

Investigating the relationship between employees' personality traits and organizational culture in Kermanshah Central Broadcasting

HamidReza Fatahi

Master of Media Management, Kermanshah, Iran.
(Corresponding Author). hrfatahi06@gmail.com

Mohamadali Hormozizadeh

Member of the Faculty of Radio and Television University, Kermanshah, Iran.
hormozizadeh@iribu.ac.ir

siavash salavatian

Member of the Faculty of Radio and Television University, Kermanshah, Iran.
salavatian@iribu.ac.ir

Abstract

The present study was conducted to investigate the relationship between personality traits of employees and organizational culture in the Kermanshah Central Broadcasting Organization using a descriptive correlational research method. The statistical population of the study included the employees of the Kermanshah Broadcasting Organization in 1400, whose number is (550) people. The number of samples was selected based on the available sample and then the number of (100) people was determined by simple random sampling. The research tool was two standard questionnaires that were used to assess personality traits of the five-factor personality questionnaire including 15 items and organizational culture with Robbins questionnaire (1999) with 18 questions and its validity was determined by calculating Cronbach's alpha. Kolmogorov goodness test and Pearson correlation coefficient were analyzed. The results showed: 1. There is a direct relationship between employees' personality traits and organizational culture. 2. By recognizing the personality traits of employees, it is possible to identify the level of organizational culture in the Broadcasting Center.

Keywords: personality traits, organizational culture, radio and television

Progress and development of Kermanshah province

Kermanshah Management and Planning Organization, 2025, Vol. 4, No. 2, pp 1-25.

Received: 27/03/2024 - Accepted: 01/07/2025

بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان با فرهنگ سازمانی در صدا و سیما مرکز کرمانشاه

حمیدرضا فتاحی

کارشناس ارشد مدیریت رسانه، کرمانشاه، ایران.
(نویسنده مسئول) hrfatahi06@gmail.com

محمدعلی هرمزی زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما، کرمانشاه، ایران.
hormozizadeh@iribu.ac.ir

سیاوش صلواتیان

عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما، کرمانشاه، ایران.
Salavatian @ iribu.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی در سازمان صدا و سیما مرکز کرمانشاه با استفاده از روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی انجام گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان سازمان صدا و سیما استان کرمانشاه در سال ۱۴۰۰ بوده که تعداد آنها (۵۵۰) نفر می‌باشند. تعداد نمونه بر اساس نمونه در دسترس انتخاب شد و سپس به صورت نمونه گیری تصادفی ساده تعداد (۱۰۰) نفر مشخص شد. ابزار تحقیق دو پرسشنامه استاندارد بود که به منظور سنجش ویژگی‌های شخصیتی پرسشنامه پنج عاملی شخصیت شامل ۱۵ گویه و فرهنگ سازمانی با پرسشنامه رابینز (۱۹۹۹) با ۱۸ سؤال استفاده شده است و اعتبار آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ تعیین گردید، داده‌های گردآوری شده با استفاده از آزمون نیکویی کلموگروف و ضریب همبستگی پیرسون تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی ارتباط مستقیم وجود دارد و از طریق شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارمندان، می‌توان سطح فرهنگ سازمانی در مرکز صدا و سیما را تشخیص داد.

کلیدواژه‌ها: ویژگی شخصیتی، فرهنگ سازمانی، صدا و سیما

سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه

فصلنامه پیشرفت و توسعه استان کرمانشاه، دوره ۴، شماره ۲، ص ۲۵-۱

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۰۱/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

۱- مقدمه و بیان مسئله

دنیای کنونی، دنیای سازمان‌هاست و موجودیت آنها بر اساس منابع متعددی همچون منابع انسانی، مالی، مادی، اطلاعاتی و دانش شکل می‌گیرد. متولیان این سازمان‌ها انسان‌ها هستند؛ انسان‌هایی که در کالبد سازمان روح می‌دمند، آن را به حرکت درمی‌آورند و اداره می‌کنند. منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمان‌های امروزی به شمار می‌آیند چرا که به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسائل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می‌بخشند (شریفی، ۱۳۹۲).

این افراد، هر یک دارای شخصیت منحصر به فردی هستند که در تعاملات خود با سازمان و دیگران آن را بروز می‌دهند شخصیت جنبه آشکار منش فرد است؛ به گونه‌ای که بر دیگران تأثیر می‌گذارد. ولی مطمئناً هنگامی که واژه شخصیت به کار برده می‌شود، منظور همین نیست. مقصود، در نظر داشتن بسیاری از ویژگی‌های فرد است. کلیت یا مجموعه‌ای از ویژگی‌های مختلف که از ویژگی‌های جسمانی و سطحی فراتر می‌رود. این واژه تعداد زیادی از ویژگی‌های ذهنی، اجتماعی و هیجانی را نیز در بر می‌گیرد. ویژگی‌هایی که ممکن است نتوانید به طور مستقیم ببینیم؛ زیرا که هر شخصی امکان دارد آنها را از دیگران مخفی نگه دارد.

کارمندان سازمان از جنبه‌های مختلف رفتار و شرایط جسمانی با یکدیگر تفاوت دارند. منظور از تفاوت‌های فردی، این است که هر فرد موجودی است منحصر به فرد، استثنایی و یگانه، به گونه‌ای که از پروتئین‌های سازنده موی هر کس تا شیارهای روی انگشتش، بدون همانند است. البته شاید کسانی را ببینیم که دارای شباهت‌های بسیاری نسبت به هم باشند، ولی بدون شک، به طور دقیق، یکسان و برابر نیستند و با اطمینان می‌توان گفت که از لحاظ شخصیت و شناخت، دارای تفاوت‌هایی هستند که این تفاوت‌ها در برگیرنده دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و گرایش‌های گوناگون نیز می‌شود (غفاری، ۱۳۷۸).

آگاهی از ویژگی‌های شخصیتی^۱ افراد می‌تواند به مدیریت سازمان کمک کند تا در فرایند استخدام، انتقال و ارتقای کارکنان بهتر عمل کند که این کار خود موجب خواهد شد که جابه‌جایی کارکنان کاهش یابد.

در واقع عملکرد افراد تحت تأثیر متغیرهای زیادی است که یکی از مهم‌ترین آنها ویژگی‌های شخصیتی آنان است. نتایج به دست آمده از بررسی خصوصیات شخصیتی افراد حاکی از آن است که رفتار افراد به منش‌ها و خصوصیات شخصیتی آنها بستگی دارد و بنابراین، ویژگی‌های شخصیتی افراد زمینه ساز رفتارهای آنان است.

یک راه آشکار برای یادگیری درباره وابستگی یک فرد به یک ویژگی شخصیتی، صرفاً تحقیق مستقیم درباره آن شخصیت است.

رابینز^۱ تعدادی از ویژگی‌های شخصیتی خاص را که می‌توانند تعیین کننده رفتار فرد در سازمان باشند، در قالب یک گروه خاص و متمایز از بقیه مشخص کرده است که این ویژگی‌ها عبارتند از: کانون کنترل، عزت نفس، قدرت طلبی، سازگاری با موقعیت (رابینز، ۱۳۸۳).

آزمون‌های شخصیتی مختلف ویژگی‌های شخصیتی را در بروز بعضی رفتارها مؤثر دانسته‌اند. برای مثال، دوبرین^۲ در تحقیقی مبتنی بر اینکه چگونه صفات شخصیتی مبتنی بر نیازها بر رفتار اثر می‌گذارند، دریافتند که صفت شخصیتی پیوند جویی (سعی کردن برای برقراری روابط نزدیک با دیگران یک دوست وفادار بودن) باعث می‌شود که فرد به گروه‌های اجتماعی زیادی ملحق شود و سعی کند عضو یکی از دسته‌ها و گروه‌های غیررسمی در سازمان محل کار خود شود و به سازمان خود نیز علاقمند شود و در ضمن این افراد در سازمان محل کار خود تعهد بالایی را نشان می‌دهند.

هر شغل دارای ویژگی‌هایی منحصر به فرد است مثلاً آیا این شغل نیازمند کار فکری است یا جسمی، محیط شلوغ دارد یا خلوت، کار به تنهایی انجام می‌شود یا با گروه، نحوه نظارت چگونه است و بسیاری از مسائل دیگر؛ در مقابل افراد هم دارای ویژگی‌های شخصیتی خود هستند، دوست دارند به تنهایی در گروه کار کنند. شخصیت، مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانی است که در فرد به صورت پایدار وجود دارد و بر رفتار و تفکر وی اثر گذار است، یا به عبارت دقیق‌تر شخصیت افراد ترکیبی از ویژگی‌های روانی است که ما برای مشخص کردن جایگاه آن شخص در طبقه بندی به کار می‌بریم (رابینز و دی سنزو، ۱۳۹۸).

یکی دیگر از مباحث مهم و تأثیرگذار در هر سازمانی فرهنگ سازمانی می‌باشد، سازمان‌ها به عنوان رکن اصلی اجتماعات کنونی نقش تعیین کننده‌ای در برآوردن انتظارات جوامع دارند و نیروی انسانی با ارزش‌ترین منبع برای سازمان‌ها به شمار می‌آید. از این رو به منظور افزایش بهره‌وری و کارآیی سازمان‌ها توجه به نیازهای کارکنان و تأمین سلامت روانی و جسمانی و جلب رضایت آنها، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. فرهنگ سازمانی به عنوان یک جزء مهم و بنیادی در پیکره یک سازمان محسوب می‌شود و به مثابه واقعیتی اجتماعی است که بر مبنای تعاملات بی‌همتای اعضای سازمان شکل می‌گیرد (اسمیر کیچ، ۱۹۸۹).

فرهنگ سازمانی در واقع شناختی از سازمان را ارائه می‌دهد و فرهنگ سازمانی سودمند تأثیر مثبتی در عملکرد کارکنان دارد. در واقع، توسعه فرهنگ سازمانی، احساس هویت و تعهد را تسهیل می‌کند و نیز ثبات سازمان را بالا می‌برد (چانگ و همکاران، ۲۰۱۰).

امروزه همگان بر این موضوع توافق دارند که سازمان چیزی بیش از دوایر، سلسه مراتب و اختیارات است. هر سازمان - مانند یک فرد - دارای یک شخصیت است، شخصیتی که دارای ویژگی‌های انعطاف، خلاقیت می‌باشد. هر سازمان، دارای حیات و زندگی است که متفاوت از زندگی اجزای خود می‌باشد. در این سازمان‌ها، کارکنان نسبت به یک الگوی خاص رفتاری توافق پیدا می‌کنند که این همان فرهنگ سازمانی است. یکی از

1. Robbins
2. Dobrin

مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان، فرهنگ سازمانی می‌باشد؛ زیرا، به عنوان نمونه، ممکن است اعمال یک استراتژی به دلیل مخالفت فرهنگ سازمانی که مجموعه اعتقادات اعضای سازمان است به تأخیر افتاده یا رد شود با توجه به رابطه‌ی راهبردهای جدید با فرهنگ سازمانی، شایسته است که شناخت کامل و دقیقی از فرهنگ سازمانی صورت گیرد (مشبکی، ۱۳۸۵).

فرهنگ سازمانی، شیوه زندگی یک سازمان است و با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین منابع هر سازمان، منبع انسانی آن می‌باشد، عملکرد افراد در سازمان متأثر از فرهنگ آن سازمان است. مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی، بر رفتار فردی، انگیزش، رضایت شغلی، خلاقیت و نوآوری، شیوه تصمیم‌گیری و میزان مشارکت کارکنان در امور، میزان فداکاری و تعهد، انضباط، سخت‌کوشی، سطح اضطراب و مانند آن مؤثر است (زارعی متین، ۱۳۸۷).

آگاهی از موانع موجود در برابر پیشرفت سازمان برای رهبران سازمان‌ها خیلی مهم است. لذا، سازمان قبل از اجرای اقدامات راهبردی یا مداخله‌های بهبود عمل کرد باید نسبت به شناسایی و ارزیابی فرهنگ اقدام کند. ریشه و عوامل اصلی موفقیت یا شکست مؤسسات و سازمان‌ها را در فرهنگ سازمانی آنها جستجو می‌کنند. جمله معروف پیترو دراگر که "فرهنگ برای صبحانه، راهبرد را می‌بلعد. اهمیت فرهنگ را در صحنه عمل نشان داده است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۲).

فرهنگ در یک سازمان به مثابه شخصیت در انسان است. مفروضاتی بنیانی، اعتقادات، باورها، هنجارها و ارزش‌ها را به عنوان مبانی فرهنگ یک سازمان، شالوده وجودی آن را تشکیل داده، نقطه تمیز خوب و بد را مشخص می‌کند و نهایتاً قالب رفتاری سازمان را شکل می‌دهد (نصیری پور و همکاران، ۱۳۸۶).

فرهنگ سازمانی در کارکنان این توانایی را پدید می‌آورد تا بازدارنده‌های بنیادی بقاء و سازگاری با محیط را از میان بردارند و فرایندهای درونی را بوجود می‌آورند و در نهایت سازگاری و بقای سازمان را در بستر زمان پابرجا سازند.

بررسی و شناخت ویژگی کارکنان و رابطه آن با فرهنگ سازمانی به بهبود عملکرد کارکنان و در نتیجه عملکرد نهایی سازمان تأثیرگذار است.

۲- ضرورت و اهمیت پژوهش

تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد کارکنان موضوعی است که در کشور ما (ایران) کمتر به آن پرداخته شده است و این در حالی است که در کشورهای دیگر پژوهش‌ها و تحقیقات بسیاری در این زمینه انجام شده است. علاوه بر این تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن متغیر میانجی فرهنگ سازمانی همان طور که در کشورهای توسعه یافته همواره مورد توجه مدیران است، در ایران نیز باید مورد توجه مدیران قرار بگیرد به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشند. همچنین به دست آوردن اطلاعاتی جامع راجع به ویژگی‌های

شخصیتی غالب کارمندان سازمان صدا و سیما به عنوان نمونه‌ای از کارمندان یک سازمان رسانه‌ای و تدوین آنها به عنوان الگویی جهت به کارگیری صحیح نیروهای انسانی در سازمان صدا و سیما.

۲-۱- اهداف اصلی پژوهش

بررسی ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان با فرهنگ سازمانی

سوالات پژوهش

۱. چه رابطه‌ای بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی وجود دارد؟

سوالات فرعی:

۲. آیا از طریق ویژگی‌های شخصیتی کارمندان، می‌توان فرهنگ سازمانی در کارمندان مرکز صداوسیما را پیش بینی کرد؟

فرضیه‌های تحقیق

۱. به نظر می‌رسد بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی ارتباط مستقیم وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارمندان، در تشخیص سطح فرهنگ سازمانی در مرکز صدا و سیما مؤثر است.

۳- چارچوب نظری

۳-۱- ویژگی‌های شخصیتی

نظریه‌های زیادی در خصوص ویژگی‌های شخصیتی وجود دارد یکی از این نظریه‌ها نظریه تیپ شخصیتی مایرز-بریگر^۱ است. شاخص تیپ شخصیتی مایرز-بریگر پر استفاده‌ترین ابزار برای سنجش شخصیت در جهان است. این آزمون شخصیت شامل ۱۰۰ سوال است که در آن از افراد پرسیده می‌شود در وضعیت‌های خاصی چه احساسی پیدا کرده یا چه اقدامی انجام می‌دهند. افراد بر مبنای پاسخ‌هایی که داده‌اند به گروه‌های برون‌گرا در مقابل درون‌گرا، حسی در مقابل شهودی، فکری در مقابل احساسی و داوری کننده در مقابل درک کننده طبقه‌بندی می‌شوند.

شاخص تیپ شخصیت مایرز بریگز در سازمان‌های بسیار از جمله اپل، ای تی اند تی، سیتی گروپ، جنرال الکتریک، تی ام و بسیاری از بیمارستان‌ها و موسسات آموزشی و نیروهای مسلح آمریکا به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته است علی‌رغم اینکه شاخص مایرز-بریگز رواج زیادی پیدا کرده، اما شواهدی هم در تأیید و هم در رد صحت آن وجود دارد که بیشتر آنها بر عدم صحت آن تأکید دارند.

شاید شواهد محکمی در تأیید شخص شاخص نوع شخصیتی مایرز-بریگز وجود نداشته باشد، اما این مسئله در خصوص مدل پنج شخصیت اصلی که نوعاً آن را مدل پنج بزرگ^۱ نیز می‌نامند کاملاً متفاوت است. پژوهش‌های بسیاری این تئوری را تأیید کرده‌اند. بر اساس این تئوری، پنج بعد اصلی زیربنای ابعاد دیگر بوده و اکثر تغییرات قابل توجه شخصیت انسان از آنها ناشی می‌شود.

این پنج عامل اصلی شامل برون‌گرایی، سازگاری، وجدان‌گرایی، ثبات هیجانی و گشودگی در برابر تجربه می‌باشند. تئوری که ما برای این تحقیق استفاده کرده‌ایم مدل پنج بزرگ است.

۲-۳- فرهنگ سازمانی

رابینز فرهنگ سازمانی را این‌گونه تعریف کرده است فرهنگ سازمانی شیوه انجام گرفتن امور را در سازمان برای کارکنان مشخص می‌کند و طراحی یکسان از سازمان است که در همه اعضای سازمان مشاهده می‌شود و بیانگر مشخصات مشترک و ثابتی است که سازمان را از سازمان‌های دیگر متمایز می‌کند به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی هویت اجتماعی هر سازمان را مشخص می‌کند از دیدگاه رابینز فرهنگ سازمانی عبارت است از سیستمی از استنباط مشترک که اعضا نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان از دیگر می‌شود در این پژوهش از مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی بر مبنای مدل ارائه شده توسط رابینز ۲۰۰۵ بوده و شامل موارد زیر است:

برخی ویژگی‌ها فرهنگ سازمانی از دید رابینز شامل موارد ذیل است:

۱. نوآوری و خطرپذیری: میزانی که کارکنان تشویق به نوآوری و خطرپذیری می‌شوند.
۲. توجه به جزئیات: میزانی که مدیریت باید به نتایج و دستاوردها توجه کند.
۳. توجه به اعضای سازمان: میزان توجه‌ای که مدیریت به هنگام تصمیم‌گیری و مشارکت دادن افراد به اعضای سازمان نشان می‌دهند.
۴. توجه به ره‌آوردها: میزانی که باید به نتایج و دستاوردها توجه کند (و نه به شیوه‌هایی اجرایی که به این نتیجه‌ها می‌انجامد).
۵. توجه به تیم: میزانی که کارها و فعالیتها حول محور تیم و نه افراد متمرکز می‌شود.
۶. جاه‌طلبی: میزان یا درجه‌ای که افراد و اعضای سازمان بلند پرواز و جاه طلب هستند و نه این که همواره سر به زیر و تسلیم باشند.
۷. پایداری: میزان یا درجه‌ای که سازمان بر حفظ وضع موجود تأکید دارد. که این رشد با روند و پیشرفت مغایر است (مشبکی، ۱۳۷۹).

این پژوهش براساس مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی رایینز و نظریه تیپ شخصیتی مایرز-بریگر به دنبال سنجش ارتباط ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی و میزان تأثیرگذاری آن بر این فرهنگ است.

۴- تعریف ادبیات و پیشینه

شخصیت^۱ را می‌توان الگوهای اختصاصی و متمایز تفکر و هیجان دانست که اسلوب شخصی تعامل با محیط فیزیکی و اجتماعی هر شخص را رقم می‌زنند. (اتکینسون و همکاران، ۱۳۸۵) همچنین، راجرز^۲، شخصیت را یک خویشتن سازمان یافته دائمی میدانند که محور تمام تجربه‌های وجودی ماست و آلپورت، شخصیت را مجموعه عوامل درونی ای که تمام فعالیت‌های فردی را جهت می‌دهد، تلقی می‌کند. واتسن^۳ پدر رفتارگرایی، شخصیت را مجموعه‌ای سازمان یافته‌ای از عادات می‌پندارد. کلی، روش هر فرد را جستجو برای تفسیر معنای زندگی شخصیت او میدانند، و بالاخره فروید^۴ عقیده دارد که شخصیت از نهاد، خود، فراخود ساخته شده است (شاملو، ۱۳۸۷). ادوارد تایلر^۵ مردم شناس انگلیسی، فرهنگ و تمدن را به یک معنا و مفهوم به کار برده است و فرهنگ را مجموعه‌ای از معرفت، عقاید، اخلاقیات، قوانین، آداب و رسوم و همه قابلیت‌های و عاداتی دانسته که انسان به عنوان عضوی از جامعه می‌پذیرد (زیاری، ۱۹۹۹). در مطالعاتی که صورت گرفته است، فرهنگ را مجموعه‌ای متمایز، شامل سطوح مختلفی مانند ارزش‌های اصلی، هنجارها، باورها، آرمان‌ها، رفتارها و موارد دست ساز بشر می‌داند (هافستد، ۱۹۸۰).

با توجه به تعاریف فوق می‌توان گفت شخصیت جنبه آشکار منش فرد است؛ به گونه‌ای که بر دیگران تأثیر می‌گذارد. ولی مطمئناً هنگامی که واژه شخصیت به کار برده می‌شود، منظور همین نیست. مقصود، در نظر داشتن بسیاری از ویژگی‌های فرد است. کلیت یا مجموعه‌ای از ویژگی‌های مختلف که از ویژگی‌های جسمانی و سطحی فراتر می‌رود. این واژه تعداد زیادی از ویژگی‌های ذهنی، اجتماعی و هیجانی را نیز در بر می‌گیرد. ویژگی‌هایی که ممکن است نتوانید به طور مستقیم ببینیم؛ زیرا که هر شخصی امکان دارد آنها را از دیگران مخفی نگه دارد (مقیمی، ۱۳۷۷).

فرهنگ: فرهنگ یک گروه به عنوان قواعد و قوانین توافق شده برای تعامل در موقعیت‌های مختلف و همچنین ابزاری برای حل مشکلات عام و فراگیر به شیوه‌ای خاص که منطبق با نیازهای بومی باشد تعریف شده است. از فرهنگ همچنین به عنوان برنامه‌ریزی دسته‌جمعی برای فکر و اندیشه اعضای گروه که خود منبعث از مفروضات، ادراکات، الگوهای اندیشیدن، هنجارها و ارزش‌ها است، یادشده و ارزش‌ها در قالب تمایلات ترجیحی افراد در مقایسه با دیگران تعریف شده است (طبرسا، ۱۳۸۸).

فرهنگ "برچسب اجتماعی" هنجاری است که اجزای سازمان را به هم پیوند داده است (ابطحی، ۱۳۹۴).

1. Character
2. Rogers
3. Watson
4. Freud
5. Edward Tyler

فرهنگ سازمانی شیوه اجرای امور را در سازمان برای کارکنان مشخص می‌کند. فرهنگ ادراکی یکسان از سازمان است که وجود آن در همه اعضای سازمان مشاهده می‌شود و نشان دهنده مشخصات معمول و ثابتی است که یک سازمان را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌سازد. به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی، هویت اجتماعی هر سازمان را مشخص می‌کند.

فرهنگ سازمانی الگویی از مفروضات بنیادی است که بر اثر اندوختن تجربه از دشواری‌ها، سازگاری بیرونی و یکپارچگی درونی از سوی گروهی معین آفریده، کشف یا پرورده شده است. این الگو چنان به خوبی به کاربرده شده است که آن را در پیوند آن با دشواری‌ها معتبر دانسته، در نتیجه آن را به عنوان شیوه درست ادراک کردن، اندیشیدن و احساس کردن به اعضای جدید گروه می‌آموزند (طبرسا، ۱۳۸۸).

مرور پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که در بسیاری از پژوهش‌ها رابطه بین متغیرها مورد توجه قرار گرفته است، برای نمونه نتایج پژوهش خدادادی (خدادادی، ۱۳۸۳)، تحت عنوان "رابطه میان ویژگی‌های پنجگانه شخصیتی و ویژگی‌های شغلی کارکنان با تعهد سازمانی آنان در سازمان آب و برق اهواز" نشان داد که بین اکثر ویژگی‌های شخصیتی با تعهد عاطفی سازمانی و تعهد هنجاری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد، اما با تعهد مستمر سازمانی، تقریباً هیچ رابطه معناداری مشاهده نشده است.

جزایری و همکاران (۱۳۸۸) در "پژوهشی که به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و تعلق سازمانی شرکت آب و فاضلاب لرستان" انجام دادند، نتایج پژوهش آنان نشان داد که بین ابعاد فرهنگ سازمانی، با میزان تعلق سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی شغلی معلمان مرد تربیت بدنی شهر زنجان پرداخته و نشان دادند که بین فرسودگی هیجانی و گشودگی تجربه همچنین مصرف شخصی و گرایشی و این مسئله شخصی و گشودگی به تجربه، همچنین بین مسخ شخصیت و برونگرایی ارتباط معناداری وجود داشته است. نیک پور و همکاران (۱۳۸۹) رابطه بین مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان را مورد بررسی قرار داده و نشان داده‌اند که بین متغیرها همبستگی مثبت وجود دارد طالقانی و همکاران (۱۳۸۸) رابطه بین شهرت و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران را مطالعه کرده و نشان دادند که بین کانون کنترل درونی و خود باوری با شهرت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. قربانی و همکاران (۱۳۸۸) ارتباط بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمان تربیت بدنی را با استفاده از مدل دنیسون مطالعه کرده و نتیجه گرفتند ارتباط مثبت و معناداری بین فرهنگ سازمانی اثربخشی در سازمان دیده می‌شود. همچنین دانایی فرد و پناهی (۱۳۸۹) روابط تجربی آزمون شده بین فضای سکوت و رفتار سکوت در تعامل با نگرش شغلی کارکنان در بخش دولتی را مطالعه کرده و نشان دادند که بین ابعاد جذب سکوت (نگرش مدیریت عالی به سکوت، نگرش سرپرستان به سکوت و فرصت‌های ارتباطی) و نگرش‌های شغلی کارکنان با رفتار سکوت کارکنان، رابطه معناداری وجود دارد. پژوهشگران دانشگاه کرنل (۲۰۱۰) در تحقیق سالانه ملی اجتماعی خود، به شناسایی دلایل سکوت کارکنان در سازمان پرداخته و هیچ

تفاوت قابل اتکایی از نظر آماری میان کارمندان زن و مرد با تحصیلات مختلف و سطوح درآمدی متفاوت در خصوص اظهارنظر نکردن به دلیل ترس از اظهارنظر اشتباه وجود مشاهده نکرده‌اند.

۵- روش پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی در صدا و سیمای مرکز کرمانشاه انجام می‌شود. فرض بر این است که ویژگی‌های شخصیتی کارمندان (مانند برون‌گرایی، سازگاری، مسئولیت‌پذیری، و غیره) به طور مستقیم بر فرهنگ سازمانی (مانند نوآوری، تعهد سازمانی، همکاری گروهی، و غیره) تأثیر می‌گذارد. چنین روابطی پیش‌تر در مطالعات متعددی مورد بررسی قرار گرفته و نتایج حاکی از ارتباط معنادار بین این متغیرها بوده است (جاج و همکاران^۱، ۲۰۲۰).

این تحقیق به روش توصیفی-همبستگی انجام می‌شود. هدف اصلی آن بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل (ویژگی‌های شخصیتی) و متغیر وابسته (فرهنگ سازمانی) است. روش توصیفی-همبستگی معمولاً برای مطالعاتی استفاده می‌شود که هدف آنها کشف روابط بین متغیرها بدون دستکاری در آنهاست (کرسول^۲، ۲۰۲۳).

برای جمع‌آوری داده‌ها از روش پیمایشی استفاده خواهد شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد است. پرسشنامه‌ها شامل دو بخش اصلی خواهند: از ابزارهای سنجش معتبر مانند پرسشنامه شخصیتی نئو^۳ استفاده می‌شود که پنج عامل اصلی شخصیت (روان‌رنجوری، برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، و سازگاری) را اندازه‌گیری می‌کند (کستا و مکرا^۴، ۲۰۲۱).

برای سنجش فرهنگ سازمانی از پرسشنامه‌های معتبر مانند پرسشنامه فرهنگ سازمانی دنیسو^۵ استفاده می‌شود که ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی مانند مشارکت، سازگاری، ماموریت و انعطاف‌پذیری را بررسی می‌کند. (دنیسون و همکاران^۶، ۲۰۲۲) جامعه آماری کلیه کارمندان شاغل در صدا و سیمای مرکز کرمانشاه. نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده استفاده می‌شود تا اطمینان حاصل شود که نمونه به‌طور مناسب از تمامی بخش‌ها و گروه‌های شغلی مختلف در سازمان نمایندگی می‌کند (ایتیکان و بالا^۷، ۲۰۲۲). با توجه به تعداد کل کارمندان، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه خواهد شد. در این مرحله انتظار می‌رود حداقل ۱۰۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شوند.

1. Judge et al
2. Creswell & Creswell
3. NEO-FFI
4. Costa & McCrae
5. Deniso Organizational Culture Survey
6. Denison et al
7. Etikan & Bala

۱-۵- ابزارهای گردآوری داده‌ها:

پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی: این پرسشنامه شامل ۶۰ گویه بر اساس مدل پنج‌عاملی شخصیت است که ویژگی‌های شخصیتی مانند برون‌گرایی، سازگاری، و مسئولیت‌پذیری را ارزیابی می‌کند (کستا و مکر، ۲۰۲۱).

پرسشنامه فرهنگ سازمانی: پرسشنامه فرهنگ سازمانی شامل ۵۰ گویه است که ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی مانند تعهد، نوآوری، و همکاری گروهی را مورد سنجش قرار می‌دهد (نیسون و همکاران، ۲۰۲۲).

۲-۵- پایایی و روایی ابزارها:

- پایایی: پایایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ سنجیده می‌شود. آلفای کرونباخ باید بالاتر از ۰.۷ باشد تا ابزارها دارای پایایی مناسب تلقی شوند (تا بر^۱، ۲۰۱۸).

- روایی: روایی ابزارها با استفاده از روایی محتوایی و با نظرخواهی از کارشناسان و متخصصان حوزه رفتار سازمانی تأیید خواهد شد (زمان‌زاده و همکاران، ۲۰۱۵).

روش تحلیل داده‌ها:

داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند.

- آمار توصیفی: برای توصیف و خلاصه‌سازی داده‌ها از جداول فراوانی، میانگین و انحراف معیار استفاده می‌شود.

- آمار استنباطی: برای بررسی رابطه بین متغیرها از آزمون‌های همبستگی پیرسون استفاده خواهد شد. همچنین برای بررسی پیش‌بینی سطح فرهنگ سازمانی از طریق ویژگی‌های شخصیتی از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود (فیلد^۲، ۲۰۲۲).

ملاحظات اخلاقی: محرمانگی داده‌ها: اطلاعات شخصی کارمندان به صورت کاملاً محرمانه نگهداری خواهد شد و نتایج پژوهش تنها به صورت کلی گزارش می‌شود (ساندرز و همکاران، ۲۰۱۹). رضایت آگاهانه: قبل از تکمیل پرسشنامه‌ها، به تمامی افراد توضیح داده خواهد شد که شرکت در پژوهش اختیاری است و اطلاعات آنها به طور محرمانه استفاده می‌شود (اسرائیل و هی، ۲۰۲۲).

نتیجه‌گیری و کاربردهای عملی: در پایان، با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهایی برای بهبود فرهنگ سازمانی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی کارمندان ارائه می‌شود. این نتایج می‌تواند به مدیران کمک کند تا با

شناخت بهتر ویژگی‌های شخصیتی کارمندان، تصمیمات بهتری برای بهبود عملکرد و افزایش انسجام سازمانی بگیرند (جاج و همکاران، ۲۰۲۰).

۶- یافته‌ها

در بررسی فرضیه‌های این تحقیق از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی متغیرها با استفاده از جداول فراوانی و دیگر شاخص‌های آماری توصیف می‌شود. در آمار استنباطی فرضیه‌ها و سؤالات تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. به منظور درک بهتر مفاهیم از نمودارهای مناسب آماری نیز استفاده شد، لازم به ذکر است که آزمون فرضیات توسط نرم افزار SPSS انجام شد.

۶-۱- یافته‌های جمعیت شناختی

در این قسمت متغیرهای زمینه‌ای که ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخ‌گویان را بر حسب سن، جنس، میزان تحصیلات و سابقه فعالیت مشخص می‌کنند، مورد بررسی و توصیف قرار داده شد.

اولین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته، جنسیت است. از ۱۰۰ نفر پاسخگوی شرکت کننده در این پژوهش ۴۹ نفر مرد و ۵۱ نفر زن بوده‌اند.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
مرد	۴۹	۴۹	۴۹
زن	۵۱	۵۱	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

دومین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته، وضعیت تأهل است. از ۱۰۰ نفر پاسخگوی شرکت کننده در این پژوهش ۳۷ نفر مجرد و ۶۳ نفر متأهل بوده‌اند.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
مجرد	۳۷	۳۷	۳۷
متأهل	۶۳	۶۳	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

سومین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی سن می‌باشد، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان از آن دارد که از ۱۰۰ نفر شرکت کننده در این پژوهش ۳۰٪ در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۸٪ در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۶٪ در رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و ۶٪ در رده سنی ۵۱ سال و بالاتر بوده‌اند.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب سن

گروه‌های سنی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۲۰ تا ۳۰ سال	۳۰	۳۰	۳۰
۳۱ تا ۴۰ سال	۴۸	۴۸	۷۸
۴۱ تا ۵۰ سال	۱۶	۱۶	۹۴
۵۱ سال و بالاتر	۶	۶	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

چهارمین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی مورد بررسی میزان تحصیلات می‌باشد، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان از آن دارد که از ۱۰۰ نفر شرکت کننده در این پژوهش ۹٪ دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۷٪ فوق دیپلم، ۳۵٪ لیسانس، ۴۲٪ فوق لیسانس و ۷٪ دکتری بوده‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دیپلم	۹	۹	۹
فوق دیپلم	۷	۷	۱۶
لیسانس	۳۵	۳۵	۵۱
فوق لیسانس	۴۲	۴۲	۹۳
دکتری	۷	۷	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

پنجمین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی مورد بررسی سابقه خدمت می‌باشد، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان از آن دارد که از ۱۰۰ نفر شرکت کننده در این پژوهش ۴۵٪ سابقه خدمت کمتر از ۵ سال، ۱۳٪ ۵ تا ۱۰ سال، ۲۳٪ در رنج ۱۱ تا ۲۰ سال و ۱۹٪ در رنج بیش از ۲۰ سال بوده‌اند.

جدول ۵. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

سابقه خدمت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۵ سال	۴۵	۴۵	۴۵
۵ تا ۱۰ سال	۱۳	۱۳	۵۸
۱۱ تا ۲۰ سال	۲۳	۲۳	۸۱
۲۱ سال به بالا	۱۹	۱۹	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

ششمین متغیر از متغیرهای جمعیت شناختی مورد بررسی وضعیت استخدامی می باشد، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان از آن دارد که از ۱۰۰ نفر شرکت کننده در این پژوهش ۳۴٪ نفر رسمی، ۴۷٪ قراردادی و ۱۹٪ پیمانی بوده اند.

جدول ۶. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب وضعیت استخدامی

وضعیت استخدامی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
رسمی	۳۴	۳۴	۳۴
قراردادی	۴۷	۴۷	۸۱
پیمانی	۱۹	۱۹	۱۰۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	

۲-۶- یافته‌های توصیفی

یافته‌ها از جدول (۷) نشان داد که میانگین کل ویژگی‌های شخصیتی (۳/۷۲) بود. در مورد مؤلفه‌ها بیشترین میانگین مربوط به سازگاری (۴/۲۲) و کمترین مربوط به روان رنجوری و برون گرایی (۳/۵۸) بود.

جدول ۷. میانگین و انحراف معیار از ویژگی‌های شخصیتی و زیر مقیاس‌های آن

میانگین	انحراف معیار	حجم نمونه
۳.۷۲	۰.۴۸	۱۰۰
۳.۵۸	۰.۶۵	۱۰۰

۱۰۰	۰.۶۵	۳.۵۸	برون گرایی
۱۰۰	۰.۵۹	۳.۷۷	گشودگی
۱۰۰	۰.۷۶	۴.۲۲	سازگاری
۱۰۰	۰.۸۱	۳.۷۶	وظیفه شناسی

یافته‌ها از جدول (۸) نشان داد که میانگین کل فرهنگ سازمانی (۲/۸۵) بود. در مورد مؤلفه‌ها بیشترین میانگین مربوط به توجه به ره آورد (۳/۶۵) و کمترین مربوط به خطرپذیری (۲/۳۳) بود.

جدول ۸. میانگین و انحراف معیار از فرهنگ سازمانی و زیر مقیاس‌های آن

حجم نمونه	انحراف معیار	میانگین	
۱۰۰	۰.۶۶	۲.۸۵	فرهنگ سازمانی
۱۰۰	۱.۱	۲.۶۲	خلاقیت و نوآوری
۱۰۰	۰.۹۳	۲.۷۶	جاه طلبی و تهورطلبی
۱۰۰	۰.۹۷	۲.۹	توجه به اعضای سازمان
۱۰۰	۰.۷۱	۳.۶۵	توجه به ره آورد
۱۰۰	۰.۸۸	۲.۸۳	توجه به جزییات
۱۰۰	۰.۸۵	۲.۳۳	خطرپذیری

۳-۶- یافته‌های استنباطی

- آزمون نیکویی برازش کلموگروف - اسمیرنوف

برای آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده شد، چون مقدار سطح معنی‌داری برای هر دو پرسشنامه بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا با اطمینان ۰/۹۵ فرض برقراری توزیع نرمال برای تمامی داده‌های تحقیق پذیرفته شد.

با توجه به اینکه فرض نرمال بودن توزیع داده‌های تحقیق طبق آزمون کلموگروف - اسمیرنوف پذیرفته شد، بنابراین از آزمون‌های پارامتری معمول برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شد.

جدول ۹. خروجی آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن فرضیه‌ها

فرهنگ سازمانی	ویژگی‌های شخصیتی		
۱۰۰	۱۰۰	تعداد	
۲۸۵	۳۷۱	میانگین	پارامترهای نرمال
۰.۶۶	۰.۴۸	انحراف معیار	
۰.۵۸۸	۰.۶۶۵	مقدار آماره کلموگروف- اسمیرنوف	
۰.۸۸۰	۰.۷۶۸	سطح معنی‌داری	

۴-۶- تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق

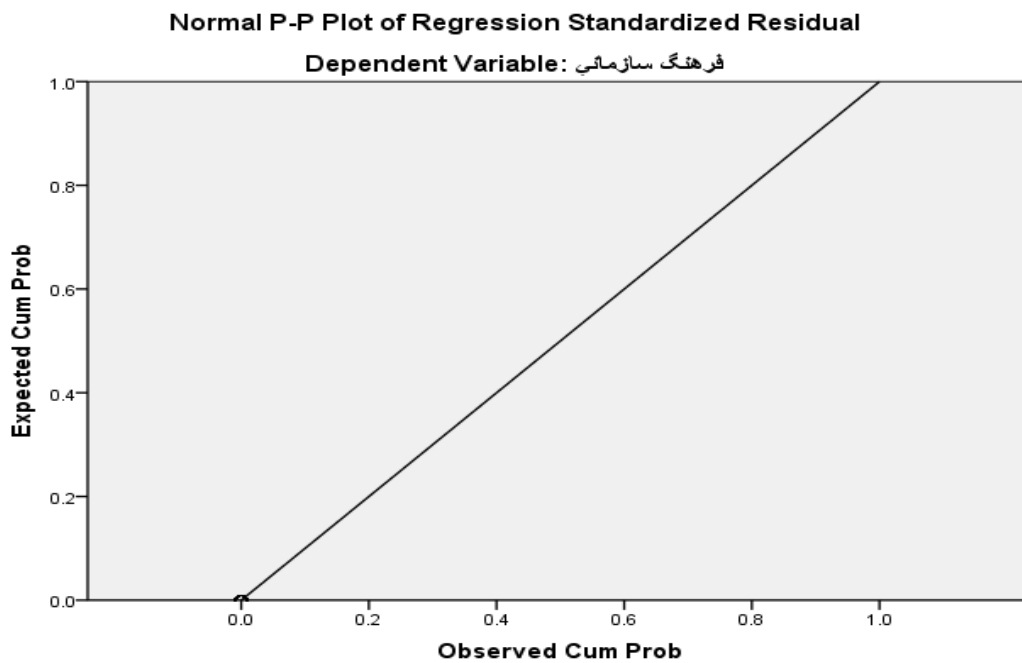
فرضیه ۱: بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. برای بررسی این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. یافته‌های جدول (۱۰) نشان داد ویژگی‌های شخصیتی دارای میانگینی برابر با (۳/۷۲) و فرهنگ سازمانی میانگینی برابر با (۲/۸۵) بود.

جدول ۱۰. نمایش میزان ضریب همبستگی پیرسون و سطح معنی‌داری متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
ویژگی‌های شخصیتی	۱۰۰	۳.۷۲	۰.۴۸	۰.۳۲۵	۰.۰۰۱
فرهنگ سازمانی	۱۰۰	۲.۸۵	۰.۶۶		

یافته‌های جدول (۱۰) نشان داد که بین دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشت ($r=0.325$)، که از لحاظ آماری معنی‌دار شناخته شد ($p=0/001$). به عبارت دیگر، با افزایش یا کاهش ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگ سازمانی نیز افزایش یا کاهش می‌یابد. مقدار ضریب همبستگی نشان می‌دهد دو متغیر از شدت رابطه قابل قبولی برخوردارند و این ضریب مستقیم و مثبت می‌باشد.

نمودار ۱. ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی



جدول ۱۱. ضریب همبستگی پیرسون بین زیر مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی

وظیفه شناسی	سازگاری	گشودگی	برون‌گرایی	روان‌نجویی	ویژگی‌های شخصیتی		
۰.۱۵۱	۰.۱۷۶	۰.۱۴۱	۰.۱۸۰	۰.۱۸۰	۰.۳۲۵	ضریب همبستگی پیرسون	فرهنگ سازمانی
۰.۱۳۲	۰.۰۸	۰.۱۶۳	۰.۰۷۳	۰.۰۷۳	۰.۰۰۱	سطح معنی‌داری	
۰.۱۸۹	۰.۲۰۴	۰.۱۰۹	۰.۱۳۸	۰.۱۳۸	۰.۲۹۴	ضریب همبستگی پیرسون	خلاقیت و نوآوری
۰.۰۶	۰.۰۶۲	۰.۲۸۰	۰.۱۷۱	۰.۱۷۱	۰.۰۰۳	سطح معنی‌داری	
۰.۰۸۹	۰.۱۱۱	۰.۱۰۹	۰.۱۳۴	۰.۱۳۴	۰.۲۰۴	ضریب همبستگی پیرسون	جاه‌طلبی و تهورطلبی
۰.۳۷۷	۰.۲۷۰	۰.۲۸۱	۰.۱۸۳	۰.۱۸۳	۰.۰۴۱	سطح معنی‌داری	
۰.۱۴۲	۰.۲۰۶	۰.۱۳۴	۰.۱۸۰	۰.۱۸۰	۰.۳۰۵	ضریب همبستگی پیرسون	توجه به اعضای سازمان
۰.۱۵۹	۰.۰۶	۰.۱۸۳	۰.۰۷۲	۰.۰۷۲	۰.۰۰۲	سطح معنی‌داری	
۰.۰۹۹	۰.۱۷۳	-۰.۰۴۲	۰.۰۵۶	۰.۰۵۶	۰.۱۲۴	ضریب همبستگی پیرسون	توجه به ره‌آورد
۰.۳۲۵	۰.۰۸۵	۰.۶۷۵	۰.۵۷۷	۰.۵۷۷	۰.۲۲۱	سطح معنی‌داری	
۰.۰۲۳	۰.۰۶۸	۰.۱۶۲	۰.۱۴۹	۰.۱۴۹	۰.۲۳۹	ضریب همبستگی پیرسون	توجه به جزئیات

ویژگی‌های شخصیتی	روان‌رنجوری	برون‌گرایی	گشودگی	سازگاری	وظیفه‌شناسی
سطح معنی‌داری	۰.۱۳۹	۰.۱۳۹	۰.۱۰۷	۰.۵۰۴	۰.۸۲۲
خطرپذیری	ضریب همبستگی پیرسون	۰.۱۰۷	۰.۱۰۷	-۰.۰۱۴	۰.۰۹۶
	سطح معنی‌داری	۰.۲۹۲	۰.۲۹۲	۰.۲۷۶	۰.۳۴۳

شیب خط رگرسیون نیز در نمودار پراکندگی، مستقیم و مثبت می‌باشد که بیانگر آن است که هر چه ویژگی‌های شخصیتی کارمندان بالاتر باشد فرهنگ سازمانی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس.

۵-۶- بررسی ارتباط بین زیر مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی

جدول (۱۱) ضریب همبستگی پیرسون بین زیر مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی را نشان داده که بیانگر ارتباط مستقیم بین مؤلفه‌های اصلی و عدم رابطه با اغلب ریز مؤلفه‌ها بود.

فرضیه ۲: از طریق ویژگی‌های شخصیتی کارمندان می‌توان میزان تقید فرهنگ سازمانی در کارمندان مرکز صدا و سیما را تعیین کرد.

با استفاده از رگرسیون یک متغیره به بررسی این فرضیه پرداخته شد. سطح معنی‌داری آزمون $F(۰/۰۰۱)$ بود.

جدول ۱۲. خلاصه بررسی توان پیش بینی فرهنگ سازمانی توسط ویژگی‌های شخصیتی در کارمندان مرکز صدا و سیما

متغیرها	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	F مربوط به آزمون	سطح معنی‌داری آزمون F
ویژگی‌های شخصیتی	۰.۳۲۵	۰.۱۰۶	۱۱.۵۹۴	۰.۰۰۱
فرهنگ سازمانی				

در نتیجه با توجه به اینکه در سطح معنی داری $\alpha=0/05$ ، $\text{sig}_F < 0/05$ می باشد پس فرض H_1 که بیانگر این است که ویژگی های شخصیتی توان پیش بینی فرهنگ سازمانی را دارد پذیرفته شد. مقدار ضریب همبستگی نشان داد دو متغیر از شدت رابطه قابل قبولی برخوردارند و این ضریب مستقیم و مثبت می باشد. مقدار ضریب تعیین (r^2) حکایت از آن دارد که ۱۱٪ از تغییرات متغیر ملاک با متغیر پیش بین قابل پیش بینی است که مقدار قابل قبولی می باشد.

۶-۶- پایایی پرسشنامه

در اینجا با استفاده از نرم افزار spss و محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه ها بررسی شده است.

جدول ۱۳. آلفای کرونباخ

پرسشنامه	حجم نمونه	تعداد گویه ها	آلفای کرونباخ
ویژگی های شخصیتی	۱۰۰	۱۵	۰.۷۹۲
فرهنگ سازمانی	۱۰۰	۱۸	۰.۸۹۵

جدول ۱۳ نشان دهنده نتایج تحلیل پایایی پرسشنامه ها با استفاده از آلفای کرونباخ است. آلفای کرونباخ معیاری برای سنجش پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه هاست که نشان می دهد تا چه حد گویه های پرسشنامه به طور سازگاری به یکدیگر مرتبط هستند.

در این جدول، برای دو بخش اصلی پرسشنامه، یعنی ویژگی های شخصیتی و فرهنگ سازمانی، مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده است:

۱. ویژگی های شخصیتی: آلفای کرونباخ برای این بخش ۰.۷۹۲ است که نشان دهنده سطح پایایی خوب است. این عدد به این معناست که پرسشنامه ای که برای سنجش ویژگی های شخصیتی استفاده شده است، از همبستگی و سازگاری خوبی بین سؤالات برخوردار است.

۲. فرهنگ سازمانی: آلفای کرونباخ برای این بخش ۰.۸۹۵ است که نشان دهنده سطح پایایی بسیار بالا است. این مقدار نشان می دهد که سؤالات مربوط به فرهنگ سازمانی از همبستگی و سازگاری بسیار بالایی برخوردارند. به طور کلی، این مقادیر آلفای کرونباخ نشان می دهند که پرسشنامه های استفاده شده برای سنجش ویژگی های شخصیتی و فرهنگ سازمانی دارای پایایی بسیار خوبی هستند و می توان به نتایج آنها اعتماد کرد.

۷- نتیجه گیری:

داده های این پژوهش با استفاده از دو پرسشنامه (ویژگی های شخصیتی و فرهنگ سازمانی) جمع آوری شدند و نتایج نشان داد که ویژگی های شخصیتی یکی از شاخص های مهمی است که می تواند بر فرهنگ سازمانی

تأثیرگذار باشد. یافته‌ها به طور واضح نشان می‌دهند که هر چه میزان برخی از ویژگی‌های شخصیتی کارکنان، از جمله برون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری، سازگاری، و انعطاف‌پذیری افزایش یابد، سطح فرهنگ سازمانی نیز بهبود پیدا می‌کند. بالعکس، در صورت کاهش این ویژگی‌ها، افت در جنبه‌های مختلف فرهنگ سازمانی مشهود خواهد بود. این نتیجه با توجه به مقدار ضریب همبستگی که مثبت و مستقیم است، تأیید شده است. شدت رابطه قابل قبولی بین این دو متغیر (ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی) مشاهده شده که نشان‌دهنده تعامل مؤثر و قوی میان این دو عامل است.

نتایج این تحقیق به روشنی نشان می‌دهد که مدیران سازمان‌ها، به ویژه در سازمان‌های رسانه‌ای مانند صدا و سیما مرکز کرمانشاه، می‌توانند با شناخت دقیق‌تر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان خود و ایجاد بهبودهای مناسب در شرایط کاری، سطح فرهنگ سازمانی را ارتقا دهند. بهبود فرهنگ سازمانی می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری، تعهد سازمانی و همکاری مؤثرتر میان کارکنان شود. از این رو، مدیران می‌توانند با استفاده از این دانش، استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی را به گونه‌ای تنظیم کنند که در نهایت به بهبود فرآیندها و عملکرد کلی سازمان منجر شود.

یافته‌های پژوهش همچنین حاکی از آن است که:

۱. بین ویژگی‌های شخصیتی کارمندان و فرهنگ سازمانی ارتباطی مستقیم و معنادار وجود دارد. این یافته نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی مانند برون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری و سازگاری می‌توانند به طور مؤثر بر جنبه‌های مختلف فرهنگ سازمانی، از جمله تعاملات گروهی، نوآوری و تعهد اثر بگذارند.

۲. از طریق بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارکنان، می‌توان فرهنگ سازمانی در سازمان را پیش‌بینی کرد. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت ویژگی‌های شخصیتی در تعیین و تقویت جنبه‌های مختلف فرهنگ سازمانی است.

پژوهش حاضر که با نمونه‌ای معادل ۱۰۰ نفر از کارکنان سازمان صدا و سیما مرکز کرمانشاه انجام شده است، داده‌ها را با استفاده از دو پرسشنامه معتبر جمع‌آوری کرد. برای سنجش اعتبار و پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج نشان داد پایایی پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی با ۱۵ سؤال برابر با (آلفا=۰.۷۶۲) و پایایی پرسشنامه فرهنگ سازمانی با ۱۸ سؤال برابر با (آلفا=۰.۸۹۵) است. این نتایج نشان‌دهنده اعتبار و قابلیت اطمینان بالای ابزارهای اندازه‌گیری در این پژوهش است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد. در سطح آمار توصیفی، داده‌ها با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار تحلیل شدند. در سطح آمار استنباطی، از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون نیکویی برازش کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. تحلیل‌های آماری نشان داد که رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی و فرهنگ سازمانی وجود دارد. همچنین، نتایج نشان داد که از طریق شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارکنان می‌توان فرهنگ سازمانی آنها را پیش‌بینی کرد.

بر اساس این نتایج، می‌توان پیشنهاد کرد که سازمان‌ها با شناخت بهتر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان خود، برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای مناسب‌تری را برای بهبود فرهنگ سازمانی تدوین کنند. ویژگی‌های شخصیتی نه تنها بر عملکرد فردی کارکنان تأثیرگذار است، بلکه در تقویت همکاری گروهی، ارتقای روحیه سازمانی و بهبود تعهد کارکنان نیز نقش بسزایی دارد. این موضوع می‌تواند در نهایت به پیشرفت سازمانی و بهبود عملکرد کلی سازمان منجر شود.

پیشنهادات کاربردی

- استفاده از نتایج پژوهش: مدیران سازمان‌ها می‌توانند نتایج این پژوهش را به عنوان مبنایی برای توسعه سیاست‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری‌های مرتبط با منابع انسانی به کار بگیرند. شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارکنان می‌تواند در فرآیندهای استخدام، ارزیابی عملکرد و توسعه حرفه‌ای تأثیر بسزایی داشته باشد.

- بهبود محیط کاری: ایجاد محیط کاری که بتواند ویژگی‌های شخصیتی مختلف را تقویت کند، می‌تواند به بهبود فرهنگ سازمانی و در نتیجه افزایش انگیزه و تعهد کارکنان منجر شود.

- ارتقای فرهنگ سازمانی: با توجه به اینکه فرهنگ سازمانی مستقیماً تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان قرار دارد، اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویج ارزش‌های مشترک می‌تواند به تقویت فرهنگ سازمانی کمک کند.

فهرست منابع

ابطحی، سید امین (۱۳۹۴). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و شیوه تصمیم‌گیری مدیران شرکت گاز استان خوزستان بر اساس مدل اسکات و بروس.

اتکینسون، ریتا؛ نولن هو کسما، سوزان؛ بم، داریل؛ اسمیت، ادوارد؛ اتکینسون، ریچارد (۱۳۸۵). زمینه روانشناسی هیگارد. مترجم، زمانی، رضا؛ بیک، مهرداد؛ بیرشک، بهروز؛ براهنی، محمدتقی؛ شهر آرای، حمزه. رشد.

اسدی، اصغر؛ سفیدگران، بهارک؛ قلی‌پور، آرین (۱۳۹۲). بررسی فرهنگ سازمانی در شکل‌گیری نوروپیک سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال هشتم، شماره ۹۲.

اصغر شریفی، فاطمه اسلامی (۱۳۹۲). تحلیل روابط بین ویژگی‌های شخصیتی کارکنان با فرهنگ و سکوت سازمانی. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار سال هفتم ۲: ۷۱-۸۵.

جزایری، حسین؛ کرمی، پروین (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و تعلق سازمانی شرکت آب و فاضلاب لرستان، جهاد دانشگاهی استان لرستان.

جلالی فراهانی، مجید؛ سجادی؛ سید نصرالله، علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ اسلامی، یوسف (۱۳۹۰). ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی شغل معلمان مرد تربیت بدنی شهر زنجان. پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۱. شماره ۱. ص ۳۷-۴۸.

خدادادی، فریده (۱۳۸۳). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و شغلی کارکنان با تعهد و بلوغ سازمانی سازمانی آنان در سازمان آب و برق اهواز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اهواز.

رابینز استیفن، دی سنزو دیوید (۱۳۹۸). مبانی مدیریت، ترجمه محمد اعرابی و حمید رفیعی چاپ چهاردهم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رابینز، استیفن (۱۳۸۳). مدیریت رفتار سازمانی، جلد سوم، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی چاپ اول، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

رفیعی، معصومه (۱۳۹۵). بررسی تأثیر روانشناختی بر عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن متغیر میانجی ویژگی ۵ عاملی شخصیت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی.

زارعی متین، حسن (۱۳۸۷). مبانی سازمان و مدیریت، رویکرد اقتصادی، چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

سید محمد مقیمی (۱۳۷۷). شناخت شخصیت کارکنان، لازمه مدیریت رفتار سازمانی. ماهنامه تدبیر ۹۰: ۴۶-۴۹.

شاملو، سعید (۱۳۸۷). بهداشت روانی، تهران: انتشارات رشد.

طالقانی، غلامرضا؛ نرگسیان، عباس؛ گودرزی، مصطفی (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین شهرت سازمانی و ویژگی‌های شخصی کارکنان شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، پژوهشنامه مدیریت تحول. سال ۱. شماره ۱. ص ۴۷-۶۸.

طبرسا غلامعلی، رضا ایمانی دلشاد (۱۳۸۸). تجزیه و تحلیل و تبیین تعاملات فرهنگ سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه سازمان صنایع شیر ایران). ماهنامه دانشور رفتار/ مدیریت و پیشرفت، ۱۶ (۳۸).

غفاری، مسعود (۱۳۷۸). بنیاد شناسی رفتار، تهران: انتشارات مرکز آموزش و پژوهش زندان‌ها.

قربانی، محمد حسین؛ اسدی، حسن؛ شریفی، مسلم (۱۳۸۸). ارتباط بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مدل دنیسون. فصلنامه علوم حرکتی و ورزش. سال ۷. شماره ۱۴. ص ۱۰۷-۱۱۸.

قناتی، سوسن (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران.

مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). مدیریت رفتار سازمانی، چاپ سوم، تهران: انتشارات ترمه.

مشبکی، اصغر (۱۳۷۹). مدیریت رفتار سازمانی: تحلیل کاربردی، ارزش از رفتار انسانی، تهران؛ نشر ترمه، چاپ دوم.

مقیم، سید محمد (۱۳۷۷). شناخت شخصیت کارکنان، لازمه مدیریت رفتار انسانی. ماهنامه تدبیر، شماره ۹۰. ص ۴۶-۴۹.

نیک پور، امین؛ سلاجقه، سنجر. ۱۳۸۹. بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی کرمان. فصلنامه فراسوی مدیریت. سال ۴. شماره ۱۴. ص ۷-۱۸.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). "Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach". SAGE Publications.

Denison, D. R., Haaland, S., & Goelzer, P. (2022). Corporate Culture and Organizational Effectiveness. *Journal of Management Studies*. 39(3), 338-360.

Etikan, I., & Bala, K. (2022). "Sampling and sampling methods". *Biometrics & Biostatistics International Journal*. 5(6), 215-217.

Field, A. (2022). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics (5th ed.)*. SAGE Publications.

Israel, M., & Hay, I. (2022). *Research Ethics for Social Scientists*. SAGE Publications.

Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2020). **Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis**. *Journal of Applied Psychology*. 88(4), 730-741.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). **Research methods for business students (8th ed.)**. Pearson.

Taber, K. S. (2018). "The use of Cronbach's Alpha when developing and reporting research instruments in science education". *Research in Science Education*. 48(6), 1273-1296.

Zamanzadeh, V., Ghahramanian, A., Rassouli, M., Abbaszadeh, A., Alavi-Majd, H., & Nikanfar, A. R. (2015). "Design and implementation content validity study: Development of an instrument for measuring patient-centered communication". *Journal of Caring Sciences*, 4(2), 165-178.

Cheung S, On W, Peter S, Wu P, Ada WY. (2010). "Towards an organizational culture framework in construction". *International journal Project Management*. 1-12.

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (2021). **The NEO Personality Inventory: Manual and Test Forms**. Psychological Assessment Resources.

Hofstede, Geer (1980), **Cultures Consequences**, Sago Beverly hills.

Schein, E. H (1997). **Organizational Culture & Leadership**, zed jossy bass, sanfransisco.

Smircich, L. (1989). "Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*". *Management Journal* 35. 1036-1056.

Ziyary, k (1999). "Research on the Wommen Situation" In *University Society Journal of Tahavol*.