

Public Organizations Management *Open Access*

Winter (2024) 13(1): 69-92

 <https://doi.org/10.30473/ipom.2024.71787.5003>

Received: 20/July/2024 Accepted: 13/oct//2024

ORIGINAL ARTICLE

Designing a Model of Power-Seeking Behaviors in Organizational Communication Among Managers of Government Organizations in the Country

Gholamreza Azad¹, Ali Shojaeifard^{2*}, Serajuddin Mohebi³

1. PhD Student, Department of Cultural Planning Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

2. Associate Professor, Department of Management, Payam Noor University, Tehran, Iran.

3. Associate Professor, Department of Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

Correspondence

Ali Shojaeifard

E-mail:

Ashojaeifard@pnu.ac.ir

How to cite

Azad.G., Shojaeifard A., & Mohebi.S.(2024). Designing a Model of Power-Seeking Behaviors in Organizational Communication Among Managers of Government Organizations in the Country. *Public Organizations Management*, 13(1), 69-92.

ABSTRACT

In the government organizations of the country, one of the problems that hinders the progress of the organization is the power-seeking behavior of managers in organizational communication, and experts consider this type of behavior that managers, as the first person in the organization, consciously or unconsciously use to achieve power and order in organizations, is a kind of organizational pest. they know Considering that managers' power-seeking behaviors are one of the important issues that have different effects in organizational communication, this research was conducted with the aim of providing a model of power-seeking behaviors in organizational communication among managers of government organizations in the country. The research method is applied in terms of purpose and a mixed approach in terms of data type. The statistical population of the qualitative department of management and communication professors of Tehran province universities who had managerial experience in government organizations of Tehran province, the snowball method was used to select the sample size, and 15 people were interviewed. The statistical population was a quantitative part of managers of government organizations in Tehran province, 380 people were selected as the sample size using Cochran's formula and stratified random sampling method. Data analysis was done in the qualitative part with the help of the foundation's data strategy and in the quantitative part using SPSS 22 and Lisrel 8.54 software. The findings show that the model of power-seeking behaviors in organizational communication among the government organization of the country includes the central category of power-seeking behaviors in organizational communication; Causal conditions with four components of personality characteristics, communication, sociability and management; contexts with three components of political behavior, situational adaptation and job position; Strategy with three components of organizational climate, organizational patterns, organizational rules and regulations; The intervention is with two components of dynamic and complex environment and organizational ethics, and the consequences are with two components of organizational indifference and reduced participation. The results show that the presented model can help to better understand the power-seeking behaviors of government managers in organizational communication.

KEYWORDS

Power-Seeking Behaviors, Organizational Communication, Managers, Government Organizations.



© 2024, by the author (s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://ipom.journals.pnu.ac.ir/>

ارائه مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور

غلامرضا آزاد^۱، علی شجاعی فرد^{۲*}، سراج‌الدین محبی^۳

چکیده

در سازمان‌های دولتی کشور یکی از مشکلاتی که مانع پیشرفت سازمان می‌شود رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران در ارتباطات سازمانی بوده و صاحب‌نظران این نوع رفتار را که مدیران به‌عنوان شخص اول سازمان برای رسیدن به قدرت و نظم به‌طور آگاهانه یا ناآگاهانه در سازمان‌های به کار می‌گیرند، را نوعی آفت سازمانی می‌دانند. با توجه به اینکه رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران یکی از موضوعات مهمی است که اثرات مختلفی در ارتباطات سازمانی دارد، لذا این پژوهش با هدف ارائه مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور انجام گرفت. روش پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ نوع داده رویکردی آمیخته است. جامعه آماری بخش کیفی استادان رشته‌های مدیریت و ارتباطات دانشگاه‌های استان تهران که سابقه مدیریتی در سازمان‌های دولتی استان تهران را داشتند، برای انتخاب حجم نمونه از روش گلوله برفی استفاده شد که با ۱۵ نفر مصاحبه شده است. جامعه آماری بخش کمی مدیران سازمان‌های دولتی استان تهران بودند که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای ۳۸۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی به کمک اویکرد داده‌بنیاد و بخش کمی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS22، Lisrel8.54 صورت گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان سازمان دولتی کشور شامل مقوله محوری رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی؛ شرایط علی با چهار مؤلفه خصوصیات شخصیتی، ارتباطات، جامعه‌پذیری و مدیریت؛ زمینه‌ها با سه مؤلفه رفتار سیاسی، سازگاری موقعیتی و موقعیت شغلی؛ استراتژی با سه مؤلفه جوسازمانی، الگوهای سازمانی، قوانین و مقررات سازمانی؛ عوامل مداخله‌گر با دو مؤلفه محیط پویا و پیچیده و اخلاق سازمانی و پیامدها با دو مؤلفه بی‌تفاوتی سازمانی و کاهش مشارکت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد، مدل ارائه شده می‌تواند به درک بهتر رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران دولتی در ارتباطات سازمانی کمک نماید.

واژه‌های کلیدی

رفتارهای قدرت‌طلبانه، ارتباطات سازمانی، مدیران، سازمان‌های دولتی.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۳. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، ایران.

نویسنده مسئول: علی شجاعی فرد
رایانامه: Ashojaiefard@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

آزاد، غلامرضا؛ شجاعی فرد، علی و سراج‌الدین، محبی (۱۴۰۳). ارائه مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور. فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱۳(۱)، ۶۹-۹۲.



مقدمه

امروز رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی به‌طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی از رفتارهای قدرت‌طلبانه به‌عنوان عامل بنیادی برای سازمان‌های اثربخش نام برده می‌شود و متخصصان رهبری و پژوهشگران به اهمیت ایجاد رفتارهای قدرت‌طلبانه در میان مدیران سازمان‌های دولتی اذعان دارند، همچنین مطالعه مبانی نظری سازمانی نشان می‌دهد که رفتارهای قدرت‌طلبانه عامل حیاتی و ضروری برای موفقیت در سطح فردی و سازمانی هستند و بالا بودن ارتباطات سازمانی درون‌سازمان، ضعف در سایر منابع لازم برای ارتقای بهره‌وری را تا حدی جبران می‌کند، همچنین، اهمیت ارتباطات از آن جهت برای سازمان مهم است که بخش اعظمی از وقت مدیران برای انجام وظایف برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری، هماهنگی و کنترل صرف می‌شود و این جز با ارتباطات در سازمان ممکن نیست. از سوی دیگر، در این عصر مدیران علاوه بر ارتباطات درون‌سازمانی باید با سازمان‌های مختلف ارتباطات و تعاملات برقرار کنند که از این جهت نیز ارتباطات در رفتار مدیران اهمیت دارد.

آنچه واضح است، انسان‌ها در تعامل با یکدیگر هستند و آنچه ما به‌عنوان نتیجه مشاهده می‌کنیم، ماحصل فرایندهای طولانی از کنش‌های گروهی و اجتماعی است که رفتارهای غیرخطی و بعضاً غیرقابل پیش‌بینی دارند، این فرایندها تحت تأثیر نیروها و متغیرهایی هستند که در بیشتر موارد ماهیتی پنهان و غیرملموس دارند؛ از جمله این متغیرها قدرت است که منشأ آن برتری‌جویی انسان‌هاست (محمدیان کریمی و خدا مرادی، ۲۰۱۸). مطالعه قدرت و اثرات آن و چگونگی به‌کارگیری آن در سازمان‌ها از این جهت مهم است که؛ روابط انسان‌ها در زندگی اجتماعی پیوسته در سلسله‌مراتبی از پایگاه‌ها و نقش‌ها شکل می‌گیرد. مسلم است که هر پایگاه و نقش دارای درجه‌ای از توانایی و قدرت در اداره امور بوده و میزانی از قدرت را در جامعه دارا می‌باشد. شخصی که آن پایگاه را احراز کرده است به‌نوعی دارنده آن قدرت تلقی شده و در نهایت قدرت در دست آن شخص عینیت و تجلی پیدا می‌کند (فاطمی نسب و محمودزاده، ۲۰۱۷). بنابراین درک اعضای سازمان از قدرت برای میزان موفقیت یا عدم موفقیت در سازمان ضروری است (تاوسین و همکاران، ۲۰۱۶).

مطالعات نشان می‌دهد، قدرت در هر سطحی از یک سازمان ضروری است و رهبران درون سازمان می‌توانند از قدرت، به‌عنوان راهی مفید برای دستیابی به اهداف استفاده کنند (تری، ۲۰۲۰). واضح است که مدیران برای مؤثر و اثربخش بودن به رفتارهای گوناگونی نیازمند هستند. رفتار مدیران، یکی از عوامل کلیدی و تأثیرگذار است که می‌تواند رشد یا مشکلات اجتناب‌ناپذیر سازمانی را به همراه داشته باشد؛ از این رو تمرکز بر ابعاد رفتاری مدیران در سازمان همواره از سوی پژوهشگران به‌عنوان ضرورتی اساسی در نظر گرفته شده است. هر مدیری در روند مدیریتی خویش از سبک یا سبک‌های معین و خاصی بهره می‌گیرد که این سبک در واقع مجموعه الگوهای رفتاری وی است که در جریان کار و فعالیت‌های سازمانی نمود پیدا می‌کند و بر مبنای این ویژگی‌ها، دیگران به‌ویژه کارکنان سازمان از وی شناخت پیدا می‌کنند و واکنش نشان می‌دهند (قنبری قلعه رودخانی و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین، سازمان‌ها را نمی‌توان جدای از رفتار مدیرانشان مورد مطالعه قرار داد. رفتار مدیران، به دلیل تأثیر مهم بر کسب منافع و دفع خطرات از سازمان و کارکنان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، مدیران با برخورداری از نگرش و رفتار کارکرد گرایانه و سازنده نسبت به جریان‌ها و اتفاقاتی که در محیط پیرامون و درون سازمان رخ می‌دهد، می‌توانند امکان تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها را فراهم سازند. به عبارت دیگر، رفتار مدیران می‌تواند در تبدیل جریان‌های منفی به سوی سازندگی و بهینه‌سازی امور سازمانی، نقشی کاملاً کارساز ایفا کند (سرلک و نوریانی، ۲۰۲۰). از طرفی، افراد می‌توانند زیردستان خود را کنترل کنند و بدون استفاده از زورگویی یا شیوه مدیریتی اقتدارگرا، دیگران را در اطراف خود تحت تأثیر قرار دهند (هافارت، ۲۰۲۰). تماس نزدیک و روزانه مدیران و سرپرستان با کارکنان، موجب می‌شود تا رفتار آن‌ها بر زندگی کارکنان و نحوه واکنش و رفتار آن‌ها بسیار تأثیرگذار باشد (یانز اراکو و همکاران، ۲۰۲۱).

رفتارهای سیاسی یا رفتارهای قدرت‌گرایی اغلب وقتی ظهور می‌کند که افراد در سازمان‌ها برای به دست آوردن منابع کمیاب رقابت می‌کنند، یا زمانی که تصمیمات مهمی باید اتخاذ شود که در نهایت بر روی فعالیت‌های سازمان تأثیر می‌گذارد، که این تأثیرات می‌تواند جنبه‌های مثبت یا منفی را برای سازمان به ارمغان آورد (انصاری، ۲۰۱۴). در این میان

2. Terry

3. Hoffarth

4. Yanez-Araque et al

1. Taucean et al

مبانی نظری

مسئله قدرت و قدرت‌طلبی از دیرباز مورد توجه دانشمندان بوده و پژوهش‌های گسترده‌ای در این زمینه بعمل آمده است. قدرت، ظرفیت تأثیر و تغییر رفتار و تصمیم‌های دیگران و نیرویی است که به‌عنوان پتانسیل نفوذ مدیر برای کنترل، غلبه بر مقاومت و هدایت کارکنان در مواقع لازم استفاده می‌شود (راکر و گالینسکی^۲، ۲۰۱۷). در حقیقت ادراک هر فرد از قدرت، بر رفتارهای مختلف اعم از خوش‌بینی و ادراک خطر اثرگذار است، به نحوی که افراد با ادراک قدرت پایین احتمالاً بیشتر درگیر رفتارهای پرخطر می‌شوند و کمتر نسبت به مسائلی مانند جنسیت نگرش کلیشه‌ای دارند (جیونی و همکاران^۳، ۲۰۲۱). براساس یک جنبه استدلالی وجود دارد که انگیزه قدرت؛ لذت محض مسئولیت و تصدی جایگاه، دستور دادن و کارها را سرپرستی کردن است (دی جونگ و همکاران^۴، ۲۰۱۸). دارندگان قدرت می‌توانند برای برآوردن نیازهای خود و اعتبار شخصی، از موقعیت‌های برتر خود استفاده کنند. در واقع، رهبری همیشه به رفتارهای مثبت منجر نمی‌شود و برخی از رهبران به رفتارهایی تمایل دارند که با جنبه‌های تاریک شخصیت آن‌ها مرتبط است (لاگادا^۵، ۲۰۲۰). آنچه واضح است، قدرت می‌تواند افراد را خودخواه و منافق جلوه دهد یا می‌تواند آنان را باهوش، جسور و الهام‌بخش نشان دهد (گارد و بارلو^۶، ۲۰۱۸). بنابراین عامل تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتار سیاسی در سازمان است. با اینکه از سیاست در سازمان، تعبیر مختلفی برداشت می‌شود اما آنچه مورد توجه بسیاری از اندیشمندان در حوزه رفتار سازمانی قرار دارد، این است که رفتار سیاسی نه‌تنها به‌گونه‌ای ذاتی منفی نیست بلکه می‌تواند برای اعضای یک سازمان و یا خود سازمان مفید نیز باشد (بیک‌زاد و منتظر خراسان، ۱۳۹۶). در زمینه چگونگی گسترش قدرت در داخل سازمان‌ها عقیده‌های مختلفی وجود دارد. بعضی اعتقاد دارند رابطه بین افراد در سازمان تحت تأثیر قدرت قرار می‌گیرد، حال آنکه برخی دیگر اثر آن را محدود به موقعیت‌های خاص می‌دانند ولی به هر حال قدرت بر تصمیم‌های سازمانی تأثیرگذار است و این خود موجبات بروز رفتار سیاسی را فراهم می‌آورد. در واقع اگر از قدرت برای نفوذ در دیگران به‌منظور نیل به هدف‌های سازمانی استفاده شود، کاربرد قدرت مشروعیت می‌یابد، اما به‌کارگیری آن برای تحقق

سازمان‌های دولتی به دلیل بافت و ساختار خاص خود در قیاس با شرکت‌های خصوصی بیشتر متأثر از رفتارهای سیاسی و قدرت‌طلبی مدیران هستند. برای نمونه مطرح شدن پرونده‌های مختلف از انواع و اقسام عزل و نصب مدیران و عدم ثبات مدیران در آن، به‌کارگیری مدیران بازنشسته علی‌رغم منع قانونی، انحصارگرایی و کوچک کردن فضا و عرصه رقابت درون‌سازمانی، وجود قدرت‌طلبی برخی ائتلاف‌ها و شبکه‌ها و گروه‌های خاص از جمله ویژگی‌های خاصی است که در چنین سازمان‌هایی متداول است (روم و دروری^۱، ۲۰۱۸) که نوعاً عدم توجه به زمینه‌ها و دلایل بروز و ظهور آن مشکلات عدیده‌ای را برای کارکنان و مدیریت بخش‌های مختلف سازمان ایجاد می‌نماید. این مطالب حاکی از آن است که اهمیت قدرت و قدرت‌طلبی در جوامع سبب شده است که دانشمندان علوم مختلف اعم از جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، سیاست‌مداران و درزمینه عوامل مؤثر بر قدرت‌طلبی و پیدایش شخصیت قدرت‌طلب تحقیقاتی زیادی ارائه دهند اما این موضوع در ارتباطات سازمانی مغفول مانده است.

بنابراین، این پژوهش با اشراف و درک خالص پژوهشی مدون و مشخص در حوزه رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران در ارتباطات سازمانی، درصدد خواهد بود که ضمن شناسایی و بررسی مفهوم رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی، چنین رفتاری را در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور مورد بررسی قرار داده و مدلی متشکل از عوامل مؤثر بر رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران ارائه دهد. مرور ادبیات و پیشینه تحقیق بیانگر این موضوع است که همه پژوهش‌های انجام گرفته بر قدرت و ارتباطات به تفکیک دلالت دارد. بنابراین آنچه بایستی مورد توجه قرار گیرد و خلأ آن در سازمان‌های دولتی کشور احساس می‌شود ارائه مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی متناسب با اهداف و مأموریت سازمان‌های دولتی است. بر همین اساس سؤالات اصلی و فرعی به شرح ذیل هستند.

در راستای آنچه گفته شد هدف اصلی تحقیق حاضر تلاشی است در جهت پاسخگویی به این سؤال که مدل رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور چگونه است؟ و عوامل علی، شرایط زمینه‌ای، استراتژی، عوامل مداخله‌گر و پیامدهای حاصل از به‌کارگیری مدل فرایند رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور کدامند؟

2. Rucker & Galinsky
3. Giurger et al
4. De Jong et al
5. Laguda
6. Garrard & Barlow

1. Romm & Drory

قدرت بر فرایندهای شناختی، ترجیحات اهداف شخصی و فساد مالی نیز توجه شده است (گینوت^۲، ۲۰۱۷). پژوهش‌ها حاکی از آن است که مدیران قدرت‌مدار تمایل دارند رفتارهای اجتماعی‌تر، خودخواهانه‌تر یا آمیزه‌ای از هر دو را که به زمینه و اهداف موقعیتی یا ویژگی‌های شخصیتی خود فرد وابسته است، بروز دهند (کراوس و تورز^۳، ۲۰۲۰). به این دلیل که قدرت می‌تواند تأثیرات عمیقی بر شناخت و رفتار داشته باشد (گالانگ و اوبی^۴، ۲۰۱۹).

اینکه رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران در سازمان چگونه باید باشد، موضوعی حائز اهمیت است که در هر سازمانی می‌تواند بسیاری از مشکلات انگیزشی کارکنان را رفع کند، رفتارهای مدیران می‌تواند بر اثربخشی کاری در سازمانی تأثیر داشته باشد. به‌طور کلی، سازمان‌ها ساختارهایی سیاسی هستند که در بین ذی‌نفعان توانایی ایجاد شکاف‌های افراطی را داشته و زمینه‌هایی برای بیان علایق، انگیزه‌های فردی و قدرت سیاسی ارائه می‌دهند (گرارد و بارلو، ۲۰۱۸).

از طرفی، در بحث و بررسی مفهوم ارتباطات سازمانی به‌عنوان سازه‌ای پراهمیت، یکی از مفاهیم کلیدی که خودنمایی می‌کند و سیر تحقیقات مختلف را به خود دیده است بحث قدرت مدیران و استفاده از این ابزار در روابط بین مدیر و کارمند است به این دلیل که فرایند ارتباطات یکی از فرایندهای مهمی است که در اثربخشی سازمان‌ها و موفقیت مدیر نقشی اساسی ایفا می‌کند. پژوهش و بررسی در محیط سازمان‌ها و حیات کاری نشان می‌دهد که به‌طور متوسط مدیران سطوح مختلف بین ۷۵ تا ۹۵ درصد از اوقات خود را صرف ارتباطات و پیام‌رسانی می‌کنند.

ارتباطات یکی از مهم‌ترین عناصر فرایند مدیریتی محسوب می‌شود، وجود ارتباطات مؤثر و صحیح در سازمان همواره یکی از اجزای مهم در توفیق مدیریت به شمار می‌رود (پاپاسترگیو^۵، ۲۰۱۰). ارتباطات در سازمان‌های مختلف اشاره به راه‌ها، استراتژی‌ها و ابزارهای مختلفی دارد که کارکنان از آن در فعالیتهای ارتباطی رسمی، بین فردی، و گروهی استفاده می‌کنند (سینگ^۶، ۲۰۱۴). همچنین، اهمیت ارتباطات در محیط‌های سازمانی غیرقابل‌انکار است؛ به‌طوری که می‌توان آن را یکی از عوامل حیاتی در موفقیت شغلی دانست، به عبارتی، ارتباطات یکی از مهم‌ترین ابزارهای، جامعه متمدن و

بخشیدن به هدف‌های شخصی یادآور رفتاری سیاسی است (لیو و همکاران^۱، ۲۰۱۰).

ابراهیم‌پور و عباسیان (۲۰۱۶)، ضمن بررسی نقش قدرت و سیاست در سازمان، عنوان می‌دارند تحقق اهداف سازمانی در گرو استفاده از مدیریت است و مدیریت را نفوذ در دیگران جهت کسب اهداف سازمانی می‌نامند که راه نفوذ مستلزم به‌کارگیری قدرت و سیاست است و بیان می‌دارد؛ قدرت، به مفهوم «توانایی تحمیل اراده یک فرد بر دیگران، حتی برخلاف میل آن‌ها» اساساً یک مفهوم جامعه‌شناختی است که هم شامل قدرت فیزیکی و هم شامل قدرت سیاسی می‌شود و در یک وضعیت اجتماعی بروز می‌کند، قدرت سیاسی آن نوع از قدرتی است که یک فرد یا گروه در درون جامعه برای تأثیرگذاری و کنترل زندگی سایر افراد و گروه‌ها دارا هستند، بنابراین قدرت یک نیروی نامحسوس اما بسیار تأثیرگذار در سازمان است.

صابری و کاظمی (۲۰۱۴)، با بررسی ابعاد «قدرت مدیران در سازمان‌ها»، قدرت را یکی از واقعیت‌های مهم حیات سازمان می‌داند که برای رهبران و مدیران سازمان‌ها و بنگاه‌های صنعتی و اقتصادی و دانشگاه‌ها جزئی لاینفک از نقش‌ها، شایستگی‌ها، اقدامات و تصمیمات محسوب می‌شود که مدیران نه‌تنها باید آن را جزء جدانشدنی شغل و وظیفه خود به‌حساب آورده‌اند، بلکه باید با شیوه کاربرد آن آشنا باشند تا با استفاده صحیح از آن تحقق و تأمین هدف‌های خود و سازمان را تسریع کنند.

از طرفی، رفتار مدیران یکی از عوامل کلیدی و تأثیرگذار است که می‌تواند رشد یا مشکلات اجتناب‌ناپذیر سازمانی را به همراه داشته باشد؛ از این‌رو تمرکز بر ابعاد شخصیتی مدیران در سازمان همواره از سوی پژوهشگران به‌عنوان ضرورتی اساسی در نظر گرفته شده است (رستگار و همکاران، ۲۰۲۳). به‌طور کلی، قدرت بر رفتارهای سازمانی تمامی افراد سازمان اثر می‌گذارد و امکان پیش‌بینی رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

از طرفی، رفتار ناعادلانه سرپرستان منجر به اتخاذ رفتارها و اقدامات تلافی‌جویانه توسط کارکنانی می‌شود که هدف آن‌ها مجازات افراد مسبب بی‌عدالتی در سازمان و برقراری عدالت است (اقبال و رشید، ۲۰۱۹). پژوهش‌های شناختی اجتماعی نشان داده است که قدرت، به فکر، گفتار و عمل انرژی می‌بخشد و افراد را به سمت اهداف مهم مرتبط با نقش‌های قدرت، تمایلات، وظایف و فرصت‌ها سوق می‌دهد، قدرت باعث افزایش اعتمادبه‌نفس، خودمختاری و اولویت‌بندی تلاش‌ها در راستای پیشبرد اهداف کانونی می‌شود. از طرفی، به تأثیرات

2. Guinote
3. Kraus & Torrez
4. Galang & Obhi
5. Papastergiou
6. Singh

1. Liu et al

پیشینه پژوهش

رستگار همکاران (۲۰۲۳)، پژوهشی تحت «واکوی اثرگذاری و اثرپذیری پیامدهای تجلی سه‌گانه روشن شخصیت مدیران در سازمان‌های دولتی» انجام دادند. این پژوهش در زمره پژوهش‌های آمیخته با رویکردهای کیفی و کمی در منطق قیاسی استقرایی است. مشارکت‌کنندگان پژوهش در بخش کیفی استادان، مدیران میانی و ارشد سازمان‌های دولتی بود. نتایج پژوهش نشان داد؛ عوامل تصور ذهنی مثبت، ارتقای تبادلات رهبر پیرو، حفظ و نگهداشت کارکنان، متخصص و یکپارچگی و انسجام، بیشترین تأثیرگذاری در میان پیامدها را دارند و عوامل توسعه و تعالی سازمان، رضایت و اعتماد سازمانی، ارتباطات اثربخش و جهت‌گیری خیرخواهانه، بیشترین تأثیر را از سایر پیامدها می‌پذیرند، همچنین سه‌گانه روشن شخصیت مدیران، پیامدهای مثبتی را برای زندگی سازمانی کارکنان به همراه دارد؛ بنابراین ضروری است که این سازه جدید شخصیتی، در کانون توجه پژوهشگران و متولیان اجرایی حوزه منابع انسانی قرار گیرد.

ترک‌زاده و همکاران (۲۰۲۰)، پژوهشی تحت عنوان «شیوع رفتارهای سیاسی در انواع ساختارهای سازمانی با واسطه‌گری منابع قدرت: مطالعه آموزش و پرورش استان فارس» انجام دادند. نتایج نشان داد نوع ساختار سازمانی تواناساز، پیش‌بینی‌کننده رفتارهای سیاسی نیست و متغیر منابع قدرت در این رابطه، سهم واسطه‌گری ندارد؛ ولی در ساختار بازدارنده، منابع قدرت در رابطه نوع ساختار سازمانی بازدارنده با رفتارهای سیاسی، سهم واسطه‌گری نسبی دارد.

نصیری ولیک بنی (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با اعتماد سازمانی و اثربخشی ارتباطات سازمانی» انجام داد. این از نوع توصیفی پیمایشی - همبستگی است. نتایج پژوهش نشان داد که وضعیت هر دو متغیر اعتماد سازمانی و میزان اثربخشی ارتباطات سازمانی در دانشگاه بوعلی سینا همدان در حد متوسط است و ارتباط مثبت و معنادار بین منابع قدرت مدیران و اعتماد سازمانی، وجود ندارد؛ همچنین نتایج نشان داد که قدرت اجبار مدیران بیشترین تأثیر را بر اعتماد و اثربخشی ارتباطات سازمانی دارد؛ به عبارتی بین قدرت اجبار مدیران و اعتماد سازمانی، رابطه منفی وجود دارد.

سعیدی (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی قدرت‌طلبی در نظام مدیریت از دیدگاه نهج‌البلاغه» بیان می‌دارد، قدرت‌طلبی، یکی از آسیب‌های جدی در نظام مدیریتی است که سبب تضعیف کارآمدی نظام و دور شدن از اهداف صحیح مدیریتی می‌شود. از جمله آسیب‌هایی که در این حوزه قابل بررسی است، می‌توان به سه حوزه شخصیتی مدیران که عبارت است از: سلطه‌گری، کبرورزی، امتیازجویی و زیاده‌طلبی، حوزه رفتاری مدیران که شامل: تندخویی و خشونت، ظلم و ستم، فریب دادن، و

عامل توسعه و تعالی انسان است و ارتباطات برای موفقیت یک انسان امری حیاتی است، ارتباطات در سازمان شکلی از روابط میان فردی است که نظر به روابط کاری کارکنان درون یک سازمان است (دامغانیان و همکاران، ۲۰۱۷). روابط میان فردی در سازمان اشاره به راه‌ها و استراتژی‌ها و ابزارهای مختلفی دارد که کارکنان در فعالیت‌های ارتباطی استفاده می‌کنند (آرورا و رنگ نکار، ۲۰۱۶). از آنجایی ارتباطات سازمانی نوعی تبادل اطلاعات است که پایه و اساس ادراک و احساس میان دو نفر و بیشتر، یا یک گروه را در شرکت یا سازمان فراهم می‌کند و باعث می‌شود شبکه‌های سازمانی به‌منظور انجام دادن وظایف سازمانی شکل گیرند (چوی و همکاران، ۲۰۱۸)، همچنین یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه و تعالی نیروی انسانی و عاملی حیاتی برای موفقیت هر سازمان به شمار می‌آید. اغلب از مدیریت به‌عنوان قلب سازمان و از جریان ارتباطات به‌عنوان جریان خون در سازمان یاد می‌کنند (فرچوند و مصری، ۲۰۲۱). بنابراین، صاحبان قدرت تمایل دارند موفقیت‌های سودمند خود را بیشتر حفظ و تقویت کنند و ترس از دست دادن جایگاه و موفقیت، آنان را در ارتباطات بر پایه کنترل و اطاعت سوق خواهد داد (ووئیس و همکاران، ۲۰۱۹).

بنابر آنچه گفته شد، حس قدرت‌طلبی در انسان در هیچ جنبه‌ای از بین نمی‌رود بلکه، هر زمان زمینه جدیدی برای قدرت‌طلبی کشف کند و از یک قدرت نایافته آگاهی یابد که امکان دسترسی به آن برایش حاصل باشد، در هر موقعیتی که باشد میل به قدرت، او را به تلاش‌های جدیدی برای دست یافتن به آن وادار خواهد کرد. رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران در سازمان نیز می‌تواند ارتباطات سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد، بنابراین به‌اندازه‌ای توسعه دایره ارتباطات مدیران در سازمان و آگاهی بیشتری، میل به قدرت در آن‌ها توسعه می‌یابد. در واقع رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران اهداف سازمان را در کنار منافع دیگران و سیاست‌های کلی سازمان مورد ارزیابی و ارزش‌گذاری قرار داده و به تصمیم‌گیری می‌پردازد. نتایج پژوهش کیونگو^۴ (۲۰۱۶)، حاکی از آن است که طریقی که مدیران در محیط کار با دیگران تعامل دارند با سطح شایستگی ارتباطی آن‌ها مشخص می‌شود. چراکه شایستگی ارتباطی بین فردی، آن‌ها را قادر می‌سازد به بهره‌وری خود را در ایجاد و حفظ روابط کاری سالم با سازمان‌ها و ذی‌نفعان داخلی و خارجی افزایش دهند.

1. Arora & Rangnekar
2. Choi et al
3. Wisse et al
4. Kyongo

الن و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، پژوهشی با عنوان «حمایت سیاسی رهبر: تجدیدنظر در رفتار سیاسی رهبر» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد، که از لحاظ تاریخی، سیاست سازمانی و رفتار سیاسی رهبر، به‌عنوان رفتار خودخواهانه و ضد تولید معرفی شده‌اند، همچنین اقدامات سیاسی می‌تواند به اهداف مثبت دست یابند. علی‌رغم یک سوگیری تاریخی نسبت به جنبه‌های منفی سیاست سازمانی، حمایت سیاسی رهبر در تعدادی از ویژگی‌های رفتارهای حمایت‌کننده مشترک است و باید به‌عنوان شکلی از رفتار اجتماعی در نظر گرفته شود.

وويس و همکاران (۲۰۱۹)، پژوهشی با عنوان «ترس از دست دادن قدرت، صاحبان قدرت را فاسد می‌کند: اثرات ترکیبی ترس رهبر از دست دادن قدرت و جو رقابتی بر رفتار خودخواهانه رهبر» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که ترس رهبر از دست دادن قدرت ممکن است رفتار او را تحت تأثیر قرار دهد، به‌ویژه اگر مدیران در محیطی کار کنند که از نظر آن‌ها رقابتی است و قدرت برای مدیران دارای ارزش است زیرا دسترسی به مزایای ملموس و ناملموس متعددی را ارائه می‌دهد که ترس از دست دادن قدرت ممکن است واکنش‌های رفتاری متعددی داشته باشد بنابراین از دست دادن قدرت به‌طور مثبت با رفتار خودخواهانه رهبر مرتبط است.

دی جونگ و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «ارتباط بین قدرت شخصی درک شده، تعهد تیمی و انگیزه درونی برای کارگران دائمی و موقت» انجام دادند. یافته‌های آن‌ها نشان داد که تا امروز، تحقیقات در مورد نحوه رفتار کارگران موقت در تیم‌ها و نحوه تأثیر آن‌ها بر همکاران خود با قراردادهای دائمی و اینکه چگونه کارگران موقت بر عملکرد تیم از طریق ساختارهای قدرت در تیم‌ها تأثیر می‌گذارند، انجام نشده است. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که برای کارگران موقت، ارتباط بین ادراکات قدرت شخصی و انگیزه درونی و تعهد تیمی در سطوح متوسط تا بالا از قدرت شخصی درک می‌شود اما برای کارگران دائمی، این مطالعه یک رابطه خطی پیدا می‌کند. علاوه بر این، کارگران موقت یک گروه ناهمگن هستند، با انگیزه‌های شدید برای پذیرش شغل موقت. نتایج نشان داد؛ کارگران موقت، در موقعیت وابسته به رابطه شغلی خود قرار دارند و با توجه به نوع قرارداد، کارگران موقت در مقایسه با دائمی وضعیت پایین‌تری دارند و کارگران موقت لزوماً درک نمی‌کنند که قدرت کمتری در مقایسه با کارگران دائمی دارند و در سطوح متوسط قدرت، کارگران موقت انگیزه ذاتی بالایی دارند و نسبت به تیم خود احساس تعهد می‌کنند که شرایط مهمی برای

حوزه کارکردی مدیران که عبارت از: اجتناب و فاصله داشتن از مردم، ایجاد بدعت، خیانت و پیمان‌شکنی، است، اشاره کرد. در این مقاله با روش کتابخانه‌ای و تحلیل محتوا عوامل مذکور در کلم امام علی (ع) در نهج‌البلاغه، این ۳ نوع از قدرت موردبررسی قرار گرفته شده است.

صداقت کیش و نصر الهی (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان مطالعه موردی: ادارات مرکزی بانک کشاورزی ایران» عنوان می‌دارند که منبع قدرت غالب در بین مدیران بانک کشاورزی از دیدگاه کارکنان، قدرت مرجعیت است. همچنین در بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان نیز بالاترین میانگین مربوط به توفیق طلبی می‌باشد. تحلیل‌ها آن‌ها نشان داد بین منبع قدرت پاداش مدیران با تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، توفیق طلبی و مرکز کنترل درونی کارکنان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین بین منابع قدرت قانون و تخصص مدیران با خلاقیت و تحمل ابهام کارکنان، منبع قدرت مرجعیت مدیران با خلاقیت و توفیق طلبی کارکنان، و قدرت اجبار مدیران با استقلال‌طلبی کارکنان رابطه مستقیم و معناداری مشاهده شد. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که منبع قدرت پاداش مدیران بیشترین نقش را در پیش‌بینی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان دارد.

جورج و همکارانش (۲۰۲۱)، تحقیقی با عنوان «آیا قدرت ذهن را فاسد می‌کند؟ تأثیر قدرت بر استدلال اخلاقی و رفتار منفعت طلبانه» انجام دادند. این تحقیق به روش آزمایشی انجام گردید. آن‌ها این سؤال را مطرح کردند که؛ آیا قدرت رهبران استدلال آن‌ها را در مورد مسائل اخلاقی شکل می‌دهد و آیا چنین استدلال اخلاقی متعاقباً بر نمایش رفتار منفعت طلبانه رهبران تأثیر می‌گذارد یا خیر، آن‌ها از آزمایش دست‌کاری دو مؤلفه قدرت رهبر استفاده کردند؛ قدرت بر تعداد بیشتر در مقابل پیروان کمتر و قدرت برای اعمال اراده با داشتن اختیارات بیشتر در مقابل گزینه‌های پرداخت کمتر برای تخصیص بین خود و پیروانش. نتایج نشان داد که داشتن قدرت بر پیروان بیشتر، استدلال اخلاقی اصولی رهبران را کاهش می‌دهد، درحالی‌که داشتن قدرت بالاتر برای اعمال اراده، رهبران را قادر می‌سازد تا در رفتارهای منفعت‌جویانه شرکت کنند، همچنین قدرت بر رفتار منفعت‌جویانه با کاهش استدلال اخلاقی اصولی افزایش می‌یابد و قدرت نفع شخصی را در درون و بیرون زمینه‌ای که قدرت در آن نگهداری می‌شود، فعال می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، تلفیقی از نوع روش‌های کیفی و کمی یا آمیخته می‌باشد. در بخش کیفی برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه استفاده شد است، جامعه آماری خبرگانی است که سابقه فعالیت، به‌عنوان استاد دانشگاه در رشته مدیریت و ارتباطات دانشگاه‌های تهران و سابقه مدیریت سازمان‌های دولتی استان تهران را نیز داشتند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند است که پس از انجام ۱۵ مصاحبه نیمه ساختاریافته، کدها به اشباع نظری رسید، طوری که پاسخ‌ها تکراری شد و داده جدید یافت نشد. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ بیان شده است:

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1: Demographic Information of the Interviewees

مشخصات	روش نمونه‌گیری	برآورد	جنسیت		نمونه
			زن	مرد	
مدیریت (۹)، ارتباطات (۶)	هدفمند-گلوله برفی	اشباع نظری	۵	۱۰	اساتید دانشگاهی مدیریت و ارتباطات دانشگاه‌های تهران که سابقه مدیریت در سازمان‌های دولتی تهران داشتند.

انجام گرفته، تعداد ۳ مصاحبه انتخاب‌شده و هرکدام از آن‌ها دو بار در یک‌فاصله زمانی ۱۵ روزه توسط پژوهشگر کدگذاری شده‌اند که یافته‌های آن به شرح جدول زیر است. پایایی باز آزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذیل، برابر ۸۱ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است (به نقل از کواله، ۱۹۹۶)، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد.

$$\text{درصد توافقی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد توافقی}$$

$$\frac{2 \times 22}{82} \times 100 = 81\%$$

عملکرد شغلی است. از سوی دیگر، کارگران دائمی اعم از ترکیبی و غیر ترکیب، سطوح بالاتری از انگیزه درونی و تعهد تیمی را زمانی نشان می‌دهند که قدرت شخصی درک شده بالا باشد. سیدیا و همکاران (۲۰۱۶)، تحقیقی با عنوان «رابطه بین ارتباطات سازمانی و بهره‌وری کارکنان با ابعاد جدید جریان ارتباط مؤثر» به روش مروری انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد، جریان ارتباطات مؤثر در سازمان، پیوندهای محکم میان مدیران و کارکنان را توسعه می‌دهد، پس‌از آن کارکنان اعتمادبه‌نفس پیدا می‌کنند که آن‌ها را مولد تر می‌کند

جامعه آماری در بخش کمی پژوهش شامل مدیران سازمان‌های دولتی استان تهران به تعداد ۲۹۰۰ می‌باشند. در این بخش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است، روش نمونه‌گیری در این بخش، روش کمی نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده است. پرسشنامه بین ۳۸۰ نفر از مدیران توزیع گردید.

برای بررسی روایی بخش کیفی، از بازنگری توسط شرکت‌کنندگان، مرور توسط افراد غیر از شرکت‌کنندگان، تلفیق مکانی و تلفیق شرکت‌کنندگان استفاده شد. همچنین برای محاسبه پایایی از روش باز آزمون استفاده و از بین مصاحبه‌های

جدول ۲. نتایج پایایی با استفاده از روش باز آزمون

Table 2. Reliability Results Using the Test-Retest Method

کد مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
A۶	۱۶	۸	۳۹٪
A۲	۳۰	۱۴	۷۳٪
A۳	۳۳	۱۴	۸۰٪
کل	۸۲	۳۳	۸۱٪

خبره دانشگاهی آشنا به موضوع استفاده شده و برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است، از آنجایی که مقدار ضریب آلفای کرونباخ در کل پرسشنامه و تمامی ابعاد اصلی بزرگ‌تر از ۰/۷۷ می‌باشد، حاکی از تأیید روایی و پایایی پرسشنامه پژوهش است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کمی تحقیق، پرسشنامه است. این پرسشنامه مشتمل بر ۳۷ گویه (از ابعاد و مؤلفه‌های احصا شده از بخش کیفی) است. برای سنجش روایی پرسشنامه، از دو روش روایی صوری (ظاهری) و روایی محتوا استفاده شده است. برای سنجش این دو نوع روایی از نظرات ۸

سازمان‌های دولتی کشور با اساتید رشته‌ای مدیریت و ارتباطات مصاحبه به عمل آمد و داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از رویکرد داده بنیاد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند، بدین ترتیب که مؤلفه‌های مرتبط با موضوع پژوهش استخراج گردیدند بر اساس گام‌های روش داده بنیاد، برای تحلیل داده، متن مصاحبه‌ها چندین بار به دقت مطالعه و سپس کدگذاری شد. در ادامه زمانی که همه داده‌ها کدگذاری شدند مؤلفه‌ها شکل گرفت و پس از بازبینی و تعریف آن‌ها، نتایج در قالب کدهای اولیه دسته‌بندی گردید. پس از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها ۹۵ کد اولیه شناسایی گردید که پس از بررسی مفاهیم اولیه و حذف مفاهیم غیرقابل استفاده و مفاهیم تکراری، اطلاعات به دست آمده به ۸۸ مفهوم پایه تعدیل گردید، جدول ۳ نمونه‌ای از کدگذاری اولیه (باز) را نشان می‌دهد.

برای بررسی و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شده است که در استراتژی داده بنیاد رویکرد استراوس و کوربین، برای رسیدن به نظریه نهایی به کار می‌روند (لاروسا، ۲۰۰۵). به این صورت به کمک روش‌شناسی نظریه داده بنیاد و تحلیل متون حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، نتایج کدگذاری باز، محوری و انتخابی تشریح شده و مدل مفهومی برای ارائه مدل فرایند رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور توسعه داده شده است. برای تحلیل داده‌ها در بخش کمی از نرم‌افزار SPSS20 و Lisrel 8.54 استفاده شد.

یافته‌ها

کدگذاری باز: در این مرحله به منظور شناسایی مؤلفه‌های مدل رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران

جدول ۳. نمونه‌ای از کدگذاری اولیه (باز)

Table 3. Primary Coding (Open)

کدهای اولیه	نکات کلیدی متن
استفاده از ابزار اطلاعات برای بروز رفتار قدرت طلبی	به نظر بنده گاهی استفاده ابزاری از اطلاعات خاص توسط مدیران و افراد سازمانی می‌تواند عامل بروز رفتار قدرت طلبی شده و شخص از آن استفاده کند. البته ناگفته نماند که نوع خصوصیات هر شخص نیز با توجه به مشخصه‌هایی که در آن وجود دارد نیز می‌تواند یک نوع قدرت در او ایجاد کند مثلاً هوش افراد خود خاص بر ایجاد رفتارهای قدرت طلبی است چه بسا افرادی هوش ذاتی برای قدرت طلبی دارند.
خصوصیات شخصی افراد در رفتار قدرت طلبی مؤثر است	گاهی اوقات نوعی از رفتارهای سازمانی و شخصی کارکنان و ارتباطات رسمی بین آن‌ها به نحوی است که باعث می‌شود برخی از افراد رفتارهایی خاص از خود بروز دهند.
اعمال و رفتار کارکنان در مقابل مدیران سازمانی مانند ستایش و چاپلوسی	زمانی در سازمان‌ها شاهد بودیم که مدیران به جهت معاشرت‌های خود با افراد ذی نفوذ یا خود را به طریق جلوه دهند که ابا افراد نفوذ دار ارتباط خاص دارند که بر آن اساس سوءاستفاده کرده و از آن به عنوان یک ابزار قدرت برای اعمال کردن خواسته‌های خود تلاش نمایند.
تغییرات ساختاری و نوع تغییرات سازمانی عامل تغییر مدیریت عامل بروز رفتار قدرت طلبی	گاهی اوقات ساختارهای سازمان‌ها به گونه‌ای است که زمینه بروز رفتارهای قدرت طلبانه را برای مدیران فراهم می‌کند. البته در برخی از موارد تغییر ساختارها، تغییر مدیریت‌ها، تغییر فضاها و هرگونه تغییری نیز زمینه بروز رفتارهای قدرت طلبانه را برای مسئولان سازمانی فراهم می‌کند.
تأثیر فضاهای سازمان	نکته‌ای که حتماً باید به آن بپردازیم این است که نوع ارتباطات بین سازمان‌ها در نوع رفتارهای مدیران مؤثر است گاهی ارتباطات کاری، تصمیمات و شرایط سیاسی حاکم بر جامعه منجر به ایجاد همکاری بین سازمان‌ها برای هم‌افزایی می‌شود که می‌تواند برای بروز رفتار قدرت طلبی برای مدیران مؤثر
نوع ارتباطات بین سازمانی	
شرایط سیاسی حاکم بر سطح سازمان‌ها	
تصمیمات دولتی و سیاسی بر رفتارهای قدرت طلبی	

هریک از کدهای نهایی به یک کد مفهومی تبدیل شدند و مفاهیم در طبقه‌های فرعی ساماندهی می‌شود. یافته‌های آن به شرح جدول ۴ است:

کدگذاری محوری: در مرحله بعد کدهای اولیه گردآوری شده از مصاحبه‌ها به علت تعداد فراوانی آن‌ها و قرابت معنایی به کدهای ثانویه و نهایی تبدیل شدند. در ادامه روند پژوهش،

جدول ۴. کدگذاری محوری و ساخت مقوله‌ها

Table 4. Central Coding and Construction of Categories

کدگذاری محوری	مفاهیم	مقوله‌ها
سازگاری موقعیتی	رفتارهای غیررسمی	رفتارهای حاصل از مبادلات غیررسمی برای کسب هدف
	تلاش برای حل مشکل	رفتارهای تأثیر گرفته برای حل مشکلات شخصی
	تلاش برای حل تعارضات	نقش رفتارهای تعارضات درون گروهی و بین فردی
	کاربرد راهبردها	به‌کارگیری راهبردهای مناسب برای کسب هدف در موقعیت
	رابطه با محیط	برقراری رابطه‌ای مؤثر برای استفاده از محیط
موقعیت شغلی	هماهنگی با محیط	نقش همسان‌سازی و هماهنگی با رفتارهای محیط
	ویژگی‌های خاص شغلی	وضعیت طبقه حاکم و قرار گرفتن افراد در شغل‌های خاص
	طبقه‌های خاص شغلی	گروه‌بندی کردن شغل‌های و پست‌ها در سازمان
	مسیر شغلی	نقش رشد شغلی بدون در نظر گرفتن تعهد برای بروز رفتار
جوسازمانی	حساسیت شغلی	نقش مهم بودن و حساس بودن زمینه بروز رفتارها قدرتی
	شناخت‌های محیطی	تأثیر مجموعه شناختی حاکم در بین کارکنان سازمان
	رفتارهای محیطی	نقش خصوصیات رفتاری محیطی در بین کارکنان و سازمان
ساختارهای سازمانی	احساسات و درک	نقش درک و احساسات درون گروهی و بین فردی
	چارچوب‌های حاکم	تأثیر چارچوب‌ها و نوع دسته‌بندی‌های سازمانی
مقررات سازمانی	الگوی کاری	تأثیر تعیین بایدها و نبایدهای تدوین شده در سازمان
	بروکراسی	تأثیر نوع بروکراسی‌های اداری و پیچ‌وخم‌های کاری
مدیریت	قوانین اداری	تأثیر و نقش قوانین تدوین شده در سازمان
	اداره نیروی انسانی	نقش نحوه اداره کردن افراد در سازمان‌ها و روش پرسنلی
	تعیین خط‌مشی‌ها	تأثیر برنامه‌ریزی و تعیین راه‌کارها
خصوصیات شخصیتی	کنترل سیاست‌ها	نقش تحت کنترل قرار دادن سیاست‌ها توسط مدیران
	ویژگی‌های اخلاقی	تأثیر ویژگی‌های افراد و خصوصیات اخلاقی
	تفاوت‌های فردی	نقش توانایی‌ها و تفاوت‌های افراد در بروز رفتار
عوامل اخلاق	تعمدپذیری	نقش تعهد و مسئولیت کارکنان نسبت به یکدیگر و سازمان
	مسئولیت‌پذیری	داشتن مسئولیت و اشتیاق و انگیزه شغلی در انجام کارها
	رعایت نکات دینی	میزان استفاده از آموزه‌های دینی و اخلاقی در بین کارکنان
پویایی و پیچیدگی	پویایی محیط	وجود جنب‌وجوش و پویایی در فعالیتهای سازمان مانع از بروز رفتارهای قدرت طلبانه می‌شود
	پیچیدگی‌هایی اداری که مانع ایجاد رفتارهای قدرتی	پیچیدگی‌هایی اداری که مانع ایجاد رفتارهای قدرتی
موقعیت شغلی	پست سازمانی	نقش نوع پست‌های واگذار شده به افراد در سازمان
	اختیارات شغلی	سطح اختیارات هر فرد در سازمان مرتبط به شغل
	سطح دسترسی به منابع	سطح دسترسی افراد به منابع اطلاعاتی و قانونی
ارتباطات	روابط کاری	نوع روابط کاری و فعالیت‌های غیررسمی و نوع مراودات
	ارتباطات بیرونی	استفاده از ارتباطات با قدرت‌های بیرونی از سازمان
	عواطف بین فردی	استفاده از روابط عاطفی حاکم بین افراد برای کسب قدرت
فرهنگ سازمانی	مراودات بین فردی و گروهی	نقش مراودات عمومی و گسترش یافته در بین کارکنان
	آداب حاکم بر محیط اداره	تأثیر آداب و رسم‌های که در بین کارکنان هر سازمان
کاهش مشارکت	عقاید و بینش	نقش عقیده‌های درونی و ظاهری و نوع نگرش افراد
	کم شدن مشارکت	یکی از آثار رفتارهای قدرت طلبانه کاهش حضور در فعالیت
بی‌تفاوتی سازمانی	کاهش فعالیت‌های اجتماعی	دوری از فعالیت‌های جمعی و اجتماعی در سازمان
	کاهش اشتیاق به سازمان	بی‌تفاوت شدن کارکنان به فعالیت‌های سازمان
	کاهش تعلق سازمانی	از دست دادن انگیزه و تعلق به سازمان
الگوهای سازمانی	نارضایتی عمومی	بروز نارضایتی‌های عمومی کارکنان
	چارچوب‌ها	نقش مدل‌های رفتاری بین سازمان‌ها و درون سازمان
	مدل رفتاری	لزوم حرکت کارکنان بر اساس الگوی رفتاری

کلمه بیان می‌کند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). در این پژوهش مقوله مرکزی یا پدیده محوری «رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی» نامیده می‌شود.

کدگذاری انتخابی: کدگذاری انتخابی، مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد. این امر از طریق کشف مقوله مرکزی صورت می‌گیرد، مقوله مرکزی، نتایج بررسی و تحلیل را در قالب یا عبارت کوتاه متشکل از چندین

جدول ۵. کدگذاری انتخابی و ساخت طبقات اصلی

Table 5. Selective Coding and Construction of Main Classes

طبقات اصلی	مقوله‌ها (طبقات فرعی)	مفاهیم	
عوامل علی	خصوصیات شخصیتی	ویژگی‌های اخلاقی	
		تفاوت‌های فردی	
	ارتباطات	روابط کاری	
		ارتباطات بیرونی	
		عواطف بین فردی	
	فرهنگ حاکم	مراودات بین فردی و گروهی	
		آداب حاکم بر محیط اداره	
		عقاید و بینش	
	مدیریت	اداره نیروی انسانی	
		تعیین خط‌مشی‌ها	
شرایط زمینه‌ای	رفتار سیاسی	کنترل سیاست‌ها	
		رفتارهای غیررسمی	
		تلاش برای حل مشکل	
	سازگاری موقعیتی	تلاش برای حل تعارضات	
		کاربرد راهبردها	
		رابطه با محیط	
	موقعیت شغلی	هماهنگی با محیط	
		پست سازمانی	
	استراتژی	جوسازمانی	اختیارات شغلی
			سطح دسترسی به منابع
مقررات سازمانی		شناخت‌های محیطی	
		رفتارهای محیطی	
		احساسات و درک	
عوامل مداخله‌گر	الگوهای سازمانی	بروکراسی	
		قوانین اداری	
	عوامل اخلاقی	چارچوب‌ها	
		مدل رفتاری	
		تعهدپذیری	
پیامدها	پویایی و پیچیدگی	مسئولیت‌پذیری	
		رعایت نکات دینی	
	بی‌تفاوتی سازمانی	پویایی محیط	
		پیچیدگی‌های سازمانی	
		کاهش اشتیاق به سازمان	
کاهش مشارکت	کاهش تعلق سازمانی		
	نارضایتی عمومی		
کاهش فعالیت‌های اجتماعی	کم شدن مشارکت		
	کاهش مشارکت		

موجود در سازمان دارد و این رفتارهای قدرت طلبانه با موضوع فرهنگ سازمانی ارتباط مستقیم دارد. از سوی دیگر نوع مدیریت حاکم بر سازمان نیز به نوع گسترش رفتارهای قدرت طلبانه جهت می دهد و در کل تمامی مؤلفه های خصوصیات هر شغل نوع ارتباط بین افراد و فرهنگ حاکم همراه با نوع مدیریت بر نوع رفتارهای قدرت طلبانه تأثیرگذار هستند.

استراتژی: این عوامل در شکل دهی و ایجاد بستر مناسب برای رفتارهای قدرت طلبانه تأثیرگذار می باشند. از جمله عوامل به دست آمده شامل جوسازمانی - الگوهای سازمانی - ساختار سازمانی و قوانین و مقررات سازمانی که به ایجاد رفتارهای قدرت طلبانه منجر و باعث ظهور آن می گردد. بدیهی است عوامل ساختاری و الگوها و قوانین باعث پیدایش رفتارهای قدرت طلبانه ای در سطح سازمان خواهند شد. زمانی در سازمان ها شاهد بودیم که مدیران به جهت معاشرت های خود با افراد ذی نفوذ یا خود را به طریق جلوه دهند که ابا افراد نفوذ دار ارتباط خاص دارند که بر آن اساس سوء استفاده کرده و از آن به عنوان یک ابزار قدرت برای اعمال کردن خواسته های خود تلاش نمایند. گاهی اوقات ساختارهای سازمان ها به گونه ای است که زمینه بروز رفتارهای قدرت طلبانه را برای مدیران فراهم می کند. البته در برخی از موارد تغییر ساختارها، تغییر مدیریت ها، تغییر فضاها و هرگونه تغییری نیز زمینه بروز رفتارهای قدرت طلبانه را برای مسئولان سازمانی فراهم می کند.

شرایط زمینه ای: رفتار سیاسی و سازگاری موقعیتی و موقعیت شغلی از عوامل زمینه ای رفتارهای قدرت طلبانه در سطح سازمان می باشند. یکی از مهم ترین آفاتی که در سازمان ها مانع پیشرفت خواهد شد این است که افراد نسبت به سرنوشت سازمان از خود حرکتی نشان ندهند و اتفاقاتی که در سازمان می افتد برایشان مهم نباشد بلکه در صورتی که افرادی باشند که به دنبال کسب هدف و اهداف شخصی خود باشند و در تلاش هستند که بر دیگران تسلط پیدا کنند و این تلاش برای تسلط بر دیگران اولاً افراد را از یکدیگر دور کرده و سپس باعث می شود که کارکنان نسبت به مشکلات و اهداف سازمان بی تفاوت بشوند. مسلماً وقتی که نسبت به سازمان بی تفاوت باشند مشارکت در انجام فعالیت های سازمان و ادارات کاهش می یابد و همه این ها باعث عدم کسب موفقیت در اهداف می شود.

عوامل مداخله گر: محیط های پویا و پیچیده و اخلاق سازمانی از مؤلفه های مهمی هستند که می توانند مانع شکل گیری رفتارهای قدرت طلبانه در سازمان شوند وقتی محیط سازمانی پویا و همواره در حال تغییر و تکاپو باشند کارکنان همواره خود را در حال تغییر دانسته و کمتر به دنبال بروز رفتارهای قدرت طلبانه هستند از سوی دیگر داشتن خصائص اخلاقی در سازمان و ملزم دانستن کارکنان

در کدگذاری انتخابی، تمام خروجی ها بررسی شد تا چنانچه داده ای با پیشینه تخصصی موضوع مغایرت دارد حذف یا اصلاح شود، که پس از بررسی های انجام شده تمام معیارها با پیشینه تخصصی موضوع مطابقت داشت و هیچ کدام حذف نشد و در نهایت نگارش و اصلاح مدل با توجه به داده های حاصل انجام شد.

در پایان مرحله کیفی، با در نظر گرفتن الگوی پارادایمی در پژوهش نظریه داده بنیاد، کدهای استخراج شده یکپارچه شد نتایج تحقیق حاضر بر اساس مدل تحقیق به شرح زیر است:

۱- عوامل زمینه ای: شرایط زمینه ای یا بستری، مجموعه شرایطی (الگوهای شرایط) هستند که به مشکلات یا شرایطی منجر می شوند که افراد به وسیله کنش / برهم کنش / احساسات به آن پاسخ می دهند.

۲- عوامل علی: شرایط علی معمولاً نشان دهنده مجموعه ای از رویدادها یا اتفاقات است که بر پدیده اثر می گذارند.

۳- راهبردها: تاکتیک های راهبردی یا اقدامات رویه ای یا چگونگی مدیریت وضعیت ها، مشکلات و مسائل یا به عبارت دیگر، کنش ها / برهم کنش های راهبردی، اقدامات هدفمند و نیت مندی هستند که برای حل مشکل صورت می گیرند و با انجام آن ها پدیده را شکل می دهند.

۴- پدیده محوری: پدیده، اصطلاحی است که به سؤال چه چیزی در اینجا، در حال وقوع است پاسخ می دهد. در نگاه به پدیده به دنبال دیدن الگوهای تکرارشونده وقایع، رویدادها یا کنش ها / برهم کنش هایی هستیم که افراد به طور فردی یا جمعی، در پاسخ به مشکلات و وضعیت هایی که خود را در آن می یابند، می گویند یا انجام می دهند.

۵- عوامل مداخله گری: عواملی هستند که ماهیتاً به صورت اقتضایی و غیرمنتظره ظاهر می شوند، از این رو، نحوه پاسخگویی به این نوع شرایط نیز به صورت اقتضایی و بسته به موقعیت صورت می گیرد.

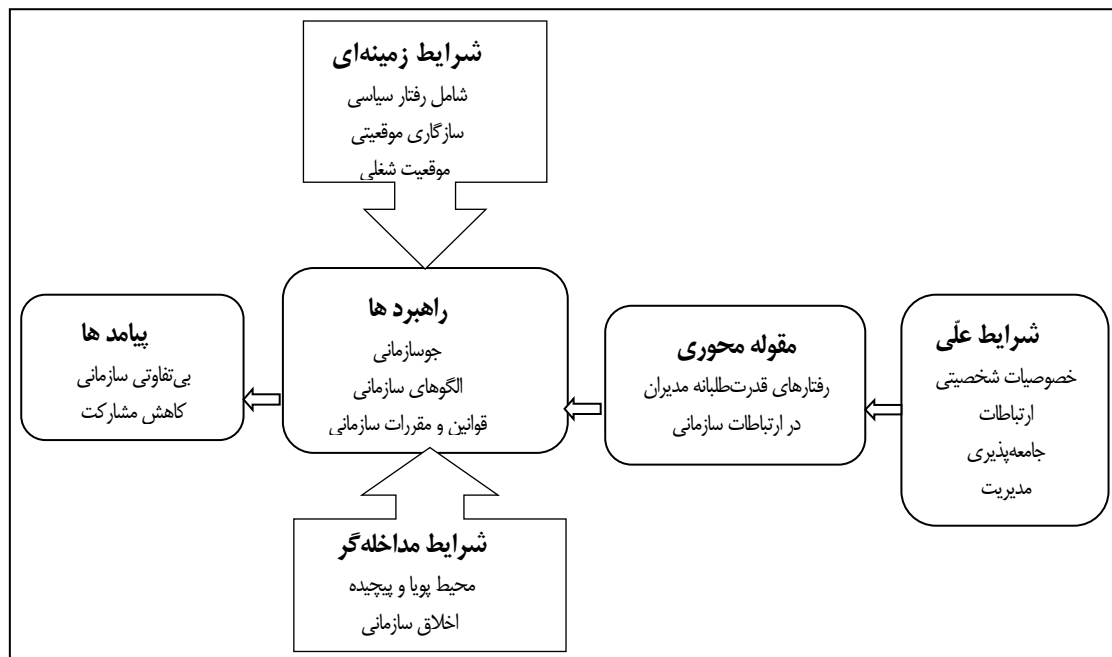
۶- پیامدها: هنگامی که کنش / برهم کنش یا فقدان آن در پاسخ به مسئله یا مشکل یا برای مدیریت یا حفظ وضعیت معینی صورت می گیرد، طیفی از پیامدها به وجود می آیند که برخی خواسته و برخی ناخواسته هستند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). در ادامه روایت، مؤلفه های پارادایم کدگذاری ارائه می شود:

رفتارهای قدرت طلبانه (مقوله محوری): رفتارهای قدرت طلبانه در مرکز الگوی مفهومی شامل خصوصیات شغلی و ارتباطات، فرهنگ سازمانی و مدیریت سازمانی به عنوان مقوله های محوری می باشد. از نیازهای وجود رفتارهای قدرت طلبانه در سازمان در مرحله اول بستگی به خصوصیات شغلی در سازمان و وضعیت موجود است البته که نوع ارتباطات درون سازمان و بین افراد و کارکنان در این موضوع بسیار اهمیت دارد که این ارتباطات بستگی به فرهنگ

افزایش نارضایتی عمومی می‌شود وقتی که در سازمان رفتارهای قدرت‌طلبانه افراد ترویج یابد کارکنان دیگر تمایلی به حضور در برنامه‌های سازمان نداشته و این امر باعث می‌شود که افراد در سرنوشت سازمان دخالت کنند از همین رو نیز نارضایتی نیز افزایش پیدا می‌کند چراکه این‌گونه رفتارها باعث نارضایتی در سطح عموم سازمان خواهد شد. به‌طورکلی شکل ۱ مدل شماتیک پژوهش را نشان می‌دهد.

سازمان‌ها به رعایت نکات اخلاقی و خصوصیات اخلاق محوری می‌تواند خود مانع شکل‌گیری رفتارهای قدرت‌طلبانه در سازمان شود چراکه اخلاق سازمانی خودمحور جلوگیری از بروز این‌گونه رفتارها خواهد شد.

پیامدها: در اصطلاح، رویداد یا پدیده‌ای است که در نتیجه تحقق یک برنامه، فرآیند و تلاش یا هر اقدام مشابهی در جوامع رخ دهد و آثار و نتایج متفاوت را در پی داشته باشد. پیامدهای حاصل از ترویج رفتارهای قدرت‌طلبانه در سازمان منجر به کاهش مشارکت و



شکل ۱. مدل اولیه پژوهش

Figure 1. The Initial Research Model

آلفای کرونباخ: مقدار ضرایب آلفای کرونباخ از ۰/۷ بالاتر است که نشان‌دهنده تأیید پایایی ابزار پژوهش می‌گردد. البته در برخی از موارد مقدار ۰/۶ را نیز ملاک قرار می‌دهند.

پایایی ترکیبی: در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر عامل بالاتر از ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد. مطابق، مقدار مربوط به این معیارها یعنی پایایی ترکیبی عامل‌های پژوهش در همه عامل‌ها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که ضرایب به‌دست‌آمده برای شاخص روایی بالای سطح مجاز می‌باشد، که نشان می‌دهد تأیید روایی است. جدول ۶ و ۷ شاخص روایی محتوا و صوری، پایایی، مقدار بار عاملی و مقدار آماره معناداری را برای هر شاخص نشان می‌دهد.

یافته‌های بخش کمی

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در بخش کمی نیز طی دو مرحله انجام شده است: بدین ترتیب پس از پایان بخش کیفی، عناصر احصاء شده با استفاده از مدل معادلات ساختاری برازش گردید. برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. بدین ترتیب که ابتدا پایایی از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی انجام شد.

ضرایب بارهای عاملی: در بررسی روایی و پایایی پرسشنامه‌های تحقیق جهت تأیید ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده، می‌توان نتیجه گرفت به علت اینکه بارهای عاملی با ضرایب مسیر این پژوهش، بزرگ‌تر از ۰,۴ به‌دست‌آمده‌اند، نشان‌دهنده وضعیت مطلوب است و تمامی متغیرها بر رفتارهای قدرت‌طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور مؤثر می‌باشند.

جدول ۶. شاخص روایی محتوا و پایایی

Table 6. Content Validity and Reliability Index

پایایی	شاخص روایی صورتی	شاخص روایی محتوا	مؤلفه	به نظر شما در حال حاضر شاخص‌های زیر چه وضعیتی دارند و تا چه میزان می‌توانند در مدل رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور مؤثر باشند؟
۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۷۷	عوامل علی	خصوصیات شخصیتی
	۰/۹۴	۰/۹۴		ارتباطات
	۰/۸۶	۰/۹		مدیریت
۰/۸۰	۰/۷۵	۰/۹۹	شرایط زمینه‌ای	رفتار سیاسی
	۰/۹۹	۰/۹۵		سازگاری موقعیتی
	۰/۹۴	۰/۹۴		موقعیت شغلی
۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۷۷	استراتژی	جو سازمانی
	۰/۹۴	۰/۹۴		الگوهای سازمانی
	۰/۸۶	۰/۹		قوانین و مقررات سازمانی
۰/۸۰	۰/۷۵	۰/۹۹	عوامل مداخله‌گر	محیط پویا و پیچیده
	۰/۹۹	۰/۹۵		اخلاق سازمانی
	۰/۸۷	۰/۷۷		بی‌تفاوتی سازمانی
۰/۸۳	۰/۹۴	۰/۹۴	پیامدها	کاهش مشارکت

جدول ۷. بار عاملی و مقدار اماره معناداری مرتبه اول

Table 7. Factor Load and First-Order Significance Value

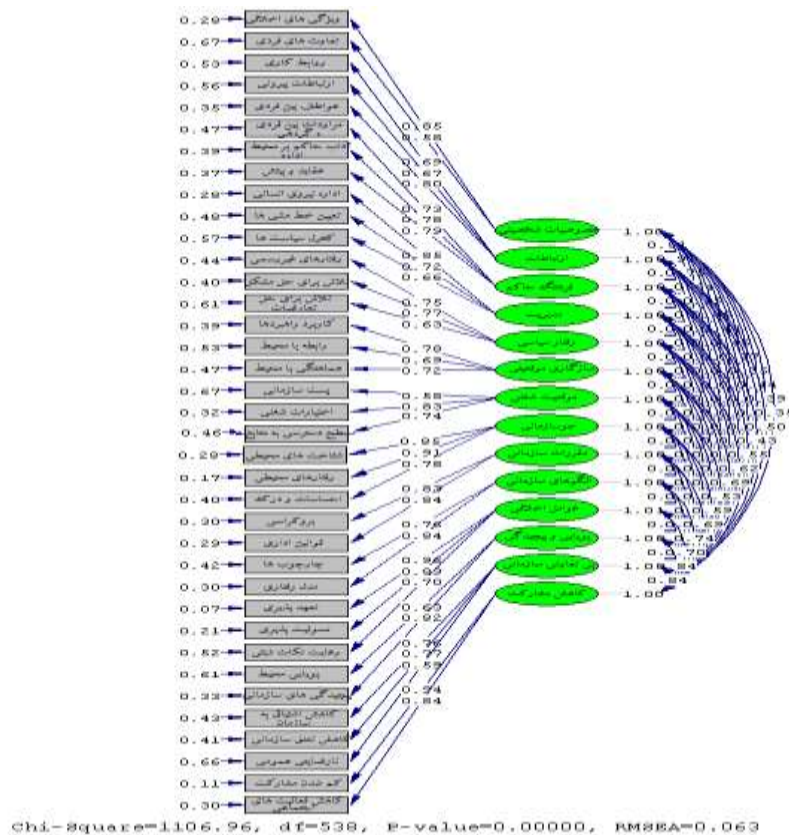
مؤلفه	شاخص	بار عاملی	آماره t	ضریب تعیین	نتیجه
خصوصیات شخصیتی	ویژگی‌های اخلاقی	۰/۸۵	۰/۷۲	۹/۸۶	۸۵٪ از واریانس عامل خصوصیات شخصیتی را تبیین می‌نماید
	تفاوت‌های فردی	۰/۵۸	۰/۳۳	۶/۵۴	۵۸٪ از واریانس عامل خصوصیات شخصیتی را تبیین می‌نماید
ارتباطات	روابط کاری	۰/۶۹	۰/۴۷	۸/۴۸	۶۹٪ از واریانس عامل ارتباطات را تبیین می‌نماید
	ارتباطات بیرونی	۰/۶۷	۰/۴۴	۸/۰۷	۶۷٪ از واریانس عامل ارتباطات را تبیین می‌نماید
	عواطف بین فردی	۰/۸	۰/۶۴	۱۰/۳۶	۸٪ از واریانس عامل ارتباطات را تبیین می‌نماید
فرهنگ حاکم	مراودات بین فردی و گروهی	۰/۷۳	۰/۵۳	۹/۱۷	۷۳٪ از واریانس عامل فرهنگ حاکم را تبیین می‌نماید
	آداب حاکم بر محیط اداره	۰/۷۸	۰/۶۱	۱۰/۱۴	۷۸٪ از واریانس عامل فرهنگ حاکم را تبیین می‌نماید
	عقاید و بینش	۰/۷۹	۰/۶۲	۱۰/۳۲	۷۹٪ از واریانس عامل فرهنگ حاکم را تبیین می‌نماید
مدیریت	اداره نیروی انسانی	۰/۸۵	۰/۷۲	۱۱/۲۳	۸۵٪ از واریانس عامل مدیریت را تبیین می‌نماید
	تعیین خط‌مشی‌ها	۰/۷۲	۰/۵۱	۹/۰۲	۷۲٪ از واریانس عامل مدیریت را تبیین می‌نماید
	کنترل سیاست‌ها	۰/۶۶	۰/۴۳	۷/۹۹	۶۶٪ از واریانس عامل مدیریت را تبیین می‌نماید
رفتار سیاسی	رفتارهای غیررسمی	۰/۷۵	۰/۵۶	۹/۵	۷۵٪ از واریانس عامل رفتار سیاسی را تبیین می‌نماید
	تلاش برای حل مشکل	۰/۷۷	۰/۵۹	۹/۸۷	۷۷٪ از واریانس عامل رفتار سیاسی را تبیین می‌نماید
	تلاش برای حل تعارضات	۰/۶۳	۰/۳۹	۷/۵۶	۶۳٪ از واریانس عامل رفتار سیاسی را تبیین می‌نماید
سازگاری موقعیتی	کاربرد راهبردها	۰/۷۸	۰/۶۱	۹/۵۹	۷۸٪ از واریانس عامل سازگاری موقعیتی را تبیین می‌نماید
	رابطه با محیط	۰/۶۹	۰/۴۷	۸/۱۱	۶۹٪ از واریانس عامل سازگاری موقعیتی را تبیین می‌نماید
	همانگی با محیط	۰/۷۲	۰/۵۱	۸/۶۸	۷۲٪ از واریانس عامل سازگاری موقعیتی را تبیین می‌نماید
موقعیت شغلی	پست سازمانی	۰/۵۸	۰/۳۳	۶/۸۳	۵۸٪ از واریانس عامل موقعیت شغلی را تبیین می‌نماید
	اختیارات شغلی	۰/۸۳	۰/۶۸	۱۰/۹	۸۳٪ از واریانس عامل موقعیت شغلی را تبیین می‌نماید
	سطح دسترسی به منابع	۰/۷۴	۰/۵۴	۹/۲۹	۷۴٪ از واریانس عامل موقعیت شغلی را تبیین می‌نماید
جوسازمانی	شناخت‌های محیطی	۰/۸۵	۰/۷۲	۱۱/۶۱	۸۵٪ از واریانس عامل جوسازمانی را تبیین می‌نماید
	رفتارهای محیطی	۰/۹۱	۰/۸۲	۱۳/۰۵	۹۱٪ از واریانس عامل جوسازمانی را تبیین می‌نماید
	احساسات و درک	۰/۷۸	۰/۶۱	۱۰/۱۰	۷۸٪ از واریانس عامل جوسازمانی را تبیین می‌نماید
مقررات سازمانی	بروکراسی	۰/۸۳	۰/۶۸	۱۱/۰۷	۸۳٪ از واریانس عامل مقررات سازمانی را تبیین می‌نماید
	قوانین اداری	۰/۸۴	۰/۷	۱۱/۲۳	۸۴٪ از واریانس عامل مقررات سازمانی را تبیین می‌نماید

جدول ۷. بار عاملی و مقدار اماره معناداری مرتبه اول

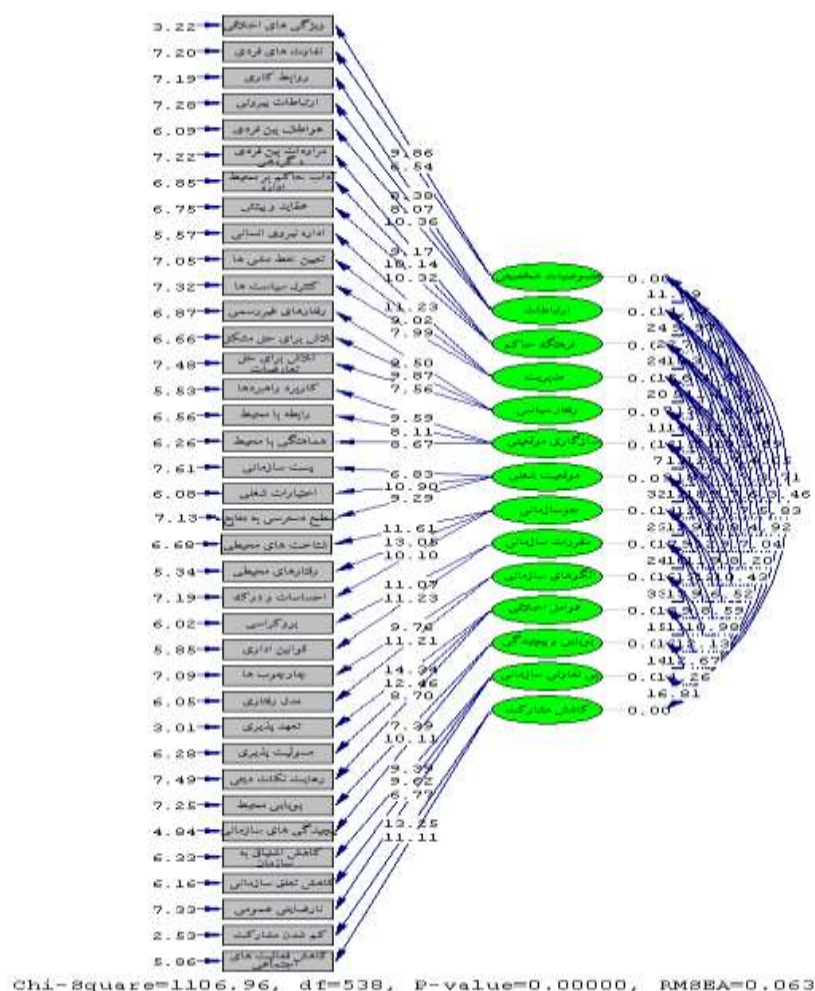
مؤلفه	شاخص	بار عاملی	آماره t	ضریب تعیین	نتیجه
الگوهای سازمانی	چارچوب‌ها	۰/۷۶	۰/۵۷	۹/۷۶	۷۶٪ از واریانس عامل الگوهای سازمانی را تبیین می‌نماید
	مدل رفتاری	۰/۸۴	۰/۷	۱۱/۳۱	۸۴٪ از واریانس عامل الگوهای سازمانی را تبیین می‌نماید
عوامل اخلاقی	تعهدپذیری	۰/۹۵	۰/۹	۱۴/۳۴	۹۵٪ از واریانس عامل عوامل اخلاقی را تبیین می‌نماید
	مسئولیت‌پذیری	۰/۸۹	۰/۷۹	۱۴/۴۶	۸۹٪ از واریانس عامل عوامل اخلاقی را تبیین می‌نماید
پویایی و پیچیدگی	رعایت نکات دینی	۰/۷	۰/۴۹	۸/۷	۷٪ از واریانس عامل عوامل اخلاقی را تبیین می‌نماید
	پویایی محیط	۰/۶۳	۰/۳۹	۷/۳۹	۶۳٪ از واریانس عامل پویایی و پیچیدگی را تبیین می‌نماید
بی‌تفاوتی سازمانی	پیچیدگی‌های سازمانی	۰/۸۲	۰/۶۷	۱۰/۱۱	۸۲٪ از واریانس عامل پویایی و پیچیدگی را تبیین می‌نماید
	کاهش اشتیاق به سازمان	۰/۷۶	۰/۵۷	۹/۳۹	۷۶٪ از واریانس عامل بی‌تفاوتی سازمانی را تبیین می‌نماید
کاهش مشارکت	کاهش تعلق سازمانی	۰/۷۷	۰/۵۹	۹/۶۲	۷۷٪ از واریانس عامل بی‌تفاوتی سازمانی را تبیین می‌نماید
	نارضایتی عمومی	۰/۵۹	۰/۳۴	۶/۷۷	۵۹٪ از واریانس عامل بی‌تفاوتی سازمانی را تبیین می‌نماید
کاهش مشارکت	کم شدن مشارکت	۰/۹۴	۰/۸۸	۱۳/۲۵	۹۴٪ از واریانس عامل کاهش مشارکت را تبیین می‌نماید
	کاهش فعالیت‌های اجتماعی	۰/۸۴	۰/۷	۱۱/۱۱	۸۴٪ از واریانس عامل کاهش مشارکت را تبیین می‌نماید

مستطیل‌ها نشان می‌دهد که گویه‌ها روی کدام عامل بار می‌گیرند و ارزش‌های نوشته شده روی پیکان‌ها، آن میزان از واریانس گویه‌ها را که از سوی عامل قابل توضیح است، نشان می‌دهد. پیکان‌های کوچک واریانس باقیمانده (خطا) را نشان می‌دهد که به وسیلهٔ عامل تبیین می‌شود.

در ادامه با توجه به نتایج به دست آمده از بخش کیفی مشکل از ابعاد و عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر رفتارهای قدرت‌طلبانه، شکل ۲ تحلیل عاملی مرتبه اول در حالت تخمین استاندارد و شکل ۳ تحلیل عاملی مرتبه اول در حالت معناداری پارامتر نشان را داده شده است، که شمایل زیر بیضی‌ها، متغیرهای مکنون یا عامل‌ها، و مستطیل‌ها مواد پرسشنامه را نشان می‌دهد. پیکان‌های یک‌سویه از بیضی‌ها به



شکل ۲. الگوی اندازه‌گیری پرسشنامه تحلیل عاملی مرتبه اول در حالت تخمین استاندارد
Figure 2. The Measurement Pattern of the First-Order Factor Analysis Questionnaire in the Standard Estimation Mode



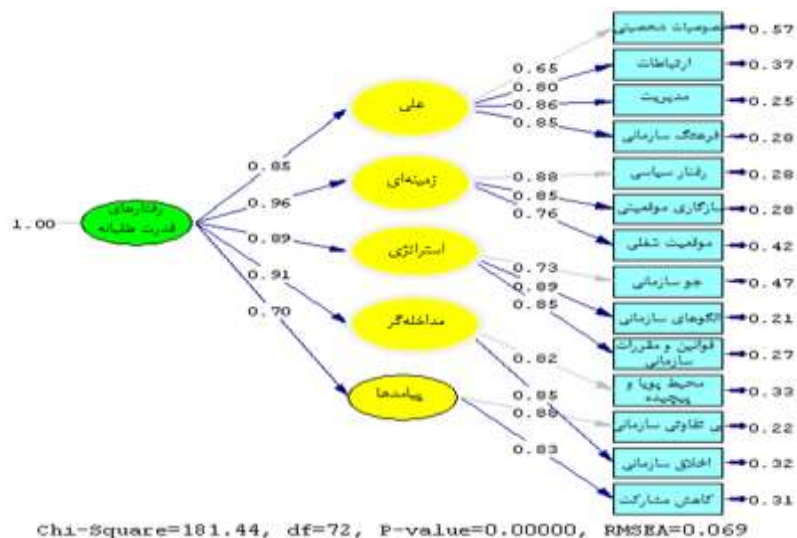
شکل ۳. الگوی اندازه گیری پرسشنامه تحلیل عاملی مرتبه اول در حالت معناداری پارامتر

Figure 3. Measurement Pattern of the First-Order Factor Analysis Questionnaire in the Significance Mode of the Parameter

عاملی (۰/۸۵) می باشد. تقریباً ۷۲ درصد از واریانس عامل «رفتارهای قدرت طلبانه» را تبیین می نماید. «شرایط زمینه ای» دارای بار عاملی (۰/۹۶) می باشد. تقریباً ۹۲ درصد از واریانس عامل «رفتارهای قدرت طلبانه» را تبیین می نماید. «استراتژی» دارای بار عاملی (۰/۸۹) می باشد. متغیر «شرایط زمینه ای» تقریباً ۷۹ درصد از واریانس عامل «رفتارهای قدرت طلبانه» را تبیین می نماید. «عوامل مداخله گر» دارای بار عاملی (۰/۹۱) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «عوامل مداخله گر» تقریباً ۸۲ درصد از واریانس عامل «رفتارهای قدرت طلبانه» را تبیین می نماید. «پیامدها» دارای بار عاملی (۰/۷) می باشد. به عبارت دیگر متغیر «پیامدها» تقریباً ۴۹ درصد از واریانس عامل «رفتارهای قدرت طلبانه» را تبیین می نماید.

بررسی و آزمون مدل پژوهش: یافته های این پژوهش از طریق بررسی مدل های اندازه گیری متغیرهای برونزا و متغیرهای درونزا با رویکرد تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم در نرم افزار Lisrel و بررسی مدل ساختاری پژوهش، اکتساب شده است. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه ها و مدل های مفهومی پژوهش، لازم است از صحت مدل های اندازه گیری متغیرهای برونزا متغیرهای درونزا حاصل شود؛ این کار توسط تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم انجام گردیده است. پیکان های کوچک واریانس باقیمانده (خطا) را نشان می دهد که به وسیله ای عامل تبیین می شود.

شکل ۴ الگوی اندازه گیری مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت تخمین استاندارد، پارامتر بارهای عاملی هر یک از متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. «عوامل علی» دارای بار

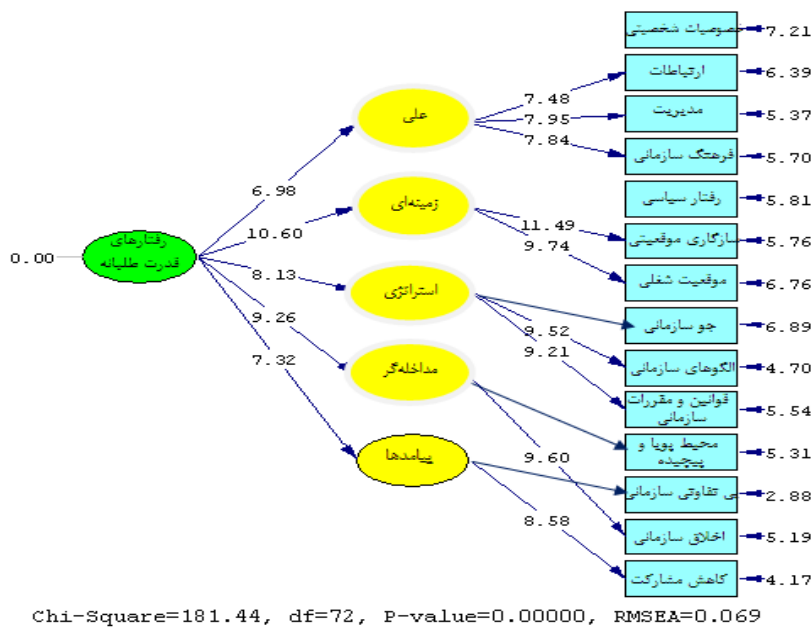


شکل ۴. الگوی اندازه‌گیری مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت تخمین استاندارد

Figure 4. The Measurement Pattern of the Second-order Factor Analysis Model in the Standard Estimation Model

از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- نشان‌دهنده معناداری بودن روابط است. دو خروجی نرم‌افزار لیزرل (مدل در حالت تخمین استاندارد و مدل در حالت ضرایب معناداری) نشان داده شده است.

خروجی بعدی یعنی نمودار ۵، مدل در حالت معناداری ضرایب و پارامترهای به‌دست‌آمده مدل اندازه‌گیری بارهای عاملی هر یک از متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد که تمامی ضرایب به دست آمده معنادار شده‌اند. زیرا مقدار آزمون معناداری بزرگ‌تر



نمودار ۵. الگوی اندازه‌گیری تحلیل عاملی مرتبه دوم در حالت معناداری پارامتر

Figure 5. The Measurement Pattern of the second-order factor analysis Model in the Parameter Significance Mode

همگرا قابل‌بررسی است. برای روایی همگرا باید میانگین واریانس استخراج شده (AVE) محاسبه شود. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر

سنجش روایی همگرایی و پایایی سازه‌های مدل: هرگاه یک سازه (متغیر پنهان) براساس چند گویه (متغیر مشاهده‌پذیر) اندازه‌گیری شود همبستگی بین گوی‌های آن به وسیله روایی

(متغیرهای مفهومی) را می‌توان براساس پایایی مرکب (CR) میزان واریانس (AVE) استخراج شده محاسبه کرد. روایی همگرا زمانی وجود دارد که CR از ۰/۷ بزرگ‌تر باشد. همچنین CR باید از AVE بزرگ‌تر باشد. در این صورت هم شرط روایی همگرا وجود خواهد داشت.

سازه با شاخص‌های خود است. فورنل و لارکر معتقدند روایی همگرا زمانی وجود دارد که میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بزرگ‌تر باشد.

از طرف دیگر پایایی سازه بیان می‌کند نتایج به دست آمده از کاربرد یک ابزار اندازه‌گیری تا چه حد با نظریه‌هایی که آزمون بر محور آن‌ها تدوین شده است تناسب دارد. پایایی سازه

جدول ۸. روایی همگرایی و پایایی شاخص‌ها

Table 8: Convergence Validity and Reliability of Indicators

CR	AVE	اولویت	ضریب تعیین	بار عاملی	شاخص	مؤلفه
0.81	$(0.65^2 + 0.8^2 + 0.86^2 + 0.86^2)/2 = 0.634$	چهارم	۰/۴۲	۰/۶۵	خصوصیات شخصیتی	عوامل علی
		سوم	۰/۶۴	۰/۸	ارتباطات	
		اول	۰/۷۳	۰/۸۶	مدیریت	
		دوم	۰/۷۳	۰/۸۵	فرهنگ سازمانی	
0.79	$(0.88^2 + 0.85^2 + 0.76^2)/2 = 0.69$	اول	۰/۷۷	۰/۸۸	رفتار سیاسی	شرایط زمینه‌ای
		دوم	۰/۷۲	۰/۸۵	سازگاری موقعیتی	
		سوم	۰/۵۷	۰/۷۶	موقعیت شغلی	
		سوم	۰/۵۳	۰/۷۳	جوسازمانی	
0.77	$(0.73^2 + 0.89^2 + 0.85^2)/2 = 0.68$	اول	۰/۷۹	۰/۸۹	الگوهای سازمانی	استراتژی
		دوم	۰/۷۲	۰/۸۵	قوانین و مقررات سازمانی	
0.86	$(0.83^2 + 0.85^2)/2 = 0.69$	دوم	۰/۶۷	۰/۸۲	محیط پویا و پیچیده	عوامل مداخله‌گر
		اول	۰/۷۲	۰/۸۵	اخلاق سازمانی	
0.88	$(0.88^2 + 0.83^2)/2 = 0.73$	اول	۰/۷۷	۰/۸۸	بی‌تفاوتی سازمانی	پیامدها
		دوم	۰/۶۸	۰/۸۳	کاهش مشارکت	

همبستگی یک سازه با شاخص‌ها فراهم می‌باشد و ابزار اندازه‌گیری مناسب و منعکس‌کننده متغیر پنهان می‌باشد.

همان‌گونه که در جدول ۸ ملاحظه می‌شود، پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷ واریانس هر سازه بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد بنابراین

جدول ۹. روایی همگرایی و پایایی ابعاد

Table 9. Convergent Validity and Reliability of Dimensions

CR	AEV	اولویت	آماره T	ضریب تعیین	بار عاملی	بعد	عامل محوری
۰/۸۲	۰/۷۵	اول	۱۰/۶	۰/۹۲	۰/۹۶	شرایط زمینه‌ای	رفتارهای قدرت طلبانه
		دوم	۹/۲۶	۰/۸۲	۰/۹۱	عوامل مداخله‌گر	
		سوم	۸/۱۳	۰/۷۹	۰/۸۹	استراتژی	
		چهارم	۶/۹۸	۰/۷۲	۰/۸۵	عوامل علی	
		پنجم	۷/۳۲	۰/۴۹	۷,۰	پیامدها	

شاخص‌ها فراهم می‌باشد و ابزار اندازه‌گیری مناسب و منعکس‌کننده متغیر پنهان می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی و ارائه مدل فرایند رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور

در جدول ۹، ملاحظه شود که پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷ و واریانس هر سازه بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد بنابراین همبستگی یک سازه با مؤلفه‌ها فراهم می‌باشد و ابزار اندازه‌گیری مناسب و منعکس‌کننده متغیر پنهان می‌باشد. همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌گردد، پایایی مرکب بیشتر از ۰/۷ واریانس هر سازه بزرگ‌تر از ۰/۵ می‌باشد بنابراین همبستگی یک سازه با

ج) بعد استراتژی: یافته این پژوهش در مقایسه با تحقیقات انجام شده، پاک‌نیت و غلامی‌نژاد (۲۰۱۸) با عنوان بررسی عوامل و زمینه‌های انحطاط شخصیت و راهکارهای اصلاح آن از منظر قرآن کریم که عوامل انحطاط شخصیت را به صورت: خداگریزی، هواپرستی، نادانی و ناآگاهی، دنیازدگی و قدرت‌طلبی، ستمگری، تقلید و شخصیت‌زدگی ذکر کرده و روش‌های اصلاح شخصیت را با توجه به قرآن به صورت: تزکیه و تربیت، تعلیم، مهرورزی، تذکر، حکمت و پند، ایمان، خردورزی، نیک‌رفتاری، عفت و پاک‌دامنی، همانندی و همراهی با الگوها بیان کرده است و یافته‌های پژوهش فرامرزی (۲۰۱۳) با عنوان تبیین علل اهداف جایگاه مؤسسات فرهنگی، رابطه قدرت و فرهنگ که نشان داد فرهنگ به صورت ذاتی بر اقتصاد، سیاست و تمامی عرصه‌های اجتماع تأثیر می‌گذارد. از آنجا که فرهنگ محصول تعامل اجتماعی است، بخشی از جهان اجتماعی به شمار می‌آید و بر این اساس با خطوط مهم قدرت که در فضای اجتماعی حاکم است در رابطه قرار دارد، همسو است و مطابقت دارد.

د) بعد عوامل مداخله‌گر: یافته این پژوهش در مقایسه با تحقیقات انجام شده شامل تحقیق سعیدی (۲۰۱۷) با عنوان «آسیب‌شناسی قدرت‌طلبی در نظام مدیریت از دیدگاه نهج‌البلاغه» که نشان داد که قدرت، امری مذموم به حساب می‌آید. از جمله آسیب‌هایی که در این حوزه قابل بررسی است، می‌توان به سه حوزه شخصیتی مدیران که عبارت است از: سلطه‌گری، کبرورزی، امتیاز جویی و زیاده‌طلبی، حوزه رفتاری مدیران که شامل: تندخویی و خشونت، ظلم و ستم، فریب دادن، و حوزه کارکردی مدیران که عبارت از: اجتناب و فاصله داشتن از مردم، ایجاد بدعت، خیانت و پیمان‌شکنی، است، اشاره کرد، همسو است و مطابقت دارد.

ه) بعد پیامدها: یافته این تحقیق در مقایسه با تحقیق اندرز و همکاران (۲۰۱۵) با عنوان «رابطه قدرت و سیاست با تصمیم‌گیری و تفویض اختیار در سازمان‌ها» که نشان داد که تمرکز و عدم تمرکز با تفویض اختیار و یا واگذاری بیشتر مسئولیت‌ها به مدیران و مسئولان سطوح مختلف سلسله‌مراتب سازمانی رابطه تنگاتنگ وجود دارد. مفاهیم قدرت و سیاست‌ها و قدرت‌هایی که به کار می‌برند در سازمان‌ها شناسایی کرد، همسو است و مطابقت دارد.

پیشنهادها

روابط انسان‌ها در سازمان‌ها پیوسته در سلسله‌مراتبی از پایگاه‌ها و نقش‌ها شکل می‌گیرد، بنابراین به مدیران دولتی پیشنهاد می‌شود که به عملی سازی برنامه‌های مؤثر جهت بهبود

پرداخته است. رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران در سازمان‌های دولتی و نقشی که قدرت در ارتباطات سازمانی دارد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و ضروری به نظر می‌رسد، زیرا که قدرت برای ایجاد ارتباطات در سازمان مؤثر به شمار می‌آید، باید گفت که قدرت مسئله دنیای واقعی است و مدیرانی که قدرت را می‌شناسند و می‌توانند در ارتباطات سازمانی به کار ببرند موفق هستند از طرفی مدیران برای اثرگذاری و نفوذ در افکار و رفتار کارکنان ناگزیر به استفاده از قدرت هستند. در دنیای مدرن امروزی، هر سازمانی نیازمند مدیرانی است که بتواند با ارتباط مؤثر به ارائه خدمات بهتر بپردازد، بنابراین رفتارهای مدیران و قدرت ارتباط برقرار کردن می‌تواند موجب عملکرد بهتر شود.

روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش ترکیبی (کیفی و کمی) بوده است. الگوی مفهومی تحقیق در بخش کیفی با تحلیل‌ها مصاحبه‌ها انجام شده با به کارگیری رویکرد کیفی داده‌بنیاد (استراوس و کوربین) انجام شد. در بخش کمی، داده‌های به کمک ابزار پرسشنامه جمع‌آوری و اعتبارسنجی مدل انجام شد. اگرچه نتایج تحقیق در بسیاری موارد با نتایج تحقیقات مشابه و پیشین همخوانی داشته است، اما به نظر می‌رسد در زمینه بررسی رفتارهای قدرت‌طلبانه مدیران سازمان‌های دولتی در ارتباطات سازمانی کشور نیازمند انجام تحقیقات بیشتر و دقیق‌تری وجود دارد. در مطابقت سنجی یافته‌های به دست آمده با سایر تحقیقات می‌توان به تفکیک ابعاد عنوان داشت که:

الف- بعد عوامل محوری (رفتارهای قدرت‌طلبانه): یافته این تحقیق در مقایسه با تحقیقات انجام شده شامل: ابراهیم پور و عباسیان (۲۰۱۶)، با عنوان «بررسی نقش قدرت و سیاست در سازمان» که نشان داد که «قدرت» و «سیاست» دو اهرم تأثیرگذار و غیرقابل‌انکار در سازمان‌ها محسوب می‌شوند و یافته‌های پژوهش شاهسوند و همکاران (۲۰۱۵) با عنوان «بررسی ارتباط بین قدرت و سیاست و تأثیر آن در سازمان» نشان داد که قدرت و سیاست در سازمان ارتباط بسیار نزدیکی باهم دارند، همسو است و مطابقت دارد.

ب- بعد شرایط زمینه‌ای: یافته این پژوهش در مقایسه با یافته‌های تحقیق پور عبدالله‌پور بهجدی و علی‌پور لری (۲۰۱۵) با عنوان بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با توفیق‌طلبی کارکنان ادارات دولتی شهرستان شهرابک نشان داده که بین منابع قدرت مدیران با توفیق‌طلبی همبستگی معنی‌داری وجود دارد، همچنین بین ابعاد منابع قدرت و ویژگی شخصیتی توفیق‌طلبی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همسو است و مطابقت دارد.

مدیران سازمان‌های دولتی کشور پیشنهاد می‌شود رفتارهای قدرت طلبانه را به حداقل برسانند و قبل از به کار بردن آن، باید زیردستان را کاملاً با مقررات سازمان و جریمه عدم رعایت آن‌ها، آشنا کنند تا استفاده از قدرت تنبیه موجب عداوت و دشمنی کارکنان نشود. با توجه به اینکه در سازمان، زیردستان همواره خود را تابع مدیران سازمان می‌دانند و تحت تأثیر آنان هستند و می‌کوشند تا خواسته‌های آنان را برآورند؛ چراکه احساس می‌کنند آنان از قدرت مشروع و قانونی برخوردارند و این حقی است که از طرف سازمان به آنان اعطا شده است، بنابراین به مدیران سازمان‌های دولتی کشور پیشنهاد می‌شود که همواره خواسته‌ها و نیازهای زیردستان را در ارتباطات سازمان مورد توجه قرار دهند.

به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود رفتارهای قدرت طلبانه مدیران در ارتباطات سازمانی را در بخش خصوصی مورد مطالعه قرار دهند و نتایج آن را با این پژوهش مقایسه کنند.

به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود مدلی برای رفتارهای قدرت طلبانه مدیران در ارتباطات سازمانی با رویکردهای دیگر ارائه نمایند و نتایج آن را با این پژوهش مقایسه کنند.

سپاسگزاری

این پژوهش از رساله دکتری با عنوان «کاوش فرایند رفتارهای قدرت طلبانه در ارتباطات سازمانی در میان مدیران سازمان‌های دولتی کشور» استخراج شده است. از تمامی استادان محترمی که در تدوین این پژوهش مرا یاری رساندند سپاسگزارم.

وضعیت رفتارهای قدرت طلبانه خویش در سلسله مراتب سازمانی اقدام نمایند.

به مدیران سازمان‌های دولتی پیشنهاد می‌شود در ارتباطات سازمانی افزایش مشارکت تمام سطوح سازمان را در نظر گیرند و نسبت به ارتباطات سازمانی در تمام سطوح سازمان بی تفاوت نباشند.

با توجه به اینکه عوامل مختلفی می‌تواند دلیل قدرت طلبی مدیران سازمان‌های دولتی کشور باشد، پیشنهاد می‌شود وحشت از داشتن ارتباط متقابل نزدیک با دیگران، دوری از صمیمیت و ترس از محسور شدن با دیگران، باعث ایجاد شخصیت قدرت طلب نشود.

به مدیران سازمان‌های دولتی کشور پیشنهاد می‌شود در راستای یکپارچگی و انسجام سازمان ابعاد شخصیتی و خودآگاهی خود را در سازمان ارتقا داده دهند، زیرا همین عامل ارتباطات سازمان مؤثر را در پی خواهد داشت.

به مدیران سازمان‌های دولتی کشور پیشنهاد می‌شود، روابط سازمانی با کارکنان و سایر مدیران هم سطح خود در داخل و خارج سازمان برقرار کنند، زیرا سبب کاهش سوء رفتار در سازمان و ارتقای عملکرد می‌شود و ارتباطات مثبتی بین مدیران و کارکنان رخ می‌دهد.

مدیران سازمان‌های دولتی کشور به این مهم که شخصیت قدرت طلب، شخصیتی اساساً ضعیف و وابسته و ناامن است که برای رسیدن به احساس امنیت و قدرت، به دنبال آن است که نظم و انتظامی در جهان به وجود آورد، توجه نمایند، بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران دولتی اقتدارگرایی را کاهش داده و به رفتارهای دموکراتیک تر روی آورند.

References

- Abdollahpour Behjardi, S., & Alipour Lori, R. (2014). Investigating the Relationship between Managers' Sources of Power and the Success of Employees of Government Offices in Shahrabak, *International Conference on Management and Economics in the 21st Century*, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/508715>
- Anderz, S., Rezaei, K., Shahi, S., & Anders, K. (2015). The Relationship of Power and Politics with Decision-Making and Delegation in Organizations, *The Third International Conference on Managing Challenges and Solutions*, Shiraz. (In Persian) <https://civilica.com/doc/507755>
- Ansari, S. (2013). power, politics and political behaviors in the organization, *National Conference of New Approaches in Business Management*, Tabriz. (In Persian) <https://civilica.com/doc/324891>
- Arora, R., & Rangnekar, S. (2016). Towards Understanding the Two Way Interactions Effects of Extraversion and Openness to Experience on Career Commitment. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 16(1), 213-227. [https:// doi:10.1007/s10775-015-9296-4](https://doi:10.1007/s10775-015-9296-4)
- Beikzad, J., & Montazer Khorasan, H. (2016). Investigating the role of power in the formation of political behavior in the organization and strategies for managing political behavior, *the second international conference on integration of management and economics in development*, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/715478>

- Choi, E. H., Kim, E. K., & Kim, P. B. (2018). Effects of the Educational Leadership of Nursing Unit Managers on Team Effectiveness: *Mediating Effects of Organizational Communication*. *Asian nursing research*, 12(2), 99-105. <https://doi.org/10.1016/j.anr.2018.03.001>
- Cho, M., & Keltner, D. (2020). Power, approach, and inhibition: Empirical advances of a theory. *Current Opinion in Psychology*, 33, 196-200. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2019.08.013>
- Damghanian, H., Rastgar, A. A., & Yazdani, M. (2017). Designing and Explaining the Competency Model in Organizational Interpersonal Communication. *Quarterly Journal of Improvement and Transformation Management Studies*, 2(88), 143-174. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/jmsd.2018.8930>
- De Jong, J. P., Wilkin, C. L., & Rubino, C. (2018). The association between perceived personal power, team commitment and intrinsic motivation for permanent and temporary workers. *Economic and Industrial Democracy*, 40(2), 257-279. (In Persian) <https://doi.org/10.1177/0143831X18805848>
- Ebrahimpour, A., & Abbasian, H. (2016). examining the role of power and politics in the organization, *the fourth international conference on applied research in management and accounting, Tehran*. (In Persian) <https://civilica.com/doc/567958>
- Ellen III, B. P., Ferris, G. R., & Buckley, M. R. (2019). Leader political support: Reconsidering leader political behavior. *The Leadership Quarterly*, 24(6), 842-857. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.10.007>
- Faramarz, M. (2013). Explaining the causes of the goals of the position of Cultural Institutions, the Relationship between power and culture, *the fourth national conference on the role and position of cultural and artistic institutions in cultural development*. (In Persian) <https://civilica.com/doc/252033>
- Faraj Vand, S., & Masri, M. (2021). Designing of the Organizational Stroke Model in the Governmental Organizations. *Public Organization Management*, 9(3), 11-28. (In Persian). <https://doi.org/10.30473/ipom.2021.55404.4217>
- Fateminasab, S., & Mahmoudzadeh, E. (2018). A study The impact of organizational communication on knowledge sharing in the Islamic Republic of Iran Railway. *Strategic Management Studies National Defense*, 1(1), 72-109.
- Galang, C. M., & Obhi, S. S. (2019). Social power and frontal alpha asymmetry. *Cognitive Neuroscience*, 10(1), 44-56. <https://doi.org/10.1080/17588928.2018.1504763>
- Garrard, P., Garrard, & Barlow. (2018). Leadership Hubris Epidemic. *Palgrave Macmillan*. ISBN: 978-3-319-57255-0
- Guinote, A. (2017). How power affects people: Activating, wanting, and goal seeking. *Annual Review of Psychology*, 68, 353-381. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044153>
- Giurge, L. M., van Dijke, M., Zheng, M. X., & De Cremer, D. (2021). Does power corrupt the mind? The influence of power on moral reasoning and self-interested behavior. *The Leadership Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.03.003>
- Hosseinpour, D & Azar, M. (2016). examining the relationship between intellectual and social capital and organizational performance from the point of view of managers and employees. *Development and Transformation Management Quarterly*, 3(7), 19-23. (In Persian) <https://sanad.iau.ir/fa/Article/949726>
- Hoffarth, M. J. (2020). From achievement to power: David C. McClelland, McBer & Company, and the business of the Thematic Apperception Test (TAT), 1962–1985. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 56(3), 153-168. <https://doi.org/10.1002/jhbs.22015>
- Iqbal, S & Rasheed, M. (2019). Abusive supervision and workplace deviance: The moderating role of power distance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(2), 334-357.
- Kraus, M. W., & Torrez, B. (2020). A psychology of power that is embedded in societal structures. *Current opinion in psychology*, 33, 86-90. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2019.07.018>
- Kyongo, J. K. (2016). Effect of Interpersonal Competence on Organizational Performance. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 4(12), 215-218.
- Larossa, R. (2005). Grounded Theory Methods and Qualitative Family Research. *Journal of Marriage and Family*, 67(4), 837-857. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2005.00179.x>

- Laguda, E. (2020). Toxic Leadership: Managing Its Poisonous Effects on Employees and Organizational Outcomes. *The Palgrave Handbook of Workplace Well-Being*, 1-31.
- Liu Y.& Jun L& Longzeng Wu.(2010). Are you willing and able? Roles of motivation, power, and politics in career growth. *Journal of Management*, 36,(6), 1432-1460. <https://doi.org/10.1177/0149206309359810>
- Mohammadian Karimi, S., & Khodamoradi, M. (2017). the power of managers in the organization, *the sixth national conference of modern studies and research in the field of educational sciences, psychology and counseling in Iran*, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/854210>
- Nasiri Velik Bani, F. S. (2017). Investigating the relationship between managers' power sources with organizational trust and the effectiveness of organizational communication. *Public Management Perspective*, 30, 75-76. (In Persia) <https://doi.org/20.1001.1.22516069.1396.8.2.3.3>
- Papastergiou, M. (2010). Enhancing Physical Education and Sport Science students' self-efficacy and attitudes regarding Information and Communication Technologies through a computer literacy course. *Journal homepage Computers & Education*, 54(12), 298-308. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.08.015>
- Ghanbari Ghaleroudkhani, F., Farhadi Nejad, M., Moghaddam, A.R., Najafi, M. (2022). The Relationship between Leadership behaviors of Managers and Employees Burnout in Iranian Public Organizations: A Meta-Analysis. *Public Administration*, 14(51), 371-387. (In Persian) <https://doi.org/10.22034/jipas.2024.384857.1551>
- Rucker, D. D., & Galinsky, A. D. (2017). Social power and social class: Conceptualization, consequences, and current challenges. *Current Opinion in Psychology*, 18, 26-30. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2017.07.028>
- Rastegar A. A & Vishlqi M & Alawi Matin F. (2023). Analysis of the effectiveness and effectiveness of the consequences of the three clear manifestations of managers' personalities in public organizations, *Public Administration Quarterly*, 15, (1), 94-118. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/JIPA.2022.346593.3192>
- Romm,T., & Drory, A. (2018). Political behavior in organizations-A cross-cultural comparison, *International Journal of Value-Based Management*,1(2),97-113.
- Sarlak, M. A., & Nouryai, M. H. (2019). Designing a Model for Professional Behavior of Managers Facing Organizational Rip Currents Using Interpretative Structural Modeling (ISM), *Quarterly Journal of Organizational Development Studies*, 9(1), 209-230. (In Persian) [Dor: 20.1001.1.23221518.1399.9.1.8.6](https://doi.org/20.1001.1.23221518.1399.9.1.8.6)
- Saberi, F., & Kazemi, S. (2014). Examining the dimensions of managers' power in organizations, *the first scientific research conference on new findings of management sciences, entrepreneurship and education in Iran, Tehran*. (In Persian) <https://civilica.com/doc/413181>
- Saedi, F. (2016). Pathology of seeking power in the management system from the point of view of Nahj al-Balagheh, national scientific conference, *specialized in Nahj al-Balagheh with a cultural approach*. Ardabil. (In Persian) <https://civilica.com/doc/700914>
- Sedaghat Kish, F & Nasralahi, S.(2016). investigating the relationship between managers' power sources and entrepreneurial personality traits of employees, a case study: *Central Departments of Iran's Agricultural Bank, International Conference of Management Elites*, Tehran. (In Persian) <https://civilica.com/doc/528925>
- Sadia, A., Salleh, B. M., Kadir, Z. A., & Sanif, S. (2016). The relationship between organizational communication and employees productivity with new dimensions of effective communication flow. *Journal of business and social review in emerging economies*, 2(2), 93-100. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v2i2.35>
- Singh, Amit Kumar. (2014). Role of Interpersonal Communication in Organizational Effectiveness. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 1 (4), 36-93.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Second edition. Thousand Oaks: Sage publications.

- Taucean, I. M., Tamasilaa, M., & Negru-Strauti, G. (2016). Study on Management Styles and Managerial Power Types for a Large Organization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 221(3), 66-75. <https://doi: 10.1016/j.sbspro.2016.05.091>
- Torkzadeh, J., Izadi, F., & Mezginezhad, S. (2022). The Prevalence of Political Behaviors in Types of Organizational Structure with Power Recourses Mediation: A Case Study of Fars Province Education. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 9(2), 135-158. (In Persian) <https://doi: 10.22108/srsp.2020.122596.1539>
- Terry, O. (2020). Power in the Workplace, Finding an Alternative to the Iron Fist. *Open Journal of Leadership*. 9(2), 97-112. <https://doi: 10.4236/ojl.2020.92007>
- Wisse, B., Rus, D., Keller, A. C., & Sleafbos, E. (2019). "Fear of losing power corrupts those who wield it": the combined effects of leader fear of losing power and competitive climate on leader self-serving behavior. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(6), 742-755. <https://doi: 10.1080/1359432X.2019.1635584>
- Yanez-Araque, B., Gomez-Cantarino, S., Gutierrez-Broncano, S. & Lopez-Ruiz, V. R. (2021). Examining the determinants of healthcare workers' performance: A configurational analysis during COVID-19 times. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 1-15. <https://doi.org/10.3390/ijerph18115671>