



Model of Educational Leadership Based on Aesthetics in Higher Education System (Iranian Public Universities)

Document Type: Research- Descriptive

Somayyeh Zarei

PhD. Candidate; Instructor, PNU University, Department of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: zarei.somayyeh@pnu.ac.ir

Nahid Naderibeni

***Corresponding author:** Assistant Professor, Department of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: n.naderi.b@ut.ac.ir

Hassan Zarei Matin

Professor, Department of Management of Organizational Behavior, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: matin@ut.ac.ir

Abstract

This study aimed to present a model of educational leadership based on aesthetics in Iranian public universities from 2019 to 2021 with a qualitative approach. In this applied-exploratory research, the data collection tool was an interview. The statistical population included all experts from public universities and 13 people were selected as a sample of statistics by the snowball method. In the open coding step, 952 initial codes were extracted. In the end, 123 concepts were explained in the form of 33 sub-categories or components, and 10 main categories in the form of 6 categories formed the paradigm model of educational leadership based on aesthetics. In the proposed model, the beautiful educational leader became the center of gravity of the paradigm model with samples of the leadership of mind and emotions, beautiful educational behavior, the spiritual look and insight, and adornment. Individual capacities and atmosphere of the university as causal conditions; institutional-organizational capacities including structural and process factors, culture, professional human resource management, and university image as the dominant platform; factors derived from the macro environment and cultural and stereotyped barriers and structural barriers as intervening conditions; socio-cultural strategies, educational-promotional strategies, modeling and honoring aesthetic leaders, reviewing and modifying programs along with strategies for streamlining, and beautiful bureaucracy as model actions and interactions; and ultimately creating a beautiful growing university, achieving personal maturity, and social development are the consequences of this model.

Keywords: Educational Leadership, Leadership Styles, Aesthetic Leadership, Public Universities.

Citation: Zarei, S., Naderibeni, N., & Zarei Matin, H. (2022). Model of Educational Leadership Based on Aesthetics in Higher Education System (Iranian Public Universities). *Public Organizations Management*, 10(2), 123-142. (In Persian)

(DOI): 10.30473/IPOM.2021.61017.4462
(DOR): 20.1001.1.2322522.1401.10.2.6.7
Quarterly Journal of Public Organizations Management
Vol 10, No 2, (Series 38) Apr-Jun 2022, (123-142)
Received: (2021/Jul/26)
Accepted: (2022/Jan/03)

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)





مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی شناسی در نظام آموزش عالی (مورد مطالعه: دانشگاه های دولتی ایران)

نوع مقاله: پژوهشی - اکتشافی

سیمه زارعی

دانشجوی دکتری، مربی، دانشگاه پیام نور، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده انسانی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

E-mail: zarei.somayyeh@pnu.ac.ir

ناهید نادری بنی

*نویسنده مسئول: استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده انسانی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

E-mail: n.naderi.b@ut.ac.ir

حسن زارعی متین

استاد، گروه رفتار سازمانی، دانشکده انسانی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

E-mail: matin@ut.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی شناسی در دانشگاه های دولتی ایران در بازه زمانی ۹۸-۱۴۰۰ با رویکرد کیفی انجام گرفت. در این پژوهش کاربردی-اکتشافی، ابزار جمع آوری اطلاعات مصاحبه بوده است. جامعه آماری شامل کلیه خبرگان دانشگاه های دولتی بوده که با روش گلوله برفی ۱۳ نفر از خبرگان، نمونه آماری را تشکیل دادند. برای تحلیل و ارائه مدل از تکنیک داده بنیاد استفاده شد. در مرحله کدگذاری باز، ۹۵۲ کد اولیه استخراج شد که در نهایت ۱۲۳ مفهوم تبیین شد که در قالب ۳۳ مقوله فرعی یا مؤلفه، ۱۰ مقوله اصلی و مقولات اصلی در قالب ۶ طبقه، الگوی پارادایمی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی شناسی را شکل دادند. در مدل ارائه شده، رهبر آموزشی زیبا با مصادیق رهبری ذهن و احساسات، رفتار آموزشی زیبا، نگاه و بینش معنوی و آراستگی به مرکز ثقل مدل پارادایمی تبدیل شد؛ ظرفیت های فردی و جو حاکم بر دانشگاه به عنوان شرایط علی؛ ظرفیت های نهادی-سازمانی از جمله عوامل ساختاری و فرایندی، فرهنگ، مدیریت منابع انسانی حرفه گرا و سیمای دانشگاه به عنوان بستر حاکم؛ عوامل برگرفته از محیط کلان و موانع فرهنگی و کلیشه ای و موانع ساختاری به عنوان شرایط مداخله گر؛ راهبردهای فرهنگی-اجتماعی؛ راهبردهای آموزشی-ترویجی، الگوسازی و تکریم رهبران زیبایی شناسی، بازنگری و اصلاح برنامه ها همراه با راهبردهایی جهت چابک سازی و بوروکراسی زیبا به عنوان کنش ها و تعاملات مدل و در نهایت خلق دانشگاه زیبای بالنده، تحقق بالندگی فردی و توسعه اجتماعی پیامدهای این مدل هستند.

واژه های کلیدی: رهبری آموزشی، سبک های رهبری، رهبری زیبایی شناسی، دانشگاه های دولتی.

استناد: زارعی، سیمه؛ نادری بنی، ناهید و زارعی متین، حسن (۱۴۰۱). مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی شناسی در نظام آموزش عالی (مورد مطالعه: دانشگاه های دولتی ایران). مدیریت سازمان های دولتی، ۱۰(۲)، ۱۲۳-۱۴۲.

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran.
This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)



(DOI): 10.30473/IPOM.2021.61017.4462
(DOR): 20.1001.1.2322522.1401.10.2.6.7

فصلنامه علمی مدیریت سازمان های دولتی

دوره ۱۰، شماره ۲، (پیاپی ۳۸)، بهار ۱۴۰۱، (۱۴۲-۱۲۳)

تاریخ دریافت: (۱۴۰۰/۰۵/۰۴)

تاریخ پذیرش: (۱۴۰۰/۰۹/۱۳)

مقدمه

در مرور روند تغییرات تکنولوژی و رشد؛ انسان، عصر شکار، عصر کشاورزی و عصر صنعتی را پشت سر گذاشته و هم اکنون در حال گذر از عصر اطلاعاتی به عصر مفهومی است. عصری که در آن تفکر تحلیلی، منطقی و خطی جای خود را به خلاقیت، تفکر هم‌زمان، همدلی، جستجو، خلق معنا و مفهوم خواهد داد. همان‌طور که جامعه اطلاعاتی، مهارت‌ها و دانش خود را جهت سازگاری با این دوران می‌طلبید، عصر مفهومی نیز، توانایی‌ها و به گفته دانیل پینک، مهارت‌هایی همچون طراحی، داستان‌سرایی، هم‌نوایی، همدلی، بازی و معنا را می‌طلبد که حاوی تفکر و نگرشی به زندگی است که هم‌زمان، استعاری، زیباشناسی، زمینه‌ای و ترکیبی است (پینک، ۱۳۹۹).

در عصر مفهومی قابلیت ادراک چگونگی‌ها و حالات به‌جای تمرکز بر محتوای منطقی، نیازمند درک و فهم زیبایی‌شناسی است. تحلیل اطلاعات ویژگی غالب عصر اطلاعات است در حالی که ترکیب، کنار هم قراردادن عناصر مجزا و درک آن‌ها به صورت کلی ویژگی عصر مفهومی و رویکرد زیبایی‌شناسی است. در عصر مفهومی، عناصر عصر اطلاعات هنوز لازم هستند، اما دیگر کافی نیستند، در عوض استعدادهایی که در دوره اطلاعات پست و مردود شمرده می‌شوند مانند همدلی، هنرمندی، نگاه درازمدت، طلب تعالی و معنا به صورت فزاینده‌ای تعیین می‌کنند که چه کسانی اوج می‌گیرند و چه کسانی سقوط می‌کنند (همان).

مقصود از زیبایی‌شناسی، دانش حس کردن و معنی بخشیدن به مقولات و تجربیات است (آگوستو و همکاران، ۲۰۲۰). مفاهیمی چون منطق و استدلال همواره در مقابل احساس و عاطفه قرار می‌گیرند ولی نقطه مشترک مفاهیم فوق این است که تمامی آن‌ها منبعی از دانش بوده و تصویری در ذهن ایجاد می‌کند که براساس آن عمل می‌کنیم. برخی از زیبایی‌شناسان معاصر مدعی شدند که به همان نسبت که دانش در مورد شناخت است تا حد زیادی در مورد احساسات نیز است (هانسن و همکاران، ۲۰۰۷). نظریه‌پرداز سازمانی چستر بارنارد نیز معتقد است که مدیریت به‌جای معقول بودن، مدیریت زیبایی‌شناسی است و بهتر است با اصطلاحاتی مانند "احساس، قضاوت و ادراک" تعریف شود (عظیمی، ۲۰۱۶). به عبارت دیگر، زیبایی‌شناسی به معنی هنر یا زیبایی نیست و درواقع، زیبایی‌شناسی^۳، به‌عنوان "دانش

شکل گرفته از تجربیات حسی ما که شامل ارتباط بین افکار و احساسات ما و چگونگی استدلال پیرامون شناخت ما از دانش حسی و معنای احساس شده است" تعریف می‌شود و این دانش تا حد زیادی به حس و احساس، همدلی و شهود بستگی دارد (دانگمی و سینگه، ۲۰۱۷).

بر همین اساس، یکی از راه‌های ایجاد تغییر در افزایش شرایط رقابتی و تقویت جذابیت سازمانی، ایجاد سازمان‌هایی با ارزش‌های زیبایی‌شناسی است که در این میان، رهبری زیبایی‌شناسی از پیشرفت قابل توجهی برخوردار است. ساختار زیبایی ممکن است همیشه در سازمان مستقیماً پدید نیاید و درواقع به‌واسطه ویژگی‌های زیبایی‌شناسی که در رهبران وجود دارد، زمینه ایجاد یک سازمان زیبا و محافظت از ارزش‌های زیبایی‌شناسی محقق می‌شود (گوون و پولات^۴، ۲۰۱۶). رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی، سازگار با محیط است و می‌تواند منعکس‌کننده غنای درونی باشد. زیبایی‌شناسی رهبری، سبک رهبری تقویت‌کننده آگاهی حسی، جسمی و احساسی با یک دورنمای اخلاقی قوی پیرامون ارزش‌های عدالت، انصاف و راست‌گویی است (کتل و لین، ۲۰۱۹). درواقع، رهبران زیبایی‌شناسی را می‌توان معماران عصر مفهومی در نظر گرفت که محیط را به شیوه‌ای انسانی‌تر، متفکرانه و مبتنی بر زیبایی‌شناسی پیکربندی می‌کنند (سمیر^۵، ۲۰۰۶).

در میان سازمان‌های پیشرو جهت تطبیق با عصر مفهومی، سازمان‌ها و مؤسسات آموزشی در حال بهره‌گیری از مزایا و پیامدهای رویکرد زیبایی‌شناختی و رهبری زیبایی‌شناسی برای تطبیق خود با عصر مفهومی، حل مسائل، چالش‌ها و توسعه خود هستند.

چالش‌های ناشی از تحولاتی همچون؛ جهانی‌شدن (ویلیامز و لی، ۲۰۱۵)؛ تضمین کیفیت (سلطانی، ۳۹۴؛ شفیع‌زاده، ۱۳۹۱)؛ خصوصی‌سازی (آنان داکریشن، ۲۰۰۶؛ جمشیدی و زین‌آبادی، ۱۳۹۱)، یادگیری مادام‌العمر (کناپر و کروپلی، ۲۰۰۰؛ محمدی‌مهر و همکاران، ۱۳۹۰)؛ بحران زیست‌محیطی (برث و همکاران، ۲۰۰۷)؛ فناوری (یوسفی و دهنی، ۲۰۰۸؛ سیفی، لوگا و سنگا، ۲۰۰۷)؛ موضوعات برنامه درسی (گیود، ۲۰۰۷؛ پاک‌مهر و همکاران، ۱۳۹۱) و همچنین تمرکز صرف بر یادگیری و تأکید بیش از حد بر به‌خاطر سپردن اطلاعات، ازجمله چالش‌های مهم در نظام آموزشی و

3. Dangmei & Singh

4. Güven & Polat

5. Samier

1. Hansen & et al

2. Aesthetic

پژوهش‌های محدود پیشین، بیشتر تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی با تأکید بر هنر و در سطح مدارس را بررسی کرده‌اند و درواقع بیشتر بر نقش هنر در برنامه‌های درسی پرداخته‌اند؛ هرچند برنامه‌های درسی بستر شکل گرفتن مهم‌ترین فرایند نظام دانشگاهی یعنی یادگیری است و آموزش، پژوهش و عرضه خدمات تخصصی به وسیله مؤسسات آموزش عالی تا حدود زیادی به پویایی برنامه‌های درسی وابسته است (فتحی، موسی‌پور و یادگارزاده، ۱۳۹۷). اما بایستی در نظر داشت این پویایی برنامه‌های درسی تا حدود زیادی به برنامه‌ریزان و اجراکنندگان یا همان رهبران آموزشی بستگی دارد و شایان ذکر است که در این پژوهش معنای فراگیر رهبری آموزشی مدنظر است. در حالت ایده‌آل، در مؤسسات آموزشی، اعضای کادر آموزشی که به دنبال تأثیرگذاری مسئولانه در رابطه با زمینه هستند، رهبر آموزشی محسوب می‌شوند (کانلی و همکاران^۲، ۲۰۱۷).

ازاین‌رو، منظور از انجام این پژوهش، ضمن تحکیم یافته‌های پژوهش‌های قبلی از حیث مبانی نظری توسعه ادبیات زیبایی‌شناختی و رهبری زیبایی‌شناختی است و از حیث روش‌شناختی، ارائه مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها جهت بهره‌گیری از این رویکرد در راستای خلق محیط دانشگاهی پویا، با نشاط و خلاق است و بدین منظور این تحقیق با هدف پاسخگویی به این مسئله است که رهبری زیبایی‌شناختی در دانشگاه‌ها به صورت یک مدل چگونه است؟

مبانی نظری پژوهش

دانشگاه‌ها در محیط پیچیده سازمان‌های امروزی تحت فشار قابل توجهی قرار دارند. این فشارها با توجه به تغییرات و تحولات به‌طور مستمر فزونی می‌گیرند. این تغییرات باعث شده که دانشگاه‌ها با چالش‌های بی‌سابقه‌ای مواجه شوند و آینده‌ای کاملاً نامشخص و مبهم پیشروی آن‌ها قرار گیرد که نیاز به پاسخ جدیدی از سوی رهبری دانشگاه‌ها برای دستیابی به نتایج مطلوب درزمینه آموزش، پژوهش و خدمات احساس شود. دانشگاه‌ها با تکیه بر رویکردهای رهبری سنتی دیگر نمی‌توانند چیزی را که لازم است فراهم کنند. برای مسائل و نیازهای کنونی، سبک و مدل رهبری متفاوت و جدیدی موردنیاز است (بروجدی و همکاران، ۱۳۹۸).

در جستجوی راه‌های جایگزین برای بررسی سازمان‌ها، صاحب‌نظران این عرصه چنین استدلال می‌کنند که ما با

دانشگاه‌های معاصر می‌باشند که نظام آموزشی و دانشگاه‌های ایران نیز عاری از این چالش‌ها نیستند.

برخی از این چالش‌ها منجر به کاهش میزان رغبت دانشجویان به یادگیری، بروز رفتارهای منفی چون افسردگی تحصیلی، تمایل به ترک تحصیل و غیره در دانشجویان می‌شود (معروفی و همکاران، ۱۳۹۵). در حال حاضر به‌منظور تغییرات در مؤسسات آموزش عالی و دانشگاه‌ها بر نقش رهبری کارآمد و اثربخش به‌عنوان یک عنصر کلیدی برای ایجاد تحولات خلاقانه در امر آموزش و افزایش رضایت و انگیزه دانشجویان تأکید می‌شود (زیتار، ۲۰۱۴). تجربه بسیاری از دانشگاه‌های بزرگ به استفاده از سبک رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی حاکی از آن است که تمرکز بر مباحث زیبایی‌شناسی، تأثیر معنی‌داری بر بهبود عملکرد تحصیلی دانشجویان داشته (آگوستو و همکاران، ۲۰۲۰)، همچنین تحول زیادی در رفتار، آداب و رسوم دانشجویان دانشگاه ایجاد کرده است (سعید و همکاران، ۲۰۱۳) و منجر به کاهش احساس منفی دانشجویان نسبت به برنامه‌های درسی شده و در مقابل، تمایل آن‌ها به یادگیری و مشارکت در فعالیت‌های آموزش و یادگیری را بهبود بخشیده است (آگوستو و همکاران، ۲۰۲۰). کتل^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، نیز به نقش رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی در افزایش قدرت تأثیرگذاری مدیران مراکز آموزشی تأکید کرده‌اند. کتی مک و همکاران (۲۰۱۹)، نیز اظهار کردند، احساسات و اتصالات زیبایی‌شناسی دانشجویان، پتانسیل تأثیرگذاری بر درک فردی و معانی مشترک درباره جوامع آموزشی آنلاین و مجازی را دارد. ازاین‌رو، مدیران و استادان سازمان‌های آموزشی با رفتارهای رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی خود و تأثیرگذاری بر پیروان خود، این امکان را فراهم می‌آورند که محیط‌های آموزشی کارا تر و اثربخش‌تر با فضای مناسبی برای تحولات خلاقانه فراهم آورند.

در این میان با توجه به اهمیت رهبری در دانشگاه‌ها و با توجه به حرکت خوشایند رویکردهای رهبری محور به‌طرف رویکردهای پست مدرنیزم رهبری (مکولی و همکاران، ۲۰۱۰)

و جایگزینی رویکردهای مبتنی بر حواس پیروان با رویکردهای عقلانی در مطالعات سازمانی و البته خلأ تحقیقاتی اطلاعات و دانش در مورد چگونگی این فرایندها، منظور از انجام این پژوهش، ارائه یک مدل بومی ایرانی – اسلامی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی بوده است.

"شکوفایی زیبایی‌شناسی" روبرو هستیم (ولش، ۱۹۹۷: ۱) زیبایی‌شناسی رهبری در پیشینه مطالعات سازمانی به‌عنوان روشی برای ایجاد جریان فکری در حوزه‌های مدیریت و سازمان ارائه شده است (گیلت دی موتوکس، ۲۰۰۷). در این تفسیر، حوزه مدیریت جایی است که در آن مدیران و اقتصاددانان آینده‌نگر و عمل‌گرا فعالیت می‌کنند و به دنبال سود هستند، در حالی که حوزه سازمان توسط افرادی اشغال شده که سنت، مقررات، برابری و مکان را برای کنترل هزینه‌ها ارزش‌گذاری می‌کنند. بخش زیبایی‌شناسی سازمان جایی است که در آن فرد به دنبال آن است که مشخص کند که ارائه و ایجاد کیفیت از طریق "فلسفه‌پردازی خلاق" به چه معناست (کتل و لین، ۲۰۱۹).

زیبایی‌شناسی به‌عنوان مفهومی ضمنی در تاریخچه سازمانی وجود داشته است اما تجلی آن ممکن است به صورت گنگ و نامفهوم بروز پیدا کرده باشد. اگرچه ممکن است زیبایی‌شناسی در فهرست مدیریتی مرسوم جایگاهی نداشته باشد اما نگرانی‌هایی که در خصوص زیبایی و مباحث مرتبط آن وجود دارد قابل‌چشم‌پوشی نیست (شیرواستاوا و همکاران، ۲۰۱۷).

زیبایی‌شناسی، همان‌طور که بسیاری از فیلسوفان زیبایی‌شناسی (بومگارتن، دوی، کانت، پاریسون ویکو)

می‌گویند حقانیت دانش مبتنی بر حس‌ها (بینایی، صدا، بو، مزه و لمس) را فراهم می‌آورد. درک حسی موجب پیدایش احساس زیبایی‌شناسی، قضاوت و عاطفه درباره‌ی سازمان‌ها و کارهایی می‌شود که به صورت فردی تجربه شده و به صورت اجتماعی بنیاد نهاده شده‌اند. برای مثال، کاری که برخی اعضا از آن لذت می‌برند، ممکن است مورد تنفر بقیه باشد. درک زیبایی‌شناختی درگیر مطالعه این نکته است که افراد و گروه‌ها، با هماهنگ کردن احساسات خود، چگونه در زندگی سازمانی درگیر می‌شوند (کتی مک و همکاران، ۲۰۱۹؛ پیتر و همکاران، ۲۰۱۹).

کلمه زیبایی‌شناسی که ریشه آن در یونان باستان است از کلمه "aisthesis" یا "aisthanestha" می‌آید. کلمه aisthesis به معنای احساس است. یا به عبارتی به معنای علاقه و کنجکاوی در مورد احساسات دلخوش انسانی است (کوهن و علم، ۲۰۱۴). زیبایی‌شناسی شامل اطلاعات و معانی است که براساس تجربه حسی افراد در مورد احساسات و عواطف بنا شده است (گوون و پولات، ۲۰۱۶). تعاریف متعددی از زیبایی‌شناسی ارائه شده که در جدول زیر به برخی از مهم‌ترین تعاریف اشاره می‌شود:

جدول ۱. تعاریف زیبایی‌شناسی

Table 1. Aesthetic Definitions

منبع	شرح
پاری و میندل (۲۰۰۲)	زیبایی‌شناسی کلمه‌ای یونانی است که به‌عنوان یک حوزه فلسفه مربوط به هنر و زیبایی معرفی شده است و هر نوع تجربه حسی – صرف‌نظر از اینکه حسی یا هنری باشد – را شامل می‌شود.
هانسن و همکاران (۲۰۰۷)	زیبایی‌شناسی، دانش حس کردن و معنی بخشیدن به مقولات و تجربیات است.
کوهن و علم (۲۰۱۴)	به معنای احساس است. یا به عبارتی به معنای علاقه و کنجکاوی در مورد احساسات دلخوش انسانی است.
گوون و پولات (۲۰۱۶)	زیبایی‌شناسی شامل اطلاعات و معانی است که براساس تجربه حسی افراد در مورد احساسات و عواطف بنا شده است.
دانگمی و سینگه (۲۰۱۷)	در مجموع دانش زیبایی‌شناسی تا حد زیادی به حس و احساس، همدلی و شهود مربوط است.
کارول و همکاران (۲۰۱۷)	زیبایی‌شناسی معمولاً برحسب دانش حسی، تجربه حسی یا احساسی یا به تعبیری قلمروهای نفسانی – مؤلفه‌های مجسم، هیجانی، نفسانی و نمادین خود تعریف می‌شود.

منبع: یافته‌های محقق

آخرین پیشرفت زیبایی‌شناسی به مطالعات سازمانی، به‌طور گسترده از جستجوی روش‌های متناوب دانش ناشی می‌شود و در مطالعات سازمانی به همراه دیدگاه‌های تفسیری / انتقادی پدید آمده است. به‌جای تلاش برای پیش‌بینی نتایج عینی پدیده‌های رهبری مانند کاریزما و اصالت، زیبایی‌شناسی به چگونگی تولید و ظهور این پدیده‌ها می‌پردازد و تلاش می‌کند تا معانی احساس ذهنی را تجربه کند که توسط رهبران و پیروان تجربه می‌شود. زیبایی‌شناسی به دانش‌هایی مربوط می‌شود که از تجربیات حسی ما ایجاد می‌شود که شامل ارتباط بین افکار و احساسات ما و نحوه استدلال ما در مورد آن‌ها است (بابایی و همکاران، ۲۰۱۳).

زیبایی‌شناسی از جنبه عملکرد رهبری در سازمان معمولاً به توانایی استفاده از آگاهی هیجانی و همدلی در تعامل مثبت و تشخیص هویت دیگران در یک نقش رهبری اشاره دارد که در آن روابط هیجانی مثبت در ارتباطات با کل سازمان‌ها تبدیل به سرمایه می‌شود (دانگمی و سینگه، ۲۰۱۷).

مفهوم "رهبری زیبا" توجه ما را به آن جنبه غالباً غیرقابل بیان، ولی قدرتمند از چگونگی تجسم رهبران در نقش خود جلب می‌کند. رهبری زیبا بیانگر کیفیتی است که فرد می‌تواند از طریق رشد یافتن در تسلط بر خود قوت یابد و از طریق همخوانی اعمال خود با اظهارات "اندازه‌گیری شده" تسریع شود. همچنین این امر ما را از احتمال هدایت اهدافی توسط رهبر به سمت بهترین اهداف انسانی آگاه می‌کند (لادکین، ۲۰۰۸).

رهبری زیبایی‌شناسی به‌عنوان یک مدل رهبری که به کیفیت‌های احساسی؛ عاطفی و آگاهی‌های ذهنی با توجه به زیبایی سازمانی و ترویج و ترقی اهداف اخلاقی تأکید دارد؛ توصیف می‌شود (مانیکس، ویلکس و دالی^۲، ۲۰۱۵). براساس نظریه رهبری زیباشناسی، رهبری به همان اندازه که علم است نوعی هنر نیز است و بنابراین، مستلزم این است که در آن علاوه بر قوه تعقل، احساسات هم به کار گرفته شود (باتورست^۳، ۲۰۰۷). البته این نظریه مفهوم تازه‌ای نیست و بسیاری از افراد از جمله: چستر بارنارد، پیتر دراگر، ادگار شاین و مکس دپری آن را مطرح کرده‌اند. به کسانی که این رویکرد را پذیرفته و آن را به کار می‌بندند رهبران هنری یا زیباشناس گفته می‌شود (بارنز^۴، ۲۰۱۵).

درواقع، با توجه به ادبیات مربوطه، رهبری زیبایی‌شناسی باید سبکی از رهبری باشد که تأکید آن بر روی احساس، ذهنیت،

به‌طور کلی می‌توان گفت؛ کلمه یونانی "aisthesis" به معنای هرگونه تجربه احساسی است که ممکن است هنری و یا حسی باشد. الکساندر گاتلیب بومگارتن را پدر علم زیبایی‌شناسی می‌دانند. وی براساس عقاید ویکو (۱۷۴۴)، بیان کرد که دانش از آنجا که مبتنی بر ادراک است بیشتر به احساسات بستگی دارد. دانش زیبایی‌شناسی شامل درک احساسی پدیده‌ها است و نمی‌توان آن را مجزا از تجربه مستقیم جهان در نظر گرفت. این عقیده که معانی مبتنی بر تجربه به‌اندازه فهم ادراکی مهم هستند برخلاف معنی‌شناسی دکارتی است. تفکر دکارتی تفاوت زیادی بین ذهن و بدن قائل نمی‌شود. لذا، ذهن (ادراک، فهم، منطق) به‌عنوان منبعی از دانش در نظر گرفته می‌شود و روش‌های یادگیری مبتنی بر احساس به‌عنوان بخش حاشیه‌ای یادگیری در نظر گرفته می‌شوند. این نوع حاشیه قراردادن احساس، طعنه‌آمیز است چرا که تجربه زیبایی‌شناسی است که به دانش ما شکل می‌دهد؛ یعنی تجربه پیش از دانش قرار دارد. در این رابطه می‌توان از تئوری دانش ضمنی پولانی استفاده کرد. پولانی (۱۹۴۸)، بین اشکال آشکار و عینی دانش با اشکال پنهان و ذهنی دانش تفاوت قائل شد. وقتی رهبران سازمان بر احساسات غریزی خود تکیه دارند. درواقع، از دانش پنهان خود استفاده می‌کنند. دانش پنهان حالت عمیق و غیرقابل بیان داشته و برخلاف نمودهای منطقی و آشکار است (هانسن و همکاران، ۲۰۰۷).

در یک بافت سازمانی، دانش اندوخته می‌شود که این دانش در نتیجه ادراک حسی افرادی که در آن سازمان حضور دارند ذخیره می‌شود. به عبارت کوتاه، ما دانش را از طریق احساسات ذهنی خود در ارتباط با یک بافت سازمانی خاص گردآوری می‌کنیم. افراد در پروسه‌های زیبایی‌شناسی برای خلق دانش ارزش قائل هستند که به‌عنوان یک بخش فعال از پروسه زیبایی‌شناسی مطرح است که توسط آن سخنرانی‌های سازمانی از لحاظ اجتماعی پایه‌گذاری و ساخته می‌شوند. زیبایی‌شناسی در سازمان شامل ساخت اجتماعی از یک دیالوگ زیبایی‌شناسانه میان اعضای سازمان است (شیرواستاوا و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

ساختار زیبایی ممکن است همیشه در سازمان مستقیماً پدید نیاید. بنابراین، ویژگی‌های زیبایی‌شناسی در رهبران وجود دارد که مورد نیاز برای ایجاد یک سازمان زیبایی‌شناسی و محافظت از ارزش‌های زیبایی‌شناسی موجود است (گوون و پولات، ۲۰۱۶).

2. Mannix, Wilkes & Daly

3. Bathurst

4. Barnes

1. Shrivastava & et al

ویژگی‌های رهبران ایفا می‌کنند. در هریک از آن‌ها، احساسات در پیروان و رهبران به‌طور یکسان برانگیخته می‌شوند. همه این مباحث شامل حسی است که از تجربیات ذهنی ایجاد شده و ارزیابی پیروان از ویژگی‌های رهبری است. اعتقاد بر این است که پیروان برخلاف معیارهای کاملاً عینی، رهبران دارای توانایی نفوذ اجتماعی را حداقل تا حدی مبتنی بر حواس و قضاوت‌های زیبایی‌شناسی تحت‌تأثیر قرار می‌دهند. رویکردهای رهبری که ریشه درواقع‌گرایی علمی دارند، مانند بسیاری از علوم اجتماعی، دیدگاه منطقی دارند که برای توصیف این تجربه‌های پیچیده‌تر از رهبری، در تبیین سبک رهبری ناکارآمد است (همان).

در واقع، سبک رهبری زیبایی‌شناسی از زیبایی‌شناسی به‌عنوان ابزاری برای سنتز رهبری تحول‌گرا، کاریزماتیک و معتبر استفاده می‌کند (دانگمی و سنگه، ۲۰۱۷). زیبایی‌شناسی رهبری درواقع نقطه تلاقی تمامی جریانات تحقیقاتی است که در رابطه با رهبری سازمان انجام می‌شوند (حنس و همکاران، ۲۰۰۷). اما رهبری زیبایی‌شناسی بر روی فرآیندهای نفوذ تمرکز می‌کند نه ویژگی‌های رهبر (همان). رویکردهای غالب در دیدگاه "پیرو - محور" رهبری (کاریزما، تحولی، رهبری خدمتگزار)، تمایل به اتکا به روش‌های منطقی و عینی برای کشف و پیش‌بینی نتایج در ارتباط با جنبه‌های مختلف رهبری دارند. در مقابل، رهبری زیبایی‌شناسی روشی برای بررسی اینکه چگونه رفتارها و نتایج رهبری ایجاد و پدیدار می‌شوند، است و در تلاش برای توصیف معانی احساس شده رهبران و پیروان است که در ادبیات رهبری غایب هستند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۱).

با وجود اهمیت بالای سبک رهبری زیبایی‌شناسی در حوزه آموزش، تحقیقات علمی بسیار محدودی به‌ویژه در سطح دانشگاه انجام شده است که خلاصه پژوهش‌های انجام شده در جدول آمده است.

آگاهی احساسی و یک دورنمای اخلاقی قوی بر مبنای ارزش‌های هستی، اعتماد و عدالت است (مانیکس، ویلکس و دالی، ۲۰۱۵). افراد بیش از حد معقول، در تصمیمات خود عمیق می‌شوند و تصمیماتی می‌گیرند که در آن ذهن، بدن، هیجانات، احساس و تجربیات شخصی خود را می‌آورند که در هیچ مدل منطقی قابل‌نمایش نیست و اگر بتوانیم هر تصمیم را به یک مدل منطقی تقلیل دهیم اصلاً به رهبران نیاز نداریم (دانگمی و سنگه، ۲۰۱۷).

لادکین (۲۰۰۸)^۱ معتقد است که هر چیز در فرایند رهبری دارای یک بعد زیبایی‌شناسی است، خواه آگاهانه به رسمیت شناخته شود یا نشود، چرا که اعمال رهبری در عمل مورد قضاوت قرار می‌گیرد و زیبایی‌شناسی می‌تواند موارد زشت، ناپسند و ناسازگار را در بر بگیرد. زیبایی رهبری درنهایت به‌عنوان تعامل اخلاقی با خود، دیگران و جهان، چیزی ذاتاً رابطه‌ای و زیبایی‌شناسی به‌عنوان "دانش حسی، معنوی و اخلاقی" است که چنین تعاملی را شکل می‌دهد و به تصویر کشیده می‌شود. (کارول^۲ و همکاران، ۲۰۱۷)

در تمامی سبک‌های رهبری تحول‌گرا، الهام‌بخش، کاریزماتیک و اصیل، زیبایی‌شناسی به‌عنوان یک رویکرد آگاهی‌دهنده در نظر گرفته می‌شود. برای مثال، رهبری تحول‌گرا با تغییراتی عمیق در اقدامات و دیدگاه سازمان مرتبط است که باعث الهام بخشی، انگیزش و توانمندسازی کارکنان می‌شود. ماحصل این سبک رهبری، دستیابی به عملکردی فراتر از انتظارات است. رهبری تحول‌گرا شامل ایجاد دیدگاهی خلاقانه است و از کارکنان می‌خواهد که خلاق‌تر و نوآورتر باشند. زیبایی‌شناسی در این سبک باعث تقویت جنبه‌های انگیزشی و خلاقانه رهبری تحول‌گرا می‌شود. در سبک رهبری کاریزما نیز با توجه به نقش عواطف، احساس و تصمیمات پیروان برای اعطا کاریزما به رهبر خود، می‌توان استنباط کرد که قضاوت زیبایی‌شناسی پیروان راجع به رهبر، مسئله‌ای کلیدی در مطالعات رهبری کاریزماتیک است (هانسن و همکاران، ۲۰۰۷)

تمامی این تئوری‌ها بر رفتارهای نمادین رهبران تأکید دارند و بر این اساس شکل گرفته‌اند که پیروان نقش مهمی در

1. Ladkin (2008)

2. Carroll & et al

جدول ۲. سوابق پژوهش

Table 2. Research Records

محقق	عنوان	نتیجه
اسدیان و عزیزی (۱۳۹۷)	تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی: رویکردی جهت بهبود نگرش دانش‌آموزان به مدرسه	نتایج حاکی از آن است که هر اندازه عناصر و مؤلفه‌های تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی (عناصر بصری، رنگ، موسیقی، تخیل و تصورات دانش‌آموزان، هنر، عواطف دانش‌آموزان، محیط یادگیری شاد، خلاقیت و احساس لذت از یادگیری) در فرایند تدریس تلفیق گردند و معلم تلاش نماید تا اهداف حوزه شناختی را به واسطه توجه و مهم بودن حوزه عاطفی دانش‌آموزان مورد توجه قرار دهد، به همان نسبت نگرش دانش‌آموزان به مدرسه و مؤلفه‌های موجود در آن بهبود پیدا می‌کند
فولادی و سعادت‌مند (۱۳۹۴)	مروری بر تربیت زیبایی‌شناسی در دوره ابتدایی	نتایج نشان داد که برنامه درسی هنر در دوره ابتدایی یکی از جنبه‌های تربیت زیبایی‌شناسانه است و تمام ساحت‌های تربیتی در تربیت زیباشناسانه مؤثرند
آگوستو و همکاران (۲۰۲۰)	بررسی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در تحقق عدالت اجتماعی	در این تحقیق به شکل خاص بر مفهوم "بخشندگی" به عنوان یک مؤلفه کلیدی در تثبیت رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی تأکید شده است
سان و نی (۲۰۲۰)	رهبری زیباشناسی و روحیه معلم در تحصیلات پایه دبیرستان	بین رفتارهای رهبری زیبایی‌شناسی و روحیه معلمان روابط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
کال و همکاران (۲۰۱۹)	رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی و آماده‌سازی برای رهبری مدارس	این تحقیق مشخص می‌شود که با لحاظ کردن مباحث زیبایی‌شناسی در برنامه درسی دانشجویان می‌توان آگاهی زیبایی‌شناختی آنان را بهبود بخشید. همچنین محققان به این یافته رسیدند که تمرکز بر فعالیت‌های صریح و تعاملی می‌تواند درک زیبایی‌شناسی را در کلاس‌های رهبری توسعه دهد. رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی باعث می‌شود که قدرت تأثیرگذاری مدیران مراکز آموزشی افزایش پیدا کند.
کتی مک و همکاران (۲۰۱۹)	رویکرد زیبایی‌شناسی برای مشارکت آنلاین دانشجویان	اتصالات زیبایی‌شناختی ابتدایی از طریق مصنوعات ساخته تیمی ظهور می‌کند که توسط هم‌کلاسی‌های مجازی درک شده و از آن لذت برده می‌شود. احساسات و اتصالات زیبایی‌شناختی دانشجویان پتانسیل تأثیرگذاری بر درک فردی و معانی مشترک درباره جوامع آموزشی آنلاین را دارد.
محجوب (۲۰۱۶)	تأثیر آموزش هنر در تقویت توانایی حس زیبایی‌شناسی در دانش‌آموزان	آموزش هنر متجر به توسعه توانایی حس زیبایی‌شناسی در دانش‌آموزان سطح پایه می‌شود.
گوون و پولات (۲۰۱۶)	بررسی سطح درک دانش‌آموزان دبیرستانی مربوط به رهبری زیبایی‌شناختی	به نظر می‌رسد سطح درک دانش‌آموزان دبیرستانی مربوط به رهبری زیبایی‌شناختی و زیر ابعاد آن سطح متوسط است و دانش‌آموزان دبیرستانی "از نظر فاکتور جنسیت تفاوت معنی‌داری ندارند اما دانش‌آموزان دبیرستانی" برداشت‌ها با توجه به نوع و نام مدرسه تفاوت قابل توجهی دارند
سعید و همکاران (۲۰۱۳)	چشم‌انداز جنسیتی زیبایی‌شناسی در رفتار دانشجویان	مطالعه مداوم زیبایی‌شناسی، تحولی بزرگ در رفتار، آداب و رسوم دانشجویان ایجاد می‌کند
پولات و ازتیراک -کاواک (۲۰۱۱)	رهبری مبتنی بر زیبایی‌شناسی	۷ عامل صداقت، ارتباطات، پیدایش، کاربرد، تقویت زیبایی‌شناسی، حساسیت و پشتیبانی به عنوان رفتارهای رهبری زیبایی‌شناسی تبیین شد
یورماچر (۲۰۰۹)	به سمت تئوری تجارب یادگیری مبتنی بر زیبایی‌شناسی با هدف آشکار کردن راه‌هایی برای فراهم آوردن فرصتی برای دانش‌آموزان	ارائه تجارب یادگیری مبتنی بر زیبایی‌شناسی رضایت دانش‌آموزان، افزایش حافظه ایپزودیک و دانش ادراکی، ایجاد معنی، خلاقیت و نوآوری را در دانش‌آموزان پشتیبانی می‌کند.

با بررسی پژوهش‌های پیشین، مشخص می‌شود که ضمن تأکید و توجه همه پژوهش‌های ذکر شده به رهبری زیبایی‌شناسی، اما چارچوب یا مدلی جهت توسعه یا پیاده‌سازی این مهم و یا حتی شاخص‌هایی جامع به‌عنوان معرفی رهبر زیباشناسی وجود ندارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از بعد هدف، اکتشافی و از بعد مخاطب استفاده‌کننده، توسعه‌ای است که زمینه و شالوده‌ای برای کاربرد نیز فراهم می‌سازد. کاربرد این پژوهش در زمینه ارائه مدلی در رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی متناسب با شرایط و رویکردهای حاکم در دانشگاه‌ها است. رویکرد اکتشافی نیز در جهت شناسایی متغیرهای مدل مورد استفاده قرار گرفت.

پژوهش حاضر از نوع پژوهش کیفی است که با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد انجام پذیرفته است. نظریه داده‌بنیاد، نظریه‌ای است که مستقیماً از داده‌هایی استخراج شده است که در جریان پژوهش به صورت منظم گرد آمده و تحلیل شده‌اند. در این روش، گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه نهایی با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ هستند. روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد در سال ۱۹۶۷ میلادی از سوی گلاسر و اشتراوس^۱ در کتاب کشف نظریه داده‌بنیاد مطرح شد. از نظر این محققان، نظریه داده‌بنیاد که نظریه‌ای پدیدار شده از تجربه است می‌تواند نقش مهمی در پرکردن شکاف میان نظریه و پژوهش‌های تجربی ایفا نماید (استراوس و همکاران، ۲۰۱۳). در نظریه داده‌بنیاد، پژوهش از یک حوزه مطالعاتی شروع و فرصت داده می‌شود تا آنچه متناسب و مربوط به موضوع است خود را نشان دهد. بنابراین، نوعی پژوهش اکتشافی نیز تلقی می‌شود. اینکه چرا از رویکرد داده‌بنیاد استفاده شده است به این علت بوده که پژوهش به دنبال طراحی الگو آن هم براساس الگوی اشتراوس و کوربین بوده است، اگر طراحی الگو مطرح نبود روش پدیدارشناختی می‌توانست استفاده شود. به عبارتی جامع‌تر هدف اصلی از به‌کارگیری روش نظریه داده‌بنیاد، ساختن

نظریه است. استفاده از نظریه داده‌بنیاد متضمن یک فرضیه اصلی است مبنی بر اینکه همه ابعاد مربوط به پدیده موردنظر هنوز مشخص نشده‌اند یا حداقل ابعاد پدیده تعریف شده در جامعه یا مکان مورد مطالعه موردنظر، مشخص نیستند یا اگر مشخص شده‌اند هنوز روابط بین مفاهیم یا به‌خوبی درک نشده‌اند یا از نظر مفهومی رشد کافی نیافته‌اند. روش داده‌بنیاد روشی است که هدف آن شناخت و درک تجارب افراد از رویدادها و وقایع در بستری خاص است و این بستر متفاوت از تجارب افراد است که پژوهش را از نوع مشابه آن متمایز می‌کند و به آن ارزش منحصری می‌دهد (کوبین و استراوس، ۲۰۱۴)

جامعه مخاطب پژوهش، صاحب‌نظران آگاه و آشنا به امور مدیریتی، رهبری و اجرایی دارای سابقه مدیریتی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در کشور و هم‌چنین اعضای هیئت‌علمی تخصص در رشته‌های مرتبط مدیریتی می‌باشند؛ و رهبر آموزشی در این پژوهش سطح مدیران رده بالا و میانی دانشگاه مدنظر بوده است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند (نظری) و به روش شبکه متخصصان (گلوله برفی) انجام پذیرفت. قبل از انجام هر کاری مطالعه اسناد، مدارک، دانش نظری و ادبیات مربوط به پژوهش انجام گرفت. پس از مطالعه پیشینه و دانش نظری مربوط به موضوع پژوهش جهت گردآوری داده‌های موردنیاز از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که محقق دریافت که اطلاعات جدیدی به پژوهش اضافه نمی‌شود و داده‌های قبلی در حال تکرار شدن می‌باشند. بنابراین، می‌توان فرایند نمونه‌گیری را پایان داد. در این پژوهش با ۱۳ نفر از خبرگان مصاحبه انجام شد که اطلاعات مصاحبه‌شوندگان در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. گروه خبرگان

Table 3. Expert Group

جنسیت	سنوات خدمت	دانشگاه محل خدمت	رشته و گرایش	زمان مصاحبه	سمت‌های اجرایی
زن	۲۰ سال	دانشگاه علامه	مدیریت رفتار سازمانی	۱ ساعت و ۲۱ دقیقه	هیئت علمی و سمت مدیریتی
مرد	۲۷ سال	دانشگاه مشهد	مدیریت بازرگانی با گرایش مدیریت منابع انسانی	۴۵ دقیقه	هیئت علمی و سمت مدیریتی
مرد	۳۱ سال	دانشگاه تهران	مدیریت دولتی با گرایش رفتار سازمانی	۴۹ دقیقه	هیئت علمی و سمت مدیریتی
زن	۱۶	دانشگاه فرهنگیان	مدیریت آموزشی	۴۵ دقیقه	مدرس و سمت اجرایی
مرد	۲۵	دانشگاه تهران	مدیریت بازرگانی گرایش رفتار و منابع انسانی	۱ ساعت و ۲ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی
مرد	۱۵	دانشگاه فرهنگیان	مدیریت آموزشی	۲۲ دقیقه	هیئت علمی
زن	۱۴	دانشگاه الزهرا	مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی	۴۵ دقیقه	هیئت علمی
مرد	۲۴	دانشگاه اصفهان	مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی	۴۸ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی
مرد	۱۰	دانشگاه اصفهان	مدیریت بازرگانی با گرایش منابع انسانی	۲۲ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی
مرد		دانشگاه اصفهان	مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی	۵۴ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی
مرد	۱۵	پژوهشگاه حوزه و دانشگاه	مدیریت دولتی با گرایش رفتار سازمانی	۴۱ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی
مرد	۱۰	دانشگاه تهران	رفتار سازمانی	۱ ساعت	هیئت علمی
زن	۲۲	دانشگاه	مدیریت آموزشی	۹۰ دقیقه	هیئت علمی و سمت اجرایی

الگو از دیدگاه دو نفر خبره به صورت موازی انجام شده است. از دو معیار کمی برای بررسی قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری استفاده شده است: ضریب هولستی، ضریب پی اسکات (وانگ، ۲۰۱۱؛ عابدی و همکاران، ۱۳۹۰؛ رنگریز و همکاران، ۱۳۹۶).

جهت اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش‌های کیفی چهار مؤلفه قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری باید بررسی شود (لینکلن و گوبا، ۱۹۸۵). برای دستیابی به این هدف وجود حداقل دو نفر برای انجام بررسی به صورت جداگانه اما موازی با یکدیگر و مقایسه یافته‌های دو یا چند پژوهشگر الزامی است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵). در این مطالعه نیز کدگذاری

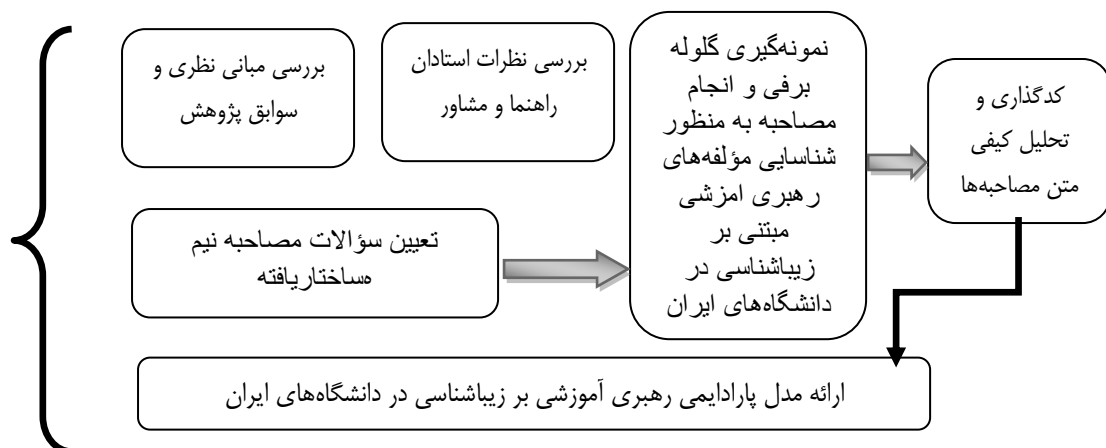
جدول ۴. تعیین کفایت کدگذاری

Table 4. Determine the Adequacy of Coding

متغیر (سطح تحلیل)	تعداد کلیه موارد کدگذاری شده از طریق کدگذار اول (N1)	تعداد کلیه موارد کدگذاری شده از طریق کدگذار دوم (N2)	تعداد کلیه موارد مشترک بین دو کدگذار (M)	ضریب پایایی هولستی	ضریب پی اسکات
				$PAO = \frac{M}{N1 + N2}$	$Pi = \frac{(OA - EA)}{(1 - EA)}$
کدهای اولیه	۹۶۳	۹۴۱	۹۳۵	۸۹٪	۸۶٪
شاخص	۳۵	۳۱	۲۹	۷۸٪	۷۳٪

دارد مراحل انجام پژوهش در نمودار زیر آمده است.

با توجه به نتایج حاصل، کدگذاری کفایت و اعتبار لازم را



شکل ۱. مراحل انجام پژوهش

Figure 1. Steps of Conducting Research

اجرای الگوی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی به شیوه استقرایی استخراج شدند و در نهایت الگوی پارادایمی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها ارائه گردید. خروجی کدهای باز استخراجی و نحوه مقوله بندی محوری مربوط به هریک از عوامل مدل پارادایمی رهبری زیبایی‌شناسی در ادامه نشان داده شده است.

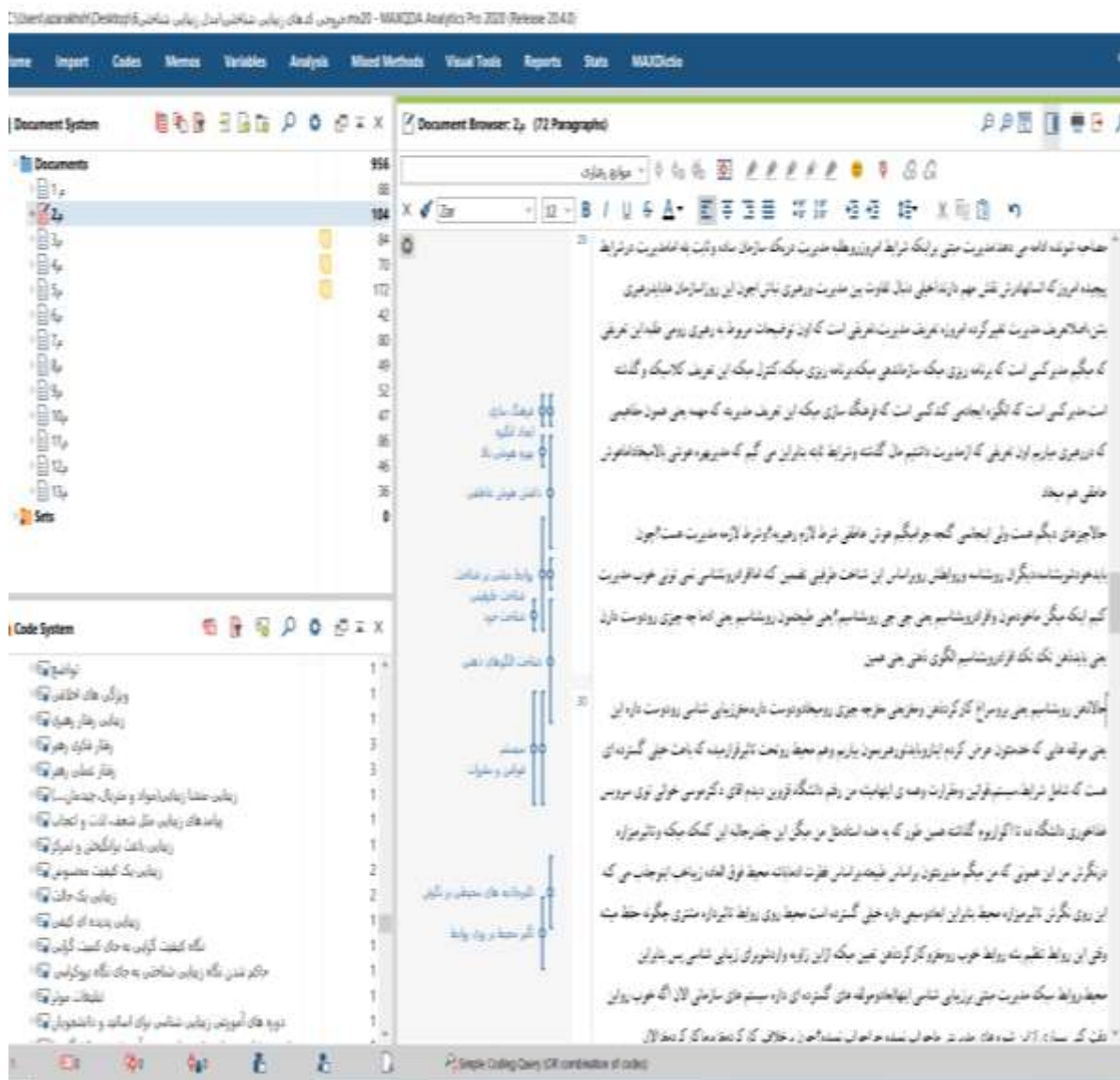
یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی براساس رهیافت نظام مند نظریه داده بنیاد اشتراوس و کوربین در سه مرحله کد گذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی صورت پذیرفت که بدین ترتیب عوامل علی، مؤلفه‌های رهبری زیبایی‌شناختی، بستر و زمینه مناسب، عوامل مداخله‌گر و بازدارنده، راهبردها و پیامدهای



شکل ۲. نمونه کدگذار باز؛ منبع: یافته‌های پژوهش خروجی نرم‌افزار (مکس‌کیودا، ۲۰۲۰)

Figure 2. Open Coding Example. Source; Research Finding (MAXQDA PRO 2020)



شکل ۳. نمونه کدگذار باز؛ منبع: یافته‌های پژوهش؛ خروجی نرم‌افزار (مکس‌کیودا، ۲۰۲۰)

Figure 3. Open Coding Example.Source; Research Finding; (MAXQDA PRO 2020)

بعد کدگذاری محوری انجام شد که جهت پرهیز از اطاله کلام، نتیجه کدگذاری محوری در جدول ۵ آمده است.

همانطور که در شکل ۳ ملاحظه می‌شود، حاصل کدگذاری باز از ۱۳ مصاحبه، استخراج ۹۵۶ کد باز می‌باشد که تعداد کدهای حاصل از هر مصاحبه در شکل نشان داده شده است. در مرحله

جدول ۵. متغیرهای پژوهش

Table 5. Research Variable

مفهوم	مؤلفه	مقوله اصلی
مدیریت و رجعت بر خویشتن	مدیریت ذهن	رهبری ذهن و احساسات
شناخت ابعاد و اندازه‌های فضای ذهنی و فکری مخاطب		
توجه و درک ساختار ارزشی و الگوی ذهنی دانشجویان		
ایجاد تحریک ذهنی در جهت رشد و تعالی		
تأثیر بر روی ذهن مخاطب و جهت‌دهی مثبت به آن		
چارچوب ذهنی پویا		

مقوله اصلی	مؤلفه	مفهوم
حس‌سازی و تصویرسازی		ایجاد تصویر تحسین‌برانگیز از خود
		درک احساسات و حساسیت‌های زیبایی‌شناسی پیروان
		انتقال و پذیرش احساسات در چارچوب اخلاق و محیط دانشگاه
		انتقال یک حس خوب و آرام‌بخش به مخاطب
الگوساز و سمبل‌گرا		ایجاد همدلی، همیاری و هم‌نوایی
		بازتاب خویشتن ناب به مخاطبان
		نفوذ آرمانی و بصیرت دهنده
		خودارزیایی مداوم
رفتار مشارکتی - انگیزشی		بازخورد مؤثر
		ترغیب مداری
		تفاهم مداری
		تحول مداری با ارزیابی و بازخوردهای چالشی
رفتار آموزشی زیبا	رفتار موثق و معتبر	انسان‌مداری
		امیدبخشی
		حسن خلق و وفای به عهد
		مسئولیت‌پذیر و معتمد
رفتار نوآورانه آموزشی		حفظ استقلال حرفه‌ای
		پویا و دنبال‌کننده پویایی
		خلاقیت در کلاس‌داری
		خلاقیت در ارتباطات
رفتار هارمونیک و هماهنگ		تلفیق و تناسبی از کمیت و کیفیت در مدیریت کلاس و امور آموزشی
		تلفیق روزآمدی با علم و اخلاق در مدیریت آموزشی
		هم‌راستایی فرد با درونش
		هارمون و نظم در رفتارهای فردی آموزشی
دیدگاه معنوی و بینش زیبا	نگاه معنوی	نگاه امانت نگارانه و کریمانه
		نگاه چند ساحتی به انسان
		نگاه مشتاقانه و عاشقانه به حرفه خود
		نگاه هم‌ترازی
آراستگی	آراستگی فردی	نگاه هم‌ترازی
		هارمونی و نظم در ظاهر
		زیبایی‌های کلامی
		زیبایی‌های محسوس غیر کلامی
آراستگی محتوای یادگیری		انتخاب محتوای جذاب و متناسب به‌عنوان منبع
		نظم هدفمند در ارائه محتوای آموزشی
		ارائه داستانی و به‌کارگیری مثال‌ها و تمثیل‌های متناسب با
		محتوای یادگیری
ظرفیت‌های فردی	نگرش‌های زیبا	نگرش معلمی
		نگرش خویشتن‌دار
		نگرش مثبت
		قاطعیت، ثبات و انسجام شخصیت
ویژگی‌های زیبای شخصیتی		انعطاف‌پذیر، انتقادپذیر و تاب‌آوری
		کاریزما

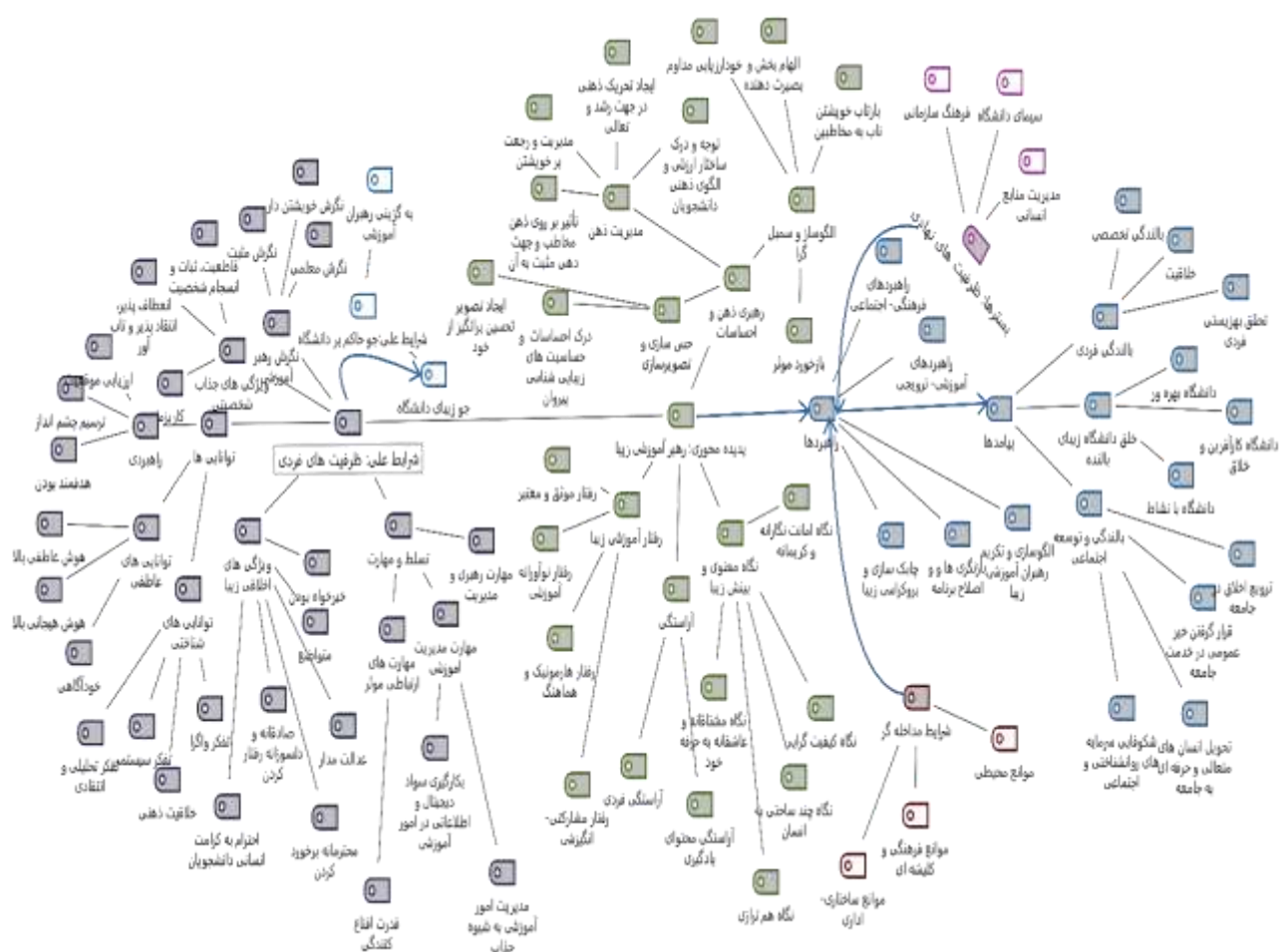
مقوله اصلی	مؤلفه	مفهوم
	توانایی‌های زیبا	شناختی (هدفمند بودن، ارزیابی موقعیت، ترسیم چشم‌انداز)
		عاطفی (هوش عاطفی بالا، هوش هیجانی بالا، خودآگاهی)
		راهبردی (هدفمند بودن، ارزیابی موقعیت، ترسیم چشم‌انداز)
	تسلط و مهارت	مهارت رهبری و مدیریت
		مهارت‌های ارتباطی مؤثر
		مهارت مدیریت آموزشی
		صادقانه و دلسوزانه رفتار کردن
	ویژگی‌های اخلاقی زیبا	خیرخواه بودن
		احترام به کرامت انسانی دانشجویان
		محترمانه برخورد کردن
		عدالت مدار
		متواضع
		عدم برخورد کلیشه‌ای با واقعیت‌های اجتماعی
		خوش‌برخورد و گشاده‌رو
		گزینش استادان مبتنی بر شایسته‌سالاری
جو حاکم در دانشگاه	به‌گزینی رهبران آموزشی	گزینش مدیران دانشگاه براساس حرفه‌ای‌گرایی
		رعایت عدالت، بی‌طرفی و اصل امانت‌داری در خصوص گزینش رهبران آموزشی
	جو دانشگاهی زیبا	محترم شمردن دانش و اخلاقیات کاری بر ملاحظات سیاسی
		تکریم و پرورش اصول و رفتارهای زیبایی‌شناسی در دانشگاه
		حمایت معنوی- فرهنگی از روش‌های تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی
		فرهنگ حامی جو سازمانی نوآورانه و با نشاط
	فرهنگ‌سازمانی زیباگرا	ارزیابی عملکرد رهبران آموزشی مبتنی بر شاخص‌های کیفی و ارزشی
ظرفیت‌های سازمانی	مدیریت منابع انسانی حرفه‌گرا	بهبود رهبران آموزشی
		ارتقا اساتید مبتنی بر شایسته‌سالاری
		فضای لذت‌بخش زیست‌محیطی
		فراهم بودن امکانات و تجهیزات آموزشی به‌روز
	سیمای دانشگاه	زیبایی ظاهری کلاس‌ها و سالن‌ها از حیث چیدمان، ترکیب، رنگ
	ساختار و فرایندها	اختیار و آزادی عمل رهبر آموزشی
		بروکراسی اداری منعطف
		آزادی عمل نداشتن استادان
	موانع پیاده‌سازی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی	ملاک‌های ناقص و اشتباه ارزیابی عملکرد استادان
		رفتار مکانیک به‌جای رفتار ارگانیک
		قوانین چکشی و دستوری در دانشگاه‌ها
		کم‌اهمیت دانستن مدیریت احساسات
	موانع ساختاری- اداری	نگاه پلیسی و وظیفه‌ای رهبران آموزشی
	موانع فرهنگی- کلیشه‌ای	اعتقاد به حفظ فاصله قدرت بین رهبر آموزشی و دانشجو
		اعمال نفوذ قدرت‌های ذی‌نفوذ در گزینش و ارتقای استادان
		عدم سخت‌گیری فعالیت‌های دانشگاه با رسالت دانشگاه

مقوله اصلی	مؤلفه	مفهوم
موانع محیط کلان سیاسی، قانونی و حقوقی		خودمختار نبودن دانشگاه‌ها
		تشویق و ترویج سبک رهبری زیبایی‌شناسی با اب زارها و مדיاهای فرهنگی
		تقدیر و ترویج روح معلمی در جامعه
راهبردهای فرهنگی - اجتماعی		ترویج نگاه ارزشی - هنجاری در معماری و ساختار فیزیکی دانشگاه‌ها
		حاکم شدن نگاه زیبایی‌شناختی به جای نگاه بروکراسی در دانشگاه
		تدوین و پیاده‌سازی طرح‌های فرهنگی مبتنی بر زیبایی‌شناسی
		تقویت حس اعتماد (جامعه و فضای دانشگاه)
		آموزش و ترویج رویکرد زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها
راهبردهای آموزشی - ترویجی		آموزش شیوه‌های تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی
		فراهم کردن شرایط تسهیل‌کننده آموزش و پژوهش
		زیبایی‌شناسی
		آموزش و ترویج انسان‌شناسی، انسانیت و اخلاق
		الزام آموزش مسائل رفتاری و روان‌شناسی برای رهبران آموزشی
راهبردهای		انجام پژوهش‌های متناسب با نیازهای جامعه در حوزه رهبری آموزشی
		مستندکردن تجربیات عینی موفق در زمینه انسان‌سازی و فرهنگ‌سازی
		تشویق و تقویت متولیان پیاده‌سازی رویکرد زیبایی‌شناسی
		الگوبرداری از دانشگاه‌های موفق در استفاده از سبک رهبری زیبا
		مکانیزم‌های تشویقی انگیزشی برای رهبران آموزشی زیبا
پیاده‌سازی سبک رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی	الگوسازی و تکریم رهبران زیبایی‌شناسی	شناسایی رهبران آموزشی زیبا و معرفی به‌عنوان چهره‌های ماندگار
		ارتقا جایگاه اجتماعی - فرهنگی رهبران آموزشی
		بازنگری در اساسنامه جذب و ارتقای استادان مبنی بر اصول زیبایی‌شناس
		آوردن عناصر زیبایی‌شناسی در سند راهبردی دانشگاه
		در کانون توجه قرار دادن واحد درسی زیبایی‌شناسی
بازنگری‌ها و اصلاح برنامه‌ها		تجدیدنظر در قوانین، تشکیلات و ساختار دانشگاه‌ها
		گنجانیدن معیارهای کیفی زیبا در ارزیابی استادان
		فضای خودمختاری در شیوه تدریس و مدیریت کلاس استادان
		وجود استقلال و ظرفیت تصمیم‌گیری در ساختار داخلی دانشگاه
		دیدگاه زیبا محور در بازنگری آیین‌نامه‌ها و ابلاغ‌ها
چابک‌سازی و بروکراسی زیبا		استقلال دانشگاه‌ها
		بالندگی تخصصی
		خلاقیت
		تحقق بهزیستی فردی (مثبت‌نگری، ذهنیت سالم و شاداب..)
		دانشگاه با نشاط
پیامدهای رویکرد زیبایی‌شناسی در	خلق دانشگاه زیبای بالنده	دانشگاه کارآفرین و خلاق

مقاله اصلی	مؤلفه	مفهوم
دانشگاه‌ها	توسعه اجتماعی	دانشگاه بهره‌ور
		شکوفایی سرمایه‌های روان‌شناختی و اجتماعی
		تحویل انسان‌های متعالی و حرفه‌ای به جامعه
		قرار گرفتن خیر عمومی در خدمت جامعه
		ترویج اخلاق در جامعه

طبقه قرار گرفتند و الگوی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی به صورت شکل ارائه شد.

حاصل کدگذاری محوری ۱۲۳ مفهوم شد که در قالب ۳۳ مقوله فرعی یا مؤلفه قرار گرفتند که مقولات فرعی در ۱۰ مقوله اصلی و مقولات اصلی در مرحله کدگذاری گزینشی در قالب ۶



شکل ۴. مدل پارادایمی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها

Figure 4. A Paradigm Model of Aesthetic-Based Educational Leadership in Universities

هماهنگ، نگاه معنوی، نگاه مبتنی بر فطرت، آراستگی فردی و آراستگی محتوای یادگیری مقوله محوری در رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها محسوب می‌شوند.

قضیه ۲: ظرفیت‌های فردی تحت مصادیق ۱- نگرش‌های زیبا (نگرش مثبت، خویش‌نما و معلمی) ۲- ویژگی‌های زیبای شخصیتی ۳- توانایی‌های زیبا، تسلط و مهارت ویژگی‌های

در نهایت براساس ترسیم مدل قضایای پژوهش مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌ها در ذیل آمده است:

قضیه ۱: رهبر آموزشی زیبا با مصادیق مدیریت ذهن، حس‌سازی و تصویرسازی، الگوساز و سمبل‌گرا، رفتار مشارکتی- انگیزشی، رفتار موثق، رفتار نوآورانه آموزشی، رفتار هارمونیک و

طریق خلق دانشگاه زیبای بالنده، تحقق بالندگی فردی همراه با توسعه اجتماعی جلوه‌گر می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

بسیاری از مسئولان و تصمیم‌گیرندگان سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در سراسر دنیا، توسعه و پیشرفت جوامع را در گرو توسعه و پیشرفت نظام آموزشی آن می‌دانند (طالبی و همکاران، ۱۳۹۶). در این میان دانشگاه‌ها به‌عنوان یک‌نهاد تربیتی و آموزشی که مسئولیت تعلیم علوم و تربیت شهروندی را به عهده‌دارند؛ بایستی به‌تمامی ابعاد وجودی دانشجویان توجه نمایند؛ ولی نگاهی به تاریخ تعلیم و تربیت ایران نشان می‌دهد که سیستم آموزشی کشور در بعد آموزشی و شناختی هدفمند عمل می‌کند و سایر ابعاد وجودی انسان یا به فراموشی سپرده شده یا اگر هم دیده شده خیلی چشمگیر نیست؛ در حالی که مهم‌ترین هدف تعلیم و تربیت کشف نقاط قوت درونی هر فرد و کمک به آن‌ها در شناسایی توانایی‌های ذهنی و عملی خود است. تعلیم و تربیت عمومی ما اغلب استادان و دانشجویانی را آموزش می‌دهند تا بخوانند، بنویسند، به‌طور تحلیلی تفکر کنند، شمارش بکنند و به شیوه‌های متفاوتی به توانایی‌های خود دست یابند؛ اما چیزی که کمتر به آن توجه شده است، استعداد، خلاقیت، عواطف و احساسات و... است؛ اگر بخواهیم به‌طور جامع، فراگیری را تربیت کنیم، بایستی تمام توانایی بالقوه وی را به نفع خود و پیشرفت جامعه پرورش دهیم (طهماسب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

با وجود آنکه بسیاری از متخصصان تعلیم و تربیت بر این باورند هدف اساسی تعلیم و تربیت باید تربیت انسان متفکر و فرهیخته باشد. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اکثر فارغ‌التحصیلان فاقد مهارت‌های تفکر سطح بالا هستند (شعبانی سپجانی، ۱۳۷۸: ۴۵؛ به نقل از علیق، ۱۳۹۰). امروزه اغلب کارفرمایان از کیفیت نظام آموزشی شکایت دارند و اظهار می‌دارند جوانان فارغ‌التحصیل از مؤسسات و دانشگاه‌ها، واجد مهارت‌های لازم برای انجام کارها نیستند (محب علی، ۱۳۷۲: ۲؛ به نقل از علیق، ۱۳۹۰). یعنی نه‌تنها علایق زیبایی‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی مورد غفلت قرار گرفته، اهداف علمی و فناورانه نیز حاصل نشده است.

در نظام آموزشی ما که اصالت با انتقال اطلاعات است، مشکلات اساسی دیگری هم دیده می‌شود. تمرکز صرف بر یادگیری و تأکید بیش از حد بر به‌خاطر سپردن اطلاعات، یکی از چالش‌های مهم در دانشگاه‌های معاصر به‌خصوص در داخل کشور است. این امر باعث شده است که میزان رغبت

اخلاقی زیبا و از طرفی سیاست‌های دانشگاه مبنی بر به‌گزینی رهبران آموزشی و جو دانشگاهی زیبا شرایط علی یعنی شرایط ریشه‌ای و مؤثر بر رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی محسوب می‌شوند.

قضیه ۳: موانع برگرفته از محیط کلان سیاسی، قانونی و حقوقی ازجمله اعمال نفوذ قدرت‌های ذی‌نفوذ در گزینش و ارتقای استادان

عدم سنخیت فعالیت‌های دانشگاه با رسالت دانشگاه و خودمختار نبودن دانشگاه‌ها و از طرفی موانع ساختاری-اداری همچون آزادی عمل نداشتن استادان، ملاک‌های ناقص و اشتباه ارزیابی عملکرد استادان، وجود سیستم رفتار مکانیک به‌جای رفتار ارگانی و قوانین چکشی و دستوری در دانشگاه‌ها و همچنین موانع فرهنگی-کلیشه‌ای ازجمله کم‌اهمیت دانستن مدیریت احساسات، نگاه و رفتار پلیسی وظیفه‌ای رهبران آموزشی و اعتقاد به حفظ فاصله قدرت بین رهبر آموزشی و دانشجو؛ شرایط مداخله‌گر در تحقق رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی است.

قضیه ۴: شرایط مبتنی بر تقویت ظرفیت‌های سازمانی-نهادی ازجمله وجود فرهنگ سازمانی زیباگرا با مصادیق تکریم و پرورش اصول و رفتارهای زیبایی‌شناسی در دانشگاه، حمایت معنوی-فرهنگی از روش‌های تدریس مبتنی بر زیبایی‌شناسی و فرهنگ حامی جوسازمانی نوآورانه و با نشاط؛ مدیریت منابع انسانی حرفه‌گرا با مصادیق ارزیابی عملکرد رهبران آموزشی مبتنی بر شاخص‌های کیفی و ارزشی، بهسازی رهبران آموزشی، ارتقای استادان مبتنی بر شایسته‌سالاری در کنار ساختار و فرایندی که اختیار و آزادی عمل رهبر آموزشی، بروکراسی اداری منعطف در محیطی با زیبایی‌ظاهری کلاس‌ها و سالن‌ها از حیث چیدمان، ترکیب و رنگ و فراهم بودن امکانات و تجهیزات آموزشی به‌روز در فضای لذت‌بخش زیست‌محیطی فراهم شود، بستر و زمینه بروز رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه را تسهیل می‌کنند.

قضیه ۵: راهبردهای فرهنگی-اجتماعی؛ راهبردهای آموزشی-ترویجی، الگوسازی و تکریم رهبران زیبایی‌شناسی، بازنگری و اصلاح برنامه‌ها همراه با راهبردهایی جهت چابک‌سازی و بوروکراسی زیبا به‌عنوان راهبردهای کنش متقابل در مدل پارادایمی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی قابل احصا خواهد بود.

قضیه ۶: راهبردهای فرهنگی، آموزشی و اصلاحی به همراه شرایط مداخله‌گر و شرایط عام زمینه‌ای، پیامد آفرینش رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی را به همراه خواهند داشت که از

منعطف، حرفه‌گرایی مدیریت منابع انسانی، ارتقا و ارزیابی عملکرد رهبران آموزشی مبتنی بر شایسته‌سالاری و نگاه ارزشی اخلاقی، تقویت فرهنگ زیبایی‌شناسی دانشگاهی و توجه به سیمای دانشگاه تحت شرایط لازم توجه به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فردی و جو دانشگاهی از طریق الگوسازی و تکریم رهبران زیبایی‌شناسی، بازنگری و اصلاح برنامه‌ها، چابک سازی و تقویت به جنبه زیبای بروکراسی‌ها، زمینه‌ساز رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی شوند؛ به گونه‌ای که بازتاب آن در قالب خلق دانشگاه زیبای بالنده و بالندگی فردی و توسعه اجتماعی به نمایش گذاشته خواهد شد.

طی جستجوهای انجام شده با کلیدواژه‌های رهبری زیبایی‌شناسی، آموزش مبتنی بر زیبایی‌شناسی، رهبری زیبا در آموزش در سایت پرو کئوست تا پایان سال ۲۰۲۰ فقط یک رساله در این زمینه انجام شده است؛ که فرانسیس (۲۰۲۰)، اقدامات زیبایی‌شناسی در مدارس را تحلیل کرده و تمرکز بیشتر این پژوهش، تحلیل تجربه زیستی روش‌های تدریس معلمان مدارس ابتدایی است که با این پژوهش فقط در درک از تعریف رهبر آموزشی زیبا که بر مدیریت ذهن و احساسات و همچنین رفتار آموزشی زیبا تأکید شده، هم‌خوانی دارد و پژوهش حاضر با روش داده‌بنیاد برای اولین بار در دنیا انجام شده است. با بررسی مدل ارائه شده و مقایسه با پژوهش‌های پیشین در زمینه سبک‌های رهبری، می‌توان اذعان کرد که در مدل ارائه شده در شرایط علی که نگرش، توانایی‌ها، مهارت‌ها به‌عنوان برخی از ظرفیت‌های فردی رهبری زیبا تبیین شده با پژوهش قوره جیلی و همکاران (۱۳۹۸)، مائو (۲۰۱۵)، باترست (۲۰۰۷)، کارول و همکاران (۲۰۱۷) هم‌خوانی دارد.

در سطح "مفهوم‌سازی" و نیز "مقوله‌بندی" با توجه به ذهنیات خاص پژوهشگران در فرایند کدگذاری به‌طور طبیعی دسته‌ای از مفاهیم یا مقوله‌ها خلق می‌شوند که هرچند "لفظ" و عنوان اسمی "آن‌ها همچون عوامل محیط کلان یا موانع ساختاری سابقه نظری دارد، اما محتوای هر کدام منحصر به فرد بوده و برآمده از داده‌های گردآوری شده پژوهش است. بنابراین، احتمال وجود دارد که الفاظ به کار گرفته شد، برای نام‌گذاری مفاهیم و مقوله‌ها به‌ظاهر سابقه نظری داشته باشند، اما از نظر پژوهشگران نیز نوآورانه تلقی می‌شوند.

پیشنهادهای

با توجه به مبانی نظری، مبانی تجربی و ارزش‌افزوده‌ای که به سبب انجام روشمند این پژوهش در ارتباط با مقوله رهبری

دانشجویان به یادگیری به شدت کاهش یافته و رفتارهای منفی چون احساس افسردگی تحصیلی، تمایل به ترک تحصیل و غیره در دانشجویان افزایش یابد (معروفی و همکاران، ۱۳۹۱). در این رابطه توجه به مباحث زیبایی‌شناسی باعث کاهش احساس منفی دانشجویان نسبت به برنامه‌های درسی شده و در مقابل تمایل آن‌ها به یادگیری و مشارکت در فعالیت‌های آموزش و یادگیری را بهبود می‌بخشد (آگوستو و همکاران، ۲۰۲۰).

از این رو، پس از جستجوی پر کنکاش و نظام‌مند میان مباحث چالش‌های نظام آموزش عالی در عصر مفهومی و تأکید تحقیقات مختلف از جمله کتی مک و همکاران (۲۰۱۹)؛ گوون و پولات (۲۰۱۶)؛ سان و نی (۲۰۲۰)؛ کتل و همکاران (۲۰۱۹)؛ آگوستو و همکاران (۲۰۲۰) و اسدیان و عزیزی (۱۳۹۷) بر تأثیر ارزش‌های زیبایی‌شناسی و رهبری زیبایی‌شناسی در آموزش، تصمیم به طراحی الگوی اکتشافی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در نظام آموزش عالی گرفته شد.

برای نیل به این هدف از روش پژوهش کیفی مصاحبه بنیان نظریه داده‌بنیاد استفاده شد. بر مبنای این انتخاب، کدگذاری سه‌گانه باز، محوری و انتخابی به شیوه‌ای اجرایی و نظام‌مند و به صورت استقرایی صورت‌بندی شد؛ به گونه‌ای که نخست به شناسایی افراد خبره (که برخی دانشگاهی، برخی اجرایی و برخی هم ویژگی‌های توأم دانشگاهی و اجرایی را داشته باشند) پرداخته شد. سپس مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمندی انجام شد. الگوی حاصل به لحاظ دستیابی به الگوی اکتشافی، کاملاً الگوی فرایندی است. به دلیل حساسیت نظری پژوهشگران، انجام کدگذاری‌های دقیق باز، ثانویه، محوری و انتخابی و استخراج مفاهیم و مقوله‌ها و به دلیل رعایت دو اصل اساسی «کثرت‌گرایی مصاحبه‌شوندگان» و «سنجش و پیگیری مستمر مصاحبه‌شوندگان» مستقل بودن این روش تضمین می‌شود. با استفاده از کدگذاری در محیط نرم‌افزار تحلیل کیفی ۱۲۳ مفهوم تبیین شد که در قالب ۳۳ مقوله فرعی یا مؤلفه قرار گرفتند که مقولات فرعی در ۱۰ مقوله اصلی و مقولات اصلی در قالب ۶ طبقه، الگوی پارادایمی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی را شکل دادند. بنابر نتایج پژوهش ارائه روایت نظریه داده‌بنیاد، رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی بدین شرح خواهد بود:

دانشگاه‌ها می‌توانند در برابر شرایط محدودکننده‌ای از قبیل ناکارآمدی‌های ساختاری (آزادی عمل نداشتن استادان، ملاک‌های ناقص و اشتباه ارزیابی عملکرد استادان) و موانع فرهنگی - کلیشه‌ای با شناسایی و به‌کارگیری رهبران آموزشی زیبا و فراهم آوردن زمینه‌های ساختاری از جمله بوروکراسی اداری

- بررسی تأثیرات رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌های برپایران و عملکرد بلندمدت از راه مکانیزم‌های سطح گروهی و سازمانی انجام شود.

- پیشنهاد می‌شود جلسه‌های متعددی با مدیران اهرمی و اثرگذار سازمان‌ها در جهت افکار و اصلاح مدل‌های ذهنی در جهت آماده‌سازی برای به‌کارگیری این نوع از رهبری برگزار شود.

سپاسگزاری

این پژوهش مستخرج از رساله دکتری با عنوان "مدل رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در نظام آموزش عالی. مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی ایران" است. بدین‌وسیله از تمامی استادان فرهیخته و بزرگوار که مرا در این راه یاری کردند، سپاسگزارم.

آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌های دولتی انجام شده است، می‌توان پیشنهادی پژوهشی و اجرایی را ارائه داد.

- پیشنهاد می‌شود ابعاد و متغیرهای رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌های آزاد و پیام نور بررسی شده و نتایج پژوهش انجام گرفته با نتایج پژوهش اخیر مقایسه شود.

- به‌منظور اطمینان از تحقق کامل پیاده‌سازی این الگوی اکتشافی، پژوهشگران بعدی بر طراحی ابزار یا ابزارهای پایش و سنجش مستمر مربوط به موفقیت یا عدم موفقیت اجرای این الگوی اکتشافی اقدام کنند.

- به‌منظور مطالعه تطبیقی کاربردی مبتنی بر زیست‌بوم اسلامی- ایرانی پیشرفت پیشنهاد می‌شود، مطالعه‌های اکتشافی الگوی رهبری آموزشی مبتنی بر زیبایی‌شناسی در دانشگاه‌های با رویکرد اسلامی انجام شود.

References

- Agosto, V., & Westberry, G. (2020). The Aesthetic Pursuit of Educational Leadership for Social Justice: Grace in the Struggle. *Handbook on Promoting Social Justice in Education*, 803-824.
- Anandakrishnan, M. (2006). Privatization of higher education: Opportunities and anomalies. Privatization and commercialization of higher education'organized by NIEPA.
- Asadiān, S., & Azizi, Gh. (2018). Aesthetic-based teaching: An approach to improve student's attitude towards school. *Educational Innovation*, 17(2), 73-96. (In Persian)
- Azimi, B. S., Alvedari, H., & Nia, S. H. (2016). Studying effects of aesthetic leadership on customer experience management in Karaj chain stores, Iran. In *8th International Knowledge Management Conference, Tehran, Iran*. (In Persian)
- Babai, M. B., Damirchi, Q. V., & Sharifi, S. (2013). Problem solving in content of Aesthetic management. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(1), 295-301.
- Barnes, B. (2015). Blending art with commerce to expand aesthetic leadership: Insights from Steve Jobs and Jerry Garcia. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 20(3), 92-107.
- Bathurst, R. (2007). Aesthetic leadership: managing fields of flow in art and business. *Organization Management Journal*, 4(2), 170-174.
- Bush, T. (2007). Educational leadership and management: Theory, policy and practice. *South African Journal of education*, 27(3), 391-406.
- Carroll, B., & Smolovic Jones, O. (2017). Mapping the aesthetics of leadership development through participant perspectives. *Management Learning*, 49(2), 1-17.
- Connolly, M., James, C., & Fertig, M. (2017). The difference between educational management and educational leadership and the importance of educational responsibility. *Educational Management Administration & Leadership*, 47(4), 1-16.
- Corbin, J., Strauss, A., and Strauss, A. L. (2014). *Basics of qualitative research*. Sage Publications, Inc
- Danaeifard, H., & Emami, S.M. (2007). Strategies of Qualitative Research: A Reflection on Grounded Theory. *Strategic Management Thought (Strategic Management)*, 1(2), 69-97. (In Persian)
- Dangmei, J., & Singh, A. (2017). How Aesthetic leadership style Might Relate to Employee Morale at Workplace? An Analytical Study. *Asia Pacific Journal of Research*, 1, 203-206
- Daniëls, E., Hondeghem, A., & Dochy, F. (2019). A review on leadership and leadership development in educational settings. *Educational research review*, 27, 110-125.
- Ekrami, M. (2003). Educational Leadership in Iranian Public Universities. *IRPHE*, 9(3), 49-86. (In Persian)

- Fathi Vajarghah, K., Moosaapoor, N., Yaadegaarzadeh, G.R. (2018). *Higher education curriculum planning (introduction to concepts, perspectives and patterns)*. Tehran: **Kitab Marhaban**. (In Persian)
- Fouladi, A., & Saadatmand, Z. (2015). A Review of the Superiority of Aesthetics in the Elementary School, *The Third Scientific Conference on Educational Sciences and Psychology of Social and Cultural Injuries in Iran*. (In Persian)
- Francis, H. (2020). *Qualitative Study on the Aesthetic Perceptions of In-Service Elementary School Teachers*. Wayne State University.
- Güven, E., & Polat, S. (2016). Aesthetic Leadership Perceptions of High School Students Regarding Their Teachers. *Journal of Education and Training Studies*, 4(11), 109-118.
- Hansen, H., Ropo, A., & Sauer, E. (2007). Aesthetic leadership. *The Leadership Quarterly*, 18(6), 544-560.
- Hickman, K. L. (2017). A qualitative study on educational leadership styles and teacher morale. Carson-Newman University.
- Jamshidi, L., & Zeinabadi, H.R. (2012). Privatization of Public Higher Education and Skill Training: Case Study of University of Applied Science and Technology. *Journal of Skill Training*, 1(1), 33-48. (In Persian)
- Karimi Dashtaki, A. (2016). Designing a Model of Educational Leadership in Distance Higher Education Based on *Knowledge Commercialization: Value System and Perception of Cultural-Organizational Case Study of Payame Noor University*. PhD Thesis. (In Persian)
- Ketelle, D., & Lin, B. (2019). Aesthetic Leadership and School Leadership Preparation: Cultivating Aesthetic Awareness through an Arts-Based Leadership Development Curriculum. *AASA Journal of Scholarship & Practice*, 16(2), 6-18.
- Knapper, C., & Cropley, A. J. (2000). Lifelong learning in higher education. Psychology Press.
- Koivunen, N., & Rehn, A. (2009). *Creativity and the contemporary economy*. Copenhagen Business School Press DK.
- Koivunen, N., & Wennes, G. (2001). Show us the sound! Aesthetic leadership of symphony orchestra conductors. *Leadership*, 7(1), 51-71.
- Maaroufu, Y., Yousefzadeh, M.R., & Krami, Z. (2016). The role of teachers' curriculum approach in their professional development and students' satisfaction and academic achievement. *Teacher professional development*, 1(2), 1-16. (In Persian)
- Mahgoub, Y.M. (2016). The impact of arts education to enhance of aesthetic sense ability for basic level pupils. *Journal of Education and Human Development*, 5(2), 126-130.
- Mannix, J., Wilkes, L., & Daly, J. (2015). Aesthetic leadership: its place in the clinical nursing world. *Issues in mental health nursing*, 36(5), 357-361.
- McAuley, J., Johnson, Ph., Duberley, J. (2007). *Organization theory: challenges and perspectives*. Translators: Hassan Danaeifard, Hossein Kazemi, Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian)
- Mohammadimehr, M., Malaki, H., Abbaspour, A., & Khoshdel, A. (2012). Investigation Necessary Competencies for Life Long Learning in Medical Students. *Iranian Journal of Medical Education*, 11(8), 961-975. (In Persian)
- Mohd Ali, H. B., & Zulkipli, I. B. (2018). Validating a model of strategic leadership practices for Malaysian vocational college educational leaders: A structural equation modeling approach. *European Journal of Training and Development*, 43(1-2), 21-38.
- Parry, J., & Meindl, J. R. (2002). Grounding leadership theory and research: Issues, Perspectives, and methods. lap.
- Pink, Daniel H. (2021). *Moving from the Information Age to the Conceptual Age*. Translated by Reza Amir Rahimi. Tehran, Agah Publications. Print Series. (In Persian)
- Pirog, S. F., Kritz, G.H., & Wisenblit, J.Z. (2019). An In-Class Assignment on Multidimensional Scaling Creating Perceptual Maps of Current Movies. *Business Education Innovation Journal*, 11(1), 7-279.
- Polat, S., & Öztoprak, Z. (2011). Aesthetic leadership (AL): Development and implementation of aesthetic leadership Scale (ALS) of the school directors. *Educational Research and Reviews*, 6(1), 50-61.

- Saeed, S., Hussain, S., Zaman, A., & Ghafar, A. (2013). Genderwise Perspective of Aesthetics on the Behavior of University Students'. *VFAST Transactions on Education and Social Sciences*, 1(2), 19-23.
- Samier, E. A., Bates, R. J., & Stanly, A. (2006). *Aesthetic dimensions of educational administration and leadership*. London: Routledge.
- San, K. N. S. S., & Ni, k. M. (2020). Aesthetic leadership and teacher morale in basic education high schools. *J.Myanmar Acad. Arts SCi*. XVIII (9A), 137-150.
- Shabani Sichani, Z. (1374). *The effect of teaching methods on increasing students' cognitive, emotional and behavioral abilities*. M.Sc. Thesis, Allameh Tabatabaei University, Tehran.
- Shrivastava, P., Schumacher, G., Wasieleski, D.M., & Tasic, M. (2017). Aesthetic rationality in organizations: Toward developing a sensitivity for sustainability. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 53(3), 1-43.
- Strauss, A., & Corbin, J. Chem. (2013). *Fundamentals of Qualitative Research, Techniques and Stages of grounded theory Production*. Translation by Ebrahim Afshar, Tehran, Ney Publishing.
- Szitar, MA 2014, Learning about sustainable community development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol.116, pp. 3462-6.
- Tahmasbzadeh Sheikhlari, D. (2014). *Conceptual Model of Curriculum Based on Aesthetics Approach*. PhD Thesis, Shahid Beheshti University. (In Persian)
- Talebi, B., Seyed Nazari, N., & Soodi, H. (2017). Presentation perceptual policymaking model of education in Iran. *Rahyaft*, 27(65), 113-130. (In Persian)
- Torshizi Faraji, H., Zirak, M., Momeni Mahmoudi, H., & Hoseinzadeh, A. (2020). Designing a Distributed Leadership Model in Higher Education System Using the Data Base Method (Case Study: Ferdowsi University of Mashhad). *Educational Development of JundiShapur*, 11(2), 241-250. (In Persian)
- Uhrmacher, P.B. (2009). Toward a theory of aesthetic learning experiences. *Curriculum Inquiry*, 39(5), 613-636.
- Williams, R. D., & Lee, A. (Eds.). (2015). *internationalizing higher education: Critical collaborations across the curriculum*. Sense Publishers.
- Yousef Boroujerdi, S., Rajaipour, S., & Abedi, A. (2020). Designing the synergistic leadership model for universities of Iran based on grounded theory. *MEO*, 8(2), 47-82. (In Persian)
- Zhang, H., Cone, M.H., Everett, A. M., & Elkin, G. (2011). Aesthetic leadership in Chinese business: A philosophical perspective. *Journal of Business Ethics*, 101(3), 475-491.