

تبیین رابطه رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی بین کارشناسان دانشگاه تهران

نویسندگان: دکتر مهدی سبحانی نژاد^{۱*}، کریم شاطری^۲، حاتم فرجی ده‌سرخی^۲ و معصومه اکبری^۲

۱. دانشیار گروه علوم تربیتی دانشگاه شاهد

۲. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه تهران

*Email: sobhaninejad@shahed.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر به منظور تبیین رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی و هم‌چنین تعیین سهم نسبی هر یک از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در پیش‌بینی سرمایه اجتماعی، صورت گرفت. روش پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آماری شامل کلیه کارشناسان دانشگاه تهران در سال ۸۸-۸۷ می‌باشند که برابر با ۱۵۱۳ نفر بوده و از این میان با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) ۳۰۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. به منظور گردآوری داده‌ها از: (۱) پرسشنامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) ($\text{Corronbach's Alpha} = 0.769$) و (۲) پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی (همبستگی پیرسون (r) و تحلیل رگرسیون گام به گام (R) استفاده گردید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نشان داد که: بین رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، نزاکت و جوانمردی) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد هم‌چنین یافته‌ها نشان داد که: ابعاد نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری و نزاکت هر یک به ترتیب ۰/۱۵۷، ۰/۱۱۵، ۰/۱۵۶ و ۰/۱۳۳ از سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کنند، در حالی که بعد جوانمردی پیش‌بینی کننده مناسبی برای سرمایه اجتماعی، نمی‌باشد.

کلید واژه‌ها: رفتار شهروندی سازمانی، ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، سرمایه اجتماعی، کارشناسان دانشگاه تهران

دانشور

رفتار

تربیت و اجتماع

• دریافت مقاله: ۸۸/۱۰/۲۸

• پذیرش مقاله: ۸۹/۷/۲۰

Scientific-Research Journal
of Shahed University
Seventeenth Year,
No.45
Feb.-Mar. 2011
Education and Society

دوماهنامه علمی - پژوهشی
دانشگاه شاهد
سال هفدهم - دوره جدید
شماره ۴۵
اسفند ۱۳۸۹

مقدمه

امروزه، سازمان‌های موفق قابلیت‌ها و منابع منحصر به فردی دارند که عامل برتری آنها بر سازمان‌های رقیب محسوب می‌گردد. سرمایه اجتماعی^۱ به عنوان مزیت رقابتی^۲ سازمان‌ها، از جمله این قابلیت‌ها به شمار آمده، که رشد و توسعه آن می‌تواند از طریق بروز رفتارهای داوطلبانه و فرا نقش یعنی؛ رفتارهای شهروندی سازمانی^۳ امکان پذیر گردد.

شهروند خوب سازمانی یک تفکر و ایده است و آن مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان، نظیر پذیرش و به عهده گرفتن وظایف و مسئولیت‌های اضافی و پیروی از مقررات و رویه‌های سازمانی است که به رقابت و عملکرد سازمان کمک می‌کند. به علاوه، رغبت و تمایل به رفتارهای شهروندی به علت رقابت‌های روز افزون جهانی و پاسخگویی به شرایط بیرونی پیوسته در حال افزایش است [۱].

از طرفی دیگر، سرمایه اجتماعی به معنای روح سازمان است، و همچون رگی است که اعتماد را به درون سازمان انتقال می‌دهد، که این باعث تحقق اهداف سازمان و خلق مزیت رقابتی و بقای آن می‌گردد [۲]. اهمیت سرمایه اجتماعی به این دلیل است که حضورش نوعی از کنش را میسر می‌سازد و برای افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی که به اندازه کافی از آن برخوردار هستند، مفید و سودمند است [۳].

سرمایه اجتماعی به وسیله وجود روابط نزدیک میان فردی در میان اعضای سازمان شکل می‌گیرد [۴]، که این روابط نزدیک میان فردی، می‌تواند به همان رفتارهای شهروندی سازمانی اشاره داشته باشند. سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی باشد از یک مزیت رقابتی بهره‌مند خواهد شد که می‌تواند باعث پیشی گرفتن از سایر رقیبان گردد [۵].

افزایش فشارهای بازار و سطوح بالاتری از رقابت، سازمان‌های مدرن را مجبور به حداکثر رساندن اثربخشی

و کارایی شان از طریق همهٔ وسایل و ابزارهای در دسترس کرده است [۶]. رفتار شهروندی سازمانی، به عنوان رفتارهای که بخشی از ملزومات رسمی شغل نیست، امروزه توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده، چرا که بروز این رفتارها، بهبود بهره‌وری، عملکرد و اثربخشی سازمانی [۷-۱۰] را به دنبال دارد. پژوهشها نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که تاکید بیش‌تری بر رفتار شهروندی سازمانی دارند نسبت به دیگر سازمان‌ها، سالمتر و موفق‌ترند [۱۱]، که این خود می‌تواند زمینه را برای تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان فراهم آورد. اهمیت کاربردی رفتار شهروندی سازمانی در این است که کارایی سازمانی، نوآوری و مزیت رقابتی را ارتقا می‌دهد [۵ و ۶ و ۱۲]. احتمال می‌رود که تاکید بر بروز رفتارهای شهروندی در سازمان، علاوه بر مزایای ذکر شده، باعث ایجاد اعتماد، محبت و درک مشترک میان اعضای یک سازمان شوند که همه آنها در زیر چتر سرمایه اجتماعی جای می‌گیرند.

هر چند که از لحاظ نظری و مفهومی دو متغیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی با هم ارتباط دارند [۵]، ولی از آنجا که محققین نتوانستند پژوهش تجربی‌ای در زمینه رابطه رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی چه در داخل و چه در خارج از کشور پیدا کنند، به همین دلیل بر آن شدند تا در این زمینه پژوهشی را در میان کارشناسان دانشگاه تهران به عمل آورند.

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی

رفتار شهروندی سازمانی برای اولین بار به وسیله اورگان^۴ و همکارانش، هنگامی که رابطهٔ بین رضایت شغلی و عملکرد را بررسی می‌کردند، در سال ۱۹۸۳ میلادی به کار گرفته شد [۱۳]، ولی قبل از وی بارنارد^۵ با بیان مفهوم اشتیاق به همکاری و کاتز و کان^۶ بیان رفتارهای خودجوش، همکارانه و حمایتی این موضوع

⁴ Organ

⁵ Barnard

⁶ Katz & Kahn

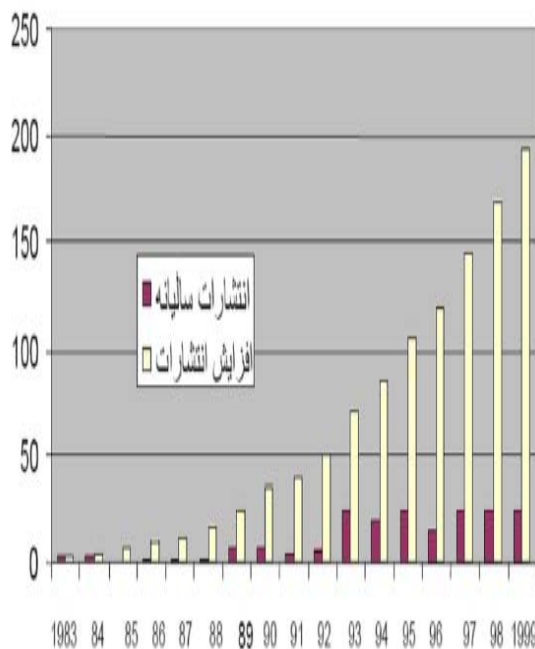
¹ social capital

² competitive advantage

³ organizational citizenship behavior

سازمانی کمک‌های غیر رسمی می‌باشد که کارمند بدون توجه به تحریم‌ها و پاداش‌های رسمی به عنوان یک فرد، می‌تواند آزادانه آنها را انجام دهد و یا از انجام شان خوداری نماید. در تعریف دیگری لی پین و جانسون^۴ رفتار شهروندی سازمانی را تحت عنوان تمایل به تشریک مساعی و مفید بودن در محیط‌های سازمانی تعریف کرده‌اند [۱۹]. همچنین رفتار شهروندی سازمانی رفتارهایی سازنده و همکاری‌های را دربر می‌گیرد که نه تنها بوسیله شرح شغل دستور داده نشده‌اند، بلکه به طور مستقیم و یا قراردادی به وسیله سیستم رسمی سازمان پاداش داده نمی‌شوند [۲۰].

رفتارهای شهروندی سازمانی، رفتارهایی هستند که برای سازمان مفیدند، ولی با این حال به عنوان بخشی از عناصر اصلی شغل در نظر گرفته نمی‌شوند. این رفتارها، اغلب از طرف کارکنان به منظور حمایت منابع سازمان صورت می‌گیرند، هر چند که ممکن است مستقیماً منافع شخصی را به دنبال نداشته باشند [۲۱].



نمودار ۱: میزان مقالات منتشر شده از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۸ در زمینه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی

را مورد توجه قرار داده‌اند [۱۴]. البته بعد از ابداع این مفهوم توسط اورگان و همکارانش، صاحب نظران مختلف با به کار بردن مفاهیمی هم چون «رفتار فرانقشی» (ون دانی، کامینگز و پارکز، ۱۹۹۵ میلادی)، «رفتار سازمانی مددکارانه» (بریف و موتویدلو؛ ۱۹۸۶ میلادی، جورج و بتنهاوسن ۱۹۹۰ میلادی، اوریلی و چاتمن؛ ۱۹۸۶ میلادی) «خودجوشی سازمانی» (جورج و بریف؛ ۱۹۹۲، جورج و جونز، ۱۹۹۷) و «عملکرد زمینه‌ای» (بورسن و موتویدلو؛ ۱۹۹۳ میلادی؛ بورمن، وایت و دورمی؛ ۱۹۹۵ میلادی، موتویدلو و ون استار؛ ۱۹۹۴ میلادی) در طول دو دهه به تبیین این موضوع پرداخته‌اند [۶].

مقالات منتشره در خصوص مفهوم «رفتار شهروندی سازمانی» بسیار اندک بوده و به مرور گسترش یافته است چنانچه در نمودار شماره یک مشاهده می‌شود، تنها سیزده مقاله در بازه زمانی ۱۹۸۳ تا سال ۱۹۸۸ در خصوص مفهوم فوق به رشته تحریر درآمده و به تدریج روند مذکور توسعه یافته است به طوری که در بازه شش ساله ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۸ تعداد مقالات مذکور به بیش از ۱۲۲ مقاله رسیده است [۶].

اورگان (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری خودجوش^۱ و آگاهانه^۲ می‌داند که به طور مستقیم یا صریح توسط سیستم رسمی پاداش سازمان پیش بینی نشده است، اما روی هم رفته عملکرد موثر سازمان را ارتقاء می‌دهد. منظور از خودجوش و آگاهانه این است که این رفتار ضرورت اجباری نقش یا شرح شغل نیست، بلکه این رفتار بیشتر یک انتخاب شخصی بوده و در صورت انجام ندادن آن تنبیهی به دنبال ندارد [۱۵].

هم چنین رفتار شهروندی سازمانی به عنوان رفتار فردی که اثربخشی اهداف سازمان را از طریق کمک به محیط اجتماعی و روانشناختی ارتقاء می‌دهد، تعریف شده است [۱۶، ۱۷].

ویگودا^۳ و همکاران [۱۸] معتقدند، رفتار شهروندی

^۱ spontaneous
^۲ discretionary
^۳ Vigoda

^۴ Lepin and Johnson

آداب اجتماعی، شامل رفتارهایی از قبیل حضور در فعالیت‌های فوق برنامه و اضافی، آن هم زمانی که این حضور لازم نباشد، حمایت از توسعه و تغییرات ارائه شده توسط مدیران سازمان و تمایل به مطالعه کتاب، مجلات و افزایش اطلاعات عمومی و اهمیت دادن به نصب پوستر و اطلاعیه در سازمان برای آگاهی دیگران، می‌شود. بر این اساس گراهام معتقد است که یک شهروند سازمانی خوب نه تنها باید از مباحث روز سازمان آگاه باشد بلکه باید درباره آن‌ها اظهار نظر نموده و در حل آنها نیز مشارکت فعالانه داشته باشد [۲۸].

جوآنمردی و نزاکت مولفه‌هایی هستند که بیانگر اجتناب از وارد نمودن خسارت به سازمان می‌باشند. جوآنمردی به تمایل شکیبایی در مقابل سختی‌ها و دشواری‌های اجتناب ناپذیر و اجحاف‌های کاری بدون اینکه گله و شکایتی صورت گیرد، اطلاق می‌گردد. در حالی که نزاکت درباره اندیشیدن راجع به این امر می‌باشد که چگونه اقدامات فرد بر دیگران تاثیر می‌گذارد [۲۹]. به عبارتی دیگر نزاکت شامل تمام دوراندیشی‌های است که از طرف فرد به منظور جلوگیری از وقوع مشکلات کاری در ارتباط با دیگر کارکنان، صورت می‌گیرند [۳۰].

مفهوم سرمایه اجتماعی^۱

تعاریف و رویکردهای مختلفی در زمینه سرمایه اجتماعی وجود دارد، ولی احتمالاً این مفهوم اولین بار برای توصیف مزایا و فرصت‌های قابل دسترس برای افراد از طریق عضویت در گروه‌های معین بکار رفت [۳۱].

اولین شخصی که در زمینه سرمایه اجتماعی به مطالعه پرداخت هانیفان^۲ (۱۹۱۶) بود [۳۲]. از نظر وی افراد از طریق روابط شخصی می‌توانند نیازهای اجتماعی و انگیزه‌هایی همچون خوش مشربی، تصدیق

شکرکن و همکاران رفتار شهروندی سازمانی را شامل آن بخش از رفتارهای ارادی کارکنان می‌دانند که به منظور کمک به همکاران یا سرپرستان انجام می‌گیرند؛ مانند وقت شناسی، کمک به دیگران، ارائه پیشنهادهایی برای بهبود کار و تلف نکردن زمان. در کل باید گفت پس از سال‌ها تحقیق روی رفتار شهروندی سازمانی همه محققان بر ویژگی آگاهانه بودن و عدم دریافت پاداش از سازمان در قبال انجام رفتار تأکید دارند [۲۲].

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

مانند بسیاری از دیگر سازه‌های رفتار سازمانی، رفتار شهروندی نیز از ابعاد چندگانه‌ای ساخته شده است. علی‌رغم توجه فزاینده به موضوع رفتار شهروندی سازمانی، بین صاحب‌نظران در مورد ابعاد این مفهوم اجماع نظر کاملی وجود ندارد. اما کاربردی‌ترین دسته بندی، مدل پنج گانه ارگان (۱۹۸۸) یعنی؛ وجدان کاری، نوع دوستی، آداب اجتماعی، جوآنمردی و نزاکت می‌باشد [۱۴ و ۲۳-۲۷].

وجدان کاری شامل رفتارهایی است که فراتر از الزامات تعیین شده بوسیله سازمان در محیط کاری می‌باشد (همانند کار در بعد از ساعت اداری برای سود رساندن به سازمان). ارگان همچنین معتقد است افرادی که دارای رفتار شهروندی متری هستند در بدترین شرایط و حتی در حالت بیماری و ناتوانی هم به کار ادامه می‌دهند، که این نشان دهنده وجدان کاری بالای آنها می‌باشد.

نوع دوستی مربوط می‌شود به کمک به کارکنان (همکاران) در تکمیل وظایفشان، وقتی که در شرایط غیر معمول قرار دارند [۲۷]. به عبارت دیگر، نوع دوستی رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد که خواه به شکل مستقیم و یا غیرمستقیم به کارکنان که دارای مشکلات کاری هستند، کمک می‌کند.

آداب اجتماعی به عنوان رفتاری است که توجه به مشارکت در زندگی اجتماعی سازمانی را نشان می‌دهد.

¹ social capital

² Hanifan

نهادها و موسسات رسمی و غیررسمی را فراهم می‌کند و با فراهم آوری حمایت اضافی تأثیرات منفی رویدادهای زندگی را کاهش می‌دهد [۴۰].

۲- بعد رابطه‌ای^۵

توصیف کننده انواع روابط شخصی ای است که افراد با همدیگر، بواسطه تاریخی از تعاملات گسترش داده و بر روابط خاصی همچون احترام و رفاقت، که رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد. از طریق چنین روابط شخصی مداومی است که فرد انگیزه‌های اجتماعی چون خوش مشربی، تصدیق و پرستیژ را برآورده می‌نماید. مهمترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: اعتماد و قابلیت اعتماد، هنجارها و ضمانت اجرایی، الزامات و انتظارات، هویت و شناسایی.

۳- بعد شناختی^۶

به منابعی که فراهم کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان طرفین است، اشاره می‌کند. از جمله مهمترین جنبه‌های این بعد زبان، کدها و حکایات مشترک است [۳۳]. بعد شناختی سرمایه اجتماعی نمایانگر این واقعیت است که مادامی که افراد با یکدیگر بعنوان جزئی از گروه تعامل دارند، بهتر می‌توانند مجموعه‌ای از اهداف و دیدگاه‌های مشترک را برای سازمان توسعه دهند. دیدگاه و اهداف مشترک، ارزش‌هایی را خلق می‌کند که در ارتقاء یکپارچگی و خلق حس مسئولیت مشترک کمک می‌کند. از این دیدگاه، سرمایه اجتماعی ممکن است یک جانشین برای تماس‌های رسمی، مشوق‌های رسمی و سیستم کنترلی بوده، که سازمان برای کنترل رفتار افراد آن را ایجاد می‌کند. این بعد به وسیله ابعاد ساختاری و رابطه‌ای تقویت می‌شود و متقابلاً آنها را تقویت می‌نماید [۴۱].

رابطه رفتار شهروندی و سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی به وسیله وجود روابط نزدیک میان فردی بین افراد سازمان شکل می‌گیرد [۴]، که این روابط

و پرستیژ را برآورده نمایند [۳۳]. پوتنام^۱ (۱۹۹۳) که پدر سرمایه اجتماعی لقب گرفته است [۳۱]، آنرا چنین تعریف می‌کند: "ویژگی سازمان‌های اجتماعی همچون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها که می‌تواند اثربخشی جامعه را از طریق تسهیل اعمال هماهنگ شده بهبود بخشد" [۳۴]، ۳۵، ۳۶، ۳۷]. وی معتقد است که "سرمایه اجتماعی تأثیرات قوی و قابل سنجشی بر خیلی از ابعاد زندگی ما دارد". این تأثیرات قابل سنجش شامل سلامتی بهتر، طول عمر بیشتر و بهتر، نرخ جرم پایین تر، فساد کمتر می‌باشد [۳۷]. دانچو [۲] بعد غیر رسمی سازمان را، که مبتنی بر اعتماد متقابل است، به عنوان سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد و معتقد است که این نوع سرمایه تحقق بهتر و آسانتر اهداف سازمان را میسر می‌سازد.

در مجموع می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی عبارتست از انباشت سرمایه گذاری‌ها^۲ منابع و شبکه‌هایی^۳ که منجر به خلق انسجام اجتماعی، اعتماد [۳۸]، سلامتی و رفاه در جامعه می‌شود [۳۹]. در واقع، این سرمایه یک فاکتور اساسی و ضروری برای رسیدن به موفقیت و داشتن یک زندگی لذت بخش است.

ابعاد سرمایه اجتماعی

ناهایت و گوشال [۳۳] با رویکرد سازمانی سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی را برای سرمایه اجتماعی بر می‌شمرند که در زیر به شرح هر یک می‌پردازیم:

۱- بعد ساختاری^۴

وضعیت غیرشخصی پیوندهای بین افراد یا واحدها را توصیف می‌کند. بعبارت دیگر این بعد به الگوی کلی ارتباطات بین اعضا اشاره می‌کند _ اینکه به چه کسانی دسترسی دارید و چگونه به آنها دسترسی دارید _ مهمترین جنبه‌های این بعد، وجود یا فقدان پیوندهای شبکه‌ای بین اعضا، وضعیت شبکه و سازمان مناسب است. این بعد (همانند شبکه‌های اجتماعی) دسترسی به

¹ Putnam

² stock of investment

³ stock of networks

⁴ Structural dimension

⁵ Relational dimension

⁶ Cognitive dimension

میان فردی می‌تواند به همان رفتارهای شهروندی سازمانی اشاره داشته باشد. پوتنام [۴۲] معتقد است که رفتارهایی از قبیل همکاری و مشارکت، که توسط افراد نشان داده می‌شود به ایجاد اعتماد، محبت و درک مشترک، میان آنها کمک نموده و در ایجاد و ارتقای سرمایه اجتماعی، موثر است. بنابراین چنین رفتارهای اجتماعی محور کاملاً مشابه با «رفتارهای شهروندی» در سازمان هاست که به منزله رفتارهای کارکنان که ورای الزامات نقش آن‌ها قرار می‌گیرد و به طور مستقیم یا آشکار، توسط سیستم پاداش رسمی در سازمان تشخیص داده نمی‌شود و کارکرد سازمان را تسهیل می‌کند، تعریف می‌گردد. به عبارت دیگر، درست همان طور که «شهروندان خوب» در یک اجتماع به ایجاد سرمایه اجتماعی، درون آن کمک می‌نمایند، کارکنان سازمانی خوب هم می‌توانند به ایجاد سرمایه اجتماعی در سازمان کمک نمایند [۵]. بدین دلیل است که سرمایه اجتماعی می‌تواند از تمایل کارکنان برای فراتر رفتن از الزامات شغل رسمی شان برای کمک به یکدیگر، منافع فردی را در جهت منافع سازمان قرار دادن و نشان دادن علاقه وافر به فعالیت و رسالت کلی سازمان، ایجاد گردد. بنابراین رفتارهای شهروندی سازمانی به ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی، درون سازمان‌ها کمک می‌نماید. وقتی سازمانی متشکل از شهروندان خوب سازمانی باشد، احتمال می‌رود که سطوح بالاتری از سرمایه اجتماعی انباشته شود [۵]. در حالی که سرمایه فیزیکی توسط ابزارها و ماشین‌ها نشان داده می‌شوند، و سرمایه انسانی توسط آموزش، کارآموزی و یا تجربه منعکس می‌شود، سرمایه اجتماعی توسط روابط نزدیک میان فردی در میان افراد منعکس می‌شود [۴، ۴۳] که این روابط می‌تواند رفتارهای شهروندی سازمانی را در بر بگیرند.

سؤال‌های پژوهش

- ۱- تا چه حد رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارد؟
- ۲- تا چه حد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، جوانمردی و

نزاکت) با سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارند؟

۳- تا چه حد هر یک از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، جوانمردی و نزاکت)، سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران را پیش بینی می‌کنند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر با عنایت به زمینه‌های ذیل انجام شده است.

روش: در این پژوهش با توجه به اهداف و ماهیت آنها از روش پژوهش توصیفی همبستگی استفاده شده است، به عبارت دیگر، پژوهش حاضر از جمله بررسی‌های همبستگی چند متغیری است که طی آن به مطالعه رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن با سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران و تعیین سهم نسبی هر کدام از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در تبیین سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران پرداخته شده است.

متغیرهای پژوهش: رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، جوانمردی، نزاکت) متغیرهای پیش‌بین و سرمایه اجتماعی متغیر ملاک می‌باشند.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری: جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۷ بوده ۱۵۱۳ نفر بوده‌اند که با بهره‌گیری از جدول کرجسی و مورگان [۴۴] و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۳۰۸ نفر نمونه از بین آنان انتخاب و مورد بررسی واقع شده‌اند.

ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها: در پژوهش حاضر با عنایت به دو متغیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی از دو ابزار استفاده شده است. (۱) پرسشنامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران (۱۹۹۰) که با توجه به پنج بعد ارگان (۱۹۸۸) یعنی؛ نوع دوستی، وجدان کاری، نزاکت، جوانمردی و آداب اجتماعی ساخته شده است. ضریب آلفای محاسبه

سطح هستند.

در زیر وضعیت موجود سرمایه اجتماعی و هریک از ابعاد آن آورده شده است جدول (۲).

از آنجا که پرسشنامه لیکرت هفت طیفی بود (خیلی کم، کم، نسبتاً کم، متوسط، نسبتاً زیاد، زیاد و خیلی زیاد) و با توجه به جدول (۲)، سرمایه اجتماعی و ابعاد شناختی و ساختاری در حد گزینه نسبتاً زیاد بودند. ولی بعد رابطه‌ای در حد گزینه زیاد می‌باشد. همچنین با توجه به جدول می‌توان گفت که بعد رابطه‌ای و بعد شناختی به ترتیب دارای بیشترین و کمترین سطح در میان کارشناسان دانشگاه تهران بودند.

جدول ۱: وضعیت موجود رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن در دانشگاه تهران

مقیاس	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد
رفتار شهروندی سازمانی	۳۰۸	۵/۲۹	۰/۵۴۱
وجدان کاری	۳۰۸	۵/۷۴	۰/۸۲۱
جوانمردی	۳۰۸	۵/۴۱	۰/۸۶۴
آداب اجتماعی	۳۰۸	۴/۰۳	۰/۹۸۸
نزاکت	۳۰۸	۵/۴۲	۰/۸۷۰
نوعدوستی	۳۰۸	۵/۵۵	۰/۸۷۲

جدول ۲: وضعیت موجود سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در دانشگاه تهران

مقیاس	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد
سرمایه اجتماعی	۳۰۸	۴/۷۵	۰/۷۴۷
بعد شناختی	۳۰۸	۴/۵۲	۱/۱۷۴
بعد رابطه‌ای	۳۰۸	۵/۰۱	۱/۳۸۱
بعد ساختاری	۳۸	۴/۸۱	۱/۳۹۰

شده برای هریک از ابعاد به شرح زیر است: نوع دوستی ۰/۸۵، وجدان کاری ۰/۸۲، جوانمردی ۰/۸۵، نزاکت ۰/۸۵، و آداب اجتماعی ۰/۷۰ [۴۵]. پس از اجرای این پرسشنامه بر روی ۳۰ نفر، ما نیز ضریب آلفای کرونباخ را برای این ابزار در جامعه مورد نظر ۰/۷۶۹ به دست آوردیم، و (۲) پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی که با توجه به سه بعد شناختی، ساختاری و رابطه‌ای طراحی گردید و مقدار آلفای کرونباخ بدست آمده برای آن ۰/۸۰۹ می‌باشد. روایی پرسشنامه‌ها نیز مورد تایید تعداد از خبرگان دانشگاهی قرار گرفت. به منظور جمع آوری داده‌ها ۳۴۰ پرسشنامه در میان کارشناسان دانشگاه توزیع گردید، که از این تعداد ۳۰۸ پرسشنامه برگشت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

شیوه تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل آماری داده‌های حاصل از تحقیق از روش‌های آماری همچون همچون تحلیل همبستگی (r)، به منظور تعیین نوع و میزان ارتباط بین متغیرها و تحلیل رگرسیون (R)، به منظور بررسی تعیین سهم نسبی متغیرهای مستقل در پیش بینی متغیر وابسته، استفاده شد.

پس از گردآوری داده‌ها در وهله ی اول گزارشی از وضعیت موجود رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی در دانشگاه تهران ارائه شده است و در ادامه به بررسی سؤال‌های پژوهشی پرداخته شده است.

از آنجا که پرسشنامه لیکرت هفت طیفی بود (خیلی کم، کم، نسبتاً کم، متوسط، نسبتاً زیاد، زیاد و خیلی زیاد) و با توجه به جدول (۱) به جز بعد آداب اجتماعی، رفتار شهروندی سازمانی و همگی ابعاد آن در میان کارشناسان دانشگاه تهران در حد گزینه زیاد می‌باشند. ولی بعد آداب اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران در حد گزینه نسبتاً زیاد می‌باشد.

همچنین با توجه به جدول (۱) بعد وجدان کاری و بعد آداب اجتماعی به ترتیب دارای بیشترین و کمترین

یافته‌ها

بررسی سؤال اول

در بررسی سؤال اول: «تا چه حد رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارد؟»، « r » محاسبه شده در سطح $P \leq 0/01$ معنادار بوده که بیانگر رابطه مثبت بین آنهاست. بعبارت دیگر با افزایش رفتار های شهروندی سازمانی، سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران افزایش می‌یابد.

بررسی سؤال دوم

در بررسی سؤال دوم: «تا چه حد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، وجدان کاری، آداب اجتماعی، جوانمردی و نزاکت) با سرمایه اجتماعی کلی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارند؟»، « r » محاسبه شده در سطح $P \leq 0/01$ معنا دار بوده که بیانگر رابطه مثبت بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی است. بعبارت دیگر با افزایش ابعاد رفتار شهروندی سازمانی، سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۳: رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی

سؤال	متغیر	r	Sig	n
۱	رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی	۰/۲۶۸	۰/۰۰۰	۳۰۸

جدول ۴: رابطه بین ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی

سؤال	متغیر	r	sig	n
۲	بعد نوع دوستی	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰	۳۰۸
	بعد آداب اجتماعی	۰/۲۵۲	۰/۰۰۰	۳۰۸
	بعد وجدان کاری	۰/۳۰۱	۰/۰۰۰	۳۰۸
	بعد نزاکت	۰/۲۴۷	۰/۰۰۰	۳۰۸
	بعد جوانمردی	۰/۱۲۵	۰/۰۰۰	۳۰۸

بررسی سؤال سوم

به منظور بررسی سؤال سوم: «تا چه حد هر یک از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، وجدان کاری، آداب اجتماعی، جوانمردی و نزاکت)، سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران را پیش بینی می‌کنند؟» و همین طور جهت تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش بین (ابعاد رفتار شهروندی سازمانی) در پیش بینی سرمایه اجتماعی از رگرسیون گام به گام استفاده شده است. بدین ترتیب که متغیرهای پیش بین (ابعاد رفتار شهروندی سازمانی) وارد معادله شده‌اند و ابعادی که بیش‌ترین سهم را در پیش بینی سرمایه اجتماعی داشته‌اند، مشخص گردیده‌اند. در گام اول، متغیر نوع دوستی وارد معادله شد که مقدار واریانس تبیین شده متغیر ملاک توسط این متغیر برابر با ۰/۰۹۴ بود که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. همچنین ضریب رگرسیونی متغیر نوع دوستی بر سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۳۰۷ که این مقدار نیز در سطح ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. در گام دوم، متغیرهای نوع دوستی و نزاکت با هم وارد معادله شدند، نتایج نشان داد که با ورود متغیر نزاکت، مقدار واریانس تبیین شده متغیر ملاک به ۰/۱۲۵ افزایش یافت که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار است. همچنین ضرایب رگرسیونی هر کدام از متغیرهای نوع دوستی و نزاکت به ترتیب ۰/۲۶۲ و ۰/۱۸۳ بود که این مقادیر در سطح ۰/۰۱ نیز معنادار بوده‌اند. در گام سوم متغیرهای نوع دوستی، نزاکت و وجدان کاری بطور همزمان وارد معادله شدند. نتایج نشان داد که با ورود متغیر وجدان کاری مقدار واریانس تبیین شده متغیر ملاک به ۰/۱۴۶ افزایش یافته که این مقدار در سطح ۰/۰۱ معنادار است. همچنین ضرایب رگرسیونی هر کدام از متغیرهای نوع دوستی، نزاکت، و وجدان کاری به ترتیب عبارت از ۰/۱۸، ۰/۱۶۲، و ۰/۱۶۹ است که این مقادیر در سطح ۰/۰۱ معنادار است. در گام چهارم یعنی گام آخر، که چهار متغیر نوع دوستی، نزاکت، وجدان کاری و آداب اجتماعی به طور هم زمان وارد معادله شدند، نتایج نشان داد که با ورود متغیر آداب اجتماعی مقدار واریانس تبیین شده متغیر

سطح ۰/۰۵ معنادار است. همچنین، براساس نتایج جدول، بعد جوانمردی رفتار شهروندی سازمانی نمی تواند متغیر مناسبی برای پیش بینی سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران باشد (جداول ۵، ۶ و ۷).

ملاک به ۰/۱۵۷ افزایش یافت. همچنین ضرایب رگرسیونی هرکدام از متغیرهای نوع دوستی، نزاکت، وجدان کاری و آداب اجتماعی به ترتیب عبارت از ۰/۱۵۷، ۰/۱۳۳، ۰/۱۵۶ و ۰/۱۱۵ بود، که این مقادیر در

جدول ۵: تحلیل رگرسیون برای تعیین سهم متغیرهای پیش بین

سؤال	متغیر	چندگانه R	R2
۳	بعد نوع دوستی	۰/۳۰۷	۰/۰۹۴
	بعد نزاکت	۰/۳۵۴	۰/۱۲۵
	بعد وجدان کاری	۰/۳۸۲	۰/۱۴۶
	بعد آداب اجتماعی	۰/۳۹۶	۰/۱۵۷

جدول ۶: ANOVA مربوط به رگرسیون گام به گام برای پیش بینی سرمایه اجتماعی

Sig	F	MS	df	SS	
۰/۰۰۰	۳۱/۷۷۷	۱۶/۱۱۶	۱	۱۶/۱۱۶	رگرسیون
		۰/۴۱۰	۳۰۶	۱۵۵/۱۹۳	باقیمانده
			۳۰۷	۱۷۱/۳۰۹	کل
۰/۰۰۰	۲۱/۸۷۳	۱۰/۷۴۴	۲	۲۱/۴۸۸	رگرسیون
		۰/۴۹۱	۳۰۵	۱۴۹/۸۲۱	باقیمانده
			۳۰۷	۱۷۱/۳۰۹	کل
۰/۰۰۰	۱۷/۳۲۱	۸/۳۳۶	۳	۲۵/۰۰۷	رگرسیون
		۰/۴۸۱	۳۰۴	۱۴۶/۳۰۲	باقیمانده
			۳۰۷	۱۷۱/۳۰۹	کل
۰/۰۰۰	۱۴/۱۰۱	۶/۷۲۱	۴	۲۶/۸۸۶	رگرسیون
		۰/۴۷۷	۳۰۳	۱۴۴/۴۲۴	باقیمانده
			۳۰۷	۱۷۱/۳۰۹	کل

جدول ۷: نتایج مربوط به رگرسیون گام به گام برای پیش بینی سرمایه اجتماعی

گام	متغیر	B	Beta	T	Sig.
گام اول	مقدار ثابت	۳/۳۰۱		۱۲/۶۱۵	۰/۰۰۰
	نوع دوستی	۰/۲۶۲	۰/۳۰۷	۵/۶۳۷	۰/۰۰۰
گام دوم	مقدار ثابت	۲/۶۳۸		۸/۰۸۷	۰/۰۰۰
	نوع دوستی	۰/۲۲۴	۰/۲۶۲	۴/۷۴۰	۰/۰۰۰
	نزاکت	۰/۱۶۲	۰/۱۸۳	۳/۳۰۷	۰/۰۰۱
گام سوم	مقدار ثابت	۲/۲۴۶		۶/۳۴۵	۰/۰۰۰
	نوع دوستی	۰/۱۵۴	۰/۱۸۰	۲/۸۷۵	۰/۰۰۴
	نزاکت	۰/۱۴۳	۰/۱۶۲	۲/۹۲۷	۰/۰۰۴
	وجدان کاری	۰/۱۵۴	۰/۱۶۹	۲/۷۰۴	۰/۰۰۷
گام چهارم	مقدار ثابت	۲/۲۱۷		۶/۲۸۹	۰/۰۰۰
	نوع دوستی	۰/۱۳۴	۰/۱۵۷	۲/۴۷۹	۰/۰۱۴
	نزاکت	۰/۱۱۷	۰/۱۳۳	۲/۳۳۵	۰/۰۲۰
	وجدان کاری	۰/۱۴۲	۰/۱۵۶	۲/۴۸۹	۰/۰۱۳
	آداب اجتماعی	۰/۰۸۶	۰/۱۱۵	۱/۹۸۵	۰/۰۴۸

را تقویت می‌کند، بلکه منجر به ایجاد نوعی اعتماد دو جانبه میان کارشناسان دانشگاه می‌شود.

رفتارهای شهروندی سازمانی ایجاد تماس‌ها و ارتباطات میان کارشناسان دانشگاه تهران را در سازمان تسهیل نموده و به مانند مشوقی در این زمینه عمل می‌نمایند. کارشناسانی که کمک به دیگران را از خود نشان می‌دهند، سرمایه اجتماعی ساختاری را، از طریق تقویت کردن پیوندهای شبکه‌ای، و در نتیجه بهبود انتقال اطلاعات، یادگیری سازمانی، و انجام فعالیت‌های سازمانی، ارتقاء می‌دهند [۴۶].

پیوندهای شبکه‌ای به ارتباطات میان اعضای یک سازمان گفته می‌شود [۵]. چیزی که امری بدیهی می‌نماید اینست که وقتی کارشناسان در انجام امور، به هنگام نیاز، به یکدیگر کمک می‌کنند، میزان ارتباطات آنها افزایش پیدا کرده و این خود باعث افزایش و تقویت شمار پیوندهای شبکه‌ای در میان آنها می‌گردد. در نتیجه با افزایش روابط، که خود شناخت بیشتر کارشناسان را از هم به دنبال دارد، اعتماد میان آنان، که در نتیجه کیفیت روابط حاصل می‌شود، نیز افزایش پیدا می‌کند.

در جواب به سؤال دوم پژوهش مبنی بر اینکه تا چه حد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی (نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، و وجدان کاری، جوانمردی و نزاکت) با سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارند؟، یافته‌ها نشان داد که هر پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی یعنی نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری، نزاکت و جوانمردی با سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه مثبت و معناداری دارند. عبارت دیگر پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی رابطه داشته و با افزایش این ابعاد، سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران نیز افزایش پیدا می‌کند.

در تبیین یافته فوق می‌توان چنین بحث کرد که با افزایش میزان بروز رفتارهای شهروندی سازمانی از طرف کارشناسان دانشگاه، آنها یکدیگر را دوست می‌دارند، به هم اعتماد می‌کنند و با یکدیگر هویت

همانطور که با توجه به جدول ۷ در گام چهارم مشخص است، معادله رگرسیون عبارت است از:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4$$

۰/۰۸۶ آداب اجتماعی + ۰/۱۴۲ وجدان کاری + ۰/۱۱۷ نزاکت + ۰/۱۳۴ نوع دوستی + ۲/۲۱۷ مقدار ثابت = سرمایه اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش تبیین رابطه رفتار شهروندی سازمانی و ابعاد آن با سرمایه اجتماعی در دانشگاه تهران بوده که پس از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌های زیر در راستای هدف مذکور بدست آمد:

در جواب به سؤال اول پژوهش، مبنی بر اینکه تا چه حد رفتار شهروندی سازمانی با سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران رابطه دارد؟، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که بین رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه اجتماعی کارشناسان دانشگاه تهران همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. عبارت دیگر، با افزایش بروز رفتارهای شهروندی سازمانی از جانب کارشناسان دانشگاه تهران، سرمایه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. در واقع می‌توان گفت که، هر چقدر میزان بروز رفتارهای شهروندی سازمانی کارشناسان دانشگاه تهران بالاتر رود، به تبع آن انباشت سرمایه اجتماعی آنان نیز بالاتر می‌رود.

در تبیین یافته فوق می‌توان گفت که بروز رفتارهای شهروندی سازمانی از جانب کارشناسان دانشگاه تهران منجر به ایجاد ارتباط میان آنان شده، که این خود در وهله اول منجر به خلق سرمایه اجتماعی ساختاری می‌شود. با این فرض که اگر رفتارهای شهروندی سازمانی برای دفعات متعددی از جانب کارشناسان دانشگاه تکرار شود، می‌توان گفت که در نتیجه تکرار این رفتارها، بعد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی، که مربوط به کیفیت روابط است، نیز افزایش می‌یابد. همچنین بروز رفتارهای شهروندی سازمانی برای دفعات متعدد از جانب کارشناسان، به گونه‌ای که به صورت یک فرهنگ در سازمان درآید، نه تنها پیوندهای شبکه‌ای

به عنوان مثال تحقیق روانشناسانه اجتماعی درباره هم‌رنگی نشان داده شده است که افراد مطیع معمولاً دوست داشتنی‌تر از افرادی هستند که نافرمان می‌باشند [۴۸].

هنگامی که کارشناسان تمایل دارند بی‌پرده سخن گفته و پیشنهادات سازنده‌ای در جهت منافع دانشگاه ارائه نمایند و دیگر همکاران را نیز در انجام این عمل تشویق کنند، در جهت ایجاد بعد شناختی سرمایه اجتماعی گام بر می‌دارند [۵]. سرمایه اجتماعی شناختی ممکن است وقتی کارشناسان در جلساتی که حضور در آنها الزامی نیست شرکت کنند، ارتقاء یابد و در نتیجه دانش مفید در مورد فعالیت‌ها و توسعه سازمانی کسب کنند، و درک بهتری از دانشگاه، رسالت و فرهنگش به دست آورند. متشابهاً، کارشناسانی که عقاید و ایده‌هایشان را بیان می‌کنند و آشکارا دانش‌شان را با دیگر کارکنان تسهیم می‌کنند، بعد شناختی سرمایه اجتماعی را ارتقاء می‌دهند [۴۶].

از طریق شرکت کردن در فعالیتهایی که به وسیله دانشگاه حمایت می‌شود، کارشناسان درکی مشترک از بافت دانشگاه بدست می‌آورند. آنها یاد خواهند گرفت که با زبان دانشگاه خود صحبت کنند و یک ارزیابی بهتری از ارزشها و رسالت دانشگاه بدست آورند. یک فایده دیگر درگیر شدن کارشناسان در ابعاد میان‌فردی زندگی سازمانی (دانشگاه) این است که مدیران و همکاران غالباً در طول وظایف غیرالزامی و وقایع اجتماعی، افسانه‌ها، داستان‌ها و استعاره‌های سازمانی مشترکی می‌یابند [۴۸]. وقتی کارشناسان ایده‌های خود را ارائه می‌دهند و به صورتی آشکار ایده‌های واقعی خود را با دیگر همکاران تسهیم می‌کنند، احتمالاً ایجاد زبان مشترک و حکایت‌های مشترک (بعد شناختی سرمایه اجتماعی) را در دانشگاه تسهیل می‌کنند.

وقتی کارشناسان در زندگی اجتماعی سازمان مشارکت می‌کنند (مثلاً به پیک نیک می‌روند) تعداد پیوندهای شبکه‌ای را افزایش می‌دهند. از این گذشته، چنین رفتاری به طور مطلوب پیکر بندی کلی پیوندها را در میان کارشناسان سازمان تغییر می‌دهد و شرایطی

می‌یابد. این رفتارها به ایجاد بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی کمک می‌کنند. سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، هنگامی که کارشناسان دانشگاه تهران از طریق کمک به همکاران خود در مورد مسائل کاری، اعتماد را بوجود می‌آورند، ارتقاء می‌یابد [۴۶].

وقتی کارشناسان به همکاران خود کمک می‌کنند، احتمالاً مدیران و همکاران چنین می‌پندارند که این افراد فقط به دنبال منافع خودشان نیستند و به کمک به همکاران ارزش می‌نهند. پس به طور منطقی افرادی که نوع دوست هستند، نه تنها همکارانشان تمایل دارند آنها را دوست داشته باشند، بلکه همچنین از نظر آنها قابل اعتماد و امین هستند. بدین صورت نوع دوستی موجبات توسعه ارتباطات قوی میان کارشناسان دانشگاه را فراهم می‌آورد. مطالعات نشان می‌دهد که وقتی درجه دوستی در میان کارکنان (کارشناسان) بالا باشد، افراد فرصت‌های بیشتری برای تعامل اجتماعی با یکدیگر پیدا کرده [۴۶]. در نتیجه تعاملات بیشتر، رفتارهایشان برای یکدیگر قابل پیش‌بینی تر شده و نه تنها به یکدیگر اعتماد می‌کنند، بلکه صمیمیت بین آنها نیز افزایش می‌یابد [۵]. که این خود انسجام گروهی را به دنبال دارد. وجدان کاری عبارت است از رفتاری که فرد در اجرای یک شغل به بیش از الزامات وظیفه‌ای عمل کند. کارشناسانی که بیش از الزامات نقش انجام وظیفه می‌کنند، بیش‌تر مورد اعتماد همکاران واقع می‌شوند و خیلی محتمل است که آنها خود را با گروه‌هایی همسان ببینند که آنها را دوست دارند یا به آنها به عنوان افراد قابل اعتماد و شایسته نگاه می‌کنند [۴۷].

از نظر کاتز و کان پیروی از قوانین، مقررات و رویه‌ها باعث می‌گردد تا رفتار سازمانی قابل پیش‌بینی گردد و به وسیله آن عدم اطمینان کاهش یابد [۴۸]. بنابراین وقتی کارشناسان بتوانند اعمال یکدیگر را پیش‌بینی نمایند، احتمالاً بیش‌تر به همدیگر اعتماد می‌کنند. پس کارشناسانی که مطیع هستند احتمالاً از طرف همکارانشان قابل اعتماد تر دیده شوند [۴۸] که این خود درجه دوستی بین کارشناسان دانشگاه را افزایش داده و در نتیجه پیوندهای شبکه‌ای نیز افزایش می‌یابد.

نسبت به بعد جوانمردی همبستگی قوی تری با سرمایه اجتماعی (هر یک به ترتیب ۰/۳۰۷، ۰/۳۰۱، ۰/۲۵۲، و ۰/۲۴۷) داشته اند، از این رو توانسته اند سرمایه اجتماعی را پیش بینی نمایند، اما احتمالاً به علت وجود همبستگی خیلی ضعیف بین بعد جوانمردی و سرمایه اجتماعی (۰/۱۲۵) نسبت به دیگر ابعاد، این بعد نتوانسته است سرمایه اجتماعی را در میان کارشناسان دانشگاه تهران پیش بینی کند.

منابع

[۱] علی زاده، مهدی؛ شهرانی، عباس (۱۳۸۷). تبیین نقش فرهنگ سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه شرکت‌های (EPC). اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

[2] Danchev, Alexi (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm. *Industrial Management & Data System*, 106(7), pp.953-965.

[3] Fussel, Hillary et al. (2006). The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: A case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), pp.148-161.

[4] Lin, N. (2001). *Social capital*. New York: Cambridge university press.

[5] Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), 505-522.

[6] Podsakoff, P. M.; Mackenzie, S. B.; Paine, J.J.; Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestion for future research; *Journal of management*. 26(3), 513-563

[7] Karambayya, R. N. (1989). Contexts for organizational citizenship behavior: Do high performing and satisfying units have better "citizens"? North York, Ontario, Canada: Author.

[8] Podsakoff, P. M., Ahearne, M., & Mackenzie, S. B. (1997). Organizational citizenship behavior and the quantity of work group performance. *Journal of Applied Psychology*, 82, 2, 262- 270.

فراهم می‌گردد تا افرادی که امکان برقراری تماس با دیگر همکاران را نداشتند این فرصت ارتباط به آنان داده شود.

در ادامه می‌توان گفت کارشناسان دانشگاه با نشان دادن نیت خوب، هنگامی که دیگران را از نتایج و تاثیرات احتمالی اقدامات و یا تصمیمات خود از پیش آگاه می‌سازند، اعتماد یکدیگر را به دست می‌آورند، که این خود منجر به افزایش ارتباطات و ارتقاء همکاری میان آنان می‌گردد [۴۹]، چیزی که شمار پیوند های شبکه‌ای را افزایش می‌دهد. همچنین نشان دادن نزاکت منجر به ایجاد نوعی صمیمیت در میان کارشناسان می‌شود که انسجام گروهی آنان را بالا برده و کیفیت روابط را منجر می‌شود.

کارشناسانی که سطوح بالای از جوانمردی را از خود به نمایش می‌گذارند، با صرف نظر کردن از آسای شخصی خود، دستیابی به اهداف مشترک دانشگاه را تسهیل می‌کنند. می‌توان گفت که وقتی کارشناسان به صورت گروهی کار می‌کنند و همدیگر را می‌شناسند، راحت تر با شرایط عدم اطمینان روبرو شده و در مقابل اعمال تغییرات از جانب مدیریت دانشگاه کمتر مقاومت کرده و بهتر می‌توانند خود و در نتیجه دانشگاه را با محیط در حال تغییر انطباق دهند.

در جواب به سؤال سوم پژوهش، مبنی بر اینکه تا چه حد ابعاد رفتار شهروندی سازمانی می‌توانند سرمایه اجتماعی را در میان کارشناسان دانشگاه تهران پیش بینی نمایند؟ یافته‌ها نشان داد که از پنج بعد رفتار شهروندی سازمانی، چهار بعد آن یعنی نوع دوستی، آداب اجتماعی، وجدان کاری و نزاکت هر یک به ترتیب ۰/۱۵۷، ۰/۱۱۵، ۰/۱۵۶ و ۰/۱۳۳ می‌توانند سرمایه اجتماعی را پیش بینی کنند. همچنین یافته‌ها نشان داد که بعد جوانمردی رفتار شهروندی سازمانی پیش بینی کننده مناسبی برای سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان دانشگاه تهران نمی‌باشد.

در ارتباط با یافته فوق، احتمالاً به این دلیل که بعد نوع دوستی، وجدان کاری، نزاکت و آداب اجتماعی

Education System: A Scale Reconstruction and Validation, Educational Administration Quarterly, Vol. 43 No. 4 pp. 462- 493

[19]DeGroot, Timothy and Brownlee , Amy L.(2005). Effect of department structure on the organizational citizenship behavior–department effectiveness relationship, journal of business research, 59, 1116- 1123

[20]Allen, Tammy; Barnard, Steve; Rush, Michael; Russell, Joyce. (2000): Ratings of organization citizenship behavior: does the source make a difference; Human Resource Management Review, Vol. 10 No. 1 pp. 97-114

[21]Moorman, R. H., & Blakely, G. L. (1995). Individualism-Collectivism as an individual difference predictor of organizational citizenship behavior. Journal of Organizational Behavior, 16: 127–142.

[۲۲]مهدیون، روح الله(۱۳۸۶). رابطه رفتار مدنی سازمانی مدیران با عملکرد آنان در دبیرستان‌های پسرانه شهر کرج. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.

[23]Jung, Joo Y. and Hong, Soonkwan(2008). Organizational citizenship behaviour(OCB), TQM and performance at the maquiladora, international journal of quality & reliability management, Vol. 25 No. 8 pp. 793- 808

[24]Bove , Liliana L., Pervan, Simon J. , Beatty, Sharon E. and Edward Shiu(2008). Service worker role in encouraging customer organizational citizenship behaviors, Journal of Business Research, available at ScienceDirect.

[25]Becton, J. Bret., William F. Giles & Mike Schraeder(2008). Evaluating and rewarding OCBs: Potential consequences of formally incorporating organisational citizenship behaviour in performance appraisal and reward systems, Employee relations, Vol. 30 No. 5 pp. 494- 514

[26]Chia- Ping, Yu., Tsai-Hsin, Chu (2007). Exploring knowledge contribution from an OCB perspective, Information and Management, 44, 321-331

[27]Garg, Pooja and Renu Rastogi(2006). Climate profile and OCBs of teachers in public and private schools of India, International Journal of Educational Management, Vol. 20 No. 7, pp. 529-541

[9]Podsakoff, P. M., & Mackenzie. S. B.(1997). The impact of organizational citizenship behavior on organizational performance: A review and suggestion for future research. Human performance, 10, 133-151

[10]Walz, S. M., & Niehoff, B. P.(1996). Organizational citizenship behavior and their effect on organizational effectiveness in limited-menu restaurants.In J.B. Keys & L. N. Dosier(Eds.), Academy of management of best papers proceedings, pp. 307- 311

[11]Vigoda- Gadot, Eran(2007). Redrawing the boundaries of OCB? An empirical examination of compulsory extra- role behavior in the workplace, journal of business and psychology, Vol. 21, No. 3

[12]Koys, D. J.(2001). " The effects of employee satisfaction, organizational citizenship behavior, and turnover on organizational effectiveness" A unit level, longitudinal study, Personnel Psychology,54(1): 101-114

[13]Hossam M. Abu Elanain(2008). An investigation of the relationship of openness to experience and organizational citizenship behavior, journal of American academy of business, 13, 1, 72-78

[14]Turnipseed, David & Murkison, Gene(1996). Organizational citizenship behavior: An examination of the influence of the work place, Leadership & Organization Development Journal, 17. 2, 42-47

[۱۵]ابیلی، خدایار؛ شاطری، کریم؛ یوزباشی، علیرضا؛ فرجی ده سرخی، حاتم(۱۳۸۷). رفتار شهروندی سازمانی(OCB): ویژگی ها، ابعاد، متغیرهای پیش شرط و پیامدها. اولین کنفرانس ملی رفتار شهروندی سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

[16] D. W. (1997).Organizational citizenship behavior: It s construct clean-up time. Human performance, 10, 85- 97

[17]Retundo, M., & Sackett, P. R. (2002). The relative importance of task, citizenship, and counterproductive performance to global ratings of job performance: A policy-capturing approach. Journal of Applied Psychology, 87, 66-80

[18]Vigoda-Gadot, Eran., Itai Beeri, Taly Birman-Shemesh and Anit Somech(2007). Group-Level Organizational Citizenship Behavior in the

- Cali, Colombia. Social Science & Medicine, 58, pp.2267-2277.
- [39]Rose, Richard(2000). How much does social capital add to individual health? A survey study of Russians. Social Science & Medicine, 51, pp.1421-1435.
- [40]Harpham, Trudy; Grant, Emma& Thomas, Elizabeth(2002). Measuring social capital within health surveys: key issues. Health Policy and Planning, 17(1), pp.106-111.
- [41]Leana, Carrie R.& Pil, Frist K.(2006). Social Capital and Organizational Performance: Evidence from Urban Public Schools. Organization Science, 17(3), pp.353-366.
- [42]Putnam, R. D.(1993). The prosperous community: Social capital and public life. American Prospect, 13: 35-42.
- [43]Coleman, J. S. 1988. Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, 94: S95-S120.
- [44]یبابانگرد، اسماعیل(۱۳۸۷). روش‌های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: نشر دوران
- [45]Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R(1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers trust in leader satisfaction, and organizational citizenship behavior. Leadership quarterly, 1, 107- 142
- [46]Organ, Dennis W., Podsakoff, Philip M., MacKenzie, Scott B.(2005). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequences, Sage Publications.
- [47]Hogg, M. A. and Terry, D. J(2000). Social identity and self categorization processes in organizational context. Academy of Management review, 75, pp: 140- 151
- [48]زارع، حمید(۱۳۸۳). نقش رفتار شهروندی سازمانی در عملکرد سازمان، فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره ششم: ۱۵۱-۱۶۹
- [49]Jones, G. R. & George, J. M(1998). The experience and evolution of trust. Academy of Management Review, 23, pp: 531- 546.
- [28]Organ, D. W.(1988). Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome, Lexington, MA; Lexington Books.
- [29]Markoczy Livia & Xin Katherine(2004). The virtues of omission in organizational citizenship behavior, Anderson Graduate School of Management: University of California
- [30]Chu, cheng-I(2001). Examining organizational Citizenship behavior among nurses using Price and Mueller s model.A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Doctor of Philosophy degree in Hospital and Health Administration in the Graduate of The University of Iowa
- [31]Pilkington, Paul(2002). Social Capital and Health: measuring and understanding social capital at a local level could help to tackle health inequalities more effectively. Journal of Public Health Medicine, 24(3), pp.156-159.
- [32]Feldman, Tine Rossing& Assaf, Susan(1999). Social Capital: Conceptual Frameworks and Empirical Evidence. World Bank, Working Paper. Vol.5. pp.1-39.
- [33]Nahapiet, Janine& Ghoshal, Sumantra(1998). Social Capital, Intellectual Capital, and The organizational Advantage. Academy of Management Review, 23(2), pp.242-266.
- [34]Wallis, Joe, Killerby, Paul& Dollery, Brian(2004). Social economics and social capital. International Journal of Social Capital Economics, 31(3), pp.239-258.
- [35]Brooks, Kit& Nafukho, Fredrick Muyia(2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?. Journal of European Industrial Training, 30(2), pp.117-128.
- [36]Goyal, Ajay& Ahkilesh, K.B.(2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. Team Performance Management, 13(7/8), pp.206-226.
- [37]_. (2001). Social Capital: A review of literature. Social analysis and Reporting Division Office for national statistics.
- [38]Harpham, Trudy; Grant, Emma& Rodriguez, Carlos(2004). Mental health and social capital in