از جاذبه‌های عینی و مجازی برخوردارند که نه تنها می‌تواند نیازهای اجتماعی افراد را به نوعی برآورده سازد، بلکه فرآیند آن در ساخت انسان جدید بر اساس نوعی از تفکر جمعی که در فرهنگ خاص هویت مدار ریشه ندارد تأثیرگذاری جدی داشته باشد. دستیابی به سطحی بالاتر از سواد رسانه‌ای به افراد این توانایی را می‌دهد تا به تدریج تعاریف رسانه‌ای را شکافته، خطوط رمزی را که رسانه‌ها در ذهن افراد برنامه‌ریزی کرده‌اند پاک کرده و دیدگاه‌های خود را جایگزین برنامه‌ریزی رسانه‌ای نمایند. جامعه‌پذیری یا همان اجتماعی شدن فرآیندی است که طی آن یک فرهنگ به اعضای جامعه خود می‌آموزد تا به راه‌هایی که از نظر اجتماعی مورد پذیرش است کارکرد داشته باشد. اجتماعی شدن برای انسان ضروری است چرا که انسان فاقد غریزی است که رفتارهای خاص را برای موقعیت‌های ویژه مشخص می‌کند. ما باید بیاموزیم که در موقعیت‌های مختلف، چه احساس، اندیشه و رفتاری داشته باشیم. این فرآیند از طریق تأثیر والدین و سایر کارگزاران جامعه‌پذیری صورت می‌گیرد. اجتماعی شدن متأثر از محیط اقتصادی- اجتماعی فرد

می‌باشد که از نگرش‌ها، باورها و رفتارها در طول زندگی وی ناشی می‌شود. بنابراین جامعه‌پذیری در این مفهوم یک فرآیند پویاست.

در همه فرهنگ‌ها، خانواده سازه بنیادین جامعه‌پذیری در دوران کودکی است. خانواده اولین نهادی است که اجتماعی شدن را به شخص آموزش می‌دهد. در چارچوب خانواده دختر بچه از همان اوان طفولیت با تبعیض‌هایی در امر تغذیه، کارهای سخت و دشوار و آموزش و پرورش مواجه می‌شود. در واقع این خانواده است که دختر را وابسته به خود و غیر مهاجم بار می‌آورد و به منظور ترویج هنجارهای اجتماعی این عقیده را به پسرها القا می‌کنند که آن‌ها برتر هستند. بنابراین اجتماعی شدن دختران در خانواده بر اساس تصویری قطعی شکل می‌گیرد. در واقع زنان از هر جهت در نزد مردان یک جنس درجه دوم محسوب می‌شوند. زنان باید حافظ عزت خانواده باشند و از این نظر نقش مهمی در اجتماعی شدن بازی می‌کنند. رسانه‌ها در زمره مهم‌ترین عوامل اجتماعی شدن هستند که بر رفتارهای سلامت امروزه جوانان اثر می‌گذارند، بعضی پژوهش‌ها تخمین می‌زنند جوانان ۵۰-۳۰ درصد ساعت بیداریشان را با چنین رسانه‌هایی می‌گذرانند. درک صحت و سقم اطلاعات سلامت و تفاوت بین آن‌ها و توصیه‌های تبلیغاتی نیازمند فهم و داشتن سواد رسانه‌ای کافی است. اینترنت مصرف‌کنندگان اطلاعات سلامت را توانمندتر کرده است و برای انتخاب‌های پیچیده‌تر آگاه کرده است، ولی با این حال پتانسیل قربانی شدن افراد در برابر اطلاعات نادرست همچنان باقی است. درجه نفوذ رسانه در جوامع و تأثیرات آن به حدی است که آموزش رسانه، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. باید تأکید کرد که کودکان و نوجوانان که رسانه در جامعه‌پذیر کردن آن‌ها نقش بسزایی دارد، از نظر نحوه استفاده از رسانه و تأثیرپذیری از آن با والدین خود تفاوت کامل دارند. آن‌ها بین «جهان» و «جهان رسانه‌ای» فرق نمی‌گذارند و در به کارگیری رسانه بسیار راحت‌تر از والدین خود عمل می‌کنند. ضروریست تا از دستاوردهای رسانه، انتخاب دقیق و درستی صورت گیرد و کاربران از سواد و مهارت کافی در مواجهه با آن، برخوردار باشند، زیرا سهل‌انگاری در کسب دانش و مهارت لازم در مواجهه با حجم گسترده و انبوه اطلاعات، نه

سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار بر آن، مورد تحقیق و پژوهش واقع شده است. در ادامه نتایج این تحقیقات داخلی و خارجی ارائه شده است.

دیربان و آقایی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی سواد رسانه‌ای معلمان آموزش و پرورش بر نحوه جامعه پذیری دانش‌آموزان» دریافتند، بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و توسعه مدل تفکر انعکاسی رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و نحوه جامعه پذیری دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و شکل‌گیری دیدگاه انتقادی دانش‌آموزان بر رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و مواجهه دانش‌آموزان با رسانه‌ها و محتوای آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

ابراهیم پور (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز» به این نتیجه رسیدند که بین میزان مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و ابعاد سه گانه آن؛ یعنی میزان آگاهی یا رژیم رسانه‌ای، میزان تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و میزان برخورداری از دیدگاه انتقادی، با میزان جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز رابطه معنادار وجود دارد. دانشجویان مرد از مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و همچنین جامعه‌پذیری سیاسی بالاتری نسبت به دانشجویان زن برخوردار بوده‌اند.

در تحقیق بیگدلی و نصیری (۱۳۹۹) که با عنوان «تحلیل وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی‌ارشد مجموعه رشته‌های علوم انسانی شهر اهواز بر اساس رویکرد نظری تامن» انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد، سواد رسانه‌ای دانشجویان در حد کم و خیلی کم است و از نظر سن دانشجویان و وضعیت اشتغال تفاوت معناداری مشاهده نگردید.

اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان» تدوین شده است. به این نتیجه رسیدند که میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

تنها موجب سردرگمی می‌شود، بلکه تهدیدهای جبران ناپذیری برای کاربران به ویژه نوجوانان و جوانان به همراه خواهد داشت (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۲۲-۲۰۳).

بنابراین، می‌توان گفت، وسعت تأثیرات رسانه بر اقشار مختلف جامعه به ویژه نوجوانان و جوانان، اهمیت و ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای و آشنایی با متغیرهایی که با آن رابطه دارد، برای ادامه حیات جامعه بسیار حایز اهمیت است و به دلیل اهمیت روزافزون آن، لزوم توجه مستمر به تغییرات آن را در شهری مثل ماهنشان و همچنین نبود تحقیق و تصویری شفاف از این موضوع در ماهنشان این سوال در ذهن ایجاد می‌شود که جریان گسترده فرهنگی، اجتماعی ایجاد شده توسط رسانه تا چه حد با میزان جامعه پذیری از رسانه مرتبط است؟ تا چه اندازه درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان مرتبط است؟ لذا این تحقیق با هدف بررسی رابطه‌ی سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان انجام شده است.

۲- پیشینه تحقیق

توسعه تکنولوژی و حجم وسیع اطلاعات که از طریق ابزار رسانه ای به سوی مخاطبان ارسال می‌گردد، سبب گردیده تا افراد مختلف در فرآیند جامعه‌پذیری خود، تحت تأثیر سبک زندگی، افکار و اندیشه‌های رایج شده از سوی رسانه‌ها قرار گیرند. در این بین، کسانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، از قدرت تشخیص بالاتری برخوردار بوده و می‌توانند، میان حجم انبوه پیام‌ها، مفهومی متناسب با فرهنگ خویش را انتخاب کنند. بنابراین، در شرایط کنونی، مهارت سواد رسانه‌ای برای شهروندان بسیار حایز اهمیت است، زیرا از این طریق می‌توان، جامعه را از انواع آسیب‌ها، محافظت کرد و آنان را در مواجهه با رسانه بیمه کرد. پدیده‌های اجتماعی همچون جامعه‌پذیری، تحت تاثیر عوامل متعددی شکل گرفته و گسترش می‌یابند که جامعه‌پذیری نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی، مورد توجه اندیشمندان اجتماعی بوده و



تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه پذیری دانش آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان می‌پردازد، که به علت تحلیل سطوح جزئی این متغیرها، از ویژگی نوآورانه به ویژه در گستره داخلی بهره مند است.

در این راستا، با توجه به روند رو به گسترش رسانه‌ها در سراسر جهان و لزوم برخورداری از سواد رسانه‌ای در مواجهه با این امر به دلیل سهم زیاد این پدیده در جامعه‌پذیری نوجوانان و جوانان و کاستی مطالعات اجتماعی در زمینه ارتباط درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان، مطالعه کنونی، اهمیت و ضرورت بالایی دارد.

۳- مبانی نظری

در این تحقیق از نظریات شناخت سواد رسانه‌ای پاتر بهره گرفته شده است. اجتماعی‌شدن یا جامعه‌پذیری مفهومی است که به توصیف و تبیین چگونگی رفتارهایی می‌پردازد که فرد را قادر می‌سازد تا با فرهنگ جامعه خودش سازش یابد. در واقع، جامعه‌پذیری، «فرآیندی است که بر اساس آن، فرد به اکتساب قوانین، رفتار و نظام باورها و بازخوردهای جامعه یا گروه مشخصی دست می‌یابد تا بتواند در درون آن جامعه زندگی کند. در جامعه‌پذیری، جامعه به القای ارزش‌ها و هنجارهای خویش به افراد نائل می‌آید. از طریق اجتماعی شدن، فرد شیوه‌های زندگی جامعه خود را فرا می‌گیرد؛ شخصیتی کسب می‌کند و آمادگی رفتار به عنوان عضوی از یک جامعه را پیدا می‌کند. او یاد می‌گیرد خودش را با سیستم جدید انطباق داده و رفتاری مطابق با انتظارات جامعه انجام دهد (براری و همکاران، ۱۳۹۸). در واقع، انسان در فرآیند جامعه‌پذیری است که از طریق کنش‌های متقابل اجتماعی، شیوه راه رفتن و گفتن را می‌آموزد و به تدریج به کسب تجربه‌های مختلف می‌پردازد (عباسی، ۱۳۹۸).

هولینگ شید سه اصل اولیه را در اجتماعی شدن هر فرد به شرح زیر اعلام کرده است:

دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب است.

سلیمانی (۱۳۹۸) با عنوان «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران» نشان می‌دهد، رابطه بین میزان تحصیلات و سطح سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان معنادار است اما در بین دانش‌آموزان معنادار نیست.

در تحقیقی که توسط وود در سال ۲۰۲۰ با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای: ارزیابی آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس کلرادو» انجام شده است، نشان داد که کمبود منابع رایج‌ترین دلیل معلمان جهت اجتناب از استفاده محتوای رسانه‌ای در کلاس‌های درس است.

در تحقیق پریماک و همکاران در سال ۲۰۲۰، با عنوان «سنجش سواد رسانه‌ای و آموزش متداول جهت جلوگیری از مصرف دخانیات»، نتایج نشان داد، یک دوره‌ی تحصیلی سواد رسانه‌ای مدرسه محور، تأثیرگذارتر از یک برنامه‌ی آموزشی استاندارد در تدریس سواد رسانه‌ای و بهبود ادراکات از شیوع ادراکات در میان نوجوانان است.

تحقیق اونان و تمور (۲۰۱۹) به بررسی «بررسی سطوح سواد رسانه‌ای معلمان آینده‌نگر» پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد، معلمان آینده‌نگر سطح پایینی از واکنش نسبت به پیام‌های رسانه‌ای را دارند؛ و به مردم به قدر کافی در رابطه با تأثیرات رسانه‌ها آموزش نمی‌دهند، اما از انواع رسانه‌ها برای کسب اطلاعات و آگاهی از سواد رسانه‌ای استفاده می‌کنند.

آکتو و گورل (۲۰۱۸) در پژوهش خود اقدام به بررسی «تعین رابطه‌ی بین سواد رسانه‌ای و مهارت‌های اجتماعی» نموده است. نتایج نشان داد، رابطه‌ی معناداری بین سطح سواد رسانه‌ای و مهارت اجتماعی وجود ندارد.

مروری بر تحقیقات صورت گرفته در سطح ملی و بین‌المللی نشان می‌دهد که ارتباط بین سواد رسانه‌ای و جامعه‌پذیری دانش‌آموزان در ایران کمتر انجام شده است و در شهر ماهنشان چنین مطالعه‌ای انجام نشده است. افزون بر این، مطالعه حاضر به شناخت ارتباط بین سواد رسانه‌ای با زیر مولفه‌های درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای،

در ۱۸ ماهگی نیز رابطه عاطفی کودکان با اطرافیانشان به خصوص مادر نقش تعیین کننده‌ای در رشد اجتماعی آن‌ها دارد. یعنی نحوه ارضای نیازهای اولیه کودک از جمله: گرسنگی و تشنگی، سازنده نگرش او نسبت به دیگران است. کودک برای آن که مورد پذیرش دیگران واقع شود، به تدریج باید توقعات آنان را برآورده کند؛ قوانین و مقررات را رعایت کند؛ آهسته و بیصدا غذا بخورد و ادرار و مدفوعش را کنترل کند. اما چنان چه توقعات اطرافیان از کودک نامناسب و خارج از توان او باشد، کودک نگران و ناراحت شده و رشد اجتماعی وی دچار اختلال می‌شود. بنابراین در این دوره، والدین باید با توجه به سن کودک از او انتظار معقول داشته باشند (مهرمحمدی، ۱۳۹۷: ۱۴). هم چنین در آغاز سال دوم، کودک مهارت‌های خود را بیش از پیش افزایش می‌دهد. او در این زمان از کودک کوچکی که برای رفع همه نیازهایش به مادر متکی بود به یک شخصیت منحصر به فرد با مهارت‌های عاطفی، ذهنی و جسمی جدید و در حال پیشرفت تبدیل می‌شود. وی در طول سال دوم حیاتش از کلیه حواس خود برای تجربه و شناخت محیط استفاده می‌کند. مهارت‌های جسمی کودک با تحرک او افزایش می‌یابد و تحرکش هم از طریق رشد و تمرین مهارت‌های جسمی بیشتر می‌شود. در نتیجه شناخت یا مهارت‌های یادگیری کودک تحت تأثیر دیدگاه جدید او از پیرامونش قرار می‌گیرد و چون از این مهارت‌های جدید برای تعامل با دیگران استفاده می‌کند، رشد عاطفی او نیز بیشتر می‌شود و یاد می‌گیرد اجتماعی تر باشد.

مطابق با نظریه شکاف آگاهی، هرگاه در یک نظام اجتماعی، انتشار اطلاعات افزایش می‌یابد، اقشاری که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتری دارند، بیشتر و سریع تر از کسانی که پایگاه اجتماعی پایین دارند، اطلاعات را به دست می‌آورند و در نتیجه، شکاف آگاهی میان این دو بخش افزایش می‌یابد. سواد رسانه‌ای مجموعه مهارت‌هایی است که به مخاطب امکان می‌دهد تا علاوه بر درستی و خلق انواع پیام‌های ارتباطی به باشناسی مالکیت، ثروت، انگیزه‌ها و ارزش‌های نهفته در پیام‌ها دست یابد و با رویکردی انتقادی به تنظیم رژیم مصرف انواع پیام‌های ارتباطی (ازتی شرت تا تلوزیون و ازبیلورد تا اینترنت) بپردازد (اکرم، ۱۳۹۷).

فرد، رفتار اجتماعی را در ایجاد رابطه و تأثیرپذیری از دیگران در اجتماع یاد می‌گیرد. فرهنگی که فرد در آن به دنیا آمده و بزرگ می‌شود، مشخص می‌کند که او چه کاری باید فراگیرد و چه عملی از خود نشان دهد. تکامل فراگیری و آموزش‌پذیری فرد در جامعه زمانی محقق می‌شود که وی بتواند به طور مؤثر در اجتماعی شدن و نقش پذیرفتن در گروه ایفای نقش کند.

جریان اجتماعی شدن فرد را باید از دو بُعد بررسی کرد. بعد فردی و بعد اجتماعی بُعد. فردی اجتماعی شدن عبارت است از: فرآیند یادگیری که از طریق آن، فرد هویت اجتماعی خود را پیدا می‌کند و نحوه زندگی در جمع را فرا می‌گیرد و بُعد اجتماعی آن نیز فرآیندی است که جامعه از طریق آن به آموزش اعضای خود به تنظیم امور اجتماعی و تداوم زندگی اجتماعی می‌پردازد.

الف: جامعه‌پذیری نخستین؛ فرآیندی است که میان فرد و گروهی که با وی در تماس نزدیک و صمیمی هستند صورت می‌گیرد و غالباً در سال‌های اولیه زندگی، رخ می‌دهد. عوامل اصلی این مرحله خانواده و گروه همسالان هستند.

ب: جامعه‌پذیری ثانوی یا مجدد؛ این فرآیند در وضعیت‌های رسمی تر روی می‌دهد ولی هیچیک از این وضعیت‌ها شخصی نیست. در این مرحله عوامل جامعه‌پذیری بخشی از مسئولیت‌های خانواده را به عهده می‌گیرند. عوامل اصلی در این مرحله مدرسه و رسانه‌های ارتباط جمعی. جامعه‌شناسان، مهمترین عوامل جامعه‌پذیری را خانواده، گروه هم سالان، مدرسه و وسایل ارتباط جمعی می‌دانند.

در خصوص کودکان، آگاهی آن‌ها از وضعیت روحی و احساسی دیگران در رشد اجتماعیشان بسیار اهمیت دارد. معمولاً بین ۴ تا ۵ ماهگی با وجود آن که کودکان در این دوره سنی از ور رفتن اشیاء توسط خودشان و دیدن اتفاقات اطراف لذت می‌برند، اما در برقراری ارتباط با دیگران مشتاقتر می‌شوند. آن‌ها دوست دارند در صحبت‌هایی که در پیرامونشان می‌شود شرکت کنند. این برقراری ارتباط این احساس را به آن‌ها می‌دهد که جزیی از خانواده هستند و این احساس برای آن‌ها امنیت عاطفی را به ارمغان می‌آورد که به رشد اجتماعیشان کمک می‌کند.



مصرف‌کنندگان رسانه با در اختیار داشتن دانش درست و کامل در این حوزه‌ها قادرند، تصمیم‌های بهتری برای جست و جوی اطلاعات، کار با آنها و ساخت معنی داشته باشند. پاتر در نظریه شناختی سواد رسانه‌ای می‌گوید: اساس سواد رسانه‌ای بر آمیزه‌ای از پنج دانش استوار است. این ساختارهای اساسی دانش عبارتند از: تأثیرات رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن. در استخراج گویه‌هایی متغیرهای سواد رسانه‌ای از این نظریه بهره گرفته شده و گویه‌هایی برای شناخت میزان آگاهی پاسخ‌گویان از تأثیرات رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن آمده است. همانطور که پاتر می‌گوید: مخاطبی که به سریال‌های پایین‌عادت کرده است ذهنش را درگیر رمزگشایی فیلم‌های فلسفی نمی‌کند و بر عکس. به همین سبب سواد رسانه‌ای با عادت رسانه‌ای در ارتباط است. عادت به رسانه‌ها با توجه به نوع برنامه‌ای که افراد مخاطب آن هستند به عنوان یک متغیر وابسته با متغیر وابسته تحقیق (سواد رسانه‌ای) در ارتباط است. همچنین بر اساس نظریه شناختی سواد رسانه‌ای، کسانی که سواد رسانه‌ای ندارند، باید پیام‌های رسانه‌ای را بپذیرند و خلاء خود را در زندگی با این پیام‌ها پر کنند. افراد دارای سواد رسانه‌ای، با شکل زندگی خود (یعنی فضایی که می‌خواهند پر کنند) آشناوند و می‌دانند چگونه از پیام‌های رسانه‌ای، معنای خود را بسازند و اجازه نمی‌دهند تولیدات رسانه‌ای با خلاء زندگی شان جور در بیاید. ملوین دفلور و اورت دنیس (۲۰۰۳)، دو جنبه متفاوت جامعه‌پذیری رسانه‌ها اشاره می‌کنند: اولین آن‌ها نظریه الگوبرداری است که طی آن مخاطبان، الگوهای رفتاری به نمایش درآمده در رسانه‌ها را جالب و قابل تقلید تشخیص می‌دهند. دومین جنبه جامعه‌پذیری وسیعتر است و برخلاف الگوبرداری قبلی که متوجه رفتار فردی است، نوعی رفتار اجتماعی است و الگوهایی را برای رفتار فرد در یک گروه اجتماعی ارائه می‌دهد. یکی از مباحث مربوط به آثار جامعه‌پذیری رسانه‌ها در مقایسه با دیگر نهادهای جامعه‌پذیری این است که رسانه‌ها با انتقال و انتشار ارزش‌ها و هنجارهای جدید، ارزش‌های جا افتاده قدیمی و مورد نظر والدین و معلمان را به چالش میکشند. به همین خاطر، مک

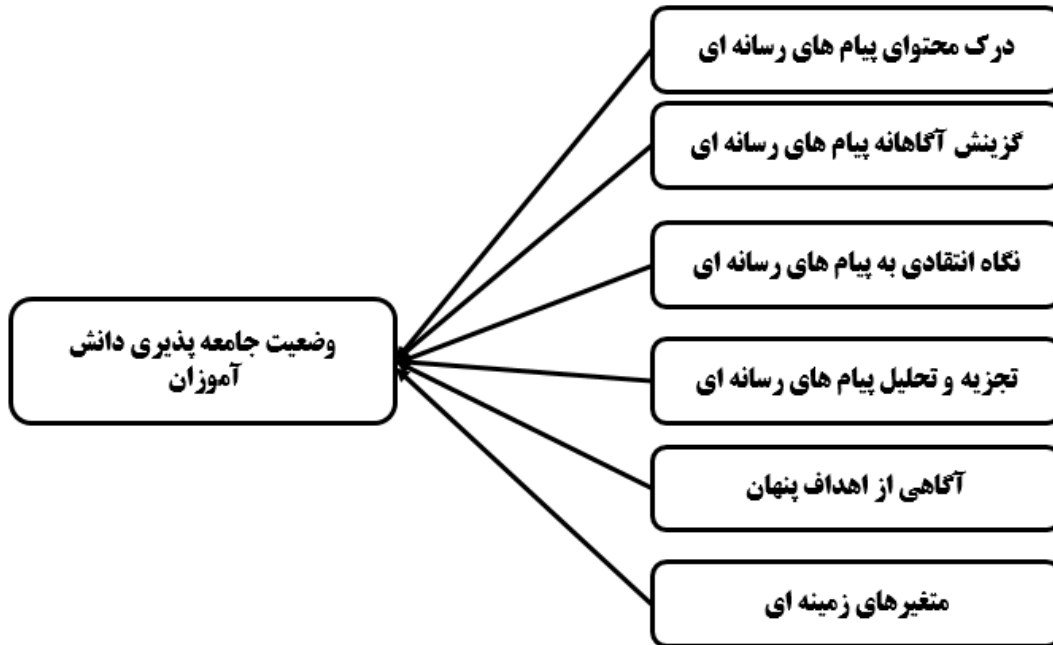
در عصر حاضر که رسانه‌ها از هر سو ما را احاطه کرده‌اند و هر لحظه اطلاعات و اخبار جدیدی در اختیار ما قرار می‌دهند، در چنین فضایی، دانشی که از طریق خانواده دریافت کرده ایم، در کنار سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا چگونگی استفاده از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی را فرا بگیریم و از این طریق، اطلاعات ارایه شده توسط رسانه را گزینش کنیم. بدانیم، چه چیزی را انتخاب و کدامیک را کنار بگذاریم. این سطح از مهارت‌ها و دانش موجب می‌شود تا در ارتباط با رسانه‌ها، از حالت انفعالی و یک سویه خارج شویم. آموزش و افزایش آگاهی مخاطبان در چارچوب‌های شناختی موجب می‌گردد، نگاه نقادانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار و اطلاعات منتشر شده از سوی آنها داشته باشیم. در واقع می‌توان گفت، سواد رسانه‌ای شناخت عمیقی از آنچه در فضای رسانه‌ای می‌گذرد به ما می‌دهد. هدف سواد رسانه‌ای دادن قدرت کنترل برنامه‌های رسانه به افراد است (دیویس، ۲۰۲۱: ۸).

هدف اصلی سواد رسانه‌ای به خصوص وقتی درباره رسانه‌های جمعی حرف می‌زنیم، می‌تواند سنجش نسبت هر محتوا با "عدالت اجتماعی" باشد. بنابراین هدف اصلی سواد رسانه‌ای می‌تواند این باشد که بر اساس آن بتوان دید آیا بین محتوای یک رسانه - به مثابه محصول نهایی - با عدالت اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد یا خیر. به عبارت بهتر، خواننده یا بیننده یا شنونده یک مضمون رسانه‌ای بهتر است رابطه و نسبت محتوای یک رسانه با عدالت را در نظر گرفته و نزدیکی یا دوری محتوای یک رسانه از عدالت را مورد توجه قرار دهد تا همیشه در ارتباط با رسانه به جای تسلیم بودن و یا تسلیم شدن به رابطه‌ی یکسویه و انفعالی، رابطه‌ای فعال‌تر و تعاملی‌تر داشته باشد (شمس، ۱۳۸۷).

در مدل شناختی پاتر، چهار عامل اصلی در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند. بدیهی است که قوت و ضعف هر یک از آنها بر کارایی دیگر بخش‌ها و در نهایت کل سیستم تأثیر می‌گذارند. ساختارهای دانش، تصمیم‌های با انگیزه، ابزارهای پردازش اطلاعات، جریان فعالیت‌های پردازش، چهار عامل اصلی در این ساختار هستند. مجموعه‌ای از پنج ساختار دانش بنیادی عبارتند از: تأثیرات رسانه‌ای، محتوای رسانه‌ای، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن.

دارد، به این معنا که رسانه‌ها به حمایت از ارزش‌های مسلط و مستقر اجتماعی تمایل دارند (آواد چریت، ۲۰۰۸). پژوهش حاضر بر مبنای نظریات گفته شده، به دنبال بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم شهر ماهشان است.

کوایل کارکرد جامعه‌پذیری رسانه‌ها را دارای دو جنبه می‌داند: از یک طرف، رسانه‌ها دیگر عوامل جامعه‌پذیری را حفظ و تقویت می‌کنند و از سوی دیگر، تهدیدی بالقوه برای مجموعه ارزش‌های مورد نظر والدین، مربیان و دیگر عوامل کنترل اجتماعی هستند. مک کوایل تصریح می‌کند که مفهوم جامعه‌پذیری، بر نقش هم‌رنگ‌گرایی رسانه‌ها دلالت



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

۴- روش پژوهش

در پژوهش حاضر از روش پیمایشی، برای بررسی فرضیه‌های رابطه میان درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهشان استفاده شد. جامعه آماری شامل دانش‌آموزان پسر مقطع شهر ماهشان در سال ۱۴۰۰ است. برای انتخاب حجم نمونه نیز در بین افراد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران، ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه اصلی تعیین شده است. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که در این تحقیق برای تعیین پایایی ابزار سنجش از آزمون کرونباخ استفاده شد. آلفای

کرونباخ محاسبه شده ۸۸ درصد محاسبه گردیده است که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه طراحی شده می‌باشد. همچنین برای سنجش میزان اعتبار از پرسشنامه‌های استفاده شده در تحقیقات معتبر و مشابه استفاده شد و به منظور ارتقاء سطح اطمینان، از نظرات کارشناسان خبره در این زمینه بهره‌گیری شده است. بدین ترتیب می‌توان گفت که ابزار سنجش پژوهش حاضر از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار است. برای بررسی فرضیه‌ها، ابتدا هر یک از مولفه‌های سواد رسانه‌ای سنجیده شده و سپس تأثیر آن بر متغیر جامعه‌پذیری بررسی می‌گردد. برای سنجش سواد رسانه‌ای از معرف روابط اجتماعی اعضای خانواده، گروه همسالان، مدرسه و نهادهای آموزشی، نوآوری



جدول ۲. مقایسه میانگین و انحراف معیار پرسشنامه

وضعیت جامعه‌پذیری

انحراف معیار	میانگین	ابعاد
۱/۲۲	۳/۱۹	روابط اجتماعی اعضای خانواده
۰/۹۱۶	۳/۶۱	گروه همسالان، مدرسه و نهادهای آموزشی
۰/۸۴۸	۳/۵۷	نوآوری سازمانی
۰/۷۷۱	۳/۰۲	میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی
۱/۰۳	۳/۵۱	جامعه‌پذیری دانش‌آموزان
۰/۸۴۱	۳/۶۹	وضعیت جامعه‌پذیری (نمره کل)

نتایج جدول، نشان می‌دهد که میانگین وضعیت جامعه‌پذیری و هر یک از ابعاد آن - روابط اجتماعی اعضای خانواده، گروه همسالان، مدرسه و نهادهای آموزشی، نوآوری سازمانی، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و جامعه‌پذیری دانش‌آموزان - از نظر پاسخ‌گویان، به ترتیب برابر ۳/۶۹، ۳/۱۹، ۳/۶۱، ۳/۵۷، ۳/۰۲ و ۳/۵۱ می‌باشد.

جدول ۳. رابطه‌های مستقیم، آماره t و نتیجه فرضیه‌های

پژوهش

آماره t	ضریب مسیر (β)	فرضیه‌های پژوهش
۶/۲۱۹	۰/۹۱۰	درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای
۸/۳۸۸	۰/۸۸۶	گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای
۷/۳۵۹	۰/۶۵۳	نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای
۵/۸۳۶	۰/۷۷۰	تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
۶/۰۱۹	۰/۵۱۱	آگاهی از اهداف پنهان
۷/۸۸۹	۰/۷۴۲	سواد رسانه‌ای

طبق نتایج به دست آمده در جدول، ضریب مسیر درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای با ۰/۹۱۰، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای با ۰/۸۸۶، نگاه انتقادی به پیام‌های

سازمانی، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی استفاده شده است. در پژوهش حاضر بر مبنای روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای، پرسشنامه تکمیل شد. در نهایت، داده‌های پرسشنامه به وسیله نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد.

۵- یافته‌های پژوهش

ابتدا نتایج توصیفی ارائه شده است و سپس با استفاده از تکنیک‌های آمار استنباطی، فرضیه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ۲۴ نفر (۱۶٪) از دانش‌آموزان شرکت‌کننده در پژوهش مقطع تحصیلی هفتم دارند، ۳۹ نفر (۲۶٪) مقطع تحصیلی هشتم، ۲۷ نفر (۱۸٪) مقطع تحصیلی نهم، ۳۱ نفر (۲۱٪) مقطع تحصیلی دهم، ۱۸ نفر (۱۲٪) مقطع تحصیلی یازدهم و ۱۱ نفر (۰۷٪) مقطع تحصیلی دوازدهم دارند. در جدول زیر نتایج توصیفی ارائه شده است.

جدول ۱. مقایسه میانگین و انحراف معیار سواد رسانه‌ای

انحراف معیار	میانگین	ابعاد
۰/۹۸۹	۳/۲۹	درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای
۱/۰۲	۳/۱۲	گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای
۱/۰۷	۳/۳۸	نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای
۰/۸۷۵	۳/۱۳	تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
۱/۰۵	۳/۲۷	آگاهی از اهداف پنهان
۱/۱۹	۳/۲۴	سواد رسانه‌ای

نتایج جدول، نشان می‌دهد که میانگین سواد رسانه‌ای و هر یک از ابعاد آن - درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگرش نسبت به استفاده، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و آگاهی از اهداف پنهان - از نظر پاسخ‌گویان، به ترتیب برابر ۳/۲۴، ۳/۲۹، ۳/۱۲، ۳/۳۸، ۳/۱۳ و ۳/۲۷ می‌باشد.

ضریب مسیر می‌توان گفت تأثیر سواد رسانه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان مثبت و معنادار می‌باشد.

رسانه‌ای با ۰/۶۵۳، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای با ۰/۷۷۰، آگاهی از اهداف پنهان با ۰/۵۱۱ و سواد رسانه‌ای با ۰/۷۴۲ با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان رابطه معناداری دارد. با توجه به

جدول ۴. مدل رگرسیون تأثیر سواد رسانه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان

نتیجه در مدل	سطح معنی‌داری (sig)	آماره‌ی t	ضرایب استاندارد (β)	خطای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد (B)	متغیر
--	۰/۰۰۰	۶/۱۴	--	۰/۲۳	۱/۴۰	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۱۲/۰۶	۰/۱۵	۰/۰۵	۰/۵۹	سواد رسانه‌ایی
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۱۲/۰۴	--	۰/۱۶	۱/۹۱	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۱۴/۴۲	۰/۱۷	۰/۰۴	۰/۵۳	درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۷/۲۱	--	۰/۱۸	۱/۲۸	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۱۶/۳۶	۰/۱۶	۰/۰۴	۰/۶۷	گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۱۰/۶۸	--	۰/۱۶	۱/۷۳	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۱۵/۳۵	۰/۱۳	۰/۰۴	۰/۵۷	نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۱۳/۱۹	--	۰/۱۴	۱/۸۱	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۷۷/۶۶	۰/۱۸	۰/۰۳	۰/۵۷	تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۱۲/۴۶	--	۰/۱۳	۱/۶۶	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۶۷/۱۳	۰/۱۹	۰/۰۱	۰/۴۹	آگاهی از اهداف پنهان
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر
--	۰/۰۰۰	۱۴/۸۱	--	۰/۱۳	۱/۸۱	مقدار ثابت
اثرگذار است.	۰/۰۰۰	۸۵/۱۳	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۶۶	متغیرهای زمینه‌ای
خطاها در مدل هم‌بسته نیستند.						آماره‌ی دوربین- واتسون
رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.						سطح معنی‌داری F فیشر

جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر اثرگذار است و مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۵۸) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر آگاهی از اهداف پنهان (۰/۵۸) از تغییرات وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر را تبیین می‌کند. رابطه خطی متغیرهای زمینه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر وجود دارد. متغیر، متغیرهای زمینه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر اثرگذار است. مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۶۵) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر متغیرهای زمینه‌ای (۰/۶۵) از تغییرات وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر را تبیین می‌کند.

این نتایج گویای آن است که رابطه‌ی همبستگی معنادار، مثبت و مستقیم بین سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه (مورد مطالعه دانش‌آموزان دبیرستانی شهر ماهنشان در سال ۱۴۰۰) وجود دارد.

این یافته‌ها با نتایج پژوهش دیربان و آقایی (۱۴۰۰)، مطابقت دارد، که نشان دادند بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و توسعه مدل تفکر انعکاسی رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و نحوه جامعه‌پذیری دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و شکل‌گیری دیدگاه انتقادی دانش‌آموزان بر رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و مواجهه دانش‌آموزان با رسانه‌ها و محتوای آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

همچنین با نتایج یافته‌های ابراهیم پور (۱۳۹۹) که در مطالعه خود دریافت، بین میزان مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و ابعاد سه گانه آن؛ یعنی میزان آگاهی یا رژیم رسانه‌ای، میزان تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و میزان برخورداری از دیدگاه انتقادی، با میزان جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز رابطه معنادار وجود دارد. دانشجویان مرد از مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و همچنین جامعه‌پذیری سیاسی بالاتری نسبت به دانشجویان زن برخوردار بوده‌اند.

در سال‌های اخیر تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعات رشد چشم‌گیری داشته‌اند؛ مخصوصاً اینترنت فرصت‌های قابل ملاحظه‌ای در دسترس مردم قرار داده است. یکی از اهداف

با توجه به جدول ۴، متغیر سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان اثرگذار است. مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۴۲) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر سواد رسانه‌ای (۰/۴۲) از تغییرات جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهنشان را تبیین می‌کند. همچنین نتایج جدول نشان دهنده وجود رابطه خطی میان درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر است. با توجه به جدول سطح معنی‌داری مدل رگرسیون برابر مقدار (۰/۰۰۰) می‌باشد که کمتر از مقدار (۰/۰۵) است و نشان می‌دهد متغیر درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر در مدارس اثرگذار است. مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۵۱) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای - (۰/۵۱)، از تغییرات وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر را تبیین می‌کند. یافته‌های جدول نشان می‌دهد متغیر گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر اثرگذار است. مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۵۷) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای (۰/۵۷) از تغییرات وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر را تبیین می‌کند. در جدول رابطه خطی میان نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر استنباط می‌شود. با توجه به جدول متغیر نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر اثرگذار است. مقدار ضریب تعیین شده برابر (۰/۵۴) می‌باشد و بیانگر این مطلب است که متغیر نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای (۰/۵۴) از تغییرات وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر را تبیین می‌کند. همچنین رابطه خطی بین تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مشاهده می‌شود. نتایج نشان می‌دهد متغیر تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر اثرگذار است. وجود رابطه خطی آگاهی از اهداف پنهان و وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر نیز قابل مشاهده است. یافته‌ها نشان می‌دهد متغیر آگاهی از اهداف پنهان بر وضعیت



نیستند؛ داشتن سواد رسانه‌ای کافی می‌تواند به فهم بهتری از اطلاعات قابل اعتماد و منابع معتبر کمک کند. داشتن سواد رسانه‌ای در جامعه ما با توجه به قابلیت‌های اینترنت و نیازهای اساسی ما به این پدیده، ضرورت انکار ناپذیری است که دامنه کاربرد آن در قرن حاضر، روز به روز رو به افزایش است این امر می‌طلبد تا نهادها و مسئولین آموزشی و متولیان سلامت جامعه با دنیای تکنولوژی جدید سازگار شوند و تأثیرات رسانه‌ها بر جوانان را درک کنند و چاره‌ای بیندیشند. بنابراین مطالعه و تحقیق در زمینه سواد رسانه‌ای، و به خصوص سواد رسانه‌ای در استفاده از اینترنت و حوزه سلامت که با سلامت آن‌ها در ارتباط است به ما کمک می‌کند تا وضعیت جوانان را در این زمینه ارزیابی کرده و ضرورت آن را بیش از پیش روشن سازیم. رسانه‌ها در زمره مهم‌ترین عوامل اجتماعی شدن هستند که بر رفتارهای سلامت امروزه جوانان اثر می‌گذارند، بعضی پژوهش‌ها تخمین می‌زند جوانان ۵۰-۳۰ درصد ساعت بیداریشان را با چنین رسانه‌هایی می‌گذرانند. تأثیر رسانه‌ها بر سلامت و زمان زیادی که جوانان با رسانه‌ها صرف می‌کنند، توجه کردن به نگرانی‌های مربوط به سلامت را مهم می‌سازد، مخصوصاً اینکه مغز در حال رشد جوانان به طور متناسب آماده نیست حجم زیادی از پیام‌های مخلوط سلامت را که از رسانه‌ها دریافت می‌کند تفسیر و تحلیل انتقادی کند. از سوی دیگر، گرانی هزینه‌های درمان و گسترده شدن جامعه، استفاده بیش از پیش از اطلاعات الکترونیکی سلامت را می‌طلبد تا با آگاهی بخشی بتوان جوانان را در مقابل آسیب‌های جسمانی و روانی توانمند ساخت.

درک صحت و سقم اطلاعات سلامت و تفاوت بین آن‌ها و توصیه‌های تبلیغاتی نیازمند فهم و داشتن سواد رسانه‌ای کافی است. اینترنت مصرف‌کنندگان اطلاعات سلامت را توانمندتر کرده است و برای انتخاب‌های پیچیده‌تر آگاه کرده است ولی با این حال پتانسیل قربانی شدن افراد در برابر اطلاعات نادرست همچنان باقی است. درجه نفوذ رسانه در جوامع و تأثیرات آن به حدی است که آموزش رسانه، به ضرورتی اجتناب ناپذیر تبدیل شده است. باید تأکید کرد که کودکان و نوجوانان که رسانه در جامعه‌پذیر کردن آن‌ها نقش بسزایی دارد، از نظر نحوه استفاده از رسانه و

استفاده از اینترنت دسترسی به اطلاعات مربوط به سلامت و بهبود کیفیت سلامت با هزینه‌ای مناسب می‌باشد. این امر مستلزم آن است که تعامل فعال بین شاغلین عرصه سلامت و تکنولوژیست‌های ارتباطی برقرار شود تا زمینه رضایت کاربران اطلاعات سلامت فراهم گردد و نیازهای آنان در این زمینه پیش بینی و تامین گردد. اگرچه افراد کم‌سواد، یا افرادی که از نظر اقتصادی توانایی استفاده از اینترنت را ندارند یا در حاشیه جامعه قرار دارند از اینترنت کمترین استفاده را می‌کنند و به نظر می‌رسد اطلاعات سلامت در دسترس همگان قرار ندارد؛ با این حال همچنان این رسانه، قابلیت دسترسی آسان و مناسب به اطلاعات سلامت از قبیل بیماری‌ها و علایم آن‌ها، ناهنجاری‌های جسمی و رفتاری، پیشگیری ابتلا به بیماری‌ها و ارتقای سلامت، آموزش مسائل جنسی و همچنین روش‌های درمانی را دارا می‌باشد. تحقیقات قابل توجهی نشان داده‌اند که رسانه‌های جمعی می‌توانند هم در به خطر انداختن سلامت و هم در ارتقای سلامت افراد تأثیرگذار باشند. مطالعات فراوانی در باره تأثیر منفی رسانه‌های جمعی در سلامت افراد، شامل خشونت، رفتارهای پر خطر جنسی، چاقی، نارضایتی جسمی و اختلالاتی در رژیم غذایی، استعمال دخانیات و استفاده از الکل انجام شده است. تأثیر مثبت رسانه‌های جمعی در سلامت، نیز شامل فراهم کردن اطلاعات سلامت، مدل سبک زندگی / هنجارهای ارتقادهنده سلامت و اجرای کمپین‌هایی برای کاهش رفتارهای پر خطر است. بیشتر رسانه‌ها از رسانه‌های چاپی گرفته تا رسانه‌های دیجیتال بیشتر از پیش راجع به مسائل سلامت بحث و گفتگو می‌کنند و بیشتر به سلامت از بعد فردی توجه می‌کنند یعنی به عنوان مسئولیتی فردی تا بعد اجتماعی. با افزایش تعداد سایت‌های مرتبط با سلامت و بهداشت، امکان استفاده وسیع‌تر از اطلاعات سلامت فراهم شده است. پیشگیری از بیماری‌ها و حفظ سلامت مبنای این سایت‌هاست. اغلب این سایت‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که شخصی‌سازی و مدیریت مسائل سلامت افراد امکان‌پذیر شده است. با این وجود باید توجه کرد با اینکه اینترنت منبع بسیار خوبی برای کسب اطلاعات سلامت می‌باشد با این حال همه سایت‌ها قابل اعتماد



متعددی را بر سر پیامدها و عوارض فردی و اجتماعی، کوتاه مدت و بلند مدت، سطحی و زود گذر و یا عمقی و دیرپای و کلا آثار مثبت و منفی آن‌ها به راه انداخته است. ایران از جمله کشورهای است که به عنوان یکی از اعضای دهکده جهانی مک لوهان در معرض تأثیرپذیری‌های جهانی قرار دارد.

امروزه، در جامعه ما، جوانان و نوجوانان چیزهایی را می‌پسندند که با سلیقه و ذائقه نسل‌های پیشین تفاوت ماهوی و فاحش دارند. اطلاعات، دانش، رفتارهای اجتماعی، علایق و نوع تفکر این نسل آن چنان متفاوت از نسل‌های پیشین است که او را در موقعیت خاصی قرار داده است با این حال رفتارها و دیدگاه‌های همین نسل نیز دگرگونی‌های اساسی و ساختاری در حال شکل‌گیری است که بخش عمده آن متأثر از ورود و شیوع فناوری نوین ارتباطات است. در واقع یکی از نقاط افتراق وجدایی این نسل با نسل‌های پیشین آشنایی و بهره‌گیری از این رسانه‌ها و فناوری ارتباطی است.

بطور کلی می‌توان گفت زندگی در اینگونه فضاهای مجازی می‌تواند تأثیرات منفی مختلفی بر «جامعه‌پذیری» کاربران داشته باشد. فرصت‌های آموزشی، اقتصادی و... از جمله نقاط مثبت این فضاها می‌باشد اما حضور در این دنیاها می‌تواند آسیب‌پذیری‌های اجتماعی و خانوادگی را نیز همراه داشته باشد. در جامعه ما یکی از مهم‌ترین چالش‌های فرارو، تضادهای فرهنگی جامعه با این ابزارها و دستاوردهای حاصل از آن‌ها است. در این میان، بدیهی است با سرعت گرفتن رشد تکنولوژی‌های ارتباطی و ورود این فناوری‌ها به کشور و در عوض عدم برنامه‌ریزی در داخل، این تضادها به شکل برجسته‌تری نمایان می‌شوند و آسیب بیشتری را متوجه جامعه بخصوص دانش‌آموزان می‌کنند.

اجتماعی شدن فرآیندی است که از طریق آن افراد دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و اقدامات مناسب جامعه خود را کسب می‌کنند (صادقی و همکاران، ۱۳۹۸). جامعه‌پذیری فرآیندی است که در آن فرد ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را از طریق نهادهای رسمی جامعه مانند آموزش و پرورش یاد می‌گیرد. در کنار نهادهای رسمی عوامل غیر رسمی هم وجود دارد که سعی در یادگیری افراد

تأثیرپذیری از آن با والدین خود تفاوت کامل دارند. آن‌ها بین «جهان» و «جهان رسانه‌ای» فرق نمی‌گذارند و در به کارگیری رسانه بسیار راحت‌تر از والدین خود عمل می‌کنند. آموزش رسانه به گفته کومار: «تحلیل اجتماعی- انتقادی رسانه است برای آگاهی و فهم بیشتر نحوه کار رسانه، شناخت کسانی که آن را کنترل می‌کنند و شکل می‌دهند، نقش متخصصان، تبلیغات فروش و روابط عمومی در شکل دادن به محتوای رسانه و شیوه‌های مختلفی که مخاطبان با آن پیام‌های رسانه را تفسیر می‌کنند. بنابراین هدف اصلی آموزش رسانه، هشیار کردن، اختیار بخشی در مواجهه با رسانه و برنامه‌ها و محتوای آن است. آموزش رسانه به افراد می‌آموزد پیام را تفسیر و تولید کنند، مناسب‌ترین رسانه را انتخاب کنند و نقش بیشتری در تأثیرپذیری از آن‌ها به عهده گیرند.

هدف مشترک تمام عوامل جامعه‌پذیر آن است که هنجارها، ارزش‌های جامعه را در فرد درونی کند. اما در فرآیند جامعه‌پذیری عوامل گوناگونی وجود دارد که در جامعه‌پذیری فرد موثر است. تعدد عوامل جامعه‌پذیری امروزه یک واقعیت اجتماعی است که توأم با پیچیدگی نظام اجتماعی، خود در تقویت مشکلات جامعه‌پذیری تأثیر فوق العاده ای دارد. این تعدد به گونه ای است که می‌توان به جرات ادعا نمود اگر نظام‌های مدون تعلیم و تربیت به کمک فرد نشتابند، فرد بسان موجود ضعیفی مورد هجوم اندیشه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها قرار می‌گیرد. فرآیند جامعه‌پذیری در جامعه به طور غیر رسمی مانند گروه دوستان، خانواده و فضای مجازی و... می‌باشد. و به طور رسمی از طریق مدرسه صورت می‌پذیرد. عصر حاضر عصر مطبوعات، رسانه‌های گروهی و ارتباطات است. دنیا کنونی ما عصر تاخت و تاز وسایل ارتباط جمعی رادیو، تلویزیون، ماهواره، تلفن همراه و اینترنت می‌باشد. حجم تغییرات به قدری گسترده است که می‌توان گفت پارادایم‌های اجتماعی قدیم به پایان رسیده و فهم متناظر جامعه و فرهنگ جدید را منعکس نمی‌کنند. فناوری جدید اطلاعاتی و ارتباطی روش کار ما را نه تنها در امور اقتصادی و اجتماعی دگرگون کرده‌اند، بلکه حتی نحوه تفکر ما را در مقایسه با گذشته تغییر داده‌اند. رشد و توسعه این فناوری، بحث و جدل‌های

میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و توسعه مدل تفکر انعکاسی رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و نحوه جامعه پذیری دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و شکل‌گیری دیدگاه انتقادی دانش‌آموزان بر رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و مواجهه دانش‌آموزان با رسانه‌ها و محتوای آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد. تحقیق ابراهیم پور (۱۳۹۹) که با عنوان «بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز» انجام شده است، نیز با نتایج این تحقیق، همسو است. این تحقیق نشان می‌دهد، بین میزان مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و ابعاد سه گانه آن؛ یعنی میزان آگاهی یا رژیم رسانه‌ای، میزان تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و میزان برخورداری از دیدگاه انتقادی، با میزان جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز رابطه معنادار وجود دارد. دانشجویان مرد از مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و همچنین جامعه‌پذیری سیاسی بالاتری نسبت به دانشجویان زن برخوردار بوده‌اند. چنانچه بخواهیم، با استفاده از نظریات پاتر به تبیین نتایج بپردازیم، می‌توان گفت که پاتر در نظریه شناختی سواد رسانه‌ای می‌گوید: اساس سواد رسانه‌ای بر آمیزه‌ای از پنج دانش استوار است. این ساختارهای اساسی دانش عبارتند از: تأثیرات رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن (بولگار، ۲۰۲۲: ۹۳). در استخراج گویه‌هایی متغیرهای سواد رسانه‌ای از این نظریه بهره گرفته شده و گویه‌هایی برای شناخت میزان آگاهی پاسخ‌گویان از تأثیرات رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن آمده است.

همانطور که پاتر می‌گوید، مخاطبی که به سریال‌های پایین‌عادت کرده است ذهنش را درگیر رمزگشایی فیلم‌های فلسفی نمی‌کند و بر عکس. به همین سبب سواد رسانه‌ای با عادت رسانه‌ای در ارتباط است. عادت به رسانه‌ها با توجه به نوع برنامه‌ای که افراد مخاطب آن هستند به عنوان یک متغیر وابسته با متغیر وابسته تحقیق (سواد رسانه‌ای) در ارتباط است. همچنین بر اساس نظریه شناختی سواد

جامعه هستند که می‌توانند در مقابل عوامل رسمی جامعه قرار بگیرند. عصر حاضر عصر مطبوعات و رسانه‌های گروهی و ارتباطات می‌باشد فضای مجازی که شامل اینترنت، تلفن همراه، ماهواره و... می‌باشد در جهان امروز که در حال تبدیل به دهکده جهانی است حرف اول را می‌زند. بر این اساس یکی از مهمترین وجوه عملکرد شبکه‌های اجتماعی، تأثیرات منفی و مثبت آن‌ها در عرصه اجتماعی است. به همین سبب نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی، بویژه تأثیر این پدیده در جامعه‌پذیری جوانان بایستی مورد توجه محققان قرار گیرد.

کشور ایران از جمله کشورهایی است که به عنوان یکی از اعضای دهکده جهانی در معرض تأثیرپذیری فضای مجازی قرار دارد. و با توجه به گسترش فضای مجازی در بین دانش‌آموزان و استفاده بیش از حد از آن، فضای مجازی می‌تواند ارزش‌ها و هنجارهایی مخالف با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را به دانش‌آموزان یاد دهد و موجب دوگانگی ارزشی در بین آن‌ها شود.

۶- نتیجه‌گیری نهایی

این مطالعه بر آن بود تا به مطالعه جامعه‌شناختی رابطه ارتباط بین سواد رسانه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان دبیرستانی پسر شهر ماهشان بپردازد. هر چند این تحقیق، در شهرهای دیگر ایران و حتی در جهان انجام شده است، اما بررسی رابطه‌ی درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان و متغیرهای زمینه‌ای با وضعیت جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه شهر ماهشان، انجام نشده است. لذا انجام این مطالعه که در قالب پرسشنامه از طریق پیمایش انجام شد و بیانگر این مطلب است که سواد رسانه‌ای و جامعه‌پذیری دانش‌آموزان پسر مقطع دبیرستان شهر ماهشان، ارتباط مستقیم و معناداری با یکدیگر دارند. این یافته پژوهشی با یافته‌های پیمایش دبیران و آقایی (۱۴۰۰) با عنوان «بررسی سواد رسانه‌ای معلمان آموزش و پرورش بر نحوه جامعه‌پذیری دانش‌آموزان، مطابقت دارد. نتایج آن نشان می‌دهد بین



بعد (اخلاقی) سبب می‌شود که افراد از درجه بالای سواد برخوردار شده و مضامین اخلاقی را بهتر از سایرین دریافت کنند (طاهری، ۱۳۹۹). سواد رسانه‌ای می‌تواند مصرف رسانه‌های ما را لذت‌بخش‌تر کند و یک رابطه انفعالی را به یک رابطه فعال تبدیل کند (قاسمی، ۱۳۹۷: ۹۵).

با توجه به نتایج این مطالعه و سایر پژوهش‌ها، می‌توان اظهار داشت که سواد رسانه‌ای، مخاطبان را قادر می‌سازد که از میان حجم انبوهی از پیام‌ها، تصاویر، زبان و صدایی که از رسانه فراگیرند، دریافت می‌کنند، هم منتقدانه بیندیشند و هم تولید کنند. به بیان دیگر، مخاطبان از این طریق قادر می‌شوند تا اطلاعاتی را که از طریق کانال‌های ارتباط جمعی، دریافت می‌کنند، رمزگشایی کرده و درباره محتوای آن، قضاوت مستقل و تفسیر مفهومی خویش را داشته باشند. یک مخاطب فعال در استفاده از رسانه، گزینش سودمند و مناسبی از اطلاعات و محتواهای موجود در رسانه خواهد نمود. لذا علاوه بر آنکه وی، قدرت مدیریت زمان، اعتبارسنجی رسانه‌ها، دسترسی، ارزیابی و تجزیه و تحلیل محتوای موجود در رسانه را دارد، نیازمند کسب دانش و اطلاعات کافی در زمینه‌های تاریخی، اقتصادی، فرهنگی سیاسی، دینی و... نیز می‌باشد. لذا افراد با سواد رسانه‌ای، شایستگی و فهم و کاربست کدهای فرهنگی مسلط جامعه را دارند و با نگاه گزینش‌گر به برنامه‌های رسانه‌ای می‌نگرند و به صورت انتخابی، آن را فرا می‌گیرند.

بنابراین، بسته به اینکه هر فرد به چه میزان از سواد رسانه‌ای غنی‌تری برخوردار باشد، در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، نگرش انتخابی و منتقدانه داشته و بنا به اعتقادات و ارزش‌های خویش، آن را ارزیابی و اقدام به رد یا پذیرش آن می‌نماید. از این رو، دانش و مهارت مخاطبان در قدرت تحلیل و ارزیابی و پردازش مفاهیم و اطلاعات و توانایی فرد، در عینیت بخشیدن یا رد آن، نقش مهمی در تأثیرپذیری و جامعه‌پذیری وی از رسانه دارد.

الف: جامعه‌پذیری نخستین؛ فرآیندی است که میان فرد و گروهی که با وی در تماس نزدیک و صمیمی هستند صورت می‌گیرد و غالباً در سال‌های اولیه زندگی، رخ می‌دهد. عوامل اصلی این مرحله خانواده و گروه همسالان هستند. ب: جامعه‌پذیری ثانوی یا مجدد؛ این فرآیند در وضعیت‌های

رسانه‌ای، کسانی که سواد رسانه‌ای ندارند، باید پیام‌های رسانه‌ای را بپذیرند و خلاء خود را در زندگی با این پیام‌ها پر کنند. افراد دارای سواد رسانه‌ای، با شکل زندگی خود (یعنی فضایی که می‌خواهند پر کنند) آشنا می‌شوند و می‌دانند چگونه از پیام‌های رسانه‌ای، معنای خود را بسازند و اجازه نمی‌دهند تولیدات رسانه‌ای با خلاء زندگی‌شان جور در بیاید.

در این میان کسانی که وقت بیشتری با رسانه‌ها می‌گذرانند، بیشتر در معرض تأثیرپذیری از رسانه‌ها قرار دارند و بیشتر از بقیه افراد، خلاءهایشان را با پیام‌های رسانه‌ای پر می‌کنند. در اینجا باید به نظریه شکاف آگاهی نیز دقت کنیم و این نکته که افرادی که طبقه اجتماعی-اقتصادی بالاتری دارند، تمایل دارند از رسانه‌های مکتوب استفاده کنند. این در حالی است که طبقات پایین، به استفاده از رسانه‌های دیداری-شنیداری تمایل دارند. همچنین بیشتر مخاطبان رسانه‌های مکتوب نسبت به مخاطبان رسانه‌های دیداری و شنیداری، آگاهی بالاتری دارند و این آگاهی در میان افراد طبقات بالا، نسبت به طبقات پایین، روز به روز بیشتر می‌شود.

از سوی دیگر، با توجه به اینکه امروزه، تلاش بر آن است که سطح برخورداری احاد مختلف جامعه از امکانات و تکنولوژی اطلاعاتی در اقصای مختلف جامعه، به طور یکسان توسعه یابد، از این رو، در سال‌های اخیر، شاهد توسعه‌ی زیرساخت‌های ارتباطی به ویژه اینترنت در اقصی نقاط ایران، حتی در مناطق محروم بوده و سطح دسترسی اقصای ضعیف جامعه به وسایل ارتباط جمعی و فضای مجازی و... به طرز قابل توجهی افزایش یافته است. به ویژه آنکه این تحقیق در شرایط شیوع ویروس کرونا و مجازی شدن آموزش، اجرا شده است که استفاده از وسایل ارتباطی و رسانه‌ای، برای ادامه روند آموزش، اجتناب‌ناپذیر بوده و مخاطبان، ناگزیر از کسب اطلاعات کافی از نحوه برخورداری از شیوه‌های مختلف کسب آگاهی در فضای مجازی با استفاده از ابزار رسانه‌ای بوده‌اند. از این رو، انتظار می‌رود سطح سواد رسانه‌ای در جامعه افزایش یابد، چرا که نقش مهمی در جامعه‌پذیری دانش‌آموزان دارد. سواد رسانه‌ای شامل اطلاعاتی درباره ارزش‌هاست. به اطلاعات اخلاقی که در سرشت شما جای دارد توجه کنید. این نوع اطلاعات به ما امکان می‌دهد درباره درستی و نادرستیها قضاوت کنیم. این

۳. اکرم، وحید (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای، پژوهشنامه، ویژه نامه سواد رسانه‌ای، مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده پژوهش‌ها استراتژیک، شماره ۲۲.

۴. براری، نوری؛ اعلامی، فرنوش؛ رضایی زاده؛ مرتضی و خراسانی، اباصلت. (۱۳۹۸). ارزشیابی از اهداف سطوح عالی دارد و قدرت رسانه‌ای در دست کشورهای غربی می‌باشد و آن‌ها به راحتی می‌توانند فضای مجازی دیگری را جایگزین کنند. اهتمام ویژه نسبت به توسعه آموزش مهارت سواد رسانه‌ای از طریق دستگاه‌های فرهنگی، آموزشی مانند وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر نهادهای مرتبط و اختصاص ردیف بودجه برای آموزش، می‌تواند موثر باشد. در این زمینه، ارزشیابی مستمر برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، موجب افزایش کیفیت و اثربخشی برنامه‌های اجرایی خواهد شد. بومی‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای و تحقق اهداف سند تحول بنیاد آموزش و پرورش در بخش سواد رسانه‌ای؛ مدیریت هوشمندانه و خردمندانه در استفاده از رسانه‌ها، ارتقای توانایی‌های پردازش پیام‌های رسانه‌ای، تقویت قدرت پرسشگری نقادانه و استقلال فردی، داشتن درک عمیق‌تر از نقش رسانه‌ها در زندگی، بهبود ارتباطات اجتماعی، آگاهی از مفاهیم سواد رسانه‌ای و نقش فعال در جامعه‌ی اطلاعاتی، می‌تواند در این زمینه موثر واقع شود.

رسمی‌تر روی می‌دهد ولی هیچیک از این وضعیت‌ها شخصی نیست. در این مرحله عوامل جامعه‌پذیری بخشی از مسئولیت‌های خانواده را به عهده می‌گیرند. عوامل اصلی در این مرحله مدرسه و رسانه‌های ارتباط جمعی. جامعه‌شناسان، مهمترین عوامل جامعه‌پذیری را خانواده، گروه هم سالان، مدرسه و وسایل ارتباط جمعی می‌دانند. با پیچیده تر شدن زندگی و افزایش آهنگ تغییرات اجتماعی و رشد و توسعه روزافزون رسانه‌ها، نحوه انباشت و توسعه اطلاعات و نحوه جامعه‌پذیری، به عنوان یک مسئله اساسی، پیش‌روی مدیران و اندیشمندان اجتماعی قرار گرفته است.

این پژوهش به مانند سایر تحقیقات، دارای محدودیت‌هایی چون عدم اظهار نظر واقعی پاسخگویان به پرسشنامه‌ها، محدود بودن اجرای تحقیق در شهر ماهشان، بدلیل شیوع ویروس کرونا بود. در نهایت، با توجه به رابطه مثبت بین سواد رسانه‌ای و جامعه‌پذیری دانش‌آموزان، به برنامه‌ریزان و سیاستگذاران در حوزه سواد رسانه‌ای و جامعه‌پذیری، پیشنهاد می‌گردد، به اثرات رسانه‌ها در برنامه‌ریزی‌های آموزشی، برنامه‌ریزان آموزش و پرورش در تدوین کتب درسی برای تمامی رشته‌های تحصیلی مسئله رسانه‌ها را می‌توانند مد نظر داشته باشند، زیرا می‌تواند، گامی مؤثر در این راستا تلقی شود. همچنین باید توجه داشت که سیاست مسدودسازی یک امر مبنایی نیست و با استفاده از نرم‌افزارهای فیلترینگ امکان دور زدن این سیاست وجود

منابع

یادگیری در محیط‌های یادگیری الکترونیکی (استانداردها و شاخص‌ها)، نشریه آموزش و ارزیابی، دوره ۱۲، شماره ۴۵.

۵. شمس، محمدشهاب، (۱۳۸۷). «فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات در عرصه آموزش معلم‌ها» کمیسیون ملی یونسکو. طاهری، مرتضی (۱۳۹۹). ارائه مدلی به‌منظور کارکرد حرفه‌ای معلم، رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

۶. قاسمی، مریم؛ فردانش، هاشم؛ حانمی، جواد و احمدی، سلیمان. (۱۳۹۷). سنجش میزان آمادگی یادگیری الکترونیکی در دانشگاه علوم پزشکی البرز، نشریه راهبردهای آموزش در علوم پزشکی، دوره ۱۱، شماره ۴.

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی؛ زندی، بهمن؛ علی‌پور، احمد؛ زارع، حسین و یزدانی، فریدون. (۱۳۹۳). انواع یادگیری الکترونیکی و شکل‌های مختلف تعامل در آن. مجله بین رشته‌ای یادگیری مجازی در علوم پزشکی، (۱۱)، ۱۱-۲۲.

۲. اسماعیلی، هادی؛ رحمانی، شاهپور؛ کاظمی، احمد و علی احمدی، مصطفی. (۱۳۹۵). ارزیابی وضعیت یادگیری الکترونیکی واحد آموزش مجازی دانشگاه سیستان و بلوچستان، مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۹(۳۴)، ۲۰۳-۲۲۲.





9. Avval Shahr, Homa Sadeghi & Yazdani, Shahram & Afshar Leila. (2019). Professional socialization: an analytical definition. *Journal of medical ethics and history of medicine*, 2019; 12: 17.
10. Awad-Cherit, Isabe (2008). Cultural Diversity in the News Media: A Democratic or a Commercial, Cultural Diversity in the News, *Javnost-The public*, 16 (4), pp. 55-72.
۷. مهر محمدی، محمود. (۱۳۹۷)، برنامه درسی نظرگاه‌ها، رویکردها و چشم‌اندازها، قدس رضوی، شرکت به نشر، چاپ دوم.
8. Abbasi, E. & Najafu, P. (2019). Information Literacy in Graduate Students of Agriculture of Tarbiat Modares University, *Quarterly of Agricultural Education Administration Research*, 34, 89-103.



Sociological Study of the Relationship Between Media Literacy and Political Socialization Status of Male High School Students in Mahenshan City in 1400

* Sayed Ataollah Sinaei 

** Mahnaz Jalili 

*** Mohamad Shiri 

* Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran.

sinaee@pnu.ac.ir

** Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam Noor University. Tehran, Iran.

mahnazhalili@alumni.ut.ac.ir

*** Master of Sociology, Payam Noor University, Parand Branch, Tehran, Iran.

mohammadshiriy2015@gmail.com

Received: 16.01.2024

Accepted: 20.07.2024

Abstract

Socialization, as a process that makes a person familiar with the way of life in his society, is considered important and necessary for every society. Several factors such as media literacy of people are effective in this matter. The purpose of this research is to investigate the relationship between media literacy and the socialization status of high school male students in Mahenshan city in 1400, using Potter's cognitive theory of media literacy. The research method was a survey and the data collection tool was a questionnaire. The statistical population includes male high school students in Mahenshan city in 1400, 150 people were selected as the main sample of the study using a multi-stage cluster random sampling method to check whether there is a relationship between media literacy and the socialization status of high school male high school students in Mahenshan city. has it. The research findings show that the correlation coefficients of understanding the content of media messages with 0.910, conscious selection of media messages with 0.886, critical look at media messages with 0.653, analysis of media messages with 0.770, awareness of goals Hidden with 0.511 and contextual variables with 0.742 have an effect on the sociability of male high school students in Mahenshan city. The results show that there is a direct and significant relationship between the media literacy of the statistical population and the socialization status of male high school students in Mahenshan city.

Keywords: Media literacy, Socialization, Media Messages.

Corresponding Author: Mahnaz Jalili- Mahnazhalili@alumni.ut.ac.ir



Introduction

Political socialization, as a process of transformation of a person, from birth to when he is accepted as a citizen in the social system, is considered important and necessary for every society. Several factors such as media literacy of people are effective in this matter. The process of socialization of a person should be examined from two dimensions. Individual dimension and social dimension. The individual dimension of socialization is: the learning process through which a person finds his social identity and learns how to live in the community, and its social dimension is the process through which the society educates its members to regulate social affairs and the continuation of social life.

In today's era, when the media surrounds us from all sides and provides us with new information and news every moment, in such an environment, the knowledge we received through the family helps us along with media literacy, to learn how to use the media and information sources and in this way, to select the information provided by the media. To know what to choose and which to discard. This level of skills and knowledge allows us to get out of the passive and one-sided mode in relation to the media. Educating and increasing the awareness of the audience in cognitive frameworks makes us have a critical look at the media and the news and information published by them. The common goal of all socializing factors is to internalize society's norms and values in the individual. But in the socialization process, there are various factors that are effective in a person's socialization. The multiplicity of socialization factors is a social reality today, which, along with the complexity of the social system, has a tremendous effect on strengthening the problems of socialization.

The purpose of this research is to investigate the relationship between media literacy and the socialization status of high school male students in Mahenshan city in 1400, using Potter's cognitive theory of media literacy.

The research method was a survey and the data collection tool were a questionnaire. The statistical population includes male students of Mahenshan city in 1400, cluster random technique was used to determine the sample units.

In this research, the data collection method is mainly the questionnaire technique, and a large amount of field information is obtained with this technique. Based on the hypotheses and research questions, the writer prepares and adjusts the initial questionnaire, and after the preliminary test and correcting the flaws of the questionnaire, the researcher prepares the final questionnaire; Then, by using the researcher's questionnaire, the required information is collected, in this way, the field part of the research is done by answering the distributed questionnaire from the statistical sample group. To ensure the validity of the important questions of the questionnaire, the opinions and intellectual assistance of the advisors and consultants have been used, and in order to measure the validity, the researcher-made questionnaire has been checked with the content validity method and the face validity method. In this way, a preliminary questionnaire was prepared first, and the face validity of the questionnaire was confirmed by consulting and using the opinions of supervisors and advisors. To estimate the reliability of the questionnaire, after completing about 50



questionnaires for the pre-test, we use Cronbach's alpha coefficient to estimate the reliability of the research concepts, In a way that the items that had a lower correlation with the total index or were difficult to understand for the speakers' answers, were modified or replaced by other appropriate items. Also, in order to check the background of research and review scientific ideas, library documents and reference to books, periodicals, domestic and foreign articles and reliable internet sites have been used.

150 people were selected as the main sample of the research by multi-stage cluster random sampling method to check whether there is a relationship between media literacy and the socialization status of high school male students in Mahenshan city.

The research findings show that the correlation coefficients of understanding the content of media messages with 0.910, conscious selection of media messages with 0.886, critical look at media messages with 0.653, analysis of media messages with 0.770, awareness of goals Hidden with 0.511 and contextual variables with 0.742 have an effect on the sociability of male high school students in Mahenshan city.

The results indicate that the media literacy of the statistical population includes, understanding the content of media messages, conscious selection of media messages, critical look at media messages, analysis of media messages, awareness of hidden goals and background variables has a direct and meaningful relationship with the socialization status of male high school students of Mahneshan city.



تأثیر ارزش آفرینی سواد تربیتی والدین بر تاب آوری و پیشرفت تحصیلی با میانجیگری مسئولیت پذیری

* کریم دلاویز ** همام مویدفر *** قمر کیانی

* دانشجوی دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، گروه علوم تربیتی و روانشناسی، زنجان، ایران.

delaviz.k@gmail.com

** استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، گروه علوم تربیتی و روانشناسی، زنجان، ایران.

moayedfar@gmail.com

*** استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، گروه علوم تربیتی و روانشناسی، زنجان، ایران.

khevad739@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

چکیده

سواد تربیتی والدین یک الگوی جدید در علوم تربیتی و مدیریت آموزشی است که والدین با ارتقاء سطح دانش و مهارت خود می‌توانند فرزندان خود را در امور مختلف، حمایت نمایند و والدین بیشترین تأثیرات اجتماعی را حتی فراتر از معلمان و مدرسه بر فرزندان خود دارند. این مطالعه به بررسی رابطه بین سواد تربیتی والدین و تاب آوری و پیشرفت تحصیلی با میانجیگری مسئولیت پذیری دانش آموزان دوره متوسطه دوم شهر کرج می‌پردازد. روش این پژوهش همبستگی چند متغیره و از نوع معادلات ساختاری است در مجموع ۳۸۹ نفر شرکت‌کننده یعنی دانش آموز و ۳۸۹ نفر مادران آنها در سال تحصیلی ۱۴۰۰ - ۱۴۰۱ به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی بر اساس جنسیت انتخاب شدند و به پرسشنامه‌های سواد تربیتی والدین آلاباما، فریک (۱۹۹۶)، مسئولیت‌پذیری نوجوانان نعمتی (۱۳۷۸) و تاب آوری تحصیلی ساموئلز (۲۰۰۸) و پرسشنامه پیشرفت تحصیلی صالحی (۱۳۹۴) پاسخ دادند. یافته‌ها نشان داد سواد تربیتی والدین و مؤلفه‌های آن بر تاب آوری تحصیلی و مسئولیت‌پذیری اثر مستقیم دارد ($p < 0.05$). مسئولیت‌پذیری بر تاب آوری تحصیلی اثر مستقیم دارد ($p < 0.05$). سواد تربیتی والدین بر تاب آوری تحصیلی و پیشرفت تحصیلی با میانجیگری مسئولیت‌پذیری اثر غیرمستقیم دارد ($p < 0.05$), بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سواد تربیتی والدین و مولفه‌های آن می‌تواند مسئولیت‌پذیری را در دانش‌آموزان افزایش دهد.

واژه‌های کلیدی: سواد تربیتی والدین، مسئولیت‌پذیری، تاب آوری تحصیلی، پیشرفت تحصیلی، والدین.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه و بیان مساله

فرد در آن پا به عرصه زندگی می‌گذارد و اولین پایه‌های تربیت و تعلیم در آن گذارده می‌شود (ناصرین، ۱۳۹۴). شیوه‌های پرورش نوجوانی دوره رشدی است که تغییرات جسمی، روانی، عاطفی و اجتماعی زیادی در آن رخ می‌دهد؛ علاوه بر چالش‌های رشد جسمی و فکری، جستجوی هویت یک کار مهم برای نوجوانان است. نوجوانان به تدریج

در عصر امروزی که خانواده می‌خواهند مسئول زندگی و فرزندان خویش باشند، بروز رفتارهای هوشمندانه فرزندان و در دسترس بودن تجهیزات الکترونیکی هوشمند نظیر موبایل، تبلت، اینترنت، رسانه و... رفتار و کارکردهای رفتاری فرزندان (جوان و نوجوانان) تبدیل به یک چالش بزرگ برای والدین شده است. خانواده نخستین نهاد اجتماعی است که

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: همام مویدفر Moayedfar@gmail.com



در مورد خانواده و مشارکت خانواده-مدرسه شروع کنند (مپ^۵، ۲۰۱۶).

پیشرفت تحصیلی بعنوان یک متغیر، تابع عواملی است که بر آن اثر می‌گذارند و با تغییر آنها خودش هم دستخوش تغییر می‌شود؛ در پیشرفت تحصیلی عواملی از قبیل هوش، استعداد، وضع جسمانی، سواد والدین و تلاش فرد موثر است (غریب‌زاده و معینی‌کیا، ۱۳۹۶). پیشرفت تحصیلی به توانایی آموخته شده یا اکتسابی فرد در موضوعات آموزشی اطلاق می‌شود که به وسیله آزمون‌های فراگیری استاندارد شده یا آزمون‌های معلم ساخته اندازه‌گیری می‌شود. به طور کلی این اصطلاح به معنای مقدار یادگیری آموزشی فرد است، به طوری که بتوان آنها را در مقوله کلی عوامل مربوط به تفاوت‌های فردی و عوامل مربوط به مدرسه و نظام آموزش و پرورش مورد مطالعه قرار داد (دلیرناصر و حسینی‌نسب، ۱۳۹۴).

یکی از متغیرهای مورد مطالعه تاب‌آوری تحصیلی است. تاب‌آوری را به معنای مهارت‌ها، خصوصیات و توانمندی‌هایی تعریف می‌کنند که فرد را قادر می‌سازد با سختی‌ها، مشکلات و چالش‌ها سازگار شود. هر چند برخی از ویژگی‌های تاب‌آوری را می‌توان یاد داد و تقویت نمود. (یاوری رامش، اسماعیلی، ۱۳۹۳). در یک مفهوم کلی، تاب‌آوری به عنوان فرآیند، ظرفیت یا نتیجه سازگاری موفق علیرغم شرایط چالش برانگیز یا تهدیدکننده تعریف شده است (هاوارد و جانسون، ۲۰۰۰). در زمینه تحصیلی، آن را به عنوان "احتمال افزایش موفقیت در مدرسه و سایر دستاوردهای زندگی علیرغم ناملازمات محیطی ناشی از ویژگی‌ها، شرایط و تجربیات اولیه" تعریف می‌کنند (وانگ، و همکاران، ۱۹۹۴). دانش‌آموزان تاب‌آور تحصیلی آن‌هایی هستند که «علیرغم وجود رویدادها و شرایط استرس‌زا که آنها را در معرض خطر عملکرد ضعیف در مدرسه و در نهایت ترک تحصیل قرار می‌دهد، سطوح بالایی از انگیزه پیشرفت و عملکرد را حفظ می‌کنند» (آلوا، ۱۹۹۱).

مارتین و مارش (۲۰۰۶) معتقدند که تاب‌آوری تحصیلی مربوط به همه دانش‌آموزان است؛ چرا که در

مستقل تر می‌شوند، به دنبال خودمختاری بیشتر می‌گردند و خودپنداره‌ها و ارزش‌های خود را تثبیت می‌کنند که منجر به تغییر در محیط خانواده می‌شود (دانیل^۱ تی و دیا دو، ۲۰۲۰).

سواد تربیتی والدین^۲ به میزان دانش و مالکیت آنها در مجموعه‌ای از مهارت، دانش و تمایلات عاطفی آنها برای تربیت کودکان موثر، باهوش، با روحیه و دارای استعداد اجتماعی است، به طوری که می‌توان گفت سواد تربیتی والدین یکی از مهمترین انواع سواد است، زیرا سرنوشت گونه‌های بشری به کیفیت فرزندپروری آنها، بستگی دارد. در مجموع می‌توان گفت که سواد تربیتی والدین تا آنجا اهمیت دارد که والدین بیشترین تاثیرات اجتماعی را حتی فراتر از معلمان و مدرسه بر فرزندان خود دارند (مک کوی^۳، و کول، ۲۰۱۱). دوره نوجوانی هم برای نوجوانان و هم برای والدین آنها چالش‌هایی را به همراه دارد. نوجوانان ممکن است والدین خود را خشن تر و کنترل‌کننده تر بدانند، در حالی که والدین ممکن است کودکان را سرکش و غیرمسئول تر ببینند. هم والدین و هم نوجوانان با چالش‌های سازماندهی مجدد مسئولیت‌ها و برقراری یک رابطه خانوادگی برابرتر روبرو هستند. (ماستروتئودوروس^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). و همچنین دوره نوجوانی یکی از ادوار مهم زندگی است و این دوره بهترین فرصت برای رشد و شکوفایی- توانمندی‌هاست. به این مناسبت دوره نوجوانی را یکی از فرصت‌های پر اهمیت در زندگی آدمی به شمار آورده‌اند. یکی از مسائلی که نوجوان با آن روبرو است شکل‌گیری هویت است؛ بدین معنا که نوجوان تشخیص دهد که کیست و چه کارهایی مهم و ارزشمند است و به تنظیم معیارهایی بپردازد تا بر اساس آنها رفتار کند و برای سوال اساسی خود؛ یعنی هدف در زندگی پاسخی بیابد. گاهی نوجوان به علت تجارب نادرست دوران کودکی یا شرایط نامساعد محیطی دچار بحران می‌شود. (شاملو، ۱۳۹۲). معلمانی که درگیر سواد تربیتی والدین یا تعامل با سواد با والدین هستند باید با بررسی باورهای خود

1. daniel t. and diya dou

2. parental Literacy (upbringing literacy & family literacy)

3. mc coy, cole

4. mastrotheodoros, & et al.

5. mapp



با کودک است که والدین در رابطه با فرزندان خود اعمال می‌کنند و در شکل‌گیری شخصیت آینده کودک نقش بسزایی دارد. کودک اولین بار ایده آل‌ها و آرمان‌ها و بایدها و نبایدها را از محیط خانواده و والدین خود می‌آموزد. خانواده یکی از عوامل مؤثر در رفتار افراد است. کودک در محیط خانواده تجارب گوناگونی را کسب می‌کند و از طریق این محیط کوچک است که با دنیای خارج آشنا می‌گردد و طرز معاشرت با دیگران را می‌آموزد (احدی، ۱۳۸۱). خانواده‌ها از جنبه‌های مختلف با هم تفاوت دارند، بنابراین تاثیر خانواده در رفتار افراد متفاوت است. در یک خانواده سالم محیط به گونه‌ای است که شرایط برای تامین احتياجات اساسی کودکان در زمینه‌های مختلف فراهم می‌باشد. رفتار کودکی که در این خانواده پرورش می‌یابد با رفتار کودکی که محیط خانواده وی، مانع تامین احتياجات اساسی اوست کاملاً متفاوت است (برک^۴، ۲۰۰۸).

متغیر پیش‌بین در این تحقیق سواد تربیتی والدین است؛ سواد تربیتی والدین یک الگوی جدید در علوم تربیتی و مدیریت آموزشی است که والدین با ارتقاء سطح دانش و مهارت خود می‌توانند فرزندان خود را در امر یادگیری بهتر امور مختلف، حمایت نمایند بنابراین، به نظر می‌رسد که ابعاد سواد تربیتی والدینی بایستی به صورت تجربی برای روش مناسب فرزندپروری مورد بررسی قرار گیرند. خود چه رفتار و سبکی را برای تربیت و فرزندپروری مورد بررسی و آزمایش قرار گیرند. مک کوی، و کول، (۲۰۱۱) به این نتیجه رسید، والدین هرچه زودتر برای آموزش فرزندان خود اقدامی انجام دهند، نتایج عمیق‌تر و تأثیرات آن طولانی‌تر می‌شود. کودکان مدت‌ها قبل از ورود به آموزش رسمی یاد می‌گیرند. به طور مشابه، معلمان نباید شیوه‌های سواد تربیتی والدین را از طریق یک ذهنیت ناقص ببینند، بلکه باید با خانواده‌ها برای تقویت و توسعه شیوه‌های سواد در خانه شریک شوند (کری و همکاران، ۲۰۱۶). تمام تجربیات سواد تربیتی والدین می‌تواند موفقیت دانش‌آموزان را بالا ببرد (پیاتزا و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین نویسندگان در صدد یافتن پاسخ این سؤال است که آیا ابعاد سواد تربیتی والدین (فرزندپروری مثبت، نظارت

برخی موارد همه دانش‌آموزان ممکن است سطوحی از عملکرد ضعیف، سختی، چالش و یا فشار را تجربه کنند. مستن (۲۰۰۱). تاب‌آوری تحصیلی را، به عنوان توانایی دانش‌آموزان در کنار آمدن مؤثر با موانع، تنش، فشار و به طور کلی عوامل تهدید کننده معرفی می‌کند. تحقیقات انجام شده، تاب‌آوری تحصیلی را به عوامل مختلفی در حوزه‌های مختلف از تحصیل، خانواده، اجتماعی و جمعیت شناختی و روانشناختی مرتبط می‌کند (فین و راک، ۱۹۹۷). همچنین یکی دیگر از متغیرهایی که بر تاب‌آوری و پیشرفت تحصیلی مؤثر است، مسئولیت‌پذیری است. مسئولیت‌پذیری یک الزام و تعهد درونی از سوی فرد برای انجام مطلوب فعالیت‌هایی است که بر عهده‌اش گذاشته شده است. وجودگرایان معتقدند مسئولیت‌پذیری امری وجودی است که از طریق تعلیم و تربیت شکوفا می‌گردد (آلوک و همکاران، ۲۰۱۶).

یکی دیگر از متغیرهایی که بر تاب‌آوری و پیشرفت تحصیلی مؤثر است، سواد تربیتی والدین^۱ می‌باشد. سواد تربیتی والدین به میزان دانش و مالکیت آنها در مجموعه‌ای از مهارت، دانش و تمایلات عاطفی آنها برای تربیت کودکان مؤثر، باهوش، با روحیه و دارای استعداد اجتماعی است، به طوری که می‌توان گفت سواد تربیتی والدین یکی از مهمترین انواع سواد است، زیرا سرنوشت گونه‌های بشری به کیفیت فرزند پروری و سواد تربیتی والدین، بستگی دارد. در مجموع می‌توان گفت که سواد تربیتی والدین تا آنجا اهمیت دارد که والدین بیشترین تاثیرات اجتماعی را حتی فراتر از معلمان و مدرسه بر فرزندان خود دارند (مک کوی^۲، و کول، ۲۰۱۱).

پژوهش‌ها اهمیت محیط خانه برای رشد سواد خواندن کودکان و توسعه رفتارهای مادام‌العمر را برجسته کرده است و بیشتر دست‌اندرکاران سواد متفوق‌القول هستند که تجربیات اولیه سواد آموزی اساس یادگیری موفقیت‌آمیز در محیط رسمی مدرسه و فراتر از آن است (سیمپنده^۳، ۲۰۱۹).

شیوه‌های فرزند پروری که (یکی از ابعاد سواد تربیتی والدین است) اعتقاد و نظر والدین نسبت به چگونگی ارتباط

1. parental Literacy (upbringing literacy&family literacy)
2. mccoyle, cole
3. simpande



خانواده به عنوان یک نظام آموزشی اجتماعی و غیررسمی، نقش مهمی در ارائه آموزش‌های اولیه و شکل دادن به هویت تربیتی جوانان ایفا می‌کند. اهمیت این پژوهش در آن است که با شناخت عمیق و بیشتر تأثیر سواد تربیتی والدین بر تاب‌آوری تحصیلی نوجوانان و دانستن مسائل مختلف‌شان، محیط زندگی و گروه‌های کاری (مدرسه و معلمان) خاص هر گروه نخست قادر به تشخیص آنها از سایرین می‌شود. این مطالعه به دنبال ارائه‌ی دانش بیشتر درباره‌ی عواملی است که بتواند سواد تربیتی والدین و تأثیر آن بر بهبود عوامل مختلف بیافزاید. آموزش‌پذیری والدین (مادران) در این دوره یافته‌های این پژوهش می‌تواند پایه‌ای برای مطالعات بعدی به ویژه پژوهش‌های مداخله‌ای باشد تا زمینه لازم را برای گسترش علم و دانش در این راستا فراهم آورد. نتایج این مطالعه، علاوه بر خانواده به عنوان اولین نهاد تربیتی می‌تواند راه‌گشایی برای والدین و معلمان و سایر محققان در مسیر تاب‌آوری، پیشرفت تحصیلی و مسئولیت‌پذیری در خانواده‌ها باشد؛ این مطالعه بتواند با نشان دادن گوشه‌ای از اهمیت سواد تربیتی والدینی صحیح در رشد و بالندگی روانی و اجتماعی برای تنظیم طرح تربیتی بر اساس هویت اسلامی ایرانی و اجرایی شدن آن در کشور کمکی کرده باشد تا بدین وسیله در جهت ارتقای سلامت جوانان جامعه‌ی ایرانی و کمال و شکوفایی استعداد‌های آنان قدمی برداشته شود.

۳- تعریف مفاهیم و مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۳-۱- فرزندپروری و سواد تربیتی والدین

فرزندپروری به عنوان جهت‌گیری تلاش‌ها و منابع والدین برای تأثیرگذاری بر رفاه، رشد و رفتار فرزندانشان تعریف می‌شود و می‌تواند به معنای اعمال والدین بر یادگیری مهارت‌ها، الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و انگیزه‌های لازم برای عملکرد اجتماعی و فرهنگی نوجوانان تأثیر بگذارد (ادواردو^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). مورو^۵ (۲۰۲۰) سواد تربیتی والدین را به عنوان روشی توصیف می‌کند که والدین، فرزندان و اعضای خانواده، سواد را در خانه و جامعه خود یاد می‌گیرند و از آن استفاده می‌کنند، اغلب به عنوان بخشی از روال

ضعیف، نظم و انضباط ناپایدار، تنبیه بدنی، درگیری) با میانجیگری مسئولیت‌پذیری قادر به پیش‌بینی تاب‌آوری و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان می‌باشد؟

۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

والدین اولین مربی کودک هستند. خانواده و محیط خانه کودک تأثیر بسزایی در رشد زبان، سواد و پیشرفت تحصیلی دارد و این تأثیر در سالهای اولیه کودک قویتر است اما در تمام سالهای مدرسه ادامه دارد (مک کوی، و کول، ۲۰۱۱). سواد تربیتی والدین یکی از الگوهای جدید در علوم تربیتی و مدیریت آموزشی است که والدین با ارتقاء سطح دانش و مهارت خود می‌توانند فرزندان خود را در امر یادگیری بهتر، حمایت نمایند. بنابراین ارزش آفرینی و ایجاد راهبردهای موثر در ارتقاء سواد تربیتی والدین یکی از راهبردهای موثر برای پیشرفت تحصیلی و مهارتی فرزندان در آینده می‌باشد. دیکینسون و مورس^۱ (۲۰۱۹) اشاره می‌کنند که سطوح متفاوت ورود به مدرسه ممکن است حتی با پیشرفت کودکان در مدرسه بدون تغییر باقی بماند؛ در نتیجه، اغلب تمرکز بر برنامه‌های سواد تربیتی والدین با هدف قرار دادن کودکان پیش دبستانی و کودکان در سنین اولیه مدرسه وجود دارد. ایجاد سواد اولیه جنبه مهم بسیاری از برنامه‌های سواد تربیتی والدین است؛ جنبه‌های زیادی وجود دارد که می‌تواند از موفقیت برنامه‌های سواد تربیتی والدین حمایت کند؛ به عنوان مثال، آگاهی تسهیل‌کننده‌ها از محتوای برنامه‌ها و باز بودن برای اجرای استراتژی‌های جدید ممکن است نتایج برنامه سواد تربیتی والدین را شکل دهد (لینچ^۲، و پرینس، ۲۰۲۳). ارتباط مثبت، کلیدی برای افزایش تعامل خانواده است؛ تحقیقات نشان می‌دهد که خانواده‌ها به کانال‌های متعدد ارتباط پیشگیرانه و دو طرفه اهمیت می‌دهند، زیرا نقش مهمی را که در یادگیری و رشد فرزندانشان دارند، تأیید می‌کند. با استقبال، احترام و ارج نهادن به صدای آنها در جامعه مدرسه، خانواده‌ها به عنوان شریک در آموزش فرزندانشان شناخته می‌شوند (ناحیه دره تمیز هیأت مدرسه^۳، ۲۰۱۸)

1. dickinson and morse
lynch, Prins.2

3. the Thames Valley District School Board (TVDSB)

4. eduardo, & et al

5. moro



رسیدن به این هدف اقدام کنند. شیوه‌های نادرست تربیتی، کنترل و اداره کودکان توسط والدین، یکی از مهم‌ترین عوامل به وجود آمدن مشکلات رفتاری کودکان است. هر خانواده‌ای شیوه‌های خاصی را در تربیت فردی - اجتماعی فرزندان خویش بکار می‌گیرد. این شیوه‌ها که شیوه‌های فرزندپروری نامیده می‌شود، متأثر از عوامل مختلف از جمله عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد (باربارا^۳ و همکاران، ۲۰۱۴). گروولنیک^۴ (۲۰۱۶) اشاره می‌کند که اگرچه مشارکت مستقیم والدین ممکن است موفقیت کودکان در مدرسه را پیش‌بینی کند، اما مشخص شد که این کودکان کمال‌گراتر، خلاق‌تر و با خطر افسردگی بالاتری هستند. در واقع، کنترل شدید والدین، استقلال کودکان را تضعیف می‌کند و انگیزه درونی آنها را برای عملکرد خوب در مدرسه کاهش می‌دهد.

۲-۳- مسئولیت‌پذیری

آموزش فرزندان برای مسئولیت‌پذیری در درون خانواده روش بسیار مطلوبی برای آماده کردن آنها در پذیرش وظایف و مسئولیت‌های بی‌شماری است که در بیرون از خانواده با آنها مواجه خواهند شد و وسایل لازم را برای استقلال آنها فراهم می‌کند. برای یک کودک که اکنون رشد می‌کند و بعداً نوجوان و بزرگسال می‌شود، توانایی در توفیق مسئولیت‌های اجتماعی خارج از خانواده به فرصت برای تجربه کردن مشارکت ارزشمندی احترام به خود، قدرت و پیوند با اجتماعی بستگی دارد (بارت^۵، ۲۰۲۰).

بسامی و امیری (۱۴۰۲) نشان دادند بین شیوه تربیتی سهل‌گیرانه والدین با مسئولیت‌پذیری در دانش‌آموزان رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، هر چه والدین شیوه تربیتی سهل‌گیرانه بیشتری داشته باشند دانش‌آموزان از میزان مسئولیت‌پذیری کمتری نیز برخوردار خواهند بود.

مسئولیت‌پذیری مفهومی است مثبت و یک موضع کلیدی است که با میزان درک مستقلی که فرد از خود دارد (هاگز، ۲۰۱۰، به نقل از، شیخ‌الاسلامی و برزو، ۱۳۹۴) ما باید قبول کنیم هر کاری می‌کنیم، با مسئولیت خودمان است. به عنوان

زندگی روزمره استفاده می‌کنند. سواد تربیتی والدین یک مفهوم چندوجهی است که می‌تواند هم شامل کارهایی که خانواده‌ها با سواد انجام می‌دهند و هم شامل برنامه‌ها یا فعالیت‌هایی باشد که به دنبال ارتقای سطح آموزشی، زبانی و سواد تربیتی والدین و فرزندان خردسال و تقویت مشارکت والدین در آموزش باشد (لینچ^۱، و پرینس، ۲۰۲۳).

تعریف مفهومی سواد تربیتی والدین: سواد تربیتی والدین به میزان دانش و تسلط والدین در مجموعه‌ای از مهارت، دانش و تمایلات عاطفی برای تربیت کودکان موثر، باهوش، با روحیه و دارای استعداد اجتماعی است، سواد تربیتی والدین یکی از مهمترین انواع سواد است، زیرا سرنوشت گونه‌های بشری به کیفیت فرزند پروری والدین، بستگی دارد. در مجموع می‌توان گفت که سواد والدین تا آنجا اهمیت دارد که والدین بیشترین تاثیرات اجتماعی را حتی فراتر از معلمان و مدرسه بر فرزندان خود دارند (مک کوی، و کول ۲۰۱۱).

دارلینگ و استاینبرگ^۲، (۱۹۹۳). سواد تربیتی والدینی را به عنوان بیان رفتارهای والدین که جو عاطفی را در طول تربیت کودک ایجاد می‌کند، تعریف کردند و زمینه عاطفی را برای آشکار شدن شیوه‌های والدینی پرورش می‌دهند.

سواد تربیتی به معنای اطلاع و درک مفهوم فرزندپروری، روش‌های تربیتی و داشتن دانش و پایه‌های ذهنی لازم برای تربیت فرزندان شایسته و توانمند است. شایستگی به این مفهوم که از سلامت روانی و روشن‌بینی لازم برای شناخت خود، برخورد با دیگران، روحیه همکاری، همدلی، مسئولیت‌پذیری، معاشرت و احترام به دیگران برخوردار باشند، از طریق برنامه‌های سواد تربیتی خانواده والدین مهارت‌هایی را که برای کمک به فرزندان نیاز دارند، کسب می‌کنند. همانطور که والدین به توانایی‌های خود اعتماد می‌کنند، احساس کارآمدی بیشتری به دست می‌آورند که شامل قضاوت در مورد توانایی شخصی است. به گفته بندورا (۱۹۹۷)، باورهای اثربخش به شدت رفتار را پیش‌بینی می‌کنند. پس والدین اگر در توانایی خود برای ایجاد تغییرات مثبت در فرزندان خود احساس شایستگی بیشتری داشته باشند، احتمال بیشتری دارد که برای

3. barbara, & et al.
4. grolnick, Wendy S.
5. barrett

1. lynch, Prins
2. estyrberg



تحصیلی، کسانی هستند که انگیزه پیشرفت بالایی را در خود نگه می‌دارند و عملکرد بهینه‌ی خود را با وجود وقایع تنش‌زای محیطی و با شرایطی که آن‌ها را در موضع عملکرد ضعیف تحصیلی و حتی ترک تحصیل قرار می‌دهد، حفظ می‌کنند (آلوا اس آ، ۱۹۹۱). هانگ^۵ (۲۰۱۸) نتیجه گرفت تاب‌آوری تحصیلی موجب می‌شود دانشجویان با انعطاف پذیری بیشتری که از خود بروز می‌دهند، به صورت کارآمد با مشکلات مقابله کنند تا از دشواری‌های به وجود آمده در زندگی تحصیلی گذر کنند و به تلاش‌های خود برای رسیدن به موفقیت تحصیلی ادامه دهند (به نقل از صادقی، ۱۳۹۰)

۴-۳- پیشرفت تحصیلی

پیشرفت تحصیلی یادگیرندگان یکی از مهم‌ترین ملاک‌های ارزیابی عملکرد معلمان محسوب می‌شود. برای دانش‌آموزان نیز معدل تحصیلی معرف توانایی‌های علمی آن‌ها برای ورود به دنیای کار و اشتغال و مقاطع تحصیلی بالاتر است؛ بنابراین نظریه‌پردازان تربیتی بسیاری از پژوهش‌های خود را بر شناخت عوامل مؤثر بر پیشرفت تحصیلی تمرکز کرده‌اند (درتاج و همکاران، ۱۳۹۲). هوشنگی شایان، سالاری فر (۱۴۰۲) پژوهشی با هدف پیش بینی عملکرد تحصیلی براساس کارکردهای سبک تفکر و سبک‌های تربیتی والدین با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان انجام دادند. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. نتایج این پژوهش نشان داد بین کارکردهای سبک تفکر و سبک‌های تربیتی والدین با عملکرد تحصیلی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری در دانش‌آموزان رابطه وجود دارد ($p < 0.05$) و مدل پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار است.

۴- پیشینه پژوهش

حاج خدادادی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی اثربخشی برنامه فرزندپروری مثبت بر والدگری مؤثر و کیفیت رابطه والد - فرزندی در مادران دارای نوجوان پرداختند. یافته‌ها نشان داد برنامه فرزند پروری مثبت بر والدگری مؤثر و کیفیت رابطه والد - فرزندی تأثیر معنادار داشت و همچنین

فردی بالغ و سالم، از توانایی پاسخ دادن، فکر کردن، واکنش دهی برخورداریم که منحصر به خود ماست. این مسئولیت سنجیده، اصولاً توانایی بودن آنچه واقعاً هستیم، است. به قول پرزا (۱۹۶۹) "مسئولیت صرفاً یعنی مشتاقانه بگوییم من منم و من همان ام که هستم". به نظر او یکی از عوامل اصلی تسهیل‌کننده رشد، ناکامی است. یعنی فرصت غلبه بر ناکامی. گشتالتی‌ها از ناکامی به عنوان محرکی برای بالندگی بیشتر استقبال می‌کنند و همچنین افراد زیادی به جای اینکه مسئولیت راه سالم زندگی را بپذیرند وانمود می‌کنند که سائق‌های زیستی آنها، زندگی‌شان را کنترل می‌کند (پروچاسکا، ترجمه سید محمدی، ۱۴۰۱).

مسئولیت شخصی است هیچ کس و هیچ چیز نمی‌تواند به ما احساس معنا و مفهوم در زندگی بدهد. این مسئولیت خود ماست که راه‌مان را پیدا کنیم. باید با احساس مسئولیت با شرایط هستی خود روبرو شویم. سه عامل جوهر وجود انسان را تشکیل می‌دهد: معنویت، آزادی و مسئولیت و همچنین به عقیده پرز اشخاص سالم بدون مداخله نیروهای بیرونی قادر به تنظیم خود هستند و فقط آگاهی از خود می‌تواند به رشد و کمال شخصیت بیانجامد. ما باید خواسته‌ها و آرزوهایمان را بشناسیم و بپذیریم. اگر در سراسر زندگی پدر و مادرمان را سرزنش کنیم و آنها را مسئول مشکلاتمان بدانیم، همچنان خود را کودک می‌پنداریم نه فرد بالغی که مسئول خویش است. پس باید به خود بگوییم: «اکنون فردی بالغ و مسئول زندگی خود هستم» (شولتز، ترجمه خوشدل، ۱۳۸۸).

۳-۳- تاب‌آوری تحصیلی

تاب‌آوری تحصیلی یکی از ابعاد تاب‌آوری در محیط آموزشی است. دانش‌آموزانی که دارای تاب‌آوری هستند به رغم مصائب و دشواری‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی احتمال موفقیت بالاتری دارد (کابرا، ۲۰۱۳). مستن^۳ تاب‌آوری تحصیلی را، به عنوان توانایی دانش‌آموزان در کنار آمدن مؤثر با موانع، تنش، فشار و به طور کلی عوامل تهدید کننده معرفی می‌کند (۲۰۰۱). دانش‌آموزان دارای تاب‌آوری

1. perls, F
2. cabrera
3. masten

4. alva SA
5. hwang



دمیترا^۲ و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق به این نتیجه رسیدند که بین سبک‌های فرزندپروری مقتدرانه و پیشرفت تحصیلی کودکان رابطه مثبت وجود دارد، اگرچه سبک مقتدرانه با سطوح پایین‌تری از پیشرفت تحصیلی همراه بود. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که سبک استبدادی همراه با شیوه‌های مشارکت، پیش‌بینی‌کننده معناداری برای نمرات است. هر چه والدین برای معاشرت با فرزندان خود از ابزار معتبرتر استفاده کنند، احتمال بیشتری دارد که به اهداف فرزندپروری خود دست یابند. با این وجود، تمرکز والدین بر فرآیند یادگیری و نه بر نتیجه، اهمیت حیاتی دارد.

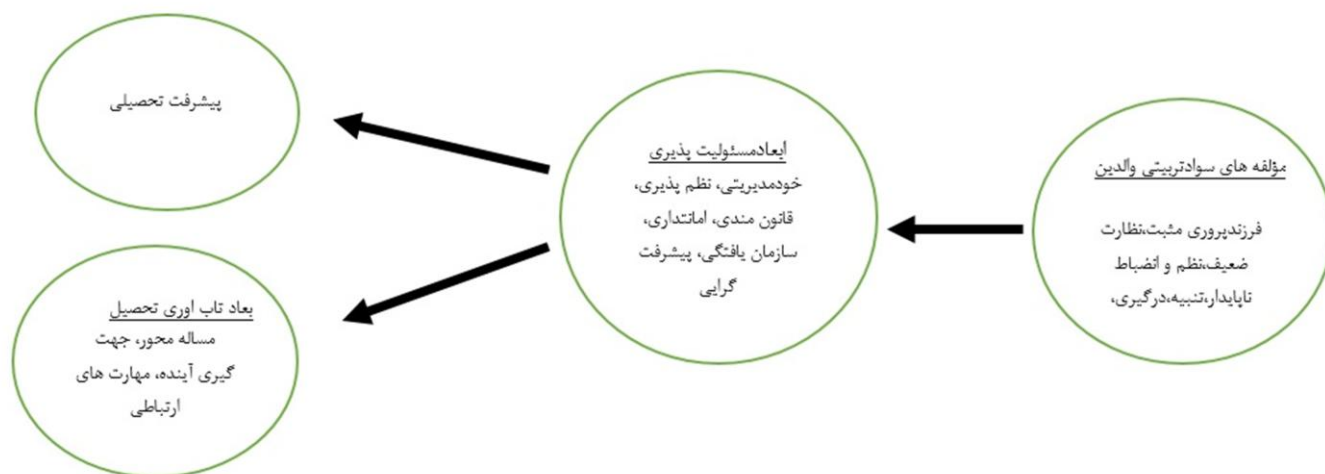
میزان والدگری مؤثر و کیفیت رابطه والد - فرزندی در مادرانی که در برنامه فرزندپروری مثبت شرکت داشتند افزایش یافت.

جونگ بی ۱، و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهش خود به بررسی تأثیر سبک فرزندپروری، مشارکت والدین و خودکارآمدی والدین بر انگیزه یادگیری دانش‌آموزان مقطع ابتدایی شهر ایلگیان در سال تحصیلی ۲۰۲۲ می‌پردازد. نتایج نشان داد

۵- چارچوب مفهومی و روش پژوهش

۵-۱- مدل مفهومی

که بین سبک فرزندپروری، خودکارآمدی والدین، مشارکت والدین و انگیزه یادگیری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

2. dimitra, & et al.

1. junge B., & et al.

۲-۵- روش این پژوهش

از نوع همبستگی و از طریق الگویابی معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری جامعه آماری این پژوهش، دانش‌آموزان پسر و دختر دوره متوسطه دوم به تعداد ۶۰۷۳۵ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ در شهر کرج بودند. جامعه آماری از بین ۱۱۷ مدرسه پسرانه به تعداد ۳۳۷۹۳ نفر و ۱۴۵ مدرسه دخترانه به تعداد ۲۶۹۴۲ نفر دانش‌آموز، تعداد ۴۰۰ نفر دختر و پسر با مادران‌شان انتخاب شدند.

درباره حجم نمونه در پژوهش‌های مربوط به روش تحقیق همبستگی از نوع مدل معادلات ساختاری نظرات گوناگون وجود دارد ولی همه بر این موضوع توافق دارند که مدل معادلات ساختاری شبیه تحلیل عامل از فنون آماری است که با نمونه بزرگ قابل اجرا می‌باشد (تاباچنیک و فیدل، ۲۰۰۱). براساس فرمول تاباچنیک و فیدل (۲۰۰۷) برای نمونه‌گیری حداقل حجم نمونه در مطالعات همبستگی از فرمول:

$$N \geq 50 + 8M$$

برآورد می‌شود؛ در این فرمول N حجم نمونه و M تعداد متغیرهای پیش‌بین (مستقل) است. در پژوهش حاضر ۱۶ متغیر پیش‌بین وجود داشت که طبق فرمول حداقل باید بیشتر از ۱۹۴ نفر باشد.

بنابراین در پژوهش حاضر با در نظر گرفتن تعداد پارامترهای برآورد شده در مدل و احتساب ریزش ۴۰۰ نفر از دانش‌آموزان در نظر گرفته شد؛ و با توجه به جنسیت آنها، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بصورت تصادفی انجام شد؛ که در مدارس دخترانه از هر پایه ۷ نفر بطور تصادفی در ده مدرسه در کل ۲۱۰ نفر و در مدرسه یازدهم، ۱۳ نفر (پایه دهم، ۴ نفر، پایه یازدهم، ۴ نفر و پایه دوازدهم، ۵ نفر) که در مجموع ۲۲۳ نفر دختر؛ و در هشت مدرسه پسرانه، بطور تصادفی هر مدرسه ۲۱ نفر در کل ۱۶۸ نفر و در مدرسه نهم پسرانه ۹ نفر (هر پایه ۳ نفر) که در مجموع نه مدرسه پسرانه ۱۷۷ نفر دانش‌آموز پسر، انتخاب شد.

۳-۵- ابزارهای اندازه‌گیری

سواد تربیتی والدین از طریق پرسشنامه آلاباما که توسط شلتون، فریک و ووتون، (۱۹۹۶) تهیه شده است ارزیابی شد. این آزمون، ۴۲ سوالی است که پنج حوزه را اندازه‌گیری می‌کند: تنبیه بدنی، نظم و انضباط ناپایدار، نظارت ضعیف، درگیری و فرزند پروری مثبت، این مقیاس براساس مقیاس لیکرتی از هرگز (۱) تا همیشه (۵) تهیه شده که آزمودنی یا مشارکت‌کننده باید متناسب با رفتار خود یکی از آنها را علامت گذاری کند.

تعریف عملیاتی سواد تربیتی والدین: منظور از سواد تربیتی والدین نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه آلاباما که توسط شلتون، فریک و ووتون، (۱۹۹۶) (APQ) ۴۲ سوالی کسب کرده است.

پرسشنامه مسئولیت‌پذیری نوجوانان توسط پری سیما نعمتی (۱۳۸۷) ساخته و مورد هنجاریابی قرار گرفته است. این پرسشنامه شامل ۵۰ سوال می‌باشد که ۷ بعد را به شرح زیر مورد سنجش و بررسی قرار می‌دهد: خودمدیریتی، نظم‌پذیر، امانت‌داری، امانت‌داری، وظیفه‌شناسی

تعریف عملیاتی مسئولیت‌پذیری: منظور از مسئولیت‌پذیری نمره‌ای است که آزمودنی از مقیاس مسئولیت‌پذیری نعمتی (۱۳۸۷) کسب کرده است.

پرسشنامه تاب‌آوری تحصیلی (ARI) توسط ساموئز در سال ۲۰۰۴ تهیه شده است و نسخه اصلی ۴۰ سوال دارد و در ایران به تعداد ۲۹ سوال هنجاریابی و تقلیل یافته است. و دارای سه خرده مقیاس مهارت‌های ارتباطی جهت‌گیری آینده و مسئله محور و مثبت نگر می‌باشد. نمره‌گذاری این پرسشنامه با مقیاس لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم (۵ تا ۱) انجام می‌شود.

تعریف عملیاتی تاب‌آوری تحصیلی: منظور از تاب‌آوری تحصیلی در پژوهش حاضر نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه تاب‌آوری تحصیلی ARI ساموئز (۲۰۰۴) کسب کرده است.

پرسشنامه پیشرفت تحصیلی توسط صالحی (۱۳۹۴) طراحی و اعتباریابی شده است، این پرسشنامه شامل ۵۰ گویه بسته پاسخ بر اساس پاسخنامه دو گزینه‌ای (بلی -



خیر) می‌باشد، نمره‌گذاری آن صفر و یک می‌باشد. حداقل امتیاز ممکن ۰ و حداکثر ۵۰ خواهد بود.

تعریف عملیاتی پیشرفت تحصیلی: منظور از پیشرفت تحصیلی در پژوهش حاضر نمره ای است که آزمودنی از پرسشنامه استاندارد پیشرفت تحصیلی صالحی (۱۳۹۴) کسب کرده است.

جدول شماره ۱. ماتریس همبستگی پیرسون بین سواد تربیتی با تاب‌آوری تحصیلی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
فرزند پروری مثبت	۱					
نظارت ضعیف	۰/۷۵**	۱				
نظم و انضباط ناپایدار	۰/۵۹**	۰/۶۶**	۱			
تنبیه بدنی	-/۸۵**	۰/۹۱**	۰/۸۷**	۱		
درگیری	۰/۷۹**	۰/۷۵**	۰/۸۳**	-۰/۸۶**	۱	
تاب‌آوری تحصیلی	۰/۳۰**	۰/۲۳**	۰/۲۳**	-۰/۲۷**	۰/۳۲**	۱

* $P < 0.05$. ** $P < 0.01$.

آوری تحصیلی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$).

نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول ۱ نشان می‌دهد که بین فرزند پروری مثبت و درگیری با تاب‌آوری تحصیلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$). اما بین نظارت ضعیف، نظم و انضباط ناپایدار، تنبیه بدنی با تاب‌آوری تحصیلی

۲-۶-۲ آزمون همبستگی بین مسئولیت‌پذیری با تاب‌آوری تحصیلی

جدول شماره ۲. ماتریس همبستگی پیرسون بین مسئولیت‌پذیری با تاب‌آوری تحصیلی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
خود مدیریتی	۱							
نظم‌پذیری	۰/۸۱**	۱						
قانونمندی	۰/۸۲**	۰/۸۰**	۱					
امانت‌داری	۰/۷۳**	۰/۷۲**	۰/۸۲**	۱				
سازمان‌یافتگی	۰/۸۹**	۰/۸۳**	۰/۷۸**	۰/۶۶**	۱			
پیشرفت‌گرایی	۰/۷۳**	۰/۷۱**	۰/۷۹**	۰/۶۶**	۰/۸۰**	۱		
مسئولیت‌پذیری	۰/۸۱**	۰/۷۷**	۰/۷۶**	۰/۶۴**	۰/۷۳**	۰/۷۰**	۱	
تاب‌آوری تحصیلی	۰/۲۳**	۰/۲۱**	۰/۲۶**	۰/۲۲**	۰/۲۲**	۰/۲۵**	۰/۲۶**	۱

* $P < 0.05$. ** $P < 0.01$.

۳-۶-آزمون همبستگی بین سواد تربیتی با مسئولیت‌پذیری

نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول ۲ نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری و ابعاد آن با تاب‌آوری تحصیلی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد ($p < 0.01$).

جدول شماره ۳. ماتریس همبستگی پیرسون بین سواد تربیتی با مسئولیت‌پذیری

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
فرزند پروری مثبت	۱					
نظارت ضعیف	-.۰۷۵**	۱				
نظم و انضباط ناپایدار	-.۰۶۸**	۰.۰۶۶**	۱			
تنبیه بدنی	-.۰۸۵**	۰.۰۹۱**	۰.۰۸۷**	۱		
درگیری	۰.۰۷۹**	-.۰۷۵**	-.۰۸۳**	-.۰۸۶**	۱	
مسئولیت‌پذیری	۰.۰۳۷**	-.۰۳۸**	-.۰۳۵**	-.۰۳۴**	۰.۰۳۸**	۱

. ** $P < 0.01$. * $P < 0.05$.

۴-۶-آزمون همبستگی بین سواد تربیتی با پیشرفت تحصیلی

نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که بین فرزندپروری مثبت و درگیری با مسئولیت‌پذیری رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$).

جدول شماره ۴. ماتریس همبستگی پیرسون بین سواد تربیتی با پیشرفت تحصیلی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
فرزند پروری مثبت	۱					
نظارت ضعیف	**	۱				
نظم و انضباط ناپایدار	-.۰۷۵	**	۱			
تنبیه بدنی	-.۰۶۸	۰.۰۶۶	**	۱		
درگیری	-.۰۸۵	۰.۰۹۱	۰.۰۸۷	**	۱	
پیشرفت تحصیلی	۰.۰۷۹	-.۰۷۵	-.۰۸۳	-.۰۸۶	**	۱
	۰.۰۳۳	-.۰۲۲	-.۰۳۰	-.۰۲۸	۰.۰۳۱	**

. ** $P < 0.01$. * $P < 0.05$.

پیشرفت تحصیلی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$).

۵-۶-آزمون همبستگی بین مسئولیت‌پذیری با پیشرفت تحصیلی

نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که بین فرزند پروری مثبت و درگیری با پیشرفت تحصیلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$). اما بین نظارت ضعیف، نظم و انضباط ناپایدار، تنبیه بدنی با

جدول شماره ۵. ماتریس همبستگی پیرسون بین مسئولیت‌پذیری با پیشرفت تحصیلی

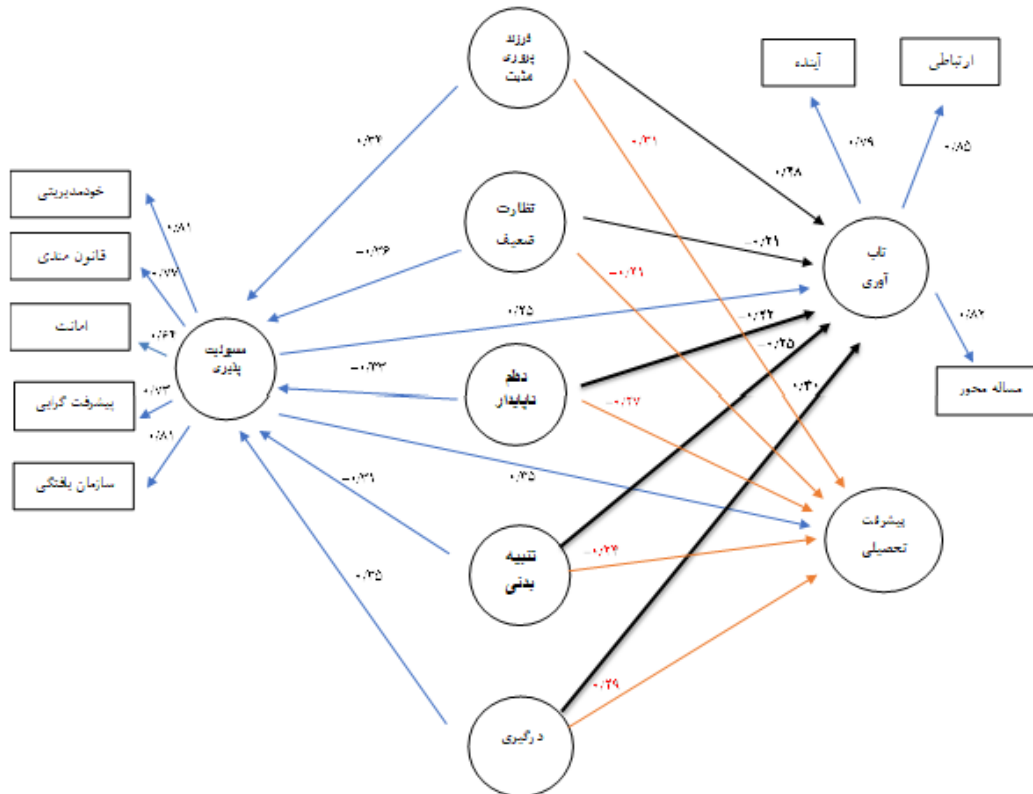
متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
خود مدیریتی	۱							
نظم‌پذیری	۰/۸۱**	۱						
قانونمندی	۰/۸۲**	۰/۸۰**	۱					
امانت‌داری	۰/۷۳**	۰/۷۳**	۰/۸۲**	۱				
سازمان‌یافتگی	۰/۸۹**	۰/۸۳**	۰/۷۸**	۰/۶۶**	۱			
پیشرفت‌گرایی	۰/۷۳**	۰/۷۱**	۰/۷۹**	۰/۶۶**	۰/۸۰**	۱		
نمره کلی پرسشنامه مسئولیت‌پذیری	۰/۸۱**	۰/۷۷**	۰/۷۶**	۰/۶۴**	۰/۷۳**	۰/۷۰**	۱	
پیشرفت تحصیلی	۰/۳۵**	۰/۳۲**	۰/۳۷**	۰/۲۴**	۰/۳۰**	۰/۳۸**	۰/۳۹**	۱

. * $p < 0.05$. ** $p < 0.01$

۷- مدل ساختاری برازش پژوهش

در این بخش ابتدا مدل ساختاری برازش شده در دو حالت ضرایب استاندارد و ضرایب t گزارش شده است.

نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که بین مسئولیت‌پذیری و ابعاد آن با پیشرفت تحصیلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($p < 0.01$).

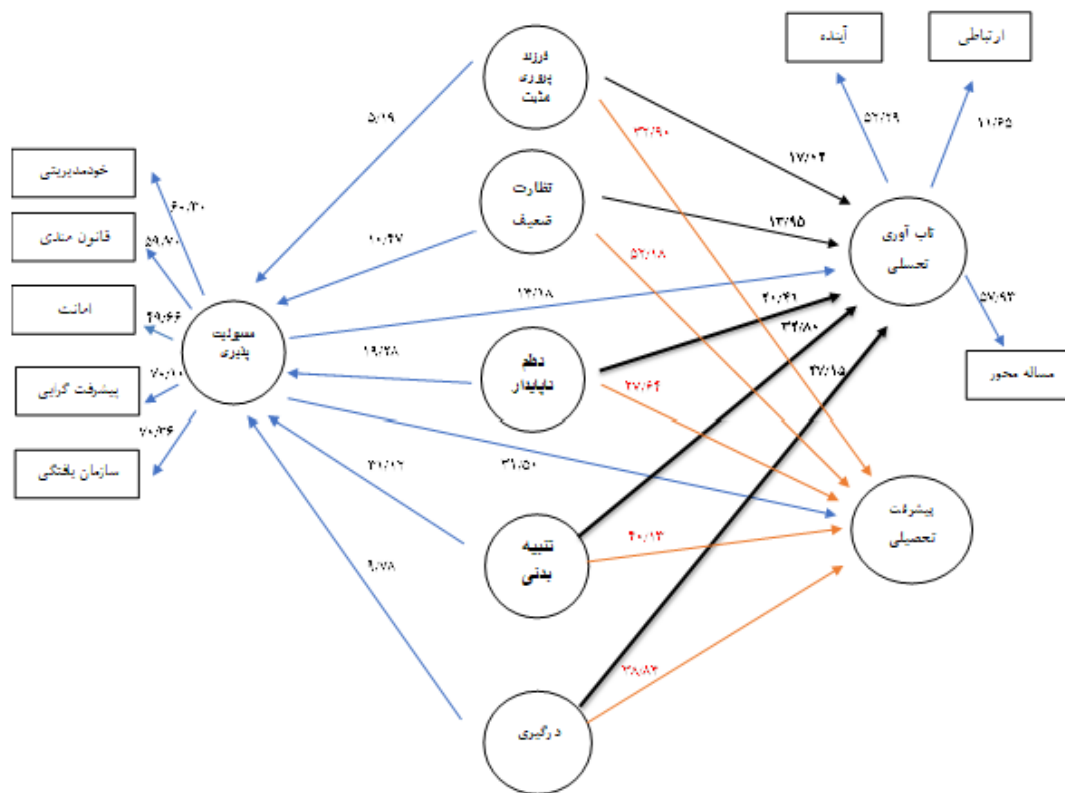


شکل ۲. مدل برازش شده پیش‌بینی تاب‌آوری تحصیلی و پیشرفت تحصیلی بر اساس سواد تربیتی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری در حالت ضرایب استاندارد



تاب‌آوری تحصیلی ۰/۲۵ می‌باشد. رابطه تاب‌آوری تحصیلی با فرزند پروری مثبت ۰/۲۸، با نظارت ۰/۲۱-، با انضباط ناپایدار ۰/۲۲-، با تنبیه ۰/۲۵- و با درگیری ۰/۳۰ است.

همانطور که در شکل شماره ۲ مشخص است رابطه مسئولیت‌پذیری با فرزندپروری مثبت ۰/۳۴، با نظارت ضعیف ۰/۳۶-، با انضباط ناپایدار ۰/۳۳-، با تنبیه بدنی ۰/۳۱- و با درگیری ۰/۳۵ می‌باشد. رابطه مسئولیت‌پذیری با



شکل ۳. مدل برازش‌شده پیش‌بینی تاب‌آوری تحصیلی بر اساس سواد تربیتی با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری در حالت ضرایب t

۸- بحث و نتیجه‌گیری

مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان بر تاب‌آوری تحصیلی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهرستان کرج اثر مستقیم دارد و معنادار می‌باشد بنابراین فرض پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های مهسا بسامی، حسن امیری (۱۴۰۲) گاستلو، و همکاران (۲۰۱۴) همسو می‌باشد. مسئولیت‌پذیری به معنی توانایی پاسخ دادن و به مفهوم تصمیم‌گیری‌های مناسب و مؤثر است. و اثر مستقیم ممکن است به این دلیل باشد که والدین و معلمان الگوی

همانطور که در شکل ۴-۲ مشخص است رابطه مسئولیت‌پذیری با فرزندپروری مثبت ۵/۱۹، با نظارت ضعیف ۱۰/۴۷، با انضباط ناپایدار ۱۹/۲۸، با تنبیه بدنی ۱۲/۳۱ و با درگیری ۹/۷۸ می‌باشد. رابطه مسئولیت‌پذیری با تاب‌آوری ۱۴/۱۸ می‌باشد. رابطه تاب‌آوری با فرزندپروری مثبت ۱۷/۰۲، با نظارت ۱۳/۹۵، با انضباط ناپایدار ۲۰/۴۱- با تنبیه ۳۲/۸۰ و با درگیری ۲۷/۱۵ است.

1. guastello, &. et al

ناپایدار، تنبیه بدنی و درگیری به صورت منفی مسئولیت‌پذیری را تبیین کنند؛ این فرضیه پژوهش هم تأیید می‌گردد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های دودمان (1397) شیخ الاسلامی و برزو (۱۳۹۴). دیدار (۱۳۹۲). گاستلو^۱، و همکاران (۲۰۱۴) کوهن^۲ و کرنس (۲۰۱۸)، همسو است و با یافته مهرافزار (۱۳۷۸) مغایر است. بنابراین دانش‌آموزانی که مسئولیت‌پذیر هستند، به گونه‌ای سازگارتر عمل می‌کنند و به وظایفی که به وی محول شده، درست انجام می‌دهند و قادر هستند رفتارهای مختلف و مناسبی در موقعیت‌های مختلف داشته باشند.

مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان در پیش‌بینی تاب‌آوری دانش‌آموزان بر اساس سواد تربیتی والدین نقش میانجی دارد. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد اثر غیرمستقیم مسئولیت‌پذیری در پیش‌بینی تاب‌آوری بر اساس سواد تربیتی معنادار است. بنابر این فرض پژوهش تأیید می‌گردد. البس مسئولیت‌پذیری را معادل با منطقی بودن و معقول زندگی کردن می‌داند (شولتز، ترجمه خوشدل، ۱۳۸۸). اینکه سواد تربیتی والدین با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری بر تاب‌آوری تحصیلی دانش‌آموزان تأثیر غیرمستقیم ندارد. ممکن است به این دلیل باشد که والدین و معلمان الگوی مناسبی برای مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان باشند اما برای تاب‌آوری الگوی مناسبی نباشند. چون معمولاً کودکان و نوجوانان، رفتارهای والدین از جمله تاب‌آوری را در موقعیت‌ها و شرایط مختلف مشاهده، یادگیری و الگوگیری می‌کنند.

۹- محدودیت‌های پژوهش

- اولین و بزرگترین محدودیت در این پژوهش، محدودیت زمانی است که بخاطر آن نمی‌توانیم همه عوامل تاثیرگذار بر عوامل پژوهش را شناسایی کنیم.
- در دومین محدودیت باید به نحوه پاسخگویی افراد پرداخت که ممکن است تعدادی از پاسخگویان به برخی از سوالات را با دقت پر نکنند. (خود ابرازی بودن سوالات پرسشنامه).

مناسبی برای مسئولیت‌پذیری باشند. و دانش‌آموزان در موقعیت‌های مختلف آن را در رفتارهای والدین خود مشاهده نموده‌اند.

اثر مستقیم مسئولیت‌پذیری بر پیشرفت تحصیلی معنادار است، بدین معنا که مسئولیت‌پذیری به طور مثبت واریانس پیشرفت تحصیلی را تبیین می‌کند، بنابر این فرض پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های طباطبایی، و همکاران (۱۳۹۱) همسو می‌باشد. مسئولیت‌پذیری از درون فرد سرچشمه می‌گیرد. فردی که مسئولیت‌کاری را بر عهده می‌گیرد، توافق می‌نماید که یک سری فعالیت‌ها و کارها را انجام دهد و یا بر انجام این کارها توسط دیگران نظارت داشته باشد (روح‌الهی، ۱۳۸۹). بنابراین چون مسئولیت‌پذیر بودن، آموختنی است و دانش‌آموزان بصورت‌های مختلف آن را می‌آموزند. دانش‌آموزانی که مسئولیت‌پذیر هستند، به گونه‌ای سازگارتر عمل می‌کنند و به وظایفی که به وی محول شده، از جمله وظایف مربوط به تحصیل را درست انجام می‌دهند که این امر منجر به پیشرفت تحصیلی آنان می‌شود.

سواد تربیتی والدین بر تاب‌آوری تحصیلی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهرستان کرج اثر مستقیم دارد و معنادار است. بدین معنا که در بین ابعاد سواد تربیتی، فرزند پروری مثبت می‌تواند تاب‌آوری تحصیلی را به طور مثبت و نظارت ضعیف، نظم و انضباط ناپایدار، تنبیه بدنی و درگیری به صورت منفی تاب‌آوری تحصیلی را تبیین کنند بنابر این فرضیه پژوهش هم تأیید می‌گردد. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های خرمایی، و همکاران (۱۳۹۴)، فاتحی پیکانی، و همکاران (۱۳۹۹)، قره داغی قهرمانلو (۱۳۹۱) همسو است. در نتیجه می‌توان گفت چون مولفه‌های سواد تربیتی والدین، فرایند شناختی و فرا شناختی هستند، آموزش سواد تربیتی والدین توانسته تاثیر مستقیم بر بهبود و افزایش تاب‌آوری تحصیلی دانش‌آموزان شود. همچنین دانش‌آموزانی که تاب‌آوری تحصیلی دارند، به گونه‌ای سازگارتر عمل می‌کنند. سواد تربیتی والدین بر مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهرستان کرج اثر مستقیم دارد. و معنادار است بدین معنا که در بین ابعاد سواد تربیتی، فرزند پروری مثبت می‌تواند به طور مثبت و نظارت ضعیف، نظم و انضباط

1. guastello, & et al.
2. koehn & kerns



۱۰- پیشنهادات

پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزش مهارت‌های فرزندپروری در مراکز آموزشی برای والدین برگزار شود و تشویق والدین به شرکت در چنین دوره‌هایی به دلیل اثرات مثبت آن مد نظر قرار گیرد.

در آموزش و پرورش از برخی از روش‌های افزایش مسئولیت‌پذیری از جمله روش‌های مسئولیت‌پذیری مبتنی بر خود برای آموزش به دانش‌آموزان برای انجام کارهای تحصیلی و آموزشی استفاده شود.

۸. خرمائی، فرهاد؛ اکبری، عباس؛ صدری، مصطفی و نیرومند، حسین (۱۳۹۴). پیش بینی شادکامی بر اساس ابعاد الگوهای ارتباطی خانواده با واسطه‌گری تاب‌آوری در دانش‌آموزان. مجله مطالعات روانشناسی تربیتی- 63, (21), 12, 82.

۹. درتاج، فریبرز؛ لک‌پور، الهام و بهلولی، علی (۱۳۹۲). بررسی میزان تأثیرمدارس هوشمند استان لرستان بر پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان مقطع متوسطه. مجله فناوری آموزش، ۸(۲): ۱۳۳-۱۴۱.

۱۰. دلیرناصر، نرگس و حسینی نسب، سید داود (۱۳۹۴). "بررسی مقایسه‌ای پیشرفت تحصیلی و انگیزه پیشرفت در دانش‌آموزان ابتدایی مدارس عادی و هوشمند شهر تبریز". آموزش و ارزشیابی، ۸(۲۹)، ۳۱-۴۲.

۱۱. دودمان، پروانه (۱۳۹۷). رابطه شیوه‌های فرزندپروری والدین بر مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهرستان مهر. مجله دانشگاه علوم پزشکی قم، (4), 12, 51-60.

۱۲. دیدار، مریم (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی بین سبک‌های فرزندپروری والدین با عزت نفس و مسئولیت‌پذیری نوجوانان پایه اول. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.

۱۳. شیخ‌الاسلامی، راضیه و برزو، شیوا (۱۳۹۴). فرزندپروری و مسئولیت‌پذیری در نوجوانان: نقش واسطه

• جامعه آماری پژوهش گروه خاصی از جامعه دانش‌آموزان مقطع دوم متوسطه دولتی شهر کرج بودند، که امکان تعمیم نتایج به جمعیت‌های دیگر را با احتیاط مواجه می‌کند.

• از مهمترین محدودیت‌های این پژوهش، عدم امکان کنترل متغیرهای مانند وضعیت اقتصادی و اجتماعی والدین، ویژگی‌های شخصیتی و سلامت روانی والدین وجود داشت.

منابع

۱. احدی، حسن. (۱۳۸۱). روانشناسی رشد، تهران: پردیس.
۲. بسامی، مهسا، امیری، حسن (۱۴۰۲). پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان بر اساس شیوه‌های تربیتی والدین و پیشرفت تحصیلی آنان. پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش، (61), 6, ۱۶.
۳. بشارت، محمدعلی؛ عزیز، کوروش و پورشریفی، حمید (۱۳۹۰). رابطه سبک‌های فرزندپروری والدین با کمال‌گرایی فرزندان در ۳ نمونه‌ای از خانواده‌های ایرانی. خانواده پژوهی، ۷(۲۶)، ۱۴۵-۱۶۰.
۴. برک، ال. ای. (۱۳۸۵). روان‌شناسی رشد (از نوجوانی تا پایان زندگی). ترجمه سیدمحمدی، یحیی. تهران، نشر ارسباران، چاپ ششم.
۵. بیرامی، منصور، کریمی نژاد، کلثوم و موحدی، یزدان (۱۳۹۳). رابطه شیوه‌های فرزندپروری والدین و مسئولیت‌پذیری نوجوان. اولین کنگره ملی روای خانواده گامی در ترسیم الگوی مطلوب خانواده. اهواز.
۶. پروچاسکا، جیم؛ نورکراس، جان. سی (۱۴۰۱)، نظریه‌های روان‌درمانی، ترجمه یحیی سید محمدی، چاپ ۱۹، تهران: انتشارات روان.
۷. حاج خدادادی، داود؛ اعتمادی، عذرا؛ عابدی، محمدرضا و جزایری، رضوان السادات (۱۴۰۰). اثربخشی برنامه فرزندپروری مثبت بر والدگری مؤثر، کیفیت رابطه والد-فرزندی در مادران دارای نوجوان. مجله علوم روانشناختی/دوره بیستم/شماره ۹۸/ ص ۱۸۵-۱۹۷.

۲۱. ناصرین، الهام (۱۳۹۴). نقش خانواده و مدرسه در تربیت دانش آموزان. کنفرانس ملی روانشناسی و علوم تربیتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شادگان. اسفند ۱۳۹۴.

۲۲. هوشنگی شایان، سارا و سالاری فر، محمدرضا. (۱۴۰۲). پیش‌بینی عملکرد تحصیلی بر اساس کارکردهای سبک تفکر و سبک‌های تربیتی والدین با میانجی‌گری مسئولیت‌پذیری دانش آموزان. رویش روان‌شناسی، ۱۲ (۳): ۱۱۹-۱۳۰.

۲۳. یآوری رامشه، محبوبه و اسماعیلی، مریم. (۱۳۹۳). اثر بخشی آموزش مؤلفه‌های تاب‌آوری بر روابط بین فردی دانش‌آموزان دختر پایه هشتم شهر اصفهان. دومین کنفرانس ملی روانشناسی و علوم رفتاری.

24. Alva SA. Academic Invulnerability Among Mexican- American Students: The Importance of Protective Resources and Appraisals. *Hispanic J Behav Sci.* 1991;13(1):18-34. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 377 366)

25. Aulak, D. S., Quinn, B., & Wilson, N. (2016). Student burnout. *British dental journal*, 220(5), 219-220

26. Barbara M, Richard R, Julie M, Robert G, Haward M. (2014). Conduct disorder and oppositional defiant disorder in national sample: Developmental epidemiology. *J Child Psychol Psychiatry*; 45: 609-21

27. Cabrera N, Padilla A. Entering and succeeding in the culture of college. *J Behav Sci.* 2013;26(2):152-7.

28. Curry, D., Reeves, E., & McIntyre, C. J. (2016). Connecting schools and families: Understanding the influence of home literacy practices. *Texas Journal of Literacy Education*, 4(2), 69-77 Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1121638.pdf>

29. Daniel T. L. Shek and Diya Dou, (2020). Perceived Parenting and Parent-Child Relational Qualities in Fathers and Mothers: Longitudinal Findings Based on Hong Kong Adolescents. *Int J Environ Res Public Health*. 2020 Jun; 17(11): 4083./Published

گری سبک‌های پردازش هویت. روشها و مدل‌های شناختی، (۱۹)۶، ۹۷-۱۲۰.

۱۴. صادقی، رضا. (۱۳۹۰). ارتباط بین حمایت‌های اجتماعی والدین و وضعیت اجتماعی اقتصادی خانواده با گرایش به فعالیت ورزشی. چکیده مقالات اولین همایش ملی تفریحات ورزشی تهران.

۱۵. طباطبایی، نفیسه؛ طباطبایی، سید شهاب‌الدین؛ کاکایی، یزدان و محمدی، آریا علیرضا (۱۳۹۱). رابطه سبک‌های هویت و مسئولیت‌پذیری با پیشرفت تحصیلی نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله شهر تهران. رفاه اجتماعی؛ ۱۲ (۴۴): ۴۲-۲۳.

۱۶. غریب‌زاده، رامین و معین کیا، مهدی. (۱۳۹۶). رابطه تاب‌آوری و سخت‌روئی با پیشرفت تحصیلی دانشجویان با نقش میانجی‌گری شادکامی دانشجویان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار سال یازدهم، شماره ۱، ۹۳-۸۱.

۱۷. فاتحی پیکانی، فرزانه و صالحی، اعظم. (۱۳۹۹). اثربخشی آموزش فرزندپروری مبتنی بر شفقت به والدین بر تنظیم شناختی هیجان و خودکارآمدی دانش‌آموزان دختر مبتلا به اضطراب اجتماعی. نشریه علمی زن و فرهنگ سال ۱۲، شماره ۴۵، پاییز صفحه ۵.

۱۸. قره‌داغی قهرمانلو، آسیه. (۱۳۹۱). بررسی رابطه کیفیت زندگی و سبک‌های فرزندپروری والدین با سطح تاب‌آوری و عملکرد تحصیلی فرزندان آنان در منطقه ۸ تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه الزهرا.

۱۹. کاویانی، زینب؛ حمید، نجمه و عنایی، میر صلاح‌الدین. (۱۳۹۳). تأثیر درمان شناختی رفتاری مذهب محور بر تاب‌آوری زوجین. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، ۱۵ (۳): ۳۴-۲۵.

۲۰. مهرافروز، حجت‌الله. (۱۳۷۸). بررسی رابطه نگرش نسبت به شیوه‌های فرزندپروری مادر (اقتدار منطقی، استبدادی، آزادگذار) با مکان کنترل و پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان پسر پایه چهارم ابتدایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تربیت معلم تهران.

- associations with parenting behaviors in middle childhood and adolescence. *Attachment & Human Development*, 20(4), pp. 378-405
39. Lynch, J., & Prins, E. (2023). Knowledge to Support Early Educators and Elementary School Teachers' Engagement in Family Literacy and Family Literacy Programs. *The Reading Teacher* · February 2023 DOI: 10.1002/trtr.2187. <https://www.researchgate.net/publication/368403382>
40. Mapp, K. (2016). Working with families and caregivers: Family engagement as a core element of effective practice. https://www.teachingworks.org/images/files/2016_AACTE_Karen_Mapp.pdf
41. Morrow, L. (2020). Literacy development in the early years: Helping children read and write (9th ed.). Pearson.
- Masten AS. Ordinary magic.(2001) Resilience processes in development. *Am Psychol*;56(3):22738. PMID: 11315249
42. Mastrotheodoros, S.; Van der Graaff, J.; Deković, M.; Meeus, W.H.J.; Branje, S.J.T. Coming closer in adolescence: Convergence in mother, father, and adolescent reports of parenting. *J. Res. Adolesc.* 2018, 29, 846–862.
43. McCoy, E, Cole, J. (2011). A Snapshot of Local Support for Literacy: 2010 survey. London: National Literacy Trust
44. Piazza, S., Rao, S., & Protacio, M. (2015). Converging recommendations for culturally re-sponsive literacy practices: Students with learning disabilities, English language learners, and socioculturally diverse learners. *International Journal of Multicultural Education*, 17(3), 1–20
45. Simpande, A. (2019, September 9). Literacy and Lifelong Learning: The Home Literacy Environment and the University Literacy Environment. [Conference Paper Presentation]. National Literacy online 2020 Jun 8. doi: 10.3390/ijerph17114083
30. Diader, Maryam. (2012). Investigating the relationship between parenting styles of parents and self-esteem and responsibility of first grade teenagers. Master's thesis. Islamic Azad University, Maroodasht branch
31. Dickinson, D., & Morse, A. (2019). Connecting through talk: Nurturing children's development with language. Brookes.
32. Dimitra, Tsela, Rosie Drosou Tsel, and Ignacio González López(2023). Relations between Parenting Style and Parenting Practices and Children's School Achievement Soc. Sci. 2023, 12, 5. <https://doi.org/10.3390/socsci12010005> .
33. Eduardo Aguirre-Dávila, Miguel Morales-Castillo & Manuel Moreno-Vásquez (2023) Parenting, autonomy and academic achievement in the adolescence, *Journal of Family Studies*, 29:1, 63-76,
34. Frick, P.J., Christian, R.C. & Wootton, J.M. (1999). Age trends in the association between parenting practices and conduct problems. *Behavior Modification*, 23, 106-128
35. Guastello, D. D. , Guastello, S. J. , & Briggs, J. M. (2014) . Parenting style and generativity measured in college students and their parents. *Sage Open*, 4 (1) , 2158244013518053
36. Hwang E, Shin S. Characteristics of nursing students with high levels of academic resilience: A cross sectional study. *Nurse Education Today* 2018; 71: 54-59.
37. Junge B. Guillena*, Hazel Bliss G. Mendiodia, Camilo E. Baldonado(2023). The Influence of Parenting Style, Involvement, and Self-Efficacy on Intermediate Learners' Motivation. *Psych Educ*, 2023, 8: 414-425, Document ID:2023 PEMJ662, doi:10.5281/zenodo.7868554, ISSN 2822-4353
38. Koehn, A. J., & Kerns, K. A. (2018). Parent-child attachment: Meta-analysis of



Assessment. Services conducted a survey for families who have children attending TVDSB schools.

47. <https://zam.kowsarblog.ir/%D9%86%D9A7%D>

Symposium, Ministry of General Education, Ndola, Zambia.

۴۶. گزارش نظرسنجی (۲۰۱۸). برگرفته از

<https://www.tvdsb.ca/en/parents/resources/Documents/PERC/FINAL-REPORT-May-30-2018.pdf>. / TVDSB's Research and





The Value-Creating Effect of Parenting Literacy on the Academic Resilience and Academic Progress with the Mediation of Responsibility

* Karim Delaviz 

** Homam Moayedfar 

*** Qamar Kiany 

* PhD student, Department of Educational Psychology, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. karim.delaviz@iauz.ac.ir

** Assistant Professor, Department of Educational Psychology, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. moayedfar@gmail.com

****Assistant Professor, Department of Educational Psychology, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. t.my.22624@gmail.com

Received: 22.01.2023

Accepted: 28.02.2024

Abstract

parenting literacy is a new model in upbringing sciences and educational management that parents can support their children in various matters by improving their knowledge and skills, and parents have the greatest social influence on their children even beyond teachers and schools. This study examines the relationship between parental literacy and academic resilience with the mediation of responsibility among secondary school students in Karaj city. The method of this research is multivariate correlation and structural equation type. In total, 389 participants, students and 389 of their mothers, were selected by random stratified cluster sampling method based on gender in the academic year of 1401-1400, and they were asked to fill in the Alabama Parents' Literacy Questionnaires (Frick,1996), the responsibility of Nemati teenagers (1378), academic resilience of Samuels (2008) and the Saleh i's academic progress questionnaire (2014) answered. The findings showed that parental literacy and its components have a direct effect on academic reflection and responsibility($p<0.05$). Responsibility has a direct effect on academic resilience($p<0.05$). parenting literacy has an indirect effect on academic resilience and academic progress through the mediation of responsibility($p<0.05$), so it can be concluded that parenting literacy and its components can increase responsibility in students.

Keywords: Parenting Literacy, Responsibility, Academic Resilience, Academic Progress, Parents.

Corresponding Author: Homam Moayedfar- Moayedfar@gmail.com



Introduction

In today's era, families want to be responsible for their lives and children, the appearance of intelligent behavior of children and the availability of intelligent electronic equipment for the behavior and behavioral functions of children (youth and teenagers) has become a big challenge for parents. Many physical, psychological, emotional and social changes occur in it (Daniel T and Diya Dou, 2020). Parents are a child's first teacher. The family and the child's home environment have a significant impact on the development of language, literacy and academic achievement, and this influence is stronger in the early years of the child, but continues throughout the school years (McCoy, and Cole, 2011). Educational Literacy Parents is one of the new models in educational sciences and educational management that parents can support their children in better learning by improving their knowledge and skills. Therefore, creating value and creating effective strategies to improve the educational literacy of parents is one of the effective strategies for the educational and skill development of children in the future. Dickinson and Morse (2019) note that differential levels of school entry may remain unchanged even as children progress through school; As a result, there is often a focus on parenting literacy programs targeting preschoolers and early school-aged children. Establishing basic literacy is an important aspect of many parenting literacy programs; There are many aspects that can support the success of parenting literacy programs; For example, facilitators' awareness of program content and openness to implementing new strategies may shape parent literacy program outcomes (Lynch, & Prince, 2023). Research has highlighted the importance of the home environment for the growth and development of lifelong behaviors (Simpandeh, 2019). Therefore, the answer to this question is whether the dimensions of parental educational literacy (positive parenting, weak supervision, unstable discipline, corporal punishment, conflict) can predict resilience and academic progress of students through the mediation of responsibility?

Methodology

It is of correlation type and through structural equation modeling (SEM¹). Statistical population, sample size and sampling method The statistical population of this research was 60,735 male and female secondary school students in the academic year of 1400-1401 in the city of Karaj. The statistical population consisted of 33,793 boys and 145 schools among 117 boys' schools. For girls, 26,942 students, 400 boys and girls with their mothers were selected. In the current research, taking into account the number of parameters estimated in the model and taking into account the dropout of 400 students; And according to their gender, cluster sampling was done randomly; that in girls' schools, 7 people from each grade randomly, in ten schools, a total of 210 people and in the 11th school, 13 people (10th grade, 4 people, 11th grade, 4 people and 12th grade, 5 people) which is a total of 223 girls ; And in eight boys' schools, 21 people out of a total of 168 people were randomly selected from each school, and 9 people (3 people from each grade) in the ninth school for boys, with a total of 177 male students in nine boys' schools. Measuring tools: Parents' educational literacy was evaluated through the Alabama questionnaire prepared by Shelton, Frick and Wootton, (1996). This test has 42 questions that measure five areas: corporal punishment, unstable discipline, poor supervision, conflict and positive parenting. Adolescent responsibility questionnaire was developed by Pare Sima Nemati (2017) and has been standardized. This questionnaire contains 50 questions that measure 7 dimensions: self-management, orderliness, trustworthiness, trustworthiness, and conscientiousness. Academic Resilience Questionnaire (ARI) was prepared by Samuel in 2004 and the original version has 40

1. structural Equation Modeling (SEM)



questions and in Iran it has been standardized and reduced to 29 questions. It has three subscales of future-oriented, problem-oriented, and positive communication skills. The educational progress questionnaire was designed and validated by Salehi (2014), this questionnaire contains 50 closed-ended items based on a two-choice answer sheet (yes-no).

Findings

Structural model fitted in two modes of standard coefficients and t.

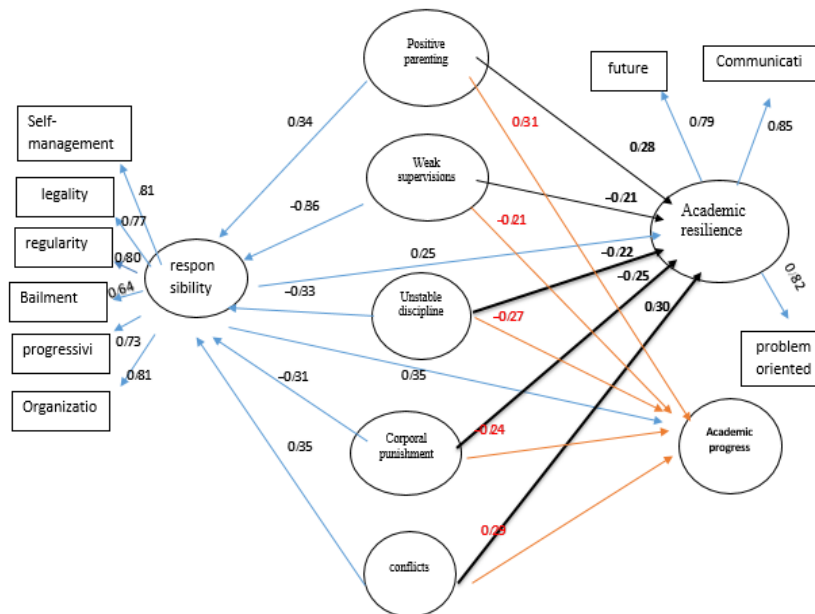


Figure 1. The fitted model for predicting academic resilience and academic progress based on educational literacy with the mediation of responsibility in the form of standard coefficients

As shown in Figure 1, the relationship of responsibility with positive parenting is 0.34, with weak supervision - 0.36, with unstable discipline - 0.33, with corporal punishment - 0.31 and with conflict - 0.35. The relationship between responsibility and resilience is 0.25 and academic achievement is 0.35. The relationship between academic achievement and positive parenting is 0.31, with poor supervision - 0.21, with unstable discipline - 0.27, with punishment - 0.24 and with conflict - 0.29. The relationship of resilience with positive parenting is 0.28, with monitoring - 0.21, with unstable discipline - 0.22 - with punishment - 0.25 and with conflict - 0.30.



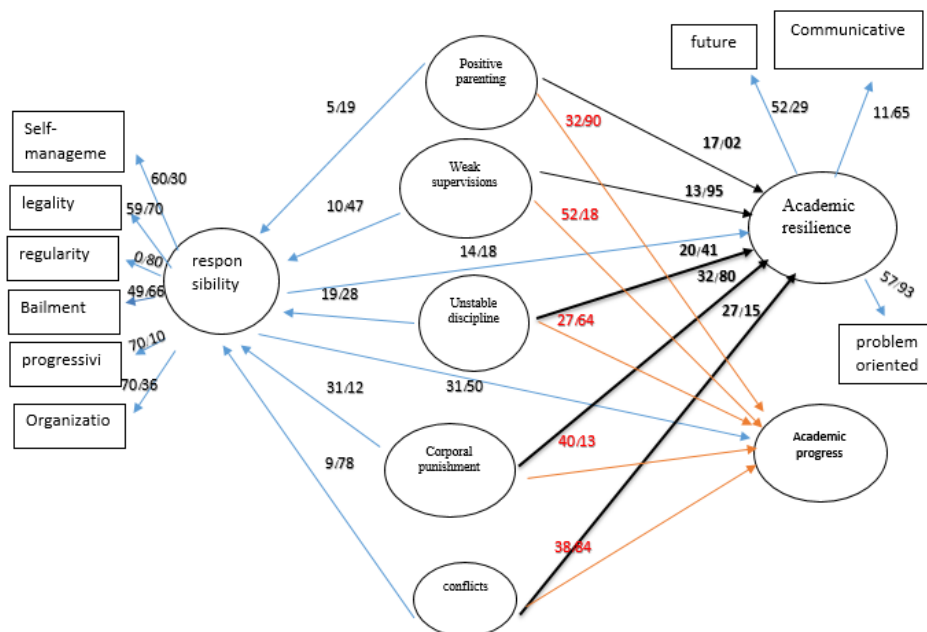


Figure 2. The fitted model of predicting academic resilience and academic progress based on educational literacy with the mediation of accountability in the form of coefficients t.

As shown in Figure 2, the relationship between responsibility and positive parenting is 5.19, weak supervision is 10.47, unstable discipline is 19.28, corporal punishment is 12.31, and conflict is 9.78. The relationship between responsibility and resilience is 14/18 and academic progress is 31/50. The relationship between academic progress and positive parenting is 32/90, with weak supervision 52/18, with unstable discipline 27/64, with punishment 40/13 and with conflict 38/84. The relationship of resilience with positive parenting is 17/02, with monitoring 13/95, with unstable discipline 20/41, with punishment 32/80, and with conflict 27/15.

Conclusion

Students' responsibility has a direct and meaningful effect on the academic resilience of second year high school students in Karaj city, so the hypothesis of the research is confirmed. The direct effect of responsibility on academic progress is significant, which means that responsibility positively explains the variance of academic progress, so the hypothesis of the research is confirmed. The educational literacy of parents on the academic resilience of second year high school students in Karaj city. It is direct and meaningful. This means that among the dimensions of literacy, positive parenting can positively explain academic resilience, and weak supervision, unstable discipline, corporal punishment, and bullying negatively explain academic resilience, so this research hypothesis is also confirmed. Educational literacy of parents has a direct effect on the responsibility of second year high school students of Karaj city. And it is significant in the sense that among the dimensions of literacy, positive parenting can positively explain poor supervision, unstable order and discipline, corporal punishment, and taking negative forms of responsibility; This research hypothesis is also confirmed. Students' responsibility plays a mediating role in predicting students' resilience based on parents' educational literacy. As the results show, the indirect effect of responsibility in predicting resilience based on educational



literacy is significant. Therefore, the assumption of the research is confirmed. Parents' educational literacy does not have an indirect effect on students' academic resilience through the mediation of responsibility. It may be because parents and teachers are good role models for students' responsibility, but they are not good models for resilience. Because children and teenagers usually observe, learn and model their parents' behaviors, including resilience, in different situations and conditions. It is suggested that training courses on parenting skills should be held in educational centers for parents and encouraging parents to participate in such courses should be considered due to its positive effects. And also in education, some methods of increasing responsibility, including self-based responsibility methods, should be used to teach students to do academic and educational work.

References

- Daniel T. L. Sheik and Diya Dou, (2020). Perceived Parenting and Parent-Child Relational Qualities in Fathers and Mothers: Longitudinal Findings Based on Hong Kong Adolescents. *Int J Environ Res Public Health*. 2020 Jun; 17(11): 4083. /Published online 2020 Jun 8. doi: 10.3390/ijerph17114083
- Dickinson, D., & Morse, A. (2019). Connecting through talk: Nurturing children's development with language. Brookes.
- Frick, P.J., Christian, R.C. & Wootton, J.M. (1999). Age trends in the association between parenting practices and conduct problems. *Behavior Modification*, 23, 106-128
- Lynch, J., & Prins, E. (2023). Knowledge to Support Early Educators and Elementary School Teachers' Engagement in Family Literacy and Family Literacy Programs. *The Reading Teacher* · February 2023 DOI: 10.1002/trtr.2187. <https://www.researchgate.net/publication/368403382>
- McCoy, E, Cole, J. (2011). A Snapshot of Local Support for Literacy: 2010 survey. London: National Literacy Trust
- Simpande, A. (2019, September 9). Literacy and Lifelong Learning: The Home Literacy Environment and the University Literacy Environment. [Conference Paper Presentation]. National Literacy Symposium, Ministry of General Education, Ndola, Zambia.



اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع

* لیلا قرائیان * * اصغر زمانی

* دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد روهن، دانشگاه آزاد اسلامی، روهن، ایران.

leila.ghoraian@gmail.com

* دانشیار، هیئت علمی گروه مدیریت آموزش عالی، موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، تهران، ایران.

a.zamani@irphe.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۶

چکیده

این پژوهش با هدف اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع انجام شد. بر همین اساس، تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر اجرا، توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه معلمان و دبیران مدارس طلوع تهران (۱۵۰ نفر بود) که به روش تمام شماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. جهت تعیین روایی محتوایی از نظر استاتید دانشگاه و خبرگان آموزش و پرورش (معلمان و دبیران مدارس طلوع) استفاده و نسبت روایی محتوایی مورد تایید قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ جهت پایایی ۰/۸۷۵ محاسبه و مورد تایید قرار گرفت. جهت تحلیل داده‌های بدست آمده، از آزمون تی تک - نمونه ای با نرم افزار SPSS24 جهت تعیین رتبه‌بندی شاخص‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP با نرم افزار ExpertChoice استفاده شده است. با توجه به نتایج رتبه‌بندی مشخص شد از بین مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع تعیین تکالیف یا ارائه موضوعات تحقیقی، در حدتوان دانش‌آموزان و کنترل و نظارت بر انجام آنها توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع در اولویت اول قرار دارند و از بین ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام اهمیت و توجه به تفاوت های فردی دانش‌آموزان در هنگام تدریس به عنوان مهمترین ملاک ارزیابی شناسایی شد.

واژه‌های کلیدی: آموزش، رفتار، ارزیابی معلمان، ارزیابی آموزشی- رفتاری، دبیران مدارس طلوع.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه و بیان مساله

اصولی اصلاح و بهبود آموزشی و رشد و پرورش استعدادها و بها دادن به روحیه تحقیق، پژوهش و ارزشیابی مستمر و ارتقای کیفیت کار معلمان و دانش‌آموزان، رفعت جایگاه راهنمایان آموزشی شفاف‌تر می‌شود آن هم راهنمایی که دارای توانایی‌های شغلی و حرفه‌ای، تجربه و بالاترین مدارج علمی باشد تا تقویت ارتباط بین مدارس و معلمان و انتقال

شناخت مبانی اجتماعی تعلیم و تربیت، از جمله صلاحیت‌های اساسی حرفه‌ای مدرسی است. منظور از این شناخت، مجموعه آگاهی‌هایی است در مورد جامعه، فرهنگ، نیازها و مسایل اجتماعی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم در اهداف، اصول و روش‌های تربیتی تاثیر دارند و به عملکرد مدرس جهت می‌دهند (شعبانی، ۱۳۹۲). با توجه به وظیفه

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: لیلا قرائیان Leila.ghoraian@gmail.com



نوآوری‌های علمی آموزشی، تجربیات و تعامل بین معلمان و بین مدرسه و جامعه و جهت دادن به شوراهای معلمان و آسان‌سازی و تسهیل امکانات و حمایت از تنوع و نوآوری‌های آنان که به عهده راهنمایان آموزشی می‌باشد (جوادی پور و محمدی، ۱۳۸۸). ارزیابی نیز از دیرباز به عنوان یکی از مهمترین وظایف مهم مدیریتی در موفقیت سازمان‌های مختلف مطرح بوده است، بدیهی است که ارزیابی عملکرد کارکنان فرآیندی بسیار مهم و حساس است که مسئولان سازمان‌ها خصوصاً آموزش و پرورش با آن روبه‌رو هستند (موسوی راد و همکاران، ۱۳۹۳). در این میان، سنجش عملکرد معلمان، با انگیزه‌هایی مانند ارتقای سطح آموزش، بهبود جذب و همچنین ارتقای دانش حرفه‌ای همواره به مثابه گزینه‌ای راهگشا، مد نظر مسئولان نهادهای نظارتی بوده است (عسگری متین و کیانی، ۱۳۹۷). معلمان برای اثربخش بودن آموزش باید بر دانش و مهارت‌های موردنیاز، جهت دستیابی به اهداف آموزشی، آگاهی و تسلط داشته باشند. مؤلفه‌های آموزشی معلمان عبارتست از: ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی: این مؤلفه بیانگر این است که معلمان در فرآیند یاددهی و یادگیری باید مجموعه‌ای از اصول و مسائل اخلاقی و رفتاری را لحاظ نمایند. این ملاحظات دارای زیر مؤلفه‌های شوخ طبعی و بشاشیت رفتاری؛ اعتماد به نفس؛ علاقه و اشتیاق معلم به دانش‌آموزان و عمل آموزش؛ وقت شناسی؛ نوع پوشش و ظاهر معلم؛ احترام گذاشتن به شاگردان؛ تعهد و مسئولیت‌پذیری؛ رعایت عدالت در بین شاگردان؛ سعه صدر بود (وحدانی، محرم‌زاده و سید عامری، ۱۳۹۱). یکی از ابعاد صلاحیت حرفه‌ای معلم به دانش شغلی و شایستگی‌های حرفه‌ای مربوط به مهارت‌های آموزش و تدریس او بر می‌گردد. مهارت‌هایی مانند فعال کردن دانش‌آموزان در فرآیند یادگیری و به‌کاربردن روش‌های فعال تدریس، ایجاد زمینه‌های مناسب برای افزایش تفکر انتقادی و ایجاد تجربه‌های یادگیری، بهره‌گیری از مشارکت فعال همه دانش‌آموزان در فعالیتهای آموزشی، برقراری ارتباط مناسب و صمیمانه با دانش‌آموزان به ویژه ارتباط کلامی، ایجاد زمینه‌های پرسشگری و تشویق دانش‌آموزان به بحث آزاد و جهت‌گیری دموکراتیک در کلاس درس، ایجاد موقعیتهای

مبهم و سؤال برانگیز برای کشف مجهولات، دادن تکالیفی مرتبط با اهداف، محتوای درس، ظرفیت و توانایی دانش‌آموزان از دانش حرفه‌ای معلم نشأت می‌گیرد و عملکرد او را اثربخش می‌سازد (حسین‌پور طولازدهی و همکاران، ۱۳۹۵). هدف ارزیابی معلمان در کلی‌ترین سطح، بهبود امر آموزشی است. بهبود نظام‌مند امر آموزش، در وهله اول مستلزم ارزشیابی عملکردهای آموزشی فعلی است. آنگونه که بولتن^۱ (۲۰۱۴)، می‌گوید، ارزشیابی معلم می‌تواند درنهایت باعث افزایش رشد فردی و خودارزیابی شود (زارعی، ملکی و سبزی‌پور، ۱۳۹۶). امروزه ضرورت ارزیابی آنچنان محرز شده است که در هر نظام و دستگاه اداری به منزله امری اجتناب‌ناپذیر مطرح است و لازمه مدیریت صحیح و پویا به شمار می‌رود. استقرار نظام ارزیابی و سنجش صلاحیت‌های عمومی، تخصصی و حرفه‌ای معلمان مبتنی بر شاخص‌های آموزشی، پژوهشی، فرهنگی و تربیتی برای ارتقا^۲ به عنوان یکی از سیاست‌های کلی از سوی مقام معظم رهبری معرفی شده است (نظری و همکاران، ۱۳۹۹). کشاورز و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به‌منظور ارزیابی عملکرد معلمان تربیت‌بدنی، مهارت‌های علمی، مهارت‌های پژوهشی، مهارت‌های ورزشی، مهارت‌های آموزشی و یاددهی، مهارت‌های اجتماعی و مهارت‌های رفتاری و اخلاقی را به عنوان معیارهای ارزیابی عملکرد بررسی کرده‌اند. ارزیابی از مؤثرترین روش‌ها برای تضمین کیفیت و شرط اساسی روند ارتقاء کیفیت مستمر^۲ در سیستم آموزشی می‌باشد. معلمان یکی از ارکان مهم نهاد آموزش و پرورش محسوب می‌شوند و نحوه عملکرد آن‌ها در بازدهی کل نظام آموزشی نقش اساسی ایفا می‌نماید. ارزیابی صحیح، گویای وضعیت عملکرد معلم بوده و در صورتی که بازخورد نتایج به طور صحیح و به موقع به معلمان منعکس گردد، می‌تواند ضمن تشخیص نقاط قوت و ضعف، به عنوان عاملی کمک‌کننده در جهت ارتقای کیفیت فعالیت‌های آموزشی آن‌ها، مؤثر باشد (سیف، ۱۳۹۱). ارزیابی باید بر اساس معیارها و مؤلفه‌های دقیق و قابل اندازه‌گیری باشد تا نتایج آن برای بهبود عملکرد معلمان کاربردی باشد

1 . Bulletin

2 . Continuous Quality Improvement



فرایند آموزشی - رفتاری از ابتدا باید شامل یک سازوکار مناسب ارزشیابی باشد (عبدالملکی، نصیری بنی‌ولیک و افضلی، ۱۳۹۹: ۱۰۵). برای ارزیابی مؤلفه‌های آموزشی- رفتاری بیان شده، از روش‌ها و الگوهای مختلفی استفاده می‌شود. یکی از مهمترین این الگوها، الگوی اعتبارسنجی می‌باشد. این الگو معروف‌ترین مدل ارزیابی نظام‌های آموزشی در جهان است. در این الگو، شاخص‌های عناصر مختلف نظام آموزشی در دو مرحله «ارزیابی درونی» و «ارزیابی برونی» تدوین می‌شود. بر این اساس ابتدا عوامل مشخص می‌شوند، سپس ملاک‌ها و شاخص‌های آن تعیین خواهد شد (فرمهبینی فراهانی، کشاورزاده و نصیری، ۱۳۹۲). بنابراین داشتن الگوی ارزیابی دقیق و منطقی می‌تواند راهنمایی برای پیاده‌سازی ارزش‌های فرهنگی، آموزشی، توسعه حرفه‌ای، توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی، شفاف‌سازی ماهیت، افزایش کیفیت و بهبود عملکرد باشد (کریمی، نوه‌ابراهیم، حسن پور و موسی‌پور، ۱۳۹۹: ۲۵۶). از این رو هدف ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان، شناسایی نقاط قوت و ضعف در جهت بهبود مؤلفه‌های آموزشی- رفتاری معلمان و رسیدن به پیشرفت حرفه‌ای است و اینکه اطمینان حاصل شود که معلمان بهترین عملکرد را برای بهبود کارایی دانش‌آموزان انجام می‌دهند. زیرا ارزیابی می‌تواند موجب بهبود فرآیند آموزش باشد و نتایج آن برای شناسایی نیازهای آموزشی استفاده شود (فیلد جر ۵، ۲۰۲۳). چناری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که مدیریت و رهبری یکی از مؤلفه‌های سنجش کیفیت آموزشی معلمان مدارس جهت ارزیابی آموزشی- رفتاری است. ماجدی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که مدیریت کلاس درس از طرف معلمان از مؤلفه‌های مهم ارزیابی آموزشی است. تقی‌پورظهیر، طاهری و جعفری (۱۳۹۸) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که، مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی - رفتاری معلمان مدیریت، اخلاق و شخصیت بود. مظاهری و انصاری‌زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی اعلام کردند دانش، نگرش، مهارت و توانایی معلمان از مهمترین مؤلفه‌های ارزیابی

(استرانگ و توکر^۱، ۲۰۲۰). در این بین، نبود نشانگرها و مؤلفه‌های دقیق در ارزیابی از کیفیت معلمان، ارزیابی را مخاطره آمیز می‌سازد. در چنین حالتی، حرکات و رفتارهای سلیقه‌ای و فردی مشاهده می‌شود و امکان تبعیض قایل شدن و نبود معیار رتبه بندی در نظارت بسیار محتمل است (سوریانی^۲، ۲۰۲۰). ارزیابی مؤلفه‌های آموزشی- رفتاری معلمان یک فرآیند پیچیده اما ضروری است. با این حال، یک چنین بازبینی و بررسی می‌تواند نتیجه مثبت و سازنده ایجاد کند. ارزیابی با هدف بررسی مؤلفه‌های آموزش- رفتاری معلمان با آگاه نمودن معلمان از عملکرد خود، در جهت جایگزین ساختن رفتارهای مناسب و حذف رفتارهای منفی و غیراثربخش خواهند داشت و این امر نه تنها کارایی معلمان را موجب خواهد شد، بلکه مسئولیت‌پذیری و رشد شخصی در جهت یک رابطه پویا، متعادل بین دانش‌آموزان و رشد حرفه‌ای معلم و بهبود او ایجاد می‌کند (بوکانان، هارب و فیتزگارب^۳، ۲۰۲۰). دیویس و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی نشان داد، از جمله طراحی دستورالعمل، توسعه حرفه‌ای، اخلاق حرفه‌ای، همکاری، تنوع درک شده دانش‌آموز، فناوری، تکنیک آموزشی و تکنیک آموزش ویژه بین حالت فعلی و مطلوب از جمله مؤلفه های ارزیابی آموزشی است. به همین دلیل، اتخاذ یک رویکرد خلاقانه از اهمیت بالایی برخوردار است. از آنجایی که درک کلی از آموزش ویژه ایجاد شده است، نتایج مطالعه می‌تواند پیامدهایی برای مدارس و معلمان داشته باشد (دیویس و همکاران^۴، ۲۰۲۳). از این رو نظام‌ها و مراکز آموزشی، نیازمند نوعی نظام ارزیابی هستند که قابلیت اثربخشی در سیاستگذاری‌ها و راهبردهای کلان را داشته باشد. پس می‌توان نتیجه گرفت؛ برای این که برنامه‌های آموزشی از کیفیت بالایی برخوردار باشند، ارزشیابی از آن، امری ضروری است تا بتوان به وسیله آن، کیفیت و شایستگی آموزش را مورد ارزیابی قرار داد و نقاط قوت برنامه برنامه درسی را مشخص کرد (شعبانی، ناطقی و فقیهی، ۱۳۹۷). متخصصان ارزشیابی آموزشی معتقدند هر برنامه یا

1. Stronge & Tucker
2. Suryani
3. Buchanan, Harb & Fitzgerald
4. Davis et al.

5. Field Jr



شایستگی‌های رفتاری آموزشی را بسنجیم و نقاط ضعف و قوت آن را یافته و با برنامه‌ریزی، نقاط ضعف را برطرف نموده و کارایی برنامه‌های آموزشی این مدارس را بهبود بخشیم، چرا که ارزشیابی فرایندی است علمی، نظام یافته و اصولی که با جمع‌آوری اطلاعات در مورد کلیت برنامه و عملکرد آن می‌تواند هدایت، تصمیم‌گیری و کارایی اجزای مختلف آموزش را مورد تحلیل قرار دهد.

۲- پیشینه پژوهش

عسگری متین و کیانی (۱۳۹۷) پژوهشی با هدف الگوی معیار صلاحیت حرفه‌ای معلمی انجام دادند. بر پایه یافته‌ها، ساختار نهایی این الگو در ۷ ساحت، ۳۳ حوزه محوری و ۱۵۸ شاخص صلاحیت با نام «الگوی معیار سنجش صلاحیت حرفه‌ای معلمی در تراز جمهوری اسلامی ایران» پدید آمد. ساحت‌های هفتگانه این الگو عبارت‌اند از: ۱. برنامه‌ریزی و آماده‌سازی برای آموزش؛ ۲. برنامه‌ریزی و طراحی برای یادگیری؛ ۳. مدیریت پیرامون و محیط یادگیری؛ ۴. آموزش اثربخش؛ ۵. مسئولیت سازمانی و توسعه حرفه‌ای؛ ۶. سرمایه اجتماعی و فعالیت فرهنگی و ۷. معنویت، اخلاق و خداپاوری.

بوکانان، هارب و فیتزجرالد (۲۰۲۰) پژوهشی با هدف اجرای ارزیابی عملکرد آموزشی: مطالعه موردی معلمان استرالیایی انجام دادند و به این نتیجه دست یافتند که اجرای یک ارزیابی عملکرد آموزش به عنوان یک وظیفه به طور گسترده برای حرفه و فارغ‌التحصیل کردن معلمان مفید است و ممکن است پیوندهای حرفه‌ای بین مدارس و دانشگاه‌ها را تقویت کند.

استیسی، تالبوت، بوکانان و مایر (۲۰۲۰) پژوهشی با هدف توسعه ارزیابی عملکرد معلمان به این نتایج دست یافتند که برنامه‌ریزی و آماده‌سازی، مشاهدات و شواهدی از تمرین تدریس، نقش مدارس، رابطه مدیران و معلمان، رابطه با تحصیل معلم اولیه، انصاف، اعتبار و قابلیت اطمینان نمونه‌هایی از مولفه‌های ارزیابی معلمان هستند.

آموزشی معلمان است. فرخ‌نژاد و پیردادیان (۱۳۹۰) در پژوهشی به این نتیجه دست یافت که رعایت مقررات آموزشی، نحوه تعامل دانش‌آموز با معلم، میزان استفاده از تکنولوژی آموزشی، رضایت از نتایج ارزشیابی، میزان آگاهی از اهداف ارزشیابی و کیفیت فرآیند تدریس-یادگیری در ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان مهم هستند. آموزش و پرورش گرجستان (۲۰۱۶)، نشانگرهای کلیدی ارزیابی عملکرد آموزشی- رفتاری در حوزه مدارس ابتدایی را در ۹ مؤلفه برنامه‌درسی، آموزش، ارزشیابی، برنامه‌ریزی، رهبری، رشد و یادگیری، محیط و جامعه، فرهنگ و برنامه‌های فوق درسی شناسایی کرده است. در مجموع با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، مشخص گردید، در این زمینه تاکنون پژوهشی انجام نشده است، لذا ضروری است چنین تحقیقاتی در جهت شناسایی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس صورت پذیرد.

یکی از این مؤسساتی که برای نیل به این نوع تعلیم و تربیت، مشغول به فعالیت می‌باشد، مؤسسه فرهنگی طلوع است که در سال ۱۳۵۸ (در مقطع ابتدایی) با هدف تربیت دخترانی متدین، متخلق به اخلاق اسلامی و مادرانی مدیر و مدبر برای نسل آینده این سرزمین، توسط عده‌ای از خیرین، متدینین و فرهنگ دوستان با ایمان تأسیس گردید. در حال حاضر در مقاطع پیش دبستان دو ۸۲ دانش آموز، دبستان ۲۸۷ دانش‌آموز، در متوسطه اول ۱۵۰ دانش آموز و در متوسطه دوم ۱۴۴ دانش آموز در رشته های علوم انسانی، ریاضی و تجربی مشغول به تحصیل هستند. مأموریت طلوع کشف، پرورش و هدایت استعداد های همه جانبه دانش‌آموزان به منظور استقرار و پیمودن مسیر کمال و قرب الهی است (مؤسسه فرهنگی طلوع، Tollou.ir). از این رو اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع، می‌تواند هدایتگر رفتار، کردار و اندیشه های معلمان و دبیران به سمت ارزش‌های اسلامی و منعکس کننده باورها و اولویت های مدارس از جنبه های اخلاقی و رفتاری باشد. بنابراین با توجه به اهمیت نظام آموزشی و نقش بسیار بالای مدارس طلوع در تعلیم و تربیت اسلامی و لزوم اصلاح و تحول در این نظام آموزشی برای حفظ پویایی و بالندگی مدارس، ضرورت دارد که

1. Buchanan, Harb & Fitzgerald

2. Stacey, Talbot, Buchanan & Mayer

۴- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، و از نظر اجرا توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه معلمان و دبیران مدارس طلوع (۱۵۰ نفر) تهران که به روش تمام شماری انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. این پرسشنامه بر اساس مبانی نظری (مطالعات کتابخانه‌ای) یعنی براساس نظریات محققان در پژوهش‌های پیشین در سه بخش مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی-رفتاری معلمان و دبیران، ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع در حین استخدام طراحی شده است. در این پژوهش جهت تعیین روایی ابتدا روایی محتوایی مورد تایید استاد محترم راهنما قرار گرفته سپس جهت تایید بیشتر روایی محتوایی، از قضاوت و دیدگاه خبرگان مجرب در این پژوهش یعنی ۱۰ نفر از معلمان و دبیران مدارس طلوع استفاده شد به طوری که نظرات با استفاده از نسبت روایی محتوایی لاوشه یا شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR) مورد سنجش و مورد تایید قرار گرفت. جهت تایید پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده و ۰/۸۷۵ محاسبه و مورد تایید قرار گرفت. در روش آمار استنباطی، جهت تحلیل داده‌های بدست آمده، از آزمون تی تک - نمونه ای با نرم‌افزار SPSS24 جهت تعیین رتبه‌بندی شاخص‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP با نرم‌افزار ExpertChoice استفاده شده است.

این‌دیرا، هرمانتو و پرامونو^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان بهبود صلاحیت معلم نشان داد که تلاش‌ها برای افزایش صلاحیت معلم در دوران انقلاب صنعتی با بهبود سیستم‌های استخدام معلم، الگوهای ارتقا کفایت معلمان از پایین به بالا، بهینه‌سازی برنامه بهبود حرفه‌ای مداوم و مطالعات درسی با پشتیبانی از سواد الکترونیکی انجام شده است. لی^۲ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی رشد حرفه‌ای معلمان، به این نتیجه رسید که، معلمان اثربخش باید در شش بعد دانش موضوعی، کیفیت تدریس، جو کلاس، مدیریت کلاس درس، اعتقادات معلم و رفتارهای حرفه‌ای مهارت داشته باشند. همچنین در این مطالعه شواهد عملی و چگونگی تأثیر این ابعاد بر میزان یادگیری فراگیران نشان داده می‌شود و بر این اساس چهارچوب نظری جهت ارزیابی معلمان اثربخش ارائه می‌گردد.

۳- سؤال‌های پژوهش

۱. چه مولفه‌هایی در رابطه با ارزیابی آموزشی-رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع وجود دارد؟
۲. ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام کدام‌اند؟
۳. اولویت‌بندی مولفه‌ها و ملاک‌های ارزیابی آموزشی-رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع چگونه است؟

جدول ۱. مشخصات ابزار پژوهش

منبع	تعداد گویه	مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی-رفتاری
چناری و همکاران(۱۳۹۹)- ماجدی و همکاران(۱۳۹۸)- طاهری و همکاران(۱۳۹۸)- خونی و همکاران(۱۳۹۸)- میرکمالی و همکاران(۱۳۹۸)- رزی و همکاران(۱۳۹۷)- مظاهری و انصاری زاده(۱۳۹۸)- کشاورز زاده و همکاران(۱۳۹۶)- سلیمی و رضانی(۱۳۹۳)- حاتمی(۱۳۹۰)- فراهانی و همکاران(۱۳۸۹)- دانش پژوه و همکاران (۱۳۸۸)- گپیلا و همکاران(۲۰۲۰)- بوکانان و همکاران(۲۰۲۰)- استیسی و همکاران(۲۰۲۰)- ایندیرا و همکاران(۲۰۲۰)- لی (۲۰۱۹)- بیجان و همکاران(۲۰۱۸)- وو و چن(۲۰۱۴)	۲۳	مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی-رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع
	۱۲	ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام

1 . Indira, Hermanto, & Pramono
2 . Lee



۵- یافته‌ها

بر اساس نتایج حاصل از روایی و پایایی از ۲۳ مولفه شناسایی شده تعداد ۲۰ مولفه جهت ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع مورد تایید و بررسی گرفت. نتایج در جدول (۲) موجود است.

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌های پرسشنامه مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

۱- چه مولفه‌هایی در رابطه با ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع وجود دارد؟

جدول ۲. آزمون تی تک نمونه ای برای مولفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع

سطح معناداری (sig)	درجه آزادی (df)	آزمون تی (t)	انحراف معیار	میانگین	مولفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۵/۶۶	۱/۱۶	۳/۵۴	توجه به تلاش معلمان و دبیران برای ایجاد شوق و دل‌بستگی به دین و دانش، در دانش آموزان، در مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۴/۸۷	۱/۱۳	۳/۴۵	برخورداربودن از انگیزه قوی، جدیت، پویایی و نشاط همراه با صبر و تحمل بالا
۰/۰۰۱	۱۴۹	۸/۰۳	۱/۰۷	۳/۷۰	روحیه انتقاد پذیری بالا در میان معلمان و دبیران مدارس
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۵/۳۵	۰/۸۴۵	۴/۰۶	ایجاد انگیزه در دانش آموزان از طریق فعال نمودن آنان در کلاس درس، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۵/۲۸	۱/۱۷	۳/۵۰	اهمیت قائل شدن به رضایتمندی معلم از مدیر و همکاران در محیط کار، در کنار مؤلفه‌های اصلی ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۲/۴۱	۰/۹۹۳	۴	مسئولیت پذیر بودن معلمان و دبیران مدارس طلوع، در قبال آینده جامعه و دانش آموزان
۰/۰۰۱	۱۴۹	۷/۳۴	۱/۱۸	۳/۷۱	رعایت اصول سنجش، در انجام ارزشیابی‌ها و طراحی سؤالات امتحانی با توجه به اهداف دوره و پایه
۰/۰۰۱	۱۴۹	۷/۴۶	۰/۹۹۵	۳/۶۰	اهمیت دادن به مطالعه کتب و نشریات (مجلات رشد، فصلنامه تعلیم و تربیت) مختلف، در بین معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۶/۰۳	۱/۱۰	۳/۵۴	توجه به پرورش مهارت‌های اجتماعی دانش آموزان، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۴/۲۰	۰/۸۹۶	۴/۰۴	تشویق و ترغیب دانش آموزان به مطالعه کتاب‌های غیردرسی در رابطه با درس خود، توسط معلمان و دبیران
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۱/۵۵	۰/۹۵۳	۳/۹۰	تشویق دانش آموزان به ساخت وسایل کمک آموزشی توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۷/۶۴	۰/۸۰۰	۴/۱۵	تعیین تکالیف یا ارائه موضوعات تحقیقی، در حد توان دانش آموزان و کنترل و نظارت بر انجام آنها توسط معلمان و دبیران
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۵/۳۵	۰/۸۴۵	۴/۰۶	استفاده از طرح درس و رعایت بودجه بندی کتاب در طول هفته، ماه و نیمسال توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۵/۶۱	۱/۱۶	۳/۵۳	بیان انتظارات دبیران از دانش آموزان، به صورت واضح و صریح

۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۳/۱۱	۰/۹۶۵	۴/۰۳	توجه کافی به استفاده بجا از انواع رسانه‌های آموزشی، وسایل کارگاهی، آزمایشگاهی و کتابخانه
۰/۰۰۱	۱۴۹	۹/۷۳	۱/۰۹	۳/۸۶	اختصاص حداکثر استفاده از وقت کلاس، برای فعالیت‌های درسی، تشکیل منظم کلاس، ورود و خروج به موقع توسط معلمان، دبیران و دانش‌آموزان مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۹/۳۲	۰/۹۷۲	۳/۷۴	اهمیت دادن به بیان مطالب پیش‌نیاز درس جدید (پیش‌سازمان دهنده ها)، برای فهم بهتر و پیوستگی مطالب (از ساده به دشوار)
۰/۰۰۱	۱۴۹	۵/۷۰	۱/۰۷	۳/۵۰	وجود احساس تعهد، مسئولیت، دلسوزی و احترام متقابل بین معلمان، دبیران و دانش‌آموزان در مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۵/۹۵	۰/۹۶۰	۳/۴۶	ایجاد تنوع و جذابیت در کلاس درس برای دانش‌آموزان، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع
۰/۰۰۱	۱۴۹	۴/۲۷	۱/۰۵	۳/۳۶	ایجاد انگیزه و رغبت برای مطالعه و تحقیق در بین دانش‌آموزان، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع

تهران، مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری شناسایی شده، مورد تایید نهایی قرار می‌گیرد.

۲. ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام کدامند؟

بر اساس نتایج حاصل از روایی و پایایی از ۱۲ ملاک شناسایی شده تعداد ۱۲ ملاک جهت ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام مورد تایید و بررسی قرار گرفت. نتایج در جدول (۳) موجود است.

از آنجا که طیف مورد سنجش ۵ گزینه‌ای بوده است، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شده است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد میانگین برای همه مؤلفه‌ها بیشتر از ۳ به دست آمده است و سطح معناداری آماره آزمون تی تک - نمونه ای برای تمامی مؤلفه‌های ارزیابی شده برابر با $\text{sig} = 0.001$ می باشد و از سطح معنی‌داری آزمون که برابر با $0.05 < \alpha = 0.001$ (sig=0.001) در نظر گرفته شده، کوچکتر است، لذا با توجه به نتایج حاصله با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که از دیدگاه پاسخگویان، یعنی معلمان و دبیران مدارس طلوع

جدول ۳. آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام

سطح معناداری (sig)	درجه آزادی (df)	آزمون تی (t)	انحراف معیار	میانگین	ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۰	۰/۹۸۷	۳/۸۰	داشتن قدرت بیان، روش تدریس مناسب و توانایی انتقال مطالب درسی، جزء ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۰	۰/۹۵۴	۳/۷۸	رعایت موازین دینی، اخلاقی، جایگاه شأن معلمی، آراستگی و پوشش، جزء ملاک ارزیابی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام



۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۰/۸۲	۰/۹۶۵	۳/۸۵	اهمیت مهارت کافی جهت استفاده از فناوری‌های جدید و هوشمند و وسایل کمک آموزشی متناسب با موضوع درس
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۵/۵۳	۰/۸۴۰	۴/۰۶	اهمیت و توجه به خلاقیت و نوآوری در تدریس و ارائه مطالب جدید و فراتر از کتاب درسی
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۱/۱۵	۰/۹۳۶	۳/۸۵	توانمندی بالا و اقتدار در اداره کلاس و رهبری آن
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۴/۰۲	۰/۹۳۱	۴/۰۷	اهمیت و توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در هنگام تدریس
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۳/۱۲	۰/۹۵۱	۴/۰۲	تأمل در بکارگیری شیوه‌های صحیح تشویق و تنبیه
۰/۰۰۱	۱۴۹	۶/۹۶	۱/۲۵	۳/۷۱	اهمیت و توجه به داشتن رابطه‌ای دوستانه با دانش‌آموزان و احترام قائل بودن برای هر یک از آنها
۰/۰۰۱	۱۴۹	۱۴/۵۹	۰/۸۹۴	۴/۰۴	داشتن انگیزه، اعتماد به نفس، شوق و علاقه وافر به تدریس، در پیشبرد صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی
۰/۰۰۱	۱۴۹	۷/۲۱	۱/۰۴	۳/۶۱	اهمیت و توجه به مشارکت دانش‌آموزان در یادگیری بهتر مباحث درسی و شاگرد پروری
۰/۰۰۱	۱۴۹	۴/۴۴	۱/۲۱	۳/۴۴	اهمیت و توجه به تلاش، برای ایجاد محیطی شاداب، بانشاط و دارا بودن روحیه شوخ طبعی و گشاده‌رویی.
۰/۰۰۱	۱۴۹	۹/۸۱	۱/۰۹	۳/۸۸	اهمیت و توجه به انجام ارزشیابی‌های مستمر از فرآیند یاددهی - یادگیری و ثبت نمرات آن‌ها، برای اطلاع مدرسه و اولیا، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع

۳- اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و ملاک‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع چگونه است؟ با توجه به این که سوالات پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ امتیازی، نمره دهی شده جهت اولویت بندی مؤلفه‌ها، در این بخش از آزمون فریدمن استفاده شده است. آزمون رتبه‌بندی فریدمن معادل آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه با اندازه‌های تکراری است.

الف) اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع
جهت تعیین رتبه بندی شاخص‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP استفاده شده است. نتایج در جدول (۴) درج شده است.

از آنجا که طیف مورد سنجش ۵ گزینه‌ای بوده است، میانگین نظری ۳ در نظر گرفته شده است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد میانگین برای همه ملاک‌ها بیشتر از ۳ به دست آمده است و سطح معناداری آماره آزمون برای تمامی ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام برابر با $\text{sig}=0.001$ می‌باشد و از سطح معنی‌داری آزمون که برابر با $0.05 < \alpha = 0.001$ (sig) است، لذا با توجه به نتایج حاصله با ضریب اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که از دیدگاه پاسخگویان، یعنی معلمان و دبیران مدارس طلوع تهران، ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام، مورد تایید نهایی قرار می‌گیرد.



جدول ۴. اولویت بندی مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع

ردیف	مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع	نماد	وزن	اولویت
۱	توجه به تلاش معلمان و دبیران برای ایجاد شوق و دل‌بستگی به دین و دانش، در دانش آموزان، در مدارس طلوع	a1	۰/۲۷۹	۱۰
۲	برخوردار بودن از انگیزه قوی، جدیت، پویایی و نشاط همراه با صبر و تحمل بالا	a2	۰/۲۳۰	۱۵
۳	روحیه انتقاد پذیری بالا در میان معلمان و دبیران مدارس طلوع	a3	۰/۳۰۲	۸
۴	ایجاد انگیزه در دانش آموزان از طریق فعال نمودن آنان در کلاس درس، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع	a4	۰/۳۶۶	۲
۵	اهمیت قائل شدن به رضایت‌مندی معلم از مدیر و همکاران در محیط کار، در کنار مؤلفه‌های اصلی ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع	a5	۰/۲۴۴	۱۴
۶	مسئولیت پذیر بودن معلمان و دبیران مدارس طلوع، در قبال آینده جامعه و دانش آموزان	a6	۰/۳۵۴	۳
۷	رعایت اصول سنجش، در انجام ارزشیابی ها و طراحی سؤالات امتحانی با توجه به اهداف دوره و پایه	a7	۰/۳۱۹	۷
۸	اهمیت دادن به مطالعه کتب و نشریات (مجلات رشد، فصلنامه تعلیم و تربیت) مختلف، در بین معلمان و دبیران مدارس طلوع	a8	۰/۲۶۹	۱۲
۹	توجه به پرورش مهارت‌های اجتماعی دانش آموزان، توسط معلمان و دبیران	a9	۰/۲۷۵	۱۱
۱۰	تشویق و ترغیب دانش آموزان به مطالعه کتاب های غیردرسی در رابطه با درس خود، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع	a10	۰/۳۴۲	۴
۱۱	تشویق دانش آموزان به ساخت وسایل کمک آموزشی توسط معلمان و دبیران	a11	۰/۳۲۵	۶
۱۲	تعیین تکالیف یا ارائه موضوعات تحقیقی، در حد توان دانش آموزان و کنترل و نظارت بر انجام آنها توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع	a12	۰/۳۸۷	۱
۱۳	استفاده از طرح درس و رعایت بودجه بندی کتاب در طول هفته، ماه و نیمسال توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع	a13	۰/۳۶۶	۲
۱۴	بیان انتظارات دبیران از دانش آموزان، به صورت واضح و صریح	a14	۰/۲۵۷	۱۳
۱۵	توجه کافی به استفاده بجا از انواع رسانه‌های آموزشی، وسایل کارگاهی، آزمایشگاهی و کتابخانه	a15	۰/۳۶۶	۲
۱۶	اختصاص حداکثر استفاده از وقت کلاس، برای فعالیت‌های درسی، تشکیل منظم کلاس، ورود و خروج به موقع توسط معلمان، دبیران و دانش‌آموزان مدارس طلوع	a16	۰/۳۴۰	۵
۱۷	اهمیت دادن به بیان مطالب پیش‌نیاز درس جدید (پیش‌سازمان دهنده ها)، برای فهم بهتر و پیوستگی مطالب (از ساده به دشوار)	a17	۰/۲۸۷	۹
۱۸	وجود احساس تعهد، مسئولیت، دلسوزی و احترام متقابل بین معلمان، دبیران و دانش‌آموزان در مدارس طلوع	a18	۹/۰۱	۱۶
۱۹	ایجاد تنوع و جذابیت در کلاس درس برای دانش‌آموزان، توسط معلمان و دبیران	a19	۸/۸۲	۱۷
۲۰	ایجاد انگیزه و رغبت برای مطالعه و تحقیق در بین دانش‌آموزان، توسط معلمان	a20	۸/۲۴	۱۸

ب) اولویت‌بندی ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران طلوع:

جهت تعیین رتبه بندی شاخص‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP استفاده شده است. نتایج در جدول (۵) درج شده است.

با توجه به نتایج رتبه‌بندی به روش سلسله مراتبی مشخص شد از بین مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع: تعیین تکالیف یا ارائه موضوعات تحقیقی، در حد توان دانش آموزان و کنترل و نظارت بر انجام آنها توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع در اولویت اول قرار دارند.

جدول ۵. اولویت‌بندی ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران در حین استخدام

اولویت	وزن	نماد	ملاک های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام
۶	۰/۲۱۲	c1	داشتن قدرت بیان، روش تدریس مناسب و توانایی انتقال مطالب درسی، جزء ملاک ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام
۸	۰/۱۹۵	c2	رعایت موازین دینی، اخلاقی، جایگاه شأن معلمی، آراستگی و پوشش، جزء ملاک ارزیابی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام
۴	۰/۲۳۸	c3	اهمیت مهارت کافی جهت استفاده از فناوری‌های جدید و هوشمند و وسایل کمک آموزشی متناسب با موضوع درس
۲	۰/۲۵۱	c4	اهمیت و توجه به خلاقیت و نوآوری در تدریس و ارائه مطالب جدید و فراتر از کتاب درسی
۷	۰/۲۱۰	c5	توانمندی بالا و اقتدار در اداره کلاس و رهبری آن
۱	۰/۲۸۷	c6	اهمیت و توجه به تفاوت های فردی دانش آموزان در هنگام تدریس
۳	۰/۲۴۲	c7	تأمل دربرگرفتن شیوه های صحیح تشویق و تنبیه
۹	۰/۱۸۲	c8	اهمیت و توجه به داشتن رابطه ای دوستانه با دانش آموزان و احترام قائل بودن برای هر یک از آنها
۲	۰/۲۵۱	c9	داشتن انگیزه، اعتماد به نفس، شوق و علاقه وافر به تدریس، در پیشبرد صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی
۱۰	۰/۱۷۳	c10	اهمیت و توجه به مشارکت دانش آموزان در یادگیری بهتر مباحث درسی و شاگرد پروری
۱۱	۰/۱۶۶	c11	اهمیت و توجه به تلاش، برای ایجاد محیطی شاداب، بانشاط و دارابودن روحیه شوخ طبعی و گشاده‌رویی.
۵	۰/۲۲۷	c12	اهمیت و توجه به انجام ارزشیابی‌های مستمر از فرآیند یاددهی-یادگیری و ثبت نمرات آنها، برای اطلاع مدرسه و اولیا، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع

۶- بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج رتبه‌بندی مشخص شد از بین مؤلفه‌های ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طلوع: تعیین تکالیف یا ارائه موضوعات تحقیقی، در حد توان دانش آموزان و کنترل و نظارت بر انجام آنها توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع (در اولویت اول)، ایجاد انگیزه در دانش آموزان از طریق فعال نمودن آنان در کلاس درس،

با توجه به نتایج رتبه‌بندی به روش سلسله مراتبی مشخص شد از بین ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام: اهمیت و توجه به تفاوت‌های فردی دانش آموزان در هنگام تدریس در اولویت اول قرار دارند.

توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع (در اولویت دوم)، استفاده از طرح درس و رعایت بودجه بندی کتاب در طول هفته، ماه و نیمسال توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع (در اولویت دوم)، توجه کافی به استفاده بجا از انواع رسانه‌های آموزشی، وسایل کارگاهی، آزمایشگاهی و کتابخانه (در اولویت دوم)، مسئولیت‌پذیر بودن معلمان و دبیران مدارس طلوع، در قبال آینده جامعه و دانش‌آموزان (در اولویت سوم)، تشویق و ترغیب دانش‌آموزان به مطالعه کتاب‌های غیردرسی در رابطه با درس خود، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع (در اولویت چهارم)، اختصاص حداکثر استفاده از وقت کلاس، برای فعالیت‌های درسی، تشکیل منظم کلاس، ورود و خروج به موقع توسط معلمان، دبیران و دانش‌آموزان مدارس طلوع (در اولویت پنجم)، ... قرار دارند. با توجه به مولفه‌های شناسایی شده می‌توان چنین نتیجه گرفت نظارت بر کارهای تحقیقی دانش‌آموزان به طور مستمر، استفاده بجا از انواع رسانه‌های آموزشی، وسایل کارگاهی، آزمایشگاهی و مسئولیت‌پذیری می‌تواند نگرش معلمان و دبیران را تغییر دهند، و این تغییر می‌تواند موجب ایجاد فضای دوستانه در محیط کار، داشتن صبر و بردباری برای هدایت دانش‌آموزان، پذیرش ایده‌ها، راه‌حل‌ها و پیشنهادها، نو در انجام امور مدرسه، ایجاد روحیه نوآوری، در هدایت و اجرای برنامه‌های مدرسه، ایجاد روحیه نوآوری، ایجاد فضای مناسب برای نقد علمی تغییرات ایجاد شده در سطح مراکز آموزشی، توانمندسازی معلمان برای پذیرش تغییر، رهبری مشارکتی، آمادگی و بسترسازی فرهنگی و توانمندسازی برای ارزیابی آموزشی و رفتاری شود. از این اعمال ارزیابی آموزشی و رفتاری بر اساس چنین مولفه‌هایی می‌تواند صلاحیت‌های لازم (دانش و آگاهی، مهارت و توانایی، تمایل و نگرش‌های مناسب) را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد و اقدامات معلمان را اثربخش‌تر نماید. از طرفی با توجه به نتایج رتبه‌بندی مشخص شد از بین ملاک‌های ارزیابی صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی معلمان و دبیران مدارس طلوع، در حین استخدام: اهمیت و توجه به تفاوت‌های فردی دانش‌آموزان در هنگام تدریس (در اولویت اول)، اهمیت و توجه به خلاقیت و نوآوری در تدریس و ارائه مطالب جدید و فراتر از کتاب

درسی (در اولویت دوم)، داشتن انگیزه، اعتماد به نفس، شوق و علاقه وافر به تدریس، در پیشبرد صلاحیت و توانمندی‌های حرفه‌ای و عمومی (در اولویت دوم)، تأمل دربرگیرنده‌ی شیوه‌های صحیح تشویق و تنبیه (در اولویت سوم)، اهمیت مهارت کافی جهت استفاده از فناوری‌های جدید و هوشمند و وسایل کمک آموزشی متناسب با موضوع درس (در اولویت چهارم)، اهمیت و توجه به انجام ارزشیابی‌های مستمر از فرآیند یاددهی-یادگیری و ثبت نمرات آن‌ها، برای اطلاع مدرسه و اولیا، توسط معلمان و دبیران مدارس طلوع (در اولویت پنجم)، ... قرار دارند. یک معلم باید نگاه مثبت را در خود و دیگران توسعه دهد. معلمی ایجاد فرصت‌های یادگیری است از این‌رو، تلاش برای ایجاد فرصت‌های فکری و عملی که می‌تواند منبسط از نگاه دموکراسی و دانش‌آموزمحوری معلم نیز باشد، برای معلم در کلاس جهانی ضروری است. هر دانش‌آموزی متفاوت با دانش‌آموز دیگری است و دنیای خاص خود را داشته و ابعاد و الزامات خود را دارد لذا ایجاد بستری همراه با تمرکز بر دانش‌آموز با توجه به تفاوت‌های فردی به عنوان ذینفع اصلی یادگیری از مهم‌ترین ابعاد نگرشی یک معلم تراز جهانی است. از طرفی معلمی صحنه ایجاد روش‌های جدید تفکر و اندیشیدن است و معلمی خواهد توانست که به شکلی مناسب‌تر انعطاف‌پذیری فکری دانش‌آموزان را توسعه دهد که خود نیز تفکری خلاق داشته و توان ایجاد الگوهای ذهنی متفاوت را دارا باشد. از این‌رو توانایی تفکر خلاق و نوآور از جمله ویژگی‌های معلمان در کلاس جهانی به شمار می‌رود. با توجه به مولفه‌های شناسایی شده می‌توان چنین نتیجه گرفت ارزیابی مؤلفه‌های آموزشی-رفتاری؛ آن بخشی که به آموختنی هستند، قابلیت ارتقاء دارد و بخشی دیگر که به شخصیت خود معلم وابسته است، معلمی یک اخلاق فاضله انسانی است از این‌رو ویژگی‌های اخلاقی از جمله مهم‌ترین ابعاد ویژگی‌های حرفه‌ای یک معلم است. مسئولیت‌پذیری، احترام و ادب، شخصیت معلمی، صداقت و درستی، جسارت در بیان، تعهد و عفت کلام و مانند این ویژگی‌ها سازنده ویژگی‌های اخلاقی معلم تراز جهانی است. معلم، در رفتار نیز معلم است از این‌رو سکنا رفتاری معلم نیز قدرت آموزندگی دارد و دانش‌آموزان از این رفتار نیز یاد می‌گیرند.



(۲۰۲۰)، لی (۲۰۱۹)، وو و چن (۲۰۱۴)، همخوانی دارد. پیشنهادهای کاربردی پژوهش:

پیشنهاد می‌شود یک الگو مناسب برای ارتقای عملکرد آموزشی و رفتاری معلمان و دبیران مبتنی بر رویکرد مدرسه محوری، برنامه‌محوری، مشارکت و خودارزیابی، در جهت تعیین اهداف و برنامه‌های عملیاتی مدرسه، شناسایی ظرفیت‌ها و توانایی‌های عوامل موثر در مدارس و دستیابی به نگرش مثبت تهیه و اجرایی شود.

- با توجه به مولفه‌های استخراج شده جهت ارزیابی آموزشی- رفتاری معلمان و دبیران مدارس طوع، تقویت فرهنگ کارگروهی و مشارکتی، خلاقیت و نوآوری، بهره‌گیری از پژوهش و تاکید بر اخلاق و ارتباطات انسانی در جهت بهبود عملکرد معلمان و تقویت صلاحیت حرفه‌ای آنان پیشنهاد می‌گردد.

- برگزاری کارگاه آموزشی روش‌های جدید تدریس به صورت مداوم برای آشنایی معلمان روش‌های مختلف تدریس، توجه به دانش، تجربه و نگرش مثبت معلمان به طرح درس و شرکت در همایش‌های مرتبط و منظم و برنامه‌ریزی شده به منظور افزایش مشارکت آنان در ارزیابی آموزشی- رفتاری نیز توصیه می‌شود.

از این‌رو، ویژگی‌های رفتاری از جمله صلاحیت‌های معلم تراز جهانی قلمداد می‌گردد. برخورد با هیجانات که نشان‌دهنده ویژگی‌های عاطفی معلم است از دیگر ابعاد مهم ویژگی‌های حرفه‌ای قلمداد می‌شود. مؤلفه‌های بُعد عملکرد اثربخش ترین مؤلفه‌ها را شامل می‌شوند که در میان آن، قدرت علمی معلم و فن بیان و ارائه مطلب و توان وی در طراحی آموزشی و مسائل مرتبط با برنامه‌ریزی، اجرا و ارزشیابی است که همه آنچه معلمی نامیده می‌شود را به صورت عملی به بروز و ظهور می‌رسانند. از آنجایی که ماحصل دانش معلم‌اند و نوک پیکان اثرگذاری آن می‌باشند، در اولویت اول دسته‌بندی می‌شوند. بعد از آن می‌توان به مؤلفه‌های رفتاری معلم اشاره داشت که می‌توانند دلسوزی و پیگیری و خستگی‌ناپذیر بودن معلم را موجب شوند. ابعاد دیگر به عنوان سنگ بنا و پایه محسوب می‌شوند. چه بسا دانش فراوانی را یک معلم کسب کرده باشد و یا نگرش بسیار مطلوبی را در وجود خود بپروراند اما هیچ‌گاه به مرحله بروز و ظهور نرسد، بنابراین اثربخش هم نباشد. نتیجه تحقیق با پژوهش گیپلا (۲۰۲۰) و چناری و همکاران (۱۳۹۹)، ماجدی و همکاران (۱۳۹۸)، رزی و همکاران (۱۳۹۷)، مظاهری و انصاری زاده (۱۳۹۷)، فرخ نژاد (۱۳۹۵)، عرفانی و همکاران (۱۳۹۵)، سبحانی‌نژاد و زمانی منش (۱۳۹۱)، استیسی، تالبوت، بوکانان و مایر

منابع

۱. تقی پور ظهیر، علی، امین‌فر، مرتضی، باقری، سیفعلی. (۱۳۸۸). بررسی و مقایسه اثربخشی معلمان جذب شده از آموزش عالی و مراکز تربیت معلم ابتدایی، تحقیقات مدیریت آموزشی، ۱(۲): ۳۷-۵۶.
۲. جوادی پور، محمد، محمدی، رضانعلی. (۱۳۸۸). ارزیابی عملکرد معلمان راهنما از دیدگاه مدیران و معلمان مدارس ابتدایی شهر تهران براساس مدل جان وایلز و جوزف باندی. فصلنامه مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام های آموزشی، ۲(۲): ۱۰۳-۱۲۷.
۳. چناری، زمرد، بهمنی، لیلا، برکت، غلام حسین. (۱۳۹۹). ارائه الگویی برای سنجش کیفیت آموزشی در مدارس ابتدایی: مورد مطالعه شهرستان اندیمشک. نشریه علمی
۴. حسین پور طولازدهی شهره، زین آبادی حسن رضا، علیمردانی اکرم، کرد فیروزجایی فهیمه. (۱۳۹۵). تأملی بر رفتارهای ضد تولیدی معلمان در تدریس: واکاوی نشانگان، ابعاد و ارزیابی وضع موجود در مدارس شهر تهران. فصلنامه علمی - پژوهشی تعلیم و تربیت، ۳۲ (۱): ۱۱۷-۱۴۴.
۵. رزی، جمال، امام جمعه، سید محمدرضا، احمدی، غلامعلی، صالح صدق پور، بهرام. (۱۳۹۷). شناسایی و اعتبار سنجی ویژگی‌های معلم اثربخش دوره ابتدایی. نظریه و عمل در برنامه درسی، ۶ (۱۲): ۹۳-۱۲۶.
۶. سبحانی‌نژاد، مهدی، زمانی‌منش، حامد. (۱۳۹۱). شناسایی ابعاد معلم اثربخش و اعتبار سنجی مولفه‌های آن

۱. تقی پور ظهیر، علی، امین‌فر، مرتضی، باقری، سیفعلی. (۱۳۸۸). بررسی و مقایسه اثربخشی معلمان جذب شده از آموزش عالی و مراکز تربیت معلم ابتدایی، تحقیقات مدیریت آموزشی، ۱(۲): ۳۷-۵۶.
۲. جوادی پور، محمد، محمدی، رضانعلی. (۱۳۸۸). ارزیابی عملکرد معلمان راهنما از دیدگاه مدیران و معلمان مدارس ابتدایی شهر تهران براساس مدل جان وایلز و جوزف باندی. فصلنامه مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام های آموزشی، ۲(۲): ۱۰۳-۱۲۷.
۳. چناری، زمرد، بهمنی، لیلا، برکت، غلام حسین. (۱۳۹۹). ارائه الگویی برای سنجش کیفیت آموزشی در مدارس ابتدایی: مورد مطالعه شهرستان اندیمشک. نشریه علمی



۱۶. مظاهری، حسن و انصاری زاده، فهیمه. (۱۳۹۷). ارزیابی صلاحیت‌های حرفه‌ای فارغ التحصیلان دانشگاه فرهنگیان استان قم. توسعه حرفه ای معلم، ۳(۳): ۹۱-۱۱۳.

۱۷. ماجدی، پری سیماسادات، نادری، عزت اله و سیف نراقی، مریم. (۱۳۹۸). صلاحیت‌های معلمی متناسب با ویژگی‌های جهانی و اعتبارسنجی آن از دیدگاه مدیران و معلمان نمونه مدارس. فصلنامه مدیریت مدرسه، ۷(۱)، ۸۴-۱۰۴.

۱۸. موسوی راد، سیده طاهره، روزبهانی، محبوبه و روه، ماهنوش. (۱۳۹۳). ارزیابی عملکرد معلمان تربیت بدنی با بازخورد ۳۶۰ درجه: مطالعه موردی معلمان شهرستان پارسیان. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۱(۳): ۶۱-۷۰.

۱۹. مظاهری، حسن و انصاری زاده، فهیمه. (۱۳۹۷). ارزیابی صلاحیت‌های حرفه‌ای فارغ التحصیلان دانشگاه فرهنگیان استان قم. توسعه حرفه ای معلم، ۳(۳): ۹۱-۱۱۳.

۲۰. وحدانی، محسن محرم زاده، مهرداد و سید عامری، حسن. (۱۳۹۱). ارتباط بین ابعاد شخصیت (مدل ۵ عاملی) و فرسودگی شغلی در معلمان مدارس استثنایی استان خراسان شمالی، فصلنامه تعلیم و تربیت، ۱۱۲(۱): ۱۴-۵.

۲۱. نظری شهرام، دیوکان بهزاد و کوثری پور، محسن. (۱۳۹۹). تبیین شاخص‌های ارزیابی عملکرد معلمان تربیت‌بدنی شهر تهران. فصلنامه علمی - پژوهشی تعلیم و تربیت، ۳۶(۱): ۱۰۷-۱۲۴.

22. Bejan, A. S., Damian, R. M., Leiber, T., Neuner, I., Niculita, L., & Vacareanu, R. (2018). Impact evaluation of institutional evaluation and programme accreditation at Technical University of Civil Engineering Bucharest (Romania). *European Journal of Higher Education*, 8(3), 319-336.

23. Buchanan, J., Harb, G., & Fitzgerald, T. (2020). Implementing a teaching performance assessment: An Australian case study. *Australian Journal of Teacher Education*, 45(5), 5.

24. Davis, S. L., Jaser, S. S., Ivankova, N. V., Lemley, T., & Rice, M. (2023). Using Mixed Methods Research in Children with

توسط دبیران دوره متوسطه شهر یاسوج. پژوهش در برنامه‌ریزی درسی، ۹(۳۲): ۶۸-۸۱.

۷. سیف، علی. (۱۳۹۱). *اندازه‌گیری، سنجش و ارزشیابی آموزشی*. ناشر: دوران، تهران.

۸. شعبانی، رسول، ناطقی، فائزه و فقیهی، علیرضا. (۱۳۹۷). ارزشیابی نظام آموزشی حوزه علمیه کاشان با استفاده از الگوی CIPP (مورد مطالعه: سطح یک حوزه علمیه کاشان). مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی، ۳(۴): ۶۷-۹۴.

۹. شعبانی، حسن. (۱۳۹۲). *مهارت‌های آموزشی*. تهران: انتشارات سمت.

۱۰. عبدالملکی، شوبو، نصیری بنی ولک، فخر السادات و افضل، افشین. (۱۳۹۹). ساخت و اعتباریابی مقیاس ارزیابی عملکرد تعالی مدارس. *مطالعات آموزشی و آموزشگاهی*، ۱۹(۱)، ۱۰۱-۱۲۲.

۱۱. عسکری متین سجاد و کیانی غلامرضا. (۱۳۹۷). الگوی معیار صلاحیت حرفه‌ای معلمی در تراز جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی - پژوهشی تعلیم و تربیت*، ۳۴(۲): ۳۰-۹.

۱۲. فرمهبینی فراهانی، محسن، کشاورز زاده، علی و نصیری، زهره. (۱۳۹۲). طراحی و اعتبارسنجی ملاک‌ها و شاخص‌های ارزیابی کیفیت دانش‌آموزان مدارس متوسطه (مطالعه موردی: مدارس استان کهگیلویه و بویراحمد). *دو فصلنامه مطالعات برنامه ریزی آموزشی*، ۳(۵): ۱۱۹-۱۳۱.

۱۳. فرخ نژاد، خدانظر و پیردادیان، معصومه. (۱۳۹۰). تضمین کیفیت از طریق ارزیابی کیفیت فرآیند تدریس - یادگیری در نظام دانشگاهی، همایش ارزیابی درونی کیفیت در نظام دانشگاهی.

۱۴. کشاورز لقمان، فرید فتحی اکبر، آزادی فاطمه. (۱۳۹۵). ارزیابی عملکرد معلمان تربیت‌بدنی با استفاده از بازخورد ۷۲۰ درجه. *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۴(۱۲): ۲۱-۹.

۱۵. کریمی، روح انگیز، نوه ابراهیم، عبدالرحیم، حسن پور، اکبر و موسی پور، نعمت‌الله. (۱۳۹۹). طراحی الگوی ارزیابی عملکرد اعضای هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان. *مطالعات آموزشی و آموزشگاهی*، ۹(۳): ۲۵۳-۲۸۴.




29. Stronge, J. H., & Tucker, P. D. (2020). *Handbook on teacher evaluation: Assessing and improving performance*. Routledge.
30. Suryani, N. (2020). The effect of teacher competence and motivation on performance through work satisfaction of teachers at Junior High School 7 Jakarta. *Global Journal of Engineering and Technology Advances*, 5(3), 129-140.
31. Stacey, M., Talbot, D., Buchanan, J., & Mayer, D. (2020). The development of an Australian teacher performance assessment: Lessons from the international literature. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 48(5), 508-519.
32. Wu, C., & Chen, R. (2014). A study on Key Performance Indicators (KPIs) for Basic Education in Taiwan. *Journal of Modern Education Review*, 4(8), 565-578.
- Type 1 Diabetes: a Methodological Review. *Current Diabetes Reports*, 1-17.
- Fi25. eld Jr, G. (2023). *Water Safety Education in Michigan: Teachers as Navigators Towards Water Safety for Children and Youth* (Doctoral dissertation, Michigan State University).
26. Gepila Jr, E. (2020). Assessing teachers using Philippine standards for teachers. *Universal Journal of Educational Research*, 8(3), 739-746.
27. Indira, E. W. M., Hermanto, A., & Pramono, S. E. (2020). Improvement of Teacher Competence in the Industrial Revolution Era 4.0. In *International Conference on Science and Education and Technology (ISET 2019)* (pp. 350-352). Atlantis Press.
28. Lee, E (2019). *Developing Teachers: Improving professional development for teachers*. Published by: the Sutton Trust.





Prioritizing the Components of Educational-Behavioral Evaluation of Teachers and Principals of Tollou Schools

* Leila Ghoraeian 

** Asghar Zamani 

* -PhD Student, Educational Management, Faculty of Educational Sciences, Islamic Azad University of Rudehen, Rudehen, Iran. leila.ghoraian@gmail.com

** Associate Professor, Department of Higher Education Management, Institute of Higher Education Research and Planning, Tehran, Iran. a.zamani@irphe.ir

Received: 12.03.2023

Accepted: 06.07.2024

Abstract

This research was conducted with the Purpose of prioritizing the components of educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools. Based on this, the current research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of implementation. The statistical population includes all teachers and principals of Tehran's Tollou schools (150 people) who were selected by the full number method. The research tool was a researcher-made questionnaire. In order to determine content validity from the point of view of university professors and education experts (teachers and principals of Tollou schools), the content validity ratio was approved. Cronbach's alpha coefficient for reliability was calculated and confirmed as 0.875. To analyze the obtained data, independent t-test and Friedman's test were used with SPSS24 software. According to the ranking results, it was determined that among the components of educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools, setting tasks or presenting research topics within the students' ability and controlling and supervising their performance by teachers and principals of Tollou schools are in the first priority and out of The criteria for evaluating the qualifications and professional and general abilities of teachers and principals of Tollou schools, during recruitment, the importance and attention to individual differences of students during teaching was identified as the most important evaluation criteria. It is suggested to prepare and implement a suitable model based on school-oriented, program-oriented, participation and self-evaluation approach.

Keywords: Education, Behavior, Teacher Evaluation, Educational-Behavioral Evaluation, Tollou School Teachers.

Corresponding Author: Leila Ghoraeian- Leila.ghoraian@gmail.com



Introduction

problem Statement: Knowing the social foundations of education is one of the basic competencies of the teaching profession. The meaning of this recognition is a collection of knowledge about society, culture, needs and social issues that directly or indirectly affect educational goals, principles and methods and give direction to the teacher's performance (Sha'bani, 2012). Evaluation has long been considered as one of the most important managerial tasks in the success of various organizations, it is obvious that evaluating the performance of employees is a very important and sensitive process that the officials of organizations, especially education, are facing (Mosavi-Rad et al., 2013). In the meantime, teachers' performance assessment, with incentives such as improving the level of education, improving recruitment and also improving professional knowledge, has always been considered by the officials of supervisory institutions as a path-breaking option (Asgari Metin and Kiyani, 2017). In order for the education to be effective, teachers must have knowledge and mastery of the necessary knowledge and skills to achieve the educational goals. The educational components of teachers are: moral and personality characteristics: this component indicates that teachers should consider a set of ethical and behavioral principles and issues in the teaching and learning process. These considerations have sub-components of humor and behavior; Self Confidence; The teacher's interest and passion for students and the practice of education; punctuality; the type of clothing and appearance of the teacher; respecting students; commitment and responsibility; observing justice among students; It was Sadr (Vahdani, Moharramzadeh and Seyed Ameri, 2011). One of these institutions that is working to achieve this type of education is the Tollou Cultural Institute, which was established in 1358 (at the primary level) with the aim of educating pious girls, born with Islamic ethics and responsible mothers for the future generation. This land was established by a number of benefactors, believers and a culture of friends with faith. Currently, 82 students are studying in the second preschool, 287 students in the elementary school, 150 students in the first secondary school, and 144 students in the second secondary school in the fields of humanities, mathematics and experimental sciences. Tollou's mission is to discover, nurture and guide the all-round talents of students in order to establish and follow the path of perfection and nearness to God. Therefore, prioritizing the components of educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools can guide the behavior, actions and thoughts of teachers and principals towards Islamic values and reflect the beliefs and priorities of schools from moral and behavioral aspects. Therefore, considering the importance of the educational system and the very high role of Tollou schools in Islamic education and the need for reform and transformation in this educational system to maintain the dynamism and growth of schools, it is necessary to measure the educational behavioral competencies and find out its strengths and weaknesses. And by planning, we will eliminate the weak points and improve the efficiency of the educational programs of these schools, because evaluation is a scientific, systematic and principled process that can guide, make decisions and the efficiency of different components by collecting information about the overall program and its performance. Analyze the training.

Purpose: Prioritizing The Components of Educational-Behavioral Evaluation of Teachers and Principals of Tollou Schools

Questions: 1) What are the components related to educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools?

2) What are the criteria for evaluating the qualifications and professional and general abilities of teachers and principals of Tollou schools during recruitment?

3) What is the prioritization of the components and criteria of educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools?

Background: Asgari et al (2017) conducted a research with the aim of the standard model of teacher's professional qualification. Based on the findings, the final structure of this model was created in 7 areas, 33 core areas and 158 competency indicators with the name "Teacher Professional Qualification Measurement Model in the Islamic Republic of Iran". The seven areas of this model are: 1. Planning and preparation for education; 2. planning and designing for learning; 3. Management of learning environment; 4. Effective training; 5. Organizational responsibility and professional development; 6. Social capital and cultural activity and 7. Spirituality, ethics and belief in God. Buchanan, Harb and Fitzgerald (2020) conducted a study on implementing a teaching performance assessment: a case study of Australian teachers and concluded that implementing a teaching performance assessment as a task is broadly beneficial to the profession and graduate teachers and It may strengthen professional links between schools and universities. Stacey, Talbot, Buchanan et al(2020) research with the aim of developing teacher performance evaluation found that planning and preparation, observations and evidence of teaching practice, the role of schools, the relationship between principals and teachers, the relationship with initial teacher education, fairness, Validity and reliability are examples of teacher evaluation components. Indira et al(2020) in a research entitled Improving teacher qualification showed that efforts to increase teacher qualification in the industrial revolution era by improving teacher recruitment systems, patterns of improving teacher competence from the bottom up, optimizing the continuous professional improvement program and curriculum studies It is done with the support of e-literacy. Lee (2019), in a research titled the evaluation of teachers' professional growth, concluded that effective teachers should be skilled in six dimensions of subject knowledge, teaching quality, classroom atmosphere, classroom management, teacher beliefs, and professional behaviors. Also, in this study, practical evidence and how these dimensions affect the learning rate of students are shown, and based on this, a theoretical framework for evaluating effective teachers is presented.

Methodology:

The current research is applied in terms of purpose, and descriptive-survey in terms of execution. The statistical population includes all teachers and principals of Tollou schools (150 people) in Tehran, who were selected by the full number method. The research tool was a researcher-made questionnaire. This questionnaire is designed based on theoretical foundations (library studies), that is, based on the opinions of researchers in previous researches in three parts of the educational-behavioral evaluation components of teachers and principals, the criteria for evaluating the competence and professional and general abilities of teachers and principals of Tollou schools during recruitment. In this research, in order to determine the validity, first the content validity was approved by the honorable teacher, then to further confirm the content validity, the judgment and opinion of experienced experts in this research, i.e. 10 teachers and principals of Tollou schools, were used, so that the opinions using The content validity ratio of Laushe or the content validity ratio index (CVR) was measured and confirmed. To confirm the reliability, Cronbach's alpha coefficient was used and 0.875 was calculated and confirmed. In the inferential statistics method, in order to analyze the obtained data, the T-Tech test - a sample with SPSS24 software was used to determine the ranking of indicators, using the AHP hierarchical analysis method with ExpertChoice software.



Findings:

Based on the validity and reliability results, out of 23 identified components, 20 components were approved and investigated for educational-behavioral evaluation of teachers and principals of Tollou schools. From the point of view of the respondents, i.e. the teachers and principals of Tollou schools in Tehran, the identified educational-behavioral assessment components are finally approved. Based on the validity and reliability results of the 12 identified criteria, 12 criteria are used to evaluate professional and general competence and capabilities. Teachers and principals of Tollou schools were approved and checked during recruitment. According to the hierarchical ranking results, among the educational-behavioral evaluation components of teachers and principals of Tollou schools, it was determined: setting tasks or presenting research topics, as far as the students are able, and controlling and monitoring their performance by teachers and principals of Tollou schools in According to the results of ranking in a hierarchical method, it was determined that among the criteria for evaluating the qualifications and professional and general abilities of teachers and principals of Tollou schools, during recruitment: the importance and attention to the individual differences of students during teaching is the first priority. The result of the research is consistent with the research of Gepila (2020), Stacey et al. (2020), Lee (2019), Wu and Chen (2014).

Conclusion:

According to the identified components, it can be concluded that the evaluation of educational-behavioral components; The part that can be learned can be improved, and the other part depends on the teacher's personality. Being a teacher is a human virtue, therefore moral characteristics are among the most important dimensions of a teacher's professional characteristics. Responsibility, respect and politeness, teacher's character, honesty and integrity, boldness in expression, commitment and chastity of speech and similar qualities are the moral characteristics of a world-class teacher. A suitable model is proposed to improve the educational and behavioral performance of teachers and principals based on a school-oriented approach, program-oriented, participation and self-evaluation, in order to determine the goals and operational plans of the school, to identify the capacities and abilities of effective factors in schools and to achieve a positive attitude of preparation and implementation.

References:

1. Askari Matin S., & Kayani G. (2017). The standard model of teacher professional qualification in the level of the Islamic Republic of Iran. *Education and training scientific-research quarterly*. 34 (2): 9-30.
2. Buchanan, J., Harb, G., & Fitzgerald, T. (2020). Implementing a teaching performance assessment: An Australian case study. *Australian Journal of Teacher Education*, 45(5), 5.
3. Gepila Jr, E. (2020). Assessing teachers using Philippine standards for teachers. *Universal Journal of Educational Research*, 8(3), 739-746.
4. Indira, E. W. M., Hermanto, A., & Pramono, S. E. (2020). Improvement of Teacher Competence in the Industrial Revolution Era 4.0. In *International Conference on Science and Education and Technology (ISET 2019)* (pp. 350-352). Atlantis Press.
5. Lee, E (2019). *Developing Teachers: Improving professional development for teachers*. Published by: the Sutton Trust.
6. Mousavi Rad, S.T., Rozbahani, M., Roh, M. (2013). Performance evaluation of physical education teachers with 360 degree feedback: a case study of Parsian teachers. *Scientific-Research Quarterly of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 1(3), 61-70.



7. Shabani, R., Natghi, F., Faqihi, A. (2017). Evaluation of the educational system of Kashan seminary using the CIPP model (case study: level one of Kashan seminary). *Practical issues of Islamic education and training*, 3 (4): 67-94.
8. Stacey, M., Talbot, D., Buchanan, J., & Mayer, D. (2020). The development of an Australian teacher performance assessment: Lessons from the international literature. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 48(5), 508-519.
9. Vahdani, M., Moharramzadeh, M., & Seyed Ameri, H. (2011). The relationship between personality dimensions (5-factor model) and job burnout in teachers of exceptional schools in North Khorasan province, *Education Quarterly*, 112, 5-14.
10. Wu, C., & Chen, R. (2014). A study on Key Performance Indicators (KPIs) for Basic Education in Taiwan. *Journal of Modern Education Review*, 4(8), 565-578.



اثر مدل شخصیتی هگزاگو بر رفتار شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب) با نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین

* حجت وحدتی ** محمد جلالی

* استاد تمام گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم آباد، لرستان، ایران.

vahdati.h@lu.ac.ir

** دانش آموخته دکتری تخصصی مدیریت دولتی - رفتار سازمانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم آباد، لرستان، ایران.

jalali.mo@fc.lu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۸

چکیده

پژوهش پیش رو با هدف تعیین میزان اثرات مدل شخصیتی هگزاگو بر رفتار شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب) با نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین انجام شد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی، روش اجرا توصیفی از شاخه پیمایشی و از نوع مقطعی است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارکنان کمیته امداد امام خمینی^(۶) استان کردستان به حجم ۴۰۱ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای بوده و تعداد ۳۱۰ نفر از کارکنان براساس نظر خبرگان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی محقق ساخته با اقتباس از پرسشنامه‌های استاندارد مرتبط، استفاده شد. پایایی مدل اندازه‌گیری با استفاده از بارهای عاملی، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ، همچنین روایی همگرا با معیار AVE و روایی واگرا با ماتریس فورنل و لارکر توسط نرم افزار پی.ال.اس بررسی و تأیید شدند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری توسط نرم افزار پی.ال.اس نشان داد که مدل شخصیتی هگزاگو هم به صورت مستقیم و هم از طریق متغیر میانجی نگرش شغلی پروتئین بر رفتار شهروندی سازمانی اثرگذار است، به طوری که ۵۶/۲ درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را به صورت مستقیم و ۲۶ درصد از تغییرات آن را به طور غیرمستقیم و از مسیر میانجی نگرش شغلی پروتئین تبیین می‌کند. همچنین، نتایج آزمون تحلیل واریانس با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس. نشان داد که بین میانگین نظرات پاسخ‌دهندگان محترم از لحاظ متغیرهای جنسیت، تجربه و سن تفاوت معنی‌دار وجود دارد. درخصوص سایر متغیرها تفاوتی مشاهده نشد.

واژه‌های کلیدی: مدل شخصیتی هگزاگو؛ رفتار شهروندی سازمانی؛ نگرش شغلی پروتئین؛ کمیته امداد امام خمینی^(۶)؛ کردستان.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

خاصی داشته باشند تا به نتیجه نهایی، یعنی ترویج کارهای خیرخواهانه با حداکثر اثربخشی دست یابند و این امر در طول چالش‌های فعلی و آتی که جهان امروزی با آن مواجه است ضروری اما چالش‌انگیز به نظر می‌رسد. بحث‌های اولیه با کارکنان سازمان‌های خیریه رسمی و دولتی (کمیته امداد امام خمینی(ره)، بهزیستی و ...) نشان می‌دهد که یکی از چالش‌های اصلی در امور خیرخواهانه، محدودیت وجود

در عصر امروزی که کارمندان می‌خواهند مسئول زندگی و شغل خویش باشند، بروز رفتارهای خودجوش و داوطلبانه نظیر رفتار شهروندی سازمانی تبدیل به یک چالش بزرگ برای سازمانها به ویژه سازمان‌های خیریه شده است. زیرا سازمان‌های خیریه به دلیل رسالت سازمانی متفاوت و نیز جامعه هدف منحصر به فرد و آسیب‌پذیر، به کارکنانی (به ویژه مددکارانی) نیاز دارند که رفتار داوطلبانه و تعاملی

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: محمد جلالی Jalali.mo@fc.lu.ac.ir



رفتارهای غیررسمی اختیاری توسط کارکنان سازمان است. توجه به این نکته حائز اهمیت است که رفتار کاری کارکنان تصادفی نیست، بلکه به طور نظاممند توسط شبکه‌ای پیچیده از متغیرهای پنهان که کارکنان و درک آنها از محیط کار را به تصویر می‌کشد، تعیین می‌شود (ترون^۱، ۲۰۱۱). از این رو مطالعه متغیرهای مؤثر بر رفتار کارکنان و مهمتر از آن مطالعه رفتارهای اختیاری برای بقای هر سازمانی، به ویژه سازمانی که به طور مداوم با امورات خیرخواهانه در ارتباط است ضروری و غیرقابل انکار است، بنابراین، سازمان‌های خیریه باید فرهنگ رفتار شهروندی سازمانی را تشویق کنند، که در آن انجام داوطلبانه نقش‌های شغلی غیررسمی یک هنجار در نظر گرفته شود (برینک^۲، ۲۰۱۴).

رفتار شهروندی سازمانی با نتایج مطلوب بسیاری هم برای کارکنان و هم برای سازمان‌ها همراه است. به عنوان مثال، رفتار شهروندی سازمانی با افزایش عملکرد مرتبط است (پلتزر^۳ و همکاران، ۲۰۲۱). در مقایسه با عملکرد وظیفه‌ای، رفتار شهروندی سازمانی اختیاری و خودجوش است. بنابراین، رفتار شهروندی سازمانی به جای تفاوت‌های فردی معمولی (مرتبط با عملکرد وظیفه مانند توانایی شناختی و دانش شغلی)، بیشتر با ویژگی‌های شخصیتی پیش‌بینی می‌شود، به طوری که روابط بین شش بعد مدل شخصیتی هگزاگو با رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید پژوهشگران می‌باشد (زیتلر^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال، مطالعات بسیار اندکی وجود دارد که به تأثیر شخصیت بر رفتار شهروندی سازمانی پرداخته باشند و حتی در صورت وجود به جای مدل هگزاگو بر مدل شخصیتی پنج عاملی تمرکز کرده‌اند (لوگویار^۵، ۲۰۲۲). از سوی دیگر بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین نگرش شغلی و تعهد سازمانی وجود دارد، و نیز رفتار شهروندی سازمانی نتیجه تعهد سازمانی است، بنابراین به طور منطقی می‌توان فرض کرد که نگرش شغلی پروتئین بر رفتار شهروندی

سازمانی اثر دارد (جوشی^۶، ۲۰۲۲). نحوه سوق دادن نیروی کار امروزی با نگرش حرفه‌ای پروتئین برای بروز رفتار شهروندی سازمانی تبدیل به چالشی مهم برای سازمان‌های مدرن شده است. نگرش پروتئینی به شغلی اشاره دارد که توسط شخص هدایت می‌شود، نه سازمان. علی‌رغم موفقیت دیدگاه‌های شغلی پروتئین در دنیای آکادمیک، مطالعات تجربی اندکی برای حمایت از گزاره‌های نظری پیرامون آن‌ها وجود دارد (سگرس^۷ و همکاران، ۲۰۰۸). با این حال، در زمینه عوامل گرایشی یا رفتاری مانند شخصیت فردی یا ارزش‌های مرتبط با کار مؤثر بر رویکرد جدید در نگرش‌های شغلی، باید مطالعات تجربی بیشتری انجام شود. همچنین، مدل شخصیتی هگزاگو و نگرش شغلی پروتئین بیشتر در ایالات متحده یا اروپای غربی آزمایش شده است (بریسکو و هال^۸، ۲۰۰۶). بنابراین، به نظر می‌رسد که این مدل‌ها بایستی به صورت تجربی در سایر فرهنگ‌ها نیز از جمله فرهنگ شرقی مورد بررسی و آزمایش قرار گیرند. جامعه هدف مورد بررسی این پژوهش نیز به عنوان یک سازمان خیریه رسمی که در فرهنگ شرقی شکل گرفته است از این قاعده مستثنی نیست. از سوی دیگر با توجه به مصاحبه‌های اولیه با کارشناسان این دست سازمان‌ها به نظر می‌رسد سطح کلی رفتارهای خودجوش و داوطلبانه (رفتار شهروندی سازمانی) در سازمان‌های خیریه رسمی و دولتی نسبت به موسسات خیریه مردمی (NGO) پایین‌تر است. لذا نیاز است تا عوامل مرتبط بر این رفتارها مورد بررسی بیشتری قرار گیرد تا بتوان با تغییر در این عوامل سطح رفتار شهروندی سازمانی را افزایش داد. بررسی ادبیات پژوهشی موجود نشان داد که مدل شخصیتی هگزاگو و نگرش شغلی پروتئین دو عامل اثرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی می‌باشند با این وجود در مطالعات پیشین سازه‌های مدل شخصیتی هگزاگو، رفتار شهروندی سازمانی و نگرش شغلی پروتئین به طور مجزا یا دو به دو بررسی شده‌اند، ولی تعامل سه‌گانه و همزمان آنها برای وابستگی متقابل و میانجی‌گری مورد توجه قرار نگرفته است. همچنین از آنجایی که

1. Theron
2. Brink
3. Pletzer
4. Zettler
5. Luguayre

6. Joshi
7. Segers
8. Briscoe & Hall



توافق‌پذیری^۷، وظیفه‌شناسی^۸ و گشودگی به تجربه^۹ (اشتون و لی^{۱۰}، ۲۰۲۰). سه بعد برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و گشودگی به تجربه تقریباً مشابه مدل پنج‌عاملی هستند، اما تفاوت اصلی مدل هگزاکو با مدل پنج‌عاملی شخصیت در این است که بعد صداقت-فروتنی، که تمایل یک فرد را به اصیل و منصف بودن در کنش‌های متقابل بین فردی توصیف می‌کند، توسط مدل پنج‌عاملی قابل تبیین نیست، از دیدگاه نظری، شش عامل شخصیتی مدل هگزاکو در دو گروه مفهومی گسترده یعنی تفاوت‌های فردی در مشارکت و تفاوت‌های فردی در گرایش‌های نوع‌دوستانه فردی دسته‌بندی می‌شوند. همچنین، تفاوت‌های فردی در مشارکت شامل سه حوزه است: اجتماعی/گروهی، مرتبط با کار، و مرتبط با ایده، که به ترتیب با ویژگی‌های برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی، و گشودگی به تجربه احاطه شده‌اند. تفاوت‌های فردی در گرایش‌های نوع‌دوستانه نیز شامل صداقت-فروتنی، عاطفه‌گرایی و توافق‌پذیری می‌باشد. در واقع دسته دوم تفاوت‌های فردی که مربوط به گرایش‌های نوع‌دوستانه فردی می‌شود، مدل هگزاکو را از مدل پنج‌عاملی متمایز می‌کند (هورستمن و زیگلر^{۱۱}، ۲۰۲۰).

رفتار شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب)

رفتار سازمانی یک رشته تحصیلی با تمرکز بر درک، توانایی توضیح و بهینه‌سازی رفتار و نگرش فرد در یک سازمان است (کلکویت^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۹). با این حال، رفتار شهروندی سازمانی، رفتارهای فراتر از وظایف کاری فرد در سازمان است و بالاتر از تعهدات سازمانی آنها بوده و غیر مرتبط با پاداش رسمی سازمانی می‌باشد. رفتار شهروندی سازمانی^{۱۳} با وجود اینکه به عنوان یک سازه چندبعدی (یک فرهنگ/مینه) طراحی شده است، با این حال، در مورد تعریف و ابعاد آن اجماع نظر وجود دارد. ارگان^{۱۴} (۱۹۸۸) که رفتار شهروندی سازمانی را به عنوان «سندرم سرباز

معیارهای ما در این پژوهش تا حدی با معیارهایی که در مطالعات قبلی استفاده شده است همپوشانی دارند، می‌توان بررسی کرد که آیا یافته‌های قبلی در نمونه‌ای متفاوت تکرار می‌شوند یا خیر. لذا هدف این پژوهش ارائه یک نمای کلی از روابط مدل شخصیتی هگزاکو و ابعاد آن با رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین است و نویسندگان پژوهش در تلاش هستند تا شکاف پژوهشی موجود را پر کنند، به غنای ادبیات موجود بیفزایند و نیز به این سوال کلیدی پاسخ دهند که چگونه می‌توان با تاثیر بر شخصیت و نگرش شغلی کارکنان، سطح رفتار شهروندی سازمانی را در کمیته امداد امام خمینی^(۱۵) و سازمان‌های مشابه افزایش داد.

۲- مبانی نظری و پیشینه

مدل شخصیتی هگزاکو

شخصیت مجموعه‌ای از تمایلات، ویژگی‌ها و مکانیسم‌های نسبتاً پایدار در افراد را توصیف می‌کند که افکار، احساسات و اعمال فرد را تعیین می‌کنند (لارسن و باس^۱، ۲۰۰۵). برخی صاحب‌نظران معتقدند که تفاوت‌های شخصیتی با زبانی که ما صحبت می‌کنیم رمزگذاری می‌شود. در میان چارچوب‌های نظری متنوعی که شخصیت را در ابعاد اصلی توصیف می‌کنند، معروف‌ترین آن‌ها مدل پنج‌عاملی است. این مدل بیان می‌کند که شخصیت را می‌توان با استفاده از پنج بعد توصیف کرد: گشودگی، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی، توافق‌پذیری و روان‌رنجوری (در مقابل ثبات عاطفی). با این حال، نتایج پژوهش‌ها شواهدی برای شش - به جای پنج - بعد اصلی شخصیت ارائه کرده‌اند که به مدل شش بعد یا مدل هگزاکو^۲ معروف است. همچنین شواهد نشان می‌دهد که مدل شخصیتی هگزاکو توصیف دقیق‌تری از شخصیت ارائه می‌دهد (بریوارت و پلتزر^۳، ۲۰۲۳). شش بعد مدل هگزاکو که با هم به صورت مخفف کلمه HEXACO را تشکیل می‌دهند عبارتند از صداقت-فروتنی^۴، عاطفه^۵، برون‌گرایی^۶،

7. Agreeableness

8. Conscientiousness

9. Openness

10. Ashton & Lee

11. Horstmann & Ziegler

12. Colquitt

13. Organization Citizenship Behavior (OCB)

14. Organ

1. Larsen & Buss

2. HEXACO

3. Breevaart & Pletzer

4. Honesty-Humility

5. Emotionality

6. Extraversion

رفتارهایی است که هدف آنها جلوگیری از بروز مشکلات با دیگران است (فاریا^۸، ۲۰۲۲).

نگرش شغلی پروتئین

نگرش شغلی پروتئین، به تمایل افراد برای مدیریت رفتار شغلی خود به طور مستقل و هدایت توسعه شغلی خود بر اساس ارزش‌های فردی و نه ارزش‌های سازمانی اشاره دارد (چن و جیانگ^۹، ۲۰۲۳). امروزه این نگرش شغلی، جذاب‌ترین و سازگارترین نگرش شغلی در سازمان‌ها است (خان^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳). مسیر شغلی پروتئین به عنوان «تغییر مکرر و خود اختراع، خودمختاری و خود هدایتی ناشی از نیازهای شخص به جای سازمان» تعریف می‌شود. نگرش شغلی پروتئین نه تنها بر تغییر شکل افراد، بلکه بر انطباق با سازمان‌های مختلف یا هویت‌های شغلی جدید نیز تاکید دارد. برای بقا در چارچوب سازمان‌های مدرن که تمایل به داشتن سطوح بالایی از رفتارهای پروتئینی دارند، افراد بایستی در مواجهه با کوچک‌سازی، تجدید ساختار، ادغام و ... تغییر و سازگاری سریع با شرایط جدید را بیاموزند. (نیلاواتی^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۳). پژوهشگران این حوزه از جمله هال^{۱۲} (۱۹۷۶) معتقدند که مسئولیت پیشرفت شغلی بر عهده کارمند است نه کارفرما، موفقیت شغلی که به طور سنتی با افزایش حقوق و ارتقای موقعیت مشخص می‌شود، به طور فزاینده‌ای با موفقیت روانی تعریف می‌شود که با احساس افتخار و غرور مشخص می‌شود. بر این اساس، افراد با نگرش شغلی پروتئینی دارای دو ویژگی متمایز هستند. از یک طرف، افراد، مسئول پیشرفت شغلی خود هستند و مدیریت کاملی در انتخاب شغل و ابتکار در اکتشاف شغلی دارند که می‌تواند با زمان و روند تغییر کند. از سوی دیگر، ارزش‌های فرد معیار مهمی برای قضاوت در مورد موفقیت شغلی است. به این ترتیب، عوامل درونی مانند ابتکار و احساس موفقیت به جای عوامل بیرونی مانند پول، عنوان و رتبه، مسیر پیشرفت شغلی را هدایت می‌کنند (چن

خوب^۱» توضیح می‌دهد سنتی‌ترین تعریف از رفتار شهروندی سازمانی را ارائه کرده است، که بیان می‌کند، رفتارهای فردی خودجوشی هستند که به طور مستقیم یا صریح توسط سیستم رسمی پاداش سازمان شناسایی نمی‌شوند و در مجموع باعث ارتقاء عملکرد موثر سازمان می‌شوند (کریف^۲، ۲۰۲۰). به عبارت دیگر، رفتار شهروندی سازمانی خارج از حوزه رفتار رسمی است، تا جایی که به طور صریح در ارزیابی عملکرد سازمان مورد سنجش قرار نمی‌گیرد، اما کارایی سازمانی و تعامل بین فردی را تسهیل می‌کند و احتمال کمی دارد که منجر به پاداش از جانب سیستم رسمی سازمان شود. این بدان معناست که «رفتار شهروندی سازمانی ممکن است بر اهداف سازمانی تأثیر بگذارد در حالی که به طور مستقیم به عملکردهای اصلی کارکنان مربوط نمی‌شود، زیرا آنها زمینه‌های سازمانی، اجتماعی و روانی را شکل می‌دهند که به عنوان کاتالیزور حیاتی برای فعالیت‌ها و فرآیندهای وظیفه‌ای عمل می‌کنند». بررسی پژوهش‌ها نشان می‌دهد رفتار شهروندی سازمانی دارای پنج بعد است که عبارتند از: ۱) اخلاق ورزشی^۳ (جوانمردی): توانایی کارمند برای سازگاری با سختی‌ها و ناسازگاری محیط کار بدون اعتراض یا شکایت شفاهی و رسمی تعریف می‌شود. کارکنان بدون شکایت و اعتراض می‌توانند سختی‌های محیط کار را تحمل کنند؛ ۲) وظیفه‌شناسی^۴ (وجدان کاری / انطباق عمومی): اجرای فعالیت‌ها به منظور فراتر رفتن از حداقل الزامات مورد انتظار است؛ ۳) فضیلت مدنی^۵ (آداب اجتماعی): مشارکت مسئولانه در زندگی سیاسی سازمان است؛ ۴) نوع دوستی^۶: کمک به افرادی که دارای مشکلات یا وظایف خاص و مرتبط با سازمان هستند و یا کمک به افرادی که بار کاری سنگینی دارند، کمک به افرادی که غایب هستند؛ ۵) ادب^۷ (نزاکت):

1. good soldier syndrome
2. Chraif
3. Sportsmanship
4. Conscientiousness
5. Civic virtue
6. Altruism
7. Courtesy

8. Faria

9. Chen & Jiang

10. Khan

11. Nilawati

12. Hall



و جیانگ، ۲۰۲۳). در یک مطالعه بریسکو و هال (۲۰۰۶) نگرش شغلی پروتئینی را به ابعاد خودگرا (خودراهبر) و ارزش محور تقسیم کردند و مقیاس نگرش شغلی پروتئینی را توسعه دادند که به طور گسترده در مطالعات تجربی مورد استفاده قرار گرفته است. بعد خودگرایی، سازگاری فرد با مدیریت شغلی خویش را توصیف می‌کند، مانند «انتخاب آزادانه مسیر شغلی یکی از مهم‌ترین ارزش‌های من است» و بعد ارزش محور، درجه ارزش‌های درونی فردی و معیار آن‌ها برای اندازه‌گیری اهداف شغلی مشخص را توصیف می‌کند، مانند «آنچه که بیشتر برای من اهمیت دارد، درک خودم از موفقیت شغلی است، نه درک دیگران». در چنین شرایطی، فرد خواسته‌های شغلی خود را به طور مداوم شناسایی می‌کند و آن فرد (نه کارفرما) مسئول پیشرفت شغلی خود است. افراد خودراهبر در برخورد با مسیرهای شغلی فعال هستند و مهارت‌های خویش را ارتقا می‌دهند که در اشتغال پذیر شدن آنها تاثیر بسزایی دارد، بنابراین، نگرش حرفه‌ای پروتئین فعالیت‌های فردی در زمینه شغلی را منعکس می‌کند (کومار^۱، ۲۰۲۳).

۳- پیشینه پژوهش

جدول ۱ نتایج حاصل از مطالعات انجام شده را پیرامون سازه‌های مدل شخصیتی هگزاکو، رفتار شهروندی سازمانی و نگرش شغلی پروتئین به اختصار نشان می‌دهد.

جدول ۱. نمونه‌هایی از پژوهش‌های مرتبط (خلاً تئوریک)

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	نتایج مطالعه
			نتایج نشان داد که پیروان زمانی بیشتر درگیر کار خود می‌شوند که رهبر آنها از نظر عاطفی امتیاز بیشتری کسب کند. همچنین یافته‌ها بیان می‌کند که تعامل ویژگی‌های شخصیتی رهبران و پیروان برای افزایش عملکرد کاری پیروان، باید مورد توجه جدی سازمان‌ها قرار گیرد.
	مدل شخصیتی هگزاکو و مشارکت کاری بین رهبر و پیروان	مدل شخصیتی هگزاکو و مشارکت کاری بین رهبر و پیروان	

1. Kumar

نتایج نشان داد تمامی ابعاد مدل شخصیتی پنج عاملی با بهزیستی عاطفی ارتباط معناداری دارد و روان رنجوری قوی‌ترین پیش‌بینی کننده (منفی) آن است. همچنین ابعاد عاطفه، برون گرایی و وظیفه شناسی در مدل شخصیتی هگزاکو ارتباط معناداری با بهزیستی عاطفی دارند و برون گرایی قوی‌ترین پیش‌بینی کننده آن است.	مقایسه مدل‌های شخصیتی پنج عاملی و هگزاکو در پیش‌بینی بهزیستی عاطفی	پیلچ ^۲ (۲۰۲۳)
--	--	--------------------------

نتایج نشان داد که توافق پذیری در مدل هگزاکو، شامل جنبه‌های مرتبط با احساسات نمی‌شود و بیشتر جنبه‌های مربوط به خشم را دربر می‌گیرد. در عوض بعد عاطفی شامل جنبه‌های مربوط به پیوندهای عاطفی و احساساتی است. صداقت- فروتنی و توافق پذیری نشان دهنده دو شکل از تمایلات متقابل- نوع دوستانه است. صداقت- فروتنی تمایل به رفتار منصفانه با دیگران حتی زمانی که فرد می‌تواند با موفقیت از آنها استفاده کند مربوط می‌شود و توافق پذیری، تمایل به صبور بودن با دیگران حتی زمانی که رفتار ناعادلانه را به همراه دارد، مرتبط است.	مدل شخصیتی هگزاکو و ویژگی‌های آن	رومانو ^۳ و همکاران (۲۰۲۳)
---	----------------------------------	--------------------------------------

نتایج نشان داد که تمامی ابعاد مدل شخصیتی هگزاکو به جز عاطفه، به طور قابل توجهی رفتار شهروندی سازمانی را پیش‌بینی می‌کنند و برون گرایی قوی‌ترین همبستگی را با آن دارد و پس از آن وظیفه‌شناسی، توافق پذیری، صداقت- فروتنی، و گشودگی به تجربه قرار دارد.	مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی	پلتزر و همکاران (۲۰۲۲)
---	---	------------------------

2. Pilch
3. Romano



بنابراین مدیریت شغلی سازمانی هنگام برخورد با مشاغل حرفه‌ای ضروری است. همچنین کارکنان برای مقابله با شرایط غیرقابل پیش‌بینی که منجر به تغییر و تعدیل نیرو در سازمان می‌شود (مانند اپیدمی کووید-۱۹)، باید نگرش حرفه‌ای پروتئین داشته باشند تا بتوانند در دراز مدت شکست‌ناپذیر باقی بمانند.	پروتئین و تعهد سازمانی با نقش تعدیل کننده مدیریت شغلی سازمانی)		نتایج نشان داد که جنسیت و سن با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط دارند. همچنین از بین ویژگی‌های شخصی مدلی پنج عاملی شخصیت، توافق‌پذیری، وظیفه‌شناسی و ثبات عاطفی ارتباط معناداری با رفتار شهروندی سازمانی دارند.	آیا شخصیت احتمال بروز رفتار شهروندی سازمانی را پیش‌بینی می‌کند؟	لوگویار و همکاران (۲۰۲۲)
نتایج نشان داد که نگرش شغلی پروتئین تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دارد. همچنین کارکنان دارای سابقه پنج تا ده سال بیشترین رفتار شهروندی سازمانی و نگرش شغلی پروتئین را داشتند و نیز درک آنها از مدیریت شغلی سازمانی در مقایسه با هم‌تابان خود بیشتر بود. همچنین مشخص شد که با افزایش تجربه کارکنان، ویژگی نزاکت و وظیفه‌شناسی آنها افزایش می‌یابد.	تأثیر نگرش شغلی پروتئین بر رفتار شهروندی سازمانی	جوشی (۲۰۲۲)	نتایج نشان داد که سرمایه روانشناختی رابطه مثبتی با مشارکت کارکنان، انتقال آموزش و رفتار شهروندی سازمانی دارد. همچنین مشخص شد که مشارکت کارکنان و انتقال آموزش تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارند. علاوه بر این، انتقال آموزش به عنوان متغیر میانجی برای ارتباط بین سرمایه روانشناختی و رفتار شهروندی سازمانی مشخص شد.	سرمایه روانشناختی و مشارکت کارکنان به عنوان پیش‌بینی‌کننده رفتار شهروندی سازمانی	تینگ ^۱ و همکاران (۲۰۲۳)
نتایج مطالعه نشان داد که مسیر شغلی پروتئین تأثیر معناداری بر تاب‌آوری شغلی و رضایت شغلی دارد. همچنین به مدیران توصیه می‌کند که در فرایند استخدام نیرو، هوش هیجانی را مدنظر قرار دهند و نیز توانایی کارکنان را برای خودارزیابی بهبود بخشند تا کارکنان بتوانند در مسیر شغلی خویش موفق ظاهر شوند.	تأثیر مسیر شغلی پروتئین بر تاب‌آوری (انعطاف‌پذیری) شغلی و رضایت شغلی	سوناریو ^۳ و همکاران (۲۰۲۳)	نتایج نشان داد که جهت‌گیری شغلی پروتئین به طور معنی‌داری با خوش‌بینی شغلی و جستجوی شغل رابطه دارد. همچنین خوش‌بینی شغلی به طور معنی‌داری با جستجوی شغل ارتباط دارد. تأثیر غیرمستقیم جهت‌گیری شغلی پروتئین بر کارایی از طریق خوش‌بینی شغلی تأیید شد. جهت‌گیری شغلی و روابط مربیگری نیز به طور معنی‌داری با خوش‌بینی شغلی ارتباط دارد.	جهت‌گیری شغلی پروتئین و جستجوی شغل (کاریابی): بررسی نقش واسطه‌ای خوش‌بینی شغلی در روابط مربیگری	گونگ ^۲ و همکاران (۲۰۲۳)
			نتایج نشان داد که مدیریت نگرش‌های شغلی پروانه‌ای: توجهی رابطه بین نگرش شغلی پروتئین و تعهد سازمانی عاطفی را تعدیل می‌کند.	مدیریت نگرش‌های شغلی پروانه‌ای: (رابطه بین نگرش شغلی	خان و همکاران (۲۰۲۳)

1. Ting
2. Gong

3. Sunaryo



۴- توسعه فرضیه‌ها و مدل مفهومی

ویژگی‌های شخصیتی پیش‌بینی‌کننده‌های قابل توجهی برای رفتار شهروندی سازمانی هستند که منجر به افزایش رضایت مشتری در سازمان می‌شوند. نتایج مطالعات نشان می‌دهد مدیرانی که دارای ویژگی‌های شخصیتی فعال مانند گشودگی به تجربه، وظیفه‌شناسی و توافق‌پذیری هستند، به احتمال زیاد در رفتارهای حمایتی که در جهت رسالت سازمان است، مانند حمایت از همکاران یا اولویت دادن به خدمات مشتری، بهتر عمل می‌کنند. در مقابل، ویژگی شخصیتی مانند روان رنجوری تأثیر کمتری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد و حتی این تأثیر به صورت معکوس است. در حالی که سایر ویژگی‌های شخصیتی موافق، منجر به افزایش سطح رفتار شهروندی سازمانی می‌شود و بنابراین، کارایی و اثربخشی سازمانی افزایش می‌یابد، یکی دیگر از پیامدهای ویژگی‌های شخصیتی، این است که احتمال تعامل مثبت در میان همکاران را افزایش می‌دهد. همچنین ترکیبی از ویژگی‌های شخصیتی موافق و رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند یک محیط کاری مثبت و حمایتی برای کارکنان فراهم کند (کالارگیرو^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). در همین راستا یافته‌های مطالعه دیگری که توسط کریف (۲۰۲۰) انجام شد نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی، رفتار کارکنان را در محل کار پیش‌بینی می‌کند. اما بیان می‌کند با توجه به اینکه گروه انتخاب شده کوچک بوده است، لذا پیشنهاد می‌کند که مطالعات بیشتری بر روی تأثیر شخصیت هگزاکو بر رفتار شهروندی سازمانی توسط پژوهشگران انجام شود. نتایج پژوهش دیگری نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، توافق‌پذیری، گشودگی به تجربه و وظیفه‌شناسی و نیز سه بعد انگیزه کاری شامل انگیزه ساختار کار، انگیزه تعهد و انگیزه هدف‌گذاری دارای تأثیر معنادار بر رفتار شهروندی سازمانی می‌باشند (فاریا، ۲۰۲۲). مطالعه دیگری بیان می‌کند که شخصیت نقش مهمی در توضیح رفتار مشتریان به ویژه رفتار خرید اجباری ایفا می‌کند، اما هنوز خلاء زیادی پیرامون تشخیص مکانیسم‌های واسطه‌ای نظری زیربنای این تأثیرات یا میزان تفاوت این روابط در گروه‌های

جمعیتی مختلف وجود دارد. در واقع، نقش ویژگی‌های شخصیتی همچنان در انتظار بررسی و شفاف‌سازی عمیق است (تارکا^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). یافته‌های یک پژوهش دیگر که به بررسی رابطه بین ژن‌ها، شخصیت و رفتار سیاسی پرداخته است نشان می‌دهد به طور کلی، ژن‌ها سهم نسبتاً زیادی از همبستگی بین دو ویژگی شخصیتی گشودگی به تجربه و برون‌گرایی را در رفتار سازمانی و سیاسی شکل می‌دهند. بنابراین، رفتارهای سازمانی و سیاسی را نتیجه ویژگی‌های شخصیتی متأثر از ژن‌ها می‌داند (واینسکن^۳ و همکاران، ۲۰۲۳). در یک مطالعه که پیرامون پنج بعد ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهای افراد در حین رانندگی انجام شد نتایج نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهای افراد در حین رانندگی رابطه معنی‌دار برقرار است به طوری که رفتارهای مثبت و ایمن با ویژگی‌های شخصیتی وظیفه‌شناسی، توافق‌پذیری و گشودگی به تجربه، ارتباط مستقیم و با ویژگی روان رنجوری رابطه معکوس دارد. علاوه بر این، ارتباط بین پنج ویژگی شخصیتی و رفتارهای رانندگی را می‌توان با سن، جنسیت و نوع معیار شخصیت تعدیل کرد (لو^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). مطالعه دیگری نشان داد که ابعاد شخصیتی صداقت-فروتنی، عاطفی بودن، و توافق‌پذیری از مدل هگزاکو بر رفتار فردی و سازمانی اثر دارد. و مهم‌تر از آن ویژگی‌های شخصیتی مثبت موجب کاهش رفتار انحرافی کارکنان در سازمان می‌شود (اوبالاده^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). بنابراین با توجه به بررسی مطالعات پیشین می‌توان فرضیه فرعی اول پژوهش را به شرح زیر مطرح کرد:

فرضیه فرعی ۱ (H1): مدل شخصیتی هگزاکو تأثیر معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.

نتایج مطالعات نشان می‌دهد که ارتباط قابل توجهی بین حوزه‌های شخصیتی با نگرش و رفتار به ویژه رفتارهای محیطی وجود دارد (ساوتر^۶ و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین پژوهش دیگری بیان می‌کند که شخصیت به طور

2. Tarka
3. Weinschenk
4. Luo
5. Obalade
6. Lochab & Nath

1. Kalargyrou



کاری از جمله انگیزه مرتبط با کار، هویت سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی دارای رابطه معنادار می‌باشد و ویژگی شخصیتی ماکیاولیسم بیشتر از سایر ویژگی‌ها بر نگرش شغلی افراد اثرگذار است (سابو^۷، ۲۰۲۳). یافته‌های حاصل از پژوهش دیگری که پیرامون تاثیر عوامل روانشناختی (ویژگی‌های شخصیتی، بی‌اعتمادی و اعتماد عمومی) بر نگرش افراد نسبت به هوش مصنوعی انجام شد، نشان داد که ویژگی شخصیتی درونگرایی به طور کلی تاثیر بیشتری بر نگرش دارد و وظیفه‌شناسی و توافق‌پذیری به ترتیب بعد از درونگرایی بیشترین تاثیر را بر نگرش افراد دارند (شپمن^۸ و رادوی، ۲۰۲۳). از این رو با توجه به نتایج و یافته‌های حاصل از پژوهش‌های قبلی، می‌توان فرضیه فرعی دوم این پژوهش را به شکل زیر مطرح کرد:

فرضیه فرعی ۲ (H2): مدل شخصیتی هگزاگو تاثیر معناداری بر نگرش شغلی پروتئین دارد.

نتیجه یک مطالعه نشان می‌دهد که نگرش شغلی پروتئین موجب پرورش اشتیاق به کار می‌شود و از سوی دیگر اشتیاق به کار نیز ارتباط مثبتی با رفتارهای کاری فعالانه دارد، از این رو می‌توان نتیجه گرفت که نگرش شغلی پروتئین هم بر اشتیاق به کار و هم بر رفتار فعالانه کارکنان تاثیر مثبت می‌گذارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که افراد با نگرش شغلی پروتئین، مسئولیت‌پذیری بیشتری در قبال نتایج شغلی خود دارند. و نیز این افراد بیشتر تمایل دارند در سازمان‌هایی کار کنند که انعطاف‌پذیری را در محل کار فراهم می‌کنند (گولیانی و باتناگار^۹، ۲۰۱۷). نتایج حاصل از پژوهش دیگری نشان می‌دهد که ارزش‌محوری ارتباط معناداری با رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی دارد و متغیر رفتار شهروندی سازمانی در رابطه بین نگرش شغلی ارزش محور و عملکرد شغلی، نقش میانجی را ایفا می‌کند (بابر اقبال^{۱۰} و دیگران، ۲۰۲۲). همچنین یافته‌های حاصل از مطالعه دیگری بیان می‌کند که مشاغل سنتی رو به نابودی پیش می‌روند و سازمان‌ها وارد دوره جدیدی شده‌اند که این دوره با نگرش شغلی پروتئین مشخص

قابل توجهی بر نگرش‌های شغلی بدون مرز و پروتئین افراد تاثیر می‌گذارد. علاوه بر این، افراد دارای شخصیت فعال نگرش‌های شغلی پروتئینی را بروز می‌دهند، یعنی معیارهای خود را به طور فعال تعیین می‌کنند و سعی می‌کنند مهارت‌های جدیدی را بیاموزند یا مهارت‌های موجود را بهبود بخشند تا به اهداف تعیین شده خود برسند. همچنین این افراد به دنبال فرصت‌های جدید یا فرصت‌هایی هستند که در سراسر سازمان گسترده شده است (لوچاب و نات^۱، ۲۰۲۰). در مطالعه دیگری که توسط الوی^۲ و همکاران (۲۰۲۱) انجام شد نشان دادند که شخصیت با نگرش رابطه مثبت دارد. علاوه بر این نتایج پژوهش دیگری که توسط فاندوس^۳ و دیگران (۲۰۲۳) انجام شد نشان داد که سه ویژگی شخصیتی شامل همدلی، پیش‌فعالی و انگیزه برای رهبری بر ادراک از یادگیری و همچنین بر نگرش جامعه مورد بررسی تاثیر مثبت و معنی‌دار می‌گذارد و از میان سه ویژگی مذکور، تاثیر همدلی بر ادراک و نگرش بیشتر از سایر ابعاد است. و همچنین افراد دارای ویژگی همدلی قوی می‌توانند احساسات دیگران را بهتر درک کنند و فعالیت‌های بحث‌انگیز را به‌طور مثبت ارزیابی کنند. مطالعه دیگری بیان می‌کند که پنج ویژگی مدل شخصیتی پنج عاملی، گشودگی به تجربه و توافق‌پذیری، نگرش‌های کلی نسبت به تنوع و پذیرش ابتکارات خاص تنوع در محل کار را پیش‌بینی می‌کند (لال تریل^۴ و دیگران، ۲۰۲۳). همچنین در پژوهش دیگری پیرامون تاثیر شخصیت بر نگرش کارآفرینی نشان داد که شخصیت، به طور مستقیم و غیر مستقیم تاثیر مثبت و معناداری بر نگرش‌های کارآفرینانه دارد، بدین معنی که هرچه شخصیت فرد به کارآفرینی و تحصیلات کارآفرینی بالاتر می‌رود، نگرش و علاقه او به کارآفرینی بیشتر می‌شود (ایسما^۵ و دیگران، ۲۰۲۳). در مطالعه دیگری که پیرامون ویژگی‌های شخصیتی سه گانه تاریک^۶ (خودشیفتگی، روان‌پریشی و ماکیاولیسم) و نگرش شغلی انجام شد، نتایج نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی سه‌گانه تاریک با نگرش

1. Soutter
2. Alwi
3. Fandos
4. Lall-Trail
5. Isma
6. dark triad

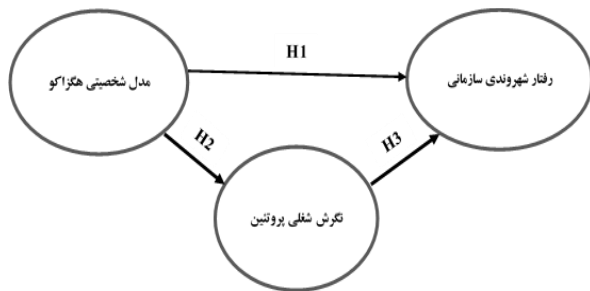
7. Szabo
8. Schepman & Rodway
9. Gulyani & Bhatnagar
10. Baber Iqbal



فرضیه فرعی ۳ (H3): نگرش شغلی پروتئین تاثیر معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.

چنانچه فرضیه‌های فرعی را با هم ترکیب کنیم می‌توان فرضیه اهم پژوهش را مطرح کرد و نیز از آنجا که جامعه آماری مورد بررسی شامل کارکنان کمیته امداد امام خمینی^(۵) استان کردستان می‌باشد، لذا به طور کلی انتظار است که فرضیه زیر بین متغیرهای اصلی پژوهش در جامعه مورد بررسی برقرار باشد:

فرضیه‌ی اهم (H): نگرش شغلی پروتئین در رابطه بین مدل شخصیتی هگزاگو و رفتار شهروندی سازمانی، در میان کارکنان کمیته امداد امام خمینی^(۵) استان کردستان نقش میانجی دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۵- روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر استراتژی، کمی، از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش اجرای پژوهش توصیفی از شاخه پیمایشی و از نوع مقطعی است. جامعه آماری شامل کارکنان کمیته امداد امام خمینی^(۵) استان کردستان به تعداد ۴۰۱ نفر می‌باشد. به منظور تعیین حجم نمونه مورد نیاز با توجه به اینکه طبق نظر خبرگان معمولاً حجم نمونه ۲۰۰ مورد یا بیشتر برای مدل‌سازی معادلات ساختاری کفایت می‌کند و از سوی دیگر حجم نمونه بزرگ می‌تواند قدرت کیفیت آماری پژوهش را تضمین کند (چونگ^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). بنابراین در این پژوهش تعداد ۳۱۰ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای از میان کارکنان ادارات تابعه کمیته امداد امام خمینی^(۵) به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. به منظور محاسبه سهم نمونه هر یک از ادارات، عدد ۳۱۰ (حجم

می‌شود، امروزه تاکید کارکنان به جای تکیه بر مسیر رشد ارائه شده توسط سازمان، بر توسعه مسیرهای شغلی خود است و رفتار کارکنان متأثر از نگرش شغلی آنان خواهد بود (جوشی، ۲۰۲۲). علاوه بر این الوی و دیگران (۲۰۲۱) نیز در پژوهش خویش نشان دادند که نگرش رابطه مثبت و معناداری با رفتار کارکنان دارد. نتایج مطالعه دیگری نشان داد که نگرش نه تنها به عنوان مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌ی رفتارهای افراد عمل می‌کند، بلکه در رابطه بین ارزش‌های فرهنگی و رفتارهای افراد نقش میانجی دارد به تعبیر دیگر نگرش پل ارتباطی بین ارزشهای فرهنگی و رفتارهای افراد می‌باشد (دونگ^۱، ۲۰۲۳). نتایج پژوهش دیگری نشان داد که نگرش شغلی پروتئین بر تاب‌آوری شغلی و رفتار شغلی فعال تأثیر می‌گذارد. همچنین قابلیت استخدام خارجی در رابطه بین نگرش شغلی پروتئین و رفتار شغلی نقش میانجی دارد (پارک^۲ و دیگران، ۲۰۲۲). پژوهش دیگری پیرامون رابطه نگرش و رفتار نشان می‌دهد که نگرش می‌تواند پیش‌بینی‌کننده رفتار افراد باشد با این حال، در این رابطه نقش میانجی دانش باعث می‌شود که نگرش قوی‌ترین اثر را بر رفتار افراد ایجاد کند (چایهان‌چنچای و آنانتاچارت^۳، ۲۰۲۳). همچنین یافته‌های حاصل از پژوهش دیگری بیان می‌کند که نگرش تاثیر مثبت و معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد و در این رابطه جو خدمات به عنوان تعدیل‌کننده رابطه بین نگرش و رفتار شهروندی عمل می‌کند و حتی موضوع جالب‌تر اینکه نگرش مشتریان بر رفتار شهروندی آنها نسبت به کارکنان اثر می‌گذارد و همین اثرگذاری می‌تواند منجر به رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شود، به طوری که نویسندگان پژوهش ادعا می‌کنند مطالعه آنها به عنوان یکی از اولین مواردی است که تأثیر مثبت رفتارهای مشتری بر کارکنان را روشن می‌کند (کیم و جانگ^۴، ۲۰۲۳). بنابراین با اتکا به نتایج و یافته‌های به دست آمده از مطالعات پیشین پیرامون رابطه نگرش و رفتار کارکنان، به نظر منطقی باشد که فرضیه فرعی سوم پژوهش حاضر به شکل زیر مطرح کرد:

1. Duong
2. Park
3. Chaihanchai & Anantachart
4. Kim & Jang

5. Cheung

۶- یافته‌های پژوهش

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان محترم

جنسیت	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی (درصد)	نوع استخدام	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی (درصد)
مرد	۲۷۷	۸۹	رسمی	۲۱۳	۶۹
زن	۳۳	۱۱	قراردادی	۹۷	۳۱
جمع	۳۱۰	۱۰۰	جمع	۳۱۰	۱۰۰
تجربه کاری (سال)	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	پست سازمانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
زیر ۱۰	۲۹	۹	کارشناس	۲۲۷	۷۳
۱۰-۲۰	۹۳	۳۰	کارشناس مسئول	۴۴	۱۴
۲۰-۳۰	۱۸۸	۶۱	مدیر	۳۹	۱۳
جمع	۳۱۰	۱۰۰	جمع	۳۱۰	۱۰۰
طبقه سنی (سال)	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	مدرک تحصیلی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
۳۰-۴۰	۶	۲	دیپلم	۱۰	۳
۴۰-۵۰	۱۱۸	۳۸	فوق دیپلم	۳۱	۱۰
بالای ۵۰	۱۷۴	۵۶	لیسانس	۲۰۲	۶۵
جمع	۳۱۰	۱۰۰	فوق لیسانس و بالاتر	۶۷	۲۲
			جمع	۳۱۰	۱۰۰

۷- تحلیل واریانس اطلاعات جمعیت‌شناختی

در این پژوهش با استفاده از آزمون تحلیل واریانس^۳ توسط نرم‌افزار اس.پی.اس.اس^۴ اثر متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، تجربه، سن، نوع استخدام، پست سازمانی و مدرک تحصیلی بر سازه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون آنووا نشان داد که بین میانگین نظرات پاسخ‌دهندگان محترم از لحاظ متغیرهای جمعیت‌شناختی جنسیت، تجربه کاری و طبقه سنی، تفاوت معنی‌دار وجود دارد. بدین معنی که متغیرهای جنسیت، تجربه و سن رابطه بین مدل شخصیتی هگزاگو، نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی را تعدیل می‌کند. به طوری که نتایج آزمون تحلیل واریانس نشان داد که نگرش شغلی پروتئین

نمونه) بر عدد ۴۰۱ (حجم جامعه) تقسیم شد و سپس نسبت به دست آمده (۰/۷۷ = ۴۰۱ / ۳۱۰) یعنی ۰/۷۷ در حجم کارکنان هر یک از ادارات ضرب گردید و لذا حجم نمونه تصادفی آن شهرستان به صورت طبقه‌ای محاسبه گردید. همچنین به منظور رفع اثر پرسشنامه‌های ناقص تعداد ۱۱ پرسشنامه اضافی تهیه و (در مجموع ۳۲۱ پرسشنامه) در میان جامعه هدف مورد نظر با رعایت اصول علمی و اخلاقی توزیع گردید و در نهایت تعداد ۳۱۰ پرسشنامه تکمیل شده مورد تحلیل قرار گرفت. شایان ذکر است در این مطالعه پژوهشی، اصول اخلاق پژوهش علمی به طور کامل و دقیق رعایت شد و به پاسخ‌دهندگان محترم در زمینه محرمانه ماندن اطلاعات آنها، اطمینان خاطر داده شد و از این رو مشارکت‌کنندگان با رضایت کامل، پرسشنامه‌ها را بدون ذکر نام و بدون امضا تکمیل نمودند. همچنین پژوهشگران نیز در تدوین و تحلیل‌های پژوهش به صورت کاملاً بی‌طرفانه و بدون دخالت مفروضات و پیش‌فرض‌های قبلی، نتایج را گزارش نمودند. پرسشنامه اصلی و نهایی جهت گردآوری داده‌ها در این پژوهش، شامل ۳۹ سوال محقق‌ساخته طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای می‌باشد که با اقتباس از پرسشنامه‌ی استاندارد مدل شخصیتی هگزاگو لی و اشتون^۱ (۲۰۱۸) با ۱۸ سوال، پرسشنامه‌ی استاندارد رفتار شهروندی سازمانی کومار و شاه^۲ (۲۰۱۵) با ۱۵ سوال و پرسشنامه‌ی استاندارد نگرش شغلی پروتئین جوشی (۲۰۲۲) با ۶ سوال (در مجموع ۳۹ سوال) تهیه شد. پایایی مدل اندازه‌گیری توسط ضرایب بارهای عاملی، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ با بهره‌گیری از نرم افزار پی.ال.اس بررسی و تأیید شد. مطابق جدول ۳ آلفای کرونباخ برای متغیرهای اصلی مدل شخصیتی هگزاگو، رفتار شهروندی سازمانی و نگرش شغلی پروتئین به ترتیب ۰/۸۷۳، ۰/۸۵۲ و ۰/۸۱۹ و نیز مقدار AVE برای همگرایی متغیرهای اصلی به ترتیب ۰/۷۱۸، ۰/۷۸۵ و ۰/۸۷۱ محاسبه شد، همچنین روایی واگرا برای متغیرهای مرتبه اول پژوهش توسط ماتریس فورنل و لارکر بررسی و تأیید شد، جدول ۴ نتایج ماتریس مذکور را نشان می‌دهد.

3. Analysis of Variance (ANOVA)
4. SPSS

1. Lee & Ashton
2. Kumar & Shah



عاملی، آلفای کروناخ، پایایی ترکیبی و AVE با استفاده از نرم افزار اسمارت پی.ال.اس و مدل معادلات ساختاری در جدول ۳ نشان داده شده است. همانطور که از اطلاعات مندرج در جدول ۳ مشاهده می شود، با توجه به اینکه تمامی بارهای عاملی سوالات (Q1-Q39) از ۰/۴ بزرگتر هستند لذا معیار بارهای عاملی، مناسب ارزیابی می شود و در نتیجه لازم نیست که هیچکدام از سوالات پژوهش به دلیل بار عاملی ضعیف حذف شود که نشان از پایایی مدل اندازه گیری نیز می باشد (چونگ و همکاران، ۲۰۲۳).

جدول ۳. ضرایب بارهای عاملی، آلفای کروناخ، پایایی

ترکیبی و AVE

سطح	بار عاملی	آلفای کروناخ		معیار ترکیبی (CR)		AVE
		بار عاملی	سطح	بار عاملی	سطح	
مدل شخصیتی	مصادف	۰/۷۱۵	۰/۷۱۵	۰/۷۴۴	۰/۷۴۴	۰/۸۲۵
	تجربه	۰/۷۶۶	۰/۷۶۶	۰/۷۴۴	۰/۷۴۴	۰/۸۲۵
	ایستادگی	۰/۷۵۲	۰/۷۵۲	۰/۷۴۴	۰/۷۴۴	۰/۸۲۵
رفتار شهروندی	مصادف	۰/۷۴۹	۰/۷۴۹	۰/۷۶۲	۰/۷۶۲	۰/۸۷۷
	تجربه	۰/۷۱۵	۰/۷۱۵	۰/۷۶۲	۰/۷۶۲	۰/۸۷۷
	ایستادگی	۰/۷۵۰	۰/۷۵۰	۰/۷۶۲	۰/۷۶۲	۰/۸۷۷
رفتار شهروندی	ایستادگی	۰/۶۶۲	۰/۶۶۲	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۶۲
	تجربه	۰/۶۹۵	۰/۶۹۵	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۶۲
	ایستادگی	۰/۷۲۹	۰/۷۲۹	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۶۲
رفتار شهروندی	توافق	۰/۵۷۲	۰/۵۷۲	۰/۸۴۲	۰/۸۴۲	۰/۸۲۹
	تجربه	۰/۷۷۰	۰/۷۷۰	۰/۸۴۲	۰/۸۴۲	۰/۸۲۹
	ایستادگی	۰/۷۰۹	۰/۷۰۹	۰/۸۴۲	۰/۸۴۲	۰/۸۲۹
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۶۲	۰/۶۶۲	۰/۷۰۲	۰/۷۰۲	۰/۸۷۱
	تجربه	۰/۷۰۸	۰/۷۰۸	۰/۷۰۲	۰/۷۰۲	۰/۸۷۱
	ایستادگی	۰/۷۰۷	۰/۷۰۷	۰/۷۰۲	۰/۷۰۲	۰/۸۷۱
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۷۴۲	۰/۷۴۲	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۱۸
	تجربه	۰/۶۶۵	۰/۶۶۵	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۱۸
	تجربه	۰/۵۹۲	۰/۵۹۲	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	۰/۸۱۸
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۶۶	۰/۶۶۶	۰/۸۱۹	۰/۸۱۹	۰/۸۵۰
	تجربه	۰/۷۱۰	۰/۷۱۰	۰/۸۱۹	۰/۸۱۹	۰/۸۵۰
	تجربه	۰/۷۲۱	۰/۷۲۱	۰/۸۱۹	۰/۸۱۹	۰/۸۵۰
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۶۵	۰/۶۶۵	۰/۷۴۶	۰/۷۴۶	۰/۸۱۲
	تجربه	۰/۶۴۷	۰/۶۴۷	۰/۷۴۶	۰/۷۴۶	۰/۸۱۲
	تجربه	۰/۷۴۰	۰/۷۴۰	۰/۷۴۶	۰/۷۴۶	۰/۸۱۲
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۷۱۵	۰/۷۱۵	۰/۷۵۲	۰/۷۵۲	۰/۸۳۷
	تجربه	۰/۶۷۲	۰/۶۷۲	۰/۷۵۲	۰/۷۵۲	۰/۸۳۷
	تجربه	۰/۷۰۲	۰/۷۰۲	۰/۷۵۲	۰/۷۵۲	۰/۸۳۷
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۶۷	۰/۶۶۷	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	۰/۸۸۰
	تجربه	۰/۶۶۸	۰/۶۶۸	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	۰/۸۸۰
	تجربه	۰/۷۵۲	۰/۷۵۲	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶	۰/۸۸۰
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۷۴۴	۰/۷۴۴	۰/۷۴۱	۰/۷۴۱	۰/۸۳۸
	تجربه	۰/۶۲۱	۰/۶۲۱	۰/۷۴۱	۰/۷۴۱	۰/۸۳۸
	تجربه	۰/۶۹۴	۰/۶۹۴	۰/۷۴۱	۰/۷۴۱	۰/۸۳۸
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۹۱	۰/۶۹۱	۰/۷۳۵	۰/۷۳۵	۰/۸۶۱
	تجربه	۰/۶۶۶	۰/۶۶۶	۰/۷۳۵	۰/۷۳۵	۰/۸۶۱
	تجربه	۰/۶۵۶	۰/۶۵۶	۰/۷۳۵	۰/۷۳۵	۰/۸۶۱
رفتار شهروندی	تجربه	۰/۶۵۵	۰/۶۵۵	۰/۷۷۱	۰/۷۷۱	۰/۸۹۴
	تجربه	۰/۶۶۶	۰/۶۶۶	۰/۷۷۱	۰/۷۷۱	۰/۸۹۴
	تجربه	۰/۷۱۰	۰/۷۱۰	۰/۷۷۱	۰/۷۷۱	۰/۸۹۴

در میان کارکنان زن بیشتر از همتایان مرد می باشد. و نیز یافته ها نشان داد که با افزایش تجربه کاری سطح کلی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان افزایش می یابد. علاوه بر این با افزایش تجربه دو ویژگی شخصیتی ادب و وظیفه شناسی نیز افزایش می یابد. همچنین رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال بیشتر از سایر گروه ها بود. و نیز کارکنان در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال دارای بالاترین نگرش شغلی پروتئین نسبت به سایر گروه های سنی بودند. در خصوص سایر متغیرهای جمعیت شناختی نظیر نوع استخدام، پست سازمانی و مدرک تحصیلی، بر خلاف انتظار نویسندگان پژوهش حاضر، تفاوت معنی داری بین میانگین نظرات پاسخ دهندگان با آزمون تحلیل واریانس مشاهده نشد که علت عدم وجود تفاوت معنی دار بین میانگین نظرات پاسخ دهندگان، نیاز به بررسی بیشتر توسط سایر پژوهشگران را دارد.

۸- تحلیل داده های پژوهش

به منظور استفاده از روش مدل معادلات ساختاری، با استفاده از نرم افزار پی.ال.اس، بایستی سه مرحله به ترتیب در پژوهش اجرا شود. به این ترتیب که ابتدا از صحت روابط موجود در مدل های اندازه گیری بر مبنای معیارهای پایایی و روایی اطمینان حاصل کرده و سپس به بررسی و تفسیر روابط موجود در بخش ساختاری پرداخته شود و در مرحله پایانی برازش کلی مدل بررسی گردد. قابل ذکر است که تنها در صورتی روابط بخش ساختاری معنادار و قابل تفسیر هستند که روابط و مقادیر بخش مدل های اندازه گیری در حد قابل قبول باشند. به طور خلاصه برازش مدل در سه بخش شامل (۱) برازش مدل های اندازه گیری؛ (۲) برازش مدل ساختاری و (۳) برازش مدل کلی انجام می شود (چونگ و همکاران، ۲۰۲۳). پس از برازش مدل به آزمودن فرضیه ها با استفاده از ضرایب معناداری Z و ضرایب استاندارد شده، پرداخته می شود.

۹- برازش مدل های اندازه گیری

برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری از دو معیار پایایی، روایی (روایی همگرا و روایی واگرا) استفاده می شود. که بررسی پایایی نیز از طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کروناخ و پایایی ترکیبی صورت می گیرد. نتایج بررسی بارهای

جدول ۴. ماتریس فورنل و لارکر برای روایی واگرایی
متغیرهای مرتبه اول

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱	۰.۷۳۲									
۲	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲								
۳	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲							
۴	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲						
۵	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲					
۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲				
۷	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲			
۸	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲		
۹	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲	
۱۰	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۳۶۶	۰.۷۳۲

۱۰- برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از پنج معیار شامل ضرایب معناداری Z ، معیار R^2 ، معیار اندازه تأثیر f^2 ، معیار Q^2 و معیار Redundancy استفاده می‌شود.

ضرایب معناداری Z

همانطور که در بالا ذکر شد یکی از معیارهای برازش مدل ساختاری بررسی ضرایب معناداری Z می‌باشد. چنانچه ضرایب معناداری بزرگتر از $1/96$ باشد نشان از برازش مناسب مدل ساختاری است. شکل ۲ ضرایب معناداری برای متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد با توجه به اینکه ضرایب معناداری تمامی مسیرهای مدل ساختاری بزرگتر از $1/96$ است لذا تمامی مسیرها در سطح خطای $0/05$ معنی‌دار می‌باشند.

معیار R^2

یکی دیگر از معیارهای بررسی برازش مدل ساختاری استفاده از معیار R^2 است؛ سه مقدار $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معیار R^2 معرفی کرده‌اند (چونگ و همکاران، ۲۰۲۳). در این

یکی دیگر از معیارهای بررسی مدل اندازه‌گیری، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌باشد، جدول ۳ مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی را نشان می‌دهد، همانگونه که مشاهده می‌شود مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) تمامی متغیرها بزرگتر از $0/7$ است که برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

معیار دیگری برای برازش مدل اندازه‌گیری، استفاده از روایی همگرا است. روایی همگرا به بررسی میزان همبستگی هر متغیر با سوالات متغیر می‌پردازد. معیار AVE برای بررسی روایی همگرا به کار می‌رود. با توجه به جدول ۳ از آنجا که مقادیر AVE برای تمامی متغیرها بالاتر از $0/5$ است لذا در مجموع روایی همگرای متغیرها مناسب ارزیابی می‌شود. یکی دیگر از معیارهای برازش مدل اندازه‌گیری روایی واگرا است. برای بررسی روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری یکی از روشها، استفاده از ماتریس فورنل و لارکر^۱ است. جدول ۴ مقادیر ماتریس فورنل-لارکر پژوهش را نشان می‌دهد، در قطر اصلی این ماتریس مقدار جذر AVE متغیرهای مرتبه اول وارد می‌شود. با توجه به اینکه مقادیر قطر اصلی ماتریس فورنل و لارکر متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است لذا این امر نشانه مناسب بودن روایی واگرا و در نتیجه برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش است.

1. Fornell & Larcker



پروتئین ۰/۳۶۱ می‌باشد و چون از ۰/۳۵ بزرگتر است لذا تاثیر متغیر نگرش شغلی پروتئین نیز بر متغیر رفتار شهروندی سازمانی، قوی ارزیابی می‌شود.

۱۱- برازش مدل کلی (معیار GoF)

معیار GoF برازش مدل کلی هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند. این معیار از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

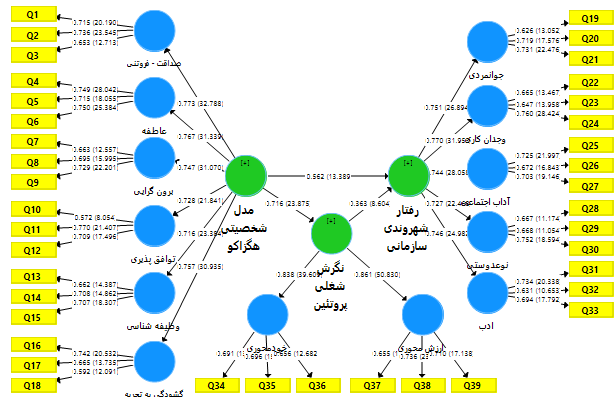
$$GOF = \sqrt{R^2 * Communality}$$

صاحب‌نظران سه مقدار ۰/۱۰، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای معیار GoF معرفی کرده‌اند (چونگ و همکاران، ۲۰۲۳). با توجه به این که در پژوهش حاضر میانگین مقادیر اشتراکی^۱ ۰/۴۸۵ می‌باشد و میانگین R² متغیرهای درونزای مدل ۰/۶۳۸ است لذا با جایگذاری در رابطه GoF مقدار ۰/۵۵۶ محاسبه می‌شود. از آنجا که مقدار GoF برای مدل کلی پژوهش ۰/۵۵۶ محاسبه شده است و از ۰/۳۶ بزرگتر است بنابراین می‌توان نتیجه گرفت مدل کلی پژوهش از برازش قوی برخوردار است.

۱۲- آزمون فرضیه‌ها

الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS نشان می‌دهد که پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، می‌توان به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت و به یافته‌های پژوهش رسید. همانطور که پیش‌تر در شکل ۲ آمده است، ضریب استاندارد شده بین متغیر مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی ۰/۵۶۲ و نیز ضریب معناداری (آماره‌ی تی) ۱۲/۳۹۲ (قدر مطلق بیشتر از ۱/۹۶) می‌باشد، لذا نشان می‌دهد این رابطه مثبت و معنادار است و بین مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، بنابراین فرضیه فرعی اول (H1) تأیید می‌شود؛ به طریق مشابه ضریب استاندارد شده بین متغیر مدل شخصیتی هگزاکو و نگرش شغلی پروتئین ۰/۷۱۶ و نیز ضریب معناداری (آماره‌ی تی) ۲۳/۵۱۵ (قدر مطلق بیشتر از ۱/۹۶)

پژوهش مقدار R² برای متغیر درونزای رفتار شهروندی سازمانی ۰/۷۴۰ می‌باشد که بزرگتر از ۰/۶۷ بوده و لذا نشان از برازش قوی این معیار دارد و همچنین مقدار R² برای متغیر درونزای نگرش شغلی پروتئین ۰/۵۱۲ می‌باشد و چون بین مقادیر ۰/۳۳ و ۰/۶۷ قرار دارد لذا نشان از برازش متوسط این معیار برای نگرش شغلی پروتئین دارد.



شکل ۲. ضرایب معناداری Z برای مسیرهای مدل ساختاری

معیار اندازه تأثیر f²

سومین معیاری برای برازش مدل ساختاری معیار f² است که شدت رابطه‌ی میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان از اندازه تاثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است. شایان ذکر است این معیار فقط در مدل‌هایی کاربرد دارد که متغیرهای درونزایی داشته باشند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر دارای دو متغیر درونزا (رفتار شهروندی سازمانی و نگرش شغلی پروتئین) می‌باشد، و فقط متغیر رفتار شهروندی سازمانی بیش از یک متغیر درونزا بر آن تاثیر می‌گذارد، بنابراین معیار اندازه تأثیر f² در این پژوهش فقط برای متغیر رفتار شهروندی سازمانی قابل محاسبه است. در این پژوهش دو متغیر درونزای مدل شخصیتی هگزاکو و نگرش شغلی پروتئین بر متغیر درونزای رفتار شهروندی سازمانی اثر می‌گذارند. مقدار f² برای متغیر مدل شخصیتی هگزاکو ۰/۳۷۴ می‌باشد و چون از ۰/۳۵ بزرگتر است لذا نشان از تاثیر قوی متغیر مدل شخصیتی هگزاکو بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. همچنین مقدار f² برای متغیر نگرش شغلی

1. Communality

میانجی دارد و چنانچه مقدار VAF زیر ۲۰ درصد باشد نشان‌دهنده عدم پذیرش نقش میانجی‌گری است، همچنین اگر این مقدار بین ۲۰ درصد و ۸۰ درصد قرار گیرد، میانجی‌گری جزئی و اگر بالای ۸۰ درصد باشد، میانجی‌گری کامل است (چونگ و همکاران، ۲۰۲۳). این آماره از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$VAF = (a \times b) / (a \times b) + c$$

a: ضریب مسیر متغیر مستقل و میانجی

b: ضریب مسیر متغیر میانجی و وابسته

c: ضریب مسیر متغیر مستقل و وابسته

$$VAF = (0/716 \times 0/363) / (0/716 \times 0/363) + 0/562 = 0/316$$

مقدار شمول واریانس برای مدل پژوهش ۰/۳۱۶ محاسبه شد، این مقدار نشان می‌دهد که حدود ۳۱/۶ درصد از اثر کل متغیر مدل شخصیتی هگزاکو بر رفتار شهروندی سازمانی از طریق غیر مستقیم و توسط متغیر میانجی‌نگرش شغلی پروتئین تبیین می‌شود. و چون مقدار VAF بین ۲۰ درصد و ۸۰ درصد است لذا میانجی‌گری جزئی است. در ادامه جدول ۵ نتایج آزمون فرضیه‌ها را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۵. خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	مسیر (فرضیه)	خطای استاندارد	ضریب معناداری	ضریب مسیر	سطح معنی‌داری	نتیجه فرضیه
H1	مدل شخصیتی هگزاکو	رفتار	۰/۰۴۵	۱۲/۳۹۲	۰/۵۶۲	تأیید
	شهروندی سازمانی					
H2	مدل شخصیتی هگزاکو	نگرش	۰/۰۲۰	۲۲/۵۱۵	۰/۷۱۶	تأیید
	شغلی پروتئین					
H3	نگرش شغلی پروتئین	رفتار	۰/۰۴۴	۸/۱۰۷	۰/۲۶۳	تأیید
	شهروندی سازمانی					
H	مدل شخصیتی هگزاکو	رفتار شهروندی	۰/۰۲۷	۲/۲۵۶	۰/۲۶۰	تأیید
	سازمانی	نگرش شغلی پروتئین				

می‌باشد، لذا نشان می‌دهد این رابطه مثبت و معنادار است و بین مدل شخصیتی هگزاکو و نگرش شغلی پروتئین رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، بنابراین فرضیه فرعی دوم (H2) نیز تأیید می‌شود؛ و سرانجام ضریب استاندارد شده بین متغیر نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی ۰/۳۶۳ و نیز ضریب معناداری (آماره‌ی تی) ۸/۱۰۷ (قدر مطلق بیشتر از ۱/۹۶) می‌باشد، لذا نشان می‌دهد این رابطه مثبت و معنادار است و بین نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد، بنابراین فرضیه فرعی سوم (H3) نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

با توجه به اینکه هر سه فرضیه فرعی پژوهش براساس آزمون مدل معادلات ساختاری مورد تأیید واقع شدند حال به بررسی شدت تاثیر متغیرهای برونزا بر درونزا با استفاده از ضرایب استاندارد شده می‌پردازیم. از آنجا که ضریب استاندارد شده مسیر میان متغیر مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی (۰/۵۶۲) می‌باشد بیانگر این مطلب است که مدل شخصیتی هگزاکو به میزان ۵۶/۲ درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را به طور مستقیم تبیین می‌کند. از سوی دیگر دو ضریب ۰/۷۱۶ و ۰/۳۶۳ به ترتیب مربوط به مسیر مدل شخصیتی هگزاکو و نگرش شغلی پروتئین و مسیر نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد که متغیر مدل شخصیتی هگزاکو به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی‌نگرش شغلی پروتئین به میزان (۰/۷۱۶) * (۰/۳۶۳) ۲۶ درصد بر متغیر رفتار شهروندی سازمانی اثر دارد. بنابراین فرضیه اهم پژوهش (H) با موضوع نقش میانجی متغیر نگرش شغلی پروتئین در رابطه بین متغیر مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی، نیز تأیید می‌شود.

۱۳- تعیین شدت تأثیر میانجی

برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام شمول واریانس (VAF¹) استفاده می‌شود که مقداری بین صفر و یک را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به یک نزدیکتر باشد نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر

1. Variance Accounted For (VAF)



۱۴- بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش پیش‌رو با هدف تعیین میزان اثرات مدل شخصیتی هگزاکو بر رفتار شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب) با نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان کمیته امداد امام خمینی^(۹) استان کردستان به حجم ۴۰۱ نفر می‌باشد که به روش تصادفی طبقه‌ای و بر مبنای نظر خبرگان تعداد ۳۱۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای با اقتباس از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. به منظور بررسی پایایی و روایی پرسشنامه و نیز تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار Smart PLS3 و تحلیل واریانس با نرم افزار SPSS 20 استفاده شد. نتایج حاصل از تحلیل تحلیل واریانس اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان نشان داد که بین میانگین نظرات از لحاظ متغیرهای جنسیت، تجربه و سن، تفاوت معنی‌دار وجود دارد، به طوری که نگرش شغلی پروتئین در میان کارکنان زن بیشتر از هم‌تایان مرد می‌باشد و متناسب با افزایش تجربه کاری سطح کلی رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این با افزایش تجربه دو ویژگی شخصیتی ادب و وظیفه‌شناسی کارکنان بیشتر می‌شود. همچنین رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال بیشتر از سایر گروه‌ها بود. و نیز کارکنان در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال دارای بالاترین نگرش شغلی پروتئین نسبت به سایر گروه‌های سنی بودند. که این نتایج با یافته‌های حاصل از مطالعه جوشی (۲۰۲۲) همسو و مشابه می‌باشد. نتایج تحلیل واریانس در خصوص سایر متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر نوع استخدام، پست سازمانی و مدرک تحصیلی، بر خلاف انتظار نویسندگان پژوهش حاضر، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظرات پاسخ دهندگان ارائه نداد که این نتیجه نیاز به بررسی بیشتر توسط پژوهشگران آینده دارد.

نتایج تحلیل استنباطی داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که متغیر درونزای مدل شخصیتی هگزاکو هم به صورت مستقیم و هم از طریق متغیر میانجی نگرش شغلی پروتئین بر متغیر برونزای رفتار

شهروندی سازمانی (سندرم سرباز خوب) اثر مثبت دارد، به طوری که به میزان ۵۶/۲ درصد از تغییرات متغیر رفتار شهروندی سازمانی را به صورت مستقیم و ۲۶ درصد از آن را به طور غیر مستقیم و از طریق مسیر میانجی نگرش شغلی پروتئین تبیین می‌کند. این یافته‌ها بدان معناست که با افزایش یک واحدی در متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، متغیر رفتار شهروندی سازمانی به طور مستقیم به میزان ۰/۵۶۲ واحد و به طور غیر مستقیم و از طریق مسیر میانجی نگرش شغلی پروتئین به میزان ۰/۲۶ واحد افزایش می‌یابد. نکته حائز اهمیت این است که بررسی ادبیات پژوهشی موجود در رابطه با متغیرهای مورد نظر این پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات پیشین بیشتر در جوامع و فرهنگ‌های غربی انجام شده‌اند و به ندرت مطالعه‌ای یافت می‌شود که متغیرهای این پژوهش (به ویژه مدل شخصیتی هگزاکو و نگرش شغلی پروتئین) را در فرهنگ‌های شرقی بررسی کرده باشد. بنابراین یکی از نوآوری‌های پژوهش حاضر بررسی متغیرهای مذکور در فرهنگ و بستر غیر غربی (ایران) می‌باشد. از سوی دیگر مطالعات قبلی صرفاً به بررسی متغیر رفتار شهروندی سازمانی و یا بررسی تأثیر یک متغیر مستقل مانند مدل شخصیتی هگزاکو یا نگرش شغلی پروتئین بر رفتار شهروندی سازمانی پرداخته‌اند و مطالعه‌ای که به طور همزمان به تأثیر دو یا چند متغیر بر رفتار شهروندی سازمانی پرداخته باشد، در میان پژوهش‌های موجود یافت نشد. از این رو نوآوری دیگر پژوهش حاضر، بررسی همزمان سه متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد و همانطور که پیش‌تر نیز ذکر شد نتایج پژوهش تأثیر فوق‌العاده مثبت (۵۶/۲ درصد) متغیر مدل شخصیتی هگزاکو بر متغیر رفتار شهروندی سازمانی را با حضور متغیر سوم نگرش شغلی پروتئین به عنوان یک میانجی (۲۶ درصد) تأیید کرد. این نتیجه از نظر کاربرد عملی بدان معناست که اگر شخصیت و شیوه‌های نگرش شغلی پروتئین به خوبی در سازمان، مدیریت و درک شوند، می‌توانند تأثیر بسزایی در ایجاد و رعایت رفتار شهروندی سازمانی و در نهایت ارتقای عملکرد داشته باشند. زیرا نتایج مطالعات نشان می‌دهد که رفتار شهروندی سازمانی با افزایش عملکرد مرتبط است (پلتزر و همکاران،



(۲۰۲۱) و در مجموع باعث ارتقای عملکرد مؤثر در سازمان می‌شود (کریف، ۲۰۲۰)؛ لذا با توجه به اینکه دو متغیر مدل شخصیتی هگزاگو و نگرش شغلی پروتئین نقش مهمی در ارتقای سطح رفتار شهروندی سازمانی ایفا می‌کنند، بنابراین تمرکز بر ابتکارات آموزشی در این زمینه می‌تواند برای بهبود سازمان بسیار ارزشمند باشد (اودین^۱، ۲۰۲۰). از دیدگاه مدیریتی وکلان نیز، سازمان‌ها می‌توانند با اجرای استراتژی‌های ارتباطی باز بین مدیران و کارکنان، توانایی آنها برای ظهور و بروز رفتارهای فرا نقشی را تقویت کنند. لذا نتایج این مطالعه دیدگاه‌های قابل توجهی را به ادبیات موجود اضافه می‌کند که در درجه اول بر ایجاد انگیزه برای سازمان‌ها جهت تمرکز بر افزایش رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان با تاکید بر شخصیت و نگرش شغلی آنها مبتنی است.

موضوع مهم‌تر و چالشی در جامعه مورد بررسی این است که در سال‌های اخیر شرایط اقتصادی ناشی از تورم و ... باعث شده است که بیشتر افراد جامعه به دلیل ناشی از بیکاری و نابرابری درآمدی جهت دریافت حمایت‌های مالی بلاعوض یا تسهیلات معوض به کمیته امداد امام خمینی^(۵) مراجعه کنند. از آنجا که تنوع خدمات در این سازمان بیش از سایر سازمان‌های خیریه است لذا خدمت‌گیرندگان این سازمان نیز حجم بیشتری از جامعه را در بر می‌گیرند به طوری که دهک‌های درآمدی ۱ تا ۷ متناسب با سطح نیازمندی می‌توانند از خدمات این سازمان بهره‌مند شوند. همچنین از آنجا که بیشتر مراجعین این سازمان جزء افراد بیکار و آسیب‌پذیر هستند چنانچه با کج رفتاری یا کج خلقی مواجه شوند و خدمات مطلوب را از سازمان مذکور دریافت نکنند ممکن است به ناچار دست به اقدامات بزهکارانه بزنند زیرا نتایج پژوهش‌های جامعه‌شناختی نشان می‌دهد که آسیب‌های اجتماعی نظیر فقر، ناامیدی، بزه و ... دارای رابطه مثبت و معناداری با بیکاری می‌باشد (مادوبیکه و دیمناجیگو^۲، ۲۰۲۳) و نابرابری درآمدی، حدود ۶۴ درصد از ریشه جرم و جنایت را در جامعه تشکیل می‌دهد و آن را به بزرگترین عامل جرم تبدیل کرده است لذا نابرابری و بیکاری

تأثیر مثبت و معناداری بر جرم و جنایت دارد (زونگو و متشنگو^۳، ۲۰۲۳). بنابراین یکی از دغدغه‌های بنیادی و اصلی مدیران این سازمان آن است که کارکنان سازمان فراتر از وظایف و تعهدات خویش به ارائه خدمت و تکریم مراجعه‌کنندگان بپردازند و سطح بالایی از رفتار شهروندی سازمانی باشند تا مانع از رفتارهای بزهکارانه بعدی شوند زیرا بزهکاری چرخه فقر را در جامعه بیشتر می‌کند و موجب افزایش حجم جامعه هدف این سازمان می‌گردد که بر خلاف سیاست‌های حاکم بر این سازمان است (مصاحبه حضوری نویسندگان پژوهش با برخی از مدیران کمیته امداد امام خمینی^(۶) استان کردستان، ۱۴۰۲). به تعبیر دیگر می‌توان چنین استدلال کرد که به طور کلی مدیران این سازمان بیشتر علاقه‌مند هستند که کارکنان دارای رفتارهای جامعه‌پسندانه باشند که این رفتارها شامل ویژگی‌هایی نظیر مهربانی، مهمان‌نوازی، سازگاری، دوستانه بودن و همدلی می‌باشد و صرف نظر از محیط، بیشتر به شخصیت، باورها، ارزش‌ها و ادراکات کارکنان بر می‌گردد و همان رفتارهای شهروندی سازمانی است (لوگویار، ۲۰۲۲). زیرا رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند شامل رفتارهایی باشد که فراتر از الزامات اساسی شغل از نظر پایبندی به قوانین کار، حضور و غیاب و انجام کار است و این رفتار بیشتر به دوستی، همدلی، تعامل بین فردی و اشتیاق برای کمک به دیگران مربوط می‌شود که منعکس کننده رفتارهای جامعه‌پسند هستند (هاروی^۴ و همکاران، ۲۰۱۸؛ اورگان^۵، ۲۰۱۸). نتایج اکثر مطالعات نیز گزارش کرده‌اند که رفتار شهروندی سازمانی، یک رفتار جامعه‌پسند است (چیابورو^۶ و همکاران، ۲۰۱۱؛ اینداری^۷ و همکاران، ۲۰۱۷؛ لیفایجاروئن^۸، ۲۰۱۶). با این توصیف نتایج این پژوهش می‌تواند راه‌حلی عملی و کاربردی برای مدیران این سازمان باشد تا بتوانند با تاثیر بر شخصیت و نگرش شغلی پروتئین کارکنان رفتارهای جامعه‌پسند را در سازمان تقویت کنند و با این کار مانع از

3. Zungu & Mtshengu

4. Harvey

5. Organ

6. Chiaburu

7. Indarti

8. Leephaijaroen

1. Udin

2. Madubuike & Dimnajiogo



بر تغییر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان داشته باشد (جوشی، ۲۰۲۲) هماهنگ و همسو می‌باشد و نیز با نتایج پژوهش الوی و همکاران (۲۰۲۱) که نشان دادند نگرش رابطه معناداری با رفتار دارد، مشابه می‌باشد لذا همگی این نتایج با فرضیه فرعی سوم (H3) این پژوهش با موضوع «نگرش شغلی پروتئین تاثیر معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد» همسان و هم‌راستا می‌باشند.

۱۵- پیشنهادهای مبتنی بر نتایج پژوهش

همانطور که پیش‌تر ذکر شد به رغم وجود مطالعات مستقل پیرامون ویژگی‌های شخصیتی هگزاگو، نگرش شغلی پروتئین و رفتار شهروندی سازمانی، اما رابطه همزمان آنها به طور کلی در جوامع شرقی و به طور خاص در فرهنگ ایرانی مورد توجه قرار نگرفته است. لذا این مطالعه در نوع خود منحصر به فرد است زیرا نقش میانجی نگرش شغلی پروتئین را در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی هگزاگو و رفتار شهروندی سازمانی بررسی می‌کند. علاوه بر این، با بررسی تأثیر تعدیل‌کننده متغیرهای جمعیت شناختی بر رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی هگزاگو و رفتار شهروندی سازمانی، شکاف موجود در ادبیات پژوهشی را پر می‌کند. از این رو با توجه به نتایج پژوهش و اطلاعات حاصل از جدول ۳ و شکل ۲ و نیز متناسب با ترتیب نزولی بارهای عاملی ابعاد و گویه‌ها، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

از آنجا که متغیر مدل شخصیتی هگزاگو به صورت مستقیم بیشترین تاثیر را بر رفتار شهروندی سازمانی دارد (۰/۵۶۲) و از سوی دیگر از میان ابعاد مدل شخصیتی هگزاگو، بعد صداقت-فروتنی دارای بیشترین اثر (۰/۷۷۳) و نیز مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد و نیز بر مبنای بار عاملی گویه‌های صداقت-فروتنی، به ترتیب گویه ۳، گویه ۲ و گویه ۱ (با بارهای عاملی ۰/۷۵۳، ۰/۷۳۶ و ۰/۷۱۵) بیشترین اثر را بر بعد صداقت-فروتنی دارند، لذا به ترتیب بارهای عاملی پیشنهاد می‌شود: سازمان‌ها زمینه ظهور و بروز و کسب شهرت کارکنان را در سازمان فراهم سازد (بار عاملی ۰/۷۵۳). سازمان با برگزاری جلسات آموزشی و نظارت و کنترل بیشتر، عواقب ناشی از انحراف مالی و مقرراتی را به صورت مستمر به کارکنان گوشزد کنند

ایجاد تنش بیشتر بین کارکنان و مراجعه‌کنندگان شوند و در نهایت سطح رضایتمندی مراجعین را ارتقا دهند.

نتایج این پژوهش با نتایج مطالعه الوی و همکاران (۲۰۲۱) مشابه می‌باشد که نشان دادند شخصیت با نگرش رابطه مثبت دارد و نیز با مطالعه کریف (۲۰۲۰) همسو می‌باشد که نشان داد ویژگی‌های شخصیتی، رفتار کارکنان را در محل کار پیش‌بینی می‌کند. همچنین با نتایج پژوهش فاریا (۲۰۲۲) همسو می‌باشد که به این نتیجه دست یافت ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، توافق‌پذیری، گشودگی به تجربه و وظیفه‌شناسی و نیز انگیزه کاری بر رفتار شهروندی سازمانی دارای تأثیر معنادار می‌باشند. علاوه بر این با نتایج پژوهش اوبالاده و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد که نشان دادند ویژگی‌های شخصیتی صداقت-فروتنی، عاطفه و توافق‌پذیری بر رفتار فردی و سازمانی اثر مثبت دارد. لذا همه این نتایج با فرضیه فرعی اول (H1) این پژوهش که ادعا می‌کند «مدل شخصیتی هگزاگو تاثیر معناداری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد» همسو و سازگار می‌باشند. همچنین نتایج این پژوهش با مطالعه ساوتر و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد که نشان دادند ارتباط قابل توجهی بین حوزه‌های شخصیتی با نگرش و رفتار به ویژه رفتارهای محیطی وجود دارد. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش دیگری که بیان می‌کند شخصیت به طور قابل‌توجهی بر نگرش‌های شغلی بدون مرز و پروتئین افراد تأثیر می‌گذارد. (لوچاب و نات، ۲۰۲۰). همسو و سازگاری دارد. که مشابه فرضیه فرعی دوم (H2) پژوهش حاضر با موضوع «مدل شخصیتی هگزاگو تاثیر معناداری بر نگرش شغلی پروتئین دارد» می‌باشد. همچنین نتایج این پژوهش با نتیجه یک مطالعه نشان می‌دهد که نگرش شغلی پروتئین موجب پرورش اشتیاق به کار می‌شود و از سوی دیگر اشتیاق به کار نیز ارتباط مثبتی با رفتارهای کاری فعالانه دارد (گولیانی و باتناگار، ۲۰۱۷) در یک راستا می‌باشد. علاوه بر این با نتایج حاصل از پژوهش دیگری که نشان می‌دهد که نگرش ارزش‌محور ارتباط معناداری با رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد شغلی دارد (بابر اقبال و همکاران، ۲۰۲۲) مشابه می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های حاصل از مطالعه دیگری که بیان می‌کند نگرش شغلی تأثیر مثبت و معناداری می‌تواند

کارکنان تقویت شود و مورد تقدیر قرار گیرد (بار عاملی ۰/۶۶۳).

پنجمین عامل اثرگذار بر متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، بعد توافق‌پذیری (بار عاملی ۰/۷۲۸) می‌باشد، لذا با توجه به بارهای عاملی مربوط به گویه‌های آن پیشنهاد می‌شود: زمینه انتقادهای مخرب در سازمان کاهش یابد و شرایطی فراهم گردد که کارکنان بیشتر بر انتقادهای سازنده و دوستانه تمرکز کنند (بار عاملی ۰/۷۷۰). به رغم تفاوت‌های دیدگاه و نظرات در میان کارکنان، زمینه همراهی و همفکری آنها در راستای اهداف سازمانی مهیا گردد (بار عاملی ۰/۷۰۹). کارکنان طوری آموزش داده شوند که در شرایط بد رفتاری از جانب دیگران با آنها، روحیه صبر و بردباری داشته باشند و در مواقع ایجاد از جانب دیگران، خویشتن داری کنند (بار عاملی ۰/۵۷۲).

ششمین و آخرین عامل اثرگذار بر متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، بعد وظیفه‌شناسی (۰/۷۱۶) می‌باشد. لذا بر مبنای بارهای عاملی گویه‌های این بعد پیشنهاد می‌شود: سازمان شرایطی را فراهم نماید تا کارکنان در انجام امورات کاری سرعت عمل لازم را داشته باشند و در صورت داشتن چنین ویژگی به انحای مختلف مورد تشویق واقع شوند (بار عاملی ۰/۷۰۸). علاوه بر انجام به موقع و سریع کارها، شرایطی فراهم گردد که کارکنان در انجام امورات نهایت دقت را داشته باشند (بار عاملی ۰/۷۰۷). سازمان با برگزاری دوره‌های آموزشی و بهره‌گیری از نظر متخصصان، کارکنان را طوری تربیت کند تا نسبت به انجام درست کارها دارای دغدغه و حساسیت باشند تا کارها با اطمینان انجام شود (بارعاملی ۰/۶۶۲).

از آنجا که بر مبنای یافته‌های پژوهش نقش متغیر میانجی نگرش شغلی پروتئین در رابطه بین متغیر مدل شخصیتی هگزاکو و رفتار شهروندی سازمانی تأیید شد (۰/۲۶). لذا با توجه به جدول ۳ و شکل ۲، از میان دو بعد مربوط به نگرش شغلی پروتئین، بعد ارزش محوری دارای بیشترین تأثیر (۰/۸۶۱) و نیز مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده نگرش شغلی پروتئین می‌باشد بنابراین بر مبنای بارهای عاملی گویه‌های مربوط به این بعد پیشنهاد می‌شود: کارکنان طوری آموزش ببینند و تربیت شوند که نسبت به دیدگاه‌های متفرقه

(بار عاملی ۰/۷۳۶). سازمان کارکنان دارای صداقت و تواضع را شناسایی و مورد تقدیر و تشویق قرار دهد (بار عاملی ۰/۷۱۵).

بر مبنای یافته‌های پژوهش دومین بعد اثرگذار بر متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، بعد عاطفه (۰/۷۶۷) می‌باشد لذا با توجه به بارهای عاملی گویه‌های مربوط به بعد عاطفه متناسب با بارهای عاملی پیشنهاد می‌شود: سازمان جلسات زمینه کار تیمی و گروهی را افزایش دهد و جلسات حل مساله در سازمان تقویت شود (بار عاملی ۰/۷۵۰). همچنین سازمان در راستای افزایش تاب‌آوری و تحمل سختی و فشارهای کاری، کارکنان را آموزش دهد (بار عاملی ۰/۷۴۹). سازمان زمینه کاهش تنش و نگرانی‌های ناشی از محیط کاری را با اجرای برنامه‌های مفرح و شاد جانبی فراهم نماید (بار عاملی ۰/۷۱۵).

بر مبنای یافته‌های پژوهش سومین عامل اثر گذار بر متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، بعد گشودگی به تجربه (۰/۷۵۷) می‌باشد از این رو به ترتیب بارهای عاملی پیشنهاد می‌شود: سازمان با برگزاری دوره‌های آموزشی و استفاده از مشاوران آگاه به موضوع، سطح تمرکز و دقت کارکنان را در انجام امورات کاری تا حد ممکن ارتقا دهد (بار عاملی ۰/۷۴۲). سازمان با استفاده شیوه‌های پاداش دهی و نیز تشکیل جلسات تخصصی زمینه ظهور و بروز کارکنان خلاق و تخیل‌گرا را بیشتر کند (بارعاملی ۰/۶۶۵). سازمان به کارکنان دارای ایده‌های جذاب و حتی شگفت‌انگیز توجه بیشتری نماید تا افراد از بیان نظرات و ایده‌های خویش واهمه‌ای نداشته باشند (بار عاملی ۰/۵۹۲).

چهارمین عامل اثر گذار بر متغیر مدل شخصیتی هگزاکو، بعد برون‌گرایی (۰/۷۴۷) می‌باشد که با توجه به بارهای عاملی گویه‌های مربوط به آن به ترتیب پیشنهاد می‌شود: سازمان زمینه افزایش بحث و گفتگوهای رسمی و غیر رسمی در میان کارکنان را افزایش دهد (بار عاملی ۰/۷۲۹). شرایطی در سازمان فراهم گردد که کارکنان از ارتباط و تعامل مثبت با بیرون سازمان واهمه‌ای نداشته باشند و به راحتی با دیگران در چارچوب مقررات ارتباط برقرار کنند (بار عاملی ۰/۶۹۵). خوشرویی و خوش کلامی در میان

پیشنهاد می‌شود، هم در استخدام و هم در ارزیابی عملکرد کارکنان، عوامل شخصیتی را مدنظر قرار دهد و برای تحقق این پیشنهاد، کارگروهی از نخبگان حوزه روان‌شناختی درون و برون سازمانی جهت سنجش شخصیتی متقاضیان استخدام و نیز ارزیابی عملکرد کارکنان موجود تشکیل دهد و در استخدام و ارزیابی عملکرد افراد عوامل شخصیتی را بر مبنای آزمون‌های علمی شخصیت مورد سنجش قرار دهد تا با شرح شغل مورد نظر انطباق داشته باشند.

پیشنهاد می‌شود سازمان بر بهبود نگرش شغلی کارکنان تمرکز بیشتری داشته باشد، و برای اجرای این پیشنهاد به عنوان مثال (۱) برای کارکنانی که به دلیل داشتن فرزند دانش‌آموز و ... به ساعات کاری انعطاف‌پذیر نیاز دارند، این امکان را مهیا کند؛ (۲) محیطی را برای کارکنان فراهم کند که همانند منزل احساس آسایش و آرامش داشته باشند و (۳) یکی دیگر از راه‌های قدرتمند برای بهبود نگرش شغلی کارکنان (به ویژه برای مدیران) این است که کارکنان را در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت دهند، زیرا پژوهش‌های قبلی نشان داده است که افزایش مشارکت باعث ایجاد احساس قوی‌تری از مالکیت و هم‌ذات‌پنداری با شغل و در نتیجه بهبود نگرش شغلی به ویژه تعهد عاطفی بالاتر می‌شود (پوربا^۱ و همکاران، ۲۰۱۵).

پیشنهاد می‌شود سازمان در فرایند انتخاب و نیز انتصاب کارکنان، متقاضیانی را هدف قرار دهد که دارای ویژگی‌های شخصیتی صداقت-فروتنی، ثبات عاطفه و گشودگی به تجربه باشند تا بتوانند سطح رفتار شهروندی سازمانی را افزایش دهند.

از آنجا که نتایج نشان داد کارمندان زن سطح بالاتری از نگرش شغلی پروتئین را نشان می‌دهند که می‌تواند به چالش‌های متعددی نسبت داده شود که در محل کار به دلیل تعادل کار و زندگی با آن مواجه هستند. این امر سازمانها را ملزم به ارضای تمایل خود به ارزش محرک و رشد خودراهبر در حرفه خود می‌کند. از این رو، پیشنهاد می‌شود سازمان با اجرای شیوه‌های مختلف توسعه شغلی با

دیگران پیرامون عملکرد شغلی خویش بی‌تفاوت باشند (بار عاملی ۰/۷۳۶). شرایطی در سازمان فراهم گردد تا کارکنان بتوانند از ارزش‌های خویش دفاع کنند و در موارد لازم نظرات و عقاید خویش را آزادانه بیان کنند (بار عاملی ۰/۷۱۰). کارکنان طوری تربیت شوند تا نسبت به انتخاب مسیر شغلی خویش حساسیت و دقت ویژه‌ای داشته باشند و با هدایت سازمان سعی کنند بر مبنای شایستگی‌های خویش به انتخاب مسیر شغلی بپردازند (بار عاملی ۰/۶۵۵). دومین و آخرین شاخص اثرگذار بر متغیر میانجی نگرش شغلی پروتئین، بعد خودمحوری (۰/۸۳۸) است لذا با توجه به بار عاملی گویه‌های این بعد به ترتیب پیشنهاد می‌شود: سازمان اجازه بدهد که کارکنان شرایط استقلال و انتخاب آزادانه بیشتری در مسیر شغلی خویش داشته باشند (بار عاملی ۰/۶۹۶). طوری کارکنان پرورش یابند که جرأت و جسارت پذیرش مسئولیت شکست و موفقیت‌های شغلی خویش را داشته باشند (بار عاملی ۰/۶۹۱). میزان مشخصی از استقلال و تنوع شغلی به کارمندان داده شود تا آنها آزادی عمل داشته باشند و بتوانند در محل کار خود تصمیم بگیرند (بار عاملی ۰/۶۵۶).

۱۶- سایر پیشنهادهای کاربردی

از آنجایی که برخی از ویژگی‌های شخصیتی اکتسابی هستند، پیشنهاد می‌شود دوره‌هایی به منظور ارتقای سلامت روان کارکنان و آمادگی بیشتر آنان برای پذیرش نقش شهروندان در این سازمان برگزار شود.

بر اساس نتایج این مطالعه، مشاهده می‌شود که عوامل شخصیتی با متغیرهای نگرش شغلی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معنادار و مثبتی دارد. این بدان معنی است که کارکنان (مددکاران) خوب کسانی هستند که قلب (شخصیت) آنها دارای ویژگی توجه و تمایل کمک به دیگران، همکاران و سایر افراد داخل و خارج از سازمان باشد. این مورد در صورتی اتفاق می‌افتد که در انتخاب شغل مددکاری علاقه به کارهای خیرخواهانه و انساندوستانه، تمایل به توسعه و تمرین کمک به هم‌نوع و مشارکت در امورات خیرخواهانه، حتی با وجود حقوق نسبتاً پایین، وجود داشته باشد. بنابراین به سازمان کمیته امداد امام خمینی^(۵)

1. Purba



دیگر، تنها به بررسی برخی ویژگی‌ها در یک مقطع زمانی خاص توجه شده است. بنابراین به جای در نظر گرفتن تصویری کلان و بلندمدت از جامعه مورد بررسی، صرفاً تصویر مقطعی از آن نشان داده می‌شود و این بدان معناست که تاریخچه سازمان، محیط بیرونی و سایر متغیرهای مهم و تاثیرگذار در طول زمان در نظر گرفته نشده است. توصیه می‌شود برای تکمیل یافته‌ها از رویکرد روش‌های ترکیبی استفاده شود.

محدودیت دیگر پژوهش آن است که نتایج و یافته‌های به دست آمده تنها قابلیت کاربرد در سازمان‌های حمایتی مشابه جامعه آماری مورد بررسی (موقعیت جغرافیایی و زمانی حاضر) می‌باشد و نمی‌توان آن را به کلیه سازمانها تعمیم داد و لذا ممکن است در موقعیت مکانی و زمانی دیگری (سازمانهای غیر مشابه) نتایج متفاوتی حاصل گردد.

با توجه به اینکه استفاده از پرسشنامه تنها ابزار گردآوری داده‌ها بود لذا ممکن است به درستی متغیرهای مداخله‌گر در بررسی روابط بین متغیرها کنترل نشده باشد، از سوی دیگر خستگی و کاهش دقت شرکت‌کنندگان در پاسخگویی به پرسشنامه به دلیل تعداد زیاد گویه‌ها (۳۹ گویه) ممکن است محدودیت ایجاد کرده باشد و علاوه بر این عدم آگاهی از حالت روانی پاسخگویان در هنگام تکمیل پرسشنامه، می‌تواند به عنوان محدودیتی دیگر مطرح شود.

اگرچه شخصیت نسبتاً پایدار است و یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که شخصیت به طور مستقیم و غیرمستقیم بیش از ۸۲ درصد از رفتار شهروندی سازمانی را تبیین می‌کند، اما تغییرات در مشارکت اجتماعی در محل کار می‌تواند ویژگی‌های شخصیتی افراد را تغییر دهد. بنابراین یافته‌های این پژوهش باید با احتیاط و دقت خاصی برای سایر سازمان‌ها تفسیر و تعمیم شوند.

استفاده از مشاوران متخصص، نگرش شغلی و در نتیجه سطح رفتار شهروندی سازمانی را بهبود بخشد.

با توجه به تاثیر مثبت و معنادار ویژگی‌های شخصیتی هگزاگو بر رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود سازمان نسبت به شناسایی کارکنان دارای ویژگی‌های مثبت مدل شخصیتی هگزاگو و ایجاد بانک اطلاعاتی آن‌ها اقدام نماید و در این راستا برنامه جامعی برای استفاده از این کارکنان در شغل‌های متناسب با شخصیت آن‌ها گام بردارد.

از آنجا که یک پیوند مثبت و قوی بین آموزش و توسعه و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد (روبل و آسیبور، ۲۰۱۸). بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران منابع انسانی و کارشناسان آموزش و توسعه سازمان نسبت به طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی نظیر مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های تصمیم‌گیری مشارکتی، توجه کافی داشته باشند.

با توجه به اهمیت و جایگاه نقش رفتار شهروندی سازمانی در کسب رضایت مشتریان، پیشنهاد می‌شود سازمان سازوکاری را فراهم کند که دریافت بازخور رفتار کارکنان با آنان را فراهم گردد. برای مثال می‌توان (۱) بخش ثبت نظرات خدمت‌گیرندگان در پورتال سازمان تعبیه و انتقادات و پیشنهادهای مددجویان توسط نرم‌افزارهای تخصصی به صورت مستمر رصد و پیگیری شود؛ (۲) تلفن واحدهای نظارتی سازمان (حراست و بازرسی و ...) از طریق نصب بنر و یا ارسال پیامک در اختیار تمامی خدمت‌گیرندگان قرار داده شود؛ (۳) از نخبگان برون سازمانی و خدمت‌گیرندگان صاحب‌نظر در جلسات سازمانی بهره‌گیری شود؛ (۴) در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها با برگزاری نظرسنجی، میزان رضایت مددجویان از خدمات سازمان سنجیده شود و (۵) پس از حل مشکل و رفع انتقادات توسط سازمان، نتایج از طریق انتشار عمومی در مجاری اطلاع‌رسانی منعکس و یا به صورت خصوصی برای فرد مورد نظر ارسال شود.

۱۷- محدودیت‌های پژوهش

یکی از مشکلات عمده پژوهش‌هایی که مانند پژوهش حاضر انجام می‌شود، رویکرد ایستایی در مطالعه است. به عبارت



Journal of Work and Organizational Psychology, 1-11.

9. Brink, E. R. (2014). The relationships between the HEXACO personality dimensions and organisational citizenship behaviours within the civil engineering sector (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).

10. Briscoe, J.P. and Hall, D.T. (2006), "The interplay of boundaryless and protean careers: combinations and implications", Journal of Vocational Behavior, Vol. 69 No. 1, pp. 4-18.

11. Chaihanchai, P., & Anantachart, S. (2023). Encouraging green product purchase: Green value and environmental knowledge as moderators of attitude and behavior relationship. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 289-303.

12. Chen, C., & Jiang, J. (2023). Review of Research on Protean Career Attitude. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(2), 14-16.

13. Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 1-39.

14. Chiaburu, D. S., Oh, I. S., Berry, C. M., Li, N., & Gardner, R. G. (2011). The five-factor model of personality traits and organizational citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 96(6), 1140-1166

15. Chraif, M. (2020). The Relationship Between the Personality Traits and the Organizational Citizenship Behaviour. *Romanian Journal of Psychological Studies (RJPS)*.

16. Colquitt, J., Lepine, J., & Wesson, M. (2019). *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

منابع

۱. الحسینی المدرسی، سید مهدی؛ باقری قره‌بلاغ، هوشمند؛ غلامی، محمدرضا و محمدی، فاطمه. (۱۳۹۹). اثر مشتری‌مداری و قابلیت‌های زیرساختی مدیریت ارتباط با مشتری با رفتار نوآورانه، فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۸ (۹)، ۳۷-۵۶.

۲. صفری، حیدر؛ رشید، محمدیان ساروی، محسن. (۱۴۰۰). ارائه مدل مدیریت استعداد با تمرکز بر قابلیت‌های فنی، انسانی و ادراکی مدیران در سازمان تامین اجتماعی، فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۹ (۱۰)، ۱۶۹-۱۸۴.

۳. قلی‌زاده، منصور؛ رشید، محمدیان ساروی، محسن. (۱۴۰۰). ارائه مدل توسعه منابع انسانی با تمرکز بر بهره‌وری در سازمان امور مالیاتی کشور با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری، فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۹ (۱۰)، ۱۸۵-۲۰۴.

۴. محمدی، سارا؛ باورصاد، بلقیس و ایرانی بهبهانی، ایلناز. (۱۴۰۱). تحلیل ساختاری نقش میانجی دوسوتوانی سازمانی در تأثیر یادگیری از خطا و شکست سازمانی بر عملکرد نوآورانه منابع انسانی، فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۲۱ (۱۱)، ۶۵-۷۶.

۵. موسوی سیاه دله، سیده سمیه؛ جباری اصل، صمد و رضوانی چمن زمین، موسی. (۱۴۰۱). ارائه مدل آمادگی سازمانی پذیرش مدل تعالی در دانشگاه آزاد اسلامی: رویکرد ترکیبی، فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۲۰ (۱۰)، ۱۶۷-۱۸۶.

6. Alwi, M., Wiyono, B. B., Bafadal, I., & Imron, A. (2021). The Relationship between Personality, Attitude, and Organizational Citizenship Behavior of Senior High School Teachers in Indonesia. *International Journal of Instruction*, 14(2), 345-368.

7. Ashton, M. C., & Lee, K. (2020). Objections to the HEXACO model of personality structure—And why those objections fail. *European Journal of Personality*, 34(4), 492-510.

8. Breevaart, K., & Pletzer, J. L. (2023). Follower-leader HEXACO personality fit and follower work engagement. *European*

24. Indarti, S., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Hakim, W. (2017). The effect of OCB in relationship between personality, organizational commitment and job satisfaction to performance. *Journal of Management Development*, 36(10), 1283–1293
25. Iqbal, M. B., Li, J., Yang, S., & Sindhu, P. (2022). Value-driven career attitude and job performance: An intermediary role of organizational citizenship behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1038832.
26. Isma, A., Rakib, M., Mubaraq, M. S., & Suci, M. (2023). The Influence of Personality and Entrepreneurship Education on Interest in Entrepreneurship Faculty of Economics and Business Students with Attitude of Entrepreneurship as Intervening Variable. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship Research*, 1(1), 11-23.
27. JOSHI, M. (2022). *EFFECT OF PROTEAN CAREER ATTITUDE ON ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR: A STUDY OF SELECT ORGANIZATIONS IN INDIA* (Doctoral dissertation).
28. Kalargyrou, V., Sundar, V., & Jahani, S. (2023). Managers' attitudes toward employees with depression and organizational citizenship behaviors in the hospitality industry: Assessing the mediating role of personality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), 602-629.
29. Kao, J. C., Cho, C. C., & Kao, R. H. (2023). Perceived organizational support and organizational citizenship behavior—A study of the moderating effect of volunteer participation motivation, and cross-level effect of transformational leadership and organizational climate. *Frontiers in Psychology*, 14, 1082130.
30. Khan, M. L., Salleh, R., Javaid, M. U., Arshad, M. Z., Saleem, M. S., & Younas, S.
17. Duong, C. D. (2023). Cultural values and energy-saving attitude-intention-behavior linkages among urban residents: A serial multiple mediation analysis based on stimulus-organism-response model. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 34(3), 647-669.
18. Fandos-Herrera, C., Jiménez-Martínez, J., Orús, C., Pérez-Rueda, A., & Pina, J. M. (2023). The influence of personality on learning outcomes and attitudes: The case of discussants in the classroom. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100754.
19. Faria, L. (2022). The Effect of Personality on Work Motivation and Its Impact on Organizational Citizenship Behavior of Employees of Public Department in Portugal. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 9(2).
20. Gong, Z., Gilal, F. G., Gilal, R. G., & Jahanzeb, A. (2023). Protean career orientation and job search: investigating the mediating role of career optimism in mentoring relationships. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
21. Gulyani, G., & Bhatnagar, J. (2017). Mediator analysis of passion for work in Indian millennials: Relationship between protean career attitude and proactive work behavior. *Career Development International*, 22(1), 50-69.
22. Harvey, J., Bolino, M. C., & Kelemen, T. K. (2018). Organizational citizenship behavior in the 21st century: How might going the extra mile look different at the start of the new millennium? *Research in Personnel and Human Resources Management*, 36, 51–110.
23. Horstmann, K. T., & Ziegler, M. (2020). Assessing personality states: What to consider when constructing personality state measures. *European Journal of Personality*, 34(6), ۱۰۳۷-۱۰۵۹.

- traits and driving behaviors: A systematic review and meta-analysis. *Accident Analysis & Prevention*, 183, 106968.
39. Madubuike, G. O., & Dimnajiego, K. E. (2023). Crime and Youth Unemployment in Nigeria: The Psycho-Social Implications. *International Journal For Psychotherapy In Africa*, 8(1).
40. Nilawati, L., Silalahi, E. E., & Sulistyaningsih, E. (2023). PENGUKURAN DIMENSI KARIER PROTEAN DAN BOUNDARYLESS: KOMBINASI ATAU IMPLIKASI. *Prosiding Working Papers Series in Management*, 15(1), 265-279.
41. Obalade, G., Obalade, A., & Mtembu, V. (2023). HEXACO PERSONALITY DOMAINS AND DEVIANT BEHAVIOR IN NIGERIAN PUBLIC UNIVERSITIES.
42. Organ, D. W. (2018). Organizational citizenship behavior: Recent trends and developments. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 295–306. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104536>
43. Park, Y., Lee, J. G., Jeong, H. J., Lim, M. S., & Oh, M. R. (2022). How does the protean career attitude influence external employability? The roles of career resilience and proactive career behavior. *Industrial and Commercial Training*, 54(2), 317-332.
44. Pilch, I. (2023). Comparison of the Big Five and the HEXACO Models of Personality in the Prediction of Emotional Wellbeing: an Experience Sampling Study. *Trends in Psychology*, 1-17.
45. Pletzer, J. L., Oostrom, J. K., & de Vries, R. E. (2022). HEXACO personality and organizational citizenship behavior: A domain-and facet-level meta-analysis. *Human Performance*, 34(2), 126-147.
46. Purba, D. E., Oostrom, J. K., Van Der Molen, H. T., & Born, M. P. (2015). Personality and organizational citizenship behavior in Indonesia: The mediating effect (2023). *Managing Butterfly Career Attitudes: The Moderating Interplay of Organisational Career Management. Sustainability*, 15(6), 5099.
31. Kim, M., & Jang, J. (2023). The impact of employees' perceived customer citizenship behaviors on organizational citizenship behaviors: the mediating roles of employee customer-orientation attitude. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 24(4), 669-694.
32. Kumar, S., Bagherian, A., Lochab, A., & Khan, A. (2023). Protean and Boundaryless Career Attitudes as Antecedents of Organizational Commitment-Evidence from the Indian IT Industry. *Businesses*, 3(1), 83-97.
33. Lall-Trail, S. F., Salter, N. P., & Xu, X. (2023). How personality relates to attitudes toward diversity and workplace diversity initiatives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 49(1), 66-80.
34. Larssen R. J., & Buss, D. M. (2005). *Personality psychology: Domains of knowledge about human nature* (2nd ed.). McGraw Hill.
35. Leephajaroen, S. (2016). Effects of the big-five personality traits and organizational commitments on organizational citizenship behavior of support staff at Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 37(2), 104–111.
36. Lochab, A., & Nath, V. (2020). Proactive personality, goal orientation and meta-skills as predictors of protean and boundaryless career attitudes. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 130-143.
37. Luguyare, S., Kekesi, E., & Agyemang, C. B. (2022). Does personality predict a likelihood display of organisational citizenship behaviours among university students? Empirical evidence from Ghana. *Legon Journal of the Humanities*, 32(2), 92-117.
38. Luo, X., Ge, Y., & Qu, W. (2023). The association between the Big Five personality


- associations between dark triad personality traits, work attitudes, and work-related motivation. *Personality and Individual Differences*, 205, 112098.
55. Tarka, P., Kukar-Kinney, M., & Harnish, R. J. (2022). Consumers' personality and compulsive buying behavior: The role of hedonistic shopping experiences and gender in mediating-moderating relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102802.
56. Theron, C. (2011). Research Methodology 712 Class notes. Stellenbosch University. Retrieved April 19, 2011, from <http://www.sun.ac.za/webstudies>.
57. Ting, Q. H., Lew, T. Y., Goi, C. L., Sim, A. K., & Gim, G. C. (2023). Psychological capital and employee engagement as predictors of organisational citizenship behaviour in the industrial revolution 4.0 era: transfer of training as a mediator. *Current Psychology*, 1-24.
58. Udin, U. D. I. N., & YUNIAWAN, A. (2020). Psychological capital, personality traits of big-five, organizational citizenship behavior, and task performance: Testing their relationships. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(9), 781-790.
59. Weinschenk, A., Dawes, C., Klemmensen, R., & Rasmussen, S. H. R. (2023). Genes, personality, and political behavior: A replication and extension using Danish twins. *Politics and the Life Sciences*, 42(1), 4-16.
60. Zettler, I., Thielmann, I., Hilbig, B. E., & Moshagen, M. (2020). The nomological net of the HEXACO model of personality: A large-scale meta-analytic investigation. *Perspectives on Psychological Science*, 15, 723-760.
61. Zungu, L. T., & Mtshengu, T. R. (2023). The Twin Impacts of Income Inequality and Unemployment on Murder Crime in African Emerging Economies: A Mixed Models Approach. *Economies*, 11(2).
- of affective commitment. *Asian Business & Management*, 14, 147-170.
47. Romano, D., Costantini, G., Richetin, J., & Perugini, M. (2023). The HEXACO Adjective Scales and Its Psychometric Properties.
48. Rubel, M., & Rahman, M. H. A. (2018). Effect of training and development on organizational citizenship behavior (OCB): An evidence from private commercial banks in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research*, 18(8), 70-80.
49. Schepman, A., & Rodway, P. (2023). The General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale (GAAIS): Confirmatory validation and associations with personality, corporate distrust, and general trust. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(13), 2724-2741.
50. Segers, J., Inceoglu, I., Vloeberghs, D., Bartram, D., & Henderickx, E. (2008). Protean and boundaryless careers: A study on potential motivators. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 212-230.
51. Soutter, A. R. B., Bates, T. C., & Möttus, R. (2020). Big Five and HEXACO personality traits, proenvironmental attitudes, and behaviors: A meta-analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 15(4), 913-941.
52. Sunaryo, S., Risgiyanti, R., & Suyono, J. (2023). Predictors of Protean Career for Millennial Workers: The Impact on Career Resilience and Career Satisfaction. *JPBM (Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen)*, 9(1).
53. Supriadi, Y. N., Urbach, N., & Saputra, J. (2022). Implications of Working Environment Job Stress Moderated Employee Engagement to Improve Employee Performance in the Electronic Trans-action Service Industry. *International Business and Accounting Research Journal*, 6(1), 24-36.
54. Szabó, Z. P., Diller, S. J., Czibor, A., Restás, P., Jonas, E., & Frey, D. (2023). "One of these things is not like the others": The





The Effect of Hexaco's Personality Model on Organizational Citizenship Behavior (OCB or Good Soldier Syndrome) With the Mediating Role of Protean Career Attitude

* Hojat Vahdati 

** Mohammad Jalali 

* Full Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, Lorestan University, Khorram Abad, Lorestan, Iran. vahdati.h@lu.ac.ir

** Ph.D in Public Administration - Organizational Behavior, Faculty of Economics and Management, Lorestan University, Khorram Abad, Lorestan, Iran. jalali.mo@fc.lu.ac.ir

Received: 09.10.2023

Accepted: 29.07.2024

Abstract

The present research was conducted with the aim of determining the effect of HEXACO's personality model (HPM) on organizational citizenship behavior (OCB or good soldier syndrome) with the mediating role of protean career attitude (PCA). In terms of purpose, the research is applied, the implementation method is descriptive of the survey branch and of cross-sectional type. The statistical population of the research includes all the employees of the Imam Khomeini's^(RA) Relief Committee of Kurdistan Province, totaling 401 people. The sampling method was stratified random and 310 employees were selected as a statistical sample based on the opinion of experts. A researcher-made questionnaire adapted from related standard questionnaires was used to collect data. The reliability of the measurement model using factor loadings, composite reliability and Cronbach's alpha, as well as convergent validity with the AVE criterion and divergent validity with the Fornell and Larcker matrix were checked and confirmed by Smart PLS software. The results of data analysis by structural equation model with PLS software showed that HPM has a direct effect as well as an indirect effect through PCA mediating variable on OCB. so that HPM explains about 56.2% of the changes in the OCB variable directly and 26% of it indirectly through the path of the PCA mediating variable. Also, the results of analysis of variance using SPSS software showed that there is a significant difference between the average opinions of respected respondents in terms of gender, experience and age variables. No difference was observed in other variables.

Keywords: HEXACO's Personality Model; Imam Khomeini's^(RA) Relief Committee; Kurdistan; Organizational Citizenship Behavior; Protean Career Attitude.

Corresponding Author: Mohammad Jalali- Jalali.mo@fc.lu.ac.ir



Introduction

Charitable organizations should encourage a culture of organizational citizenship behavior, where voluntary performance of informal job roles is considered the norm (Brink, 2014). Organizational citizenship behavior is associated with many favorable outcomes for both employees and organizations. For example, organizational citizenship behavior is associated with increased performance (Peltzer et al., 2021). Compared to task performance, organizational citizenship behavior is voluntary and spontaneous. Therefore, organizational citizenship behavior is more predicted by personality characteristics instead of normal individual differences, so that the relationships between the six dimensions of the Hexaco personality model with organizational citizenship behavior are confirmed by researchers (Zettler et al., 2020). On the other hand, the review of previous studies shows that there is a positive relationship between job attitude and organizational commitment, and organizational citizenship behavior is the result of organizational commitment (Joshi, 2022). How to lead today's workforce with a protean professional attitude for the emergence of organizational citizenship behavior has become an important challenge for modern organizations. A protean attitude refers to a job that is driven by the person, not the organization. Despite the success of protean career perspectives in the academic world, there are few empirical studies to support the theoretical propositions surrounding them (Segers et al., 2008). However, in the field of dispositional or behavioral factors such as individual personality or work-related values affecting the new approach in job attitudes, more empirical studies should be conducted. Also, Hexaco's personality model and protean career attitude have been tested mostly in the United States or Western Europe (Briscoe and Hall, 2006). Therefore, it seems that these models should be investigated empirically in other cultures as well, including the Eastern culture.

Hypothesis

H1: Hexaco's personality model has a significant effect on organizational citizenship behavior.

H2: Hexaco's personality model has a significant effect on protean's job attitude.

H3: Protean's job attitude has a significant effect on organizational citizenship behavior.

H: Protean's occupational attitude plays a mediating role in the relationship between Hexaco's personality model and organizational citizenship behavior among the employees of Imam Khomeini's^(RA) relief committee in Kurdistan province.

Background

Peltzer et al. (2022) in a research titled Hexaco personality model and organizational citizenship behavior showed that Hexaco personality model predicts organizational citizenship behavior.

Luguyare et al. (2022) in the research titled Does personality predict the probability of organizational citizenship behavior? showed that personality traits have a significant relationship with organizational citizenship behavior.

Gong et al. (2023) in the research titled "Protein Career Orientation and Job Search" showed that "Protein Career Orientation" is significantly related to career optimism and job search.

Joshi (2022) in his study titled the effect of protean's job attitude on organizational citizenship behavior showed that protean's job attitude has a significant effect on employees' organizational citizenship behavior.



Methodology

The research is of a quantitative type, with an applied and descriptive purpose. The statistical population includes the employees of the Imam Khomeini Relief Committee (RA) of Kurdistan Province. 310 people were selected as a statistical sample by stratified random method. The data collection tool is a questionnaire. The reliability of the measurement model was checked and verified by factor loading coefficients, composite reliability and Cronbach's alpha using PLS software. For convergent and divergent validity, it was checked and confirmed by AVE criterion and Fornell and Larcker matrix, respectively.

Findings

The results of the variance analysis of the demographic information of the respondents showed that there is a significant difference between the average opinions in terms of gender, experience and age variables, so that the professional attitude of the female employees is more than that of the male counterparts and it is proportional to the increase of work experience. The general level of organizational citizenship behavior of employees also increases. In addition, with the increase in experience, the two personality traits of politeness and conscientiousness of employees increase. Also, organizational citizenship behavior among employees in the age group of 41 to 50 years was more than other groups. Also, employees in the age group of 20-30 years had the highest job attitude of protein compared to other age groups. These results are consistent and similar to the findings of Joshi's study (2022). The results showed that the Hexaco personality model variable has a positive effect on the exogenous variable of organizational citizenship behavior (good soldier syndrome), both directly and through the mediating variable of protein job attitude, so that it accounts for 56.2% of the changes in the citizenship behavior variable. It explains the organization directly and 26% of it indirectly and through the mediating path of protein job attitude.

Conclusion

If the personality and job attitudes of the protein are well managed and understood in the organization, they can have a significant effect on creating and observing organizational citizenship behavior and ultimately improving performance. Because the results of the studies show that organizational citizenship behavior is related to increased performance (Peltzer et al., 2021) and overall it promotes effective performance in the organization (Chraif, 2020); Therefore, considering that the two variables of Hexaco's personality model and protein's job attitude play an important role in improving the level of organizational citizenship behavior, so focusing on educational initiatives in this field can be very valuable for improving the organization (Udin, 2020). From a managerial point of view, organizations can strengthen their ability to develop extra-role behaviors by implementing open communication strategies between managers and employees.



References

- Brink, E. R. (2014). The relationships between the HEXACO personality dimensions and organisational citizenship behaviours within the civil engineering sector (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).
- Briscoe, J.P. and Hall, D.T. (2006), "The interplay of boundaryless and protean careers: combinations and implications", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 69 No. 1, pp. 4-18.
- Chen, C., & Jiang, J. (2023). Review of Research on Protean Career Attitude. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(2), 14-16.
- Chraif, M. (2020). The Relationship Between the Personality Traits and the Organizational Citizenship Behaviour. *Romanian Journal of Psychological Studies (RJPS)*.
- Gong, Z., Gilal, F. G., Gilal, R. G., & Jahanzeb, A. (2023). Protean career orientation and job search: investigating the mediating role of career optimism in mentoring relationships. *Global Knowledge, Memory and Communication*.
- Joshi, m. (2022). effect of protean career attitude on organizational citizenship behavior: a study of select organizations in india (doctoral dissertation).
- Luguyare, S., Kekesi, E., & Agyemang, C. B. (2022). Does personality predict a likelihood display of organisational citizenship behaviours among university students? Empirical evidence from Ghana. *Legon Journal of the Humanities*, 32(2), 92-117.
- Mohammadi, Sara; Bavarsad, Balqis and Irani Behbahani, Ilnaz. (2022). Structural analysis of the mediating role of organizational ambivalence in the effect of learning from mistakes and organizational failure on the innovative performance of human resources, *Innovation and Value Creation Quarterly*, 21 (11), 76-65.
- Organ, D. W. (2018). Organizational citizenship behavior: Recent trends and developments. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 295–306. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104536>
- Pletzer, J. L., Oostrom, J. K., & de Vries, R. E. (2022). HEXACO personality and organizational citizenship behavior: A domain-and facet-level meta-analysis. *Human Performance*, 34(2), 126-147.
- Qolizadeh, Mansour; Rashid, Mohammadian Saravi, Mohsen. (2021). Presenting the human resources development model focusing on productivity in the country's tax affairs organization using the structural equations approach, *Innovation and Value Creation Quarterly*, 19 (10), 185-204.
- Safari, Haider; Rashid, Mohammadian Saravi, Mohsen. (2021). Presenting the talent management model focusing on the technical, human and perceptive capabilities of managers in the social security organization, *Innovation and Value Creation Quarterly*, 19 (11), 169-184.
- Segers, J., Inceoglu, I., Vloeberghs, D., Bartram, D., & Henderickx, E. (2008). Protean and boundaryless careers: A study on potential motivators. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 212–230.
- Ting, Q. H., Lew, T. Y., Goi, C. L., Sim, A. K., & Gim, G. C. (2023). Psychological capital and employee engagement as predictors of organisational citizenship behaviour in the industrial revolution 4.0 era: transfer of training as a mediator. *Current Psychology*, 1-24.
- Udin, U. D. I. N., & Yuniawan, A. (2020). Psychological capital, personality traits of big-five, organizational citizenship behavior, and task performance: Testing their relationships. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (Jafeb)*, 7(9), 781-790.



Zettler, I., Thielmann, I., Hilbig, B. E., & Moshagen, M. (2020). The nomological net of the HEXACO model of personality: A large-scale meta-analytic investigation. *Perspectives on Psychological Science*, 15, 723–760.



ارائه مدلی برای توسعه ابزارهای سیاستی در حمایت از فناوری‌های خط و زبان در فضای مجازی

* حبیب‌الله اصغری * ** فاطمه مستاجر خیرخواه

* پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، تهران، ایران.

habib.asghari@ictrc.ac.ir

** پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، تهران، ایران.

kheirkhah@ictrc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۳۰

چکیده

فناوری‌های زبانی یکی از مؤلفه‌های اقتدار ملی در فضای مجازی است که حفظ و ارتقاء آن از وظایف اصلی دولت‌هاست. در چشم‌انداز رو به توسعه و تحول فضای مجازی، نقش سیاست‌های حمایتی دولت‌ها در این حوزه، ضرورتی انکارناپذیر می‌نماید. کشورهای مختلف برنامه‌های متعددی با هدف صیانت از خط و زبان خود تدوین نموده‌اند. این سیاستگذاری‌های حمایتی، غالباً با هدف توسعه ابزارهای کاربردی در زمینه‌های مختلف مانند گردشگری، سلامت، آموزش و یا دیگر حوزه‌های عمومی تبیین و تدوین شده‌اند. در این مقاله به بررسی رویکردهای نوآورانه اتخاذ شده توسط دولت‌ها جهت حمایت از فناوری‌های زبانی در فضای مجازی می‌پردازیم. در این راستا ابتدا نقشه راه و اسناد منتشر شده و شیوه‌های توسعه ابزارهای زیرساختی و محصولات کاربردی در حوزه حمایت از خط و زبان در کشورهای هند، ایالات متحده آمریکا، ولز، اسپانیا و اتحادیه اروپا از جوانب مختلف در یک مطالعه محک زنی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در نهایت از دستاوردهای حاصل از این مطالعه، با بررسی نقاط مشترک و مواردی که قابلیت اجرا در مورد زبان فارسی را دارند جهت ارائه راهکارهای مناسب برای تدوین یک سند راهبردی ملی در حمایت از خط و زبان فارسی استفاده گردیده است.

واژه‌های کلیدی: پردازش زبان طبیعی، فناوری‌های زبانی، توسعه خط و زبان فارسی، ابزارهای سیاستی حمایت از خط و زبان.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

پردازش زبان طبیعی، به علم فهم عمیق خودکار مهم‌ترین تولید بشر (زبان) با کمک کامپیوتر اطلاق می‌شود. فناوری زبانی به عنوان یک مفهوم فراگیر، بسیاری از کاربردهای مختلف مرتبط با زبان را در برمی‌گیرد. به عنوان نمونه ترجمه ماشینی، تشخیص و پردازش صوت، تحلیل و استخراج اطلاعات از داده‌های متنی از جمله زیرشاخه‌های پردازش زبان محسوب می‌گردد. رشد روزافزون استفاده از اینترنت و نیاز هر چه بیشتر به برقراری ارتباطات برخط، نیاز به سیستم‌های ترجمه ماشینی

زبان و خط هر کشور از جمله دارایی‌های فرهنگی و نیز میراث ارزشمند بشری به شمار می‌رود. در سال‌های اخیر، با رشد فناوری اطلاعات و همچنین با توجه به گسترش اینترنت، مرزهای تاثیرگذاری خط و زبان از مرزهای جغرافیایی فراتر رفته است. علاوه بر این، تاثیرپذیری خط و زبان از دیگر فرهنگها نیز به واسط حذف مرزهای فرهنگی دو چندان شده است. لذا دولت‌ها توجه ویژه‌ای به حمایت از خط و زبان در فضای مجازی معطوف داشته‌اند.

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: حبیب‌الله اصغری Habib.asghari@ictrc.ac.ir

بلندمدت و همگانی و در راستای مأموریت‌های حاکمیتی خود، به صورت هدفمند و برنامه‌ریزی شده در برخی حوزه‌های موردنظر سرمایه‌گذاری می‌کند. بر این اساس می‌توان عوامل اساسی حمایت دولتها از حوزه فناوری‌های زبانی در فضای مجازی را بدین صورت بیان کرد:

با توجه به فضای فعلی و آتی که در آن فناوری اطلاعات و ارتباطات بستر اغلب فعالیت‌های بشری را تشکیل داده یا خواهد داد، قاعداً نداشتن دیدگاهی راهبردی، معادل آن است که فضای بازی به نفع زبانها و فرهنگهای دیگر واگذار شود. نتیجه آنکه صنعت فناوری‌های زبانی یکی از مؤلفه‌های اقتدار ملی در فضای مجازی است که حفظ و ارتقاء آن حکم نانوشته‌ای است که برخی کاملاً آگاهانه از آن بهره‌برداری می‌نمایند و دیگران منفعل، عملاً در روندهای مدیریت‌شده دیگران آگاه، منافع عمده و بلندمدت خود را از دست می‌دهند.

عامل دیگر، لزوم توسعه و تولید ابزارهای زیرساختی برای نیل به اهداف کلان‌تر است. به عبارت دیگر، وابستگی صنعت تکنولوژی زبان به ابزارهای پایه‌ای و پیکره‌ها که عموماً فاقد جذابیت اقتصادی برای بازگشت سرمایه هستند، دولت‌ها را مجاب به حمایت از این بخش به منظور توسعه این ابزارها نموده است. این ابزارها پس از رسیدن به استانداردهای کیفی لازم توسط دولت‌ها به صورت رایگان یا با قیمت ارزان در اختیار دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی و شرکت‌های فعال در این زمینه قرار داده می‌شوند. در واقع از این منظر، دولت‌ها نقش رابط و تسهیل‌کننده را برای حرکت از توسعه ابزارهای زیرساختی به سمت تولید و توسعه سیستم‌های کلان مرتبط با پردازش زبان طبیعی ایفا می‌کنند. حمایت‌های دولت‌ها از پردازش زبان طبیعی از این زاویه را می‌توان در قالب نقش تعریف شده حمایت آنها از زبان ملی تفسیر نمود.

با توجه به نکات ذکر شده در این مقاله تلاش می‌گردد تا مجموعه‌ای از مدل‌های حمایت از خط و زبان در فضای مجازی را در کشورهای منتخب شامل هندوستان، ایالات متحده آمریکا، ولز، اسپانیا و اتحادیه اروپایی مورد بررسی قرار گیرد. برای این منظور نقشه راه و اسناد منتشر شده و

جهت شکستن موانع زبانی پیش روی افراد و سازمان‌ها را برای برقراری ارتباط مؤثرتر بیش از پیش روشن نموده است. گزارش سال ۲۰۱۳ انجمن فناوری زبان اروپا (ELT)^۱ عامل تنوع زبانی این اتحادیه را یکی از موانع پیش روی ایجاد یک بازار متمرکز دیجیتال در این اتحادیه معرفی کرده است. در این گزارش تأکید شده است موانع زبانی موجب کوچک شدن بازار بزرگ دیجیتال اتحادیه اروپا با بیش از ۵۰۰ میلیون مشتری به بخش‌های کوچکتر با حداکثر ۷۰ تا ۸۰ میلیون مشتری شده است (کام، ۲۰۱۳). از این رو، سیستم‌های ترجمه ماشینی یکی از بازارهای رو به رشد در این اتحادیه در سال‌های پیش رو در نظر گرفته شده است. دیگر کشورهای جهان نیز بر اساس همین استدلال توجه ویژه‌ای به این امر معطوف داشته‌اند.

با وجود بازار رو به رشد صنایع مرتبط با پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی، سرمایه‌گذاری بخش دولتی در کنار بخش خصوصی در بسیاری از کشورهای دنیا در این صنعت قابل مشاهده است و این به دو دلیل عمده صورت می‌گیرد: امنیت ملی و تحریک بازار. دولت‌ها به نمایندگی از مردم، خود را موظف می‌دانند به گونه مؤثر و مستقیم در بحث‌های مرتبط با امنیت ملی وارد شوند. بحث تحریک بازار نیز در شرایطی مطرح می‌گردد که شرکت‌های خصوصی به دلایل اقتصادی، انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری را نداشته باشند. در این صورت دولت خود را موظف می‌داند با توجه به ضرورت و زیرساختی بودن، به این عرصه وارد شده و این فقدان را جبران نماید.

در این موارد، دولت‌ها به شیوه‌ها و رویه‌های مختلفی روی می‌آورند که ساده‌ترین آن، حضور مستقیم خود دولت برای انجام این مجموعه فعالیت‌هاست. نگاه دیگر، دیدگاه حمایتی به سایر بخش‌ها برای ورود به زمینه مورد نظر است که هم می‌تواند در قالب جبران بخشی از هزینه‌های شرکت‌ها مدنظر قرار گیرد و هم با ایجاد مشوق‌هایی مانند معافیت‌های مالیاتی، سهل‌گیری‌های قانونی و غیره، جذابیت‌هایی را برای شرکت‌ها فراهم آورد. نگاه سوم نیز نوعی نگاه سرمایه‌گذاری است که دولت به خاطر منافع

1. European Language Technology (ELT)



توسعه ابزارهای سیاستی در حمایت از فناوری‌های حمایت از خط و زبان فارسی در فضای مجازی امری ضروری است. این سند می‌تواند به توسعه پردازش زبان طبیعی در مورد زبان فارسی که همچون دیگر زبان‌های غیر انگلیسی، با محدودیت‌هایی از جمله کمبود پیکره‌ها و منابع داده‌ای و عدم وجود ابزارهای زیرساختی دارای کیفیت و استانداردهای لازم روبرو است، کمک شایانی بنماید. پردازش زبان طبیعی دارای پتانسیل بالایی در بهبود شاخص‌های علمی و اقتصادی، مانند تولید دانش، توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، پتانسیل جذب نیروی کار دانش‌پایه و تعریف پروژه‌هایی در سطح ملی است. توجه به سیاست‌ها و رویکردهای دولت‌های مختلف در حمایت از این میراث فرهنگی می‌تواند در تبیین راهبردهای حاکمیتی جهت حمایت و ارتقاء خط و زبان فارسی در محیط سایبری راهگشا باشد. فناوری زبانی در کشورهای مختلف به شکل‌های مختلفی مورد حمایت حاکمیت قرار گرفته‌اند. از آنجمله می‌توان به سیاست‌های ترویج پژوهش، استانداردسازی، آموزش و پرورش و تقویت همکاری اشاره نمود.

در برنامه‌های ملی توسعه، توجه ویژه‌ای به خط و زبان ملی معطوف می‌گردد (استابلز، ۱۹۹۷). تحقیقات مختلفی برای احیا و ارتقای خط و زبان با استفاده از ابزار فناوری در دیگر کشورها انجام شده است که از آن جمله می‌توان به (وارشاور، ۱۹۹۸)، (کلیر، ۲۰۱۰) و (اونگ، ۲۰۲۱) اشاره نمود. حفظ زبان‌های ملی به قدری دارای اهمیت است که یونسکو نیز در این حوزه وارد شده و سال ۲۰۱۹ را به عنوان سال زبانهای محلی قرار داده است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

هدف اساسی این پژوهش، تبیین روابط بین نهادهای اصلی تاثیرگذار در توسعه و نیز صیانت از خط و زبان ملی در فضای مجازی است. به بیان دیگر، استخراج شیوه تعامل میان ذینفعان حقوقی در حاکمیت می‌تواند در توسعه یک سیاستگذاری ملی ارتقای خط و زبان فارسی کمک نماید. همچنین دیگر هدف این پژوهش، بررسی طرح‌ها و سیاست‌های اساسی اجرا شده در دیگر کشورها به منظور اقتباس و نیز بومی‌سازی آنها در ایران است.

در دسترس دولت‌ها و نیز مقالات علمی موسسات علمی و پژوهشی مرتبط مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت با در نظر گرفتن عوامل مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی حاکم به عنوان درس‌های آموخته از این مطالعات، به تدوین راهبردهای حمایت از خط و زبان فارسی در حوزه فضای مجازی می‌پردازیم.

۲- مبانی نظری و پیشینه

بررسی سیاست‌های توسعه کشورها نشان می‌دهد که در کنار توجه به توسعه فناوری، توسعه فرهنگ با استفاده از ابزار فناوری نیز به صورت ویژه مورد توجه حاکمیت قرار دارد. خط و زبان در هر کشور از اجزای اصلی فرهنگ ملی به شمار می‌روند. از این رو ضروری است تا از این نشانه‌های اساسی فرهنگ صیانت صورت گیرد (کازدن، ۲۰۰۳).

بهره‌مندی از فناوری‌های پیشرفته در حوزه‌های مرتبط با خط و زبان امری ضروری است. امروزه ارتباطی جدایی ناپذیر فیمابین فناوری اطلاعات و مقوله خط و زبان در هر کشور به وجود آمده است. فناوری اطلاعات با توسعه ابزارهای گوناگون و با قابلیت‌هایی که دارا است به گسترش و ماندگاری خط و زبان کمک می‌نماید. همچنین خط و زبان ابزار تولید، توسعه و اشاعه محتوا در رایاسپهر است (دیکی کیدیری، ۲۰۰۷).

با توجه به مطالب ذکر شده در بخش قبلی و با توجه به بند دوم ماده الحاقی ۴۱ برنامه هفتم توسعه کشور، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهور مکلف است با همکاری فرهنگستان زبان و ادب فارسی و وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، ارتباطات و فناوری اطلاعات و علوم، تحقیقات و فناوری با نظارت مرکز ملی فضای مجازی در طی اجرای برنامه، اقدامات لازم را در خصوص تأمین و تقویت زیرساخت‌های فناورانه توسعه خط و زبان فارسی در فضای مجازی (از قبیل پیکره‌بندی داده، پردازش زبان طبیعی، واژه‌سازی، واژه‌پردازی، خط و قلم، مترجم‌ها، مبدل‌ها، تشخیص صدا و دستیار صوتی) انجام دهد. «تاکید بر اهمیت تکنولوژی‌های زبانی در فضای مجازی و حمایت دولت‌ها از این حوزه، تبیین یک سند راهبردی و ملی در

شرکت‌های تجاری فعال در این برنامه توسعه داده شده‌اند. این ابزارها شامل طیف وسیعی از سیاستگذاری‌های پایه‌ای تا کاربردی مرتبط با زبان مانند افزونه‌های برنامه MSWord تا ابزارهای غلط‌گیر املائی، فونت‌ها و غیره هستند (کومار و گوپال، ۲۰۱۰).

برنامه TDIL به صورت سالانه اطلاعات مرتبط با محصولات، ابزارها، خدمات، فعالیت‌ها و دستاوردهای مرتبط با فناوری زبان هندی را به صورت پیوسته از سال ۲۰۰۰ از طریق انتشار یک نشریه در اختیار پژوهشگران و افراد مرتبط با این حوزه تحقیقاتی قرار می‌دهد.

▪ اهداف مدل حمایت هند:

هدف اصلی این پروژه، توسعه ابزارها و فناوری‌های مرتبط با پردازش اطلاعات جهت توسعه امکان تعامل انسان و ماشین بدون موانع زبانی، ایجاد دسترسی به منابع چندزبانه دانش و ادغام آن‌ها برای توسعه محصولات و سرویس‌های نوآورانه بیان شده است. همچنین ارتقای استانداردهای مرتبط با فناوری زبان از طریق ارتباط مؤثر با مجامع بین‌المللی و ملی مرتبط با استانداردسازی مانند ایزو، یونیکد و کنسرسیوم جهانی وب^۲ در این برنامه پیش‌بینی شده است.

همچنین مقرر گشته است محصولات (خروجی‌های) مرتبط با این برنامه بلندمدت شامل فونت‌ها، پیکره‌ها و دیکشنری‌های توسعه داده شده به صورت رایگان در اختیار عموم قرار گیرند (کومار و گوپال، ۲۰۱۰).

▪ برنامه‌های مدل حمایت هند:

برنامه جامع وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات هند شامل هفت بخش اصلی به شرح ذیل برای توسعه ابزارهای فناوری زبانی است:

الف - توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی (MAT):
بخش توسعه ترجمه ماشینی (MAT^۳) در برنامه TDIL شامل توسعه فناوری‌های مرتبط در سه زیربخش هستند. بخش اول شامل توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی انگلیسی به شش زبان محلی هندی شامل هندو، اردو، تامیل، بنگالی، اوریا و مراتی است. با توجه به هدف اولیه

این پژوهش از تحقیق مروری بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای بهره می‌گیرد که در آن بررسی و تحلیل متغیرهای پژوهش از طریق موردکاوی صورت گرفته است. بدین ترتیب که سیاست توسعه چند کشور منتخب (شامل کشورهای هند، ایالات متحده آمریکا، ولز، اسپانیا و اتحادیه اروپا) در حوزه اسناد و برنامه‌های راهبردی و ملی در حمایت از خط و زبان در فضای مجازی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته و بر اساس آن اطلاعات مربوط به این برنامه‌ها و نحوه سیاست‌گذاری‌های حاکم بر این حمایت‌ها در هر کشور استخراج گردیده است. این اطلاعات از اسناد ملی منتشر شده توسط این دولت‌ها و مقالات پژوهشی منتشر شده توسط محققان این کشورها بصورت موردی بدست آمده است. سپس بر مبنای موردکاوی انجام گرفته ابزارهای سیاستی متناسب برای حمایت از خط و زبان فارسی در فضای مجازی پیشنهاد گردیده است.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- مدل حمایتی هندوستان

دپارتمان الکترونیک و فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات کشور هندوستان به‌عنوان متولی فناوری اطلاعات در این کشور از سال ۱۹۹۱ پروژه توسعه فناوری برای زبان‌های هندی^۱ (TDIL) را آغاز نموده است. با توجه به تنوع فرهنگی و زبانی در کشور هندوستان (وجود ۲۲ زبان به رسمیت شناخته شده در قانون اساسی و ۱۲ خط نوشتاری متفاوت در این کشور)، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات هندوستان در پروژه TDIL با توسعه ابزارها و تکنیک‌های پردازش اطلاعات جهت افزایش نفوذ فناوری اطلاعات در بین اقشار مختلف مردم و تسهیل تعامل انسان و ماشین را بدون موانع زبانی پایه‌ریزی نموده است. تمرکز این مدل بر هفت ابتکار اصلی بود: منابع دانش، ابزارهای دانش، سیستم‌های پشتیبانی ترجمه، سیستم‌های رابط ماشین انسانی، محلی‌سازی، استانداردسازی و توسعه منابع انسانی فناوری زبانی (ویکاس، ۲۰۰۱). طی فرآیند حمایت از پروژه‌های مرتبط با تکنولوژی زبانی در TDIL، مجموعه‌ای از ابزارهای کاربردی با مشارکت موسسات تحقیقاتی و

2. World-wide-Web consortium (W3C)
3. Machine Aided Translation (MAT)

1. Technology Development for Indian Languages



ه - توسعه سیستم متن به گفتار برای زبان‌های هندی^۳:
در این پروژه کنسرسیومی متشکل از چندین موسسه جهت توسعه سیستم تبدیل متن به گفتار برای شش زبان هندی به ویژه با هدف تسهیل مشارکت افراد نابینا تشکیل شده است.
و - توسعه سیستم تشخیص گفتار برای زبان‌های هندی^۴:
توسعه فناوری جهت تشخیص گفتار به زبان‌های هندی توسط رایانه است.

ز - توسعه سیستم ترجمه ماشینی برای زبان سانسکریت:
این زبان به نوعی زبان آئینی و باستانی هند محسوب می‌گردد.

■ چالش‌های مدل حمایت هند:

برنامه TDIL برای دستیابی به اهداف خود با چالش‌هایی نیز روبرو بوده است. یکی از چالش‌های اصلی عدم استانداردسازی در تمامی سطوح است. این امر منجر به توسعه ابزارها و فناوری‌هایی شده است که با یکدیگر قابل همکاری نیستند و ادغام آنها را در یک سیستم دشوار می‌کند.

چالش دیگر فقدان منابع زبانی کافی است. توسعه ابزارهای فناوری زبان به حجم زیادی از داده‌ها مانند پیکره‌های متنی، پیکره‌های گفتاری و واژگان نیاز دارد. با این حال، در دسترس بودن چنین منابعی برای بسیاری از زبان‌های هندی محدود است و توسعه ابزارهای فناوری زبان برای این زبان‌ها را دشوار می‌سازد.

برنامه TDIL همچنین از نظر بودجه و پایداری با چالش‌هایی روبرو بوده است. این برنامه به منابع مالی قابل توجهی برای توسعه و نگهداری ابزارها و منابع فناوری زبان نیاز دارد.

در نهایت بطور اجمال می‌توان به نکات اساسی که در طرح‌های حمایتی کشور هند در این حوزه وجود دارد بصورت زیر اشاره کرد:

- اهمیت ارتباط با مجامع و سازمانهای بین‌المللی در این حوزه
- دسترسی عموم به نتایج حاصل از طرح‌ها به منظور توسعه سریع این حوزه در بین شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی

این برنامه که فراهم‌سازی امکان استفاده مردم هند از محتوای فضای فناوری اطلاعات به زبان خود است، این بخش به منظور ترجمه محتوای انگلیسی به زبان‌های محلی با تشکیل یک کنسرسیوم ایجاد شده است. برای این منظور چهار تکنولوژی ترجمه ماشینی مختلف ترکیب شده و سیستم جامعی تحت نام Anuvadak را تشکیل می‌دهند. در فاز اول این بخش، توسعه این سیستم در حوزه گردشگری مدنظر قرار گرفته شده است.

بخش دوم، توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی انگلیسی به زبان‌های هندی با استفاده از فناوری Angla-Bharti را در بر می‌گیرد. این یک متدولوژی ترجمه ماشینی است که با مشارکت چهار موسسه مختص ترجمه انگلیسی به زبان‌های هندی طراحی شده است.

بخش سوم توسعه سیستم ترجمه ماشینی برای ترجمه زبان‌های هندی به زبان‌های دیگر (Sampark) است. در این بخش، توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی برای ترجمه زبان‌های محلی هندی به یکدیگر با استفاده از سیستم‌های یادگیری ماشین آماری پیش بینی شده است.

ب - توسعه سیستم‌های دسترسی به اطلاعات چند زبانه^۱:
این سیستم‌ها کاربران را قادر می‌سازند تا به اطلاعات موجود در زبان دیگری به جز زبانی که پرس‌وجو را وارد نموده‌اند دسترسی پیدا کنند. به بیان روشن‌تر، سیستم قادر به ترجمه پرس‌وجوی کاربر و بازیابی اطلاعات در زبان‌های دیگر به جز زبان مبدأ است. این پروژه نیز به صورت کنسرسیوم و با مشارکت یازده موسسه آغاز شده است و حوزه‌های گردشگری و سلامت را پشتیبانی می‌نماید.

ج - توسعه سیستم بازشناسی و تحلیل اسناد (OCR):
هدف این سیستم تبدیل اسناد اسکن شده به فایل‌های قابل ویرایش در زبان‌های هندی است. قابلیت کارکرد در پانزده زبان محلی برای این پروژه پیش‌بینی شده است.

د - توسعه سیستم تشخیص برخط دستخط^۲:
در این پروژه هفت موسسه جهت تشخیص برخط دستخط به منظور تسهیل فرآیند ورود متن و اطلاعات در هشت زبان هدف، همکاری می‌کنند.

3. Text to Speech System (TTS)
4. Automatic Speech Recognition (ASR)

1. Cross-lingual Information Access (CLIA)
2. On-line handwriting recognition system (OHWR)

در راستای هدف تسهیل استفاده از زبان ولزی در امور روزمره، در سال‌های اخیر دولت این کشور تعاملاتی با شرکت‌های بین‌المللی مانند گوگل و مایکروسافت به منظور حمایت از این زبان در محیط‌هایی مانند سیستم عامل ویندوز، برنامه کاربردی MS Office و محیط Gmail انجام داده است. در همین راستا حمایت‌های مالی و فکری از پروژه‌های مرتبط با این حوزه مانند پروژه‌های خطایاب، ترجمه ماشینی و تولید دیکشنری و تبدیل متن به گفتار به زبان ولزی توسط دولت انجام گرفته است.

▪ برنامه‌های مدل حمایت ولز:

کارگروه فناوری زبان ولزی و رسانه‌های دیجیتال^۳ شامل نمایندگان موسسات آموزشی، مراکز تحقیقاتی، تهیه‌کنندگان تلویزیونی و خبرنگاران حوزه محتوای دیجیتال و فناوری، یک برنامه در حوزه خط و زبان ولزی ترتیب داده‌اند. حوزه‌های تمرکز این برنامه عملیاتی شامل موارد زیر است:

- بازاریابی و آگاهی‌دهی
- ایجاد انگیزه در شرکت‌های اصلی فعال در این حوزه
- تشویق برای توسعه برنامه‌های کاربردی و خدمات دیجیتال مرتبط با حوزه زبان
- ایجاد انگیزه جهت تولید، اشتراک‌گذاری و استفاده از محتوای زبان ولزی
- حمایت از اقدامات مثبت در بخش دولتی و خصوصی در سال‌های بعدی یعنی از سال ۲۰۱۷ و با پیاده‌سازی برنامه جدید، این حوزه‌ها شامل موارد زیر گردید:

- فناوری گفتاری زبان ولزی
 - ترجمه به کمک کامپیوتر
 - هوش مصنوعی مکالمه‌ای
- نتیجه پایش و ارزیابی پیوسته این برنامه عملیاتی توسط این کارگروه به اطلاع وزیر آموزش و پرورش ولز می‌رسد. در ادامه برنامه‌ها و نیازمندی‌های بخش دولتی در هریک از این حوزه‌ها به اختصار بیان شده است.

الف-بازاریابی و آگاهی‌دهی:

تحقیقات دولت ولز نشان می‌دهد علیرغم تلاش‌های دولت جهت افزایش نفوذ زبان ولزی در محیط دیجیتال مانند

- استفاده از توان شرکت‌های داخلی به صورت کنسرسیوم در بخش‌های مختلف طرح
- توسعه امکانات ترجمه ماشینی به زبان انگلیسی جهت ارتقا تعاملات افراد هندی زبان با جامعه بین‌الملل
- حفظ اسناد موجود به زبانهای هندی
- برنامه‌ریزی بلندمدت و اختصاص بودجه مناسب

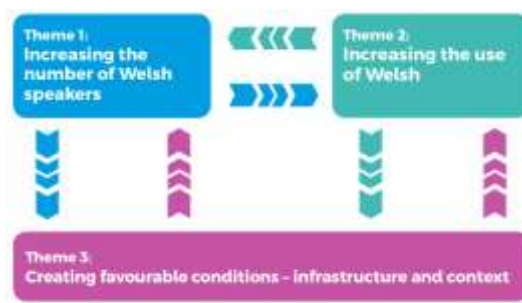
۴-۲- مدل حمایتی ولز

طبق چشم‌انداز دولت ولز آن‌گونه که در سیاست استراتژیک این کشور برای سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷ تحت عنوان «یک زبان زنده، یک زبان برای زندگی»^۱ و از سال ۲۰۱۷ به بعد تحت عنوان Cymraeg 2050: یک میلیون ولزی زبان، تبیین شده است.

▪ اهداف مدل حمایت ولز:

دولت یک مجموعه برنامه به منظور رشد این زبان و افزایش کارکرد آن در بخش‌های مختلف زندگی مردم این کشور ترتیب داده است. در واقع امکان دسترسی ولزی زبانان به فناوری‌هایی که استفاده از زبان ولزی را در جنبه‌های مختلف زندگی تسهیل نماید، جزء اهداف دولت در حمایت از تکنولوژی پردازش زبان است (Welsh language action plan, 2013).

در سال ۲۰۱۵ دولت این کشور تا سقف یکصد هزار یورو از پروژه‌های شاخص^۲ حمایت نموده است. همچنین معمولاً خط مشی دولت ولز حمایت مالی از شرکت‌ها پس از انجام پروژه است (Welsh language action plan, 2013).



شکل ۱. اهداف دولت ولز در طرح‌های حمایتی از فناوری‌های زبانی

1. A living language: a language for living
2. Ambitious Infrastructural Projects

3. Digital Media Group



■ ایجاد تضمین در سهولت تولید محتوا به زبان ولزی در محیط سیستم و نرم افزارهای آن‌ها

■ ایجاد اطمینان از اینکه کاربر به‌سادگی قادر به یافتن محتوای ولزی است

■ حمایت از زبان ولزی در محیط نرم‌افزارهای خود

ج-تشویق توسعه برنامه‌های کاربردی و خدمات مرتبط:

علاوه بر برنامه دولت جهت همکاری با شرکت‌های بزرگ به منظور پشتیبانی از زبان ولزی، دولت به توسعه و حمایت از برنامه‌های کاربردی کوچک‌تر برای توسعه زبان ولزی در آن‌ها علاقه‌مند است. بنابراین در پی حمایت مالی از پروژه‌هایی است که ولزی‌زبانان را قادر به دستیابی به اطلاعات به زبان ولزی با استفاده از آخرین فناوری‌های روز نماید.

توسعه دهندگان جهت تولید و توسعه نرم افزارهای مرتبط با زبان ولزی نیازمند استفاده از طیف وسیعی از زیرساخت‌ها و فناوری‌های مرتبط با این زبان هستند. این فناوری‌ها شامل تبدیل متن به گفتار، تشخیص صوت، ترجمه ماشینی و ... است. این فناوری‌ها زیرساخت لازم جهت تسهیل توسعه ابزارهای مرتبط با زبان ولزی را فراهم می‌نمایند. همچنین در بلند مدت برای اطمینان از وجود تعداد کافی متخصص ولزی زبان برای توسعه زیرساخت فناوری زبانی، دولت قصد ایجاد انگیزه در جوانان برای فعالیت در حوزه علوم مرتبط با کامپیوتر و برنامه نویسی را دارد. لذا اقدامات زیر را در برنامه خود قرار داده است:

■ حمایت مالی از ابزارهای ولزی در پلتفرم‌های مختلف

■ حمایت مالی از پروژه‌های زیرساختی (سیستم‌های تبدیل متن به گفتار، تشخیص صوت، ترجمه ماشینی و ...) منجر به توسعه ابزارها و نرم‌افزارهای ولزی.

■ حمایت مالی از طرح‌های ایجاد مهارت برنامه‌نویسی در جوانان

د-ایجاد انگیزه جهت تولید، اشتراک‌گذاری و استفاده از محتوای زبان ولزی:

دولت ولز یک عامل اساسی در رابطه با بقاء و نشاط و چالاکی زبان ولزی را میزان محتوای تولید شده و به اشتراک گذاشته شده می‌داند، لذا در پی تسهیل تولید و به

برنامه‌های کاربردی و محیط وب، مردم این کشور حدود یک درصد از زمان خود در محیط وب را به گشتن در سایت‌های ولزی زبان اختصاص می‌دهند. همچنین این آمار برای برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی به ترتیب ۶ و ۱۵ درصد است. با توجه به این آمار و ارقام، دولت یک هدف اساسی خود در این برنامه عملیاتی را افزایش آگاهی مردم از فناوری‌ها و محتوای در دسترس آن‌ها به زبان ولزی اختصاص داده است. بنابراین نقاط هدف دولت شامل موارد زیر است:

■ سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مرتبط با افزایش نرخ آگاهی مردم از نرم‌افزارها، سرویس‌های آنلاین، ابزارهای تولید محتوا به زبان ولزی

■ توسعه استراتژی بازاریابی برای حمایت از نرم افزارها و سرویس‌های موجود به زبان ولزی

■ همکاری با ذینفعانی مانند BBC و ... برای ترویج کاربری زبان ولزی

■ تاکید بر ایجاد سهولت در انتخاب زبان ولزی در نرم افزارهای مربوطه

ب-ایجاد انگیزه در شرکت‌های پیشرو:

هدف دولت ولز تسهیل امکان مشارکت ولزی‌زبانان در فضای دیجیتال از طریق زبان ولزی است. دولت برای تحقق این امر، پشتیبانی هر چه بیشتر شرکت‌های سرآمد در فضای دیجیتال از زبان ولزی را ضروری می‌داند. به‌همین منظور دولت، شرکت‌های بزرگ از قبیل اپل، مایکروسافت، گوگل و آمازون را تشویق به ارائه واسط کاربری به زبان ولزی در سیستم‌های عامل، نرم افزارها و سرویس‌هایشان جهت امکان انتخاب ساده این زبان می‌نماید. علاوه بر این دولت قصد دارد تا ایجاد محتوایی از قبیل کتاب‌های الکترونیک به زبان ولزی با همکاری شرکت‌های مرتبط مانند Adobe به منظور حل مشکل پشتیبانی از الفبای این زبان در محیط‌های مربوطه را تسهیل نماید. لذا دولت در این بخش شرکت‌های مطرح فناوری را تشویق می‌نماید تا موارد زیر را در محصولات خود برقرار نمایند:

■ ایجاد واسط کاربری ولزی و امکان انتخاب این زبان به صورت ساده و شفاف

برای حمایت از تلاش‌های نوآوری دیجیتال به نفع زبان ولزی، منابع و داده‌های دیجیتال به زبان ولزی بدون محدودیت ایجاد می‌گردد.

ح- تحول دیجیتال در بخش عمومی

زبان ولزی باید بخش جدایی‌ناپذیر از دستورکار تحول دیجیتال در بخش دولتی باشد.

همچنین دولت در طول عمر این طرح، تلاش برای توسعه موارد زیر را نموده است:

- فناوری گفتاری زبان ولزی.
- هوش مصنوعی مکالمه‌ای برای زبان ولزی.
- بهبود تجربه کاربری (UX) برای کاربران فناوری ولزی زبان.

- تشویق شرکت‌های فناوری به استفاده بیشتر از زبان ولزی.
- تسهیلات برای ایجاد بانک داده صدای افراد به زبان ولزی.
- منابع یادگیری فنی مرتبط برای کسانی که ولزی یاد می‌گیرند.

در نهایت بطور اجمال می‌توان به نکات اساسی که در طرح‌های حمایتی کشور ولز در این حوزه وجود دارد بصورت زیر اشاره کرد:

- با توجه به جمعیت اندک ولزی زبانان سیاست اصلی برنامه‌های حمایتی دولت در راستای توسعه این زبان در فضای مجازی است.

▪ افزایش تعاملات با شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی این حوزه

▪ سرمایه‌گذاری در حوزه تولید محتوا به زبان ولزی با استفاده از تکنولوژی‌های زبانی

▪ سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش و تربیت افراد متخصص در حوزه‌های مرتبط

▪ برنامه‌ریزی بلند مدت و تخصیص بودجه

۴-۳- مدل حمایتی ایالات متحده آمریکا

دولت ایالات متحده آمریکا برای بیش از چهار دهه نقش حمایت و توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی را در سرتاسر دنیا ایفا نموده است. پیش از گزارش معروف کمیته آلفاک^۱

اشتراک‌گذاری محتوا به زبان ولزی است. با توجه به اهمیت نسل جوان در این امر، دولت این کشور حمایت مالی از ابتکارات و تشویق نسل جوان در این فعالیت‌ها را در برنامه دارد. در واقع دولت این کشور در پی ایجاد اعتماد و مهارت در افراد در تمامی رده‌های سنی به منظور ایجاد محتوای آنلاین به زبان ولزی است. اقدامات دولت در این بخش شامل موارد زیر است:

- سهولت امکان تولید محتوای دیجیتال برای ولزی زبانان در وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی با حمایت مالی از تولید ابزارهای مرتبط
- ایجاد مهارت جهت تولید محتوای آنلاین از طریق حمایت مالی از ابتکارات

▪ تشویق و حمایت از فعالیت‌های جوانان به منظور تولید محتوا، حمایت از طرح‌های ویکپدیا در آموزش به ولزی زبانان و افزایش سطح آگاهی با اضافه نمودن مطالب به ویکی‌پدیا، کسب اطمینان از در دستور کار قرار گرفتن زبان ولزی در بخش دیجیتال دولت ولز

▪ تشویق و حمایت از سازمان‌ها و مجتمع‌های مرتبط با زبان ولزی به منظور افزایش نرخ استفاده از فناوری و ایجاد برنامه‌های آموزشی

ه- حمایت از اقدامات مثبت دولتی و خصوصی:

این بخش از سیاست دولت برای حمایت از زبان ولزی شامل دو بخش استفاده از این زبان در محیط کار و خدمات عمومی است. در رابطه با استفاده از زبان ولزی در محیط کار، دولت در پی اجبار سازمان‌ها و شرکت‌ها برای تسهیل استفاده کارمندان از زبان ولزی از طریق ایجاد نرم‌افزارها و فناوری‌های مرتبط است. همچنین دولت در رابطه با خدمات عمومی، بخش‌های مختلف را مکلف به ارائه خدمات به زبان ولزی و تسهیل استفاده از این زبان در محیط‌های مرتبط نموده است.

و- ایجاد و حفظ زیرساخت دیجیتال

اطمینان از وجود زیرساخت‌های دیجیتالی لازم برای زبان ولزی، مانند تبدیل گفتار به متن، ترجمه ماشینی، مجموعه‌های داده مرتبط و بزرگ، یادگیری ماشین، و غیره.

ز- توسعه فرهنگ نوآوری باز

1. Automatic Language Processing Advisory Committee (ALPAC)



یکی از مهم‌ترین سیاست‌های آمریکا در رابطه با سیستم‌های ترجمه ماشینی پروژه GALE^۳ در ۲۰۰۶ بوده است. این پروژه توسط سازمان پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته‌ی دفاعی^۴ (DARPA) تعریف شده و هدف از آن توسعه سیستمی است که بتواند بصورت خودکار شبکه‌های خبری، اسناد متنی و دیگر اشکال ارتباطی را ذخیره و ترجمه نماید و اطلاعات آن‌ها را به زبان انگلیسی در اختیار قرار دهد (کوهن، ۲۰۰۷). تمرکز اولیه این پروژه پایش اخبار و ترجمه آن از دو زبان عربی و چینی بوده است. این پروژه دارای سه بخش اصلی شامل تشخیص خودکار صوت برای پردازش اطلاعات گفتار، ترجمه ماشینی برای اسناد غیر انگلیسی و سیستم واکنشی استخراج بخش‌های مهم اطلاعات مرتبط با پرس‌وجوی وارد شده است.

هدف اولیه مطرح شده در این پروژه همکاری با سه گروه از محققان از IBM، SRI و BBN بوده است که طی دوره اجرای پروژه عملکرد هر گروه به صورت سالانه بررسی شده و در صورت لزوم تیم دارای کمترین کیفیت از روند پروژه حذف می‌شود. همچنین امکان توقف کلی پروژه پیش از اتمام آن در صورت عدم کسب موفقیت‌های برنامه‌ریزی شده، در طرح اولیه پیش‌بینی شده است (الیو، کریستینسون، مک‌کاری، ۲۰۱۱)

هدف GALE رسیدن به دقت بین ۹۰ تا ۹۵ درصد در ترجمه چینی و عربی به انگلیسی در ۲۰۱۰ تبیین شده است. همچنین هدف تعریف شده برای این پروژه در سال اول رسیدن به دقت ۶۵ درصد در ترجمه صوت و دقت ۷۵ درصد در ترجمه متن برای دو زبان یاد شده عنوان شده است. تحقیقات DARPA پیش از آغاز پروژه، نمایانگر دقت حدود ۵۵ درصدی سیستم‌های موجود در ترجمه اخبار بوده است. اما DARPA خواستار دقت بیان شده نه تنها در حوزه‌های رسمی مانند خبر، بلکه حوزه‌های محاوره‌ای مانند گپ‌های اینترنتی و مصاحبه‌های تلویزیونی بوده است.

در ۱۹۶۶ دولت بیش از ۱۳ میلیون دلار صرف توسعه چنین سیستم‌هایی نمود (پدتنکه، ۱۹۹۷). اما گزارش کمیته آلپاک در این سال در ارتباط با ارزیابی سیستم‌های ترجمه ماشینی و زبان شناسی رایانشی در آمریکا در آن سال‌ها تردیدهایی را در رابطه با کیفیت و توسعه این سیستم‌ها وارد نمود و منجر به کاهش شدید بودجه دولتی در سال‌های پس از آن در این بخش و تقریباً قطع حمایت دولتی از توسعه این سیستم‌ها در آمریکا شد. پس از انتشار این سند، بخش خصوصی تبدیل به بخش پیشگام در توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی در آمریکا شد. با توجه به جنگ سرد بین ایالات متحده و اتحاد جماهیر شوروی در آن سال‌ها، تمرکز دولت در توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی انگلیسی-روسی بوده است.

گزارش سال ۱۹۹۳ کمیته صنعت و فناوری^۱ شورای هماهنگی علوم، فناوری و مهندسی^۲ دفتر ریاست جمهوری ایالات متحده با عنوان «فناوری ترجمه ماشینی، یک توان کلیدی در عصر اطلاعات» بر لزوم نقش‌پذیری دولت این کشور در توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی به عنوان عنصر شتاب دهنده در توسعه به منظور پیشی گرفتن این کشور در این صنعت از کشور ژاپن به عنوان کشور پیشگام در این صنعت ترجمه در آن سال‌ها، تاکید دارد. همچنین در این سند بر اهمیت این فناوری در دیگر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی مانند سلامت، علوم، فناوری و محیط زیست تاکید شده است. سیاستگذاری، ایجاد هماهنگی و پشتیبانی دولت از این بخش موجب تقویت موضع دفاعی این کشور در مقابل رقیبان عنوان شده است. پیشنهادات این کمیته به دولت به طور مشخص شامل: حمایت از پژوهش، حمایت از توسعه سیستم‌های موجود برای پاسخگویی به نیازمندی‌های دولت، ارزیابی عملکرد سیستم‌های موجود، حمایت از کارگاه‌های آموزشی مرتبط با ترجمه ماشینی و شناسایی نیازمندی‌های جدید بخش خصوصی و دولتی در رابطه با این موضوع است (وایت، ۱۹۹۳).

3. Global Autonomous Language Exploitation
4. Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA)

1. Committee on Industry and Technology
2. Federal Coordinating Council for Science, Engineering and Technology

شکل گرفته است. بر همین اساس از سال ۲۰۱۲ میلادی پرتالی برای مدیریت داده‌های موجود در اتحادیه اروپا در نظر گرفته شده است. داده‌های موجود در این پرتال توسط دولت‌ها و بخش‌های مختلف اتحادیه تولید شده و برای استفاده در اختیار عموم قرار می‌گیرند (رهم و همکاران، ۲۰۲۰).

▪ برنامه‌های مدل حمایت اتحادیه اروپا:

برنامه CEF^۳: برنامه CEF یک برنامه جامع به منظور توسعه شبکه کارآمد و مطمئن در اتحادیه اروپا در حوزه‌های زیرساختی انرژی، حمل و نقل و سرویس‌های دیجیتال است. در بخش مخابرات هدف از این پروژه تسهیل تعاملات بین مرزی برای بخش دولتی، کسب و کارها و شهروندان اروپایی با توسعه یک زیرساخت سرویس‌های دیجیتال^۴ و شبکه‌های پهن باند ایمن با عملکرد مناسب است. سرمایه گذاری انجام شده برای حمایت طرح‌ها تا سال ۲۰۲۷ است. یکی از بخش‌های این برنامه به‌عنوان زیرساخت‌های توسعه دیجیتال اتحادیه، توسعه سیستم‌های ترجمه ماشینی و منابع زبانی شامل ابزارها و واسط‌های برنامه‌نویسی در راستای توسعه سرویس‌های دیجیتال در محیط چند زبانی است.

برنامه H2020: علاوه بر برنامه CEF، توسعه فناوری زبانی در برنامه جامع H2020 اتحادیه اروپا نیز دیده شده است. این برنامه بزرگ‌ترین برنامه تحقیقاتی اتحادیه اروپا از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ با بودجه‌ای نزدیک به ۸۰ میلیارد یورو برای توسعه علم و فناوری در این اتحادیه است. این برنامه جنبه‌های مختلف علوم مانند علوم فضایی، فناوری اطلاعات، سلامت و غیره را در بر می‌گیرد. شاخه فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش علوم نیازمند توسعه سریع‌تر، برای در اختیار گرفتن بازارهای آینده جهانی در این برنامه قرار گرفته است. برنامه عملیاتی ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ از برنامه جامع H2020 شامل ۳۹ بخش در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است که حوزه‌های مرتبط با زبان در سه بخش از این برنامه مورد اشاره قرار گرفته‌اند.



شکل ۲. اهداف پروژه GALE

نکات اساسی که از بررسی طرح‌های حمایتی کشور ایالت متحده می‌توان ذکر کرد:

- به دلیل توسعه مناسب زبان انگلیسی، دولت در این حوزه بطور گسترده‌ای وارد نشده است
- ورود دولت در حوزه‌هایی است که نیازهای امنیتی و سیاسی اقتضا می‌نماید.

۴-۴- مدل حمایتی اتحادیه اروپا

اتحادیه اروپا طی سیاستگذاری‌های هفت ساله FP7^۱ و H2020 و CEF برنامه‌های جامعی جهت حمایت از فناوری‌های مختلف از جمله فناوری زبان شناسی و حوزه‌های وابسته در نظر گرفته است. برنامه جامع FP7 مربوط به سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ میلادی و برنامه جامع H2020 مربوط به سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ است. این حمایت‌ها شامل حوزه‌های مرتبط با زبان مانند ترجمه ماشینی، شناسایی صوت، تولید پیکره، منابع داده‌ای و ... هستند.

▪ اهداف مدل حمایت اتحادیه اروپا:

با توجه به اهمیت از بین بردن مرز میان کشورها به عنوان هدف اولیه تشکیل اتحادیه اروپا، از میان برداشتن مرزهای زبانی میان کشورهای این اتحادیه یکی از اهداف مهم کنونی آن به شمار می‌رود. لذا، توسعه ترجمه ماشینی و حمایت از تولید داده برای استفاده در سیستم‌های مرتبط با فناوری زبان از جمله مهم‌ترین اهداف این اتحادیه هستند (کام، ۲۰۱۳).

استراتژی زنجیره ارزش داده^۲ با هدف ایجاد ارزش افزوده تجاری و اجتماعی در داده بر اساس استفاده، مدیریت و استفاده مجدد هوشمند از منابع داده در اروپا از طریق ترکیب تحقیقات و نوآوری و پیاده‌سازی قوانین مورد نیاز

3. Connecting Europe Facility
4. Digital Service Infrastructures (DSIs)

1. 7th Framework Program (FP7)
2. The Data Value Chain Strategy



برای همه زبان‌های اروپایی با هدف بهبود بازار واحد دیجیتال چندزبانه و ایجاد مشاغل جدید است. پروژه ELG یک پلتفرم مقیاس‌پذیر ایجاد کرده است که شامل ابزارها و خدمات در حال اجرا، مجموعه داده‌ها و منابع است.

ب - ترجمه ماشینی عصبی چند زبانه برای زبان‌های اروپایی (QT21): هدف این پروژه توسعه سیستم ترجمه ماشینی عصبی برای زبان‌های اروپایی است که دقیق، کارآمد و مقیاس پذیر باشد.

ج - پردازش زبان طبیعی برای علوم انسانی دیجیتال (CLARIN): هدف این پروژه توسعه زیرساخت تحقیقاتی برای علوم انسانی دیجیتال است که دسترسی آسان به منابع و ابزار زبان را فراهم می‌کند.

د - برابری زبان اروپایی (ELE^۲): هدف این پروژه ترویج برابری زبان در اتحادیه اروپا با توسعه سیاست‌ها و ابزارهای زبانی است که از چندزبانگی پشتیبانی می‌کند.

در نهایت بطور اجمال می‌توان به نکات اساسی که در طرح‌های حمایتی اتحادیه اروپا در این حوزه وجود دارد به شرح زیر اشاره نمود:

- با توجه به تنوع زبانی در اتحادیه اروپا حمایت از پروژه‌ها در حوزه فناوری‌های زبانی اهمیت خاصی است لذا در اکثرهای برنامه‌های این اتحادیه بخشی برای این حوزه در نظر گرفته می‌شود.

- سرمایه‌گذاری در این حوزه علاوه بر مباحث فرهنگی در حوزه اقتصادی، توسعه و ایجاد کسب و کارها نیز بسیار مناسب است.

۴-۵- مدل حمایتی اسپانیا

دولت اسپانیا برنامه جامع ترویج فناوری زبانی را از سال ۲۰۱۶ آغاز نموده است و در این برنامه ۹۰ میلیون یورو برای ارتقای فناوری زبان هزینه می‌نماید. وزارت ارتباطات اسپانیا به عنوان متولی برنامه، برای اجرای آن یک کمیته راهبری با همکاری سازمان‌های دولتی این کشور ترتیب داده است. این کمیته راهبری شامل دبیرخانه بنگاه‌های کوچک و متوسط، وزارت علوم و تحقیقات، وزارت فرهنگ، وزارت آموزش، فرهنگ و ورزش، بخش آمریکای لاتین وزارت امور

اولین حوزه مرتبط با توسعه فناوری زبان در برنامه عملیاتی مرتبط با توسعه سیستم داده‌ی باز است که در آن بر توسعه سیستم فعلی تاکید شده است. بخش دوم مرتبط با توسعه پردازش زبان طبیعی از برنامه عملیاتی توسعه فناوری اطلاعات در اتحادیه اروپا، مربوط به تحقیقات در حوزه کلان داده‌ها با محوریت توسعه داده‌کاوی و فهم زبانی است. سومین و مهم‌ترین بخش مرتبط با توسعه ابزارهای زبانی از این برنامه عملیاتی تحت عنوان از بین بردن موانع زبانی در این برنامه گنجانده شده است. در این بخش مشابه برنامه جامع CEF، هدف ایجاد محیط یکپارچه دیجیتال با حذف موانع زبانی است. سیستم‌های مدنظر در این بخش باید قابلیت مدیریت حجم بالایی از داده، پردازش انواع مختلف متون و دقت بالا در ترجمه به زبان‌های مختلف اروپایی را دارا باشند. همچنین توسعه سیستم برای ۲۱ زبان اروپایی با اولویت زبان‌های فاقد سیستم ترجمه ماشینی یا دارای سیستم‌های ضعیف در این برنامه مدنظر بوده است. در چشم انداز این برنامه، تمرکز بر حوزه‌های زبانی دارای کیفیت پایین و حوزه‌هایی که توسعه سیستم‌های موجود نیازمند هزینه هنگفت یا داده‌های حجیمی است که در حال حاضر امکان فراهم نمودن آن‌ها نیست، بیان شده است. برای این منظور مبلغ ۱۵ میلیون یورو در ۲۰۱۴ در نظر گرفته شده است (European Comission, 2014).

همچنین برنامه عملیاتی سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ میلادی برنامه جامع H2020، توسعه فناوری زبانی را در سه بخش مدنظر قرار داده است. توسعه فناوری زبانی در این برنامه شامل توسعه سیستم‌های بین زبانی و بین بخشی برای تجمیع داده‌ها و آزمایشات است. در این بخش توسعه یک سیستم هوشمند و یکپارچه به منظور اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات در تمامی اتحادیه اروپا به عنوان هدف مد نظر قرار گرفته است. (European Comission, 2015).

چند مورد از پروژه‌های اجرا شده تحت برنامه جامع H2020 عبارتند از:

الف - پروژه شبکه زبان اروپایی (ELG^۱): هدف آن دسترسی آسان به صدها فناوری زبانی تجاری و غیرتجاری

2. European Language Equality

1. European Language Grid

نزدیکی زبانی) و کمک به بازاریابی شرکت‌های فعال در این بخش انجام می‌پذیرد.

مدیریت بخش عمومی به‌عنوان محرک بخش زبان‌شناسی، شامل ایجاد سکوی واحد در دولت در بخش پردازش زبان و ترجمه ماشینی و تسهیل فرآیند تولید داده با استفاده از سیاستگذاری‌های استفاده مجدد از اطلاعات دولتی است.

▪ برنامه‌های مدل حمایت اسپانیا:

مراحل انجام برنامه با توجه به اهداف و محورهای مختلف در این برنامه جامع شامل دولت، پشتیبانی از توسعه زیرساخت‌های زبانی، ارتقای پردازش زبان، بخش عمومی به‌عنوان محرک صنعت پردازش زبان، گام‌هایی برای رسیدن به اهداف تعیین شده در هریک از محورهای تبیین شده است.

الف - محور دولت

دلیل وجود این محور ایجاد مکانیزمی به منظور هماهنگی، کنترل و پایش اجزای برنامه و افراد و سازمان‌های مرتبط با آن است. همچنین گام‌های پیش‌روی دولت به ترتیب زیر تبیین شده است.

- ایجاد کمیته راهبری به‌عنوان رکن اصلی تولید برنامه
- ایجاد کمیته خبرگان که نقش مشاوره فنی برنامه را ایفا خواهد نمود.

- ارزیابی میزان اجرا و کیفیت اجرای برنامه

- هماهنگی با دیگر برنامه‌های موجود مانند برنامه‌های اتحادیه اروپا و ایجاد امکان فعالیت بین‌المللی شرکت‌های فعال به خصوص در آمریکای لاتین

ب - محور توسعه ابزارهای زیرساختی

این محور به توسعه ابزارهای زیرساختی، منابع داده‌ای و پیکره‌ها می‌پردازد. بنابراین دولت در طول این برنامه قصد حمایت از تولید چنین ابزارها و داده‌هایی و در اختیار قرار دادن آن‌ها برای پژوهشگران و شرکت‌های فعال در این حوزه را خواهد داشت. گام‌های رسیدن به این مهم در برنامه به شرح زیر عنوان شده‌اند:

- انتخاب استانداردهای فنی تعامل متقابل، سیاست‌های صدور مجوز و مکانیزم‌های لازم به منظور حمایت از تولید منابع داده‌ای مورد نیاز
- جذب یا توسعه ابزارهای لازم به منظور ایجاد زیرساخت زبانی مورد نیاز

خارج، معاون رئیس جمهور، وزارت گردشگری و وزارت بهداشت و خدمات عمومی است. این کمیته راهبری در اولین گام از این برنامه، یک کمیته از خبرگان به منظور تنظیم یک سند اولیه به عنوان سند پشتیبان برنامه اصلی ایجاد نموده است. کمیته خبرگان شامل فرهنگستان سلطنتی زبان اسپانیایی، موسسه سروانتس، کتابخانه ملی، آکادمی سلطنتی مهندسی، متخصصان گروه پردازش زبان طبیعی، شرکت‌های بزرگ اسپانیایی فعال در IT، گروه‌های کسب و کار تخصصی در حوزه زبان و ترجمه، کمیته سیاست‌گذاری استفاده مجدد از اطلاعات بخش دولتی، کمیته اصلاح نظام اداری و گروه همکاری بین‌المللی با آمریکای لاتین تشکیل شده است. گروه خبرگان همچنین تحلیلی جامع از نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی دولت در حوزه پردازش زبان را ارائه نموده اند (سپلن، 2015).

▪ اهداف مدل حمایت اسپانیا:

هدف اساسی دولت اسپانیا در این برنامه، جلوگیری از دوباره‌کاری و افزایش هم‌افزایی از طریق ترکیب پروژه‌های موجود جهت ممانعت از تعدد سازمان‌های ارائه دهنده خدمات مشابه بیان شده است. دولت اهداف کلی این برنامه را افزایش کیفیت و کمیت ابزارهای زیرساختی پردازش زبان برای زبان اسپانیایی و دیگر زبان‌های رسمی این کشور، ارتقای صنعت زبان‌شناسی با تسهیل انتقال دانش از دانشگاه به صنعت، کمک به فعالیت بین‌المللی شرکت‌های فعال در این حوزه و بهبود کیفیت و ظرفیت خدمات عمومی با بهره‌گیری از فناوری‌های پردازش زبان و ترجمه ماشینی بیان شده است.

توسعه زیرساخت‌های زبان شناسی شامل توسعه صنعت پردازش زبان و ایجاد بسترهای زیرساختی و داده‌ای لازم، کاهش فاصله بین ابزارهای زیرساختی زبان اسپانیایی و انگلیسی از منظر کیفیت، کمیت و دسترس‌پذیری، کسب اطمینان از رایگان یا ارزان بودن ابزارهای زیرساختی برای بخش‌های دولتی و پژوهشی، جلوگیری از دوباره‌کاری در توسعه ابزار و ایجاد استانداردها و قوانین لازم از دیگر اهداف این برنامه است.

توسعه صنایع مرتبط با زبان شناسی در بخش IT شامل تسهیل انتقال دانش به بخش صنعت و افزایش اطلاعات در رابطه با ابزارهای موجود و کمک به فعالیت بین‌المللی بخش‌های صنعتی فعال در این حوزه در این کشور است. این امر با ایجاد تعاملات بین‌المللی به خصوص با کشورهای آمریکای لاتین (با توجه به



▪ به تبیین یک طرح حمایتی فراتر از این طرح جهت کسب اطمینان از برقراری آن ورای طول عمر این طرح می‌پردازد.

▪ ایجاد پلتفرم مشترک برای استفاده از خدمات پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی در بخش دولتی مدنظر قرار گرفته است. همچنین در این محور، پتانسیل بالای دولتی در تولید اطلاعات به عنوان منابع داده‌ای مورد نیاز مدنظر قرار گرفته است. با توجه به این موارد، گام‌های پیش رو برای رسیدن به اهداف تعیین شده در این محور به شرح زیر عنوان شده است:

▪ معرفی و گسترش سیاست استفاده مجدد از اطلاعات بخش دولتی در بدنه دولت

▪ انتخاب استانداردهای فنی و سیاست‌های صدور مجوز لازم برای حمایت از اطلاعات فردی و دولتی

▪ شناسایی منابع مهم و کارای بخش دولتی که قابلیت تبدیل به پیکره و منابع داده برای پردازش زبان را دارند.

ه - محور پروژه‌های شاخص پردازش زبان طبیعی هدف این محور معرفی پروژه‌های شاخص عمومی با ضریب تأثیرگذاری بالا در خدمات عمومی و اجتماعی جهت تکمیل زنجیره ارزش پروژه‌های زیرساختی است. وجود چنین برنامه‌هایی باعث بهره‌مندی بخش عمومی از پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی و موجب بهبود کیفیت خدمات این پروژه‌ها در نظر گرفته شده است. برای رسیدن به این مهم تعریف تعداد محدودی پروژه با بکارگیری پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی با میزان تأثیر اجتماعی بالا مدنظر قرار گرفته است. اولویت اولیه تعریف پروژه در بخش‌های سلامت، گردشگری و آموزش در سال ابتدایی برنامه و تعریف پروژه در زمینه‌های دیگر مانند خدمات شهروندی، امنیت و غیره در سال‌های آتی است.

در این راستا طرح (Plan de Impulso de las Tecnologías del Lenguaje) یک ابتکار دولت اسپانیا است که با هدف ترویج توسعه پردازش زبان طبیعی، ترجمه ماشینی، و سیستم‌های مکالمه به زبان اسپانیایی و زبان‌های رسمی مشترک است. این طرح در سال ۲۰۱۹ راه‌اندازی شد و بخشی از طرح ملی فناوری‌های زبان طبیعی است. بودجه آن ۳۰ میلیون یورو است و انتظار می‌رود بیش از ۱۰۰۰ شغل در این بخش ایجاد کند.

▪ تهیه فهرست ابزارهای زیرساختی موجود و ارزیابی کمی و کیفی ابزارهای زیرساختی

▪ تسهیل دسترسی عمومی به ابزارهای زیرساختی

ج - محور ارتقای صنعت پردازش زبان

این محور جهت لزوم شناساندن بخش پردازش زبان و ترجمه ماشینی به مقامات دولتی و بخش‌های مولد صنعت و همچنین تربیت نیروهای خبره در این زمینه جهت کسب اطمینان از حفظ روند رو به رشد این فناوری عنوان شده است. برای نیل به این هدف، گام‌های زیر پیش‌بینی شده است:

▪ توسعه یک برنامه خاص به منظور افزایش آگاهی در رابطه با این فناوری

▪ برنامه‌ریزی اقداماتی با هدف بهبود آگاهی و آموزش نیروهای خبره در این حوزه با مشارکت دولت‌های دیگر، به خصوص کشورهای آمریکای لاتین

▪ افزایش آگاهی از طریق برگزاری کنفرانس‌های پایه برای شرکت‌های متوسط و حرفه‌ای، برگزاری انجمن‌ها و نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی

همچنین در این محور حمایت دولت از فعالیت بین‌المللی شرکت‌ها و ایجاد بازارهای بین‌المللی برای آنها، با توجه به نرخ بالای اسپانیایی زبانان در دنیا دیده شده است. برای رسیدن به این هدف، گام‌های زیر در این برنامه پیش‌بینی شده است:

▪ توسعه یک برنامه برای بین‌المللی سازی فعالیتهای مرتبط با فناوری زبانی

▪ افزایش رایزنی با موسسات فعال در آمریکای لاتین

▪ تشویق به توسعه ابزارهای زیرساختی و منابع داده‌ای برای گویش‌های دیگر اسپانیایی

د - محور بخش عمومی

با توجه به بهره‌مندی بیشمار بخش عمومی از مزایای سیستم‌های پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی شامل افزایش ظرفیت، کیفیت و خودکارسازی خدمات عمومی، کاهش هزینه در انتقالات بین زبانی، افزایش کیفیت خدمات به معلولین، بخش عمومی به عنوان محرک صنعت پردازش زبان محسوب شده و سه گام در این محور در نظر گرفته شده است.

▪ توسعه طرحی به منظور ایجاد یک سکوی استفاده از پردازش زبان طبیعی و ترجمه ماشینی در دولت است.

- کاهش فاصله بین ابزارهای زیرساختی برای زبان فارسی و دیگر زبان‌ها از منظر کیفیت، کمیت و دسترس پذیری
- تلاش در جهت بقاء و نشاط و چالاک‌ی زبان فارسی از طریق افزایش میزان محتوای تولیدشده و همچنین محتوای به اشتراک گذاشته شده
- ارائه رایگان محصولات زیرساختی مرتبط با فناوری‌های زبانی (مانند فونت‌ها، پیکره‌ها و ابزارهای زیرساختی) از طریق درگاه‌های مرتبط و جلوگیری از دوباره کاری در توسعه ابزار
- ایجاد یک سکوی واحد در بخش پردازش زبان در دولت
- گسترش سیاست استفاده مجدد از اطلاعات دولتی بصورت دسترسی باز جهت توسعه ابزارها و پیکره‌های زبانی و تسهیل فرآیند تولید داده‌های معیار
- ایجاد بانک‌های داده مناسب مرتبط با زبان و خط و گفتار فارسی جهت استفاده در پروژه‌ها و نرم افزارها به ویژه در حوزه هوش مصنوعی
- تدوین استانداردهای مورد نیاز برای محصولات خط و زبان فارسی
- پیوند محصولات خط و زبان با یکی از فعالیت‌های کلیدی در کشور (از جمله اپراتورهای تلفن همراه، حوزه گردشگری، حوزه سلامت)
- حمایت از برنامه‌های کاربردی که فارسی زبانان را قادر به دستیابی سریع‌تر به اطلاعات فارسی نموده و کار آنان را در جنبه‌های مختلف زندگی تسهیل نماید
- تعامل با شرکت‌های بین‌المللی به منظور حمایت از زبان فارسی در محیط‌هایی مانند سیستم‌های عامل، برنامه کاربردی MS Office و محیط رایانامه‌ها در راستای تسهیل استفاده از زبان فارسی در امور روزمره
- ارائه راهنمایی و مشاوره به شرکت‌های بین‌المللی و مطرح در حوزه فناوری به منظور حمایت از زبان فارسی در محیط نرم‌افزارهای خود
- توسعه استراتژی بازاریابی برای حمایت از نرم افزارها و سرویس‌های مرتبط با زبان فارسی
- ایجاد محتوای آموزشی برخط به زبان فارسی و نیز بهبود دروس دانشگاهی مرتبط
- تسهیل آموزش زبان فارسی مبتنی بر فناوری
- حمایت از ایجاد و توسعه انجمن‌های علمی مرتبط
- برگزاری کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی

دولت اسپانیا اخیراً نیز یک پروژه استراتژیک به نام «اقتصاد زبانی جدید» را برای بهبود و تحول اقتصادی (PERTE) و ترویج استفاده از زبان در هوش مصنوعی، علم و فرهنگ و تشویق آموزش و یادگیری آن توسط شورای وزیران اسپانیا در مارس ۲۰۲۲ تصویب کرده است. این پروژه بسیج سرمایه‌گذاری عمومی و خصوصی برای به حداکثر رساندن ارزش زبان اسپانیایی و زبان‌های رسمی مشترک در فرآیند تحول دیجیتال در مقیاس جهانی است.

نکات اساسی که در طرح‌های حمایتی اسپانیا وجود دارد شامل موارد زیر است:

- تشکیل کمیته راهبردی از اعضای اکثر ارگانها و سازمان‌های دولتی که به نوعی با حوزه زبان و فرهنگ در ارتباط هستند و تشکیل کمیته‌های نخبگان از متخصصین این حوزه جهت تصمیم‌گیری‌های واحد در این حوزه
- استفاده از ظرفیت‌های دانشگاهی و همچنین ارتباطات بین‌المللی
- ایجاد استانداردهای موردنیاز

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق نحوه سیاستگذاری حمایتی از پروژه‌های مرتبط با پردازش زبان طبیعی در کشورهایی از نقاط مختلف دنیا مورد بررسی قرار گرفت. مجموعه راهبردها و سیاست‌های توسعه خط و زبان در این مقاله شامل بررسی چگونگی حمایت‌های مادی و معنوی از پروژه‌ها و محصولات مرتبط با فناوری زبان طبیعی در کشورهای هند، ایالات متحده آمریکا، ولز، اسپانیا و اتحادیه اروپا است.

با توجه به برخی تفاوت‌ها در شرایط هر یک از این کشورها با ایران، تمامی راهبردهای مطرح شده در اسناد فوق قابل اعمال در سیاست‌های حاکمیتی ایران در فضای مجازی نیستند، ولی با تطبیق شباهت‌های موجود، برخی از اهداف و راهبردهای استخراج شده می‌توانند با اعمال تغییراتی مورد استفاده قرار گیرند. از جمله این راهبردها می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود (اصغری و محتاج، ۱۳۹۵):

- فراهم‌سازی امکان استفاده جامعه از محتوای فضای فناوری اطلاعات به زبان فارسی
- تسهیل امکان مشارکت فارسی زبانان در فضای دیجیتال از طریق زبان فارسی

1. New Language Economy



زبان (همچون رایانامه و تشخیص خودکار علامات OMI) نیز به تمرکز در بسته حمایتی خط و زبان فارسی کمک شایانی خواهد نمود. توجه ویژه به استاندارد به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای سیاستی نیز می تواند موضوع کیفیت را در این حوزه بسیار ارتقا بخشد.

یکی از چالش ها و مسائل موجود در ایران در خصوص تدوین این اسناد، تعدد مراکز سیاستگذاری جهت تدوین و تبیین راهبردهای حمایت از خط و زبان فارسی در محیط مجازی است. بر این اساس باید با در نظر گرفتن تمامی نقش آفرینان این حوزه به تدوین یک سند جامع اقدام نمود. همچنین پایش مستمر و ارزیابی پیوسته برنامه نیز یکی از نکات مهمی است که باید مدنظر قرار گیرد.

■ تبیین طرح حمایتی فراتر از این طرح جهت ایجاد یک چتر حمایتی به منظور کسب اطمینان از استمرار آن ورای طول عمر برنامه

■ تشویق و حمایت از فعالیت های تولید، اشتراک گذاری و استفاده از محتوای فارسی در فضای مجازی

شکل ۳ دسته بندی فعالیت های راهبردی در این حوزه را به نمایش می گذارد. همانگونه که ملاحظه می گردد حمایت از محصولات خط و زبان را می توان در چهار حوزه راهبردی دسته بندی نمود. در اولویت بندی فعالیتها مواردی چون نیاز بازار، نزدیکی محصول به بازار، اندازه بازار و تنوع کاربرد در سه حوزه متن، صوت و تصویر می بایست مورد نظر قرار گیرد. همچنین شناسایی تمامی بازیگران این حوزه جهت اجرای یک تقسیم کار ملی و حذف مقوله های مستقل از

ردیف	حوزه راهبردی	عنوان فعالیت
۱	زیربنایی	ایجاد یک نظام ارزیابی، و استاندارد سازی محصولات خط و زبان (شامل داده محک، آزمایشگاه تایید نمونه، استانداردسازی)
		پروژه پایش و ارزیابی محصولات خط و زبان
		حمایت از ایجاد یک نهاد غیر دولتی جهت پایش و راهبری فعالیت های خط و زبان
		سرمایه گذاری و حمایت جهت تولید پیکرگان زیربنایی
		تشویق / حمایت از تولید محتوای فارسی
		تشویق ارائه دهندگان پیکره ها و ابزارهای متن باز/رایگان
		تشویق تولید بستر تولید محتوی
۲	حقوقی	تدوین آیین نامه اعطای یارانه به دستگاه های دولتی جهت خرید محصولات خط و زبان
		آیین نامه مالکیت فکری
		تدوین و تصویب آیین نامه دسترسی آزاد به اطلاعات
۳	ترویج و آگاهی سازی	برگزاری همایش سالانه خط و زبان فارسی و رایانه
		آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد
		دعوت از کنفرانس های بین المللی
		حمایت از برگزاری مسابقات تخصصی
		حمایت از انتشار نشریات تخصصی
۴	حمایت از توسعه محصول	برگزاری برنامه های تخصصی حوزه خط و زبان در صدا و سیما
		سیستم خطایاب / سیستم پرسش و پاسخ / مشابهت یاب / خلاصه ساز / ایده کاوی / تحلیل اخبار
		تبدیل گفتار به متن / تبدیل متن به گفتار (TTS) / شناسایی گوینده
		بازشناسی تصویر حروف و کلمات (نویسه خوان نوری) شامل ارقام و حروف چاپی / بازیابی و بازشناسی متن در ویدئو / بازیابی تصویری متن / بازشناسی ارقام ، حروف و کلمات دستنویس (کلمات محدود دستنویس / رسم الخط تحریری)
		توسعه پیکره
		توسعه ابزارهای زیرساختی

شکل ۳. حوزه های راهبردی و فعالیت ها در برنامه اقدام

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله مراتب قدردانی خود را از اعضای گروه پژوهشی مدل‌های کسب و کار در پژوهشکده فناوری اطلاعات جهاد دانشگاهی ابراز می‌دارند.

این مقاله در راستای تدوین «سند توسعه خط و زبان فارسی در فضای مجازی» با حمایت ستاد توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات معاونت علمی ریاست جمهوری تألیف شده است.

منابع

- /h2020/wp/2016_2017/main/h2020-wp1617-intro_en.pdf.
7. Kumar A., Goyal V. (2010) TDIL Programme: A Government Initiative, *an International Journal of Engineering Sciences*, 2010.
<https://ijoes.vidyapublications.com/paper/JSI/1.pdf>
8. Olive, J. P., Christianson, C., & McCary, J. (2011). *Handbook of Natural Language Processing and Machine Translation: DARPA Global Autonomous Language Exploitation*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB05333792>
9. Ong, T. W. S., & Said, S. B. (2021). Selective language maintenance in multilingual Malaysia. In *Advances in religious and cultural studies (ARCS) book series* (pp. 207–228). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2959-1.ch009>
10. Pedtke, T. R. (1997). *U.S. Government Support and Use of Machine Translation: Current Status*. ACL Anthology. <https://aclanthology.org/1997.mtsummit-plenaries.1>
11. United Nations. (n.d.). *Protecting languages, preserving cultures | United Nations*. <https://www.un.org/en/desa/protecting-languages-preserving-cultures-0>
12. Rehm, G., Berger, M., Elsholz, E., Hegele, S., Kintzel, F., Marheinecke, K., Piperidis, S., Deligiannis, M., Galanis, D., Gkirtzou, K., Labropoulou, P., Bontcheva, K., Jones, D. L., Roberts, I., Hajič, J., Hamrlová, J., Kačena, L., Choukri, K., Arranz, V., . . . Klejch, O. (2020). European Language Grid: An Overview. *arXiv (Cornell University)*. <http://arxiv.org/pdf/2003.13551.pdf>
13. Sepln, (2015) Plan de Impulso de las Tecnologías del Lenguaje, Retrieved June 4,
1. Cazden, C. B. (2003). Sustaining indigenous languages in cyberspace. *Nurturing Native Languages*, 2002(1). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED482034.pdf>.
2. Cohen, J. (2007). The GALE project: A description and an update. *Automatic Speech Recognition & Understanding*. <https://doi.org/10.1109/asru.2007.4430115>.
3. COMM. (2013). LT2013 - status and potential of the European language technology markets - digital single market - European Commission. Retrieved June 4, 2016, <https://economie.fgov.be/en/themes/online/strategy-european-digital/connecting-europe-facility-cef>.
4. Diki-Kidiri M (2007), Securing a place for a language in cyberspace. Paris: UNESCO. Retrieved 4 June 2016, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786E.pdf>.
5. European Commission. (2014). Horizon 2020 work programme for 2014-2015. *European Commission Decision C (2015)2453 of 17 April 2015*. Retrieved June 4, 2016, https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2014_2015/main/h2020-wp1415-security_en.pdf.
6. European Commission. (2015). Horizon 2020 work programme for 2016-2017. *European Commission Decision C (2015)6776 of 13 October 2015*. Retrieved June 4, 2016, <https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref>



the experience of Hawai'i. *Canadian Modern Language Review-revue Canadienne Des Langues Vivantes*, 55(1), 139-159. <https://doi.org/10.3138/cmlr.55.1.139>

18. Welsh language technology action plan, October 2018, <https://www.gov.wales/sites/default/files/publications/2018-12/welsh-language-technology-and-digital-media-action-plan.pdf>

19. *Welsh language | GOV.WALES*. (2024, February 20). GOV.WALES.

<http://gov.wales/topics/welshlanguage/?lang=en>

20. White, R. M. (1993). Machine Translation Technology: A Potential Key to the Information Age. Report of the FCCSET Committee on Industry and Technology, PB-93-134336, *Office of Science and Technology Policy*, Washington, DC (January 1993).

۲۱. اصغری، حبیب‌الله و محتاج، سالار، «سند ارتقاء خط و زبان فارسی در فضای مجازی»، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، فروردین ماه ۱۳۹۵.

2016, <http://www.sepln.org/news/plan-de-impulso-de-las-tecnologias-del-lenguaje/>

14. St. Clair, R. N. (2010, November 17). Review of Reyhner & Lockard (2009): Indigenous Language Revitalization: Encouragement, Guidance & Lessons Learned. *Language Problems and Language Planning*, 34(3), 267-269. <https://doi.org/10.1075/lplp.34.3.05stc>.

Stiles, D. B. (1997). Four Successful Indigenous Language Programs. *Teaching Indigenous Languages*. <https://eric.ed.gov/?id=ED415079>

15. The Government of Spain promotes language as a factor for modernization and economic development, 2022,

https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/councilministers/Paginas/2022/20220301_council.aspx


16. Vikas, O. (2001). Language Technology Development in India. *Ministry of Information Technology, New Delhi, India*. <http://www.emille.lancs.ac.uk/lesal/omvikas.pdf>

17. Warschauer, M. (1998). Technology and Indigenous Language Revitalization: Analyzing



A Model For Developing Policy Tools to Support Language Technologies in Cyber Space

* Habibollah Asghari 

** Fateme Mostajer Kheirkhah 

* Assistant Professor, ICT Research Institute, ACECR, Tehran, Iran. habib.asghari@ictrc.ac.ir

** Assistant Professor, ICT Research Institute, ACECR, Tehran, Iran. kheirkhah@ictrc.ac.ir

Received: 20.01.2024

Accepted: 20.08.2024

Abstract

Language technologies are one of the important components of national authority in the cyberspace, and its promotion are the main duties of governments. The importance of language technologies makes the role of government support policies in this field an undeniable necessity. These support policies are often explained and compiled with the aim of developing practical tools in various fields such as tourism, health, education or other public areas.

In this article, the innovative approaches adopted by governments to support language technologies and writing practices in cyberspace have been investigated. In this regard, the road map and documents have been published and the development methods of infrastructure tools and practical products in the field of script and language support in the countries of India, the United States of America, Wales, Spain, and the European Union have been examined and reviewed from different aspects. Finally, the achievements of this study have been used by examining the common points and the cases that have the ability to be implemented in the case of the Persian language to provide suitable solutions for developing a national strategic document in support of the Persian language.

Keywords: Natural Language Processing, Language Technologies, Persian Language Development, Policy Tools.

Corresponding Author: Habibollah Asghari- Habib.asghari@ictrc.ac.ir



Introduction

Problem statement

The language and script of each country are among the cultural assets and valuable human heritage. In recent years, with the growth of information technology and also due to the expansion of the Internet, the boundaries of the influence of language have exceeded the geographical boundaries. In addition, the influence of language from other cultures has also doubled due to the removal of cultural boundaries. Therefore, governments have paid special attention to the support of language in cyberspace.

Natural language processing refers to the science of automatic deep understanding of the most important human production (language) with the help of computers. Language technology as a comprehensive concept includes many different applications related to language. For example, machine translation, audio recognition and processing, analysis, and extraction of information from textual data are among the sub-branches of language processing.

Purpose

Despite the growing market of industries related to natural language processing and machine translation, the investment of the public sector alongside private companies can be seen in many countries in this industry, and this is done for two main reasons: national security and market stimulation. Governments, on behalf of the people, consider themselves obliged to enter effectively and directly into discussions related to national security. The market stimulation is also raised in situations where private companies do not have the necessary motivation for investment due to economic reasons. In this case, the government would oblige itself to enter this field and compensate for this lack due to its necessity and infrastructure.

In these cases, governments resort to different methods and procedures, the simplest of which is the direct presence of the government itself to carry out this set of activities. Another view is supporting private companies to enter the desired field, which can be considered in the form of compensating a part of the companies' expenses and by creating incentives such as tax exemptions, legal concessions, etc., to provide attractions for the companies. The third is a kind of investment view in which the government invests in some targeted areas in a planned manner for the sake of long-term and public interests and in line with its governance missions.

Hypothesis

According to the points mentioned in this article, an attempt is made to examine a set of models of script and language support in cyberspace in selected countries including India, the United States of America, Wales, Spain, and the European Union. For this purpose, roadmaps and documents that have been published, as well as scientific articles from related scientific and research institutions have been studied. Finally, considering the differences in the political, cultural, and economic factors, and the learned lessons from these studies, we have developed strategies to support the Persian language in the field of cyberspace.

Background

Examining the development policies of the countries shows that, in addition to paying attention to the development of technology, the development of culture using technological tools is also of particular concern to the government. Language is the main component of national culture in every country. Therefore, it is necessary to protect these basic signs of culture (Kazden, 2003).

It is essential to benefit from advanced technologies in the fields related to language. Today, there is an inseparable connection between information technology and the category of language in every country. Information technology, by developing various tools and with the capabilities it has, helps to expand and perpetuate language. Also, language is a tool for producing, developing, and disseminating content in cyberspace (Diki Kidiri, 2007).

In national development programs, special attention is paid to the national language (Stiles, 1997). Various research has been conducted for the revival and promotion of language using technological tools in other countries, among which can refer to (Warshawer, 1998), (Claire, 2010) and (Ong, 2021). National languages are so important that UNESCO has entered this field and made 2019 the year of local languages.

Methodology

This research uses review research based on library studies in which research variables have been analyzed through case studies. In this way, the development policy of several selected countries (including India, the United States of America, Wales, Spain, and the European Union) in the field of strategic and national documents and programs in support of language in cyberspace has been studied and analyzed. Based on that, the information related to these programs and the policies has been extracted in each country. This information is obtained from documents published by these governments and research articles published by researchers of these countries. Then, based on the case study, appropriate policy tools have been proposed to support the Persian language in cyberspace.

Findings

Supportive model of India

The Department of Electronics and Information Technology of the Ministry of Communication and Information Technology of India, as the custodian of information technology in this country, started the Technology Development for Indian Languages (TDIL) project in 1991. Considering the cultural and linguistic diversity in India (there are 22 languages recognized in the constitution and 12 different languages in this country). The Ministry of Communications and Information Technology of India in the TDIL project developed information processing tools and techniques to increase the influence of Information technology among different strata of people and facilitate human-machine interaction without language barriers. The comprehensive program of the Ministry of Information and Communication Technology of India for the development of language technology tools includes seven main parts as follows:

- Development of machine translation systems (MAT)
- Development of multilingual information access systems
- Development of document recognition and analysis system (OCR)
- Developing an online handwriting recognition system
- Development of a text-to-speech system for Indian languages and development of a speech recognition system for Indian languages
- Development of machine translation system for Sanskrit language



Supportive model of Wales

According to the vision of the Welsh government as explained in the strategic policy of this country for the years 2012 to 2017 under the title "One living language, one language for life" and from 2017 onwards under the title Cymraeg 2050: One million Welsh Speakers. In summary, the basic points that exist in the support plans of Wales can be mentioned as follows:

- Due to the small population of Welsh speakers, the main policy of the government's support programs is in line with the development of this language in cyberspace.
- Increasing interactions with international companies and organizations in this field
- Investing in content production in the Welsh language using language technologies
- Investing in the field of education and training of experts in related fields
- Long-term planning and budget allocation

Supportive model of USA

The United States government has supported and developed machine translation systems around the world for more than four decades. Before the famous ALPAC report in 1966, the government spent more than 13 million dollars on the development of such systems. However, the report of the ALPAC committee on that year in connection with the evaluation of machine translation and computational linguistics systems in the United States in those years introduced doubts regarding the quality and development of these systems and led to a reduction in the government budget.

Supportive model of the European Union

During the seven-year policies of FP7, H2020, and CEF, the European Union has considered comprehensive programs to support various technologies, including linguistic technology and related fields. The comprehensive program FP7 is in the years 2007 to 2013 and the comprehensive program H2020 is in the years 2014 to 2020. These supports include fields related to languages such as machine translation, voice recognition, body production, data sources, etc.

Supportive model of Spain

The Spanish government has started a comprehensive program to promote language technology since 2016, and in this program, it spends 90 million euros to improve language technology. The Ministry of Communications of Spain has organized a steering committee with the cooperation of the government organizations of this country to explain it.

The main goal of the government in this program is to prevent duplication and increase synergy through the combination of existing projects to prevent the multiplicity of organizations providing similar services. The government's general goals of this program are to increase the quality and quantity of language processing infrastructural tools for Spanish and other official languages of this country, promote the linguistics industry by facilitating the transfer of knowledge from universities to industry, help the international activities of companies active in this field, and improve It has expressed the quality and capacity of public services using language processing and machine translation technologies.

One of the challenges and issues in Iran regarding the compilation of these documents is the multiplicity of policy-makers that formulate and explain strategies to support the Persian language in cyberspace. due to this, a comprehensive document should be compiled by considering all the actors in this field.



Conclusion

In this research, the model of policy tools for projects related to natural language processing in countries of different areas of the world was investigated. The set of strategies and policies for writing and language development in this article includes a review of how support is provided to projects and products related to natural language technology in the countries of India, the United States, Wales, Spain, and the European Union.

Due to some differences in the conditions of each of these countries with Iran, a whole of the strategies mentioned in their documents cannot be applied to Iran's governance policies in cyberspace, but by adapting the existing similarities, some of the extracted goals and strategies can be used.

Reference

- Cazden, C. B. (2003). Sustaining indigenous languages in cyberspace. *Nurturing Native Languages*, 2002(1). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED482034.pdf>
- Cohen, J. (2007). The GALE project: A description and an update. *Automatic Speech Recognition & Understanding*. <https://doi.org/10.1109/asru.2007.4430115>
- COMM. (2013). LT2013 - status and potential of the European language technology markets - digital single market - European Commission. Retrieved June 4, 2016, <https://economie.fgov.be/en/themes/online/strategy-european-digital/connecting-europe-facility-cef>
- Diki-Kidiri M (2007), Securing a place for a language in cyberspace. Paris: UNESCO. Retrieved 4 June 2016, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001497/149786E.pdf> .
- European Commission. (2014). Horizon 2020 work programme for 2014-2015. European Commission Decision C (2015)2453 of 17 April 2015. Retrieved June 4, 2016, https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2014_2015/main/h2020-wp1415-security_en.pdf
- European Commission. (2015). Horizon 2020 work programme for 2016-2017. European Commission Decision C (2015)6776 of 13 October 2015. Retrieved June 4, 2016, https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2016_2017/main/h2020-wp1617-intro_en.pdf
- Kumar A., Goyal V. (2010) TDIL Programme: A Government Initiative, *an International Journal of Engineering Sciences*, 2010. <https://ijoes.vidyapublications.com/paper/JSI/1.pdf>
- Olive, J. P., Christianson, C., & McCary, J. (2011). *Handbook of Natural Language Processing and Machine Translation: DARPA Global Autonomous Language Exploitation*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB05333792>
- Ong, T. W. S., & Said, S. B. (2021). Selective language maintenance in multilingual Malaysia. In *Advances in religious and cultural studies (ARCS) book series* (pp. 207–228). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2959-1.ch009>
- Pedtko, T. R. (1997). U.S. Government Support and Use of Machine Translation: Current Status. *ACL Anthology*. <https://aclanthology.org/1997.mtsummit-plenaries.1>
- United Nations. (n.d.). Protecting languages, preserving cultures | United Nations. <https://www.un.org/en/desa/protecting-languages-preserving-cultures-0>
- Rehm, G., Berger, M., Elsholz, E., Hegele, S., Kintzel, F., Marheinecke, K., Piperidis, S., Deligiannis, M., Galanis, D., Gkirtzou, K., Labropoulou, P., Bontcheva, K., Jones, D. L., Roberts, I., Hajič, J., Hamřlová, J., Kačena, L., Choukri, K., Arranz, V., . . . Klejch, O. (2020).



European Language Grid: An Overview. arXiv (Cornell University). <http://arxiv.org/pdf/2003.13551.pdf>

Sepln, (2015) Plan de Impulso de las Tecnologías del Lenguaje, Retrieved June 4, 2016, <http://www.sepln.org/news/plan-de-impulso-de-las-tecnologias-del-lenguaje/>

St. Clair, R. N. (2010, November 17). Review of Reyhner & Lockard (2009): Indigenous Language Revitalization: Encouragement, Guidance & Lessons Learned. *Language Problems and Language Planning*, 34(3), 267–269. <https://doi.org/10.1075/lplp.34.3.05stc>.

Stiles, D. B. (1997). Four Successful Indigenous Language Programs. *Teaching Indigenous Languages*. <https://eric.ed.gov/?id=ED415079>

The Government of Spain promotes language as a factor for modernization and economic development, 2022 .

https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/councilministers/Paginas/2022/20220301_council.aspx

Vikas, O. (2001). *Language Technology Development in India*. Ministry of Information Technology, New Delhi, India. <http://www.emille.lancs.ac.uk/lesal/omvikas.pdf>

Warschauer, M. (1998). Technology and Indigenous Language Revitalization: Analyzing the experience of Hawai'i. *Canadian Modern Language Review-revue Canadienne Des Langues Vivantes*, 55(1), 139–159. <https://doi.org/10.3138/cmlr.55.1.139>

Welsh language technology action plan, October 2018 .

<https://www.gov.wales/sites/default/files/publications/2018-12/welsh-language-technology-and-digital-media-action-plan.pdf>

Welsh language | GOV.WALES. (2024, February 20). GOV.WALES. <http://gov.wales/topics/welshlanguage/?lang=en>

White, R. M. (1993). *Machine Translation Technology: A Potential Key to the Information Age*. Report of the FCCSET Committee on Industry and Technology, PB-93-134336, Office of Science and Technology Policy, Washington, DC (January 1993).

اصغری، حبیب اله و محتاج، سالار، «سند ارتقاء خط و زبان فارسی در فضای مجازی»، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، فروردین ماه ۱۳۹۵.

اولویت‌بندی عوامل موثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی

* مهدی آزموده * آرش هادی‌زاده *** امیر محمدزاده *
* دانشجوی دکتری گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، قزوین، ایران.

mahdiazmoodeh20@gmail.com

* استادیار گروه اقتصاد، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

arash.hadizade@gmail.com

* دانشیار گروه مدیریت مالی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

amn.1378@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

چکیده

زمینه و هدف: در کشور ایران تا به امروز موضوع مالیات بر دارایی‌های معنوی (فکری) از سمت دولت و سازمان امور مالیاتی مطرح نبوده است. اما بدلیل حجم قابل توجه این داراییها در اقتصاد ایران و همچنین داد و ستد و تجارت آنها مالیات بر آنها امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. بر همین اساس است که در محافل کارشناسی و علمی موضوع مالیات بر حقوق مالکیت معنوی به طور گسترده در حال بحث و بررسی است. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی عوامل موثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی با استفاده از نظریه داده بنیاد چندوجهی است.

یافته‌ها: تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که عوامل سیاسی، عملکردی، سازمانی به عنوان عوامل علی؛ توانایی سازمانی، سازمانها و ارگان‌ها، مدیریتی، بعنوان مقوله‌ها؛ عوامل سیستمی، انسانی، ساختاری، ملی، بعنوان عوامل زمینه‌ای؛ عوامل سازمانی، فرآیندی، اقتصادی، بعنوان عوامل مداخله‌گر؛ عوامل فنی و جامعه، بعنوان راهبردها و پیامدهای سازمانی و ملی بعنوان پیامدهای عوامل موثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی شناسایی و استخراج گردید. نتیجه گیری: نقش منحصر به فرد تحقیق و توسعه در امر تولید، توسعه و رشد اقتصادی کشورها غیرقابل انکار است. در همه کشورهای توسعه یافته سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی به حوزه تحقیق و توسعه اختصاص داده می‌شود که منتج به منافع‌های اجتماعی بسیار زیادی برای این کشورها شده است.

واژه‌های کلیدی: درآمدهای مالیاتی، حقوق مالکیت معنوی، سازمان امور مالیات.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

بودجه، معرف سلامت اقتصادی حکومت شناخته می‌شود و نقطه قوت سیستم اقتصادی هر کشوری، شفافیت و سلامت نظام اقتصادی از طریق اتکاء به منابع و درآمدهای مالیاتی می‌باشد. این در حالی است که در کشورهای توسعه نیافته،

امروزه درآمدهای مالیاتی یکی از مهمترین منابع درآمدی در بودجه اکثر دولت‌ها به ویژه کشورهای توسعه یافته بوده و به عنوان یک شاخص اقتصادی در رتبه‌بندی کشورها نیز مطرح است و میزان درآمدهای مالیاتی در قسمت منابع

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: آرش هادی‌زاده Arash.hadizade@gmail.com

به فرد هریک از اقلام این دارایی‌ها، دشواری‌های مربوط به ارزیابی و تخمین عمر مفید آنها، مخاطرات فناوری جدید و... مالیات بر این دسته از اموال را چالش برانگیز و پیچیده می‌سازد (خوهان و ماینا، ۲۰۱۱). در کشور ایران نیز به دلیل این بحثها و پیچیدگیها تا به امروز موضوع مالیات بر دارایی‌های معنوی (فکری) از سمت دولت و سازمان امور مالیاتی مطرح نبوده است. اما بدلیل حجم قابل توجه این دارایی‌ها در اقتصاد ایران و همچنین داد و ستد و تجارت آنها مالیات بر آنها امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. بر همین اساس است که در محافل کارشناسی و علمای موضوع مالیات بر حقوق مالکیت معنوی به طور گسترده در حال بحث و بررسی است.

ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی تحت تاثیر عوامل متعددی قرار می‌گیرد. برخی از مهم‌ترین مشکلات و عوامل موثر شامل موارد زیر هستند:

در کشورهای در حال توسعه، سیستم‌های مالیاتی ممکن است کارایی کافی نداشته باشند و این موضوع منجر به فرار مالیاتی و درآمدهای پایین‌تر از انتظار می‌شود؛ ضعف قوانین و مقررات مربوط به حقوق مالکیت معنوی و اجرایی نشدن مناسب این قوانین می‌تواند به کاهش ظرفیت درآمدهای مالیاتی منجر شود. (گولزی، ۱۹۹۸)

راهکارهای مقابله با این مشکلات شامل تقویت قوانین و مقررات، بهبود زیرساخت‌های نظارتی، ارتقای آگاهی عمومی، تقویت همکاری‌های بین‌المللی و مبارزه با فرار مالیاتی و اقتصاد زیرزمینی می‌باشند. و همچنین قوانین و مقررات مربوط به حقوق مالکیت معنوی در ایران ممکن است به اندازه کافی جامع و به‌روز نباشند. همچنین، اجرایی نشدن موثر این قوانین می‌تواند به کاهش ظرفیت درآمدهای مالیاتی منجر شود. با وجود پتانسیل بالای حقوق مالکیت معنوی در ایران، مشکلات متعددی مانند ضعف در قوانین و مقررات، کمبود زیرساخت‌های اجرایی و نظارتی، پایین بودن آگاهی عمومی، تکثیر غیرمجاز، ناکارآمدی سیستم قضایی، وجود اقتصاد غیررسمی و فرار مالیاتی، و عدم همکاری‌های بین‌المللی، منجر به کاهش درآمدهای مالیاتی از این حوزه

اتکاء دولت به درآمدهای حاصل از فروش منابع طبیعی و زیرزمینی همچون نفت خام که در حقیقت فروش سرمایه محسوب می‌گردد، مشکلات ساختاری به وجود آورده که با نوسانات قیمت جهانی این گونه منابع طبیعی، بودجه آن کشور تحت تأثیر قرار گرفته و دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده دچار مشکل می‌شود و به مرور این شکاف در طی سالیان متمادی عمیق تر می‌گردد. ماحصل این اقدام، یک اقتصاد ناسالم و بی ثبات خواهد بود که بالا بودن اختلاف طبقاتی و تبعات بعدی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی آن از نشانه‌های آن است (زهی و محمدخانی، ۱۳۸۹). این در حالی است که کشورها مذکور می‌توانند با تمرکز بر موضوع مالیات بسیاری از چالشهای مذکور را رفع کنند. با توجه به تأثیرات قابل ملاحظه مالیات بر متغیرهای اقتصادی، همواره اتخاذ یک سیاست مالیاتی مناسب علاوه بر تأمین مالی دولت، کمترین اختلال را در اقتصاد و فرآیند توسعه اقتصادی کشور برجای می‌گذارد (احمدزاده، ۱۳۹۴). دستاوردهای فکری و اعتبارات اجتماعی از قبیل اختراعات، علائم تجاری و... با اینکه به سختی به دست می‌آید، اما به مدد وسایل صنعتی و مکانیکی به راحتی تقلیدپذیر و قابل تکثیر و توزیع است، نتیجه این وضعیت آن است که منافع مادی و اقتصادی دارایی‌های معنوی، در دست تکثیرکنندگان و تقلیدکنندگان قرار می‌گیرد و چنانچه پدید آورنده حمایت نشود، چه بسا کسی حاضر نشود اندوخته‌های خود را به راحتی در اختیار دیگران قرار دهد (پورابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۷) به همین دلیل حقوق مالکیت فکری در عمده کشورها به رسمیت شناخته شده است. مسئله قابل توجه، نحوه و چگونگی اخذ مالیات از این دسته از اموال است. هرچند سیستم مالیاتی مطلوب، به نظر بایستی با در نظر گرفتن منافع متقابل پییزی شود به این معنا که اولاً: همگام با اعطای حقوق انحصاری به این دارایی‌ها، ممانعتی را در امار تجاری‌سازی و داد و ستد این دسته از اموال ایجاد نکند و ثانیاً: در راستای حمایت از درآمد مالیاتی دولت‌ها در ابعاد داخلی و خارجی راه‌گریز و فرار مالیاتی را مسدود نماید لیکن طبیعت غیر ملموس و غیرمادی این دسته از اموال که بعضاً در مواردی تشخیص انتقال آنها را دشوار می‌سازد، وجود تمایز و ویژگی منحصر



داده و در صورت لزوم به روز رسانی مستمر می‌نماید. بر اساس این روند، کشورهای عضو این سازمان و حتی کشورهای غیرعضو قوانین و سیاست‌های ملی خود را با یافته‌ها و معیارهای تعیین‌شده توسط سازمان برای همکاری و توسعه اقتصادی هماهنگ می‌کنند تا هر چه بیشتر از این منابع مالی بهره ببرند. دستورالعمل‌ها و قوانین اقتصادی. سرعت بهبود مقررات مالیاتی مربوط به مالکیت فکری امروز رژیم‌های مالیاتی کشورها در حوزه مالکیت فکری قبل از اینکه دستور صادر شده در ۱۰ اکتبر ۲۰۱۵ سازمان همکاری و توسعه اقتصادی به طور کلی در نظر گرفته شود، جمع آوری شده است. این یک قانون قدیمی و بی اثر است. به همین دلیل، در حال حاضر، اکثر کشورهای توسعه یافته و صنعتی غربی، مقررات مالیاتی ملی خود را بر اساس دستورالعمل سازمان همکاری اقتصادی و توسعه بهبود یا بهبود بخشیده اند. با این حال، مقررات مالیاتی ما با این دانش جدید و بهبود یافته در دنیای امروز که به خوبی آزمایش شده است، فاصله زیادی دارد. لازم به ذکر است که قانون مشخصی در خصوص مالیات بر درآمد دارایی‌های فکری وجود ندارد، ضعف و کمبود منابع و تحقیقات قانونی در زمینه مالیات بر درآمد دارایی‌های فکری، اهمیت روزافزون مالکیت فکری به عنوان یکی از عوامل تولید در این حوزه است. جنبه‌های اقتصادی و سهولت و سهولت در تغییر روش‌های اجتناب مالیاتی مودیان درگیر در پرداخت مالیات بر درآمد حاصل از مالکیت معنوی، نیاز و اهمیت تحقیقات آتی را برجسته کرده است. در این دیدگاه باید گفت که رشته مهم حقوق مالیاتی و سایر گرایش‌های مرتبط از جمله مباحث مالیاتی مرتبط با درآمدهای حاصل از مالکیت فکری در دانشکده حقوق جایگاه مناسبی پیدا نکرده است (آزموده و همکاران، ۱۴۰۱).

از منظر حقوق اقتصادی، مالکیت به دو دسته تقسیم می‌شود: مالکیت فیزیکی (مالکیت دارایی‌ها و دارایی‌های فیزیکی) و مالکیت معنوی (اموال و دارایی‌های نامشهود). مالکیت فیزیکی برای ایجاد و بازآفرینی نیاز به پول دارد، اما ایجاد و ایجاد مالکیت فکری مستلزم استفاده از پول و تلاش است، اما استفاده مجدد از آن مستلزم استفاده از انرژی نیست. به طور کلی در مورد مالکیت معنوی ۸ عنصر

شده است. این مسئله نیازمند بررسی جامع و ارائه راهکارهای موثر است. و سوالاتی که طرح می‌گردد عوامل موثر بر کاهش ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی در ایران چیست؟ و چگونه می‌توان قوانین و مقررات مربوط به حقوق مالکیت معنوی را بهبود بخشید تا درآمدهای مالیاتی افزایش یابد؟

۲- مبانی نظری و مرور ادبیات

۲-۱- مبانی نظری

برخلاف قانونگذار کشور ما که تنها در چند ماده از قانون مالیات‌های مستقیم و آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها و اختراعات، به موضوع مالیات بر درآمدهای حاصل از اموال فکری اشاره کرده است، امروزه همه کشورهای توسعه یافته به منظور وضع مالیات بر درآمدهای حاصل از مالکیت فکری، سیستم‌های مالیاتی مستقل و علی‌حده‌ای را تدوین کرده‌اند که از آنها به Box Patent یاد می‌شود x یک سیستم مالیاتی است که بر درآمدهای حاصل از اموال فکری نظیر حق ثبت اختراع، علامت تجاری و کپی رایت متمرکز می‌باشد Patent Boxها سیاست‌های مالیاتی علی‌حده‌ای هستند که با دقت و ظرافت خاصی تدوین می‌شوند تا ضمن معاف کردن و یا اخذ مالیات مناسب از درآمدهای حاصل از اموال فکری، رویکردهای تشویقی جهت شکوفایی پژوهش و توسعه (R&D)^۱ را اتخا کنند در همین راستا، این سیاست‌های حقوقی، اموال فکری را جدای از سایر مأخذهای مالیاتی در نظر گرفته‌اند و با لحاظ کردن شرایطی ویژه برای این اموال، مالیات‌های نسبتاً کمتری را برای آنها وضع می‌کند (آزموده و همکاران، ۱۴۰۱).

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)^۲ که مهمترین سازمان بین‌المللی امروزی است، دستورالعمل‌ها و مقررات اضافی را برای ایجاد یک سیستم مالیاتی سیستماتیک ایجاد کرده است. این سازمان دستورالعمل‌ها و مقررات مالیاتی خود را تحت بررسی و مطالعه مستمر قرار

1. Research and Development
2. The Organisation for Economic Cooperation and Development

۲-۱-۱-۲- فقدان قوانین مشخص در مورد مالیات بر درآمد از مالکیت فکری

برخلاف اکثر کشورهای پیشرفته که در سالهای اخیر متناسب با موازین و دستورالعمل‌های سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) سیستم مالیاتی مستقل و خاصی را برای وضع مالیات بر درآمدهای حاصل از اموال فکری اتخاذ کرده‌اند، در ایران قانونی مستقل برای تقویم و وضع مالیات بر درآمدهای حاصل از اموال فکری وجود ندارد. تنها در ماده ۱۰۴ قانون مالیات‌های مستقیم، قانونگذار به وضع مالیات تکلیفی بر برخی موضوعات وزارتخانه‌های مورد حمایت و فعالیت‌های مرتبط با حقوق مالکیت فکری، اشاره کرده است. به موجب این ماده موسسات دولتی، شهرداری‌ها، موسسات وابسته به دولت و کلیه اشخاص حقوقی اعم از انتفاعی و غیرانتفاعی و اشخاص موضوع بند الف ماده ۹۵ این قانون مکلفند در مواردی چون نویسندگی، تألیف و تصنیف، آهنگ‌سازی، نوازندگی، هنرپیشگی، خوانندگی، نقاشی و... و وجوهی که بابت حق نمایش فیلم به هر عنوان پرداخت می‌کنند پنج درصد آن را به عنوان علی الحساب مالیات مؤدی (دریافت کنندگان وجوه) کسر و ظرف سی روز به حساب تعیین شده از طرف اداره امور مالیاتی ربط واریز کنند. به موجب ماده ۱۴۴ این قانون، درآمدی که مخترعین بابت حق اختراع تحصیل می‌کنند و همچنین درآمد ناشی از فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی مراکزی که دارای پروانه تحقیق از وزارتخانه‌های صالح هستند به مدت ده سال از تاریخ اجرای این اصلاحیه مطابق با ضوابط مقرر در آیین‌نامه مربوطه از پرداخت مالیات معاف می‌باشند.

۳- پیشینه پژوهش

۱-۳- پیشینه خارجی

کوستاریکووا و چوباتووا (۲۰۱۴) با بررسی حمایت از مالکیت فکری در جمهوری چک بیان کردند که مالکیت فکری ابزار مهمی است که به بهبود موقعیت رقابتی شرکت‌ها در بازار کمک می‌کند. هدف اصلی مطالعه آنها ارزیابی بار مالیاتی شرکت‌های نوآور با تمرکز بر مزایای مالیاتی مربوط به درآمد

استاندارد شامل حق چاپ، حق ثبت اختراع، علامت تجاری، موضوع اسرار تجاری، قانون اعتماد، کپی رایت، حق طراحی و حق طراحی سه بعدی وجود دارد. برخی کشورها برای تقویت و ارتقای خلاقیت و نوآوری در جامعه، سیاست‌های حمایتی مرتبط با حقوق مالکیت فکری را وضع کرده‌اند و البته برخی کشورها نیز برای معاملات و مبادلات مربوط به مالکیت فکری مالیات تعیین کرده‌اند. در ادامه به مطالعات تجربی مرتبط مهم اشاره می‌شود. (فرازمند و همکاران، ۱۳۸۷)

۲-۱-۱-۲- بررسی نظام مالیات بر مالکیت فکری در ایران

- در قوانین مالیاتی ایران، در خصوص مالیات بر درآمد حاصل از مالکیت فکری، قوانین موجود غالباً به درآمد حاصل از تأمین بهره‌برداری مالی و منافع تجاری از مالکیت فکری اشاره می‌کند، مانند مالکیت فکری دسته دوم. در این قسمت به بررسی معایب آشکار نظام مالیاتی ایران از نظر مالکیت معنوی و سپس شکل کلی مالیات بر دارایی معنوی در حقوق ایران می‌پردازیم.

۲-۱-۱-۲- معایب اصلی نظام مالیات بر مالکیت معنوی

در ایران

تبیین چند مسئله می‌تواند ضرورت و اهمیت انجام پژوهش پیش رو را بیش از پیش برای مخاطب روشن کند:

- (۱) نبود قانونی خاص پیرامون وضع مالیات بر درآمدهای ناشی از مالکیت فکری،
- (۲) ضعف و کمبود منابع و پژوهش‌های حقوقی در زمینه وضع مالیات بر درآمدهای ناشی از مالکیت فکری،
- (۳) رشد روزافزون اهمیت اموال فکری به مثابه یکی از عوامل تولید در عرصه اقتصاد
- (۴) سهل و آسانتر بودن توسل به شیوه‌های فرار مالیاتی توسط مودیان مربوطه در زمینه پرداخت مالیات بر درآمدهای ناشی از مالکیت فکری.

در ادامه هر یک از این موارد به اختصار توضیح داده خواهد شد.



از حقوق مالکیت فکری امکان نوآوری و بهبود فرآیندهای فناوری بیشتر را فراهم می‌کند که تأثیر مثبتی بر اقتصاد دارد.

۳-۲- پیشینه داخلی

(فلاحی و همکاران ۱۴۰۰) به بررسی برآورد ظرفیت مالیاتی کشور با استفاده از شبکه‌های عصبی پرداختند. بررسی چگونگی افزایش درآمد مالیاتی به عنوان بخشی از درآمدهای دولت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا، یک برآورد دقیق از ظرفیت مالیاتی و شناخت منابع موجود آن، ضروری به نظر می‌رسد. مناسب‌ترین معیار برای محاسبه و برآورد این ظرفیت که می‌توان به صورت بالقوه از آن مالیات گرفت، پایه‌ی مالیاتی بخش‌های مختلف اقتصادی می‌باشد. بدین منظور، ارزش افزوده بخش‌ها در کشور نیز محاسبه شده است. در این مطالعه از روش مدل‌سازی شبکه عصبی استفاده شده است که در آن متغیرهای مستقل به عنوان لایه‌ی ورودی وارد سیستم یادگیری شبکه عصبی می‌شوند. متغیرهای ورودی در مدل یعنی، نرخ تورم، ضریب جینی، نسبت جمعیت شهری به کل جمعیت، درجه باز بودن اقتصاد و سهم ارزش افزوده بخش‌های کشاورزی و صنعت از تولید ناخالص داخلی، متغیرهای مستقل مدل را تشکیل می‌دهند و متغیر وابسته یا تابع که همان ظرفیت مالیاتی است، حکم لایه خروجی را در شبکه عصبی دارد. بر حسب روش آزمون و خطا برای لایه‌های پنهان و گره‌های هر لایه، شبکه عصبی به صورت مناسب انتخاب می‌شود. در این مدل آموزش از روش داخل شبکه‌ای (batch) و از رویکرد پرسپترون چندلایه‌ی (MPL) بصورت پیشرو و بدون بازخورد استفاده شده است.

ماهرخ مقدم، مجیدی و مظفری (۱۳۹۸) از روش دلفی برای تحقیق در مورد موضوع و شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی استفاده کردند. جامعه آماری این پژوهش شامل صاحب‌نظران، نویسندگان، اساتید و فعالان حوزه حقوق، ارتباطات و فناوری اطلاعات است که دارای تجربه و تخصص لازم در زمینه مالکیت فکری هستند. نمونه مورد مطالعه به عنوان نمونه گلوله برفی انتخاب شد. با توجه به نتایج این تحقیق، عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت

حاصل از مالکیت فکری و هدف دوم ارائه موضوع حمایت از مالکیت فکری (تعریف و نظام حقوقی فعلی) است.

گریف و همکاران (۲۰۱۴) بیان کردند که مالکیت معنوی سهم فزاینده‌ای از دارایی‌های شرکت را تشکیل می‌دهد. جابجایی این سرمایه بیشتر از سایر انواع سرمایه است و شرکت‌ها می‌توانند از آن برای انتقال درآمد به خارج از کشور و کاهش بدهی مالیات بر درآمد شرکت استفاده کنند. آنها در مطالعه خود نشان دادند که تغییر در سیاست مالیاتی مربوط به حقوق مالکیت معنوی، ترکیب دارایی‌های شرکت (معنوی و مادی) را تغییر می‌دهد.

اشنایدر (۲۰۰۵) در مطالعه‌ی با عنوان "تجارت بین المللی، رشد اقتصادی و حقوق مالکیت فکری" اهمیت حمایت از حقوق مالکیت معنوی، واردات محصولات با فناوری پیشرفته و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر نوآوری و رشد سرانه تولید ناخالص داخلی را بررسی کرد. این مدل برای گروهی متشکل از ۴۷ کشور در سال ۱۹۷۰ پیش‌بینی شد. نتایج توسعه‌یافته و توسعه‌یافته در طول دهه ۱۹۹۰ نشان می‌دهد که نوآوری به حمایت از حقوق مالکیت معنوی پاسخ مثبت می‌دهد. اشنایدر با تقسیم کشورها به کشورهای در حال توسعه و در حال توسعه دریافت که حقوق مالکیت معنوی در کشورهای توسعه‌یافته تأثیر مثبتی بر اختراع دارد، اما این تأثیر در اکثر موارد در کشورهای در حال توسعه منفی و قابل توجه است.

کانور و اوآنسون (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان "آیا حقوق مالکیت معنوی باعث تحریک تغییرات تکنولوژیکی می‌شود؟" آنها رابطه بین حقوق مالکیت معنوی و رشد اقتصادی را بررسی کردند. در این مطالعه از مدل پانل برای ۲ دوره و برای ۳۲ کشور استفاده شد. آنها از معیاری برای تأثیر حمایت از حقوق مالکیت معنوی بر نوآوری استفاده می‌کنند که از نسبت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به تولید ناخالص داخلی به دست می‌آید. نتایج وی نشان داد که حمایت از حقوق مالکیت فکری تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه دارد و بنابراین حمایت

1 - Griffith et al

2 - Schneider

3 - Kanwar & Evenson

شده است. از روایی محتوایی برای تأیید روایی استفاده شده است. برای تأیید اعتبار محتوا به صورت کمی، دو ضریب همبستگی اعتبار محتوا (سی.وی.آر) ۱ و شاخص اعتبار محتوا (سی.وی.آی) مورد استفاده قرار گرفت (شولتز و همکاران ۳، ۲۰۱۳). برای سنجش روایی محتوا، دو پرسشنامه بین خبرگان توزیع شد. سی.وی.آر: برای محاسبه، پرسشنامه برای بخش سی.وی.آر تقسیم می‌شود و کارشناسان و مطلعین بر اساس مقیاس طیف لیکرت "ضروری"، "مفید اما نه ضروری"، "آیا" علاوه بر این، برای محاسبه سی.وی.آی از روش والتز و بازل، ۴ سوال "مرتبط نیست"، "تا حدودی مرتبط"، "مرتبط اما نیاز به بازبینی" و "کاملاً مرتبط" توزیع شد و نتایج زیر به دست آمد:

- مقادیر مجاز برای شاخص سی.وی.آر (براساس جدول لاشه به نقل از حاجی‌زاده): ۰/۴۲

- مقادیر مجاز برای شاخص سی.وی.آی: ۰/۷۹
فرمول محاسبه این دو شاخص به صورت زیر است. n_e تعداد متخصصانی هستند که به گزینه «ضروری است» رای داده‌اند و N تعداد کل متخصصان (۲۰) است.

$$CVR = \frac{ne - \frac{n}{2}}{\frac{n}{2}} \quad CVI = \frac{\text{نسبت تعداد ارزیابی که به آیتم نمره 3 و 4 داده اند}}{\text{تعداد کل ارزیابان}}$$

در جدول ۱ و ۲، مقادیر محاسبه شده برای شاخص سی.وی.آر و سی.وی.آی گزارش شده است.

جدول ۱. مقادیر CVR

CVR	مؤلفه اصلی
۰/۵۶۱	شرایط علی
۰/۵۱۷	پیامدها
۰/۶۰۳	راهبردها
۰/۵۰۳	عوامل مداخله‌گر
۰/۴۴۲	عوامل زمینه‌ای

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول فوق، مقادیر شاخص ضریب نسبی روایی محتوایی (CVR) که همگی بالاتر از ۰/۴۲ هستند؛ تمامی متغیرها از نسبت روایی محتوایی مناسبی برخوردار هستند و تعاریف عملیاتی با محتوای سؤالات آنها مرتبط هستند.

1. Content Validity Ratio
2. Content Validity Index
3. Schultz et al

معنوی در حوزه کتاب و نشریات اینترنتی در بسیاری از زمینه‌ها، در واقع پس از اجرای روش دلفی و اجماع کارشناسان، چهار حوزه را بر حقوق مالکیت معنوی تأثیر می‌گذارد. حوزه‌های رسانه، حقوق، فلسفه و فناوری تعریف شده است که در ۴ حوزه نیاز به سیاست‌گذاری مناسب در موضوع حقوق مالکیت معنوی است.

نژاد نوری و همکاران (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای پژوهشی با عنوان مدلی از نظام حقوق مالکیت فکری جمهوری اسلامی ایران، از مدل تحلیل ساختاری برای یافتن ابعاد مدل مقیاس نظام ملی حقوق مالکیت فکری ایران استفاده کرد. با یک مطالعه نظری سیستماتیک و عمیق، چارچوب مفهومی تحقیق ایجاد شد و پرسشنامه‌ای به جامعه آماری ارائه شد و پاسخ‌های به دست آمده از تحلیل و ابعاد اصلی سیستم مشخص شد. برای تعیین رابطه بین ابعاد و ترتیب اهمیت و سطح آن از مدل سازی ساختاری ترجمه‌ای استفاده شد. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که: در میان دامنه، گستره قانون گذاری/قوانین و مقررات، پس از سیاست گذاری و مدیریت به عنوان یک بعد مهم مستقل (پایین ترین سطح)، بیشترین تأثیر را در تشویق اجرای موفق دارد. از سیستم حبیب‌ا و دره شیری (۱۳۹۳) مالیات بر درآمد مالکیت فکری در ایران را از منظر حقوقی بررسی کردند. در مطالعه آنها، نحوه دریافت مالیات بر درآمد و وجوه از مدل تجاری مالکیت فکری، با مطالعه تطبیقی رفتار داخلی مالیات بر درآمد در برخی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مورد بررسی قرار گرفت. در پایان اقدامات اصلاحی را برای ایجاد چارچوب قانونی مناسب و ویژه در مقررات مالیاتی پیشنهاد کردند.

۴- روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی می‌باشد. تحقیق کاربردی یا عملی بر اساس نیاز عملی جامعه به منظور حل مسائل و دشواری‌های اجتماعی انجام می‌گیرد (کامران و نیک خلق، ۱۳۸۶). این تحقیق از نظر روش، تحقیقی توصیفی، همبستگی و پیمایشی به شمار می‌رود.

در این تحقیق جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از روش میدانی و با ابزار پرسشنامه و برای گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده



جدول ۲. مقادیر CVI

مؤلفه اصلی	CVI
شرایط علی	۰/۸۳۶
پیامدها	۰/۹۰۵
راهبردها	۰/۹۵۵
عوامل مداخله‌گر	۰/۸۷۷
عوامل زمینه‌ای	۰/۸۶۷

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۲ مقادیر شاخص روایی محتوایی CVI هستند؛ همگی بالاتر از ۰/۷۹ هستند؛ تمامی متغیرها از روایی محتوایی مناسبی برخوردار هستند و تمامی متغیرها از ارتباط مناسبی برخوردار هستند. فرمول تخمین پایایی بین کدگذاری در دو فاصله زمانی بدین ترتیب است:

$$100 \times (\text{تعداد کل کدها}) / (\text{تعداد توافقات} * 2) = \text{درصد پایایی بازآزمون}$$

جدول ۳. محاسبات مربوط به پایایی بازآزمون

ردیف	کد مصاحبه شونده	مجموع کدهای دو کدگذار	تعداد کدهای مورد توافق	تعداد کدهای ناموفق	پایایی بازآزمون
۱	مصاحبه ۱	۱۴۵	۶۶	۲۵	٪۹۱
۲	مصاحبه ۸	۱۵۹	۷۳	۱۲	٪۹۱
۳	مصاحبه ۱۲	۸۰	۳۹	۴	٪۹۷
۴	مصاحبه ۱۸	۱۰۶	۴۸	۲۳	٪۹۰
	مجموع	۴۹۰	۲۲۶	۶۴	٪۹۲

منبع: یافته‌های پژوهش

ایجاد شدند. کدگذاری، به‌طور مستقیم از متن مصاحبه شرکت‌کنندگان و یا با توجه به موارد در نهایت، متن مصاحبه‌ها مورد بررسی بیشتر قرار گرفتند و تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت بیشتر، بیش از ده بار جهت رسیدن به اشباع منطقی، انجام شد. برای مقوله‌های اصلی، ابعاد و ویژگی‌های آنها به صورت تکراری انجام شد. حدود هر مقوله و ابعاد آنها در آغاز تجزیه و تحلیل به‌صورت قطعی تعیین نشد و این مقوله‌ها در سراسر تجزیه و تحلیل مورد تجدید نظر قرار گرفتند.

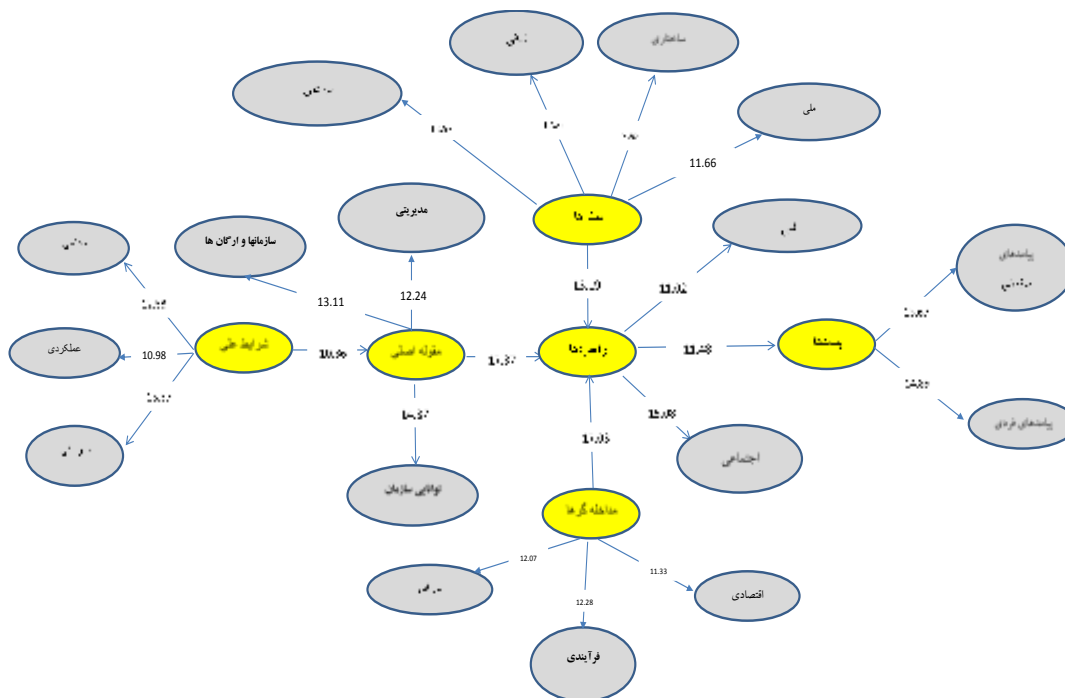
۴-۱- تحلیل مدلیابی معادلات ساختاری

در این قسمت فرضیه اصلی با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری قابل اثبات یا رد می‌باشد. در صورتی که مقدار آماره تی خارج بازه بحرانی (قدر مطلق آن از مقدار ۱/۹۶ بزرگتر گردد) می‌توان گفت فرضیه تحقیق مورد تایید می‌باشد. مقدار بتای مثبت نشان از همبستگی مثبت میان دو متغیر می‌باشد.

مجموع در این پژوهش برای محاسبه پایایی باز آزمون، ۴ مصاحبه از بین مصاحبه‌های صورت گرفته انتخاب شد و هر کدام از مصاحبه‌ها در یک فاصله یک ماهه توسط پژوهشگر مجدد کدگذاری شدند. و با استفاده از فرمول مربوط به پایایی باز آزمون، پایایی محاسبه شده برابر ۹۲ درصد است، با توجه به اینکه این میزان پایایی از ۶۰٪ بیشتر است (کوپل به نقل از خوانسار، ۱۳۸۸) قابلیت اعتماد کدگذاری‌های مصاحبه‌های این پژوهش مورد تایید می‌باشد.

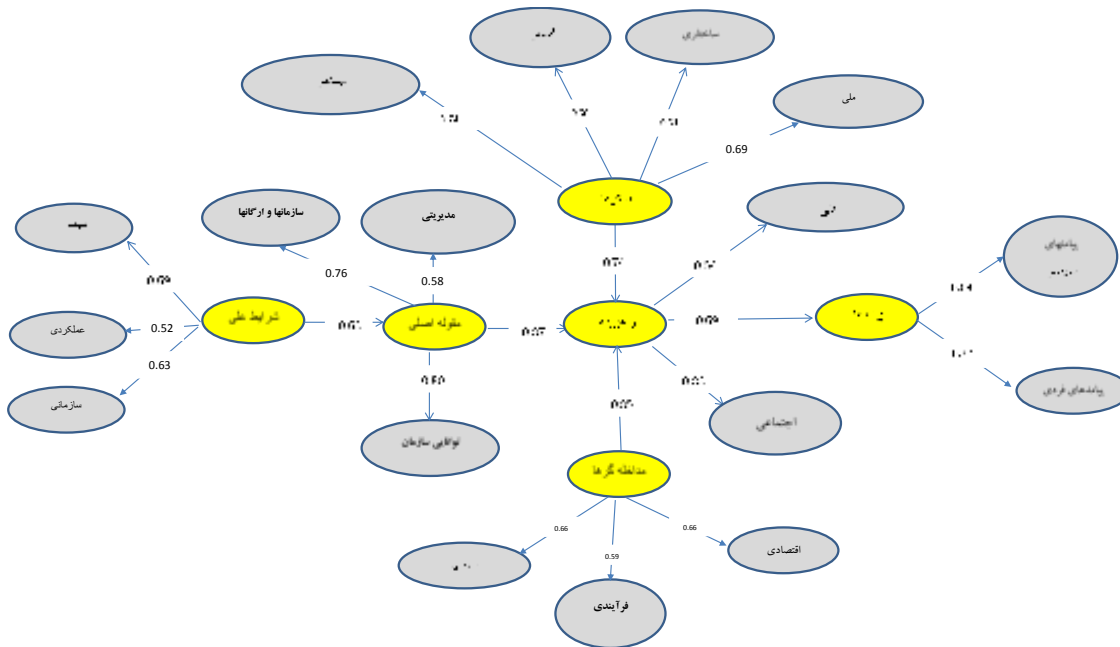
۴-۲ یافته‌های پژوهش

پس از انجام مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی آنها طی فرآیندی متن مصاحبه‌ها برای یافتن عوامل اصلی به‌طور منظم مورد بررسی قرار گرفتند. در گام اول از متن مصاحبه‌ها گزاره‌ها (ابعاد و ویژگی‌ها) استخراج شدند. در مرحله بعد، داده‌ها در سطح جمله و عبارت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و خرده مقولات کشف شدند. یعنی پس از استخراج گزاره‌ها با دسته‌بندی‌هایی که صورت گرفت عوامل تدوین شدند. هنگام تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها، مفاهیم دارای اشتراکات



شکل ۱. مدل معناداری فرضیه اصلی تحقیق در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت معناداری



شکل ۲. مدل معناداری فرضیه اصلی تحقیق در حالت ضرایب معناداری



فرضیه اصلی تحقیق و نتیجه‌گیری درباره آنها

جدول ۴. نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه ۱ تا ۵

نتیجه آزمون	T-value	ضریب استاندارد	متغیر وابسته	متغیر مستقل
رد H_0	۱۰/۳۶	۰/۶۳	مقوله‌ها	عوامل علی
رد H_0	۱۷/۳۷	۰/۸۷	راهبردها	مقوله‌ها
رد H_0	۱۱/۴۸	۰/۶۹	پیامدها	راهبردها
رد H_0	۱۳/۱۹	۰/۷۴	راهبردها	عوامل زمینه‌ای
رد H_0	-۱۷/۰۳	-۰/۸۵	راهبردها	عوامل مداخله‌گر

آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۶۹ است، می‌توان نتیجه گرفت که استراتژی

تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر نتایج دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۶۹). بنابراین فرضیه سوم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۴- عوامل اساسی (نظام-انسانی-ساختاری-ملی) بر استراتژی تأثیر زیادی دارند.

با توجه به اینکه مقدار معنی‌داری (T-value) بین دو متغیر عامل پایه و استراتژی برابر با ۱۳/۱۹ و بزرگتر از ۱/۹۶ است، بنابراین عامل پایه بر استراتژی تأثیر معناداری دارد. همچنین از آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۷۴ است، می‌توان نتیجه گرفت که عامل اساسی تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۷۴). بنابراین، فرضیه چهارم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۵- عوامل مداخله‌گر (سازمان - فرآیند - اقتصاد) بر استراتژی تأثیر بسزایی دارند.

در نظر بگیرید که مقدار معنی‌داری (T-value) بین دو متغیر عوامل مداخله‌گر و استراتژی برابر با ۱۷/۰۳ و کمتر از ۱/۹۶- باشد، در این صورت عامل مداخله‌گر بر استراتژی تأثیر معناداری دارد. همچنین از آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۸۵- است، می‌توان نتیجه گرفت که عامل مداخله‌گر تأثیر معکوس، منفی و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است. (۰/۸۵-). به‌بنابراین نظریه پنجم تحقیق تایید می‌شود.

فرضیه ۱- عوامل علی (سیاسی-کارکردی-سازمانی) بر مقولات (توانایی-سازمانی و مدیریتی-اداری) تأثیر بسزایی دارد.

در نظر بگیرید که مقدار عدد معنی‌دار (T-value) بین دو متغیر عامل علی و مقوله برابر با ۱۰/۳۶ و بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، در این صورت عامل علی بر مقوله تأثیر معناداری دارد. همچنین از آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۶۳ است، می‌توان نتیجه گرفت که عامل علی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر مقوله دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۶۳). بنابراین، فرضیه اول تحقیق تایید شد.

فرضیه ۲- مقوله تأثیر بسزایی بر استراتژی (اجتماعی-فنی) دارد.

با توجه به اینکه مقدار عدد معنی‌دار (T-value) بین دو متغیر نوع و استراتژی برابر با ۱۷/۳۷ و بزرگتر از ۱/۹۶ است، پس نوع بر استراتژی تأثیر بسزایی دارد. همچنین از آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۸۷ است، می‌توان نتیجه گرفت که نوع تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۸۷). بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۳- استراتژی تأثیر بسزایی بر نتایج (سطح ملی-سازمانی) دارد.

با توجه به اینکه مقدار معناداری (T-value) بین دو متغیر استراتژی و پیامدها برابر با ۱۱/۴۸ و بیشتر از ۱/۹۶ است، بنابراین استراتژی تأثیر بسزایی بر پیامدها دارد. همچنین از

خطای استاندارد اثر غیرمستقیم می‌توان فرضیه صفر را در مقابل فرض مخالف آزمون کرد. آماره Z برابر است با نسبت a به خطای استاندارد آن. به عبارت دیگر مقدار Z-Value را از رابطه زیر بدست می‌آوریم:

$$Z - \text{Value} = \frac{a - b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

در این رابطه:

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

Sa: خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی

Sb: خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته

همچنین، می‌توان با استفاده از t_a و t_b (جایی که t_a و t_b آمار آزمون t برای تفاوت بین ضرایب a و b و صفر هستند)، مقدار معنی داری آزمون سوپل را سنجید. مقادیر p گزارش شده (تا ۸ رقم اعشار) از توزیع نرمال واحد با فرض آزمون Z دو طرفه این فرضیه که اثر واسطه‌ای برابر با صفر در جامعه است، استخراج می‌شوند. $+۱/۹۶$ -/ مقادیر بحرانی نسبت آزمون هستند که شامل ۹۵ درصد مرکزی توزیع نرمال واحد هستند.

فرضیه ۶- شرایط علی بر راهبردها از طریق مقوله‌ها تأثیر معناداری دارد.

جدول ۵. نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری:

فرضیه ۶

فرضیه	نوع تأثیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه فرضیه
شرایط علی ← مقوله‌ها	مستقیم	۰/۶۳	۱۰/۳۶	تأیید
مقوله‌ها ← راهبردها	مستقیم	۰/۸۷	۱۷/۳۷	تأیید
شرایط علی ← مقوله‌ها	غیرمستقیم	۰/۵۴	۱۳/۸۶	تأیید

همانطور که نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد، شرایط علی بر مقوله‌ها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۳ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۸۷ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۶ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها در رابطه بین شرایط علی و راهبردها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۴ بر روی راهبردها می‌باشد.

آزمون سوپل

بطور کلی در آزمون سوپل می‌توان از تخمین نرمال برای بررسی معنی‌داری رابطه استفاده کرد. با داشتن برآورد

جدول ۶. آزمون متغیر میانجی آزمون سوپل

نتیجه آزمون	z-value			سطح معنی داری	مقدار t	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
	گودمن	آرویان	سوپل				
رد H_0	۸,۹۰۸	۸,۸۸۶	۸,۸۹۷۶	۰/۰۰۱	۱۰/۳۶	مقوله‌ها	شرایط علی
					۱۷/۳۷	راهبردها	مقوله‌ها

۱ را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به ۱ نزدیکتر باشد، نشان از قوی تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیر مستقیم به اثر کل را می‌سنجد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

روش محاسبه فرمول VAF:

نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد که مقدار Z (۸/۸۹) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می‌شود. یعنی بین شرایط علی با راهبردها با توجه به نقش میانجی مقوله‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد.

برای تعیین اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و

نتایج جدول (۶) نشان می دهد که مقدار Z (۸/۸۹) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می شود. یعنی شرایط علی بر راهبردها با توجه به نقش میانجی مقولهها تأثیر معنی داری دارد. نتایج جدول ۷ نشان می دهد که آماره VAF برابر با ۰/۵۰۳۷ می باشد. این بدان معناست که ۵۰/۳۷ درصد از اثر کل شرایط علی بر راهبردها از طریق متغیر میانجی مقولهها تبیین می شود که مقدار قابل توجهی است.

فرضیه ۷- عوامل زمینه ای بر راهبردها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

$$VAF = \frac{.63 \times .87}{(.63 \times .87) + .54} = 0.503722084$$

جدول ۸- نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه ۷

فرضیه	نوع تأثیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه فرضیه
عوامل زمینه ای ← راهبردها	مستقیم	۰/۷۴	۱۳/۱۹	تأیید
راهبردها ← پیامدها	مستقیم	۰/۶۹	۱۱/۴۸	تأیید
عوامل زمینه ای ← راهبردها ← پیامدها	غیرمستقیم	۰/۵۱	۱۲/۳۳	تأیید

بین عوامل زمینه ای و پیامدها نیز تأیید می شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل زمینه ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۱ بر روی پیامدها می باشد.

$$VAF = \frac{a * b}{(a * b) + c}$$

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی
b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته
c: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته

جدول ۷. آزمون VAF

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	ضریب مسیر	VAF
شرایط علی	مقوله ها	۰/۶۳	-
مقوله ها	راهبردها	۰/۸۷	-
شرایط علی	راهبردها	۰/۵۴	۰/۵۰۳۷۲۲۰۸۴

همانطور که نتایج جدول ۸ نشان می دهد، عوامل زمینه ای بر راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۷۴ می باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می باشد، لذا فرضیه شماره ۷ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه

جدول ۹. آزمون متغیر میانجی آزمون سوبل

نتیجه آزمون	z-value			سطح معنی داری	مقدار t	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
	گودمن	آرویان	سوبل				
H_0 رد	۸,۶۷۳	۸,۶۴۵۳	۸,۶۵۹	۰/۰۰۱	۱۳/۱۹	راهبردها	عوامل زمینه ای
					۱۱/۴۸	پیامدها	راهبردها

جدول ۱۰- آزمون VAF

VAF	ضریب مسیر	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
-	۰/۷۴	راهبردها	عوامل زمینه ای
-	۰/۶۹	پیامدها	راهبردها
۰/۵۰۰۲۹۳۹۴۵	۰/۵۱	پیامدها	عوامل زمینه ای

نتایج جدول (۹) نشان می دهد که مقدار Z (۸/۶۵) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می شود. یعنی بین عوامل زمینه ای با پیامدها با توجه به نقش میانجی راهبردها رابطه معنی داری وجود دارد.

می‌باشد. این بدان معناست که ۵۰/۰۲ درصد از اثر کل عوامل زمینه‌ای بر پیامدها از طریق متغیر میانجی راهبردها تبیین می‌شود که مقدار قابل توجهی است.

فرضیه ۸- عوامل مداخله‌گر بر پیامدها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

$$VAF = \frac{.74 \times .69}{(.74 \times .69) + .51} = 0.500293945$$

نتایج جدول (۹) نشان می‌دهد که مقدار Z (۸/۶۵) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می‌شود. یعنی عوامل زمینه‌ای بر پیامدها با توجه به نقش میانجی راهبردها تأثیر معنی داری دارد. نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که آماره VAF برابر با ۰/۵۰۰۲

جدول ۱۱. نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه ۸

نتیجه فرضیه	نوع تأثیر	ضریب مسیر	آماره t
عوامل مداخله‌گر ← راهبردها	مستقیم	-۰/۸۵	-۱۷/۰۳
راهبردها ← پیامدها	مستقیم	۰/۶۹	۱۱/۴۸
عوامل مداخله‌گر ← راهبردها ← پیامدها	غیرمستقیم	۰/۵۸	۱۴/۲۵

بین عوامل مداخله‌گر و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل مداخله‌گر دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۸ بر روی پیامدها می‌باشد.

همانطور که نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد، عوامل مداخله‌گر بر راهبردها دارای اثر منفی، معکوس و معناداری برابر با -۰/۸۵ می‌باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۸ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه

جدول ۱۲- آزمون متغیر میانجی آزمون سوپل

نتیجه آزمون	z-value			سطح معنی داری	مقدار t	متغیر پیش بین	متغیر ملاک
	گودمن	آرویان	سوپل				
رد H_0	۹,۵۳۰	۹,۵۰۷۸	۹,۵۱۹۱	۰/۰۰۱	-۱۷/۰۳	راهبردها	عوامل مداخله‌گر
					۱۱/۴۸	پیامدها	راهبردها

$$VAF = \frac{.85 \times .69}{(.85 \times .69) + .58} = 0.50278611$$

جدول (۱۲) نشان می‌دهد که مقدار Z (۹/۵۱) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می‌شود. یعنی عوامل مداخله‌گر بر پیامدها با توجه به نقش میانجی راهبردها تأثیر معنی داری دارد. نتایج جدول ۱۳ نشان می‌دهد که آماره VAF برابر با ۰/۵۰۲۷ می‌باشد. این بدان معناست که ۵۰/۲۷ درصد از اثر کل عوامل مداخله‌گر بر پیامدها از طریق متغیر میانجی راهبردها تبیین می‌شود که مقدار قابل توجهی است.

نتایج جدول (۱۲) نشان می‌دهد که مقدار Z (۹/۵۱) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H_0 رد می‌شود. یعنی بین عوامل مداخله‌گر با پیامدها با توجه به نقش میانجی راهبردها رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۱۳. آزمون VAF

VAF	ضریب مسیر	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
-	-۰/۸۵	راهبردها	عوامل مداخله‌گر
-	۰/۶۹	پیامدها	راهبردها
۰/۵۰۲۷۸۶۱۱۲	-۰/۵۸	پیامدها	عوامل مداخله‌گر



فرضیه ۹- شرایط علی بر پیامدها از طریق مقوله‌ها و راهبردها تأثیر معناداری دارد.

جدول ۱۴. نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه ۹

فرضیه	نوع تأثیر	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه فرضیه
شرایط علی ← مقوله‌ها * راهبردها	مستقیم	۰/۵۴	۱۳/۸۶	تأیید
مقوله‌ها * راهبردها ← پیامدها	مستقیم	۰/۶۰	۱۴/۴۲	تأیید
شرایط علی ← مقوله‌ها * راهبردها ← پیامدها	غیرمستقیم	۰/۳۲	۱۴/۱۴	تأیید

۰/۶۰ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۹ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها * راهبردها در رابطه بین شرایط علی و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها * راهبردها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، منفی و معناداری برابر با ۰/۳۲ بر روی پیامدها می‌باشد.

همانطور که نتایج جدول ۱۴ نشان می‌دهد، شرایط علی بر مقوله‌ها * راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۵۴ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها * راهبردها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با

جدول ۱۵. آزمون متغیر میانجی آزمون سوبل

نتیجه آزمون	z-value			سطح معنی داری	مقدار t	متغیر پیش بین	متغیر ملاک
	سوبل	آروبان	گودمن				
رد H ₀	۹,۹۹۲	۹,۹۸۰	۱۰,۰۰۵۱	۰/۰۰۱	۱۳/۸۶	شرایط علی	مقوله‌ها * راهبردها
					۱۴/۴۲		پیامدها * راهبردها

$$VAF = \frac{.54 \times .60}{(.54 \times .60) + .32} = 0.50310559$$

نتایج جدول (۱۵) نشان می‌دهد که مقدار Z (۹/۹۹) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H₀ رد می‌شود. یعنی شرایط علی بر پیامدها با توجه به نقش میانجی مقوله‌ها * راهبردها تأثیر معنی داری دارد. نتایج جدول ۱۶ نشان می‌دهد که آماره VAF برابر با ۰/۵۰۳۱ می‌باشد. این بدان معناست که ۵۰/۳۱ درصد از اثر کل شرایط علی بر پیامدها از طریق متغیر میانجی مقوله‌ها * راهبردها تبیین می‌شود که مقدار قابل توجهی است.

اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ظرفیت درآمد‌های مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی

نتایج جدول (۱۵) نشان می‌دهد که مقدار Z (۹/۹۹) از ۱/۹۶ بزرگتر است بنابراین فرض H₀ رد می‌شود. یعنی بین شرایط علی با پیامدها با توجه به نقش میانجی مقوله‌ها * راهبردها رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۱۶. آزمون VAF

VAF	ضریب مسیر	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
-	۰/۵۴	مقوله‌ها * راهبردها	شرایط علی
-	۰/۶۰	پیامدها	مقوله‌ها * راهبردها
۰/۵۰۳۱۰۵۵۹	۰/۳۲	پیامدها	شرایط علی

جدول ۱۷. جدول الگوی روابط علی برای معیارهای کلیدی ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی

رتبه بندی	R-J	R+J	J	R	زیر معیارها
۱	1.450364	17.04025	7/794941	9/245305	بسترها
۲	1.357608	16.28133	7/461863	8/819471	شرایط علی
۳	-0/05975	8/145556	4/102651	4/042905	پیامدها
۴	-1/57588	6/292386	3/934135	2/358251	راهبردها
۵	-1/64278	7/595201	4/61899	2/976211	مداخله گرها
۶	-1/98201	7/751032	4/866521	2/884511	مقوله ها

درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی دارد. ارزیابی همه ریز عناصر به مانند مراحل معیارهای سطح بالای مدل صورت می گیرد. جدول ۱۸، جدول R, J برای کلیه معیارها و زیر معیارها بر مبنای محاسبات انجام شده نشان دهنده رتبه بندی معیارها و عناصر مدل تحقیق می باشد.

نتایج حاصل از ستونهای (R-J) و (R+J) در جدول ۱۷ نشان می دهد که بسترها با مقادیر R, J, (R+J) و (R-J) به ترتیب (۹/۲۴۵۳۰۵، ۷/۷۹۴۹۴۱، ۱۷/۰۴۰۲۵ و ۱/۴۵۰۳۶۴) بیشترین تأثیر را در ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی دارد و همچنین مقوله ها با مقادیر R, J, (R+J) و (R-J) به ترتیب (۲/۸۸۴۵۱۱، ۴/۸۶۶۵۲۱، ۷/۷۵۱۰۳۲ و -۱/۹۸۲۰۱) کمترین تأثیر را در ظرفیت

جدول ۱۸. جدول R, J برای کلیه زیر معیارهای کلیدی ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی

رتبه بندی	R-J	R+J	J	R	زیر معیارها
۱	0.252219	2.743495	1/245638	1/497857	شرایط علی سازمانی
۲	0.209631	5.580813	2/685591	2/895222	مدیریتی
۳	0.155103	5.827061	2/835979	2/991082	سیاسی
۴	0.149217	2.970319	1/410551	1/559768	اقتصادی
۵	0.13118	3.134456	1/501638	1/632818	فرآیندی
۶	0.13007	5.02406	2/446995	2/577065	عملکردی
۷	0.105895	2.653177	1/273641	1/379536	پیامدهای سازمانی
۸	0.057982	3.165702	1/55386	1/611842	انسانی
۹	-0.00645	3.084086	1/545268	1/538818	ساختاری
۱۰	-0.08481	2.821623	1/453216	1/368407	ملی
۱۱	-0.09685	4.804879	2/450866	2/354013	سیستمی
۱۲	-0.15724	4.629893	2/393565	2/236328	سازمانها و ارگان ها
۱۳	-0.16908	3.647666	1/908375	1/739291	توانایی سازمانی
۱۴	-0.21942	2.915571	1/567493	1/348078	فنی
۱۵	-0.35752	5.154587	2/756052	2/398535	جامعه
۱۶	-0.597302	5.360209	2/978754	2/381455	سازمانی
۱۷	-0.67411	5.556732	3/115421	2/441311	پیامدهای ملی



۵- مقدمه

یکی از مهمترین عوامل در همه سازمان‌ها، علی‌الخصوص سازمان امور مالیاتی، نیروی انسانی است که به‌عنوان مهمترین سرمایه سازمان شناسایی میشوند. برای تغییر وضعیت در عامل نیروی انسانی بایستی به مواردی همچون جذب نیروی انسانی متخصص، ارتقای سطح توانایی و تخصص نیروهای موجود، آموزش ضمن خدمت برای کارکنان و جابجایی نیروهای متخصص بین ادارات توجه نمود. بدین منظور، ارتقای سطح کیفی دانش ماموران مالیاتی از طریق آموزشهای لازم و برگزاری دوره‌های مختلف و برخورداری از دانش موردنیاز در زمینه شغلی پیشنهاد می‌شود. یکی دیگر از عوامل مؤثر در تضعیف و عدم اثر بخشی سیاست‌ها و نهایتاً فرار مالیاتی وجود لایه‌های قانونی در قوانین و مقررات می‌باشد، این مسئله می‌تواند به تنهایی کارایی کل سیستم را مختل نماید. بدین منظور بایستی به ایجاد قوانین الزام‌آور برای دسترسی به اطلاعات یکپارچه بین دستگاههای دولتی، رفع خلاءهای قانونی، کاهش پیچیدگی قوانین و مقررات و همچنین به ساده سازی قوانین و توانایی درک آن برای تمامی افراد و فعالان اقتصادی توجه کرد. بنابراین تصویب قوانین الزام آور جهت دسترسی به اطلاعات مالی افراد در سیستم یکپارچه مالیاتی پیشنهاد می‌شود. برای ارتقای اعتماد در سیستم مالیاتی، بایستی عواملی همچون تغییر نگرش مردم و فعالان اقتصادی به عدم پرداخت مالیات توسط شهروندان، اعتماد مردم نسبت به دولت، اعتماد مردم نسبت به عادلانه بودن محاسبه مالیات و پرداخت آن و محسوس نمودن نحوه هزینه درآمدهای مالیاتی بهبود یابند. وقتی مردم مطمئن شوند که چارچوب قوانین مالیاتی برای همه در نظر گرفته شده و اجرا می‌شود و هیچ تبعیضی بین افراد جامعه وجود ندارد، خود را مطیع قانون دانسته و اطاعت از آن را واجب میدانند. به وجود آوردن حس مشارکت و اعتماد بین مردم از طریق شفاف سازی نحوه هزینه کرد درآمدهای مالیاتی توسط دولت و انعکاس اخبار آن در مطبوعات و رسانه‌های شنیداری و دیداری می‌توان به این مهم کمک کند. فساد اداری نیز عامل دیگری است که در این تحقیق به‌عنوان عامل مؤثر بر فرار مالیاتی از سوی خبرنگاران شناسایی شده

است. برای کاهش فساد اداری در سیستم مالیاتی بایستی به فراهم نمودن نحوه رسیدگی علی‌رأس برای فساد، ضعف مکانیزم اجرایی در انجام مجازات، نبود برنامه پیشگیری از فساد و فقدان قانون در جلوگیری از فساد اشاره کرد و برای رفع موارد مذکور، چاره اندیشی کرد با شناسایی و تحلیل دقیق مشکلات و ارائه راهکارهای مناسب، ایران می‌تواند ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی را بهبود بخشد. این امر نه تنها به افزایش درآمدهای دولت کمک می‌کند، بلکه موجب توسعه نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها در کشور خواهد شد

۵-۱ نتایج فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱. عوامل علی (سیاسی-کارکردی-سازمانی) بر مقولات (توانایی-سازمانی و مدیریتی-اداری) تأثیر بسزایی دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که عامل علی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر مقوله دارد و شدت این تأثیر قوی است (۰/۶۳). بنابراین، فرضیه اول تحقیق تایید شد.

فرضیه ۲. مقوله تأثیر بسزایی بر استراتژی (اجتماعی-فنی) دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که نوع تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر قوی است (۰/۸۷). بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۳. استراتژی تأثیر بسزایی بر نتایج (سطح ملی-سازمانی) دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که استراتژی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر نتایج دارد و شدت این تأثیر قوی است (۰/۶۹). بنابراین فرضیه سوم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۴. عوامل اساسی (نظام-انسانی-ساختاری-ملی) بر استراتژی تأثیر زیادی دارند.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که عامل اساسی تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر قوی است (۰/۷۴). بنابراین، فرضیه چهارم تحقیق تایید شد.

فرضیه ۵. عوامل مداخله گر (سازمان - فرآیند - اقتصاد) بر استراتژی تأثیر بسزایی دارند.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد شرایط علی بر مقوله‌ها * راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۵۴ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها * راهبردها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۰ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۹ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها * راهبردها در رابطه بین شرایط علی و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها * راهبردها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، منفی و معناداری برابر با ۰/۳۲ بر روی پیامدها می‌باشد.

۵-۲ نتایج حاصل از مقایسه با سایر پژوهش‌ها

فرضیه ۱. عوامل علی (سیاسی-کارکردی-سازمانی) بر مقولات (توانایی-سازمانی و مدیریتی-اداری) تأثیر بسزایی دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد عامل علی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر مقوله دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۶۳). بنابراین، فرضیه اول تحقیق تأیید شد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های ماهرخ مقدم، مجیدی و مظفری (۱۳۹۸)، حبیبی و دره شیری (۱۳۹۳)، کوستاریکوا و چوپاتوا (۲۰۱۴)، کانور و اوانسون (۲۰۰۳) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۲. مقوله تأثیر بسزایی بر استراتژی (اجتماعی-فنی) دارد.

با توجه به اینکه مقدار عدد معنی دار (T-value) بین دو متغیر نوع و استراتژی برابر با ۱۷/۳۷ و بزرگتر از ۱/۹۶ است، پس نوع بر استراتژی تأثیر بسزایی دارد. همچنین از آنجایی که ضریب همبستگی (ضریب استاندارد) بین دو متغیر برابر با ۰/۸۷ است، می‌توان نتیجه گرفت که نوع تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۸۷). بنابراین فرضیه دوم تحقیق تأیید شد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های، کانور و اوانسون (۲۰۰۳)، میلر و اوکانل (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۳. استراتژی تأثیر بسزایی بر نتایج (سطح ملی-سازمانی) دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که استراتژی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر نتایج دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که عامل مداخله تأثیر معکوس، منفی و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است. ۰/۸۵- بله. بنابراین نظریه پنجم تحقیق تأیید می‌شود.

فرضیه ۶. شرایط علی بر راهبردها از طریق مقوله‌ها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد شرایط علی بر مقوله‌ها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۳ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۸۷ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۶ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها در رابطه بین شرایط علی و راهبردها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۴ بر روی راهبردها می‌باشد.

فرضیه ۷. عوامل زمینه‌ای بر راهبردها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد عوامل زمینه‌ای بر راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۷۴ می‌باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۷ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه بین عوامل زمینه‌ای و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل زمینه‌ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۱ بر روی پیامدها می‌باشد.

فرضیه ۸. عوامل مداخله‌گر بر پیامدها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد عوامل مداخله‌گر بر راهبردها دارای اثر منفی، معکوس و معناداری برابر با ۰/۸۵- می‌باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۸ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه بین عوامل مداخله‌گر و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل مداخله‌گر دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۸ بر روی پیامدها می‌باشد.

فرضیه ۹. شرایط علی بر پیامدها از طریق مقوله‌ها و راهبردها تأثیر معناداری دارد.



مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۷ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه بین عوامل زمینه‌ای و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل زمینه‌ای دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۱ بر روی پیامدها می‌باشد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های حبیب‌ا و دره شیری (۱۳۹۳)، کانور و اوانسون (۲۰۰۳) میلر و اوکانل (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۸. عوامل مداخله‌گر بر پیامدها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد عوامل مداخله‌گر بر راهبردها دارای اثر منفی، معکوس و معناداری برابر با ۰/۸۵- می‌باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۹ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۸ یعنی میانجی بودن راهبردها در رابطه بین عوامل مداخله‌گر و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی راهبردها، عوامل مداخله‌گر دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۸ بر روی پیامدها می‌باشد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های ماهرخ مقدم، مجیدی و مظفری (۱۳۹۸)، کوستاریکووا و چوباتوا (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۹. شرایط علی بر پیامدها از طریق مقوله‌ها و راهبردها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد شرایط علی بر مقوله‌ها * راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۵۴ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها * راهبردها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۰ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۹ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها * راهبردها در رابطه بین شرایط علی و پیامدها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها * راهبردها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، منفی و معناداری برابر با ۰/۳۲ بر روی پیامدها می‌باشد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های ماهرخ مقدم، مجیدی و مظفری (۱۳۹۸)، کوستاریکووا و چوباتوا (۲۰۱۴)، میلر و اوکانل (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

است (۰/۶۹). بنابراین فرضیه سوم تحقیق تأیید شد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های ماهرخ مقدم، مجیدی و مظفری (۱۳۹۸)، کانور و اوانسون (۲۰۰۳)، میلر و اوکانل (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۴. عوامل اساسی (نظام-انسانی-ساختاری-ملی) بر استراتژی تأثیر زیادی دارند.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که عامل اساسی تأثیر مستقیم، مثبت و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است (۰/۷۴).. بنابراین، فرضیه چهارم تحقیق تأیید شد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های حبیب‌ا و دره شیری (۱۳۹۳)، میلر و اوکانل (۲۰۱۴) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۵. عوامل مداخله‌گر (سازمان - فرآیند - اقتصاد) بر استراتژی تأثیر بسزایی دارند.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد که عامل مداخله‌گر تأثیر معکوس، منفی و مهمی بر استراتژی دارد و شدت این تأثیر کاملاً قوی است. ۰/۸۵- بله. بنابراین نظریه پنجم تحقیق تأیید می‌شود. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های حبیب‌ا و دره شیری (۱۳۹۳)، کوستاریکووا و چوباتوا (۲۰۱۴)، کانور و اوانسون (۲۰۰۳) هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۶. شرایط علی بر راهبردها از طریق مقوله‌ها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد شرایط علی بر مقوله‌ها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۳ می‌باشد و همچنین مقوله‌ها نیز بر روی راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۸۷ می‌باشد، لذا فرضیه شماره ۶ یعنی میانجی بودن مقوله‌ها در رابطه بین شرایط علی و راهبردها نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی مقوله‌ها، شرایط علی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر با ۰/۵۴ بر روی راهبردها می‌باشد. نتایج فرضیه فوق با پژوهش‌های کانور و اوانسون (۲۰۰۳)، هم‌جهت و هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه ۷. عوامل زمینه‌ای بر راهبردها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

نتایج فرضیه نشان می‌دهد عوامل زمینه‌ای بر راهبردها دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با ۰/۷۴ می‌باشد و همچنین راهبردها نیز بر روی پیامدها دارای اثر مثبت،

۳-۵. پیشنهادات مبتنی بر نتایج پژوهش

فرضیه ۱. عوامل علی (سیاسی-کارکردی-سازمانی) بر مقولات (توانایی-سازمانی و مدیریتی-اداری) تأثیر بسزایی دارد.

تحلیل تأثیر سیاست‌های دولت (سیاست‌های مالیاتی و حمایت‌های قانونی) و بررسی نقش ساختارهای سازمانی (ادارات مالیاتی و ثبت اختراعات) بر توانایی سازمانی و مدیریتی در بهبود ظرفیت درآمدهای مالیاتی.

فرضیه ۲. مقوله تأثیر بسزایی بر استراتژی (اجتماعی-فنی) دارد.

ارزیابی اثرات مقوله‌های توانمندی سازمانی و مدیریتی بر توسعه استراتژی‌های فنی و اجتماعی به منظور افزایش جمع‌آوری مالیات از حقوق مالکیت

فرضیه ۳. استراتژی تأثیر بسزایی بر نتایج (سطح ملی-سازمانی) دارد.

مطالعه تأثیر استراتژی‌های تعریف شده (اجتماعی و فنی) بر نتایج اقتصادی و مالی در سطح ملی و سازمانی، به‌ویژه در زمینه افزایش درآمدهای مالیاتی مرتبط با حقوق مالکیت معنوی

فرضیه ۴. عوامل اساسی (نظام-انسانی-ساختاری-ملی) بر استراتژی تأثیر زیادی دارند.

بررسی اثرات عوامل اساسی مانند ساختار نظام مالیاتی، نیروی انسانی متخصص، ساختارهای حقوقی و ملی بر استراتژی‌های جمع‌آوری مالیات از حقوق مالکیت معنوی

فرضیه ۵. عوامل مداخله‌گر (سازمان - فرآیند - اقتصاد) بر استراتژی تأثیر بسزایی دارند.

تحلیل تأثیر عوامل مداخله‌گر مانند سازمان‌ها (سازمان‌های مالیاتی و اقتصادی)، فرآیندها (روش‌های جمع‌آوری مالیات)

و شرایط اقتصادی بر استراتژی‌های مالیاتی مرتبط با حقوق مالکیت معنوی

فرضیه ۶. شرایط علی بر راهبردها از طریق مقوله‌ها تأثیر معناداری دارد.

مطالعه اثرات شرایط علی (سیاست‌ها و ساختارها) بر راهبردهای جمع‌آوری مالیات از طریق بررسی مقوله‌های توانمندی سازمانی و مدیریتی

فرضیه ۷. عوامل زمینه‌ای بر راهبردها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

ارزیابی تأثیر عوامل زمینه‌ای (شرایط اقتصادی و اجتماعی) بر راهبردهای جمع‌آوری مالیات از طریق بررسی استراتژی‌های مالیاتی

فرضیه ۸. عوامل مداخله‌گر بر پیامدها از طریق راهبردها تأثیر معناداری دارد.

تحلیل تأثیر عوامل مداخله‌گر (سازمان‌ها، فرآیندها، شرایط اقتصادی) بر پیامدهای مالیاتی از طریق ارزیابی استراتژی‌های جمع‌آوری مالیات.

فرضیه ۹. شرایط علی بر پیامدها از طریق مقوله‌ها و راهبردها تأثیر معناداری دارد.

بررسی تأثیر شرایط علی (سیاست‌ها و ساختارها) بر پیامدهای مالیاتی از طریق مقوله‌های توانمندی سازمانی و مدیریتی و راهبردهای مالیاتی مرتبط با حقوق مالکیت معنوی. این پیشنهادات می‌تواند به محققان و سیاست‌گذاران کمک کند تا به‌طور سیستماتیک عوامل مؤثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی را تحلیل و ارزیابی کنند و بر اساس این تحلیل‌ها، سیاست‌ها و استراتژی‌های مناسبی را برای بهبود این ظرفیت‌ها توسعه دهند.

منابع

technological change?. *Oxford Economic Papers*, 55(2), 235-264.

1. Košťurková, I., & Chobotová, M. (2014). New trends in intellectual property and tax burden of innovative corporations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 93-102.

12. Maherkh Moghadam, Mojdeh, Majidi Kahrodi, Nasim, Mozafari, Afsana. (2019). Identifying factors affecting intellectual property rights in cyberspace. *New Media Studies*, 6(23), 259-284. doi: 10.22054/nms.2021.44138.772.

13. Merrill, P., Shanahan Jr, J. R., Gómez, J., Glon, G., Grocott, P., Lamers, A., ... & Linczer, A. (2012). Is it time for the United States to consider the patent box?. *Tax Notes*, 95, 1665-1675.

14. Nejadnouri, Mohammad Mehdi, Pour Ramadan Nargesi, Qasim, Haj Hosseini, Hojatullah, Sadri, Mohammad. (2017). The model of the intellectual property rights system of the Islamic Republic of Iran with the interpretive structural modeling approach. *Interdisciplinary studies of strategic knowledge*, 8(32), 7-31.

15. Salmani, Mohammad. (2017). The right to access information and copyright in cyber space", scientific-research quarterly of medical law. 10 (5), pp. 7-35.

16. Schneider, P. H. (2005). International trade, economic growth and intellectual property rights: A panel data study of developed and developing countries. *Journal of Development Economics*, 78(2), 529-547.

16. Schneider, P. H. (2005). International trade, economic growth and intellectual property rights: A panel data study of developed and developing countries. *Journal of Development Economics*, 78(2), 529-547.

۱. احمدزاده. (۱۳۹۴). نقش نظام حقوق مالکیت فکری در توسعه اقتصاد دانش محور. فصلنامه نقد کتاب اطلاع رسانی و ارتباطات، ۲(۵)، ۱۸۵-۱۹۰.

۲. آزموده، هادی زاده. و محمدزاده. (۲۰۲۲). شناسایی عوامل موثر بر ظرفیت درآمدهای مالیاتی ناشی از حقوق مالکیت معنوی با استفاده از نظریه داده بنیاد چندوجهی. مدیریت، ۳(۲)، ۱۵۱-۱۶۷.

۳. پورابراهیمی، ابراهیم، نجات زادگان، سعید. و نجات زادگان، حمید. (۱۳۹۷). مدیریت دارایی‌های فکری و تبدیل مالکیت فکری به دارایی‌های منفعت ساز، موسسه دارایی‌های فکری و فناوری مدرس، کتابچه آموزشی ترویجی آشنایی باحقوق مالکیت فکری و ثبت اختراع، فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی، ۴۵، ۸۰-۸۰.

۴. حبیب، سعید، و معتمدی، غلامحسین. (۱۳۸۵). حمایت از دانش سنتی به عنوان یکی از اجزای حقوق مالکیت فکری. مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، (۷۲)، ۱۲۳-۱۶۲.

۵. عباسی، محمود؛ معین اسلام، محمد. و اکرمی، فرزوان. (۲۰۱۶). جایگاه و چالش‌های ایران در حمایت بین‌المللی از حقوق مالکیت آثار ادبی و هنری. مجله علمی پژوهشی حقوق پزشکی، ۹، ۱۱-۴۶.

6. Farazmand, H., & Baharvand Ahmadi, E. (2009). The Study of Factors Involved in the Tax Capacity of Lorestan Province. *Journal of Tax Research*, 16(3), 141-168.

7. Goolsbee, A. (1998). Taxes, organizational form, and the deadweight loss of the corporate income tax. *Journal of Public Economics*, 69(1), 143-152.



8. Griffith, R., Miller, H., & O'Connell, M. (2014). Ownership of intellectual property and corporate taxation. *Journal of Public Economics*, 112, 12-23.

9. Habiba, Saeed and Dareh-Shiri, Mahdia. (2014). Intellectual property income tax. *Legal Research Quarterly*, 18(69), 57-82.

10. Kanwar, S., & Evenson, R. (2003). Does intellectual property protection spur



Prioritizing Factors Affecting The Capacity of Tax revenues Arising From Intellectual Property Rights

* Mahdi Azmoodeh  ** Arash Hadizadeh  *** Amir Mohammadzadeh 

* Ph.D. student, Department of Management, Islamic Azad University, Qazvin branch, Qazvin, Iran.
mahdiazmoodeh20@gmail.com

** Assistant Professor, Department of Economics, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.
arash.hadizade@gmail.com

*** Associate Professor, Department of Financial Management, Qazvin Branch, Islamic Azad
University, Qazvin, Iran. amn.1378@yahoo.com

Received: 03.02.2024

Accepted: 24.07.2024

Abstract

In Iran, the subject of taxation on intellectual property (IP) has not yet been introduced by the government or the Tax Administration. However, due to the significant volume of these assets in the Iranian economy and their trade and transactions, taxation on them is an inevitable necessity. As a result, the issue of taxation on intellectual property rights is being extensively discussed in academic and professional circles. Intellectual creations and social credits, such as inventions and trademarks, although difficult to create, are easily imitated, reproduced, and distributed with industrial and mechanical means. Consequently, the financial and economic benefits of intellectual property are often enjoyed by imitators and duplicators. Without proper support for creators, they may be unwilling to share their knowledge and assets. Therefore, intellectual property rights are recognized in most countries.

Keywords: Tax Revenues, Intellectual Property rights, Tax Administration

Corresponding Author: Arash Hadizadeh- Arash.hadizade@gmail.com



Introduction

A critical issue is how to tax these types of assets. An effective tax system should consider mutual benefits, meaning that, first, granting exclusive rights to these assets should not hinder their commercialization and trade. Secondly, it should prevent tax avoidance, both domestically and internationally, while protecting government revenues. However, the intangible and immaterial nature of these assets, the difficulty of identifying their transfer, the uniqueness of each asset, challenges in estimating their useful life, and the risks of new technology make taxation on these assets complex and challenging (Kohan & Mainah, 2011). In Iran, for these reasons, the subject of taxation on intellectual property has not yet been addressed by the government or the Tax Administration. But due to the significant volume of these assets in the Iranian economy and their trade and transactions, taxation on them is a necessity. Therefore, the topic of taxation on intellectual property rights is being widely debated in professional and academic circles. Solutions to these challenges include strengthening laws and regulations, improving oversight infrastructure, raising public awareness, enhancing international cooperation, and combating tax evasion and the underground economy. Additionally, the laws and regulations on intellectual property rights in Iran may not be sufficiently comprehensive or up-to-date. Furthermore, ineffective enforcement of these laws can reduce the potential for tax revenues. Despite the high potential of intellectual property rights in Iran, several issues such as weak laws and regulations, lack of enforcement infrastructure, low public awareness, unauthorized reproduction, inefficiency in the judiciary, the existence of an informal economy, and tax evasion have led to a decrease in tax revenues from this area. This issue requires thorough examination and the development of effective solutions. Questions arise about the factors that reduce tax revenue capacity from intellectual property rights in Iran, and how laws and regulations can be improved to increase tax revenues.

Conclusion: One of the most important factors in any organization, especially in the Tax Administration, is human resources, which are considered the most valuable assets. To change the situation regarding human resources, attention must be given to hiring specialized personnel, improving the skills and expertise of existing staff, providing in-service training, and rotating specialized staff between departments. For this purpose, it is suggested to improve the quality of knowledge among tax officers through necessary training and various courses. Another important factor weakening the effectiveness of policies and ultimately contributing to tax evasion is the presence of legal loopholes in the laws and regulations, which can disrupt the entire system. To address this, it is essential to create mandatory laws for access to integrated information between government agencies, eliminate legal gaps, reduce the complexity of laws, and simplify them for better understanding by all economic participants. It is therefore recommended that binding laws be passed to provide access to individuals' financial information in an integrated tax system. To improve trust in the tax system, factors such as changing public and economic participants' attitudes towards tax evasion, building public trust in the government, ensuring fairness in tax calculation and payment, and making the use of tax revenues more transparent should be addressed. When people are confident that tax laws are applied equally to everyone, with no discrimination, they will view compliance as mandatory. Promoting a sense of participation and trust among citizens through transparency in how tax revenues are spent, communicated through the media, can aid in this goal. Administrative corruption has also been identified as a factor contributing to tax evasion. To reduce corruption in the tax system, efforts must focus on ensuring transparency, improving the enforcement

mechanisms for penalties, implementing preventive measures against corruption, and filling the gaps in anti-corruption laws.

By identifying and thoroughly analyzing the problems and providing appropriate solutions, Iran can enhance its tax revenue capacity from intellectual property rights. This would not only increase government revenues but also foster innovation and creativity in the country.



شناسایی استانداردهای لازم برای معامله در بازارهای آتی محصولات کشاورزی با روش داده بنیاد و رتبه‌بندی با روش تاپسیس

* فرحناز کریمی‌نژاد * * * غلامرضا یآوری * * * مهدی کاظم‌نژاد

* اقتصاد کشاورزی دانشگاه پیام نور تهران. ایران.

fkariminejad@yahoo.com

* * * دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه پیام نور. تهران. ایران.

gr.yavari@gmail.com

* * * * * استادیار گروه اقتصاد کشاورزی، پژوهشکده برنامه‌ریزی اقتصاد و توسعه روستایی، تهران. ایران.

kazemnejad@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۴

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی و رتبه‌بندی استانداردهای لازم برای معامله در بازارهای آتی در محصولات کشاورزی با روش ترکیبی (کیفی-کمی) انجام گرفته است.

کلیدواژه‌های حاصل از تحقیقات پیشین و مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) مورد تحلیل قرار گرفت. این داده‌ها که از مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر استخراج گردیده بودند طی سه مرحله تحلیل شد و ۴۰ کلیدواژه استخراج شده، پس از اعمال تغییرات (حذف و ادغام)، در نهایت تصمیم بر آن شد کلیه استانداردها بر شش گروه دسته‌بندی شود. استانداردهای لازم برای پذیرش در بازارهای آتی شامل: ریسک درآمدی محصولات، اندازه بازار نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی، درجه تجاری بودن و فساد پذیری می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از رتبه‌بندی استانداردها با استفاده از روش تاپسیس فازی نشان داد که؛ ریسک درآمدی محصولات، نوسانات قیمت‌های نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی درجه، تجاری بودن و فساد پذیری به ترتیب دارای اهمیت هستند.

واژه‌های کلیدی: بازار آتی، محصولات کشاورزی، شناسایی استاندارد، تئوری داده‌بنیاد، تاپسیس فازی.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

برای کشاورزان، این است که، تغییرات قیمت باعث تغییر در سود تولیدکننده می‌گردد (جردن و گرو، ۲۰۰۷). به طور کلی ناپایداری قیمت در بازار کالا و خصوصاً در بازار محصولات کشاورزی، به عنوان یک معضل اساسی همواره موجب نگرانی و عدم اطمینان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نسبت به بازار بوده است. در بازار محصولات

کشاورزان در فرآیند تولید و فروش خود با انواع مختلفی از مخاطرات طبیعی و غیرطبیعی مواجه‌اند و در نتیجه، درآمد آنها از تولیدات کشاورزی با ریسک‌های متعددی همراه است؛ از جمله ریسک تولید، آب و هوا، قیمت یا بازار، ریسک مالی و ریسک انسانی را می‌توان نام برد. در این میان یکی از ریسک‌های مهمی که کشاورزان با آن مواجه هستند ریسک ناشی از نوسانات قیمت محصولات کشاورزی است (غزالی و همکاران، ۱۳۹۵). دلیل مهم بودن ریسک قیمت

1. Jordaán and Grove

قراردادهایشان باز می‌مانند، برطرف کند. این سیستم که همزمان با معاملات آتی یا سلف بنیان نهاده شد، تجار را ملزم می‌کرد تا وجهی را به‌عنوان سپرده به بورس بسپارند یا یک نماینده بورس اجرای قرارداد آنها را تضمین کند. تجارت با ورود سفته‌بازان به صحنه کارآمدتر شد و افرادی که تجارت کالاها پیشه اصلی آنها نبود، برای کسب سود، شروع به معامله روی قیمت‌ها و خرید و فروش قراردادهای آتی کردند. این عده با خرید و فروش غلات، بازار را نقدینه‌تر ساختند و نوسانات قیمت را به حداقل رساندند.

قرارداد آتی و به تبع آن بازارهای آتی یکی از راهکارهای کنترل ریسک قیمت می‌باشد که یک قرارداد آتی توافق نامه‌ای جهت تبادل یک کالا با قیمتی معین و در یک نقطه زمانی خاص و در یک مکان خاص برای تحویل می‌باشد. بنابراین مطالعه حاضر، در ابتدا به شناسایی استانداردهای لازم جهت ایجاد بازار آتی و در قسمت دوم به رتبه بندی این استانداردها با روش تاپسیس پرداخته می‌شود.

۲- ادبیات و مبانی نظری پژوهش

در اکثر متون فارسی برای Futures واژه «قرارداد آتی» به‌کار می‌رود. این نوع قرارداد عبارت است از توافق طرفین برای انجام معامله در تاریخ مشخصی از آینده که مقدار کالا و قیمت آن نیز در قرارداد مشخص می‌شود. در این پیمان طرفین بر اساس میزان شناخت شخصی و براساس نیازها و خواسته‌های خود، قرارداد را تنظیم می‌کنند. ارزش یک پیمان آتی از ارزش کالاها اصلی و ترجیحا زمانی به‌دست می‌آید. به کارگیری قراردادهای آتی^۴ در مناطق مختلف جهان امروزه به صورت ابزار متداولی در جهت مدیریت ریسک بازار دارایی‌های مختلفی از قبیل کالاها، کشاورزی، فلزات، انواع مختلف انرژی و انواع اوراق بهادار نظیر سهام شرکتها درآمده است. راه‌اندازی و توسعه بازارهای آتی غیر از مدیریت ریسک می‌تواند دارای مزایای ارزشمند دیگری همچون تسهیل فرآیند کشف قیمت و افزایش میزان شفافیت و سیالیت^۹ در بازار باشد. در این زمینه، تاسیس بازارهای آتی محصولات کشاورزی قادر است علاوه بر

کشاورزی، قیمت کالا علاوه بر متأثر شدن از عوامل معمول تأثیرگذار بر عرضه و تقاضای بازار، به واسطه دگرگونی‌های غیرقابل کنترل شرایط آب و هوایی، ناپایداری و نوسان بیشتری نسبت به دیگر بازارها دارد. در واقع دگرگونی‌های شرایط جوی با اثرگذاری بر هر دو جزء تشکیل‌دهنده درآمد تولیدکنندگان یعنی قیمت و میزان تولید آنها شکاف طبیعی درآمدی بوجود آمده در سطح شهر و روستا را که در جریان رشد اقتصادی حاصل گردیده، بیشتر کرده و در نتیجه درآمد معیشتی بخش کشاورزی را پر نوسان نیز ساخته است. به بیان دیگر، عدم ثبات در قیمت محصولات کشاورزی از طریق ایجاد تا اطمینانی درآمدی برای تولیدکنندگان این محصولات، موجب افزایش عدم حتمیت ذاتی موجود در این بخش می‌گردد. بنابراین توسعه بازارهای آتی محصولات کشاورزی^۱ در چهارچوبی از بورس‌های کالای کشاورزی^۲ به عنوان یک سیاست روشها و راهکارهای مناسب در اصلاح و رفع مسائل و مشکلات بازار سنتی شناخته می‌گردد. همچنین فراگیری گروه‌های مختلف فعال در این بازار، انواع مختلفی از ابزارهای مشتقه^۳ را به منظور پوشش ریسک بازار مورد استفاده قرار می‌دهند. یکی از چالش‌های قراردادهای آتی کالاها وجود مخاطرات برای طرفین معامله بود. درخصوص کمیت و کیفیت کالاها معامله شده، عدم پایبندی به تعهدات از سوی طرفین معامله یک دغدغه جدی به شمار می‌آید. این امر اگرچه درخصوص میزان کالاها به راحتی قابل اندازه‌گیری بود اما درخصوص کیفیت کالای تحویلی می‌توانست موجب نااطمینانی در این بازارها باشد که با گذشت زمان با ایجاد نهادها ناظر و وضع قوانین، پایبندی به تعهدات الزام‌آورتر شد. امروزه کیفیت مواد و سایر شرایط به دقت توسط طرفین معامله قرارداد مورد بحث و مذاکره قرار می‌گیرد. به مرور زمان قراردادهای آتی، از نظر کیفیت، کمیت و زمان و مکان تحویل کالا استاندارد شده بودند. در کنار قراردادهای استاندارد شده، یک سیستم جانبی نیز به وجود آمد تا مشکلات آن دسته از خریداران و فروشندگان را که به هر دلیل از انجام

1. Agricultural Futures Markets
2. Agricultural Commodity Exchanges
3. Derivatives Instruments

4. Futures Contracts



(ابریشمی، ۱۳۸۶؛ مجاوریان، ۱۳۹۱) و مطالعاتی که درصدد نوعی امکان‌سنجی یا بررسی پیش زمینه‌های راه‌اندازی بازارهای آتی در ایران می‌باشند. حسینی یکانی و بخشوده (۲۰۰۶)، حسینی یکانی و زیبایی (۱۳۸۶، ۱۳۸۹)، زیبایی و حسینی یکانی (۲۰۱۰) مورد بررسی قرار داد.

بر اساس جمع‌بندی مطالعات فوق می‌توان به این نتیجه رسید که طراحی یک قرارداد آتی موفق با توجه به نوع دارایی هم پیوند با قرارداد در چندین مرحله مختلف انجام می‌شود. به عنوان مثال یکی از روش‌های معروفی که در زمینه تعیین خصوصیات قراردادهای آتی موفق توسط بلک^۴ (۱۹۸۶) مورد استفاده قرار گرفت، رهیافت خصوصیات کالا بود. بر اساس این رهیافت، درانتخاب کالاهای مناسب هم پیوند با قراردادهای آتی خصوصیات از قبیل قابلیت انبارداری، همگن بودن، پرنوسان بودن قیمت‌ها، اندازه بزرگ بازار نقدی، هزینه پایین عرضه کالا و همچنین سابقه شکست در بازارهای سلف^۵ مورد توجه قرار می‌گیرد. وی با در نظر گرفتن این تعریف از قرارداد آتی موفق به عنوان قراردادی که از حجم مبادلات و همچنین تعداد موقعیت‌های با بالایی برخوردار است، به این نتیجه رسید که موفقیت قراردادهای آتی به اندازه بازار نقدی، نوسانات قیمت‌های نقدی، توانایی کاهش ریسک این قراردادهای و نیز هزینه سیاست آنها بستگی دارد. بر مبنای مطالعات فوق، به منظور طراحی بهینه قراردادهای آتی به گونه‌ای که احتمال موفقیت بعد از اجرای آنها در حدی قابل قبول باشد، لازم است که مراحل مختلفی طی شود. بر این اساس تعیین بهینه مشخصات قراردادهای آتی محصولات کشاورزی پس از گزینش مناسب‌ترین کالاها برای مبادله در چنین بازارهایی نقش بسیار مهمی در طراحی موفق این قراردادها دارد.

هر کالایی که در بازارهای آتی معامله می‌شود باید سه شرط اساسی را داشته باشد:

۱- باید این کالا استاندارد باشد و برای کالاهای کشاورزی و صنعتی باید به صورت خام و غیر فرآوری شده باشد.

کارکردهای فوق، منجر به انجام اصلاحاتی در خصوص ساختار بازار این محصولات گردد (دیو^۱، ۲۰۰۴)

عدم ثبات در قیمت محصولات کشاورزی از طریق ایجاد نا اطمینانی درآمدی برای تولیدکنندگان این محصولات، موجب افزایش عدم حتمیت ذاتی موجود در این بخش می‌گردد (هلمبرگ^۲، ۱۹۹۸). عدم شفافیت و سیالیت اطلاعات موجود در بازارهای محلی محصولات کشاورزی به همراه حضور گسترده واسطه‌ها در بخش‌های مختلف توزیع و بازاریابی این محصولات از دیگر مشکلات ساختاری بازار در بخش کشاورزی ایران محسوب می‌گردد. همچنین وجود غیر قابل انکار پدیده خرید سلف^۳ بر مبنای قیمت‌هایی کاملاً غیر عادلانه، فقدان بازار رقابتی، کارا و فراگیر برای مبادله محصولات کشاورزی و ناکارایی شبکه توزیع، برخی دیگر از نابسامانی‌هایی می‌باشند که بخش کشاورزی در ایران با آنها دست به گریبان است. این مشکلات به طور عمده ریشه در سطح پایین توسعه یافتگی بخش کشاورزی و همچنین ساختار سنتی و غیر رقابتی بازار محصولات این بخش دارد.

علیرغم سرمایه‌گذاری‌های وسیع دولت در دو دهه اخیر و هزینه کردن میلیاردها ریال با هدف رفع این مشکلات، هنوز نتایج مطلوب و موثری در این بخش بدست نیامده است. ایجاد یک بورس آتی محصولات کشاورزی به عنوان بازاری جدید، فراگیر، منسجم و سازمان یافته می‌تواند به عنوان راه حلی در جهت رفع مشکلات ساختاری این بخش مطرح گردد (دیو، ۲۰۰۴).

لازم به ذکر است، از آنجا که ایران فاقد بازارهای آتی بوده و بورس‌های کالا نیز از قدمت، رونق و درجه توسعه یافتگی بالایی در آن برخوردار نمی‌باشند، مسلماً تحقیقات داخلی زیادی در این ارتباط انجام نشده است. مطالعات انگشت شمار انجام شده در این زمینه را می‌توان در سه دسته مطالعات صورت گرفته در زمینه بورس‌های کالا (چیدری، ۱۳۸۳، کرمانی، ۱۳۸۴، مجاوریان، ۱۳۹۱) مطالعات انجام شده در ارتباط با بازارهای آتی جهانی نفت خام

1. Du
2. Helmberger
3. Forward Purchasing

4. Black
5. Personal markets

ارتباط نیز توسط ویلیامز^۶ (۲۰۰۱) صورت پذیرفت. لازم به ذکر است که با توجه به تخصصی تر شدن مطالعات انجام شده در این خصوص و همچنین تعدد پژوهش‌های صورت گرفته، طی سال‌های گذشته محققین مختلفی اقدام به مرور جدیدترین نوآوری‌های انجام شده در عنوانین خاص مطرح در این حوزه کرده‌اند. از این جمله می‌توان به مطالعات آندرو و همکاران^۷ (۲۰۰۱) در ارتباط با رفتار تجربی قیمت‌ها در بورس، تامک و پیترسون^۸ (۲۰۰۱) در زمینه مدیریت ریسک، چن و همکاران^۹ (۲۰۰۳) در خصوص نسبت‌های پوشش ریسک و لین و سه^۹ (۲۰۰۲) در مورد توسعه مباحث پوشش ریسک اشاره نمود. گارسیا و لینهولد^{۱۰} (۲۰۰۴) نیز با تکیه بر بازارهای آتی آمریکا، به مرور جامعی از مطالعات انجام شده در ارتباط با قراردادهای آتی و اختیار معامله محصولات کشاورزی پرداختند.

همچنین در مطالعاتی دوانگ و کالو^{۱۱} (۲۰۲۰) فرضیهٔ ساموئلسون را در بازارهای متعددی برای قرارداد آتی موجود در ۶ بورس آتی، با استفاده از داده‌های روزانه مورد بررسی قرار دادند. نتیجهٔ پژوهش آنها دربارهٔ کالاهای کشاورزی، این فرضیه را تأیید کرد. همچنین چرونوانگ و همکاران^{۱۲} (2018) در تحقیق دیگری به مقایسه قدرت پیش‌بینی نوسانات ضمنی محاسبه شده از قیمت‌های قراردادهای اختیار معامله در بورس اوراق بهادار فیلادلفیا (PHLX)^{۱۳}، بورس تجاری شیکاگو (CME) و بازار فرابورس (OTC)^{۱۴} پرداختند. یافته‌های مطالعه نشان داد که اولاً نوسانات ضمنی محاسبه شده بر مبنای قیمت‌های OTC اطلاعات موجود در نوسانات ضمنی محاسبه شده از قیمت‌های PHLX و CME را نیز در بردارند. ثانیاً به طور مشابه با نتایج مطالعات دیگر (به عنوان مثال کریستافرسن و مزاتا (۲۰۰۵) به عنوان یکی از جدیدترین مطالعات انجام شده، این پژوهش نیز حاکی از قدرت بیشتر استانداردهای

۲- کالاهای فاسدشدنی باید عمر نگهداری مناسبی داشته باشند.

۳- قیمت نقدی کالا باید به حد کافی نوسان داشته باشد تا بی‌اطمینانی ایجاد نکند؛ به عبارت دیگر، قیمت کالا باید ریسک و یک سود پتانسیل در خود داشته باشد.

همچنین این قرارداد با قراردادهای سلف دارای تفاوت‌هایی است. در قرارداد آتی چنانچه قرارداد منجر به تحویل کالا شود، استاندارد تحویل کالا شامل رعایت کیفیت، کمیت باید کاملاً مطابق با شرایط بورس انجام شود، در حالی که در قرارداد سلف موضوع فوق منتفی بوده و به صورت توافق دو طرفه و عاری از پشتوانه‌های استاندارد اجرایی بورس اجرا می‌شود (پیش‌بهار و همکاران، ۱۳۹۶). نظر به ابعاد بسیار گسترده بازارهای آتی و مسائل مختلف مطرح در آنها، تاکنون حجم انبوهی از مطالعات گوناگون توسط محققین مختلف علاقمند به این مقوله انجام شده و در حال انجام است. وسعت مطالعات صورت گرفته در این زمینه در حدی است که پژوهشگران مختلفی در مطالعاتی اختصاصی، صرفاً اقدام به مرور تحقیقات انجام شده در این حوزه در مقاطع مختلفی از زمان نموده‌اند. اولین مطالعه مروری انجام شده از این دست توسط گری و راتلج (۱۹۷۱) صورت گرفته که عمدتاً بر مبنای مطالعه ورکینگ^۱ (۱۹۶۲) در خصوص مروری بر مفاهیم جدید مطرح در ارتباط با قیمت و بازارهای آتی تا آن زمان بود. همچنین کامارا^۲ (۱۹۸۲) نوآوری‌های تجربی مهم ارائه شده پس از سال ۱۹۷۰ را با تمرکز بر موضوع رفتار قیمت بررسی نمود. لینهولد و تامک (۱۹۸۰) نیز اقدام به مرور توسعه انجام شده در زمینه بازارهای آتی دام نمودند. به دنبال آنها بلنگ^۳ (۱۹۸۹) و کارتر^۴ (۱۹۹۹) هم نوآوری‌های علمی صورت گرفته در این خصوص در طی دو دهه اخیر تا آن تاریخ را مورد واکاوی قرار دادند. علاوه بر این، تامک^۵ (۱۹۹۷) درجه اثربخشی قیمت‌های آتی را در پیش‌بینی قیمت‌های نقدی مورد آزمون قرار داد. البته چند سال بعد مطالعه جامع‌تری در همین

6. williams

7. Andro & partners

8. peterson

9. Walian vese

10 Garsia & linehold

11 Dowang & callo

12 chernowang

13- Philadelphia Stock Exchange

14- Over- the- Counter

1. working

2. camara

3. beleng

4. carter

5. thamk



مطالعه حاکی از سهم ۱۶/۸ درصدی معامله‌گران کوچک در این بازار بود که نسبت به میزان معاملات پایین انجام شده توسط آنان، سهم فوق‌العاده بالایی می‌باشد. لذا محققین نتیجه گرفتند که فعالان کوچک بازار نقش مهمی را در فرآیند کشف قیمت بازارهای آتی ایفا می‌نمایند.

در همین راستا کابر را و همکاران^۵ (2019) در پژوهشی درصدد پاسخ به این سوال برآمدند که آیا بازارهای آتی روند قیمت‌ها را در بازارهای الکترونیکی ارزهای خارجی تعیین می‌نمایند. نتایج مطالعات پیشین انجام شده، نتایج این مطالعه نشان داد که در طی دوره مورد بررسی، بازارهای نقدی فرآیند کشف آتی قیمت هر دو ارز را هدایت می‌نمایند. چن و گا^۶ (2018) در مطالعه دیگری به بررسی فرآیند کشف قیمت در بازارهای آتی ایوان پرداختند، نتایج بررسی آن‌ها نشان داد که کاهش میزان حداقل واحد تغییر قیمت موجب کاهش شکاف بین قیمت‌های پیشنهادی خرید و فروش گردیده و در نتیجه باعث افزایش نقش بازارهای آتی در فرآیند کشف قیمت می‌گردد. ادوارد و مارتا (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر نوع جدیدی از قراردادهای آتی را بر روی محصولات کشاورزی را مورد بررسی قرار دادند، نتایج نشان داد که تولیدکننده نهاده‌ها را با تخفیف تامین می‌نماید، اما با قیمت کمتر محصول موافقت می‌شود و خریدار برای جبران تخفیف داده شده به تأمین کننده پرداخت می‌کند.

۳- مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر با رویکرد آمیخته^۷ یک روش کیفی-کمی است. چرا که در فاز طراحی مدل مفهومی از رویکرد کیفی و در فاز تبیین مدل از رویکرد کمی بهره خواهد برد. همچنین، این تحقیق یک مطالعه استقرایی و به شیوه اکتشافی- کاربردی می‌باشد. چراکه به دنبال شناسایی و رتبه بندی در حوزه ورود محصولات به بازار آتی با روش کیفی داشته باشد. لازم به ذکر است که این پژوهش، در دو فاز کلی زیر به انجام خواهد رسید:

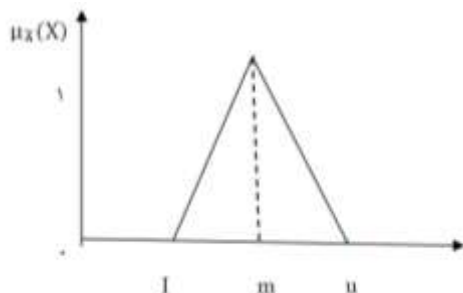
نوسانات ضمنی (بدون توجه به اینکه بر مبنای قیمت‌های PHLX OTC یا CME محاسبه شده باشند) در پیش‌بینی نوسانات آینده نسبت به استانداردهای نوسان مبتنی بر داده‌های سری زمانی بود.

در مطالعه زاکماری و همکاران^۱ (2015) انجام گردید، محققین به ارزیابی توانایی پیش‌بینی کردن مدل‌های فوق‌الذکر در پیش‌بینی نوسانات ۷۰ روز کاری اقدام نمودند. نتایج این مطالعه نشان می‌داد که نوسانات پیش‌بینی شده محصولات کشاورزی با استفاده از مدل بلک اریب بوده اما در بردارنده تمام اطلاعات مشاهده شده در نوسانات تاریخی می‌باشند. مانفردو و همکاران (2013) نیز به مقایسه قدرت روش‌های سریهای زمانی، مدل بلک و رهیافت ترکیبی در پیش‌بینی نوسانات قیمت‌های نقدی به جای نوسانات قیمت‌های آتی آن‌ها پرداختند. نتایج مطالعه این محققین حاکی از قدرت بالاتر روش ترکیبی در پیش‌بینی بود.

همچنین کارالی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) ضمن ارائه یک روش جدید بیزی برای قیمت‌های آتی چندین قرارداد آتی، به بررسی این موضوع پرداختند که آیا عوامل مؤثر بر تغییرپذیری و نوسانات قیمت‌های آتی با تغییر نوع قرارداد، تغییر می‌کنند یا خیر. در چارچوب مدل جدید معرفی شده این امکان وجود دارد که ارتباط نوسانات قیمت‌های آتی را به طور همزمان با مقدار موجودی فیزیکی کالا و زمان تحویل قرارداد بررسی نمود. همچنین فانگ و شی (۲۰۰۰) با مطالعه داده‌های ماهانه مربوط به مبادلات صندوق‌های قراردادهای آتی به شواهد اندکی در خصوص اثر مبادلات این صندوق‌ها بر نوسانات قیمت رسیدند. نهایتاً ایروین و هالت^۳ (۲۰۱۶) نیز با استفاده از آمار روزانه CFTC^۴ مربوط به مبادلات صندوق‌های بزرگ پوشش ریسک در ۱۳ بازار مختلف قراردادهای آتی، به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت ناچیزی بین حجم مبادلات صندوق‌های بزرگ پوشش ریسک و نوسانات بازار وجود دارد. تائو و سونگ (۲۰۱۶) به مطالعه تجربی میزان مشارکت فعالان کوچک بازارهای آتی هنگ کنگ بر فرآیند کشف قیمت پرداختند. نتایج این

5. Cabrera & partners
6. Chen & ga
7. Mixed model

1. Zakmari & partners
2. Carali & partners
3. Irwin & hallett
4. Commodity Futures Trading Commission



شکل ۱

$$\mu_{\tilde{A}}(x) = \begin{cases} \frac{x-l}{m-l} & l < x < m \\ 1 & x = m \\ \frac{u-x}{u-m} & m < x < u \\ 0 & \text{در غیر این صورت} \end{cases} \quad (1)$$

اگر $\tilde{M} = (m_1, m_2, m_3)$ و $\tilde{N} = (n_1, n_2, n_3)$ دو عدد فازی مثلثی و K یک عدد حقیقی باشند، روابط زیر میان آن‌ها برقرار است.

$$\tilde{M} \oplus \tilde{N} = (m_1 + n_1, m_2 + n_2, m_3 + n_3) \quad (2)$$

$$\tilde{M} \otimes \tilde{N} = (m_1 \times n_1, m_2 \times n_2, m_3 \times n_3)$$

$$\tilde{M} / \tilde{N} = \left(\frac{m_1}{n_1}, \frac{m_2}{n_2}, \frac{m_3}{n_3} \right)$$

$$K / \tilde{N} = \left(\frac{k}{n_1}, \frac{k}{n_2}, \frac{k}{n_3} \right)$$

موارد استفاده از وضعیت فازی به چند سال اخیر محدود می‌شود. مراحل تصمیم‌گیری به کمک تکنیک تاپسیس فازی به شرح زیر است:

گام ۱- تشکیل ماتریس تصمیم فازی و ماتریس اهمیت نسبی معیارها با توجه به مقیاس‌های کلومی: فرض می‌شود m گزینه، n معیار و k تصمیم‌گیرنده وجود دارد. در این صورت مسأله تصمیم‌گیری گروهی چند معیاره فازی می‌تواند به صورت ماتریس زیر بیان شود:

$$X = \begin{matrix} & C_1 & \dots & C_j & \dots & C_n \\ \begin{matrix} A_1 \\ \vdots \\ A_i \\ \vdots \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \dots & \tilde{x}_{1j} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ \vdots & & \vdots & & \vdots \\ \tilde{x}_{i1} & \dots & \tilde{x}_{ij} & \dots & \tilde{x}_{in} \\ \vdots & & \vdots & & \vdots \\ \tilde{x}_{m1} & \dots & \tilde{x}_{mj} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix} & & & \end{matrix} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad j = 1, 2, \dots, n$$

که در آن A_1 و A_2 و ... و A_n گزینه‌هایی هستند که باید انتخاب شده یا اولویت‌بندی گردند و C_1 و C_2 و ... و C_n

۳-۱- فاز اول: شناسایی استانداردها بر اساس متدولوژی کیفی تئوری داده بنیاد. علت استفاده از تئوری داده بنیاد، قدرت این روش در ارائه مدل‌های بومی و منطبق با واقعیت در زمینه‌های مختلف می‌باشد (ذکائی، ۱۳۸۹).

در این بخش داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این داده‌ها که از مصاحبه عمیق^۱ با ۱۷ نفر استخراج گردیده اند در طی دو مرحله (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) تحلیل خواهند شد.

۳-۲- فاز دوم: از روش تاپسیس فازی به رتبه‌بندی شاخص‌ها پرداخته می‌گردد. روش فازی اولین بار توسط لطفی عسگرزاده (۱۹۶۵) ارائه شد. این روش در مواقعی که رابطه میان معیارهای موجود و یا گزینه‌های مختلف دارای عدم قطعیت باشد و این روابط در قالب اعداد قطعی قابل بیان نیستند، مفید می‌باشد. تئوری فازی تصمیم‌گیرندگان را قادر می‌سازد تا یک مساله پیچیده را به شکل ساده‌ای با استفاده از مقادیر زبانی فرموله کنند (یه و دونگ^۲، ۲۰۱۴). پهر این تئوری مطلوبیت گزینه‌ها در مقایسه با همه معیارها معمول به صورت اعداد فازی بیان می‌گردند که آن را مطلوبیت^۳ فازی می‌نامند و توسط روش‌های ارزیابی تصمیم‌گیری فازی سنجیده می‌شوند. رتبه‌بندی گزینه‌ها براساس مقایسه مطلوبیت‌های^۴ فازی مربوطه است.

اعداد فازی که یکی از ابزارهای تئوری فازی برای نشان دادن عدم قطعیت است، با تابع عضویت $\mu_{\tilde{A}}(X)$ مشخص می‌شود. عدد فازی با تابع عضویت مثلثی که در این مقاله به منظور فازی کردن ارزیابی‌ها استفاده شده است، به صورت شکل (۱) است و با $\tilde{S} = (l, m, u)$ نشان داده می‌شود. شکل ریاضی تابع عضویت نیز به صورت رابطه (۱) نشان داده می‌شود.

1. In-depth interview
2. Yeh & dong



$$FPIS = \{\tilde{v}_j^+ | j = 1.2. \dots n\} \quad (10)$$

$$FNIS = \{\tilde{v}_j^- | j = 1.2. \dots n\} \quad (11)$$

گام ۴- فاصله هرگزینه از ایده آل مثبت و از ایده آل منفی فازی با فرمول ۱۲ و ۱۳ محاسبه می شود:

$$d_i^+ = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, v_{ij}^+) \quad i = 1.2. \dots m \quad (12)$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, v_{ij}^-) \quad i = 1.2. \dots m \quad (13)$$

که در آن $d(\tilde{v}_a, \tilde{v}_b)$ نشان دهنده انداز گیری فاصله ای میان دو عدد فازی است و d_i^+ نشان دهنده فاصله گزینه i از راه حل ایده آل مثبت و d_i^- نشان دهنده فاصله گزینه i از راه حل ایده آل منفی است. اگر دو عدد فازی مثالی $N(n_1, n_2, n_3)$ و $M(m_1, m_2, m_3)$ در نظر گرفته شود. آن گاه فاصله فازی بین این دو عدد به صورت رابطه (۱۴) محاسبه می شود (چو وهمکاران، ۲۰۰۸، مومنی و همکاران، ۲۰۱۱):

$$D = (M.N) = \sqrt{\frac{1}{3}[(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]} \quad (14)$$

گام ۵- محاسبه ضرایب نزدیکی و اولویت بندی گزینه ها با تعیین ضریب نزدیکی، گام نهایی برای رتبه بندی تمامی گزینه ها می تواند آغاز شود و تصمیم گیرندگان می توانند بهترین گزینه را از میان گزینه های مختلف انتخاب کنند. ضریب نزدیکی هر گزینه به صورت رابطه ی (۱۵)، محاسبه می گردد:

$$FCI_i = \frac{d_i^-}{d_i^- + d_i^+} \quad (15)$$

شاخص FCI_i نزدیک به عدد یک، میزان نزدیکی گزینه را به راه حل ایده آل مثبت و دوری از راه حل ایده آل منفی را نشان می دهد. بنابراین مقدار بزرگتر FCI_i نشان دهنده عملکرد بهتر گزینه خواهد بود (چو وهمکاران، ۲۰۰۸، مومنی و همکاران، ۲۰۱۱).

در این مطالعه جهت جمع آوری نظرات خبرگان در خصوص تعیین درجه اهمیت و وزن هر معیار و همچنین برای تعیین

شاخص ها یا معیار های ارزیابی هستند. مطلوبیت گزینه A_i را نسبت به معیار یا شاخص C_i توسط فرد خبره K ام نشان می دهد. به منظور یکپارچه نمودن امتیاز عملکرد فازی، K فرد خبره از روش میانگین گیری حسابی استفاده می شود (یوه و دونگ، ۲۰۱۴).
گام ۲- نرمال کردن ماتریس تصمیم فازی و محاسبه ماتریس تصمیم فازی نرمال شده وزنی: در این گام با توجه به این که داده های خام به دست آمده برای حذف واحدهای ناهمگون و مقیاس های اندازه گیری مختلف در مسائل تصمیم گیری چند معیاره باید نرمال شوند، از نرمال سازی خطی استفاده می شود. اگر ماتریس تصمیم فازی نرمال شود بنابراین (چو وهمکاران، ۲۰۰۸، مومنی و همکاران، ۲۰۱۱):

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^+} \cdot \frac{b_{ij}}{c_j^+} \cdot \frac{c_{ij}}{c_j^+} \right), \quad j \in B$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^-}{c_{ij}} \cdot \frac{a_j^-}{b_{ij}} \cdot \frac{a_j^-}{a_{ij}} \right), \quad j \in C \quad (7)$$

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n} \quad i = 1.2. \dots m \quad \text{و} \quad j = 1.2. \dots n \quad (8)$$

$B \subseteq \{1, \dots, n\}$ مربوط به معیارهای مثبت و $C \subseteq \{1, \dots, n\}$ مربوط به معیارهای منفی است (پهلوانی، ۲۰۰۸).

با در نظر گرفتن وزن های مختلف برای هر زیر معیار، ماتریس نرمال شده وزنی نیز از ضرب اهمیت وزن معیارها در ماتریس تصمیم فازی نرمال شده محاسبه می شود. بنابراین ماتریس وزندهی شده به شکل فرمول ۹ می شود:

$$V_{ij} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n} \quad i = 1.2. \dots m \quad \text{و} \quad j = 1.2. \dots n$$

$$\tilde{v}_{ij} = \tilde{r}_{ij} \otimes \tilde{w}_j \quad (9)$$

گام ۳- تعیین راه حل ایده آل فازی مثبت $(FPIS)^{\tilde{v}_j^+}$ و ایده آل منفی $(FNIS)^{\tilde{v}_j^-}$ به ترتیب در فرمول (۱۰ و ۱۱):

$$\tilde{v}_j^- = \begin{cases} \min \tilde{v}_{ij}; j \in B \\ i = 1.2. \dots m \\ \max \tilde{v}_{ij}; j \in C \\ i = 1.2. \dots m \end{cases} \quad \tilde{v}_j^+ = \begin{cases} \max \tilde{v}_{ij}; j \in B \\ i = 1.2. \dots m \\ \min \tilde{v}_{ij}; j \in C \\ i = 1.2. \dots m \end{cases}$$

مصاحبه با صاحب نظر صورت گرفته و داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۲-۴- فاز دوم:

۱-۲-۴- کمی تحقیق:

در بخش کمی ابتدا به جمع‌آوری نظرات ۲۲ خبر پرداخته می‌گردد. سپس از روی اطلاعات به دست آمده به محاسبه تاپسیس فازی پرداخته می‌گردد و استانداردهای شناسایی شده رتبه‌بندی می‌گردد.

۴-۲-۲- فاز کیفی:

۴-۲-۲-۱- دسته‌بندی استانداردها جهت پذیرش در بازارهای آتی

در این قسمت به استخراج استانداردها از مبانی نظری و پیشینه تحقیق در بازارهای آتی محصولات کشاورزی پرداخته می‌گردد، نتایج این بررسی‌ها به صورت جدول (۲) می‌باشد:

امتیاز گزینه‌ها نسبت به معیارها از تابع عضویت فازی براساس جدول شماره (۱) استفاده و ماتریس تصمیم فازی براساس جدول شماره (۲) آورده شد (پهلوانی، ۲۰۰۸).

جدول ۱. وزن معیارها و زیر معیارها

متغیرهای کیفی	اعداد فازی مثلثی متناظر با متغیر امتیاز ارزیابی
خیلی کم	(۰،۱،۲)
کم	(۱،۲،۳)
تقریباً متوسط	(۲،۳،۴)
متوسط	(۳،۴،۵)
کمی زیاد	(۴،۵،۶)
زیاد	(۵،۶،۷)
بسیار زیاد	(۷،۸،۹)

۴- یافته‌های تحقیق

همانطور که در قسمت مواد رو روش‌ها توضیح داده، در این پژوهش از دو مرحله و فاز استفاده می‌گردد:

۱-۴- فاز اول: شناسایی استانداردها جهت پذیرش در بازارهای آتی:

جدول ۲. استخراج استانداردها بر مبنای پیشینه تحقیقات

ردیف	پژوهشگر	سال	استانداردها
۱	چیذری	۱۳۸۲	آگاهی کامل از قیمت، عرضه و تقاضا برای محصول به خوبی صورت گیرد، قابلیت ذخیره سازی داشته باشد.
۲	حسینی	۱۳۸۸	مقادیر متغیرهای ریسک مبنای نسبی (RBR)، نوسانات قیمت‌های نقدی (SPF)، اندازه بازار نقدی (CMS)، هزینه سیالیت (LC، درجه همگنی (H) و درجه تجاری بودن (CR) به عنوان مهم‌ترین استانداردهای لازم بر میزان موفقیت قراردادهای آتی می‌باشد.
۳	مجاوربان	۱۳۸۰	رعایت استانداردها، همگونی محصول و درجه بندی اغلب محصولات کشاورزی
۴	کرمانی و حسنی	۱۳۸۲	کالا باید استاندارد شده و طبقه بندی شده و دا رای مشخصات کامل باشد.
۵	گلریز	۱۳۸۰	مبادله موفقیت آمیز هر کالا در بورس را منوط به سه ویژگی استاندارد، عمر کافی و محدود بودن نوسان قیمت نقدی آن کالا
۶	گلریز	۱۳۷۴	فروشنده از مشخصات آن کالا اطلاع کامل داشته باشد. کالاهای کشاورزی و صنعتی باید حالت اولیه، خام و فراوری نشده داشته باشد. کالاهای فاسدشدنی باید عمر کافی داشته باشد تا تحویل آنها در آینده با مشکل مواجه نشود. همچنین این کالاها باید دارای قابلیت تولید مجدد باشد. قیمت نقدی کالا نباید آن قدر نوسان داشته باشد که موجب بی اطمینانی شود.
۷	سلطانی و همکاران	۱۳۸۸	علت عدم موفقیت رینگ کشاورزی در بورس کالا متوجه ساختار سنتی کشاورزی ایران دانسته که باعث می‌گردد در صورت ادغام و فعالیت مستقل بورس‌ها حجم معاملات در رینگ کشاورزی کم رونق و کم حجم باشد.

مأخذ: جمع‌بندی مطالعات تحقیق



نماید. بدین منظور پژوهشگران تلاش کرده اند تا نمونه تحقیق خود را در بخش های زیر انتخاب نماید تا نظرات و دیدگاه های مختلف، اخذ نمایند.

برای جمع آوری داده های این تحقیق در بخش کیفی از مصاحبه استفاده شده است. تمامی مصاحبه ها ضبط شده و فایل صوتی کاملاً پیاده سازی شده است. در مصاحبه های آخر اشباع نظری حاصل شد اما مصاحبه ها جهت حصول اطمینان از کفایت داده ها صورت گرفت. در هر مصاحبه هدف از انجام پژوهش و فرایند مصاحبه برای فرد مصاحبه شونده توضیح داده شده است. در طول فرایند مصاحبه هم از سوالات بسته و هم سوالات باز استفاده شده است. همچنین سوالاتی که از خبرگان پرسیده می شد با رویکرد رفتار محور بوده است تا بتوانیم استانداردها های را شناسایی نماییم. در این قسمت مصاحبه های انجام شده چندین بار مورد بررسی قرار گرفت و جملات شامل کلیدواژه ها استخراج گردید. استخراج استانداردها از مصاحبه ها به همراه تحلیل کدگذاری در جدول ذیل ارائه شده است:

۴-۲-۱- بخش دوم کیفی: تحلیل مصاحبه ها با روش کدگذاری

در این بخش داده های حاصل از مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری مورد تحلیل قرار می گیرد. این داده ها که از مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر استخراج گردیده اند در طی دو مرحله (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) تحلیل خواهند شد. در این پژوهش ۱۷ نفر از مدیران، مسئولان و صاحب نظران بخش بورس کالای محصولات کشاورزی، اساتید و بازرگانان بخش کشاورزی به عنوان جامعه آماری برای انجام مصاحبه انتخاب شدند. تمامی این افراد از حداقل مدرک دانشگاهی در سطح عالی برخوردار بودند. نکته بسیار مهم در این سازمان این است که بواسطه نوع فعالیت مدیریت، گستردگی فعالیت ها بسیار زیاد است و بین بخش های مختلف تفاوت های معناداری وجود دارد و این احتمال وجود داشت فردی که برای مصاحبه دعوت می گردد، دیدگاه بخشی خود را حاکم بر فضای مصاحبه نماید و از زاویه نگاه خودش اطلاعات را ارائه

جدول ۲. کدگذاری سطح یک (گفتار) برای تعیین استانداردها

نشانه	گفتارهای کلیدی	استانداردها
PA1	در تولید محصول بهره وری بالا باشد	بهره وری بالا
PA2	دارای مزیت نسبی در تولید باشد	مزیت نسبی در تولید
PA3	طبق برنامه ریزی کشت شود	قابلیت برنامه ریزی
PA4	به سرعت از بین نرود	عدم فساد پذیری
PA5	قابلیت انبار کردن داشته باشد	قابلیت انبار کردن
PA6	نوسانات کم در قیمت داشته باشد	عدم نوسانات زیاد در قیمت
PA7	اطلاعات کامل میزان کشت و سطح زیر کشت و میزان تقاضا در دست باشد	اطلاعات کامل از محصول
PA8	تقاضای برای محصول موجود باشد	وجود خریدار
PA9	قیمت در حد معقول باشد	قیمت معقول
PA10	امکان ثبات در عرضه وجود داشته باشد	ثبات در عرضه
PA11	امکان ارسال به آسانی باشد	امکان حمل و نقل
PA12	کالا نباید مشمول محدودیت عرضه نباشد	عدم محدودیت عرضه
PA13	میزان عرضه کالا توسط متقاضی به گونه قانونی گذاری باشد	امکان اجرای مقررات
PA14	امکان کشف عادلانه قیمت را در بورس فراهم آورد	قیمتگذاری مناسب
PA15	میزان تولیدات با کیفیت افت زیاد نداشته باشد.	عدم افت کیفیت محصول
PA16	درآمد دارای ثبات و قابل پیش بینی باشد	ثبات درآمد

نشانه	گفتارهای کلیدی	استانداردها
PA17	زمان تولید و توزیع قابل کنترل باشد	کنترل زمان تولید و توزیع
PA18	بسته بندی ها استاندارد لازم را داشته باشد	بسته بندی استاندارد
PA19	کیفیت محصول خیلی مدنظر می باشد.	کیفیت مناسب
PA20	در مورد قیمت و میزان درآمد اتی شفافیت لازم را داشته باشد.	پیش بینی درآمد
PA21	محصول بایستی مشتری پسند و قابل تجاری سازی باشد.	قابلیت تجاری سازی
PA22	معلوم بودن روند آتی قیمت محصولات	شفافیت قیمت محصولات
PA23	فروشنده از مشخصات آن کالا اطلاع کامل داشته باشند.	اطلاعات کامل محصول
PA24	کالاهای کشاورزی و صنعتی باید حالت اولیه، خام و فراوری نشده داشته باشد.	حالت تبدیل یافته
PA25	کالاهای فاسدشدنی باید عمر کافی داشته باشد تا تحویل آنها در آینده با مشکل مواجه نشود.	عمر کافی و زمان ماندگاری بیشتر
PA26	همچنین این کالاها باید دارای قابلیت تولید مجدد باشد.	قابلیت تولید در کشور
PA27	قیمت نقدی کالا نباید آن قدر نوسان داشته باشد که موجب بی اطمینانی شود.	قیمت نقدی کم نوسان
PA28	همگونی محصول و درجه بندی امکان پذیر باشد.	همگنی محصول
PA29	ریسک قیمتی کمی داشته باشد و بتواند ثابت داشته باشد.	ریسک قیمتی کم
PA30	آگاهی کامل از قیمت، عرضه و تقاضا برای محصول به خوبی صورت گیرد،	شفافیت کالا
PA31	کالا بایستی به خوبی استاندارد پذیر باشد.	استانداردپذیری
PA32	قابلیت ذخیره سازی داشته باشد.	قابلیت ذخیره سازی
PA33	بازار پسندی خوبی در سطح جهانی داشته باشد.	بازار پسندی
PA34	هزینه تمام شده در حد معقول باشد.	هزینه پایین تولید.
PA35	تولید انبوه داشته باشد.	تولید انبوه
PA36	از نظر کمی و کیفی در سطح جهانی توانایی رقابت داشته باشد.	توانایی رقابت
PA37	حاشیه سود بالایی داشته باشد.	حاشیه سود بالا
PA38	توزیع بین زمانی و ذخیره سازی کالا، نوسانهای فصلی عرضه را تا حدی کاهش ندهد	نبود نوسانات در عرضه
PA39	کالاها باید دارای قابلیت تولید مجدد باشد.	قابلیت تولید مجدد
PA40	مزیت نسبی صادراتی در مقایسه با دیگر محصولات کشاورزی داشته باشد.	مزیت نسبی صادرات

مأخذ: یافته‌های تحقیق

مصاحبه انتخاب گردیده‌اند. در فرایند پالایش مفاهیم، بعضی از مفاهیم به علت تفاوت در سطح انتزاع آنها یا امکان ترکیب آنها در جهت خلاصه‌سازی، با یکدیگر ادغام گردیدند که این عمل بصورت مستمر در فرایند تحلیل تم‌ها صورت می‌گرفت. پس از اعمال تغییرات مذکور (حذف و ادغام) مفاهیم اشاره شده در ادبیات و مصاحبه‌ها مجدداً مورد بررسی تطبیقی قرار گرفت که در نهایت تصمیم بر آن شد کلیه مفاهیم بر ۶ استانداردها انتخاب شود. پس از اعمال تغییرات مذکور (حذف و ادغام) مفاهیم اشاره شده در ادبیات و

وقتی که در داده‌ها، بتوان پدیده‌های خاصی را مشخص شد آنگاه می‌توان مفاهیم را بر اساس آنها گروه‌بندی کرد. انتخاب کلیدواژه‌ها از بین ۴۰ مفهوم استخراج شده بر مبنای اصول تکرار، تاکید و اهمیت (مبنای تئوریک یا فهم پژوهشگر) می‌باشد که البته به صورت کیفی انتخاب شدند. به عبارت دیگر مفاهیمی که توسط چندین مصاحبه شونده ذکر گردیده اند (تکرار) و یا مشمول تاکید خاص یک نفر بوده و اهمیت آن مفهوم توسط ادبیات پژوهش یا تشخیص محقق نیز مشخص گردیده است برای مدل نهایی حاصل از



مصاحبه‌ها مجدداً مورد بررسی تطبیقی قرار گرفت که در نهایت تصمیم بر آن شد کلیه مفاهیم بر ۶ استانداردها انتخاب شود. نتایج دسته‌بندی به صورت جدول (۳) می‌باشد:

جدول ۳. دسته‌بندی استانداردها و تطبیق مولفه‌های حاصل از پژوهش‌های پیشین و مصاحبه

ردیف	استانداردها	پژوهش‌ها	مصاحبه
۱	درجه تجاری بودن	●	●
۲	درجه همگنی	●	●
۳	هزینه سیالیت	●	●
۴	نوسانات قیمت‌های نقدی	●	●
۵	ریسک درآمدی محصولات	●	●
۶	فساد پذیری	●	●

فاز دوم (کمی):

نتیجه محاسبات نظر ۲۲ نظر کارشناس خبره به صورت ماتریس تصمیم‌فازی در جدول (۴) آورده شده است:

نهایتاً با استفاده از کدگذاری مصاحبه‌ها و نیز پیشینه تحقیق استانداردهای لازم برای پذیرش در بازارهای آتی، موارد: ریسک درآمدی محصولات، اندازه بازار نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی، درجه تجاری بودن و فساد پذیری می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس تصمیم‌فازی

گزینه‌ها	درجه همگنی درجه	تجاری بودن	نوسانات قیمت‌های نقدی	هزینه سیالیت	ریسک درآمدی محصولات	فساد پذیری
P1	(۳،۴،۵)	(۲،۳،۴)	(۲،۳،۴)	(۳،۴،۵)	(۲،۳،۴)	(۳،۴،۵)
P2	(۲،۳،۴)	(۲،۳،۴)	(۳،۴،۵)	(۲،۳،۴)	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)
P3	(۴،۵،۶)	(۳،۴،۵)	(۲،۳،۴)	(۴،۵،۶)	(۳،۴،۵)	(۲،۳،۴)
P4	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)
P5	(۱،۲،۳)	(۱،۲،۳)	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)	(۲،۳،۴)	(۲،۳،۴)
P6	(۲،۳،۴)	(۵،۶،۷)	(۴،۵،۶)	(۲،۳،۴)	(۴،۵،۶)	(۵،۶،۷)
P7	(۱،۲،۳)	(۱،۲،۳)	(۵،۶،۷)	(۱،۲،۳)	(۱،۲،۳)	(۱،۲،۳)
P8	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)	(۱،۲،۳)	(۲،۳،۴)

مرحله آخر شاخص نزدیکی به جواب ایده‌آل محاسبه می‌گردد.

در مرحله بعد ماتریس تصمیم‌گیری نرمالیزه شده وزن‌دار برای هر یک از معیارهای ارائه شده محاسبه می‌شود و سپس جواب‌های ایده‌آل مثبت و منفی تعیین شده و در



جدول ۵. ماتریس وزن دار فازی

گزینه ها	درجه همگنی درجه	تجاری بودن	نوسانات قیمت‌های نقدی	هزینه سیالیت	ریسک درآمدی محصولات	فساد پذیری
P1	(۱/۵, ۲/۶۷, ۴/۱۷)	(۰/۸۶, ۱/۷۱, ۲/۸۶)	(۱/۱۴, ۲/۱۴, ۳/۴۳)	(۱/۵, ۲/۶۷, ۴/۱۷)	(۱/۳۳, ۲/۵, ۴)	(۰/۴۳, ۱/۱۴, ۲/۱۴)
P2	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۰/۸۶, ۱/۷۱, ۲/۸۶)	(۱/۷۱, ۲/۸۶, ۴/۲۹)	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۱/۳۳, ۲/۵, ۴)	(۰/۱۴, ۰/۵۷, ۱/۲۹)
P3	(۲, ۳/۳۳, ۵)	(۱/۲۹, ۲/۲۹, ۳/۵۷)	(۱/۱۴, ۲/۱۴, ۳/۴۳)	(۲, ۳/۳۳, ۵)	(۲, ۳/۳۳, ۵)	(۰/۲۹, ۰/۸۶, ۱/۷۱)
P4	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۰/۴۳, ۱/۱۴, ۲/۱۴)	(۱/۱۴, ۲/۱۴, ۳/۴۳)	(۰/۵, ۱/۳۳, ۲/۵)	(۱/۳۳, ۲/۵, ۴)	(۰/۱۴, ۰/۵۷, ۱/۲۹)
P5	(۰/۵, ۱/۳۳, ۲/۵)	(۰/۴۳, ۱/۱۴, ۲/۱۴)	(۰/۵۷, ۱/۴۳, ۲/۵۷)	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۱/۳۳, ۲/۵, ۴)	(۰/۲۹, ۰/۸۶, ۱/۷۱)
P6	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۲/۱۴, ۳/۴۳, ۵)	(۲/۲۹, ۳/۵۷, ۵/۱۴)	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۲/۶۷, ۴/۱۷, ۶)	(۰/۷۱, ۱/۷۱, ۳)
P7	(۰/۵, ۱/۳۳, ۲/۵)	(۰/۴۳, ۱/۱۴, ۲/۱۴)	(۲/۸۶, ۴/۲۹, ۶)	(۰/۵, ۱/۳۳, ۲/۵)	(۰/۶۷, ۱/۶۷, ۳)	(۰/۱۴, ۰/۵۷, ۱/۲۹)
P8	(۰/۵, ۱/۳۳, ۲/۵)	(۰/۸۶, ۱/۷۱, ۲/۸۶)	(۰/۵۷, ۱/۴۳, ۲/۵۷)	(۱, ۲, ۳/۳۳)	(۰/۶۷, ۱/۶۷, ۳)	(۰/۲۹, ۰/۸۶, ۱/۷۱)

جدول ۶. ماتریس فازی جواب های ایده ال مثبت و منفی

A +	(۵,۵,۵)	(۶,۶,۶)	(۵,۵,۵)	(۶,۶,۶)	(۳,۳,۳)
A -	(۰/۵, ۰/۵, ۰/۵)	(۰/۴۳, ۰/۴۳, ۰/۴۳)	(۰/۵۷, ۰/۵۷, ۰/۵۷)	(۰/۵۷, ۰/۵۷, ۰/۵۷)	(۰/۱۴, ۰/۱۴, ۰/۱۴)

استانداردهای سنجش بازار آتی ریسک درآمدی محصولات می‌باشد و گزینه‌های نوسانات قیمت‌های نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی درجه، تجاری بودن و فسادپذیری به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

در مرحله نهایی روش تاپسیس فازی، گزینه‌های دارای درجه نزدیکی بیشتر از اولویت بالاتری نسبت به دیگر گزینه‌ها برخوردارند. با توجه به نتایج نشان داده شده در جدول (۷) بیشترین اهمیت و اولویت در مولفه‌ی

جدول ۷. رتبه‌بندی استانداردهای سنجش بازار آتی با استفاده از روش تاپسیس فازی

رتبه	استانداردهای سنجش بازار آتی	امتیاز شاخص نزدیکی
۱	ریسک درآمدی محصولات	۰/۵۳۰۳۴۱
۲	نوسانات قیمت‌های نقدی	۰/۴۸۱۸۳۹
۳	هزینه سیالیت	۰/۴۰۷۶۸۸
۴	درجه همگنی درجه	۰/۳۶۹۹۶۸
۵	تجاری بودن	۰/۳۲۹۱۵۶
۶	فساد پذیری	۰/۳۰۷۷۸۶

گرفت و جملات شامل کلیدواژه‌ها استخراج گردید. استخراج استانداردها از مصاحبه‌ها به همراه تحلیل کدگذاری انجام شد. نهایتاً انتخاب کلیدواژه‌ها از بین ۴۰ مفهوم استخراج شده بر مبنای اصول تکرار، تاکید و اهمیت (مبنای تئوریک یا فهم پژوهشگر) می‌باشد که البته به صورت کیفی انتخاب شدند. در فرایند پالایش مفاهیم، بعضی از مفاهیم به علت تفاوت در سطح انتزاع آنها یا امکان ترکیب آنها در جهت

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این پژوهش ابتدا داده‌های حاصل از تحقیقات پیشین و مصاحبه با خبرگان، با استفاده از روش کدگذاری مورد تحلیل قرار گرفت. این داده‌ها که از مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر استخراج گردیده بودند طی دو مرحله (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی) تحلیل شد. در این قسمت مصاحبه‌های انجام شده چندین بار مورد بررسی قرار



محصولات است، با راه اندازی بورس محصولات کشاورزی و با استفاده از اهرم‌ها و کارکردهای ویژه، قادر به مرتفع کردن این مشکلات در بلند مدت خواهیم بود. یکی از ابزارهای مهم در مرتفع کردن مشکلات بازار محصولات کشاورزی، ایجاد بازار بورس کالا است. به ساده‌ترین بیان، بورس کالای کشاورزی مکانی است که در آن قراردادهای نقدی - آتی کالاهای کشاورزی مورد داد و ستد قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، بازار متشکل و منسجمی است که تعداد زیادی از عرضه‌کنندگان یا تولیدکنندگان کالاهای کشاورزی و یا سوداگران (سلف خران، حق‌العمل‌کاران، شرکت‌های تعاونی روستایی و ...) کالاهای خود را به آن بازار عرضه می‌کنند، تا پس از بررسی‌های کارشناسی و قیمت‌گذاری توسط کارگزاران بازار، قراردادهای نقدی - آتی آنها در تالار بورس مورد داد و ستد قرار گیرد. اما برای برخی از محصولات بازاری آتی تشکیل شده است که میزان قیمت محصولات را تحت تاثیر قرار داده و یکی از معیارها میزان ریسک حاصل از درآمد کسب شده کشاورزان می‌باشد.

بنابراین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که استانداردهای ریسک درآمدی محصولات، نوسانات قیمت‌های نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی درجه، تجاری بودن و فسادپذیری به عنوان مهمترین شاخص و استانداردها برای ورود به بازار آتی هستند و بایستی در موقع بررسی سیاستگذاران مورد توجه قرار دهند.

خلاصه سازی، با یکدیگر ادغام گردیدند که این عمل بصورت مستمر در فرایند تحلیل تم‌ها صورت می‌گرفت. پس از اعمال تغییرات مذکور (حذف و ادغام) مفاهیم اشاره شده در ادبیات و مصاحبه‌ها مجدداً مورد بررسی تطبیقی قرار گرفت که در نهایت تصمیم بر آن شد کلیه مفاهیم بر شش استاندارد انتخاب شود. نهایتاً نتایج حاصل از رتبه‌بندی استانداردها با استفاده از روش تاپسیس فازی نشان داد که؛ ریسک درآمدی محصولات، نوسانات قیمت‌های نقدی، هزینه سیالیت، درجه همگنی درجه، تجاری بودن و فسادپذیری به ترتیب دارای اهمیت هستند. که شاخص‌های یافته شده با مطالعات بر اساس مطالعات بلک (Black, 1986)، برورسن و فوفانا (Brosen & Fofana, 2015) و یکانی و همکاران (Yekani et al., 2011) هم خوانی دارد. بازار محصولات کشاورزی در ایران از جایگاه بسیار مهم و اساسی در ساختار کل اقتصاد کشور برخوردار است. این بازار با توجه به نوع ساختار محصولات کشاورزی از یک بازار سنتی پیروی می‌کند و این گونه بازارها مشکلاتی برای تولید کنندگان، مصرف‌کنندگان و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بخش کشاورزی بوجود آورده است در بخش کشاورزی ایران، تولید کنندگان که به عنوان یکی از عوامل مهم در ساختار بازار محسوب می‌شوند. مشکلات عمدتاً در شرایط نبود یک بازار مناسب در قالب بورس محصولات کشاورزی به وجود می‌آید. از آنجا که بورس حالت جایگزین برای بازار فعلی

منابع

۳. حسینی یکانی، ی.؛ بخشوده، م. (۱۳۸۸). طراحی بهینه قراردادهای آتی محصولات کشاورزی در ایران، پایان نامه دوره دکتری، دانشگاه شیراز.
۴. حسینی یکانی س.ع. و زیبایی م. (۱۳۸۹). تعیین مشخصات قراردادهای آتی محصولات کشاورزی در ایران: مطالعه موردی ذرت. فصلنامه اقتصاد و کشاورزی (ویژه نامه ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی) ۳: ۱۲۵ الی ۱۳۸.
۵. حسینی یکانی س.ع. و زیبایی م. (۱۳۸۹). تعیین مشخصات قراردادهای آتی محصولات کشاورزی در ایران. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه

۱. اردی بازار، ه و مقدسی، ر. (۱۳۸۸) شناسایی منابع نوسان قیمت تولیدکننده محصولات کشاورزی (مطالعه موردی گوشت گوساله و ماکیان). مجله علوم کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، سال سوم، شماره ۱۱، ص ۹۷- ۸۳. استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی (نظریه مبنایی؛ رویه‌ها و شیوه‌ها)، (مترجم: رحمت‌الله رحمت‌پور)، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲. چایچی، ب (۱۳۸۸) کشاورزی ارگانیک خاک سالم، گیاه سالم، انسان سالم. ماهنامه دام، کشت و صنعت، شماره ۱۱۷

Contracts. *Journal of Agribusiness*. 19: 129-145.

16. Carlton D.W. (1984). *Futures Markets: Their Purpose. Their History. Their Growth. Their Successes and Failures*. *Journal of Futures Markets*. 4: 237-271.

17. Chiang. M. and C. Wang (2017). "The Impact of Futures Trading on Spot Index Volatility: Evidence for Taiwan Index Futures". *Applied Economics Letters*. Vol. 9. No. 6. pp. 381-385.

18. Chou, S.Y., Chang, Y.H. and Shen, C.Y., 2008. A fuzzy simple additive weighting system under group decision-making for facility location selection with objective/ sub-jective attributes. *European Journal of Operational Research*, 189(1), pp.132-145.

19. Du W. (2004). *International Market Integration under WTO: Evidence in the Price Behaviors of Chinese and US Wheat Futures*. Selected paper. American Agricultural Economics Association.

20. Edward A.Marta.M.(2020) Contract design in agriculture supply chains with random . *European Journal of Operational Research*. Volume 277. Issue 3. . Pages 1072-1082

21. Garcia. P.. Leuthold. R. M.. Fortenbery. T. R. and Sarassoro. G. F. (1988). Pricing efficiency in the live cattle futures market: further interpretation and measurement *American Journal of Agricultural Economics* 70: 162-169.

22. Garcia. P.. Leuthold. R. M. and Sarhan. M. E. (1984). Basis risk: measurement and analysis of basis fluctuations for selected livestock markets. *American Journal of Agricultural Economics*. 66: 499-504.

23. Garcia. P.. Roh. J. S. and Leuthold. R. M. (1995). Simultaneously determined. timevarying hedge ratios in the soybean complex. *Applied Economics*. 27: 1127-1134.

24. Garcia. P. and Sanders. D. R. (1996). Ex ante basis risk in the lie hog futures contract:

۶. ذکائی، م. (۱۳۸۱). نظریه و پژوهش در روش‌های کیفی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۷، صص ۳۳-۴۹.

۷. راعی جدیدی، م؛ صبوحی صابونی، محمود (۱۳۸۹) برنامه ریزی زراعی با استفاده از مدل برنامه‌ریزی چند هدفه فازی، مجله دانش کشاورزی پایدار، جلد ۲/۲۰، شماره ۱

۸. شعبان‌زاده، ا. حسینی، ل. (۱۳۹۵). بررسی امکان استفاده از بازارهای آتی در کاهش نوسان‌های قیمتی در ایران: مطالعه موردی محصولات منتخب. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه ۴۹.

۹. ضیایی س. و صبوحی صابونی م. (۱۳۸۷) بهینه سازی الگوی کشت با استفاده از برنامه‌ریزی آرمانی فازی با رویکرد حد تغییرات مجاز: مطالعه موردی شهرستان نیشابور. اقتصاد کشاورزی. (جلد ۳). ۱۱. (۲۱۷-۲۱۹)

۱۰. غزالی، ا، نصرآبادی، م.ب. و نصرآبادی، ح. (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل مؤثر بر عدم رونق معاملات رینگ کشاورزی بورس کالای ایران، اندیشه مدیریت راهبردی، شماره اول، ۱۹. صفحات ۲۱۴-۱۸۱.

۱۱. کرباسی، ع و نقوی، س. (۱۳۹۲). حساسیت عرضه به تغییر قیمت محصولات کشاورزی در کشورهای منتخب آسیایی. مجله اقتصاد کشاورزی. دوره ۷، شماره ۱. صفحه ۱-۱۴.

12. Black D.G. (1986). *Success and Failure of Futures Contracts: Theory and Empirical Evidence*. Monograph Series in Finance and Economics. Graduate School of Business. New York University.

13. Bologna. P. and L. Cavallo (2017). "Does the Introduction of Stock Index Futures Effectively Reduce Stock Market Volatility? Is the 'Futures Effect' Immediate? Evidence from the Italian Stock Exchange Using GARCH". *Applied Financial Economics*. Vol. 12. No. 3. pp. 183-192.

14. Brorsen W.. and Fofana N.F. (2015). Success and Failure of Agricultural Futures Contracts. *Journal of Agribusiness*. 19: 129-145.

15. Brorsen W.. and Fofana N.F. (2017). Success and Failure of Agricultural Futures

analysis of selected commodities. In Futures Trading Seminar. 3: 115-137.

35. Kanwar. S. (2006). Relative Profitability, Supply shifters and dynamic output response. in a developing economy. Journal of policy modeling. ۲۸. ۶۷-۸۸.

36. Leuthold R.M. (1994). Evaluating Futures Exchanges in Liberalising Economies. Development Policy Review. 12: 149-163.

37. Mackay. A. Morrissey.o.& Valliant. C. (2018). Aggregate agricultural supply response in Tanzania agricultural. Journal of international trade and Economic Development. 8(21): 121-134.

38. Meulenberg M.T.G.. and Pennings J.M.E. (2015). A Marketing Approach to Commodity Futures Exchanges: A Case Study of the Dutch Hog Industry. Journal of Agricultural Economics. 53: 51-64.

39. Momeni M, Maleki M.H, Afshari.M.A, Siahkali Moradi.J, Mohammadi.J. (2011). "A Fuzzy MCDM Approach for Evaluating Listed Private Banks in Tehran Stock Exchange Based on Balanced Scorecard". International Journal of Business Administration , Vol.2 , No1.

40. Pahlevani, A(2008). Investment Priority with Use of Hierarchy Topsis Group Decision Making in Fuzzy Enviroment. Tehran University. Industrial Management Journal(2),35-54.

41. Pennings J.M.E.. and Garcia P. (2017). Measuring Producers Risk Preference: A Global Risk-Attitude Construct. American Journal of Agricultural Economics. 83: 993-1009.

42. Purcell W.D.. and Koontz S.R. (2016). Agricultural Futures and Options. Principles and Strategies. Second Editions. Prentice Hall. New York.

43. Purcell W.D.. and Koontz S.R. (2016). Agricultural Futures and Options. Principles

has hedgers' risk increased? Journal of Futures Markets. 16: 421-440.

25. Garcia. P. and Leuthold. M. (2004). A Selected Review of Agricultural Commodity Futures and Options Markets. European Review of Agricultural Economics. 31(3): 235-272 .

26. Gardner. B. L. (1989). Rollover hedging and missing long-term futures markets. American Journal of Agricultural Economics. 71: 311-318.

27. Helmsberger P.G.. and Chaves J.P. (1996). The Economics of Agricultural Prices. Prentice Hall. New York.

28. Hosseini-Yekani S.A.. and Bakhshoodeh M. (2009). The Importance of developing Future Contracts: A case study of Iran Agricultural Commodity Exchange. Paper for presentation at the 13th annual conference Economic Research Forum (ERF). Kuwait. 16-18 December.

29. Hosseini-Yekani S.A.. Zibaei M.. and Allen D.E. (2011). The initial specification of viable futures contracts: The use of a new computational method of Value at Risk in Iranian agricultural commodities market. Journal

30. Hull. S. D.. Myers. R. J. and Hilker. J. H. (2016). Hedging with futures and options under a truncated cash price distribution Journal of Agricultural and Applied Economics. 31: 449-459.

31. Hull J. (2000). Options. Futures. and other Derivatives. Prentice Hall. New York.

32. Huvang J.K.M.. Kuiper W.E.. Pennings J.M.E.. and Meulenberg M.T.G. (2017). Time-Varying Hedge Ratio: a Principal-Agent Approach. Journal of Agricultural Economics. 56: 417-432.

33. Imai. K . Gaiha. R and Thapa. G. (2012). Supply response to changes in agricultural commodity prices in Asian countries. Journal of Asian Economics. 22: 61-75.

34. Jordaan and Grove R.W. (۲۰۰۷). Why does futures trading succeed or fail: an

futures markets. *Journal of Futures Markets*. 1: 123-155.

46. Yeh C.H. and Deng H., (2014), A Practical Approach to Fuzzy Utilities Comparison in Fuzzy Multi-Criteria Analysis, *International Journal of Approximate Reasoning* 35 (2), P. 179-194.

and Strategies. Second Editions. Prentice Hall. New York.




44. study f Punjab region. In V. Krishna (Ed). *selected waitings: Raj Krishna* (pp.7-19).Ne dehli: oxford university press.

45. Silber W.L. (1985). *Innovation. competition. and new contract design in*





Identifying The Necessary Standards For Trading in The Future Markets of Agricultural Products With the Foundation Data Method And Ranking With The TOPSIS Method

* Farahnaz Karimi Nejad  ** Gholamreza Yavari  *** Mehdi Kazemnejad 

* PhD student, Department of Agricultural Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran.

fkariminejad@yahoo.com

** Associate Professor, Department of Agricultural Economics, , Payame Noor University , Tehran, Iran.

gr.yavari@gmail.com

*** Assistant Professor, Department of Agricultural Economics, Institute of Planning Research,
Agricultural Economics and Rural Development, Tehran, Iran. kazemnejad@gmail.com

Received: 22.02.2024

Accepted: 26.07.2024

Abstract

This research has been done with the aim of identifying and ranking the necessary standards for trading in future markets in agricultural products with a combined (qualitative-quantitative) method. The keywords obtained from previous research and interviews with experts were analyzed using the coding method (open coding, central coding and selective coding). These data, which were extracted from in-depth interviews with 17 people, were analyzed in three stages and 40 keywords were extracted, after applying changes (deletion and integration), it was finally decided to categorize all standards into six groups. The necessary standards for acceptance in the future markets include: income risk of products, cash market size, liquidity cost, degree of homogeneity, degree of commerciality and perishability. Also, the results of the ranking of the standards using the fuzzy TOPSIS method showed that; Product revenue risk, cash price fluctuations, liquidity cost, grade homogeneity, commerciality and perishability are important respectively.

Keywords: Future Market - Agricultural Products -Standard Identification -Data Base Theory - Fuzzy TOPSIS.

Corresponding Author: Farahnaz Karimi Nejad- Fkariminejad@yahoo.com



Introduction

Price instability in the commodity market, especially in the agricultural products market, as a fundamental problem, has always caused concern and uncertainty among producers and consumers regarding the market. In the market of agricultural products, in addition to being affected by the usual factors affecting the supply and demand of the market, due to uncontrollable changes in weather conditions, the price of goods is more unstable and volatile than other markets. Various groups active in this market use different types of derivative instruments to cover market risk. One of the challenges of commodity future contracts was the existence of risks for the parties to the transaction. Regarding the quantity and quality of traded goods, non-compliance with obligations by the parties of the transaction was considered a serious concern. Although this could be easily measured in terms of the quantity of goods, but in terms of the quality of delivered goods, it could cause uncertainty in these markets. Over time, with the establishment of supervisory institutions and the establishment of laws, adherence to obligations became more binding.

Methodology

In this research, an attempt has been made to examine the ranking and identification of products for the future target market with a mixed approach, which is a qualitative-quantitative method. It should be noted that this research is an inductive and exploratory-applicative study and has two phases as described in the first phase of identifying standards based on the qualitative methodology of the foundation's data theory. The reason for using foundation data theory is the power of this method in providing native models that match the reality in different fields (Zakaei, 2019), and the second phase of fuzzy TOPSIS method is used to rank indicators. Fuzzy method was first presented by Lotfi Asgarzadeh (1965). This method is useful when the relationship between existing criteria or different options has uncertainty and these relationships cannot be expressed in the form of definite numbers.

Findings

The results obtained from the review of the models presented in this research in the order of the phases presented in the methodology section are:

In the first phase, the identification of standards for acceptance in future markets was conducted in the form of interviews with experts, and the data obtained from interviews with experts were analyzed using the coding method, and the results were presented in detail at the end of the research.

In the second phase, the results are presented in both quantitative and qualitative ways. In the quantitative part of the research, first, the opinions of 22 news are collected. Then, based on the obtained information, the fuzzy topsis is calculated and the identified standards are ranked. And in the qualitative part, standards are categorized for acceptance in the future markets using theoretical foundations and research background in the future markets of agricultural products, and the results are presented in the form of a table in section 4.

Discussion and conclusion

The results of the conducted research indicate that the standards of income risk of products, fluctuations of cash prices, cost of liquidity, degree of degree of homogeneity, commerciality and corruption are the most important indicators and standards for entering the future market and should be taken into consideration when considering policy makers. Give

Resources

Zakai, M. (2008). Theory and research in qualitative methods, *Social Sciences Quarterly*, No. 17, pp. 33-49.



راهنمای نگارش مقاله

می‌تواند شامل روش تحقیق، مدت زمان اجرا، مکان اجرای پژوهش، جامعه مورد مطالعه، رعایت موازین اخلاقی در پژوهش، نحوه جمع‌آوری اطلاعات، ابزارهای اندازه‌گیری و آزمون‌های آماری باشد.

● **یافته‌ها:** در این بخش باید یافته‌های به دست آمده از تحقیق بدون بحث بیان گردد و نباید داده‌های جدول‌ها، شکل‌ها و نمودارها مجدداً در این قسمت تکرار شوند. شماره‌ی جدول‌ها، تصاویر و نمودارها باید با دقت در متن آورده شوند و هر کدام در صفحات جداگانه‌ای آورده و شماره‌گذاری شوند.

● **بحث و نتیجه‌گیری:** در این بخش نویسنده (ها) تفسیری منطقی از یافته‌های به دست آمده ارائه نموده و هم‌چنین یافته‌های به دست آمده را با مطالعات انجام شده مقایسه می‌نمایند. محدودیت‌های مطالعه و هم‌چنین پیشنهادها برای مطالعات آینده از قسمت‌های مهم بحث و نتیجه‌گیری می‌باشد.

● **سپاسگزاری:** از منابع کمک‌های مالی، افراد یا سازمان‌های همکار در انجام این پژوهش

● **منابع:** منابع به ترتیب حروف الفبا شماره‌گذاری شده (منابع فارسی ابتدا و بعد منابع انگلیسی) و به صورت زیر آورده می‌شوند.

منابع فارسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره‌ی صفحه، محل برگزاری، شهر، ماه، سال.

مثال: شفیعی، مسعود، ارتباط دانشگاه و صنعت: موانع اساسی و راهکارهای توسعه‌ای، مجموعه مقالات هشتمین کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی، صفحات ۴۱-۵۰، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، آذر، ۱۳۸۳.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار، سال انتشار.

مثال: شفیعی، مسعود، ارتباط صنعت و دانشگاه: آینده‌ای تابناک، پیشینه‌ای تاریک، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ۱۳۸۶.

منابع انگلیسی:

مقاله: نام خانوادگی نویسنده (ها)، نام کوچک نویسنده (ها)، عنوان مقاله، نام کامل مجله، شماره‌ی جلد، شماره صفحه، سال انتشار.

مثال:

Antonelli, C, "The evolution of the Industrial organization of the production of Knowledge". Cambridge Journal of Economics, 1999, 23, pp.243-260, 1999.

کتاب: نام خانوادگی نویسنده(ها)، نام کوچک نویسنده(ها)، نام کتاب، شماره چاپ، نام ناشر، محل انتشار کتاب، سال انتشار.

۱. مجله صنعت و دانشگاه به صورت فصلنامه منتشر می‌شود. این فصلنامه حاوی مقالاتی در زمینه‌های گوناگون می‌باشد.

۲. نوع مطالبی که در فصلنامه چاپ می‌شود عبارتند از:

● مقالات مروری که معمولاً توسط سردبیر از صاحب‌نظران درخواست می‌شود.

● مقالات تحقیقاتی

● مقالات کوتاه

۳. مقاله باید در مجلات دیگر به چاپ نرسیده و هم‌زمان برای چاپ به نشریه‌ی دیگری ارسال نشده باشد.

۴. مسئولیت صحت مطالب مندرج در مقاله به عهده‌ی نویسنده(ها) است.

۵. مقاله‌ی ارسال شده، توسط هیأت تحریریه مورد بررسی قرار خواهد گرفت و فصلنامه در ویرایش ادبی و محتوایی و در صورت لزوم حذف بخش یا بخش‌هایی از مقاله مجاز است.

۶. زبان فصلنامه فارسی است، لذا حتماً بایستی یک چکیده انگلیسی هم داشته باشد و حتی المقدور از واژه‌های فارسی برای بیان مطالب علمی استفاده شود. لازم است مقاله فاقد اشکالات املائی یا نکات دستوری باشد.

۷. تمامی مطالب متن و منابع باید با فاصله یک خط در میان با نرم افزار word تایپ شده و دارای حاشیه‌ی ۲ سانتی‌متر از هر طرف باشد. قلم به کار رفته نازنین و اندازه آن ۱۲ باشد.

۸. تمامی مقالات باید مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:

● **عنوان مقاله:** عنوان مقاله با قلم سیاه تایپ شود، آنگاه نام نویسنده یا نویسندگان، رتبه‌ی علمی، نشانی(شامل نام دانشگاه یا دانشکده، مؤسسه و واحد تحقیقاتی مرتبط و ...) قید شود.

● **چکیده‌ی مقاله:** چکیده‌ی فارسی ساختارمند باید پس از مقدمه‌ای کوتاه هدف از تحقیق، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه‌گیری را به طور اختصار بیان نماید (حداقل ۱۵۰ کلمه و حداکثر ۲۵۰ کلمه). این نکته برای چکیده‌ی مقاله به زبان انگلیسی نیز صادق است. در پایان چکیده مقاله، کلیدواژه باید شامل تعدادی کلمات کلیدی(حداقل ۳ و حداکثر ۵ کلمه)، در چکیده‌ی فارسی به زبان فارسی و در چکیده‌ی انگلیسی به زبان انگلیسی، باشد.

● **مقدمه:** مقدمه باید ضمن بیان هدف و مسأله‌ی مورد تحقیق، حاوی خلاصه‌ای از مطالعات و مشاهدات مرتبط با تحقیق مورد نظر(داخلی و خارجی) در چند سال اخیر همراه با یادآوری منابع آن‌ها باشد. لازم به یادآوری است که نباید در این قسمت داده‌ها و یا نتیجه‌گیری کار گزارش شود.

● **روش بررسی:** به نحوی باید نوشته شود که هر خواننده‌ای بتواند با استفاده از آن، تجربه‌ی نویسنده مقاله را تکرار نماید و

مثال:

Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. "Universities in the Global Economy: A triple Helix of university-industry-government relations, Cassell Academic, London, 1997.

آوردن اسامی تمامی نویسندگان کتابها یا مقالات الزامی است.

۹. شماره‌گذاری بخش‌ها: تمامی بخش‌های مقاله، به غیر از بخش‌های ستاره خورده بالا به صورت نمونه شماره‌گذاری شود.

۲. مبانی نظری مرتبط با کیفیت در آموزش عالی

۱،۲ جایگاه و نقش آموزش عالی در نظام نوآوری ملی

۱،۱،۲ سیر تکاملی الگوهای نوآوری

▪ نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها: نسخه‌ی اصلی نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها هر کدام در صفحات جداگانه و در کاغذ A4 (حتی‌الامکان

گلاس) ارسال گردد. آوردن شماره‌ی هر کدام، نام نویسنده‌ی اول و جهت درج تصویر، در پشت هر صفحه ضروری است. لازم است تعداد نگاره‌ها، نمودارها و جدول‌ها با حجم کلی مقاله متناسب باشد و عکس‌ها به صورت سیاه و سفید تهیه شده باشند.

۱۱. زیرنویس شکل‌ها و نمودارها: در این بخش زیرنویس شکل‌ها و نمودارها در صفحه‌ای جداگانه با آوردن شماره‌ی آنها به دقت شرح داده می‌شود. لازم است اختصارات موجود در نگاره‌ها در زیرنویس فارسی توضیح داده شود.

۱۲. ارسال مقاله: نویسنده‌ی مسئول باید یک نسخه از مقاله کامل را، به آدرس دفتر مجله و یا به صورت فایل ضمیمه با پست الکترونیکی به آدرس پست الکترونیکی مجله ارسال نماید.

معرفی جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه

اهداف

- جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ با اهداف زیر تشکیل شد:
- کمک به پیشبرد برنامه‌های توسعه صنعتی کشور از طریق ارتباط دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی با صنعت.
 - حمایت از گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه صنعتی در بخش‌های دولتی و خصوصی.
 - مشارکت در برنامه‌های توسعه ملی از طریق بازنگری مسائل، طرح موانع و ارائه راهبردها و راهکارها

وظایف

- ایجاد و تقویت زمینه‌های همکاری بین مراکز علمی تحقیقاتی و صنایع کشور
- ارائه خدمات آموزشی، پژوهشی، علمی و مشاوره‌ای به بخش‌های مختلف صنعتی
- تشکیل هسته‌های تخصصی برای بررسی نیازهای صنایع مسئله‌یابی و تلاش در جهت رفع آنها با کمک دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی
- اجرای بازدیدهای علمی و صنعتی در جهت همکاری‌های متقابل
- برگزاری همایش‌های علمی از جمله کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی
- تلاش در جهت انطباق برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها با نیازهای واقعی صنعت
- تلاش در جهت ایجاد تسهیلات کارآموزی دانشجویان و کارورزی دانش‌آموختگان در بخش‌های اقتصادی و صنعتی و فرصت‌های مطالعاتی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها در صنایع
- تلاش در جهت ایجاد زمینه‌های مناسب جذب دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در صنایع
- همکاری مؤثر با دیگر حلقه‌های واسط بین دانشگاه و صنعت نظیر شهرک‌های علمی تحقیقاتی، مراکز رشد فناوری، واحدهای تحقیق و توسعه، صندوق‌های مالی توسعه فناوری و مراکز تجاری‌سازی فناوری
- همکاری با نهادهای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرایی کشور در جهت حمایت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها از جمعیت و برنامه‌های توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت
- حمایت از انتخاب و اجرای پایان‌نامه‌های دوره‌های تحصیلات تکمیلی در جهت مسائل و مشکلات مبتلا به صنعت
- ایجاد ارتباط مؤثر با انجمن‌ها، تشکل‌ها و سازمان‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مشابه
- انجام مطالعات امکان‌سنجی در اجرای پروژه‌های مشترک در حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های جمعیت از جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی
- انتشار فصلنامه و خبرنامه و اشاعه اطلاعات مرتبط در حوزه‌های علمی تحقیقاتی و صنعتی و به ویژه عرضه و تقاضای فناوری

برنامه‌ها

جمعیت به‌منظور تحقق اهداف خود، برنامه‌های زیر را در اولویت فعالیت‌هایش قرار داده است:

- ترویج و توسعه فرهنگ پژوهش و فرهنگ صنعتی در کشور
- افزایش کارایی تحقیقات و وارد کردن نتایج تحقیقات در چرخه برنامه‌های تولیدی و صنعتی کشور
- کمک به ایجاد فضایی مناسب برای بروز ابتکارات، نوآوری و پیشرفت فناوری از طریق تقویت علائق بین دولت، دانشگاه و صنعت و تأمین آن به جامعه‌ی تجاری و عامه مردم
- سازگارسازی آموزش‌ها و پژوهش‌های دانشگاهی با نیازهای صنعت ملی و نیز همگامی با برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه صنعتی کشور
- آشنا سازی صنعت و دانشگاه با نیازها و توانایی‌های یکدیگر و ایجاد فضای مناسب گفت‌و شنود و تبادل نظر بین متخصصین صنعت و دانشگاه در جهت رفع موانع و تنگناها موجود

کمیته‌های اجرایی جمعیت

- کمیته مالی و پشتیبانی
- کمیته عضویت و اطلاع‌رسانی
- کمیته آموزش و پژوهش
- کمیته ارتباط با دانشگاه
- کمیته ارتباط با صنعت
- کمیته ارتباط با دولت و مجلس

از کلیه اندیشمندان، اساتید دانشگاه، پژوهشگران، کارشناسان، دانشجویان و نهادهای دولتی و خصوصی دعوت می‌شود با عضویت در جمعیت، ما را در تحقق اهداف والای آن یاری نمایند.

نشانی دبیرخانه:

تهران - خیابان حافظ - دانشگاه صنعتی امیرکبیر - ساختمان ابوریحان - طبقه ششم - اتاق ۶۱۲.

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۸۵۸۵۶ ، تلفکس: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۴۳۳

برگه اشتراک



هزینه اشتراک:

هزینه اشتراک یکساله:	پست عادی: ۱۲,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۱۶,۰۰۰ تومان
هزینه اشتراک دوساله:	پست عادی: ۲۰,۰۰۰ تومان	پست پیشتاز: ۲۸,۰۰۰ تومان

اطلاعات متقاضی:

● عضویت حقیقی:	نام و نام خانوادگی:
رشته و مقطع تحصیلی:	سمت:
نام محل تحصیل:	نام متقاضی:
● عضویت حقوقی:	نام شرکت / سازمان:
سمت:	تعداد نسخه درخواستی از هر شماره:
نسخه شروع اشتراک از شماره:	اشتراک جدید <input type="checkbox"/>
	تمدید اشتراک <input type="checkbox"/>
	(شماره اشتراک قبلی:

نشانی:

آدرس:		
استان:	شهر:	کدپستی:
تلفن:	همراه:	پست الکترونیک:

از علاقه‌مندان به اشتراک فصلنامه‌ی «صنعت و دانشگاه» درخواست می‌نماییم برگ اشتراک را به دقت و با خط خوانا تکمیل نموده و وجه اشتراک را براساس تعرفه، به ح شماره حساب جاری ۲۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، باجه دانشگاه امیرکبیر بنام جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه واریز کرده و اصل فیش بانکی و فرم اشتراک را به یکی از دو شیوه‌ی زیر برای ما ارسال نمایند.

۱. از طریق دورنگار با شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳ - ۰۲۱

۲. از طریق پست به آدرس: تهران، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ساختمان ابوریحان، طبقه ششم، اتاق ۶۱۲

- اعضای جمعیت از ۲۰ درصد تخفیف برخوردار می‌شوند.
- خواهشمند است، مشترکان محترم در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع فرمایند.
- باتوجه به اینکه تنها عدم وصول مجلاتی که به صورت پیشتاز ارسال می‌شوند قابل پیگیری است لذا توصیه می‌شود از خدمات پست پیشتاز استفاده شود.

فرم سفارش آگهی

گرامی ارجمند

احتراماً به استحضار می‌رساند مجله علمی - ترویجی «صنعت و دانشگاه» توسط جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه بصورت فصلنامه و با تیراژ یک هزار نسخه انتشار می‌یابد.

انتظار می‌رود با سفارش چاپ آگهی ضمن معرفی توانمندی‌های آن سازمان به خبرگان صنعت، نخبگان، دانشگاه‌ها و نیز مدیران اجرائی باعث پیشبرد اهداف این جمعیت گردد.

سمت:

شرکت:

نام سفارش دهنده:

شماره تماس:

نشانی کامل:

ضمن قبول شرایط مندرج در این فرم تقاضای قرار گرفتن در نوبت آگهی به شرح ذیل می‌باشم:

نوع سفارش	تعرفه چاپ سیاه و سفید (ریال)	تعرفه چاپ رنگی (ریال)	ابعاد
	-	همت عالی	پشت جلد
	-	۲۵۰۰۰۰	داخل جلد
	۱۰۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	یک صفحه کامل
	۵۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	نیم صفحه
	۲۵۰۰۰	۵۰۰۰۰	یک چهارم صفحه
	۱۰۰۰۰	-	کادر راهنما ۶×۴ (حداقل برای سه‌ماه)

دفعات چاپ:

شماره درخواستی:

شرایط:

- طرح آگهی بر عهده سفارش دهنده می‌باشد و می‌بایست همراه فرم ارسال گردد.
- ۲۰٪ تخفیف برای شرکت‌های حقوقی عضو جمعیت.
- ۱۰٪ تخفیف برای ۴ شماره چاپ متوالی.
- ۲۰٪ تخفیف برای ۸ شماره چاپ متوالی.
- جهت تخصیص کادر سفارش حداقل چهار شماره متوالی لازم می‌باشد.

لطفاً جهت هماهنگی بیشتر و رزرو با شماره تلفن ۶۶۴۸۵۸۵۶ تماس حاصل فرمایید و پس از تکمیل فرم آنرا به شماره ۶۶۴۹۵۴۳۳ فاکس نمایید.

مهر و امضاء



«فرم درخواست عضویت حقیقی»

لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید

شماره عضویت:

۱- مشخصات فردی:

نام خانوادگی:

نام:

نام خانوادگی (به انگلیسی):

نام (به انگلیسی):

روز ماه سال

جنس: مرد زن تاریخ تولد:

شماره شناسنامه: محل تولد:

شماره ملی: سمت: سابقه کار:

۲- سوابق تحصیلی:

آخرین مدرک تحصیلی: تاریخ فارغ التحصیلی:

رشته تحصیلی: دانشگاه: کشور:

۳- نشانی محل کار (تحصیل):

تلفن ثابت: تلفن همراه: نامبر:

پست الکترونیکی: وب سایت:

۴- نوع عضویت:

پيوسته وابسته دانشجویی

حق عضویت سالانه

نوع عضویت	پيوسته	وابسته	دانشجویی
مبلغ	۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال	۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال	۵۰۰,۰۰۰ ریال
شماره حساب: حساب جاری ۲۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، باجه دانشگاه امیرکبیر بنام جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه			

لطفاً فرم تکمیل شده را با فیش واریزی به همراه یک قطعه عکس رنگی ۳×۴ برای دبیرخانه جمعیت ارسال نمایید.

امضا:

تاریخ:

عضویت پیوسته: مؤسسان جمعیت و کلیه افرادی که حداقل دارای درجه کارشناسی ارشد در یکی از رشته‌های دانشگاهی باشند.

تبصره: افراد دارای درجه کارشناسی با سابقه درخشان مدیریتی (حداقل ۵ سال) می‌توانند با تصویب هیأت مدیره به عضویت پیوسته جمعیت درآیند.

عضویت وابسته: اشخاصی که دارای درجه کارشناسی باشند.

عضویت دانشجویی: کلیه افرادی که در یکی از رشته‌های دانشگاهی به تحصیل اشتغال دارند.



«فرم درخواست عضویت حقوقی»

لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید

شماره عضویت:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

«جمعیت ایرانی پیشبرد ارتباط صنعت و دانشگاه» در ادامه یک دهه فعالیت‌های کمیته دائمی «کنگره سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی» و به منظور ارتقاء سطح همکاری‌های فی مابین صنعت و دانشگاه در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده است.

۱- مشخصات مؤسسه:

نام دانشگاه / شرکت / سازمان: تعداد کارکنان:
نوع فعالیت: سال تأسیس:
نشانی:
تلفن ثابت: دورنگار:
پست الکترونیکی: وب سایت:

۲- مشخصات رییس /مدیر:

نام خانوادگی: نام:
آخرین مدرک تحصیلی: دانشگاه: کشور:
رشته تحصیلی: تاریخ فارغ‌التحصیلی: سابقه کار:

۳- مشخصات فرد رابط مؤسسه با جمعیت:

نام خانوادگی: نام: سمت:
تلفن ثابت: تلفن همراه: پست الکترونیکی:
نشانی:

۴- حق عضویت:

حق عضویت سالانه برای عضویت حقوقی حداقل پنج میلیون ریال می‌باشد. مؤسسات دارای امکانات مالی مناسب می‌توانند مبلغ بیشتری جهت توسعه جمعیت پرداخت نمایند شماره حساب: ۲۶۶۱۱۱۴۴۴ بانک تجارت، شعبه امیراکرم، بجه دانشگاه امیرکبیر
مبلغ پیشنهادی:

*مؤسسات می‌توانند با تکمیل این فرم و پرداخت حق عضویت، درخواست عضویت حقوقی خود را اعلام نمایند.

مضاء و مهر مدیر مؤسسه:

تاریخ:

Contents	1
Studying the Relationship of the Following Concepts- Creative Industries, Cultural Industries and Creative Cultural Industries- and the Concept of Media: Toward a Theoretical Integrity	
Nafiseh Ansari, Seyed Mahdi Sharifi, Majid Mokhtarianpour, Bibi Marjan Fayyazi	
Analysis of the Impact of Innovation and the Mediating Role of Organizational Culture on the Organization's strategy (Case Study: Ports and Maritime Organization of the Islamic Republic of Iran)	25
Mohammad Javad Golzadeh, Saber Khandan Alamdari, Neda Farahbakhsh	
Analyzing the Role of Digital Transformation in Education by a Focus on Innovation with a Meta-Synthesis Method	49
Zahra Gholamzadeh, Abbas Khamseh, Mohammadreza Parsanejad	
Presenting the Policy Model of the National Media for the Production of Multimedia Content in the Virtual Space Based on the Fifth Generation of the Internet	79
Zahra Molla Babaei, Bibi Sadat Miresmaeili, HamidReza Hoseini Dana, AliReza Talkhabi Alishah	
Relationship Between Technological Innovation, Infrastructure and Industrial Growth in Iran	107
Fatemeh Sorekhdehi, Abazar Ashtari Mehrjardi	
Sociological Study of the Relationship Between Media Literacy and Political Socialization Status of Male High School Students in Mahenshan City in 1400	131
Azam Jamshidi Tavana, Zeinab Fazaeli Far, Gholamali Ahmadi	
The Value-Creating Effect of Parenting Literacy on the Academic Resilience and Academic Progress with the Mediation of Responsibility	151
Karim Delaviz, Homam Moayedfar, Qamar Kiany	
Prioritizing the Components of Educational-Behavioral Evaluation of Teachers and Principals of Tollou Schools	173
Leila Ghoraeian, Asghar Zamani	
The Effect of Hexaco's Personality Model on Organizational Citizenship Behavior (OCB or Good Soldier Syndrome) With the Mediating Role of Protean Career Attitude	193
Hojat Vahdati, Mohammad Jalali	
A Model For Developing Policy Tools to Support Language Technologies in Cyber Space	223
Habibollah Asghari, Fateme Mostajer Kheirkhah	
Prioritizing Factors Affecting The Capacity of Tax revenues Arising From Intellectual Property Rights	247
Mahdi Azmoodeh, Arash Hadizadeh, Amir Mohammadzadeh	
Identifying The Necessary Standards For Trading in The Future Markets of Agricultural Products With the Foundation Data Method And Ranking With The TOPSIS Method	269
Farahnaz Karimi Nejad, Gholamreza Yavari, Mehdi Kazemnejad	