

بررسی رابطه سرمایه نمادین ایرانی-اسلامی با رضایت شغلی دانشجویان و رشد سازمانی (مورد مطالعه، دانشجویان گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان)

احسان نامدار جویمی^۱، همایون نوری^۲، نور محمد یعقوبی^۳، سید علیقلی روشن^۴، حسین هدایت^۵،
علیرضا آقایی خوزانی^۶

^۱ دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، کارمند بانک صادرات شعبه ۳۳۸۲ حوزه هشت شعب بانک صادرات استان اصفهان. ایران

^۲ دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان. زاهدان (نویسنده مسئول)

^۳ استاد گروه مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان. ایران

^۴ دانشیار گروه مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان. ایران

^۵ رئیس حوزه هشت شعب بانک صادرات استان اصفهان. ایران

^۶ رئیس شعبه ۳۳۸۲ حوزه هشت شعب بانک صادرات استان اصفهان. ایران

چکیده

در این پژوهش به دنبال بررسی رابطه سرمایه نمادین ایرانی - اسلامی با رضایت شغلی دانشجویان و رشد سازمانی است. از این رو دو فرضیه شکل گرفته است که به بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با رشد سازمانی و رضایت دانشجویان پرداخته است. هر دو فرضیه مورد تأیید قرار گرفته است و میزان آن‌ها به ترتیب برابر با ۰.۵۳، ۰.۴۴ است. روایی صوری پرسش‌نامه‌ها توسط متخصصان مربوطه تأیید شده است و پایایی پرسش‌نامه‌ها توسط آزمون آلفای کرون باخ ارزیابی شده است که تمامی قابل قبول بوده‌اند. جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل دانشجویان گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان است که جمعیتی بالغ بر ۲۵۰ نفر دارد. نمونه‌گیری در این تحقیق به روش تصادفی ساده است و تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و فرمول کوکران برابر با ۱۵۱ نفر است که ما تعداد نمونه را برابر با ۱۶۰ نفر در نظر گرفته‌ایم. این بدان معناست که با افزایش یک واحدی در سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی میزان رشد سازمانی و رضایت دانشجویان به اندازه ۰.۵۳ و ۰.۴۴ واحد افزایش خواهد یافت که میزان قابل چشمگیری است و باید بدان توجه کرد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه نمادین، رشد سازمانی، رضایت دانشجویان.

۱- مقدمه

از طرفی، محیط تجاری بسیار پیچیده شده و از مقیاس منطقه‌ای به جهانی تبدیل شده است. مشتریان از افزایش استانداردها آگاه‌اند و به میزان زیادی ه محصول و خدمات دسترسی دارند تا از میان آن‌ها انتخاب کنند و مدیران معمولاً با فشارهای عمده‌ای به‌منظور کاهش هزینه‌های عملیات و بهبود پشتیبانی مواجه‌اند و چاره‌ای جز افزایش مزیت‌های رقابتی خود ندارند. انسان موجودی است متعالی^۱ که همواره به دنبال کمال است و برای رسیدن به کمال تلاش می‌کند، انسان موجودی است که می‌تواند به کمال برسد و برای رسیدن به این کمال نیمه گم‌شده خود را در هر چیزی جست‌وجو می‌کند و از این‌رو همواره تلاش می‌کند که نمادهای کمال^۲ و نیمه گم‌شده خود را در هر چیزی جست‌وجو کند و زمانی که این نمادها را در چیزی می‌یابد، خود را بدان نزدیک کرده و یا شبیه به آن می‌کند. این نمادها و سرمایه‌های نمادین به‌طور کلی به سه گروه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قابل تقسیم بندی هستند که می‌توانند به‌طور کلی به دو گروه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی (دینی و اخلاقی) و نمادین مبتنی بر الگوی غربی و مادی (لذتها و منافع زودگذر) تقسیم شوند (نامدار، ۱۳۹۳).

سرتاسر جامعه از سرمایه‌ها پوشیده شده است و جایی از جامعه وجود ندارد که بتوان گفت که سرمایه‌های اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی وجود ندارند و از این‌رو چون سرمایه نمادین می‌تواند بخشی از سایر سرمایه‌ها تعریف شود، به‌طور کلی می‌تواند گفت که سرمایه نمادین در سرتاسر جامعه وجود دارد و حضورش احساس می‌شود و می‌تواند از زمانی به زمانی دیگر و از مکانی به مکان دیگر تغییر یابد و گونه‌های مختلف به خود بگیرد (نامدار، ۱۳۹۳).

سازمان‌ها و افراد با سرمایه کم‌وزیاد و منفی و مثبت وجود دارند، ولی سازمان و فرد بدون سرمایه^۳ وجود ندارد و عرصه‌های مختلف جامعه از سرمایه تهی نیست و سرمایه جای، جای جامعه را پر نموده و افراد و سازمان‌ها دارای سرمایه می‌باشند، ولی میزان (کم‌وزیاد) و جهت (منفی و مثبت) آن متفاوت است.

سرمایه نمادین نیمه گم‌شده هر فردی است که به‌صورت انتزاعی در وجود دارد و می‌تواند حالت برونی و ظاهری یابد، فرد این نیمه گم‌شده خود را در هر چیزی جست‌وجو می‌کند و برای خود نماد و دارنده آن احترام و منزلت قائل است و خود را به آن نزدیک و به آن مشابه می‌کند. این سرمایه به‌طور کلی به دو طور کلی به دو صورت اخلاقی - دینی (ایرانی - اسلامی در کشور ایران) و مادی‌گرایان و لذت‌جویانه (غربی) وجود دارد.

سرمایه نمادین غربی به دنبال نمادهای لذت‌گرایانه و مادی‌گرایانه صرف و زودگذر است و سرمایه نمادین ایرانی - اسلامی (دینی - اخلاقی) مبتنی بر سادگی و زندگی و سبک زندگی مبتنی بر قرآن و اهل‌بیت است؛ که در این تحقیق منظور از سرمایه نمادین همان سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی - اسلامی است.

ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند، این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی دارند و برای رسیدن به هدفی خاص باهم تلاش نموده و باهم در رقابت هستند. وجود سرمایه در جامعه به صورتی است که نمی‌توان وجود سرمایه را در عرصه‌ای خاص از جامعه در نظر گرفت و می‌توان گفت: تمامی جامعه، به‌وسیله سرمایه پوشیده شده است. (نامدار، ۱۳۹۳). از طرفی دیگر وجود سرمایه، مختص به سازمان و جامعه نیست و افراد را نیز مشمول می‌شود؛ همه افراد از سرمایه‌های مختلف برخوردار می‌باشند و می‌توان چنین گفت که جامعه و انسان‌ها را بدون وجود سرمایه نمی‌توان در نظر گرفت (نامدار، ۱۳۹۳)؛ سرمایه را می‌توان اصولاً به چهار مقوله تفکیک کرد: سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی (انواع روابط ارزشمند با دیگران)، سرمایه فرهنگی (انواع و اقسام معرفت مشروع) و سرمایه نمادین (پرستیژ و افتخار اجتماعی)

¹ Transcendental

² Perfection

³ Capital

سرمایه نمادین اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بعضاً به معنای داشتن سرمایه بیشتر و باارزش بیشتر نیست و به می‌تواند به معنای سرمایه ارزان‌تر و ساده‌تر هم ظهور کند و نمایان شود...

از این رو در این تحقیق به دنبال بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با رضایت شغلی دانشجویان و رشد سازمانی هستیم.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- رضایت شغلی^۴

رضایت شغلی مفهومی پیچیده و چندبعدی است که با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی ارتباط دارد. رضایت شغلی به رضایت کارکنان از شغل خود و میزان علاقه‌ای که به انجام‌دادنی فعالیت‌های مرتبط با شغل دارند، اشاره دارد (آنتونچیچ و آنتونچیچ^۵، ۲۰۱۱: ۵۸۹-۶۰۷). معانی متفاوتی از رضایت شغلی مطرح شده است که هر یک به جنبه‌های خاصی از رضایت توجه دارند. فریتزچ و پریش (۲۰۰۵) رضایت شغلی را احساس یک کارگر از کار خود تعریف می‌کنند (فریتزچ و پریش^۶، ۲۰۰۵)؛ کرانی (۱۹۹۲) رضایت شغلی را تعامل فعال با یک شغل عنوان می‌کند. از نظر او، رضایت شغلی حاصل مقایسه آن چیزی است که فرد از شغل خود کسب کرده است با آن چیزی که فرد انتظار به دست آوردن آن را داشته است (کرانی^۷، ۱۹۹۲). برخلاف تأکید محققان مختلف بر موضوع رضایت شغلی، هنوز توافق عمومی درباره ابعاد و مؤلفه‌های رضایت شغلی وجود ندارد. در سال ۱۹۶۴، هرزبرگ، نظریه مشهوری با عنوان نظریه دوعاملی درباره سطوح رضایت فردی مطرح کرد. در این نظریه، نیازهای انسان به دو گروه بهداشتی و انگیزه‌بخش‌ها تقسیم و تفکیک شده است. مهم‌ترین نیازهای بهداشتی در هر فردی عبارت‌اند از شرایط کاری، وضعیت پرداخت، امنیت شغلی، روابط با همکاران و غیره. برآورده نشدن این نیازها، فرد را مسلماً از رضایت شغلی و انگیزه‌بخشی دور می‌کند اما تحقق آن‌ها، به تنهایی شرط کافی برای برانگیخته شدن نیست. در مقابل، نیازهای انگیزشی از قبیل موفقیت، رضایت از ماهیت کار، مسئولیت‌پذیری و رشد شخصی وجود دارد. تحقق این نیازها، می‌تواند رضایت شغلی و انگیزش فردی را برآورده کند. رضایت فردی در صورتی مطرح می‌شود که نیازهای سطح انگیزشی فرد برآورده شده باشد (آنتونچیچ و آنتونچیچ، ۲۰۱۱: ۵۹۲).

۲-۲- رشد سازمانی^۸

رشد سازمانی معمولاً در قالب جنبه‌هایی از عملکرد سازمانی تعریف می‌شود که با سودآوری و توسعه افقی و عمودی سازمان همراه است (آنتونچیچ و هیسریچ^۹، ۲۰۰۱: ۴۹۵-۵۲۷). همچنین، محققان دیگر به توسعه فعالیت‌ها و افزایش دامنه تولیدات سازمان‌ها، رشد سازمانی اطلاق می‌کنند. همچنین، رشد سازمانی می‌تواند به عنوان افزایش تعداد کارکنان یا افزایش اندازه فیزیکی و گسترده جغرافیایی سازمان‌ها نیز مطرح شود (آنتونچیچ و آنتونچیچ، ۲۰۱۱: ۵۸۹-۶۰۷). آنتونچیچ و آنتونچیچ (۲۰۱۱) اهداف مشترک اعضای سازمان، آزادی عمل کارکنان در انجام دادن فعالیت‌ها، جو سازمانی که یادگیری از متخصصان را حمایت می‌کند، فعالیت‌ها و روندهای کاری که امکان جایگزین کردن یا اعمال تغییرات در آن‌ها وجود دارد، مخاطره‌پذیری سازمانی و فردی، تمایل سازمان به به کارگیری موارد یادگرفته جدید و استقبال از تغییرات مثبت،

⁴ Job Satisfaction

⁵ Antoncic & Antoncic

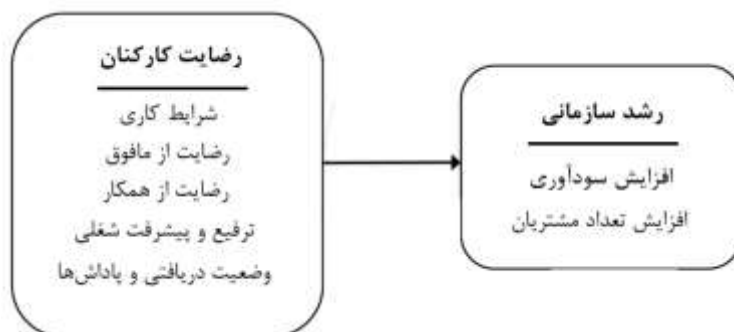
⁶ Fritzsche & Parrish

⁷ Cranny

⁸ Organizational growth

⁹ Antoncic & Hisrich

اعتماد و اطمینان و ترویج آن در سازمان، پذیرش مسئولیت‌های شخصی و ارزیابی مستمر ستانده‌های سازمانی را مهم‌ترین شرایط و زمینه‌های رشد سازمانی معرفی می‌کنند (آنتونچیچ و آنتونچیچ، ۲۰۰۱). معمولاً رشد سازمانی در قالب یکی از نتایج توسعه سازمانی مطرح می‌شود. توسعه سازمانی، فرایندی نظام‌مند و مستمر است که می‌کوشد مبتنی بر علوم رفتاری و با بهره‌گیری از استراتژی‌ها و فنون آن تغییرات شناختی، فرهنگی و ساختاری فرایندی سازمان را به‌گونه‌ای ایجاد و هدایت کند که به تواناسازی سازمان برای جهت‌گیری‌های راهبردی کارآمد و خود نوسازی اثربخش متناسب با تغییرات حال و آینده محیط سازمان منجر شود. درباره هر یک از متغیرهای این تحقیق، مطالعات زیادی به‌طور جداگانه انجام گرفته است باین حال، روابط سه متغیر با یکدیگر، کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است. درباره رضایت شغلی و عوامل مرتبط با آن، شامل شرایط کاری زمان و ساعات کاری، اعتبار سازمان، کیفیت و دامنه روابط کارکنان با یکدیگر، ارتباط با کارکنان از سوی سازمان جبران خدمات و ارتقا شرایط و جو سازمانی^{۱۰} و امکان تحصیل و یادگیری تحقیقاتی انجام گرفته است (آنتونچیچ و آنتونچیچ، ۲۰۱۱: ۵۸۹-۶۰۷). آنتونچیچ و آنتونچیچ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان «رضایت شغلی، کارآفرینی^{۱۱} سازمانی و رشد سازمانی»، برخی عوامل مؤثر بر رشد سازمانی و رضایت شغلی مثبت است و رشد سازمانی به‌شدت متأثر از رضایت شغلی کارکنان و سطح فعالیت‌های کارآفرینانه گزارش شده است.



شکل (۱): ابعاد رشد سازمانی و ابعاد رضایت کارکنان

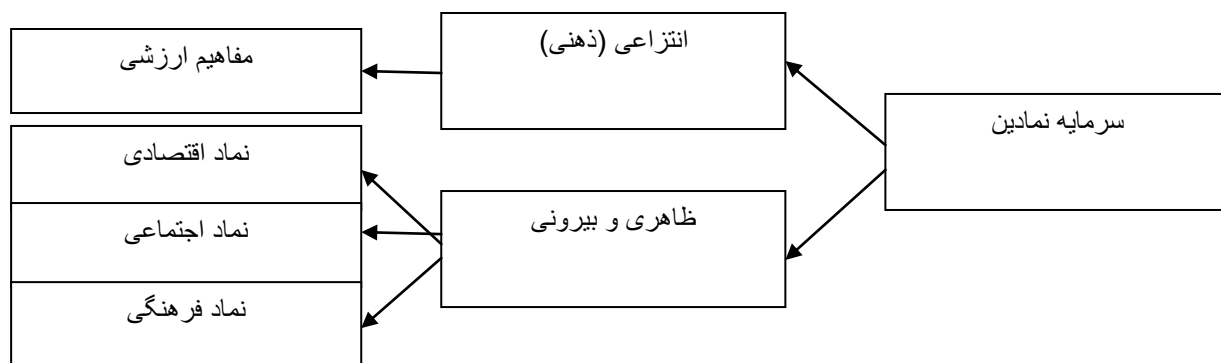
۲-۳- خواستگاه و ریشه‌یابی سرمایه نمادین^{۱۲}

سرمایه‌های نمادین همان مفاهیم ارزشی و انتزاعی هستند و می‌توانند به‌صورت نمادهای اقتصادی، نمادهای اجتماعی و نمادهای فرهنگی ظهور یابند. انسان‌ها دارای میلی سیری‌ناپذیر و به دنبال داشتن بی‌نهایت هستند و هیچ‌چیز این میل بین‌هایت طلبی انسان را ارضا نمی‌کند و از این‌رو آدمی همواره به دنبال نیمه گم‌شده خود است که همان نیمه نداشته خود است و به دنبال آن این نیمه را در هر چیزی مادی و معنوی دنبال می‌کند.

¹⁰ Organizational climate

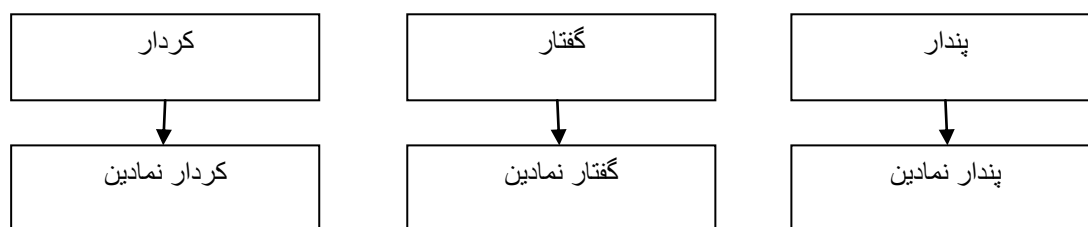
¹¹ Entrepreneurship

¹² Symbolic capital



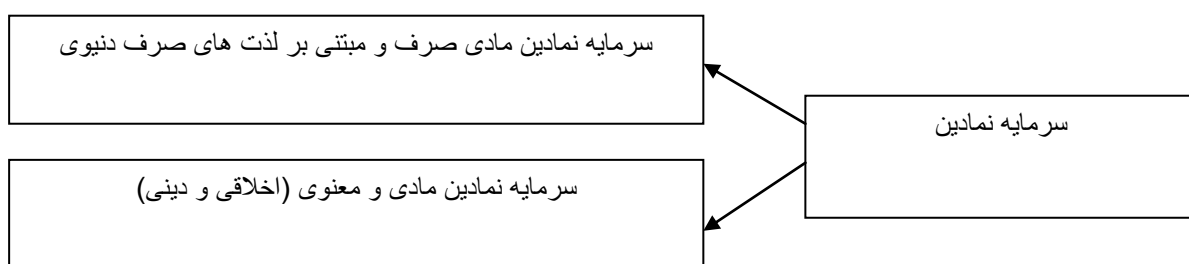
شکل (۲): نمود بیرونی و ذهنی سرمایه نمادین (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

از این رو افراد این ارزش والا (نیمه گم شده برای رسیدن به کمال و برتری) را در هر چیزی جست و جو می کنند و هر چیزی که آن را بیابند خود را به آن نزدیک می کنند و یا مشابه آن می کنند. از این رو چیزهای نمادین به وجود می آیند که نمود خارجی و بیرونی آن نماد است. افراد دارای پندار، گفتار و کردار هستند و این صفات در تمامی انسان ها وجود دارد. از این رو نمادها علاوه بر وجهه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، وجه گفتاری، پنداری و کرداری نیز پیدا می کند.



شکل (۳): پندار، گفتار و کردار نمادین (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

متناسب با طرز ایدئولوژی^{۱۳} و جهان بینی^{۱۴} افراد و فرهنگ جامعه ای که در آن زندگی می کنند، نمادها می تواند به طور کلی به دودسته تقسیم شود: ۱- سرمایه نمادین مادی صرف مبتنی بر لذت های صرف دنیوی و بی حد و اندازه ۲- سرمایه نمادین مادی و معنوی (اخلاقی و دینی)؛ به طور کلی دو حالت وجود دارد که یکی بر مبنای آن است که جهان همین وجه مادی است و مبنای دیگر بر آن است که علاوه و فراتر از این ماده، معنویت وجود دارد که در حجاب است. متناسب با این دو دیدگاه سرمایه های نمادین افراد که همان تلاش افراد برای رسیدن به نیمه گم شده خود است دو حالت کلی پیدا می کند.

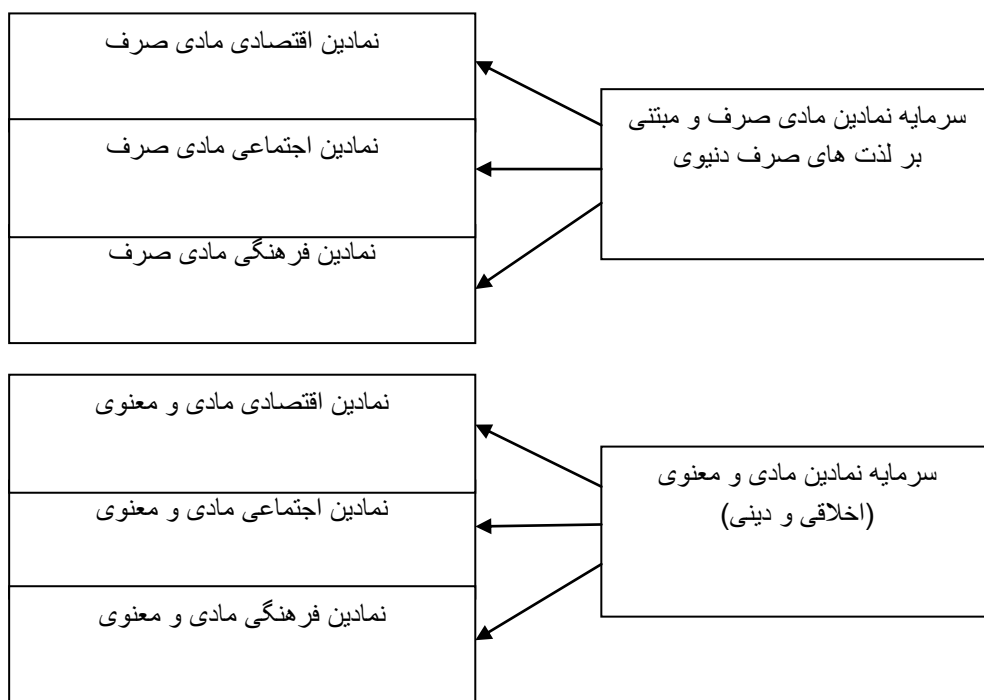


شکل (۴): سرمایه نمادین مادی و مادی معنوی (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

¹³ Ideology

¹⁴ Worldview

هرکدام از سرمایه‌های نمادین مادی صرف و مادی^{۱۵} و معنوی^{۱۶} به سه شق هستند که عبارت‌اند از نمادین اقتصادی - نمادین فرهنگی - نمادین اجتماعی



شکل (۵): ابعاد سرمایه نمادین مادی و مادی معنوی (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

سرمایه نمادین اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی در طبقات مختلف ظهورات متفاوت و تقریباً مشابهی از یک نوع مادی یا مادی و معنوی دارد.

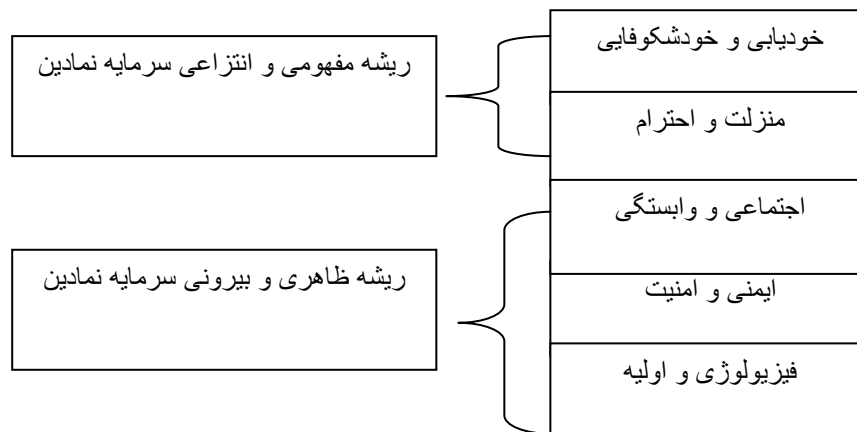


شکل (۶): طبقه و سرمایه نمادین (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

¹⁵ Physical

¹⁶ Spiritual

چنانچه بخواهیم سرمایه نمادین را ریشه‌یابی کنیم و برای آن خواستگاه تعریف کنیم، دقیقاً واژه خواستگاه برای آن صادق است چون به خواسته‌های افراد برمی‌گردد که ریشه در نیازهای وی دارد و متناسب با قدرت مالی وی می‌تواند تقاضای مختلفی داشته باشد و متناسب با آن در گفتار، پندار و کردار فرد تجلی یابد.



شکل (۷): ریشه مفهومی و ظاهری سرمایه نمادین (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

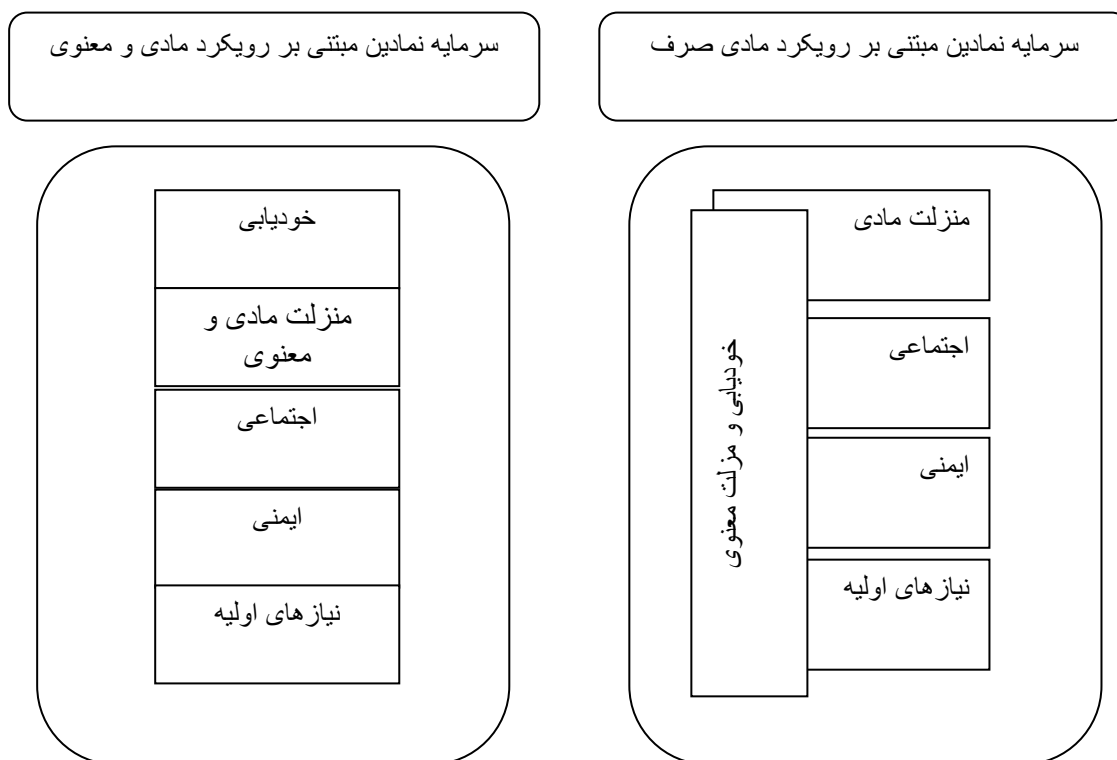
همان‌طور که در شکل بالا مشخص است ریشه بیرونی و ظاهری سرمایه نمادین به نیازهای ابتدایی، ایمنی و اجتماع بازمی‌گردد و ریشه باطنی و مفهومی سرمایه نمادین به نیازهای منزلت و خودیابی بازمی‌گردد. از طرفی دیگر تفاوت دو حالت سرمایه نمادین مادی و سرمایه نمادین معنوی در تفاوت بروز ریشه ظاهری و مفهومی سرمایه نمادین است.



شکل (۸): ریشه سرمایه نمادین مادی و معنوی (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

سرمایه نمادین می‌تواند، مبتنی بر رویکرد مادی صرف و یا رویکرد مادی - معنوی باشد.

این گونه در رویکرد مادی صرف نیازهای خود شکوفایی و منزلت معنوی در نیازهای قبلی حل می‌شوند و تجلیگاه آن‌ها در نیازهای قبلی خواهد بود، اما در رویکرد مادی و معنوی هم نیازهای نمادین مادی و هم نمادین معنوی دارای اهمیت هستند و به‌طور جداگانه مورد استفاده و پذیرش هستند.



شکل (۹): سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد مادی و مادی معنوی (نامدار جویمی، ۱۳۹۳)

همان گونه که قابل مشاهده است در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد مادی، وجهه معنوی در وجهه مادی حل شده است ولی در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد مادی و معنوی به این گونه نیست و باید این گونه گفت که هم وجهه معنوی و هم وجهه مادی مورد توجه هستند و برای افراد دارای اهمیت هستند.

از این رو سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی اسلامی (اسلامی ایرانی) را می‌توان زیرمجموعه‌ای از سرمایه نمادی مادی معنوی محسوب کرد که وجهه معنوی بیشتر از وجهه مادی آن مورد توجه است (البته این بدان معنا نیست که وجهه مادی دارای ارزش نیست، بلکه بدان معناست که وجهه مادی مبتنی بر ساده زیستی، دوری از تجملات، اشراف گرایی و دوری از هرگونه افراط و تفریط است).

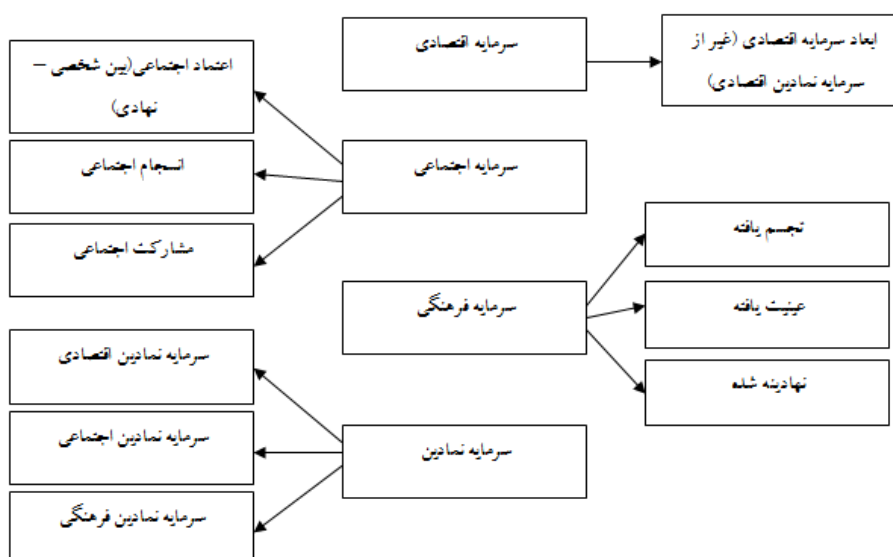
در سرمایه نمادین مبتنی بر رویکرد ایرانی اسلامی وجهه معنوی ارزش بیشتری از مادی آن دارد و وجهه مادی به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به وجهه باطنی و معنوی مورد استفاده قرار می‌گیرد (به عبارتی وجهه مادی ابزار و وجهه معنوی هدف است).

۲-۴- تعریف سرمایه نمادین

سرمایه نمادین: مفهوم سرمایه نمادین، مهم‌ترین بخش کار بورديو در زمینه تئوری قدرت نمادین^{۱۷} است. وی در تعریف این مفهوم می‌گوید: من به هر نوع از سرمایه (اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی) چنانچه از مقولات فاهمه^{۱۸} دریافت شود، به اصول بپنش و تقسیم به نظام‌های طبقه‌بندی کننده و به قالب‌های شناختی که تاندازه‌ای محصول درون کالبد شدن ساختارهای عینی مربوطه یعنی ساختارهای توزیع سرمایه در میدان هستند، سرمایه نمادین می‌گویم (بورديو، ۱۳۸۴: ۱۵۵).

درواقع این سرمایه به نوعی معنای آشکار و جوه دیگر سرمایه اندوزی است. هر نوع سرمایه (اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی) به درجات مختلف مانند سرمایه نمادین عمل می‌کند. سرمایه نمادین هر نوع از سرمایه است که دست‌های از اعضای اجتماع آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. سرمایه نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می‌گیرد، مجموعه ابزارهای نمادینی چون پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهنگندی را به فرد اعطا می‌نماید (فکوهی، ۱۳۸۴: ۳۰۰).

حالت اول:

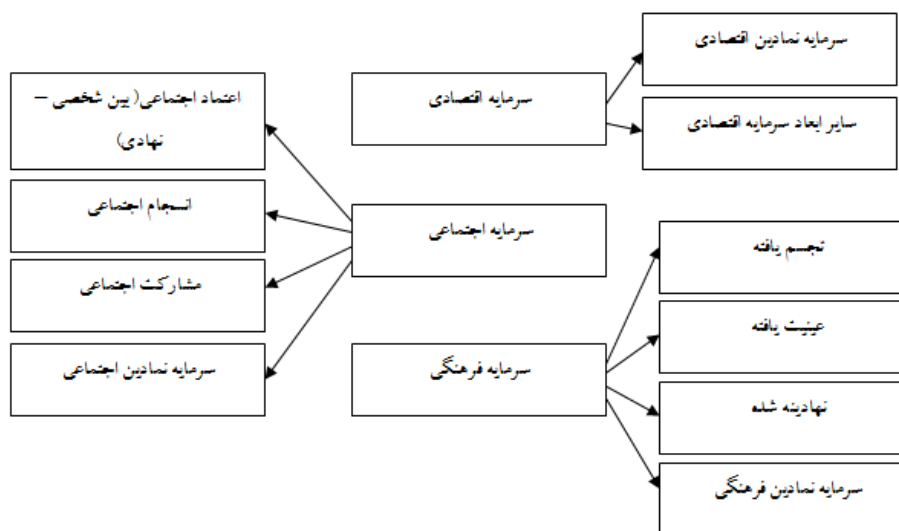


شکل (۱۰): ابعاد سرمایه نمادین؛ منبع: (نامدار، ۱۳۹۳)

¹⁷ Theory of symbolic power

¹⁸ Understanding

حالت دوم:



شکل (۱۱): ابعاد سرمایه نمادین؛ منبع: (نامدار، ۱۳۹۳)

ابعاد سرمایه نمادین با استفاده از الگوی احسان نامدار جویمی در سال ۱۳۹۳:

۱- سرمایه نمادین اقتصادی: با توجه به مطالب بیان شده می‌توان چنین اظهار نمود که سرمایه نمادین اقتصادی، آن دسته از سرمایه اقتصادی است که به‌عنوان نماد توسط جامعه پذیرفته شده است و دارنده آن، از طرف مردم صاحب احترام و منزلت است. سرمایه اقتصادی: هر نوع سرمایه و دارایی مشهود است که دارنده آن می‌تواند آن را به‌سرعت به وجه نقد تبدیل نماید. (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اقتصادی به معنای داشتن سرمایه اقتصادی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی ساده زیستی و زندگی بدون تجملات و ساده به‌عنوان سرمایه نمادین اقتصادی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود که سرمایه نمادین اقتصادی، هرگونه از سرمایه اقتصادی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورداحترام قرار می‌گیرد (نامدار، ۱۳۹۳).

۲- سرمایه نمادین فرهنگی: سرمایه نمادین فرهنگی آن دسته از سرمایه فرهنگی است که برای مردم به‌عنوان نماد محسوب می‌شود و مردم برای دارنده آن احترام و منزلت خاصی قائل می‌شوند (سرمایه فرهنگی نمادین، سرمایه فرهنگی است که فرد با داشتن آن سرمایه فرهنگی در چشم مردم، موردستایش و احترام است). (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین فرهنگی به معنای داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی فرهنگ خاص و یا کلاً فرهنگ منفی و متضاد با فرهنگ پذیرفته شده به‌عنوان سرمایه نمادین فرهنگی دارای ارزش و احترام باشد) (نامدار، ۱۳۹۳).

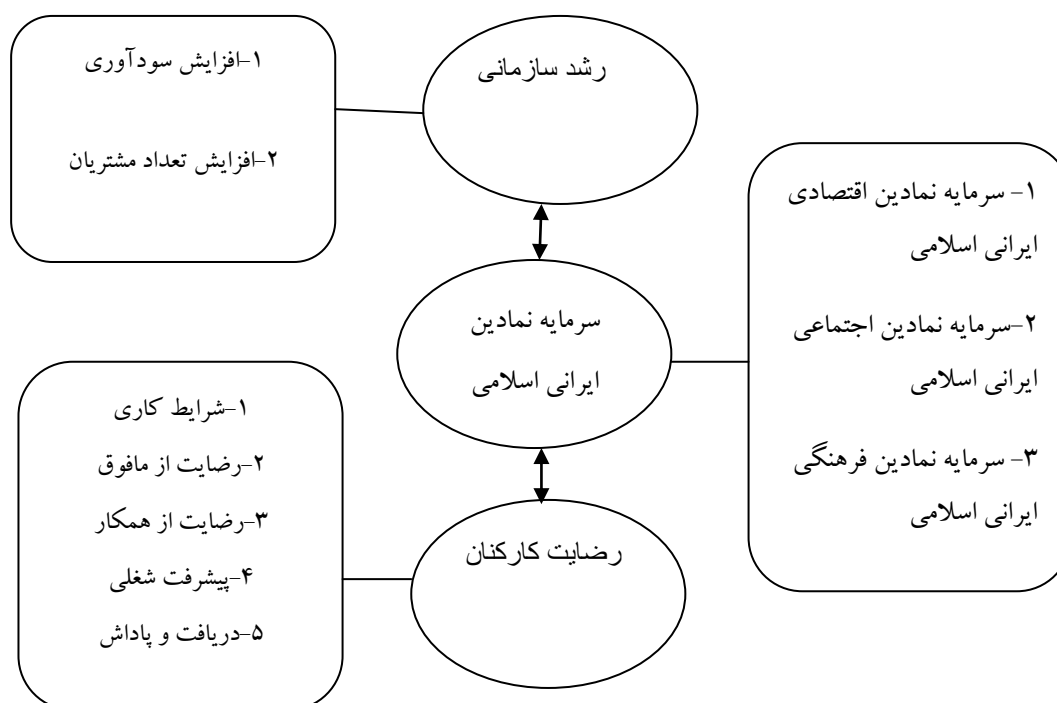
ولی در کل باید چنین بیان نمود که سرمایه نمادین فرهنگی، هرگونه از سرمایه فرهنگی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم (گروهی خاص) مورداحترام قرار می‌گیرد.

۳- سرمایه نمادین اجتماعی: سرمایه نمادین اجتماعی آن دسته از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که در میان مردم از احترام و منزلت بالایی برخوردار است و به‌عنوان نماد از سوی جامعه محسوب می‌شود، (مانند عضویت و همکاری و مشارکت و ارتباط با اشخاص و گروه‌هایی که مردم آن را به‌عنوان نماد به شمار می‌آورند و برای فرد منزلت و احترام به همراه دارد) (نامدار، ۱۳۹۳).

(البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اجتماعی به معنای داشتن سرمایه اجتماعی بیشتر نیست و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، زندگی بدون رفت‌وآمد و ساده به‌عنوان سرمایه نمادین اجتماعی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود که سرمایه نمادین اجتماعی، هرگونه از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورداحترام قرار می‌گیرد (همان).

۳- مدل و فرضیه‌های تحقیق

- ۱- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با رشد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد.
- ۲- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با رضایت دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد.



شکل (۱۲): مدل مفهومی پژوهش

۴- روش تحقیق

جدول (۱): چارچوب کلی روش تحقیق

اثبات‌گرایی	فلسفه تحقیق
قیاسی	رویکرد تحقیق
کاربردی	هدف تحقیق
همبستگی - تحلیلی	استراتژی تحقیق
کمی	روش

صیغه پژوهش کتابخانه‌ای - میدانی
روش جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه-اسناد و مدارک

جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل دانشجویان گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان است که جمعیتی بالغ بر ۲۵۰ نفر دارد. نمونه‌گیری در این تحقیق به روش تصادفی ساده است و تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و فرمول کوکران برابر با ۱۵۱ نفر است که ما تعداد نمونه را برابر با ۱۶۰ نفر در نظر گرفته‌ایم. ضریب خطای آزمون نیز در این تحقیق ۰.۰۵ در نظر گرفته شده است. نرم‌افزارهای مورد استفاده در این تحقیق spss 21 و lisrel 9.1 است. روایی صوری پرسش‌نامه توسط نخبگان و متخصصان مربوطه مورد تأیید قرار گرفته است. برای بررسی متغیرهای مستقل و وابسته در این پژوهش، برای هر بعد آن‌ها ۵ سؤال در نظر گرفته شده است.

جدول (۲): مقادیر آلفای کرون باخ برای متغیرها

آلفای کرون باخ	سرمایه نمادین	رضایت کارکنان	رشد سازمانی
میزان	۰.۸۸۶	۰.۷۹۱	۰.۷۹۸

آلفای کرون باخ میزان پایایی پرسش‌نامه را نشان می‌دهد و چنانچه میزان آن در تحقیقات بیش از ۰.۷ باشد، از میزان قابل قبولی و خوبی برخوردار است که همان‌طور که در جدول بالا قابل مشاهده است، تمامی متغیرها بالاتر از ۰.۷ می‌باشند که پایایی آن‌ها قابل قبول و مطلوب است.

۵- یافته‌های تحقیق

تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق با استفاده از معادلات ساختاری (SEM)

جدول زیر، شاخص‌های برازش مدل از قبیل کای دو، GFI، RMSEA و... را نشان می‌دهد. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کوچک‌تر از ۳ و بزرگ‌تر از ۱، RMSEA کوچک‌تر از ۰.۰۸ و نیز GFI و AGFI بزرگ‌تر از ۰.۹۰ باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اجرا شده برازش مناسبی دارد. ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتی که ارزش t، از ۱.۹۶ بزرگ‌تر یا از ۱.۹۶- کوچک‌تر باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار خواهد بود.

جدول (۳): مدل معادلات ساختاری فرضیات تحقیق

مدل معادلات ساختاری فرضیات تحقیق			
ضرایب معناداری	رابطه (بار عاملی)		
۱۴.۶۲	۰.۵۳		فرضیه ۱
۱۲.۶۸	۰.۴۴		فرضیه ۲
شاخص‌های برازش مدل فرضیات تحقیق			
RMSEA	p-value	d.f	Chi-square
۰.۰۶۲۱	۰.۰۰۷۸	۱۴۵	۱۵۹.۹۷
NFI	CFI	AGFI	GFI
۰.۹۴	۰.۹۱	۰.۹۱	۰.۸۸

همان‌طور که مشاهده می‌شود، با توجه به معنی‌دار بودن ارزش t ، اعتبار و برازندگی مناسب مدل تأیید می‌شود، چراکه مقدار کای دو، مقدار RMSEA کمتر از ۰.۰۸ و نسبت کای دو به درجه آزادی کم از ۳ و مقدار GFI و AGFI و CFI و NFI نیز بالای ۹۰ درصد است. لذا تمامی فرضیات تأیید می‌شوند.

۱- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با رشد سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. تأیید شد. در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، از این‌رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰.۵۳ است که نشان‌دهنده شدت رابطه میان متغیرهای موردبررسی است.

۲- بین سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی با رضایت دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد. تأیید شد. در راستای پاسخ به این فرضیه، فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت. در آزمون میزان سطح معناداری کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، از این‌رو آزمون معنادار بوده و با احتمال ۹۵٪ می‌توان ادعا کرد که ضریب همبستگی (رابطه بین دو متغیر X و Y) برابر با ۰.۴۴ است که نشان‌دهنده شدت رابطه میان متغیرهای موردبررسی است.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به دنبال بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با رضایت شغلی دانشجویان و رشد سازمانی است. از این‌رو دو فرضیه شکل گرفته است که به بررسی رابطه سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی با رشد سازمانی و رضایت دانشجویان پرداخته است. هر دو فرضیه مورد تأیید قرار گرفته است و میزان آن‌ها به ترتیب برابر با ۰.۵۳، ۰.۴۴ است.

این بدان معناست که با افزایش یک واحدی در سرمایه نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی میزان رشد سازمانی و رضایت دانشجویان به اندازه ۰.۵۳ و ۰.۴۴ واحد افزایش خواهد یافت که میزان قابل چشمگیری است و باید بدان توجه کرد.

به عبارتی افراد زمانی که سرمایه‌های نمادین اقتصادی مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی داشته باشند که مبتنی بر اخلاق و سادگی و دوری از تجملات و اشراف‌گرایی است، سازمانی که دارای این افراد باشد بهتر و سریع‌تر رشد خواهد کرد، چون افراد به دنبال منافع مادی و شخصی خود کم‌تر هستند و بیشتر به دنبال تحقق اهداف سازمانی هستند که هم‌راستا با اهداف خودشان است. از این‌رو هرچند به دنبال منافع مادی کم‌تری هستند، اما زمانی که سازمان سو دآوری بیشتری داشته باشد، خواه یا نخواه این منافع و سود به سمت آنان هم خواهد اما که این‌گونه باید گفت هرچند به سود و منافع مادی توجه نمی‌کنند، اما درنهایت سود مادی و معنوی به سمت سازمان آن‌ها و خود آن‌ها حرکت خواهد کرد. این افراد انسجام و مشارکت زیادی دارند و با دیگران هم چون خانواده خود رفتار می‌کنند که تمامی این امور موجب می‌شود که سازمان و افراد سازمان از کنار هم بودن حس خوبی داشته باشند و کم‌تر به دنبال ترک سازمان باشند و از طرفی افراد دیگر هم با وجود این شرایط تمایل دارند تا عضوی از این سازمان شوند.

همین‌طور این افراد موجب رضایت خود و سایر کارکنان دیگر خواهند شد که درنهایت موجب رضایت کلی سازمان خواهد شد که به مشتری‌های سازمانی نیز منتقل خواهد شد. این موارد موجب می‌شود تا افراد شرایط کاری بهتر و روان‌تری داشته باشند، مدیران از آن‌ها رضایت داشته باشند و در نتیجه آن‌ها نسبت به مدیران رضایت بیشتری داشته باشند. زمانی که مسئولین افراد را دارای توانایی لازم بدانند، می‌توانند پست‌های حساس‌تر و بالاتری را به این افراد بدهند که مسئولیت‌پذیر هستند و تلاش خود را در جهت تحقق اهداف سازمانی می‌کنند و از این‌رو این افراد دریافت و ترقی شغلی بیشتری هم خواهند داشت.

از طرفی دیگر افرادی که دارای سرمایه اجتماعی نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی هستند دارای روحیه بالای مشارکت و انسجام و اعتماد متقابل و قانونی هستند که این موارد موجب می‌شود تا افراد درون سازمان بتوانند رشد کنند و در نهایت موجبات رشد سازمان را فراهم می‌کنند. این رشد دوسویه موجب رضایت کلی افراد از هم می‌شود که باعث مواردی همچون شرایط کاری مساعدتر و رضایت از هم و پیشرفت شغلی راحت‌تر و سریع‌تر و دریافت‌های و پاداش‌های بیشتر می‌شود زیرا سازمان دارای بهره‌وری بیشتری خواهد شد.

همین‌طور افرادی که دارای سرمایه فرهنگی نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی بیشتری هستند و بدان پایبند هستند، رشد سازمانی و رضایت سایر دانشجویان دانشگاه را فراهم خواهند آورد.

این تحقیق با محدودیت‌های مختلفی در توزیع و پخش پرسش‌نامه و جمع‌آوری ادبیات و پیشینه پژوهش و ... روبه‌رو بوده است و همین‌طور به محققان آتی پیشنهاد داده می‌شود که این عنوان را در زمان‌ها و مکان‌های دیگر مورد بررسی قرار دهند و نتایج تحقیقشان را با نتایج حاصل از این تحقیق مقایسه کنند. همین‌طور پیشنهاد داده می‌شود که متغیرهای وابسته و مستقل در این پژوهش را با سایر متغیرهای اجتماعی و سازمانی مورد بررسی قرار دهند.

منابع

۱. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
۲. اکبری، امین (۱۳۸۳)، نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسنج از توابع سقز)، دانشگاه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۳. بابایی، رسول (۱۳۸۸)، امکانات سیاسی در نظریه جامعه شناختی پیر بوردیو: تولید نظریه سیاسی، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۱، شماره ۳، پاییز، صص ۵۶-۳۹.
۴. بوردیو، پیر (۱۳۸۴)، اشکال سرمایه (سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی و توسعه)، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
۵. بوردیو، پیر، (۱۳۸۴)، طرحی از یک نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
۶. روح الامینی، محمود، (۱۳۷۷)، زمینه فرهنگ شناسی، چاپ چهارم، تهران، تهران، انتشارات عطار.
۷. روحانی، حسن (۱۳۸۸)، درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی، فصلنامه راهبرد، ۱۸، (۵۳)، ۷-۳۵.
۸. شارع پور، محمود و خوش فر، غلامرضا، (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۰، صص ۱۳۳-۱۴۷.
۹. شویره، کریستین و اولیویه فونتن، (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۱۰. صفدری، سلیمان (۱۳۷۴)، رضایت اجتماعی و عوامل موثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
۱۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۴)، پیر بوردیو: پرسمان دانش و روشنگری، مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲، (۱)، ۱۴۱-۱۶۱.
۱۲. محسنی، منوچهر، (۱۳۶۷)، مقدمات جامعه شناسی، تهران، نشر دوران.
۱۳. نامدار جویمی، احسان، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین با رفتار مصرف کننده در صنعت پوشاک (مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد.
۱۴. نوغانی، محسن، (۱۳۸۳)، آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی، رشد علوم اجتماعی، دوره جدید، ش ۳.

15. Antoncic, J. Antoncic, B. (2011). "Employee satisfaction, Intrapreneurship and firm growth: a model". *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 589-607.
16. Antonic, B; Hisrich R.D (2001). "Entrepreneurship: construct refinement and cross-cultural validation", *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.
17. Chell, E. Haworth, J. Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. London, Routledge.
18. Clark, A. Oswald, A. (1996). "Satisfaction and comparison income". *Journal of Public Economics*, 61, 359-381.
19. Cranny, C.J. Smith, P.C. Stone, E.F (1992). *Job Satisfaction: How People feel about their Jobs and How it Affects their Performance*. New York, Lexington Books.
20. Fritzsche, B.A. Parrish, T (2005). "Theories and research on job satisfaction" In Brown, S.D. and Lent, R.W. (Eds), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*, Hoboken, Wiley.
21. Ghiselli, R.F. La Lopa, J. Bai, B. (2001). "Job satisfaction, life satisfaction and turnover intend among food service managers". *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, April, 28-37.
22. Hisrich, R.D. Peters, M.P (1995). *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterpris*. 3rd ed. Irwin, Chicago, IL 9. Huse, M. Neubaum, D.O. Gabrielsson, J (2005). "The troublesome relationship between action learning and organizational growth". *Journal of workplace learning*, 14(6), 245-255.
23. Ireland, R.D. Hitt, M.A. Camp, M. Sexton, D.L (2001). "Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth". *Academy of Management Executive*, 15(1), 49-63.
24. Kathuria, R. Joshi, M. P (2007). "Environmental Influences on Corporate Entrepreneurship: Executive Perspectives on the Internet". *International Entrepreneurship & Management Journal*, 3, 127-144.
25. Kuratko, D.F. Hornsby, J.S. Bishop, J.W (2005). "Manager's corporate entrepreneurial actions and job satisfaction". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 275-291.
26. Kuratko, D.F. Hornsby, J.S. Naffziger, D.W. Montagno, R.V (1993). "Implementing entrepreneurial thinking in established organizations". *SAM Advanced Management Journal*, 58(1), 28-39.
27. Lawler, E. Mohrman, S. Benson, G (2001). *Organizing for High Performance: Employee Involvement, TQM, Reengineering, and Knowledge Management in the Fortune 1000*. San Francisco, Jossey-Bass.
28. Lawler, E.E (1994). *Motivation in Work Organizations*. San Francisco, Jossey-Bass.
29. Lee, S; Peris- ortiz, M; Fernandez-guerrero, R (2011). "Corporate entrepreneurship and human resource management: theoretical background and a case study". *International Journal of Manpower*, 32(1), 48-67. 17. Lim, S. Ribeiro, D. Lee, S.M (2008). "Factors affecting the performance of entrepreneurial service firms". *The Service Industries Journal*, 28(7), 1003-13.
30. Lumpkin, G.T; Dess, G.G (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". *Academy of Management Review*, 2(3), 135-72.
31. Mozina, S (2002). *Management kadrovskih virov*. Ljubljana, Fakulteta za druzbene vede, Selovenia. Savery, L.K (1996). "The congruence between the importance of job satisfaction and the perceived level of achievement". *Journal of Management Development*, 15, 18-27. 21. Silva, P. (2006). "Effects of disposition on hospitality employee job satisfaction and commitment". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 317-328.
32. Spence Laschinger, H.K. Finegan, J. Shamian, J (2002). "The impact of workplace empowerment, organizational trust on staff nurses' work satisfaction and organizational commitment". *Advances in Health Care Management*, 3, 59-85. 23. Varona, F (2002). "Conceptualization and management of communication satisfaction and organizational

- commitment in three Guatemalan organizations". *American Communication Journal*, 5(3), 114-136.
33. Welsby, P. (2003). "Medosebno razumevanje – ključ do uspešnega dela z ljudmi". *Human Resource Management*, 1(1), 56-57. 25. Yousef, D.A (1998). "Satisfaction with job security as a predictor of organizational commitment and job performance in a multicultural environment". *International Journal of Manpower*, 19(3), 184-194. 26. Zahra, S.A (1991). "Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: an exploratory study". *Journal of Business Venturing*, 6(4), 256-285.

Investigation of the Relationship between Iranian-Islamic Symbolic Capital with Students' Job Satisfaction and Organizational Growth (Case study of the students of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan)

Ehsan Namdar Joyami¹, Homayoon Nori², Nour-Mohammad Yaghoubi³,
Seyed Ali Gholi Rowshan⁴, Hossein Hedayat⁵, Alireza Aghayi Khozani⁶

1-PhD Student, Public Administration, University of Sistan and Baluchestan. Iran

2-PhD Student, Public Administration, Islamic azad University of Sistan and Baluchestan. Iran

3-Professor of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan. Iran

4-Associate Professor of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan. Iran

5-Head of the Province of Eight, Saderat Bank Branches. Iran

6-3382 Area Branch Chief of the Province, Eight Saderat Bank Branches. Iran

Abstract

The aim of this study was to investigate the relationship between Iranian-Islamic symbolic capital with students' Job satisfaction and organizational growth. Accordingly, two hypotheses were proposed which investigated the relationship between Iranian-Islamic symbolic capital with students' Job satisfaction and organizational growth. The significance level of the relationships were 0.53 and 0.44, respectively. Face validity of the questionnaire was confirmed by experts and reliability was assessed by Cronbach's alpha test, they were all within the acceptable range. The population under study consisted of students of department of management, university of Sistan and Baluchestan which were 250 people. Radom sampling was used for the present study, which according to Morgan sample table and Cochran formula was equal to the 151 people; we considered the number of samples equal to 160. This means that with increasing one unit of Iranian-Islamic symbolic capital, the students' Job satisfaction and organizational growth would increase by 0.63 unit which is significant and noticeable.

Keywords: symbolic capital, organizational development, students' Job satisfaction
