

## ارزیابی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه

نسرین حیدری سورشجانی<sup>۱</sup>، بیژن رضایی<sup>۲</sup>، یحیی صفری<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۰/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۵/۰۸

### چکیده

این پژوهش با هدف ارزیابی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در سال ۹۶-۹۵ انجام پذیرفت. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بوده است. نمونه این پژوهش شامل ۱۸۶ نفر از کارکنان دانشگاه علوم پزشکی که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم دانشکده‌ها انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۷) و آوای سازمانی کاتارین هامس (۲۰۱۲) بود. روایی ابزار به صورت محتوایی مورد تأیید متخصصان و پایایی آن با روش ضریب آلفای کرونباخ سرمایه اجتماعی (۰/۹۵)، آوای سازمانی (۰/۹۶) تعیین و تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss V. 21 از طریق آزمون همبستگی پیرسون انجام پذیرفت. نتایج نشان داد که در سطح خطای ۵ درصد بین ابعاد سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد ( $P \leq 0/001$ ). همچنین بر اساس مدل رگرسیون ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر روی آوای سازمانی داشت و بیشترین میزان پیش‌بینی آوای سازمانی مربوط به بعد شناختی سرمایه اجتماعی بود ( $R^2 = 0/48$ ).

۱. دانشجوی دوره کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه رازی کرمانشاه (نویسنده مسئول) کرمانشاه، ایران.

پست الکترونیک: naheidari93@gmail.com

۲. استادیار گروه آموزشی مدیریت و کارآفرینی دانشگاه رازی کرمانشاه، ایران

۳. دانشیار گروه رادیولوژی و پزشکی هسته‌ای، دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، کرمانشاه

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، شناختی، ارتباطی، ساختاری، آوای سازمانی، دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه

### مقدمه

سازمان‌ها از شالوده‌های اصلی اجتماع کنونی می‌باشند که به سرعت در حال تغییر هستند، سازمان‌های متعددی در دنیای امروزی با ضرورت تغییر مواجه‌اند. در جهان پرشتاب امروز، سازمان‌های زیادی در تلاش‌اند تا برای رسیدن به اهداف سازمانی و اقتصادی و تداوم حیات خود از الگوها و شیوه‌های مختلف بهره برده و مزیت رقابتی جدیدی کسب نمایند تا از سقوط و واژگونی‌های سریع محیطی در امان بمانند (رسولی، ۱۳۹۲). در دیدگاه‌های سنتی مدیریت توسعه سرمایه اقتصادی فیزیکی و نیروی انسانی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کردند؛ برای توسعه در عصر حاضر به سرمایه اجتماعی بیشتر از سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمندیم (زیاری، ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی، ۱۳۹۰). ایجاد مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبعی باارزش اشاره دارد (ژانگ وی ژنگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). ارتباطات عامل احیای سازمان و تداوم و پویایی آن است. ارتباط مؤثر یکی از عوامل کلیدی در موفقیت مدیران به شمار می‌رود و نت‌ها زمینه توسعه سازمان را فراهم می‌کنند بلکه تداوم زندگی در هر سازمانی به آن وابسته است (علی پور، ۱۳۹۲). ارتباطات بر عملکرد مدیران متمرکز می‌شود. اغلب مدیران افزون بر ۷۵ درصد از زمان کاری خود را به برقراری ارتباطات اختصاص می‌دهد (کاریر و برکو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). روابط موجود در سازمان، بیانگر وجود تماس‌های مکرر سازمان است که این تماس‌ها فرصت بیشتری برای تبادل احساسات، اطلاعات و بیان مشکلات را فراهم می‌کند (موریسون و میلیکن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۰). سازمان‌ها به‌طور

1. Social Capital
2. Zhang, Wei Zheng
3. Carrier and Brecko
4. Morrison, and Milliken

فزاینده‌ای از کارکنان خود تقاضا دارند که نوآور باشند، به اظهار نظر بپردازند و به دلیل رقابت هرچه بیشتر، در مقابل انتظارات زیاد مشتریان احساس مسئولیت کنند و بر کیفیت که نشان‌دهنده دنیای در حال تغییر است، متمرکز شوند (کواین و اسپریتزر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹). گوش سپردن به آوای کارکنان<sup>۲</sup> برای سازمان‌ها اهمیت ویژه‌ای یافته است چرا که از یک طرف ایده‌ها و نظرات کارکنان می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائل و مشکلات سازمانی و از طرف دیگر منعکس‌کننده علایق و خواسته‌های آن‌ها به مدیریت سازمان باشد (دوستار، ۱۳۹۳). صاحب‌نظران عوامل فردی، سازمانی و اجتماعی را در مورد آوای سازمانی در بیان نظرات کارکنان و مشارکت آن‌ها مؤثر می‌دانند که این عوامل باید مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد تا با شناخت پارامترهای مؤثر، راهکارهای مناسب در ایجاد آوای سازمانی<sup>۳</sup> تبیین گردد (نقوی مقدم، ۱۳۹۲). برخی افراد این ایده‌ها را ارائه و برخی تمایلی به ارائه ایده‌ها، نظرات و اطلاعات ندارند و سکوت می‌کنند که از آن به‌عنوان سکوت سازمانی<sup>۴</sup> تعبیر می‌شود (مرزوقی، ۱۳۹۳). پیندر و هارلوز<sup>۵</sup> سکوت سازمانی را خودداری کارکنان از بیان ارزیابی‌های رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیت‌های سازمان، تعریف می‌کنند (پیندر و هارلوز، ۲۰۰۱). اگر کارمندی سکوت می‌کند، در واقع از برقراری ارتباطات نامناسب رنج می‌برد، در نتیجه عملکرد کلی سازمان آسیب می‌بیند (باقری، زارعی و نیک‌آیین، ۱۳۹۰). یکی از مشکلات عمده‌ای که در حال حاضر سازمان‌ها و به‌خصوص بخش‌های منابع انسانی با آن درگیرند، تمایل نداشتن کارکنان به مشارکت در بحث‌هایی سازمانی است. بسیاری از کارکنان گوشه‌گیر و منزوی‌اند و در عمل تمایلی به صحبت و اظهار عقیده ندارند و متأسفانه برخی از مدیران این موضوع را ساده می‌انگارند و بی‌تمایلی در اظهار نظر کارکنان و مشارکت نکردن در بحث‌ها را نوعی رضایت سازمانی می‌پندارند. البته باید توجه داشت که بر اساس نظریه‌های نوین مدیریت، مشارکت در بحث‌ها یکی از

- 
1. Quinn and Spreitzer
  2. Employee voice
  3. Organizational Voices
  4. silence organisationnel
  5. Pinder and Harlvz

رویکردهای مهم توزیع دانش است، بنابراین هرچه تعداد کارکنان ساکت در سازمان بیشتر باشد، انتظار می‌رود زمینه خلاقیت، نوآوری و بهره‌وری سازمان کاهش یابد (صلواتی، ۱۳۹۳). پس می‌توان گفت موضوع سکوت سازمانی و ایجاد کردن جوی مناسب برای آوای سازمانی و یافتن راه‌های رفع سکوت از اهمیت شایانی در مباحث سازمانی معاصر برخوردار بوده و توجه جدی مدیران سازمان را می‌طلبد. امروزه تقاضا برای آموزش عالی به‌طور مداوم در حال افزایش است (مرزوقی، ۱۳۹۴). رسالت آموزش عالی، تربیت نیروهای متخصص و کارآمد مورد نیاز بخش‌های مختلف، برای تأمین خودکفایی در علوم و فنون، صنعت، کشاورزی و ... جهت رفع نیازمندی‌های مختلف جامعه است (خشمین، ۱۳۹۳). این نظام وظایف و مسئولیت‌های مهمی در زمینه رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و تربیتی جوامع را بر عهده دارد و با توجه به جایگاه مهم این نظام در تمامی کشورهای جهان، یکی از دغدغه‌های اصلی آن تضمین کیفیت برنامه‌ها و فرآورده‌های دانشگاهی است (کبریایی، ۱۳۹۱). هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه‌ی ابعاد سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه بود آیا بین ابعاد سرمایه اجتماعی (شناختی، ساختاری، رابطه‌ای) با آوای سازمانی رابطه وجود دارد؟ و بر همین اساس فرضیه‌ی پژوهش عبارت بود از تعیین میزان ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، ارتباطی) با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه.

اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از ۱۹۱۶ میلادی، در مقاله‌ای توسط هانی فان<sup>۱</sup> از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد، اما نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب<sup>۳</sup> با نام مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (۱۹۶۱) به کار رفته است (الگیز و فیلیر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). در تعریف سرمایه اجتماعی به پیوند و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبع باارزش اشاره دارند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (زارعی

---

1. Hani van  
2. Virginia  
3. Jane Jacob  
4. Algezau & Filieri,

متین، ۱۳۹۳). ناهاپیت و گوشال<sup>۱</sup> جز نخستین افرادی هستند که سرمایه اجتماعی را از دیدگاه سازمانی تعریف نموده‌اند. از دیدگاه آنان، سرمایه اجتماعی جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد از سازمان با فرد یا واحد اجتماعی دیگری از درون یا بیرون سازمان است. از نظر ایشان سرمایه اجتماعی یکی از دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کرده و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد نماید (یانس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). جیمز کلمن<sup>۳</sup> سرمایه اجتماعی را بخشی از ساختار اجتماعی می‌داند که به کنشگر اجازه می‌دهد تا با استفاده از آن به منافع خود دست یابد و سرمایه اجتماعی را همانند سایر اشکال سرمایه مولد می‌داند که دست‌یابی هدف‌های معین را امکان‌پذیر می‌سازد (سلاجقه و پیرمرادی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). سرمایه اجتماعی با اینکه منبع مهمی برای افراد است و می‌توان بر توانایی انجام کنش و کیفیت زندگی آن‌ها بسیار تأثیرگذار باشد، با وجود این از آنجا که بسیاری از منافع کنش‌هایی که سرمایه اجتماعی را به وجود می‌آورند، توسط افراد غیر از فردی که آن را ایجاد کرده کسب می‌شود، به‌سوی فرد نیست که آن را به وجود آورد.

کلمن: سه بعد برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد: تعهدات، انتظارات و اعتماد متقابل، کانال‌های ارتباطی، هنجارها و اقتدار (مک‌لین<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰).

نان لین<sup>۶</sup> صرفاً بر منافع فردی سرمایه اجتماعی متمرکز است و سرمایه اجتماعی را در درجه اول امری فردی می‌داند که افراد با انگیزه کسب سود برای خود، اقدام به سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی می‌نمایند. اگرچه به‌زعم لین مانند سرمایه انسانی سرجمع‌ای دارایی‌هایی ارتباطی به نفع جامعه نیز تمام شود (ایلن<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵). لین چهار عنصر، اعتبار

- 
1. Nahapiet & Ghoshal
  2. Jansen & et al
  3. Cloeman
  4. Salajegheh & Pirmoradi
  5. McLean
  6. Lin, non
  7. Ihlen

اجتماعی، اطلاعات و تأیید را توضیح چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در کنش ابزاری و کنش اظهاری می‌داند (لین، ۲۰۰۱).

ناهایب و گوشال از دیدگاه سازمانی به مقوله سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. نهایب و گوشال سه بعد زیر را برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرند:

۱. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی: این بعد الگویی کلی و روابطی را که در سازمان‌ها یافت می‌شود در نظر دارد بدین معنا که این بعد، میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می‌کنند را دربر می‌گیرد؛ یعنی چه کسی به شما دسترسی دارد و چگونه شما به آن‌ها دسترسی دارید؟

۲. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی: این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می‌گیرد که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات متمرکز می‌گردد این بعد شامل اعتماد هنجارها، تکالیف و انتظارات و احساس هویت می‌شود.

۳. بعد شناختی سرمایه اجتماعی: این بعد در برگیرنده میزان اشتراک کارکنان یک شبکه اجتماعی در یک دیدگاه، یا درک مشترک میان آنان است و مانند ارتباطاتی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان، می‌پردازد و شامل موارد زیر می‌گردد: زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک (ناهایب و گوشال، ۱۹۹۸).

در سال ۱۹۷۰ هیرچمان برای نخستین بار اصطلاح آوا را مطرح نمود و این مفهوم را به صورت هرگونه تلاش برای تغییر، به جای فرار از مسائل قابل اعتراض تعریف کرد. او اظهار داشت که کارکنان در برابر شرایط ناخوشایند با ترک سازمان یا بیان نارضایتی خود واکنش نشان می‌دهند (هیرچمان، ۱۹۷۰). پس از آن مطالعات روی این مفهوم و عوامل مؤثر بر آن در آثار مدیریت گسترش یافت و نظریات مختلفی در رابطه با آن مطرح گردید. برخی از پژوهشگران آوا را به صورت فرصتی برای بیان دیدگاه‌ها به تصمیم‌گیرندگان تعریف نموده درحالی که برخی دیگر آن را منحصرأواکنشی به نارضایتی شغلی دانسته‌اند

(لئو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). به عنوان مثال ون دائن و لپاین<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) آوا را رفتاری فرا وظیفه‌ای دانستند که اختیاری و آگاهانه بوده و خارج از انتظارات شغلی فرد است و آن را بدین صورت تعریف نمودند رفتاری ترویجی به جای نکوهش صرف که بر بیان دیدگاه‌های سازنده با هدف بهبود شرایط تأکید دارد (موبری<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). برخی از محققان نیز اهداف گسترده‌تری را برای رفتار آوای کارکنان بر شمرده‌اند. به عقیده تراویس و سایرین آوای کارکنان شامل گفتگو در مورد مشکلات با سرپرستان، ارائه راهکارها و پیشنهادها به واحدهای منابع انسانی، به زبان آوردن ایده‌ها برای تغییر یک سیاست کاری یا رایزنی با اتحادیه‌ها یا متخصصان سازمانی است. آرمسترانگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) عنوان می‌نماید که کارکنان چهار هدف خاص را در مقابل بروز رفتار آوا دنبال می‌کنند: (۱) بیان نارضایتی خود از مدیریت با سازمان (۲) نشان دادن همبستگی جمعی با همکاران به مدیریت (۳) مشارکت در تصمیم‌گیری مدیران (۴) حفظ رابط متقابل بین کارفرما و کارکنان شناسایی این اهداف به شناخت کامل‌تر مفهوم آوا کمک نموده و زمینه‌ای را فراهم می‌سازد که بر مبنای آن می‌توان مطالعات و پژوهش‌های جامع‌تری را روی این مفهوم انجام داد (تراویس، ۲۰۱۲). دو چارچوب ارزشمند برای توضیح و پیش‌بینی رفتار آوای کارکنان مطرح شده است. چارچوب نخست، مدل دو طیفی فعال / انفعالی و سازنده / مخرب است که توسط گوردن ارائه شده است (گوردن، ۱۹۹۹). طبق این مدل آوای کارکنان بر اساس دو معیار فعال یا انفعالی بودن و سازنده یا مخرب بودن در چهار بعد دسته‌بندی می‌گردد. این چهار بعد عبارت‌اند از: آوای فعال سازنده، آوای انفعالی سازنده، آوای فعال مخرب و آوای انفعالی مخرب. (دوستار، ۱۳۹۲). مدل دوم توسط ون دائن و سایرین (۲۰۰۳) ارائه شده است و انگیزه‌های کارکنان را مبنایی برای طبقه‌بندی انواع آوای کارکنان قرار داده است:

- 
1. Liu, et al
  2. Van Dyne & LePine
  3. Mowbray
  4. Armstrong

۱- **آوای نوع دوستانه.** اکثریت قریب به اتفاق نظرات پژوهشگران در مورد آوا، آن را به‌عنوان رفتاری با نیت و قصد مثبت<sup>۱</sup> در نظر می‌گیرند. ون داین و لپین<sup>۲</sup> با در نظر گرفتن آوای نوع دوستانه به‌عنوان شکلی از رفتار شهروندی سازمانی آن را رفتاری توصیف می‌کنند که تأکید بر بیان نظرات تحول محور با انگیزه رشد و بهبود و بر اساس انگیزه‌هایی مبتنی بر تشریک‌مسابی، به‌جای انتقاد صرف از موقعیت دارد؛ بنابراین این نوع خاص از آوا، رفتاری تعمدی، غیر انفعالی و دیگرخواهانه است. این رفتار اساساً بر منفعت‌رسانی به دیگران و سازمان تأکید دارد، آوای نوع دوستانه شبیه سکوت نوع دوستانه نیازمند آگاهی و بصیرت است و ممکن است هیچ‌گاه از طرف سازمان نسبت به آن اعلام نیاز نشود. در حقیقت، با صراحت صحبت کردن و ارائه پیشنهادهای برای تغییر، ممکن است یکی از انواع رفتارهای شهروند سازمانی باشد؛ زیرا این نوع رفتار مستلزم ریسک شخصی است. این امر به دلیل آن است که بسیاری از کارمندان در سازمان (بخصوص آن‌هایی که در موضع قدرت هستند) از مسیری که در آن هستند احساس رضایت می‌کنند و حفظ وضعیت موجود را ترجیح می‌دهند؛ بنابراین آوای نوع دوستانه الزاماً همیشه توسط دریافت‌کنندگان آن، پدیده‌های مثبت تلقی نمی‌شود (برنس‌فیلد<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹).

۲- **آوای تدافعی.** برای توصیف آوای تدافعی، از مفهوم‌سازی سکوت مطیع (سکوت بر اساس ترس) و سکوت تدافعی (سکوت بر اساس عدم توانایی در ایجاد تفاوت در شرایط موجود) که به ترتیب شبیه آوای مطیع و آوای تدافعی است کمک می‌گیریم. آوای تدافعی مبتنی بر خود حفاظتی است، بروز این نوع رفتار مستلزم مسئولیت‌پذیری شخصی کمتر و اخذ تصمیمات بدون هرگونه ریسک است؛ بنابراین چنانچه افراد از پیامدهای تنبیهی به دلیل بحث در مورد مشکلات سازمان بترسند، عموماً رفتارهایی دفاعی به‌منظور حفاظت از خود نشان می‌دهند. این رفتارها شامل تغییر مسیر توجه، سرزنش و ملامت به‌سوی دیگران، معذرت‌خواهی، توجیه و انکار کردن به‌عنوان استراتژی‌های خود حفاظتی

---

1. Positively-Intended  
2. Van Dyne & Lepine  
3. Brins field



است که در آن‌ها آوا به‌عنوان واکنشی به احساس ترس و تهدید بروز می‌کند. با توجه به این ویژگی‌ها، آوای تدافعی به‌عنوان اظهار ایده‌ها، اطلاعات یا نظرات مرتبط با کار بر اساس ترس با هدف حفاظت از خود است (موریس و میلیکان، ۲۰۰۰).

۳- **آوای مطیع.** آوای مطیع با توجه به انگیزه‌های به وجود آورنده آن، بیان ایده‌ها، اطلاعات و نظرات بر اساس احساس تسلیم است. این نوع آوا رفتاری غیر مشارکتی مبتنی بر این احساس در فرد است که او قادر به ایجاد تغییر در شرایط نیست؛ بنابراین این نوع آوا، منجر به بروز اظهارات موافقت‌گونه و حمایت از وضع موجود با توجه به انگیزه مطرح‌شده می‌گردد (آوری و کوینترز، ۲۰۰۰). همچون دو آوای قبلی، این آوا نیز بر اساس اظهارات تعمدی ایده‌ها، اطلاعات و نظرات مرتبط با کار است اما تفاوت آن با دو آوای قبلی این است که نسبت به آن‌ها کمتر غیرانفعالی است (وین دین و همکاران، ۲۰۰۳).

دوستار و اسماعیل‌زاده (۱۳۹۲)، پژوهشی با هدف بررسی عدالت سازمانی و تأثیر آن بر آوای سازمانی پرداخته است. نتایج حاصل از یافته‌ها نشان داد که هر سه بعد عدالت بر آوای نوع دوستانه تأثیرگذار است اما تأثیر آن بر آوای مطیع و آوای تدافعی معنادار نیست. در مطالعه‌ی توصیفی همبستگی دیگر توسط اردلانی و قنبری (۱۳۹۴) انجام شد، به ارزیابی نقش رهبری تحول در بروز آوای سازمانی تحلیل بر نقش واسطه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخته شد یافته‌ها نشان داد که رهبری تحول‌آفرین بر آوای سازمانی و فناوری اطلاعات در سطح ( $p < 0/005$ ) معنادار بوده است. نقش‌بندی (۱۳۹۴)، پژوهشی تحت عنوان "تعیین تأثیر سرمایه اجتماعی و ادراک رفتارهای سیاسی سازمان بر سکوت و آوای سازمانی ادارات ورزش و جوانان غرب کشور (۱۳۹۴)" انجام داده است. نتایج نشان داد که کمبود سرمایه و وجود بیش‌ازحد رفتارهای سیاسی سازمان بر رفتار کارکنان تأثیرگذار است به گونه‌ای که کاهش سرمایه اجتماعی و افزایش رفتارهای سیاسی می‌تواند کارکنان را به سمت جو سکوت هدایت کند. در مطالعه‌ی توصیفی همبستگی دیگر توسط ایلی و خلیلی انجام شد، به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی (۱۳۹۱) پرداخته است. نتایج حاصل از یافته‌ها نشان داد بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش رابطه مستقیم مثبت وجود دارد ( $I=0/68$ ) که این رابطه در سطح آلفای ۰/۰۰۱

معناداری است. به عبارت وجود دیگر سرمایه اجتماعی در هر سازمانی منجر به تسهیل؛ و تسریع مدیریت دانش می‌شود و تمایل به تسهیم و به کارگیری دانش را در افراد سازمان افزایش دهد. در مطالعه‌ی دیگری توسط عباس زاده و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی پرداخته شد. در مجموع نتایج به دست آمده نشان داد که اولاً، میانگین ظرفیت انطباق‌پذیری کارمندان دانشگاه (۹۲/۸۶) در حد متوسط به بالا بوده و ثانیاً بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون به ترتیب اثرات ابعاد سرمایه اجتماعی بر متغیر وابسته معنی‌دار بوده و متغیر سرمایه اجتماعی توانسته است ۵۵ درصد تغییرات ظرفیت انطباق‌پذیری را تعیین نمایند؛ و مطالعات خارجی که توسط فارسی (۲۰۱۳)، نتایج تحقیقاتی مبنی بر تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و نوآوری، حاکی از آن است هنگامی که در کارکنان با یکدیگر همکاری می‌کنند. با هم در تماس‌اند و می‌توانند ایده‌ها، اطلاعات و دانش خود را با هم به اشتراک بگذارند و این موضوع سبب ایجاد خلاقیت در سازمان خواهد شد (فارسی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). کمپس و مارکز<sup>۲</sup> در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتند که سرمایه اجتماعی ریسک‌پذیری را در توسعه کارهای جدید ترویج می‌دهد نیز از طریق اعتماد و ثبات در کارکنان، احساس امنیت و پذیرش چالش‌های جدید را به وجود می‌آورد و به آن‌ها اجازه ارائه پیشنهاد می‌دهد (کمپس و مارکز، ۲۰۱۱). تاکئوچی<sup>۳</sup> و سایرین (۲۰۱۲) با استناد به نظریه مدیریت عدم اطمینان سعی نموده‌اند تا ارتباط عدالت سازمانی را با بروز رفتار آوا در کارکنان مورد بررسی قرار دهند. آن‌ها در توضیح این رابطه عنوان نموده‌اند که کارکنان اغلب به تصوراتشان از رعایت انصاف درباره مدیریت، عدم اطمینان و ارزیابی قابلیت اعتماد به سرپرستان خود توجه می‌کنند. از نظر آن‌ها ابعاد مختلف عدالت سازمانی از عوامل مهم زمینه‌ساز بروز رفتار آوا در کارکنان است آن‌ها در توضیح رابطه ابعاد عدالت سازمانی و آوای کارکنان عنوان نموده‌اند که به دلیل این که رفتار آوا به طور بالقوه مخاطره‌آمیز است کارکنانی که عدالت مراوده‌ای بالاتری را احساس می‌کنند با احتمال

---

1. Farsi  
2. Camps and Marques  
3. Takeuchi

بیشتری رفتار آوا را بروز خواهند داد زیرا احساس عدم اطمینان کمتری را در مواجهه با سرپرستان خود دریافت می‌کنند. دترت و بوریس<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نیز عنوان نموده‌اند که کارکنانی که عملکرد بهتری دارند، سخن‌گویی یا ابراز عقیده و نظرات خود را یکی از مسئولیت‌های شغلی خود می‌دانند و سطح عملکرد کارکنان رابطه مثبتی با تداوم ابراز عقاید از سوی آن‌ها دارد (دترت و بوریس، ۲۰۰۷). ایکوشی یاماگوچی<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان، مطالعه بین فرهنگی ژاپن و آمریکا، رابطه میان استقلال تیم، سرمایه اجتماعی سازمانی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی، به نتایج زیر دست یافتند: الف) استقلال تیمی با سرمایه اجتماعی ساختاری (به‌عنوان مثال تراکم شبکه) خارج از تیم‌ها برای کارگران ژاپنی ارتباط نداشت اما ارتباط مثبت بین کارگران آمریکای بود ب) رابطه منفی بین سرمایه اجتماعی ساختاری و رضایت شغلی برای کارگران ژاپنی به‌طور معنی‌داری قوی‌تر از کارگران آمریکای بود. چو (۲۰۰۹) بر این اعتقاد است که افزایش سرمایه اجتماعی برای سازمان، امکان ایجاد حفظ مزیت رقابتی را به وجود می‌آورد شبکه گسترده‌ای از روابط، عامل اصلی موفقیت‌های کارراهه است و می‌تواند به افراد کمک کند تا مشاغلی را به دست آورند و بر تصمیم‌ها در سطوح بالا اثر گذارند. سهیتگلو و زهیر<sup>۳</sup> (۲۰۱۰)، در تحقیقی با عنوان تحلیل عملکرد کارمندان بر اساس سکوت و رفتار شهروند سازمانی در مؤسسات عمومی ترکیه به این نتیجه رسیدند که رابطه معنادار منفی بین سکوت تدافعی و عملکرد کارکنان و رابطه مثبت معناداری ( $p=0/005$ ) بین سکوت نوع دوستانه و عملکرد کارکنان وجود دارد و از طرفی هیچ رابطه معناداری بین سکوت مطیع و عملکرد کارکنان وجود ندارد.

### فرضیه‌های پژوهش

— تعیین میزان ارتباط بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه.

---

1. Detert & Burris  
2. Yamaguchi.I  
3. Sehitoglu and Zehir

- تعیین میزان ارتباط بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه.
- تعیین میزان ارتباط بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه.
- از بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی، ارتباطی) کدام یک آوای سازمانی را بهتر پیشی بینی می‌کند؟

### روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر ماهیت، کمی و از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری مورد پژوهش در این مطالعه کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه که تعداد جامعه ۳۵۰ نفر که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با تعداد ۱۸۶ نفر انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در مرحله پیمایشی، استفاده از پرسشنامه استاندارد است. در این پژوهش برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش (سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی)، از پرسشنامه مذکور بهره گرفته شده است. پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۷) که شامل سه بعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای را موردسنجش قرار می‌دهد و آوای سازمانی توسط پرسشنامه کاتارین هامس (۲۰۱۲) سنجیده شد. برای ارزیابی میزان پایایی پرسشنامه از روش تعیین آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار SPSS ۲۱ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ کلی برای پرسشنامه مورد استفاده در بخش «سرمایه اجتماعی» ۰/۹۵ و برای بخش «آوای سازمانی» ۰/۹۶ حاصل شد. روایی پرسشنامه با استفاده از روایی محتوایی مورد بررسی قرار گرفت تا در نهایت پرسشنامه از نظر محتوا توسط اساتید و صاحب‌نظران، مناسب تشخیص داده شد؛ و امتیازبندی این پرسشنامه‌ها از مقیاس پنج‌گانه لیکرت از درجه‌ای بسیار کم، کم تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد، این گزینه‌ها به ترتیب نمره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ گرفتند.

### یافته‌ها

یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که از بین ۱۸۶ نمونه موردنظر (۵۵/۴ درصد) از پاسخ‌دهندگان زن (۴۴/۶۹ درصد) مرد است، وضعیت تأهل نمونه موردنظر (۲۶/۳ درصد) پاسخ‌دهندگان مجرد (۷۳/۷ درصد) متأهل بودند. بر اساس نتایج به‌دست آمده میانگین سرمایه اجتماعی در کارکنان علوم پزشکی (۳/۱۳ از ۵) در سطح بالاتر از متوسط است به طوری که مؤلفه‌ی ساختاری سرمایه اجتماعی با میانگین ۳/۲۰ بالاترین میزان و مؤلفه‌ی شناختی سرمایه اجتماعی با میانگین ۳/۰۲ کم‌ترین میزان را در کارکنان دانشگاه علوم به خود اختصاص داده‌اند و میانگین آوای سازمانی در کارکنان علوم پزشکی کرمانشاه (۳/۰۲ از ۵) در سطح بالاتر از متوسط است، نتایج ارائه‌شده نشان داد که مؤلفه‌ی کارآمد آوای سازمانی از مقدار بالاتر از متوسط در کارکنان برخوردار است و مؤلفه‌های تشویق و ایمنی ۲/۸۹ از مقدار پایین‌تر از متوسط در کارکنان علوم پزشکی کرمانشاه برخوردار هستند. بر اساس مقدار ضریب تغییرات ایمنی، تشویق، کارآمد و آوای سازمانی به ترتیب بیشترین میزان ضریب تغییرات را داشتند که می‌توان گفت آوای سازمانی مناسب‌ترین وضعیت را دارد.

جدول ۱. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی

تعداد		نوع ضریب		آوای سازمانی
بعد ساختاری		ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	
۱۸۶	پیرسون	۰/۶۰۰	۰/۰۰۰	

بر اساس نتایج ارائه‌شده در جدول (۱). رابطه‌ی مثبت و معناداری بین آوای سازمانی و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی وجود دارد یعنی این دو متغیر باهم همبستگی معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارند. این میزان رابطه بدین معنی است که در ۰/۶۰۰ زمانی که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد، آوای سازمانی نیز افزایش می‌یابد و برعکس، یعنی در ۰/۶۰۰ بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کاهش می‌یابد، آوای سازمانی نیز کاهش می‌یابد، همچنین مقدار عدد معنی‌داری به‌دست آمده کوچک‌تر از ۰/۰۱ و نزدیک به صفر هست که از سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha=0/05$ ) کمتر است.

جدول ۲. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی

تعداد	نوع ضریب	آوای سازمانی	
		ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
۱۸۶	پیرسون	۰/۶۶۹	۰/۰۰۰

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول (۲). رابطه‌ی مثبت و معناداری بین آوای سازمانی و بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی وجود دارد یعنی این دو متغیر باهم همبستگی معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارند. این میزان رابطه بدین معنی است که در ۰/۶۶۹ زمانی که بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد، آوای سازمانی نیز افزایش می‌یابد و برعکس، یعنی در ۰/۶۶۹ بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی کاهش می‌یابد، آوای سازمانی نیز کاهش می‌یابد، همچنین مقدار عدد معنی‌داری به دست آمده کوچک‌تر از ۰/۰۱ و نزدیک به صفر هست که از سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha=0/05$ ) کمتر است.

جدول ۳. ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری بعد شناختی سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی

تعداد	نوع ضریب	آوای سازمانی	
		ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
۱۸۶	پیرسون	۰/۶۷۸	۰/۰۰۰

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول (۳). رابطه‌ی مثبت و معناداری بین آوای سازمانی و بعد شناختی سرمایه اجتماعی وجود دارد یعنی این دو متغیر باهم همبستگی معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارند. این میزان رابطه بدین معنی است که در ۰/۶۷۸ زمانی که بعد شناختی سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد، آوای سازمانی نیز افزایش می‌یابد و برعکس، یعنی در ۰/۶۷۸ بعد شناختی سرمایه اجتماعی کاهش می‌یابد، آوای سازمانی نیز کاهش می‌یابد، همچنین مقدار عدد معنی‌داری به دست آمده کوچک‌تر از ۰/۰۱ و نزدیک به صفر هست که از سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha=0/05$ ) کمتر است.

جدول ۴. ضرایب رگرسیونی برای پیش‌بینی متغیر آوای سازمانی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مدل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد		t	R	R2
	B	Std.error	Beta	Beta			
عدد ثابت	۱۴/۴۱	۳/۰۷			۶/۶۸		
ساختاری	۰/۵۹۷	۰/۲۱۴	۰/۲۰۶		۲/۷۹	۰/۶۰	۰/۳۶
رابطه‌ای	۰/۳۲۰	۰/۱۵۵	۰/۲۱۶		۲/۰۶۴	۰/۶۷	۰/۲۱
شناختی	۰/۸۳۳	۰/۲۲۱	۰/۳۷۵		۳/۷۷۴	۰/۶۹	۰/۴۸

با توجه به جدول فوق به ازای (۰/۲۱۴) تغییر در بعد ساختاری (۰/۲۰۶) آوای سازمانی افزایش پیدا می‌کند و به ازای (۰/۱۵۵) واحد تغییر در بعد رابطه‌ای (۰/۲۱۶) آوای سازمانی افزایش پیدا می‌کند و همچنین به ازای (۰/۲۲۱) واحد تغییر در بعد شناختی (۰/۳۷۵) آوای سازمانی افزایش پیدا می‌کند. بیشترین میزان پیش‌بینی مربوط به بعد شناختی سرمایه اجتماعی است.  $R^2 = (۰/۴۸)$

### بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه‌ی آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که در سطح خطای ۵ درصد، بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد، می‌توان گفت بعد ساختاری سرمایه اجتماعی باعث افزایش آوای سازمانی می‌شود. نتایج یافته‌های این فرضیه با مطالعات بردباری (۱۳۹۲) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتفاع سطح مدیریت دانش پرداخته شد، نتایج نشان داد، رابطه مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد و همچنین مطالعات نقش‌بندی و زرتشتیان (۱۳۹۴) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی بر سکوت و آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد که کمبود سرمایه اجتماعی و وجود بیش‌ازحد رفتارهای سیاسی سازمانی بر روی رفتار کارکنان تأثیرگذار است و نتایج پژوهش دوستار و اسماعیل‌زاده (۱۳۹۲)، نشان داد هر سه بعد عدالت بر آوای نوع‌دوستانه تأثیرگذار است و همچنین نتایج پژوهش اردلانی و قنبری (۱۳۹۴)، به ارزیابی نقش رهبری تحول در بروز آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد رهبری تحول‌آفرین عامل مهم بر بروز آوای سازمانی است و

همچنین کشاورزی (۱۳۹۱)، نتایج نشان داد بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان همبستگی وجود دارد و کمپس و مارکز (۲۰۱۱)، در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتن که سرمایه اجتماعی ریسک‌پذیری را در توسعه‌ی کارهای جدید ترویج می‌دهد و همچنین دترت و بوریس (۲۰۰۷) نیز عنوان نموده‌اند که کارکنانی که عملکرد بهتری دارند، سخن‌گویی یا ابراز عقیده و نظرات خود را یکی از مسئولیت‌های شغلی خود می‌دانند و سطح عملکرد کارکنان رابطه مثبتی با تداوم ابراز عقاید از سوی آن‌ها دارد و همچنین مرلو و همکاران (۲۰۰۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری از سرمایه‌ی اجتماعی و خلاقیت سازمانی پرداختند، نتایج نشان داد این سه بعد از سرمایه اجتماعی مشتری‌مداری را افزایش می‌دهد همسو است. این بعد از سرمایه اجتماعی به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد، این بعد سعی در شناخت ارتباطات کلی و الگوی دسترسی افراد به یکدیگر دارد و به میزان ارتباطی که افراد سازمان برقرار می‌کنند را در بر می‌گیرد؛ یعنی چه کسی به شما دسترسی دارد و چگونه شما به آن‌ها دسترسی دارید (توتمنت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). کیفیت و کمیت روابط افراد با یکدیگر در شبکه‌های ارتباطی از جنبه‌های مهم سرمایه اجتماعی است؛ که سبب تبادل و انتقال دانش می‌گردد. تراکم، پیوند و سلسله‌مراتب همگی از طریق تأثیر بر میزان تماس و قابلیت دسترسی اعضا شبکه با یکدیگر سبب انعطاف‌پذیری و سهولت تبادل اطلاعات می‌شوند (بردباری، ۱۳۹۲). میزان ارتباطاتی که افراد به‌منظور توسعه سهم دریافت اطلاعات در درون شبکه برقرار می‌کنند می‌تواند سبب افزایش و ارتقاء بعد ساختاری سرمایه اجتماعی گردد به‌عنوان مثال، در شبکه‌ای که افراد با یکدیگر پیوندهای ضعیف‌اند در مقایسه با شبکه‌ای که افراد آن از پیوندهای شخصی، کاری و تیمی بالایی برخوردارند، تبادل دانش و اطلاعات بسیار کم است، شبکه‌هایی که در آن‌ها ارتباطات و تعامل میان اعضا شدت بیشتری دارد و تراکم بالاتری حاکم است، تعامل اعضا با یکدیگر و انتقال دانش و برقراری روابط مؤثر کاری بیشتر است (یانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). اگر ارتباطات در سازمان از یک سطح به سطح پایین‌تر (مسیر

---

1. Tötterman  
2. Yong



رو به پایین) جریان یابد، هنگامی که مدیران با زیردستان ارتباط برقرار نمی‌کنند و دستورالعمل‌هایی را در رابطه با مشاغل صادر می‌کنند، سیاست‌ها و رویه‌ها را به آگاهی کارکنان می‌رسانند (استفین رابینز، ۱۳۸۵). آوا سازمانی زمانی صورت می‌گیرد که نگرش مدیریت سازمان به کارکنان مثبت باشد، کارکنان تمایل بیشتری به ابراز نظرات و پیشنهادهای خود نشان خواهند داد که در نتیجه مدیران هنگام برخورداری از پیشنهادهای سازنده‌ی کارکنان، بازخوردهای مثبت بیشتری به کارکنان خواهند داد که این امر به نوعی خود منجر به افزایش ارائه‌ی آراء خواهد شد (الوانی، ۱۳۹۴).

نتیجه‌ی آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که در سطح خطای ۵ درصد، بین بعد رابطه‌ی سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد، این بدان معنا است که بعد رابطه‌ی سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی ارتباط مستقیم وجود دارد، می‌توان گفت بعد رابطه‌ی سرمایه اجتماعی باعث افزایش آوای سازمانی می‌شود. بر اساس نتایج تحقیقات انجام‌شده رابطه معناداری بین بعد رابطه‌ی سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی وجود دارد. نتایج یافته‌های این فرضیه با مطالعات بردباری (۱۳۹۲) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتفاع سطح مدیریت دانش پرداخته شد، نتایج نشان داد، رابطه مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد و همچنین مطالعات نقش‌بندی و زرتشتیان (۱۳۹۴) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی بر سکوت و آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد که کمبود سرمایه اجتماعی و وجود بیش از حد رفتارهای سیاسی سازمانی بر روی رفتار کارکنان تأثیرگذار است و نتایج پژوهش دوستار و اسماعیل‌زاده (۱۳۹۲)، نشان داد هر سه بعد عدالت بر آوای نوع‌دوستانه تأثیرگذار است و همچنین نتایج پژوهش اردلانی و قنبری (۱۳۹۴)، به ارزیابی نقش رهبری تحول در بروز آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد رهبری تحول‌آفرین عامل مهم بر بروز آوای سازمانی است و همچنین کشاورزی (۱۳۹۱)، نتایج نشان داد بین بعد رابطه‌ی سرمایه اجتماعی و توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان همبستگی وجود دارد و کمپس و مارکز (۲۰۱۱)، در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتن که سرمایه اجتماعی ریسک‌پذیری را در توسعه کارهای جدید ترویج می‌دهد و همچنین دترت و بوریس و همکاران (۲۰۰۷) نیز

عنوان نموده‌اند که کارکنانی که عملکرد بهتری دارند، سخن‌گویی یا ابراز عقیده و نظرات خود را یکی از مسئولیت‌های شغلی خود می‌دانند و سطح عملکرد کارکنان رابطه مثبتی با تداوم ابراز عقاید از سوی آن‌ها دارد و همچنین مرلو و همکاران (۲۰۰۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری از سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی پرداختند، نتایج نشان داد این سه بعد از سرمایه اجتماعی مشتری مداری را افزایش می‌دهد و همچنین موریس و ملکیان (۲۰۰۳) همسو است.

یکی از عوامل مهم در کاهش آوای سازمانی وجود رفتارهای سیاسی در سازمان است اگر مدیران سازمان‌ها بتوانند رفتارهای سیاسی را از سازمانشان دور کنند می‌توانند فضای را به وجود بیاورند که در آن کارکنان بتوانند با آرامش و بدون ترس و دلهره نظراتشان را مطرح کنند و سازمان را در راستای نیل به اهداف سازمانی یاری کنند (فانی، ۱۳۹۳). در صورتی که کارکنان احساس کنند مدیران سازمان از شنیدن پیشنهادهای مفید آنان خوشحال خواهند شد، نسبت به سازمان احساس تعهد بیشتری می‌کنند و برای موفقیت سازمان تلاش بیشتری از خود نشان می‌دهند؛ اما اگر کارکنان احساس کنند از نظراتشان استقبال نمی‌شود و در صورت بازگو کردن عقایدشان، علیه آنان سوگیری می‌شود ترجیح می‌دهند حالت تدافعی گرفته و موضع سکوت اختیار کنند (موریس و ملکیان، ۲۰۰۳).

نتیجه‌ی آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که در سطح خطای ۵ درصد، بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد، این بدان معنا است که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی ارتباط مستقیم وجود دارد، می‌توان گفت بعد شناختی سرمایه اجتماعی باعث افزایش آوای سازمانی می‌شود. بر اساس نتایج تحقیقات انجام‌شده رابطه معناداری بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و آوای سازمانی وجود دارد. نتایج یافته‌های این فرضیه با مطالعات بردباری (۱۳۹۲) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتفاع سطح مدیریت دانش پرداخته شد، نتایج نشان داد، رابطه مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد و همچنین مطالعات نقش‌بندی (۱۳۹۴) که به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی بر سکوت و آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد که کمبود سرمایه اجتماعی و وجود بیش از حد رفتارهای

سیاسی سازمانی بر روی رفتار کارکنان تأثیرگذار است و نتایج پژوهش دوستار و اسماعیل زاده (۱۳۹۲)، نشان داد هر سه بعد عدالت بر آوای نوع دوستانه تأثیرگذار است و همچنین نتایج پژوهش اردلانی و قنبری (۱۳۹۴)، به ارزیابی نقش رهبری تحول در بروز آوای سازمانی پرداخته شد، نتایج نشان داد رهبری تحول آفرین عامل مهم بر بروز آوای سازمانی است و همچنین کشاورزی (۱۳۹۱)، نتایج نشان داد بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان همبستگی وجود دارد و کمپس و مارکز (۲۰۱۱)، در مطالعات خود به این نتیجه دست یافتن که سرمایه اجتماعی ریسک‌پذیری را در توسعه کارهای جدید ترویج می‌دهد و همچنین دترت و بوریس و همکاران (۲۰۰۷) نیز عنوان نموده‌اند که کارکنانی که عملکرد بهتری دارند، سخن‌گویی یا ابراز عقیده و نظرات خود را یکی از مسئولیت‌های شغلی خود می‌دانند و سطح عملکرد کارکنان رابطه مثبتی با تداوم ابراز عقاید از سوی آن‌ها دارد و همچنین مرلو و همکاران (۲۰۰۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری از سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی پرداختند، نتایج نشان داد این سه بعد از سرمایه اجتماعی مشتری‌مداری را افزایش می‌دهد همسو است.

بعد شناختی شامل ادراک، باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که به وسیله مفاهیم و خاطرات مشترک و یا زبان مشترک مورد پذیرش افراد قرار گرفته و میان آن‌ها باقی می‌ماند؛ این بعد شامل هدف‌های مشترک و فرهنگ مشترک است. هدف‌های مشترک، میزان درک و دیدگاه مشترک اعضای واحد اجتماعی نسبت به اهداف و نتایج فعالیت‌های گروه است و فرهنگ مشترک نیز دربردارنده میزان هنجارهای رفتار مشترک میان اعضاست (جعفری، ۱۳۹۳). از دیدگاه فوکویاما، هر مجموعه‌ای از هنجارها که به طور مشخص هم ذکر شده باشد، باعث به وجود آمدن سرمایه اجتماعی نمی‌شود. تنها آن مجموعه‌ای از هنجارها مورد نظر است که به همکاری در گروه‌ها منجر می‌شود؛ بنابراین با فضیلت‌های از قبیل صداقت، حفظ تعهد، انجام درست وظایف و مواردی از این قبیل ارتباط پیدا می‌کند (کشاورزی، ۱۳۹۰). جهت تقویت بعد شناختی سرمایه اجتماعی، بایستی به افکار و ایده‌ها و دیدگاه‌های اعضای سازمان در خصوص رسیدن به اهداف سازمان، برنامه‌ریزی

جهت رسیدن به اهداف، حل مشکلات سازمانی، رفاه اعضای سازمان و پیشرفت کاری و شغلی و مانند آن‌ها ارج نهاده شود (بردباری، ۱۳۹۲). پیشنهاد می‌شود به مدیران دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه که برای بروز آوا در سازمان به آموزش ارتباطات اثربخش و همچنین به وجود آوردن ایجاد احساس تشریک‌مساعی و نوع دوستی که کارکنان بتوانند به راحتی به بیان راه‌حل‌هایی برای تغییر به منظور سود رساندن به سازمان ارائه دهند؛ و توصیه می‌شود، به تقویت روابط غیررسمی بین کارکنان و همسو نمودن اهداف آن‌ها با اهداف دانشگاه پردازند و مدیران دانشکده‌ها جلساتی را با حضور کارکنان برگزار کنند و در این جلسات نظرات آن‌ها را خواسته و این ذهنیت را در آنان ایجاد کنند که نقش مهمی در سازمان دارند و همچنین توجه به طرحی فیزیکی در دانشگاه به گونه‌ای که تعاملات بین واحدها و کارکنان را مشکل نسازد تا تعامل در میان مرزهای رسمی سازمان آسان‌تر شود مثل استفاده از دفاتر باز.

### منابع

- ابیلی خدایار، زارع خلیلی مجتبی (۱۳۹۱). رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی. *پژوهشنامه بیمه*، ۲۸(۲)، تابستان ۱۳۹۲، شماره مسلسل ۱۱۰، ۱۲۹ - ۱۵۲.
- احمدی، سید علی اکبر؛ فیض آبادی، حوریه (۱۳۹۰). بررسی ارتقاء سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان نمونه‌ی موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران). *مدیریت دولتی*، ۳(۳)، بهار و تابستان ۱۳۹۰، ۳۵-۵۵.
- الوانی، سید مهدی، واعظی، رضا، هنرمند، روح‌الله (۱۳۹۴). نقش رفتار سازمانی مثبت‌گرا در کاهش سکوت سازمانی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۴(۷۹)، ۱-۲۶.
- برباری، غلامرضا، زارعی محبوبه (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتقای سطح مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۴(۴)، ۲۴۴-۲۲۷.

- جعفری، محمد، شریف‌زاده، فتاح، قربانی زاده، وجه اله، رضایی منش، بهروز، دلخوش کسمایی، ابوالقاسم. (۱۳۹۳). الگوی سرمایه اجتماعی، ابعاد و شاخص‌های آن در کلانتری‌های تهران بزرگ. *فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی*، ۷(۳)، ۳۷۰-۳۹۶.
- دوستار، محمد، اسماعیل‌زاده، محمد (۱۳۹۲). عدالت سازمانی و تأثیر آن بر آوا و عملکرد کارکنان. *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۳(۷۲)، زمستان ۹۲، ۱۴۳-۱۶۳.
- رسولی، رضا (۱۳۹۲). بررسی رابطه حساسیت کارکنان به رعایت عدالت سازمانی و مرتبه سرمایه اجتماعی آنان در سازمان (مطالعه موردی بیمارستان طالقانی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران). *دوفصلنامه علمی پژوهشی شناخت اجتماعی*، ۲(۲)، پیاپی ۴، پاییز و زمستان ۱۳۹۲، ۱۱۱-۱۲۴.
- زارعی متین، حسن و فاطمه طاهری، ابوالقاسم سیار (۱۳۹۱). سکوت سازمانی: مفاهیم، علل و پیامدها. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۶(۲۱)، ۱۰۴-۷۷.
- زارعی متین، حسن و مصطفی ملایی. (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سازمان‌های اجرایی استان قم. *فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۱: ۱۱۹-۱۳۷.
- زیاری، کرامت‌اله، طاوسی‌ان، سلمانی، رضایی، حجت (۱۳۹۴). برآورد و سطح‌بندی توسعه محله‌ای با تأکید بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: محلات شهر ابرکوه). *فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، ۵(۱۸)، ۵۹-۷۶.
- صلواتی، عادل؛ یاراحمدی، یلدا؛ سید هاشمی، سید نادیا (۱۳۹۳). ارتباطات اثربخش و سکوت سازمانی در شبکه بانکی (کشور مورد مطالعه شهرستان سندج). *مدیریت دولتی*، ۶(۳)، پاییز ۱۳۹۳، ۴۲۰-۵۴۲.
- عباس‌زاده، محمد، بوداقتی، علی، حسن‌پور، محمد، حسینی، سید صمد (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی. *مطالعات رفتار سازمانی*، ۴(۳)، ۱۷۴-۱۴۶.

علی پور حسین، جهان‌دیده حسین (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر بهره‌وری نیروی انسانی صنایع کوچک و متوسط استان اردبیل. *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، ۱۰(۳۷)، ۱۴۸-۱۲۱.

فانی، علی اصغر، فاطمه شیخی نژاد، حسن دانایی فرد، علیرضا حسن‌زاده. (۱۳۹۳). بررسی اثرات تعدیل‌کننده مهارت سیاسی و اراده سیاسی در ارتباط بین درک سیاست‌های سازمانی و رفتار سیاسی مورد مطالعه: صنعت آب ایران. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۲۲۲-۱۹۳.

قنبری، سیروس، زندی، خلیل، محمدی، محمد فائق، احمدیان فر (۱۳۹۴). تسهیل آوای سازمانی از طریق رهبری قابل اعتماد «رویکردی به تعاملات رهبر-پیرو». *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دولتی*، ۷(۴)، ۸۶۵-۸۸۲.

کاظم‌زاده بیطالی، مهدی؛ قاسم‌زاده علی‌شاهی، ابوالفضل (۱۳۹۲). تبیین نقش و میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی و آموزش اثربخش. *رفتار سازمانی در آموزش و پرورش*، ۱(۱)، ۱-۱۲.

کبریایی علی، رودباری مسعود، رخشانی نژاد مالک، میر لطفی پرویز (۱۳۸۴). ارزیابی دانشجویان علوم پزشکی زاهدان از کیفیت خدمات آموزشی ارائه‌شده به آنان. *مجله طبیب شرق*، ۷(۲)، ۱۴۶-۱۳۹.

کشاورز، علی حسین، حسینی، سید احمد، حیدری نصب، لیلا، آمده، علی (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان (مطالعه موردی قم). *ماهنامه دانشور رفتار مدیریت پیشرفته*، ۳۲۹-۳۴۴.

مرزوغی، رحمت‌الله؛ حیدری، معصومه؛ کشاورز، فهیمه؛ حیدری، الهام (۱۳۹۳). بررسی نقش سکوت سازمانی در تبیین ارتباطات بین اعتماد دانشجویان به مدیران و رضایت تحصیلی آنان. *مجله توسعه‌ی آموزش در علوم پزشکی*، ۸(۱۷)، بهار ۹۴، ۹۴-۱۰۲.

نقش بندی، رحمت الله (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی و ادراک رفتارهای سیاسی سازمانی بر سکوت و آوای سازمانی ادارات ورزش و جوانان غرب ایران. پایان نامه اخذ مدرک دکتری.

نقوی مقدم، علیرضا، فهیما مریم (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی رفتار چند آوایی در سازمانها (مطالعه موردی: بانک سپه)، دفتر بازرسی و حسابداری بانک سپه، ۱۴۴، ۳۵-۴۱.

- Bagheri, G., Zarei, R., & Aeen, M. N. (2012). Organizational silence (basic concepts and its development factors). *Ideal Type of management*, 1(1), 47-58.
- Brinsfield, C. T., Edwards, M. S., & Greenberg, J. (2009). *Voice and silence in organizations: Historical review and current conceptualizations*. *Voice and silence in organizations*, 1.
- Camps, S., & Marquès, P. (2011). *Social capital and innovation: exploring intra-organizational differences*. *UAM-Accenture Working Papers*. (07), 1-39.
- Carriere, J. & Bourque, C. (2009). The effects of organizational communication on job satisfaction and organizational commitment in a land ambulance service and the mediating role of communication satisfaction. Telfer school of management. *Career Development international*, 14(1): 29-49
- Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). Leadership Behavior and Employee Voice: Is the Door Really Open? *Academy Of Management Journal*, 50, 25-241.
- Ellinger, A. E. Elmadag Bas. A. B. Ellinger, A. D. Wang, Y. & Bachrach, D. G. (2011). Measurement of Organizational Investments in Social Capital: The Service Employee Perspective. *Journal of Business Research*, 64(6), pp. 572-578.
- Farsi, J. Y., Rezazadeh, A. & Najmabadi, A. D. (2013). Social capital and organizational innovation: The mediating effect of entrepreneurial orientation. *Journal of Community Positive Practices*, 13(2), pp.22-40.
- Gorden, W. I. (1988). Range of Employee Voice. Employee Responsibilities & Rights. *Journal of Management Studies*, 1(4), 283-299.
- Hames, K.M. (2012). *Employees' voice climate perceptions and perceived importance of voice behavior: links with important work-related outcomes*. Thesis of Bachelor of Psychology (Honors), Murdoch University
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice and loyalty: Responses to decline in firms, organizations and states*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Jansen, Rob J.G., Curseu, Petru L., Vermeulen, Patrick A.M., Geurts, Jac L.A., Gibcus, Petra. (2013). Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*, 31(2), 192-216
- Koh, T. Y., & Rowlinson, S. (2012). Relational approach in managing construction project safety: A social capital perspective. *Accident Analysis & Prevention*, 48, 134-144.
- Lin, N., Cook, K. S., & Burt, R. S. (Eds.). (2001). " Social capital: Theory and research". Transaction Publishers
- Liu., W.; Zhu, R., & Yang, Y. (2010). "I warn you because I like you: Voice behavior, employee identifications, and transformational leadership". *The Leadership Quarterly* 21, 189° 202
- Merlo, O., Bell, S., Menguc, B., Whitwell, G. J. (2006). Social Capital, Customer Service Orientation and Creativity in Retail Store. *Journal of Business Research*, 12(59), 1214-1221.
- Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management review*, 25(4), 706-725.
- Mowbray, P. K., Wilkinson, A., & Tse, H. H. (2015). An integrative review of employee voice: identifying a common conceptualization and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(3), 382-400.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.
- Pinder, C. C. and Harlos, K. P. (2001). *Employee Silence: Quiescence and Acquiescence as Responses to Perceived Injustice*. In Rowland, K. M. and Ferris, G.R. (Eds), *Research in personnel and Human Resources Management*. New York. Vol. 20. Pp.331- 69.
- Quinn, R. E., & Spreitzer, G. (1999). The road to empowerment: seven questions every leader should consider. *IEEE Engineering Management Review*, 27, 21-28.
- Salajegheh, S., Pirmoradi, N. (2013). Social Capital of the Organization. *International Journal of Engineering Research and Development*, 7(12). pp. 40-52.
- Takeuchi, R.; Chen, Z., & Chueung, S. Y. (2012). Applying uncertainty management theory to employee voice behavior: an integrative investigation applying uncertainty management theory to employee voice behavior: an integrative investigation. *Personnel Psychology*, 65, 283° 323.



- Tötterman H., & Sten, J. (2005). Applying uncertainty management theory to employee voice behavior: an integrative investigation Start-ups business incubation and social capital. *International small business journal*, 23(5), 487-511.
- Travis, D. J.; Gomez, R. J. & Mor Barak, M. E. (2011). Speaking up and stepping back: Examining the link between employee voice and job neglect. *Children and Youth Services Review*, 33, 46-68
- Van Dyne, L., & LePine, J. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, 41, 108-119.
- Zehir Zehir, C., & Erdogan, E. (2011). The Association between Organizational Silence and Ethical Leadership through Employee Performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1389-1404.
- Zhang, M., Zheng, M., Zheng, W., & Wei, J. (2009). Sources of social capital: Effects of altruistic citizenship behavior and job involvement on advice network centrality. *Human Resource Development Quarterly*, 20(2), 195.