

## تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی

محمد عباس زاده (استادیار جامعه شناسی دانشگاه تبریز، نویسنده مسؤل)  
m-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir  
لیلا مقتدایی (دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان)  
ابراهیم حسین پور (دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد تبریز)

### چکیده

تعامل اجتماعی در جامعه دانشگاهی، فرآیندی است که طی آن، اعضای هیئت علمی، مفاهیمی را که در ذهن خود دارند، به یکدیگر انتقال می دهند. حاصل این امر می تواند به تولید با کیفیت ایده ها بیانجامد. بر این اساس، هدف اساسی مقاله حاضر در پی نشان دادن این امر است که سطح بالایی از تعامل اجتماعی بین اساتید دانشگاهی، تأثیر مثبتی بر کیفیت و بدیع بودن ایده های تولید شده دارد. روش تحقیق پیمایشی بوده و از طریق ابزار پرسش نامه، از ۱۴۲ نفر عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان به عنوان نمونه، داده های لازم جمع آوری شده است. روش های آماری مورد استفاده، شامل رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر بوده که با استفاده از نرم افزارهای SPSS و LISREL، برآورده شده اند. در مجموع، نتایج به دست آمده از طریق تحلیل مسیر نشان می دهد که از بین ابعاد کنش متقابل اجتماعی، تأثیر بعد رابطه ای بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، بیش از سایر متغیرها (بعد ساختاری و شناختی) بوده و متغیرهای مستقل مورد استفاده توانسته اند ۲۵٪ تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند.

**کلید واژه ها:** کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، بعد ساختاری، رابطه ای و شناختی کنش متقابل اجتماعی، اصفهان.

## مقدمه

در قرن اخیر، تحولات بنیادینی در فرآیندها و محصولات آموزش عالی در جهان صورت گرفته است. انفجار اطلاعات، توسعه ارتباطات، تحولات در نظام‌های اداره حکومت، تحولات فرهنگی و به هم پیوستگی جوامع جهانی، نگاه و نیاز به آموزش عالی را دست‌خوش تحول و تغییر اساسی نموده است (فراستخواه و کبریایی، ۱۳۷۷). لذا در حال حاضر مهم‌ترین رسالت دانشگاه، تولید دانش بوده که بایستی مبتنی بر ایده‌های کاربردی و بدیع باشد. تمرکز نخبگان علمی در دانشگاه‌ها سبب گردیده تا شیوه نگرش جامعه به آن‌ها در خصوص توانمندی بالای آنان در مرتفع کردن مشکلات اجتماعی، نگرشی ایده‌ال باشد؛ چرا که دانشگاه در سطح بالا، تولید اطلاعات علمی و تخصص‌ها را به عهده دارد. بنابراین می‌توان گفت هر زمان که در دانشگاه‌ها، ایده‌های مثبت و مؤثر وجود داشته باشد، سمت و سوی حرکت جامعه رو به توسعه خواهد بود؛ زیرا که مثل سابق، دانشگاه‌ها در چند حوزه محدود فعالیتی ندارند؛ بلکه حوزه‌های متعدد علمی را پوشش می‌دهند. به عبارتی تا قبل از دهه ۱۹۶۰، دانشگاه‌ها بیشتر برنامه‌های خود را مصروف تولید و نشر علوم انسانی، هنر، علوم پایه، حقوق و پزشکی می‌نمودند (شاه ولی و آزادی، ۱۳۸۰)، اما در شرایط کنونی جهان، دانشگاه‌ها به جهت درخواست‌های جدید و متنوع، به دنبال تولید و گسترش آموزش‌های گوناگون در زمینه‌های مختلف از طریق ارائه ایده‌های با کیفیت هستند.

تحقق موارد مذکور در گرو آماده شدن بسترهای خاص در دانشگاه می‌باشد. یکی از بسترهای مهم و به عبارتی یکی از عوامل مهم در تولید ایده‌های با کیفیت، وجود کنش متقابل سالم اجتماعی در بین اساتید است. تعامل اجتماعی مرتبط با مقوله‌های متعددی است که از جمله آن می‌توان به شبکه‌های غیر رسمی، در سازمان‌ها اشاره داشت (اینکپن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸). روابط بین شخصی، فعالیت‌های احساسی بین افراد نیز در این مقوله جای دارند. منظور اینکه در مقوله کنش متقابل، اساتید می‌توانند با ارتباطاتی که با هم‌دیگر برقرار می‌کنند، چه به

---

۱- Inkpen

صورت رسمی و چه به صورت غیر رسمی، اطلاعات و ایده های خود را با هم‌دیگر مبادله نمایند. طبیعی است در چنین صورتی می توان امیدوار بود که کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی در سطح مطلوبی قرار گیرد. نتایج تحقیقات امارا و لاندری<sup>۱</sup> (۲۰۰۵، ۲۴۵)، شولز و هوگل<sup>۲</sup> (۲۰۰۸، ۱۷۴۴) نیز مؤید این مطلب است که تعاملات سازنده بین اعضای سازمانی که در تحقیق حاضر شامل اساتید دانشگاه می باشند، بر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی تأثیرگذارند.

با این تفاسیر، سوال اساسی این است که اولاً کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی در چه حدی بوده و ثانیاً کنش متقابل اجتماعی در بین اساتید در ابعاد ساختاری، رابطه ای و شناختی چه ارتباطی با کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی دارد؟ در این مقاله سعی شده است با مرور رویکردهای نظری و تجربی و آزمون رابطه بین متغیرهای مذکور، پاسخ علمی مناسب ارائه گردد.

#### مروری بر نتایج تحقیقات پیشین

در تحقیقی که نیوتو و سنتامری<sup>۳</sup> در خصوص اهمیت شبکه های همکاری در کیفیت تولید نوآوری از طریق مطالعات طولی در شرکت های صنعتی اسپانیا کار کرده اند، به این نتیجه رسیده اند که رقابت در سازمانها در جهان امروز حول محور کیفیت ایده های تولید شده می چرخد. عوامل مختلفی پشت سر کیفیت نوآوریها نهفته است که یکی از این موارد شبکه های همکاری است. نتایج تحقیق ایشان نشان داد که شبکه های همکاری در کیفیت بالای نوآوریها تأثیر مثبتی دارند (نیوتو و سنتامری، ۲۰۰۷: ۳۶۷).

نتایج تحقیقات امارا و لاندری (۲۰۰۵، ۲۴۵) در خصوص اطلاعات به عنوان تعیین کننده کیفیت نوآوری در شرکت های صنعتی که در کانادا صورت گرفته است، نشان می دهد که

۱ - Amara, and Landry

۲-Schulze and Hoegl

۳- Nietoa and Santamari

پدیدایی نوآوری در ارتباط با همکاری های شرکت های صنعتی با مراکز دانشگاهی است؛ چرا که مراکز دانشگاهی داری منابع اطلاعاتی و تحقیقاتی هستند که از این منظر می توانند بر کیفیت ایده های تولید شده بیفزایند.

در تحقیقی که شولز و هوگل با عنوان «دانش آفرینی و کیفیت تولید ایده ها» کار کرده اند به این نتیجه رسیده بودند که جامعه پذیری رابطه مثبتی با تولید ایده های با کیفیت دارد. آن‌ها معتقد بودند که در جهان امروز هیچ ایده نوی توسط یک نفر ایجاد نمی گردد، بلکه بایستی متخصصین زیادی با هم باشند تا نوآوری آن‌هم با کیفیت بالا به وقع بپیوندد. از جمله موارد مهم دیگر در یافته های آن‌ها این بود که تعاملات غیر رسمی و چهره به چهره، نقش کلیدی در تولید ایده های با کیفیت دارد؛ چرا که فهم بهتر موضوع در تعامل باهم و در طرح سوالات و پاسخ‌ها محقق می گردد، البته این هم زمانی است که هم‌گرایی فکری محقق گردد. هم‌گرایی فکری نیز زمانی اتفاق می افتد که طرفین اعتماد هم‌دیگر را جلب کرده باشند، همه موارد مذکور به نوعی زمانی اتفاق می افتند که بعد انگیزشی نیز در کار باشد (شولز و هوگل، ۲۰۰۸: ۱۷۴).

در پژوهش قلی زاده رضوان و همکاران وی با عنوان «نسبت میان فرآیند تبدیل دانش و فرهنگ سازمانی» (قلی زاده رضوان، شعبانی ورکی و مرتضوی، ۱۳۸۴)، در تحقیق زنجیره چسبی و ربانی با عنوان «رویکردی به دانش آفرینی» (زنجیره چسبی و ربانی، ۱۳۸۷) و در تحقیق خوارزمی با موضوع «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت» (خوارزمی، ۱۳۸۷) این نتایج عاید شده است که مسایل سازمانی در خصوص ایجاد نوآوری‌های علمی تأثیر گذارند. به صورت ضمنی می توان از نتایج تحقیق آن‌ها این موضوع را استنباط کرد که تعامل اجتماعی مطلوب بین اساتید دانشگاهی که جزء نرم افزار سازمانی محسوب می شوند، می تواند در ظهور و بروز ایده های با کیفیت دانشگاهی نقش اساسی را بازی نماید.

«بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در فعالیت های پژوهشی و تولید علم»، عنوان تحقیقی است که فعلی و همکاران وی، انجام داده اند. بخشی از نتایج حاصله نشان می دهد که تبادل علمی بین دانشجویان، در تولید علم تأثیر گذار است (فعلی و همکاران، ۱۳۸۵).

همچنین بر اساس بخشی از نتایج تحقیق رحیمی و فتاحی، با عنوان «بررسی میزان تأثیر عوامل مؤثر بر همکاری علمی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد»، اعتماد متقابل میان افراد بر همکاری علمی بین اعضای هیئت علمی اثرگذار است (رحیمی و فتاحی، ۱۳۸۸).

### مروری بر رویکردهای مفهومی و نظری

کنش متقابل اجتماعی اشاره به وضعیتی دارد که در آن تأثیر رفتارهای کنش گر بر رفتارهای دیگری قابل تشخیص است. بنابراین کنش متقابل اجتماعی در معنی دقیق تر، در برگرفته فرآیندی است که به وسیله آن، اعمال آشکار، قصدهای سنجیده افراد و تأثیر افراد بر دیگران پوشش داده می شود و بالعکس. در هر حال کنش متقابل، واحد اصلی تحلیل های جامعه شناختی است. به فرآیندهای کنش متقابل، اندیشمندان متعددی پرداخته اند؛ به عبارتی هومنز<sup>۱</sup> (۱۹۶۱) با طرح تبادل و مبادله<sup>۲</sup>، گارفینگل<sup>۳</sup> (۱۹۶۷) با طرح روش شناسی مردم نگارانه، بلومر<sup>۴</sup> (۱۹۶۹) با طرح تعامل نمادین<sup>۵</sup>، گافمن<sup>۶</sup> (۱۹۵۹) با طرح تئوری نمایشی<sup>۷</sup> و کولینز<sup>۸</sup> (۱۹۸۶) با پرداخت به تعامل گرایی، توجه به کنش متقابل اجتماعی را در زمره اولویت های نظریه ای خود قرار داده اند (تورنر<sup>۹</sup>، ۱۹۸۸). آنچه که در کنش متقابل اجتماعی بیشتر نمود دارد، انتقال اطلاعات، رسیدن به فهم مشترک از یک موضوع، دریافت بازخورد، ایجاد شبکه روابط اجتماعی، ارزیابی رفتار خودی و مقایسه آن با رفتار دیگران و مواردی جز آن است. بنابراین بر اساس آنچه که گفته شد می توان چنین استنباط را داشت که کنش متقابل

۱- Homans

۲ - exchange

۳- Garfinkel

۴- Blumer

۵- symbolic interaction

۶- Goffman

۷- dramaturgy

۸- Collins

۹- Turner

سه بعد اصلی دارد، این سه بعد عبارتند از بعد ساختاری<sup>۱</sup>، بعد شناختی<sup>۲</sup> و بعد رابطه ای<sup>۳</sup> (چوآ، ۲۰۰۲).

### بعد ساختاری

بعد ساختاری مرتبط با ویژگی های نظام اجتماعی است و به شکل بندی غیر شخصی ارتباط بین مردم و واحدها اشاره دارد. بعد ساختاری به ایجاد دانش از طریق امکان پذیر ساختن دسترسی به دانش تاکید دارد. برای مثال وقتی که اعضای سازمانی به طرق فیزیکی (گروه های کاری، جلسات طوفان ذهنی و مواردی جز آن) به هم متصل می شوند و یا از طریق وسایل الکترونیکی (ایمیل، بحث های آنلاین) با هم دیگر ارتباط پیدا می کنند، این فرصت را پیدا می کنند که به دانش و اطلاعات خود بیفزایند. ما حاصل این کار می تواند در ایجاد دانش نمود پیدا کند.

در بین صور معنی دار بعد ساختاری، بود یا نبود گروه های اجتماعی و شکل بندی های شبکه ای در ایجاد الگوهای ارتباطی تأثیر دارند. گروه های اجتماعی، دسترسی به منابع و آماده کردن منابع ارزشمند و اطلاعات سودمند را امکان پذیر می سازند. کلمن<sup>۴</sup> (۱۹۹۸) مطرح کرده است که اطلاعات در آماده سازی پایه ای کنش ضروری است، اما این امر بعضی مواقع هزینه بردار است. با وجود این، روابط اجتماعی اغلب برای مقاصد دیگر نیز ایجاد می شوند، مثلاً کانال هایی را برای کاهش زمان و سرمایه گذاری به منظور جمع آوری اطلاعات و دانش تشکیل می دهند (چوآ، ۲۰۰۲). بنابراین، منظور از ساختار بندی یا سازماندهی، طرح این واقعیت است که کنش متقابل در طول زمان و همچنین در فضاهای طبیعی تکرار می گردد. فرآیند های ساختار بندی بدون پویایی شناسی فرآیندهای انگیزشی و تعاملی مقدور نیست؛ یعنی

۱- Structural

۲- Cognitive

۳- Relational

۴- Chua

۵- Coleman

ساختار بندی در ارتباط با دو مورد اخیر است. زمانی که ما نیاز داریم به آگاهی از اینکه چگونه و چرا تعاملات اجتماعی مطرح می شوند، ضروری است فرآیندهای انگیزشی، تعاملی و ساختاری را در ارتباط با هم دیگر ببینیم. مراد اینکه، مردم چگونه نشانه های رفتاری از خود نشان داده و تفسیر می کنند، به مقوله های انگیزشی آنها ارتباط دارد. از طرف دیگر انگیزش تحت تأثیر آرایه های ساختاری نیز هست بنابراین ساختار تعامل تحت تأثیر نیمرخ های انگیزشی افراد و تأثیرات نشانه های رفتاری و نوع تفسیرهایشان است (تورنر، ۱۹۸۸). در شکل شماره ۱، تأثیرات علی موارد مذکور به وضوح آمده است.

### بعد رابطه ای

بعد رابطه ای نوعی از روابط شخصی افرادی را توصیف می کند که سابقه تعامل با هم داشته اند. در این مقوله، بر روابط ویژه ای که مردم دارند، مانند احترام، دوستی و پیوند بین آنها تمرکز می شود. در اینجا سه مفهوم کلیدی در ارتباط با بعد رابطه ای مطرح است: سطح توجه<sup>۱</sup>، هنجارهای همکاری در بین اعضای سازمانی<sup>۲</sup> و حس شناخته شدن به عنوان یک گروه.

مراد از توجه در روابط سازمانی، توجه به اعتماد متقابل، یکدلی، دسترسی به کمک و رعایت انصاف در قضاوت هاست؛ چرا که توجه، به اعتماد منجر می گردد. مک الیستر<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) اعتماد را از منظر شناختی و عاطفی تمیز داده است. اعتماد شناختی بر قابل اتکا بودن و وابستگی متقابل دوستانه تمرکز دارد. اعتماد عاطفی بر باورهایی در مورد فرآیندهای کمتر محسوس دوجانبه و بین شخصی اشاره دارد. یکدلی در ارتباط با قرار دادن خود به جای شخص دیگری است. بر این اساس، یک شخص نیازهای دیگران را درک می کند. دیگر اینکه، توجه در مفهوم اشتیاق برای کمک تلقی می شود. آرایه کمک، بیان آشکار توجه به شخص

۱- Level of Care

۲- Co operations among Organization members-

۳- McAllister

دیگری است. نهایتاً توجه، منجر به ملایمت و رعایت انصاف در قضاوت می گردد. قضاوت منصفانه باعث می شود که شخص در انجام یک کار جدید، خطا را به عنوان بخشی از رشد شخصی اش قلمداد کند؛ در حالی که قضاوت غیرمنصفانه باعث خودداری فرد از انجام آزمایشات بیشتر جهت رشد شخصی اش می گردد.

دومین نکته کلیدی در بعد رابطه ای، هنجارهای همکاری است. کلمن (۱۹۹۰) مطرح کرده است که یک هنجار زمانی وجود دارد که از لحاظ اجتماعی حق کنترل یک کنش در اختیار کنش گر یا کنش گران دیگری باشد، نه صرفاً در اختیار خودش. این امر بیانگر انسجام در نظام اجتماعی است. هنجارهای همکاری می توانند به عنوان پایه های قوی برای شکل گیری دانش لحاظ گردند؛ چرا که هنجارها بر فرآیندهای اجتماعی از طریق دسترسی آسان افراد برای تبادل دانش و ایجاد انگیزه تأثیر دارند. حتی بر این اساس، استرابوک<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) نیز مطرح کرده است که هنجارهای اجتماعی نظیر باز بودن و کارگروهی به عنوان متغیرهای کلیدی شرکت های دانش محور بوده است. او به جای رقابت، بر همکاری تأکید دارد (به خاطر آشکار سازی اطلاعات و ایجاد وفاداری سازمانی). سایر هنجارهای تعامل که در دانش آفرینی مفید واقع می گردند، باز بودن به انتقاد و تحمل شکست است (لئونارد- بارتون<sup>۲</sup>، ۱۹۹۵).

سومین صورت بعد رابطه ای، مرتبط با احساس هویت<sup>۳</sup> است. احساس هویت اشاره به این دارد که افراد خودشان را از یک گروه و مردم بدانند. کرامر<sup>۴</sup>، معتقد است که احساس هویت در یک گروه باعث افزایش توجه به فرآیندهای جمعی و پیامدهای آن می شود و همچنین فرصتی برای تسهیم ایده ها فراهم می آورد. هویت، از طریق تعامل ایجاد شده و بر انگیزه ایجاد دانش تأثیر می گذارد. نتایج تحقیقات لویسکی و بونکر<sup>۵</sup> (۱۹۹۶) موارد مذکور را تایید

۱- Starbuck

۲- Leonard-Barton

۳- Sense of Identification

۴- Kramer

۵- Lewicki and Bunker



کرده است. در نتیجه تحقیقات این دو مشخص گردید که هویت گروهی نه تنها باعث افزایش فرصت های تعامل، بلکه باعث افزایش فراوانی همکاری ها می گردد؛ در غیر این صورت، تشریح ایده ها و اطلاعات، یادگیری و خلق دانش، تا حد زیادی با مشکلات عدیده ای روبه رو خواهد شد.

### بعد شناختی

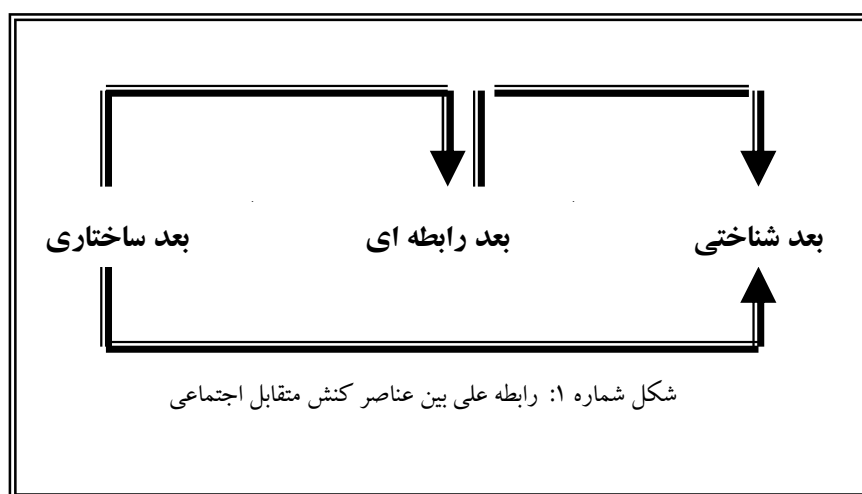
سومین بعد مطرح شده در کنش متقابل اعضای سازمانی، بعد شناختی است. بعد شناختی در ارتباط با اظهارات، تفسیرها و نظام معنایی مشترک در بین گروه های اجتماعی است. صورت اصلی این بعد در زبان مشترک، رمزها و روایت های مشترک است (چوآ، ۲۰۰۲: ۳۷۸).

زبان مشترک بر تسهیم، توسعه و ایجاد دانش از طریق سه روش تأثیر می گذارد: نخست اینکه، زبان کارکرد اصلی و مهم در روابط اجتماعی دارد؛ چرا که از طریق آن مردم به بحث و تبادل اطلاعات می پردازند و همچنین سوالات خود را می پرسند و برای آن پاسخ می گیرند. بنابراین افرادی که زبان مشترکی دارند، از توانایی بالایی برای دسترسی به اطلاعات دیگران برخوردارند. عکس آن اینکه افرادی که جدای از این امر هستند، به آسانی نمی توانند به اطلاعات هم دیگر دسترسی پیدا نمایند.

دوم اینکه، زبان بر ادراک ما تأثیر دارد. رمزها یا همان کدها، داده های حساس را در داخل مقوله های ادراکی طبقه بندی کرده و چهارچوبی مرجع برای مشاهده و تفسیر محیط آماده می نمایند. زبان مشترک، دستگاه مشترک مفهومی را برای ارزیابی و فواید دانش ایجاد شده مهیا می سازد.

سوم اینکه، زبان مشترک، گنجایی تسهیم، انتقال و ترکیب دانش را ممکن می سازد. با این حال، به منظور توسعه چنین مفاهیمی و همچنین به منظور ترکیب اطلاعات حاصل آمده از طریق تبادل اجتماعی، افراد مختلف بایستی دانش خود را روی هم بگذارند.

فراتر از وجود زبان مشترک و رمزها، محققین معتقدند مفاهیمی چون روایت های مشترک نظیر اسطوره ها<sup>۱</sup> و داستان ها نیز وسیله نیرومندی در اجتماعات برای ایجاد، تبادل، نگهداشت مجموعه ای از معانی ایجاد می کنند؛ چیزی که شاید انسان شناسان به این مفاهیم بیشتر از بقیه توجه داشته اند (کلارک<sup>۲</sup>، ۱۹۷۲).



با در نظر گرفتن ابعاد کنش متقابل اجتماعی انتظار می رود که در صورت تحقق آن در جامعه دانشگاهی، ایده های با کیفیتی تولید شود. اما قبل از آن بایستی به این مساله توجه گردد که برای تولید علم با کیفیت، داشتن ایده علمی ضروری است (کبرگ و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳) و شاید به همین خاطر است که ایده تولید جدید یکی از موضوعاتی است که ذهن بسیاری از اندیشمندان از جمله علمای مدیریت را به خود مشغول کرده است (پوپادیوک و چوو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶). کیفیت ایده های تولید شده جدید، مرتبط با خلاقیت، برخورداری از عناصر جدید و

۱- Myth

۲- Klark

۳- Koberg et al

۴- Popadiuk and Choo

با ارزش می باشد؛ منظور اینکه ایده تولید شده جدید به لحاظ کیفیت از ایده های قبلی موجود به طرز معناداری متمایز باشد (کبرگ و دیگران، ۲۰۰۳) بنابراین با توجه به اینکه دانشگاه ها به عنوان یکی از سازمان های دانش محور شناخته می شوند، ضروری است که در تولید ایده های با کیفیت با در نظر گرفتن زمان، پیشگام باشند تا از ماحصل نتایج آن مشکلات اجتماعی به طور قابل قبولی کاهش یابد.

مروری بر رویکردهای نظری و تجربی نشان می دهد که در جامعه دانشگاهی بدون وجود همکاری های متقابل، تعاملات سازنده، اعتماد متقابل، مدارای اجتماعی و مواردی مانند آن نمی توان ایده ای با کیفیت و کاربردی را شاهد بود؛ چرا که در جهانی که تخصص ها ریز تر شده است، تنها با تعامل است که می توان با صرفه جویی در زمان و هزینه، به اطلاعات و دانش های جدیدی دست یافت.

#### فرضیه های تحقیق

**فرضیه اصلی:** بین تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد.

#### فرضیه های اختصاصی

بین بعد ساختاری تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد.

بین بعد رابطه ای تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد.

بین بعد شناختی تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد.

## روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش بر اساس هدف تحقیق، از نوع کاربردی است. منظور اینکه از این حیث، هدف، توسعه دانش کاربردی در ارتباط با کنش متقابل و رابطه آن با کیفیت ایده های تولید شده می باشد. بر اساس نحوه گردآوری داده ها، روش تحقیق، پیمایشی است: به این معنی که توزیع ویژگی های جامعه آماری مد نظر بوده و هدف تبیین وضعیت موجود و شناسایی رابطه بین رویدادها بوده است. از ویژگی های عمده این روش می توان به مدل سازی، ترسیم مدل های علی، قابلیت تعمیم پذیری یافته ها، روابط و شدت رابطه بین متغیرها و جهت همبستگی بین آنها اشاره داشت. در این راستا، مدل معادلات ساختاری جهت ترسیم معنی داری اثرات علی متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته مد نظر قرار گرفته است.

جامعه آماری پژوهش حاضر در برگزیده اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان به تعداد ۴۷۶ (در سال ۱۳۸۷) نفر بوده که از این تعداد، ۱۴۲ نفر به صورت نمونه گیری تصادفی و بر اساس فرمول کوکران انتخاب شده اند.

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2} = \frac{476 \times 1.96^2 \times .13}{[(476 \times .05^2) + (1.96^2 \times .13)]} \approx 141$$

داده های مورد نیاز از طریق پرسش گران و مصاحبه گران آموزش دیده با مراجعه مستقیم به نمونه های انتخابی، جمع آوری گردیده و برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های تک متغیره (توصیفی)، دو متغیره (پیرسون) و چند متغیره (رگرسیون و تحلیل مسیر) استفاده شده است (با کاربرد نرم افزار SPSS و LISREL).

## تعریف عملیاتی متغیرها

برای سنجش سازه کیفیت ایده جدید تولید شده، از معرف های «مناسب بودن ایده های تولید شده برای جویندگان علم، ملموس و عینی بودن کارهای علمی در پیش همکاران هیئت

علمی، سازماندهی مطلوب کارهای علمی برای سایر اساتید، جدید بودن ایده های تولید شده برای جامعه دانشگاهی، مرتبط بودن ایده های تولید شده با نیازهای جامعه دانشگاهی» (شولز و هوگل، ۲۰۰۸: ۱۷۴۹) استفاده شده است.

برای سنجش بعد ساختاری تعامل اجتماعی، از معرف هایی مانند «میزان اعتماد علمی به همکاران، میزان بحث با اساتید گروه خودی در مورد آخرین تغییرات در حوزه کاری، میزان بحث های علمی به صورت آنلاین و میزان کسب اطلاع اساتید از دانسته های هم دیگر» (چوآ، ۲۰۰۲: ۳۷۶) استفاده شده است.

برای سنجش بعد رابطه ای تعامل اجتماعی از معرف هایی چون «میزان کمک علمی به همکاران در صورت نیاز، کمک داوطلبانه به توسعه علم و دانش، میزان کار تیمی بین اساتید، پذیرش سلیق هم دیگر، پذیرش انتقاد و میزان احساس همدلی» (چوآ، ۲۰۰۲: ۳۷۷-۳۷۶) بهره گرفته شده است.

برای سنجش بعد شناختی تعامل اجتماعی، معرف هایی چون «میزان اظهارات مشترک علمی، زبان مشترک علمی و تفسیرهای های مشترک در زمینه های علمی اساتید با هم دیگر» (چوآ، ۲۰۰۲: ۳۷۷-۳۷۸) مد نظر بوده است.

لازم به توضیح است که کلیه معرف های یاد شده برای متغیرهای مستقل و وابسته در قالب گویه های در سطح سنجش رتبه ای طرح شده بودند. کدهای اختصاص داده شده از یک (هرگز) تا پنج (همیشه) بوده و نمرات کلیه گویه های مرتبط با هریک از سازه ها برای به دست آوردن شاخص مربوطه جمع گردیده اند. بعد از انجام این عملیات سطح سنجش از سطح رتبه ای به سطح فاصله ای ارتقا یافته است.

#### ابزار اندازه گیری و سنجش اعتبار و پایایی

برای سنجش ابعاد کنش متقابل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی از ابزار اندازه گیری، پرس و جوی شفاهی (پرسش نامه) استفاده شده است. همچنین در این بررسی، به

جهت اینکه متغیرهای مستقل و وابسته در سطح سنجش رتبه ای بوده اند، طیف لیکرت مد نظر قرار گرفته است.

برای بررسی اعتبار وسیله اندازه گیری، پرسش نامه مقدماتی، ابتدا به همکاران هیئت علمی، ارجاع گردید و در نهایت، اعتبار محتوایی وسیله اندازه گیری با حذف و اصلاح تعدادی از گویه ها، حاصل گردید. برای بررسی پایایی گویه های مرتبط با ابعاد کنش متقابل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. مقدار ضرایب حاصله، نشان از پایداری درونی بالای بین گویه ها داشته است (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱- ضریب آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی

سازه	شاخص	تعداد گویه	ضریب پایایی هر بعد	ضریب پایایی کل
تعامل اجتماعی	ساختاری	۵	۰/۷۶۲	۰/۸۷۹
	رابطه ای	۶	۰/۷۷۰	
	شناختی	۳	۰/۸۰۷	
کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی		۸	۰/۷۵۷	

## تحلیل داده‌ها

### نتایج توصیفی

#### توصیف عمومی پاسخ‌گویان

از بین اساتید مورد مطالعه، ۷۹/۶٪ را مردان و ۲۰/۴٪ را زنان تشکیل داده اند. ۷۹/۶٪ اساتید مورد بررسی دارای مدرک دکترای تخصصی و ۱۴/۱٪ آنان دارای مدرک فوق لیسانس بوده و ۶/۳٪ نیز از ذکر مدرک تحصیلی خودداری کرده بوده اند. همچنین در بررسی رتبه

۱- Cronbach's Alpha

علمی اساتید مورد مطالعه، ۲۱/۱٪ مربی، ۵۷٪ استادیار، ۱۲/۷٪ دانشیار، ۴/۲٪ استاد تمام بوده و ۴/۹٪ بدون جواب بوده است. وضعیت استخدامی ۱۹/۷٪ اساتید مورد مورد مطالعه پیمانی، ۹/۹٪ رسمی آزمایشی، ۵۰/۷٪ رسمی قطعی بوده و بقیه پاسخی به این سؤال ابراز نداشته اند. سایر نتایج اینکه ۸۷/۳٪ افراد نمونه متاهل، ۱۰/۸٪ مجرد بوده و ۲/۱٪ نیز از ذکر وضعیت تاهل خودداری کرده بودند. میانگین سابقه کاری اساتید مورد بررسی در حدود ۱۲ سال و میانگین ساعات تدریس آنان در هفته، ۱۲/۵ ساعت بوده است.

### کنش متقابل اجتماعی

۵۰٪ اساتید اعلام داشته اند که هر از چندگاهی با اساتید گروه خودشان در مورد آخرین تغییرات در حوزه مباحث علمی بحث می نمایند.

بیشتر اساتید معتقد بودند که کمتر با همکاران گروه خودشان (۸/۴٪)، پیرامون مسائل علمی بحث می نمایند. همچنین میزان بحث های علمی اساتید به صورت آنلاین (۷٪) و میزان کسب اطلاعات از دانسته های هم‌دیگر (۲/۱٪) در سطح نازلی قرار داشته است. در مجموع با توجه به آماره های پراکندگی (چوله به راست بودن توزیع) این نتیجه عاید می گردد که بعد ساختاری کنش متقابل اجتماعی در بین اساتید در حد متوسط به پایین ارزیابی شده است (جداول شماره ۲ و ۳).

مقوله های کمک به همکاران در صورت نیاز (۱۷/۶٪)، میزان احساس یکدلی در بین اساتید (۶/۳٪)، در اختیار هم قرار دادن ایده های علمی (۵/۶٪)، کار تیمی (۴/۹٪) و انتقاد پذیری (۲/۸٪) در بین اساتید، در حد مطلوبی نبوده است. با در نظر گرفتن آماره های پراکندگی (چوله به راست بودن توزیع) این نتیجه حاصل می گردد که بعد رابطه ای کنش متقابل اجتماعی در حد نسبتاً پایینی ارزیابی شده است (جداول شماره ۲ و ۳).

در کل بعد شناختی کنش متقابل اجتماعی با در نظر گرفتن میزان دارا بودن اظهارات مشترک علمی (۳/۵٪)، زبان مشترک (۴/۲٪) و تفسیرهای مشترک با همکاران (۲/۸٪) و آماره های پراکندگی (چوله به راست بودن توزیع) در حد مطلوبی نبوده است (جداول شماره ۲ و ۳).

با جمع بندی سه بعد ساختاری، رابطه ای و شناختی این نتیجه عاید می گردد که کنش متقابل اجتماعی بین اساتید در حد متوسط به پایین بوده است (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۲: درصد توزیع فراوانی گویه های مرتبط با کنش متقابل اجتماعی

کنش متقابل اجتماعی	فراوانی	نسبت فراوانی	گویه	نسبت زیاد	همیشه	خی پاسخ	تبع کار
ساختاری	تا چه حدی با اساتید گروه خودتان در مورد آخرین تغییرات در حوزه مباحث علمی، بحث می کنید؟	۱/۴	۱۹/۷	۵۰/۷	۲۳/۲	۴/۲	-
	میزان بحث با اساتید گروه خودتان پیرامون مباحث علمی؟	۷/۷	۳۲/۴	۳۸/۸	۱۷/۶	۷/۷	۰/۷
	میزان بحث های علمی به صورت آنلاین؟	۳۴/۵	۳۷/۳	۲۰/۴	۵/۶	۱/۴	۰/۷
	میزان کسب اطلاع از دانسته های هم دیگر؟	۷/۷	۲۸/۹	۴۵/۱	۱۶/۲	۱/۴	۰/۷
	به چه میزان شما به همکارانتان اعتماد دارید؟	۱۳/۴	۳۸/۷	۳۹/۴	۷	-	۱/۴
رابطه ای	تا چه حدی شما به هنگام نیاز همکارانتان، به آنان کمک کرده اید؟	-	۲/۱	۳۷/۳	۴۳	۱۶/۹	۰/۷
	به چه میزان ایده های شما و همکارانتان به صورت آزادانه در اختیار متولیان توسعه علم و دانش قرار می گیرد؟	۴/۹	۳۱/۷	۳۷/۳	۲۰/۴	۴/۹	۰/۷
	میزان کار تیمی بین شما و همکارانتان؟	۴/۹	۴۰/۱	۲۶/۱	۲۳/۹	۴/۲	۰/۷
	میزان ارزشمند بودن گوناگونی و تنوع سلیقه ها بین شما و همکارانتان؟	۲/۱	۱۴/۱	۴۷/۲	۳۲/۴	۳/۵	۰/۷
	میزان مشروع و موجه بودن مقوله انتقاد پذیری بین شما و همکارانتان؟	۰/۷	۲۲/۵	۴۶/۵	۲۷/۵	۲/۱	۰/۷
شناختی	میزان احساس یكدلی بین شما و همکارانتان؟	۴/۲	۱۲	۳۳/۱	۴۴/۴	۵/۶	۰/۷
	میزان دارا بودن اظهارات مشترک علمی با همکارانتان؟	-	۱۱/۳	۵۳/۵	۳۱/۷	۲/۸	۰/۷
	میزان دارا بودن زبان مشترک علمی با همکارانتان؟	-	۱۳/۴	۳۵/۶	۴۶/۵	۳/۵	۰/۷
	میزان دارا بودن تفسیرهای های مشترک در زمینه های علمی با همکارانتان؟	۰/۷	۵/۶	۵۵/۶	۳۵/۲	۲/۱	۰/۷



جدول شماره ۳: آماره های پراکنندگی ابعاد کنش متقابل اجتماعی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	چولگی	ماکزیمم	می نیمم	دامنه تغییرات	تعداد
بعد ساختاری	۱۴/۱۲	۳/۲۴	۰/۱	۲۵	۶	۱۹	۱۴۲
بعد رابطه ای	۱۹/۱۰	۳/۵۷	۰/۰۹	۳۰	۱۱	۱۹	۱۴۲
بعد شناختی	۹/۹۹	۱/۷۹	۰/۰۱	۱۵	۶	۹	۱۴۲
کنش متقابل اجتماعی	۴۳/۲۵	۷/۵۴	۰/۱	۷۰	۲۸	۴۲	۱۴۲

### کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی

برای سنجش میزان کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، ۸ گویه طرح شده بود. ۵۷/۷٪ اساتید معتقد بودند که کارهای علمی شان از سازماندهی مطلوبی برخوردار است. ۴۴/۵٪ اساتید معتقد بودند که کارهای علمی آنها در حد متوسطی، عینی و ملموس بوده و در حد بالایی، تازگی ندارد. ۳۹/۷٪ اساتید عنوان داشته اند که خروجی های علمی شان هر از چندگاهی معقول به نظر رسیده و در حد بالایی مرتبط با نیازهای جامعه علمی نیست و سایر نتایج که در جدول شماره ۴ آمده است. با جمع بندی گویه های مرتبط با متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی این نتیجه عاید می گردد که بیشتر اساتید در تولید ایده های جدید و بدیع کمتر از میانگین نمره گرفته اند (چوله به راست بودن توزیع)؛ یعنی توجه چندانی از سوی اساتید به مقوله بدیع بودن و جدید بودن ایده ها مبذول نشده است (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۴: درصد توزیع فراوانی گویه های مرتبط با متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی

ردیف	تاریخ پاسخ	همیشه	نسبتاً زیاد	گاه گاهی	تندرتن	هرگز	کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی
۱۰۰	۰/۷	۱/۲	۶/۲۹	۵۱/۴	۹/۹	۶/۳	به چه میزان ایده هایی که مطرح کرده اید، برای جویندگان علم مناسب است؟
۱۰۰	۰/۷	۲/۸	۳/۴۲	۴۳/۷	۱۰/۶	-	به چه میزان کارهای علمی تان برای همکارانتان عینی و ملموس است؟
۱۰۰	۱/۴	۶/۳	۴/۵۱	۳۶/۶	۴/۲	-	به چه میزان کارهای علمی تان، از سازماندهی خوبی برخوردار است؟
۱۰۰	۰/۷	۶/۳	۶/۳۴	۴۸/۶	۹/۲	۰/۷	به چه میزان نشست های علمی با همکاران و ...، فهم شما را از موضوع مورد مطالعه تقویت کرده است؟
۱۰۰	۰/۷	۴/۲	۵/۳۵	۳۸/۷	۲/۱	۰/۷	تا چه حد، خروجی کارهای علمی تان معقول به نظر می رسد؟
۱۰۰	۰/۷	۲/۸	۳/۴۲	۴۹/۳	۴/۹	-	تا چه حد، ایده های تولید شده برای جامعه دانشگاهی تازگی دارد؟
۱۰۰	۰/۷	۲/۱	۴/۴۴	۴۰/۸	۱۱/۳	۰/۷	تا چه حد، ایده های تولید شده مرتبط با نیازهای جامعه علمی است؟
۱۰۰	۰/۷	۲/۱	۲/۳۵	۵۱/۴	۹/۹	۰/۷	به چه میزان ایده هایی که بتواند تازگی داشته باشد، طرح کرده اید؟
آماره های پراکندگی متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی							
متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	ماکزیمم	می نیمم	دامنه تغییرات	تعداد
کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی	۲۷/۱۲	۳/۵۰	۰/۳	۴۰	۱۹	۲۱	۱۴۲

### نتایج استنباطی

#### نتایج استنباطی دو متغیره

در این قسمت برای بررسی میزان همبستگی ابعاد کنش متقابل اجتماعی با متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، از آزمون I پیرسون استفاده گردید. نتایج نشان داد که بعد ساختاری، رابطه ای و شناختی با متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی همبستگی مثبت و معنی داری داشته؛ به طوری که در این میان همبستگی بین بعد رابطه ای با کیفیت ایده های

تولید شده دانشگاهی بیشتر از همبستگی بین بعد شناختی و همبستگی بعد شناختی بیشتر از همبستگی بعد ساختاری با کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی بوده است (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵: آزمون همبستگی بین متغیرها

متغیرها	آماره همبستگی پیرسون
بعد ساختاری - کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی	۰/۲۸۱*
بعد رابطه ای - کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی	۰/۴۵۲*
بعد شناختی - کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی	۰/۴۴۹*
کنش متقابل اجتماعی - کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی	۰/۴۴۸*
*: همبستگی در سطح معنی داری ۰/۰۱	تعداد: ۱۴۲

#### نتایج تحلیل های استنباطی چند متغیره

هدف از انجام تحلیل رگرسیونی، تعیین تأثیر متغیرهای مورد استفاده تحقیق در تبیین تغییرات متغیر وابسته (کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی) است. بر اساس نتایج حاصله، می توان گفت: در مجموع از بین ابعاد کنش متقابل اجتماعی، تنها متغیر بعد ساختاری بر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی تأثیر معنی داری نداشته است، بقیه ابعاد، یعنی بعد رابطه ای و شناختی کنش متقابل اجتماعی بر متغیر وابسته تأثیر معنی داری داشته و در این میان، تأثیر بعد رابطه ای بیشتر از بعد شناختی بوده است. مقدار ضریب تبیین تصحیح شده نشان می دهد که تقریباً، ۲۳٪ تغییرات متغیر وابسته یعنی کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، توسط متغیرهای وارد بر مدل رگرسیونی مورد تبیین واقع گردیده است (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶: آماره های تحلیل رگرسیون چند متغیره کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی

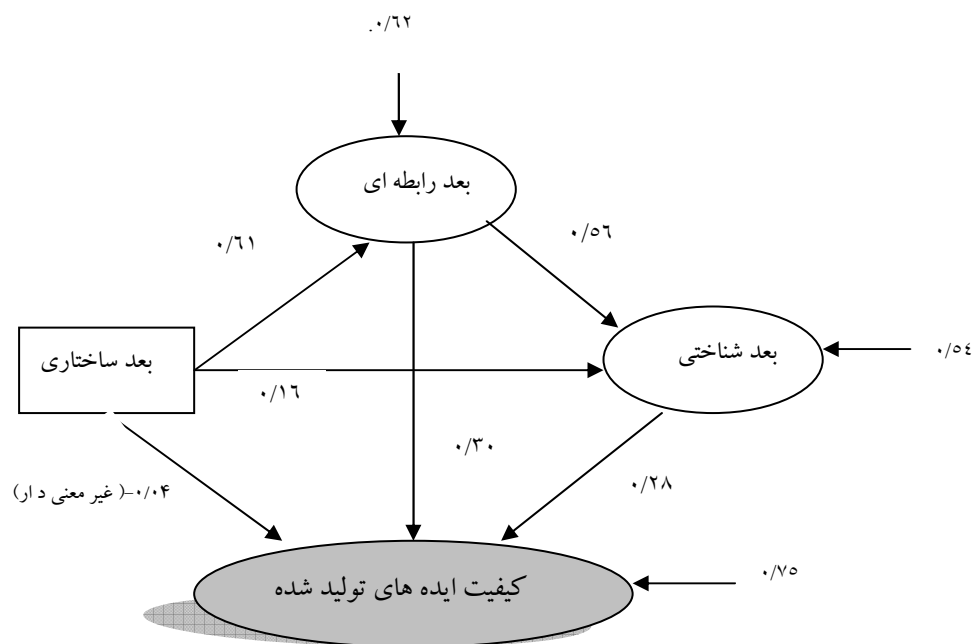
متغیر	بتا	t	Sig	آنالیز واریانس	
				سطح معنی داری	F کمیت
بعد ساختاری	-/۰۳۹	-/۳۹۴	۰/۶	۰/۰۰۰	۱۳/۸۱۷
بعد رابطه ای	/۲۹۴	۲/۵۹۱	۰/۰۱		
بعد شناختی	/۲۷۴	۲/۶۲۶	۰/۰۱		
ضریب همبستگی چندگانه				۰/۴۹۵	
ضریب تبیین اصلاح شده				۰/۲۲۷	
اشتباه معیار برآورد				۲/۹۸	
دوربین واتسون				۱/۷۸	

تحلیل مسیر<sup>۱</sup> متغیر وابسته کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی بر اساس متغیرهای مستقل.

در این بخش دو منظور مد نظر است:

الف) برآورد میزان تأثیر پذیری مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی به عنوان متغیر وابسته اصلی از متغیر های مستقل ابعاد کنش متقابل اجتماعی (ساختاری، رابطه ای و شناختی).

برای رسیدن به هدف مذکور از تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده و به همین منظور شکل ساختاری شماره ۲، مورد آزمون واقع شده است.



شکل ساختاری شماره ۲: بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته

بر اساس شاخص های نیکویی برازش ( $RMSEA=0$  و  $P=1$ ،  $X^2=0$ )، مدل آزمون شده، مورد تایید قرار گرفته است. بنابراین، بعد از تایید مدل، می توان نتایج تحلیل مسیر صورت پذیرفته را به شرح زیر عنوان داشت:

اثر مستقیم متغیر بعد ساختاری کنش متقابل اجتماعی بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی معنی دار نبوده است. اما این متغیر توانسته است از طریق متغیرهای بعد رابطه ای و شناختی، ۳۲٪ و در کل ۲۸٪ بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی تأثیر معنی داری داشته باشد.

اثر مستقیم متغیر بعد رابطه ای کنش متقابل اجتماعی بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی معنی دار و به میزان ۳۰٪ بوده است. همچنین، متغیر مذکور توانسته است از طریق متغیر بعد شناختی، به میزان ۱۶٪ و در مجموع ۴۶٪ بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی تأثیر معنی داری داشته باشد.

اثر مستقیم متغیر بعد شناختی کنش متقابل اجتماعی بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی معنی دار و به میزان ۲۸٪ بوده است.

در مجموع، نتایج نشان می دهد که از بین ابعاد کنش متقابل اجتماعی، تأثیر بعد رابطه ای بر متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، بیش از سایر متغیرها (بعد ساختاری و شناختی) بوده است. همچنین کلیه متغیرهای مستقل مورد استفاده توانسته اند ۲۵٪ تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷: تحلیل میزان تأثیرپذیری متغیر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی از متغیرهای مستقل

(ابعاد کنش متقابل اجتماعی)

اثرات تحلیل نشده	اثرات تحلیل شده	اثر کل	نوع اثر		متغیرهای مستقل
			اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	
۰/۷۵	۰/۲۵	۰/۲۸	۰/۳۲	-/۰۴	ساختاری
		۰/۴۶	۰/۱۶	۰/۳۰	رابطه ای
		۰/۲۸	-	۰/۲۸	شناختی

ب) برآورد میزان تأثیر پذیری مستقیم، غیر مستقیم و کل بعد رابطه ای و شناختی کنش متقابل اجتماعی از متغیر بعد ساختاری کنش متقابل اجتماعی.

در این بخش مثل بخش قبلی از تکنیک تحلیل مسیر استفاده گردید، نتایج نشان داد: تأثیر متغیر «بعد ساختاری» بر متغیر «بعد رابطه ای» معنی دار و به میزان ۰/۶۱ بوده که این متغیر به تنهایی توانسته است ۳۸٪ تغییرات مرتبط با متغیر وابسته فرعی (بعد رابطه ای) را تبیین نماید (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸: تحلیل میزان تأثیر پذیری متغیر بعد رابطه ای کنش متقابل اجتماعی از متغیر بعد ساختاری

متغیرهای مستقل	نوع اثر		اثر کل	اثرات تحلیل شده	اثرات تحلیل نشده
	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم			
ساختاری	۰/۶۱	-	۰/۶۱	۰/۳۸	۰/۶۲

تأثیر متغیر «بعد ساختاری» بر متغیر «بعد شناختی» معنی دار و به میزان ۰/۱۶ بوده که این متغیر از طریق متغیر بعد رابطه ای توانسته است ۳۵٪ و در مجموع ۵۱٪ بر متغیر وابسته فرعی (بعد شناختی) تأثیر معنی داری داشته باشد.

میزان اثرات تحلیل شده نشان می دهد که متغیرهای بعد ساختاری و رابطه ای توانسته اند ۴۶٪ تغییرات متغیر وابسته فرعی (بعد شناختی) را تبیین نمایند.

تأثیر متغیر بعد رابطه ای بر بعد شناختی معنی دار و به میزان ۵۶٪ بوده است. نتیجه چشم گیر اینکه تأثیر متغیر بعد رابطه ای به تنهایی بر بعد شناختی بیشتر از تأثیر بعد ساختاری بوده است (جدول شماره ۹).

جدول شماره ۹: تحلیل میزان تأثیر پذیری متغیر بعد شناختی از متغیرهای مستقل (ساختاری و رابطه ای)

متغیرهای مستقل	نوع اثر		اثر کل	اثرات تحلیل شده	اثرات تحلیل نشده
	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم			
ساختاری	۰/۱۶	۰/۳۵	۰/۵۱	۰/۴۶	۰/۵۴
رابطه ای	۰/۵۶	-	۰/۵۶		

## بحث و نتیجه گیری

آنچه در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته، تعامل اجتماعی اساتید دانشگاهی و تأثیر آن بر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی است. نقش دانشگاه‌ها در آفرینش و مدیریت تحولات اجتماعی و اقتصادی بسیار حیاتی است. تغییرات ساختاری در درخواست‌های جامعه دانایی محور از دانشگاه‌ها، تعریف جدیدی از نقش آفرینی دانشگاه‌ها را در قرن ۲۱ ارایه نموده است که تنها در صورت ارایه ایده های نوین و کاربردی است که می توان به انتظارات جامعه پاسخی مناسب ارایه داد. بنابراین به نظر می رسد فرآیند تحولات جهان هم از دانشگاه‌ها شروع می‌شود و هم به دانشگاه‌ها ختم می‌گردد. دانشگاه‌ها با تولید دانش و اطلاعات، نیروی انسانی تحصیل کرده و ارایه خدمات تخصصی در سطح بالا، امکان تولید تجهیزات و امکانات جدید را به وجود می‌آورند. بر این اساس، تنوع و گسترش تولید با کیفیت علمی نتیجه تعامل اجتماعی اساتید دانشگاهی است.

مروری بر رویکردهای مفهومی و نظری نشان داد که بحث تعامل اجتماعی در نظریات روان‌شناسی اجتماعی به جهت توجه به مواردی چون انتقال معانی در روابط اجتماعی، توجه به بازخوردها، ایجاد شبکه های ارتباطی، توجه به تایید اجتماعی و ... جایگاه ممتازی را به خود اختصاص داده است که این امر خود در حوزه مراکز آموزشی نظیر دانشگاه‌ها دارای کارکرد مهمی چون افزایش کیفیت ایده های تولید شده دارد. بنابراین برای شفاف شدن موضوع، ابعاد تعامل اجتماعی و تأثیر آن بر کیفیت ایده های تولید شده به این شرح مورد بررسی قرار گرفت:

در بحث بعد ساختاری تعامل اجتماعی، نحوه ارتباط اساتید با هم‌دیگر از طریق ابزار الکترونیکی و نشست‌های علمی و تأثیر آن بر کیفیت ایده های تولید شده مد نظر بوده است. به همین خاطر فرضیه ای با عنوان «بین بعد ساختاری تعامل اجتماعی و کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد»، طرح گردیده بود. نتایج نشان داد که اولاً متغیرهای یاد شده در بین اساتید متوسط به پایین بوده است و ثانیاً هر چقدر بعد ساختاری

تعامل اجتماعی در بین اساتید قوی‌تر گردد، به همان اندازه بر کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی افزوده می‌شود و بر عکس.

در بحث بعد رابطه‌ای، بیشتر بر مقوله‌هایی مانند احترام، همکاری‌های علمی، اعتماد متقابل، دوستی، احساس هویت و پیوند کاری در بین اساتید تمرکز می‌گردد. به همین خاطر فرضیه‌ای با این عنوان داده شده بود که بین «بعد رابطه‌ای تعامل اجتماعی و کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد». نتایج نشان داد که اولاً متغیرهای ذکر شده در بین اساتید (همکاری‌های علمی، انتقادپذیری و ...) در حد متوسط به پایین بوده و ثانیاً هر چقدر بعد رابطه‌ای تعامل اجتماعی در حد مطلوبی محقق گردد، به همان اندازه می‌توان شاهد افزایش کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی بود و بر عکس.

در بحث بعد شناختی کنش متقابل، بیشتر، میزان دارا بودن زبان مشترک علمی در بین اساتید مطرح بوده است. بر این اساس، فرضیه‌ای با عنوان «بین بعد شناختی تعامل اجتماعی و کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی، همبستگی مثبتی وجود دارد» طرح شده بود. نتایج نشان داد که اولاً متغیرهای یاد شده در بین اساتید در حد مطلوبی نبوده و ثانیاً هر چقدر اساتید دارای زبان مشترک علمی و روایت‌های مشترکی بیشتری باشند، به همان اندازه می‌توانند بر کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی بیفزایند. در مجموع، نتایج نشان داد که تعامل اجتماعی در بین اساتید از منظرهای مختلف یاد شده در حد قابل قبولی نبوده است. همچنین از سوی اساتید به مقوله کیفیت ایده‌های تولید شده، توجه وافعی عنایت نشده است.

نتیجه حاصل از تحلیل رگرسیونی اینکه تأثیر ابعاد رابطه‌ای و شناختی کنش متقابل اجتماعی بر متغیر کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی بیشتر از بعد ساختاری بوده و متغیرهای مذکور در مجموع توانسته‌اند ۲۳٪ تغییرات متغیر وابسته را که همان کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی می‌باشد، تبیین نمایند. همچنین نتیجه قابل توجه دیگر اینکه بر اساس نتایج تحلیل مسیر صورت گرفته تأثیر متغیر بعد رابطه‌ای بر کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی بیشتر از سایر ابعاد (ساختاری و شناختی) بوده است.



در خصوص میزان کاربردی بودن نتایج تحقیق پیشین مورد استفاده در جامعه آماری مورد مطالعه، می توان مواردی را به شرح زیر عنوان داشت:

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که همکاری های اجتماعی در بین اساتید که در زیر مجموعه تعامل اجتماعی قابل طرح است، با کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی رابطه معنی داری دارد، این امر توسط تحقیقات نیوتو و سنتامری (۲۰۰۷) نیز تأیید شده بود. بنابراین می توان نتایج تحقیقات این دو را قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه قلمداد کرد. در بخشی از نتایج تحقیقات نتایج تحقیقات آمارا و لاندی (۲۰۰۵) نیز، بحث همکاری های علمی در سطح گسترده و تأثیر آن بر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی به تأیید رسیده بود، بنابراین می توان نتایج تحقیقات ایشان را که همسو با نتایج تحقیق حاضر بوده است، قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه دانست.

نکته چشم گیر در نتایج تحقیقات شولز و هوگل (۲۰۰۸) این بود که جامعه پذیری، تعاملات غیر رسمی، روابط چهره به چهره و هم گرایی فکری که به نوعی در ارتباط با تعامل اجتماعی است، رابطه مثبتی با تولید ایده های با کیفیت داشته است. نتایج تحقیق حاضر نیز این امر تأیید کرده است. بنابراین نتایج تحقیقات این دو، قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه می باشد.

همچنین نتایج تحقیقات قلی زاده رضوان و همکاران (۱۳۸۴)، زنجیره چسبی و ربانی (۱۳۸۷)، خوارزمی (۱۳۸۷) و رحیمی و فتاحی (۱۳۸۸)، نشان داد که عامل سازمانی که بخش عمده آن نرم افزاری است، در امر پدیدایی نوآوری های علمی تأثیرگذار است؛ بنابراین به طور تلویحی می توان گفت که نتایج تحقیقات یاد شده همسو با نتایج تحقیق حاضر و قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه می باشد.

با در نظر گرفتن موارد مذکور، پیشنهاد های زیر جهت بهبود کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی مطرح می گردد:

دانشگاه ها در تهیه و هدایت کردن جریان های فکری و اطلاعاتی جامعه نقش مؤثری دارند؛ یکی از این نقش های مهم، افزودن بر کیفیت ایده های تولید شده دانشگاهی است.

حرکت در مرزهای دانش و تولید انبوه علم، استراتژی بنیادین حرکت کشور به سمت تحقق اهداف توسعه‌ای به شمار می‌آید. در حقیقت از نگاه مدیریت، دانایی محوری، راهنمای حرکت دستگاه‌های اجرایی به شمار می‌آید و البته اتخاذ این رویکرد با توجه به مجموعه تحولات جهانی کاملاً منطقی و صحیح به نظر می‌رسد؛ چراکه برخورداری از روش‌ها، نظریه‌ها و اندیشه‌های جدید، کلید حل مشکلات و حرکت سریع به سمت رفع تهدیدات و استفاده از فرصت‌ها می‌باشد بنابراین ضرورت توجه به تولید علم و ایده‌های با کیفیت دانشگاهی از سوی اساتید و مدیران دانشگاهی به شدت احساس می‌شود.

بر همگان مبرهن است که فرآیند تولید ایده‌های با کیفیت تنها با عنایت به شرایط موجهه آن و شکل‌گیری زمینه‌ها، بسترها و عوامل مؤثر بر آن امکان‌پذیر خواهد بود و بدون تحقق این زمینه‌ها، نمی‌توان توقع و انتظاری برای گسترش علم و انجام مطالعات علمی داشت. یکی از مهم‌ترین این بسترها، برقراری ارتباطات اجتماعی و به عبارتی تعامل اجتماعی سازنده اساتید دانشگاه‌ها با هم‌دیگر است. در حقیقت بار اصلی در ایجاد ایده‌های با کیفیت دانشگاهی بر عهده نظام علمی و دانشگاهی کشور به ویژه دانشگاهیان و اساتید است و تنها در پرتو تعاملات همه‌جانبه و مشارکت‌جویانه استادان است که می‌توان در انتظار به بار نشستن و تولید ایده‌های با کیفیت دانشگاهی شد.

نکته دیگر اینکه هر چند تحولات شگرفی در فرآیند، محصول، شکل و محتوای دانشگاه‌ها صورت گرفته است و دانشگاه‌ها هر بار توانسته‌اند با ارائه ایده‌های نو، در پاسخ‌گویی به بخشی از نیازهای متنوع و جدید جامعه پاسخ‌گو باشند، اما به نظر می‌رسد نوعی انسجام و پیوستگی در تعاملات علمی و بروز ایده‌های با کیفیت به صورت مستمر مشاهده نمی‌شود؛ این امر خود متأثر از عوامل بی‌شماری است که در تحقیق حاضر ضعف و نقصان در تعاملات اجتماعی اساتید و تأثیر آن در کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی به عنوان عامل مؤثر شناخته شد. بنابراین از مسئولین دانشگاهی در سطوح مختلف مدیریتی انتظار می‌رود به موارد مذکور توجه در خور شایسته‌ای نشان دهند.

کلام آخر اینکه، نتایج تحقیق حاضر نشان داد که به نوعی در جامعه علمی مورد بررسی، تکروی علمی تا حدی بر کار تیمی پیشی گرفته است. بنابراین ضروری است نشست‌های علمی برای اساتید از سوی مدیران گروه‌ها و یا مدیران ارشد دانشگاهی (آموزشی و پژوهشی) ترتیب داده شوند تا در جریان این امر، مقوله تعامل علمی در بین افراد دانشگاهی نهادینه گردد. برای تحقق این امر می‌توان از طرق مختلف، نظیر تشویق سازمانی در بعد مادی و معنوی و مواردی مانند آن، انگیزه‌چنین تعاملات علمی را در بین افراد دانشگاهی بیش از پیش فزونی بخشید.

### فهرست منابع

- خوارزمی، عرفان (۱۳۸۷): بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت از دیدگاه مدیران و کارمندان حوزه‌ی ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز.
- زنجیرچی، سید محمود و ربانی، مزده (۱۳۸۷): *رویکردی به دانش آفرینی*، ماه‌نامه علمی آموزشی در زمینه مدیریت، تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۵.
- شاه ولی، منصور و آزادی، حسین (۱۳۸۰): *بهبود بهره‌وری در آموزش عالی*، بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز.
- فراستخواه، مقصود و کبریایی، احمد (۱۳۷۷): *آموزش عالی در آستانه قرن بیست و یکم* (گزارشی از کنفرانس جهانی آموزش عالی در سال ۱۹۹۸، پاریس)، *فصل‌نامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۱۷.
- فعلی، سعید، پزشکی راد، غلام رضا و چیدری، محمد (۱۳۸۵): *بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های پژوهشی و تولید علم*، برنامه‌ریزی و پژوهش در آموزش عالی، ۱۲(۴۲)، صفحات ۱۰۷-۹۳.
- قلی زاده، رضوان، شعبانی، حسین، ورکی و مرتضوی، سعید (۱۳۸۴): *نسبت میان فرآیند تبدیل دانش و فرهنگ سازمانی در دانشگاه فردوسی مشهد*، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی، ۶(۱): ۲۷-۵.
- رحیمی، ماریه و فتاحی، رحمت اله (۱۳۸۸): *بررسی میزان تأثیر عوامل مؤثر بر همکاری علمی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد*، *کتاب‌داری و اطلاع‌رسانی*، ۱(مسلسل ۴۵).

Amara, Nabil and Landry, Rejean (٢٠٠٥): Sources of information as determinants of novelty of innovation in manufacturing firms: evidence from the ١٩٩٩ statistics Canada innovation survey. *Technovation* ٢٥ , ٢٤٥-٢٥٩.

Chua, Alton(٢٠٠٢): The influence of social interaction on knowledge creation, *Journal of Intellectual Capital*; Vol.٣ No.٤, PP.٣٧٥-٣٩٢.

Clark, B.R., (١٩٧٢): The occupational saga in higher education, *Administrative Science Quarterly*, Vol. ١٧, PP. ١٧٨-١٨٤.

Colman, J.S., (١٩٩٠): *Foudation of Social Theory*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, MA.

Inkpen, A.C., (١٩٩٨): Learning and acquisition through international Strategic alliance, *The Academy of Management Executive*, Vol. ١٢ No. ٤, PP. ٦٩-٨٠.

Koberg, C.S., Detienne, D.R., Heppard, K.A.; (٢٠٠٣): An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental, and radical innovation. *Journal of High Technology Management, Research* ١٤ (١), ٢١-٤٥.

Leonard-Barton, D. and Sensiper, S. (١٩٩٥): *Wellspring of Knowledge*, Harvard Business School Press, Boston, MA.

Lewiski, R.J. and Bunker, B.B. (١٩٩٦): Developing and Marinating Trust in work relationships, in Kramer, R.M., and Tyler, T.M., (Eds), *Trust in Organizations: Frontiers To Theory and Research*: ١١٤-١٣٩, Sage, Thousand Oaks, CA.

Nieto, Mari a Jesu, Santamarı, Lluıs (٢٠٠٧): The importance of diverse collaborative networks for the novelty of product innovation, *Technovation* ٢٧, ٣٦٧-٣٧٧.

Popadiuk, S., Choo, C.W; (٢٠٠٦): Innovation and knowledge creation: how are these concepts related? *International Journal of Information Management* ٢٦, ٣٠٢-٣١٢.

Schulze, Anja., and Hoegl, Martin (٢٠٠٨): Organizational knowledge creation and the generation of new product ideas: A behavioral approach, *Research Policy* ٣٧ (٢٠٠٨) ١٧٤٢-١٧٥٠.

Turner, Jonathan H.(۱۹۸۸): A Theory of Social Interaction, Stanford University Press, Stanford, California.