



The Effect of Character on Emotional-Social Competencies: A Survey on Management Students

Rosa Hendijani

*Corresponding author, Assistant Prof., Department of Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: rosa.hendijani@ut.ac.ir

Seyyed Babak Alavi

Associate Prof., Department of Management, Graduate School of Management and Economics, Sharif University of Technology, Tehran, Iran. E-mail: sbalavi@sharif.edu

Alinaghi Mashayekhi

Prof., Department of Management, Graduate School of Management and Economics, Sharif University of Technology, Tehran, Iran. E-mail: mashayekhi@sharif.edu

Abstract

Objective

This study examines the relationship between character and emotional-social competencies among management students. Emotional and social competencies are two types of competencies that have a significant impact on individual's performance. Character is an underlying element that can influence the development of emotional and social competencies. In addition, both character and competencies are the building blocks of successful performance among individuals in personal and organizational settings. Considering the importance of character in competence building and development and the shortage of related studies in the literature, in this study we examined the relationship between these two constructs.

Methodology

The present quantitative research was carried out through questionnaires. Based on random sampling using email, 165 M.A students of management were selected. We also used self-reported surveys to measure character and emotional and social competencies among those students. The validity of the instruments was sought based on the literature review, interviews with experts, and the translation of the questionnaire into Farsi within several steps. Chronbach Alpha was also used to determine the reliability of the instrument. And finally, the data were analyzed using linear regression.

Findings

Results of our study matches the predictions of character-competence entanglement theory. Character dimensions had significantly positive influence on the formation of emotional and social

competencies. In total, for emotional awareness competencies: temperance, accountability, and integrity; for emotional self-management competencies: temperance, motivation, transcendence, collaboration, and courage; for social awareness competencies: humility, humanity, and courage; and for social relationship management competencies: judgment, transcendence, collaboration, courage, and integrity had significantly positive effects on different dimensions.

Conclusion

This study highlights the important role of character in emotional-social competency building and development. Based on the results, character dimensions including temperance, humanity, humility, and transcendence have an important effect on building competencies. Organizational strategies including humble leadership, motivational mechanisms that foster respect, humility, temperance, and refusal of overconfident behavior are discussed for promoting such character dimensions in organizations.

Keywords: Emotional competencies, Social competencies, Character, Character-competence entanglement.

Citation: Hendijani, R., Alavi, S.B., Mashayekhi, A. (2019). The Effect of Character on Emotional-Social Competencies: A Survey on Management Students. *Journal of Business Management*, 11(2), 375-402. (in Persian)

Journal of Business Management, 2019, Vol. 11, No. 2, pp. 375-402

DOI: 10.22059/jibm.2019.269178.3312

Received: November 08, 2018; Accepted: May 04, 2019

© Faculty of Management, University of Tehran

تأثیر کاراکتر بر توانمندی‌های احساسی و اجتماعی:

پژوهش پیمایشی روی دانشجویان حوزه مدیریت

روزا هنديجانی

* نویسنده مسئول، استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: rosa.hendijani@ut.ac.ir

سید بابک علوی

دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران. رایانامه: sbalavi@sharif.edu

علینقی مشایخی

استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران. رایانامه: mashayekhi@sharif.edu

چکیده

هدف: این مطالعه به بررسی ارتباط ابعاد کاراکتر و توانمندی‌های احساسی - اجتماعی می‌پردازد. توانمندی‌های احساسی - اجتماعی تأثیر چشمگیری بر عملکرد افراد دارند. کاراکتر در توسعه توانمندی‌ها، نقش بنیادین دارد. با وجود این، تاکنون در راستای بررسی ارتباط ابعاد کاراکتر و توانمندی‌ها مطالعه دقیقی انجام نشده است. در این مطالعه به ارتباط بین این دو عامل می‌پردازیم.

روش: این پژوهش کمی و با روش پرسش‌نامه‌ای است. جامعه نمونه ۱۶۵ نفر از دانشجویان ارشد مدیریت در ایران است. نمونه‌گیری به صورت تصادفی و با ارسال ایمیل انجام شد. روایی تحقیق با مرور ادبیات، مصاحبه متخصصان، گزینش و بازگرداندن پرسش‌نامه‌ها به فارسی طی چندین مرحله صورت گرفت. پایایی متغیرهای تحقیق با روش آلفای کرونباخ پس از تکمیل پرسش‌نامه سنجیده شد. در انتها، متغیرهای تحقیق به شکل میانگین محاسبه و با روش رگرسیون خطی تحلیل شدند.

یافته‌ها: ابعاد مختلف کاراکتر بر توانمندی‌های احساسی - اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری داشتند. به‌طور کلی در دسته توانمندی‌های احساسی - خودآگاهی، ابعاد کاراکتر اعتدال، مسئولیت‌پذیری و تمامیت اخلاقی؛ در دسته توانمندی‌های احساسی - خودمدیریتی ابعاد کاراکتر اعتدال، انگیزه، وراوی، مشارکت و شهامت؛ در دسته توانمندی‌های اجتماعی - آگاهی اجتماعی، ابعاد فروتنی، انسانیت و شهامت و در دسته توانمندی‌های اجتماعی - مدیریت ارتباطات بین فردی، ابعاد داوری، وآوری، مشارکت، شهامت و تمامیت اخلاقی تأثیر مثبت و معناداری داشتند.

نتیجه‌گیری: نتایج این تحقیق اهمیت کاراکتر را در شکل‌گیری توانمندی‌های احساسی - اجتماعی پررنگ‌تر می‌کند. با توجه به نتایج، ابعادی نظیر اعتدال، انسانیت، فروتنی و وراوی به‌عنوان ابعاد اثرگذار بر توسعه توانمندی‌ها شناخته شدند که در مطالعات قبلی به آنها کمتر توجه شده بود. رهبری فروتنانه، مکانیزم‌های انگیزشی مناسب و برنتابیدن رفتارهای غرورآمیز و غیرانسانی، راهکارهایی هستند که در راستای توسعه ابعاد کاراکتر به آنها اشاره شده است.

کلیدواژه‌ها: توانمندی‌های احساسی، توانمندی‌های اجتماعی، کاراکتر، درهم‌تنیدگی، عملکرد.

استناد: هنديجانی، روزا؛ علوی، سید بابک؛ مشایخی، علینقی (۱۳۹۸). تأثیر کاراکتر بر توانمندی‌های احساسی و اجتماعی: پژوهش پیمایشی روی دانشجویان حوزه مدیریت. فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱۱(۲)، ۳۷۵ - ۴۰۲.

فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۸، دوره ۱۱، شماره ۲، صص. ۳۷۵-۴۰۲

DOI: 10.22059/jibm.2019.269178.3312

دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۱۷، پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۱۴

© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه

یکی از دغدغه‌های اصلی مدارس کسب‌وکار در سراسر دنیا، آموزش و پرورش توانمندی‌های مدیریتی به دانشجویان رشته مدیریت است. سالانه هزینه‌های زیادی صرف آموزش و توسعه توانمندی‌های افراد در سازمان‌ها می‌شود (بویاتزیس و ستسیوگلو^۱، ۲۰۰۸). با وجود این تلاش‌ها، عملکرد مدیران و رهبران سازمانی چندان متقاعدکننده به نظر نمی‌رسد (اندروز و هیگسون^۲، ۲۰۰۸ و جکسون^۳، ۲۰۰۹). در واقع، در بسیاری موارد افراد در شرایط مختلف سازمانی در رابطه با درگیری با مسائل سازمانی، قادر به تصمیم‌گیری صحیح و انتخاب راه حل درست نیستند. به‌عنوان نمونه‌هایی از این ضعف تصمیم‌گیری می‌توان به موارد متعدد تصمیم‌های غیراخلاقی ناشی از حرص، طمع و مادی‌گرایی در سازمان‌ها اشاره کرد که هزینه‌های زیادی برای میلیون‌ها انسان در دنیا به‌همراه داشته و باعث از بین رفتن اعتماد مردم به مدیران و رهبران سازمان‌ها شده است (کروسان، مازوتیس، سیجتز و گانز^۴، ۲۰۱۳).

در مطالعات اخیر در حوزه تصمیم‌های سازمانی، عاملی زیربنایی با عنوان کاراکتر بارها و بارها تکرار می‌شود که در کنار توانمندی‌ها و تعهد، در موفقیت یا شکست افراد در تصمیم‌گیری در سازمان‌ها نقش چشمگیری دارد. ضعف در کاراکتر، بر دو مؤلفه دیگر تأثیر مخرب داشته و به ضعف عملکرد در سطح فردی و سازمانی منجر می‌شود (سیجتز، گانز، کروسان و رنو^۵، ۲۰۱۵). همچنین کاراکتر، در شکل‌گیری و توسعه توانمندی‌های فردی و به‌طور خاص توانمندی‌های احساسی و اجتماعی نقش بنیادین دارد و می‌تواند بر انتخاب نوع توانمندی‌هایی که به بهبود نیاز دارند و یافتن راه‌کارهای لازم برای بهبود این توانمندی‌ها اثرگذار باشد. با وجود اهمیت کاراکتر به‌عنوان یک مؤلفه اصلی اثرگذار بر شکل‌گیری و توسعه توانمندی‌های فردی، این حوزه نیاز به مطالعات بیشتری دارد و تأثیر کاراکتر و نحوه تعامل آن با توانمندی‌ها در مطالعات پیشین بررسی نشده است (استرام، ورا و کروسان^۶، ۲۰۱۷). به‌طور خاص و بر اساس بررسی‌های انجام‌شده توسط نویسندگان مقاله و نظرهای متخصصان حوزه منابع انسانی در مطالعات پیشین، تأثیر ابعاد کاراکتر بر توانمندی‌های احساسی و اجتماعی بررسی نشده است.

نکته حائز اهمیت دیگر آن است که بسیاری از تحلیل‌گران مسئولیت ضعف تصمیم‌گیری مدیران سازمان‌ها را متوجه مدارس مدیریت و کسب‌وکار به‌عنوان پرورش‌دهندگان مدیران و رهبران سازمانی می‌دانند (کروسان و همکاران، ۲۰۱۳). مجله اکونومیست در شماره ۲۴ نشریه آنلاین خود در شهریور سال ۲۰۰۹ خطاب به مدارس کسب‌وکار دانشگاه‌های تراز اول دنیا می‌نویسد: « شما نمی‌توانید ادعا کنید که ما پرورش‌دهندگان رهبران سازمان‌ها هستیم و بعد خود را از تصمیم‌های غیراخلاقی فارغ‌التحصیلان خود در سازمان‌ها مبرا بدانید.» با توجه به نقش و مسئولیت دانشکده‌های مدیریت و مدارس کسب‌وکار در پرورش مدیران و رهبران آینده سازمان‌ها، انجام مطالعه در زمینه کاراکتر و نقش آن در شکل‌گیری و توسعه توانمندی‌ها در دانشجویان مدیریت ضروری و به‌هنگام است.

کاراکتر ترکیبی از ارزش‌ها، فضایل اخلاقی و ویژگی‌های شخصیتی است که بر عملکرد افراد اثرگذار باشد. توانمندی‌ها به‌معنای توانایی‌ها یا شایستگی‌های رفتاری مورد نیاز برای اکتساب دانش، آگاهی و مهارت‌های مورد نیاز در

1. Boyatzis & Saatioglu

3. Jackson

5. Seijts, Gandz, Crossan & Reno

2. Andrews & Higson

4. Crossan, Mazutis, Seijts & Gandz

6. Sturm, Vera & Crossan

راستای انجام صحیح فعالیت‌ها و دستیابی به اهداف فردی و سازمانی است. به‌طور کلی توانمندی‌ها به سه دسته توانمندی‌های ادراکی، احساسی و اجتماعی تقسیم‌بندی می‌شوند (بویاتزیس^۱، ۲۰۱۱). در این تحقیق تمرکز محققان بر توانمندی‌های احساسی و اجتماعی به‌عنوان دو عامل مهم و اثرگذار بر عملکرد افراد است (بویاتزیس، ۲۰۰۸؛ دولویس و هیگز^۲، ۲۰۰۴ و گلن^۳، ۱۹۹۸، ۲۰۰۶). توانمندی‌های احساسی و اجتماعی بر مجموعه‌ای از قابلیت‌های فردی در درک و شناخت احساسات و مدیریت آنها تمرکز دارد. بر اساس تقسیم‌بندی بویاتزیس (۲۰۱۱)، توانمندی‌های احساسی شامل دو دسته خودآگاهی و مدیریت فردی و توانمندی‌های اجتماعی شامل دو دسته آگاهی اجتماعی و مدیریت ارتباطات بین فردی است. مطالعات اولیه در حوزه توانمندی‌ها تا حد زیادی بر توانمندی‌های ادراکی متمرکز بوده‌اند (برای مثال، می‌توان به مطالعات مک‌لند، بالدوین، برونفنبرنر و استرادیک^۴، ۱۹۵۸ و کمپ بل، دانت، لالر و ویک^۵، ۱۹۷۰ اشاره کرد). با وجود این، تحقیقات متعدد انجام‌شده در بیش از یک دهه اخیر نشان می‌دهند توانمندی‌های احساسی و اجتماعی به‌طور جداگانه در موفقیت عملکردی افراد نقش معناداری دارند و بخش مهمی از واریانس عملکرد افراد توسط این دو دسته توانمندی‌ها پیش‌بینی می‌شود (بویاتزیس، ۲۰۰۸؛ دولویس و هیگز^۶، ۲۰۰۴ و دولویس^۷، ۲۰۰۲). این تأثیر نه تنها در ارتباط با موفقیت شغلی بلکه در ارتباط با موفقیت تحصیلی افراد نیز مشاهده شده است (دورلک، ویس‌برگ، دیمینکی، تیلور و شلینگر^۸، ۲۰۱۱).

جامعه نمونه ما در این تحقیق دانشجویان ارشد حوزه مدیریت است. یکی از اهداف دانشکده‌های مدیریت و کسب‌وکار آماده‌سازی دانشجویان و کمک به افزایش موفقیت آنها در محیط کاری است. همان‌گونه که در بالا اشاره شد، کاراکتر در کنار توانمندی‌های احساسی و اجتماعی در موفقیت افراد در سازمان‌ها نقش بسزایی دارد (مرادی، نیما، ریکاردی، آرکر و گارسیا^۹، ۲۰۱۴). به‌علاوه، کاراکتر در شکل‌گیری و رشد توانمندی‌های احساسی و اجتماعی افراد نیز نقش مهمی دارد (استرام و همکاران، ۲۰۱۷). در این مطالعه، هدف آن است که به شناسایی و درک عمیق‌تری از نحوه اثرگذاری و تعامل کاراکتر با توانمندی‌های احساسی و اجتماعی در دانشجویان مدیریت دست پیدا کنیم. مطالعه پیش رو به این پرسش پاسخ خواهد داد که کدام یک از ابعاد کاراکتر بر هر یک از چهار دسته توانمندی‌های احساسی و اجتماعی اثرگذار خواهد بود. این امر کمک می‌کند بتوانیم با به‌کارگیری روش‌های آموزش و توسعه ابعاد کاراکتر، سطح توانمندی‌های احساسی و اجتماعی دانشجویان را به‌نحو مؤثرتری ارتقا دهیم. همچنین شناخت بهتر نحوه تعامل بین این ابعاد در دانشجویان کمک می‌کند بتوانیم قوت‌ها و زمینه‌های نیازمند بهبود دانشجویان را شناسایی کرده و از آن در برنامه‌ریزی‌های آموزشی آتی در دانشکده مدیریت استفاده کنیم. این امر به نوبه خود می‌تواند در موفقیت شغلی و بهبود کیفیت عملکرد فارغ‌التحصیلان مدیریت در فضای کسب‌وکار تأثیرگذار باشد.

در بخش‌های بعدی، ابتدا به بررسی پیشینه پژوهش و مرور ادبیات در حوزه شایستگی‌ها، کاراکتر و ارائه تعاریف کلیدی این حوزه می‌پردازیم. در بخش سوم، روش‌شناسی پژوهش توضیح داده می‌شود. بخش چهارم به یافته‌های

1. Boyatzis

3. Goleman

5. Campbell, Dunnette, Lawler & Weick

7. Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor & Schellinger

2. Dulewicz & Higgs

4. McClelland, Baldwin, Bronfenbrenner & Strodbeck

6. Higgs & Dulewicz

8. Moradi, Nima, Rapp Ricciardi, Archer & Garcia

پژوهش می‌پردازد و در نهایت، در بخش آخر، نتایج تحقیق و یافته‌ها تحلیل شده و برای تحقیقات آتی پیشنهادهایی ارائه می‌شود.

پیشینه پژوهش

در رابطه با مفهوم کاراکتر در حوزه‌های مختلف دانش انسانی نظیر فلسفه (ویلیامسون^۱، ۲۰۰۸)، سیاست (گارامون، استیل و پینکلتون^۲، ۱۹۹۱) و روان‌شناسی (سلیگمن و پیترسون^۳، ۲۰۰۳) مطالعه شده است. در فلسفه، کاراکتر به‌عنوان یکی از عوامل اصلی اثرگذار بر زندگی فردی و رهبری سازمانی در نظر گرفته شده است. ارسطو از کاراکتر به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در احساس شادی و رفاه در زندگی فردی یاد می‌کند و افلاطون روی آن به‌عنوان عامل مهمی در رهبری اجتماعات تأکید می‌کند (ویلیامسون، ۲۰۰۸). در علوم سیاسی، ویژگی‌هایی نظیر دوستی، صداقت و همدلی به‌عنوان ابعاد کاراکتر و عوامل مهم مورد استفاده در ارزیابی کاندیداهای انتخاباتی توسط رأی‌دهندگان در نظر گرفته می‌شوند. در روان‌شناسی نیز، اخیراً محققان حوزه روان‌شناسی مثبت از کاراکتر استقبال کرده‌اند. رویکرد سنتی در روان‌شناسی بر شناسایی ضعف‌ها و یافتن راه‌کارهایی برای مقابله با آنها می‌پردازد. در مقابل، روان‌شناسی مثبت بر تمرکز توانمندی‌های فردی و کاراکتر مثبت و نقش آن در سلامت ذهنی افراد و بهبود شرایط زندگی آنان تأکید دارد (سلیگمن، استین، پارک و پیترسون^۴، ۲۰۰۵). بر خلاف مطالعات انجام‌شده در سه حوزه فلسفه، سیاست و روان‌شناسی، در حوزه مدیریت در رابطه با نقش کاراکتر به شکل آشکار در گذشته، بحث و بررسی نشده است. با وجود این، در سال‌های اخیر، پژوهشگران حوزه مدیریت از کاراکتر و تأثیر آن بر مدیریت و رهبری سازمانی استقبال کرده‌اند (کروسان، مازوتیس سیجتز^۵، ۲۰۱۳). به‌عنوان یکی از این حوزه‌ها می‌توان به نقش فضیلت و تأثیر آن بر مدیریت مثبت سازمانی^۶ اشاره کرد. تحقیقات اخیر نشان می‌دهند کاراکتر و توانمندی‌های مدیریتی اجزای تشکیل‌دهنده رهبری اثربخش هستند (هانا و اولیو^۷، ۲۰۱۲). اگر چه برخورداری از جنبه‌های مختلف کاراکتر به‌تنهایی جزئی ارزشمند از ویژگی‌های فردی است، اما تأثیر چشمگیری بر شکل‌گیری و توسعه توانمندی‌های افراد دارد. با وجود اهمیت بنیادین کاراکتر در رشد و توسعه توانمندی‌ها، برای اینکه بتوانیم به درک عمیق‌تری از ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌های فردی و نقش آنها در مدیریت سازمانی دست پیدا کنیم، به مطالعات بیشتری نیاز است.

تعریف کاراکتر

در تعریف مک اینتایر^۸ (۲۰۰۷) کاراکتر به‌معنای مجموعه‌ای از حالات شخصیتی است که به رفتار یا نحوه خاصی از زندگی می‌انجامد. بر اساس اتفاق نظر محققان، کاراکتر یک ویژگی فردی است، قابل یادگیری بوده و ابعاد متعددی دارد (هانا و اولیو، ۲۰۱۲). بر اساس مطالعات انجام‌شده توسط پیترسون و سلیگمن^۹ (۲۰۰۴) در حوزه روان‌شناسی مثبت،

1. Williamson

3. Seligman & Peterson

5. Crossan, Mazutis & Seijts

7. Hannah & Avolio

9. Peterson & Seligman

2. Garramone, Steele & Pinkleton

4. Seligman, Steen, Park & Peterson

6. Positive Organizational Scholarship

8. MacIntyre

کاراکتر متشکل از شش بعد خرد^۱، شجاعت^۲، انسانیت^۳، عدالت^۴، اعتدال^۵ و وراروی^۶ است که بین فرهنگ‌ها و سنت‌های مختلف در سراسر دنیا شامل تائویسم و کنفیوسیوسیم در چین، بودیسم و هندوئیسم در هند، مسیحیت، یهودیسم و اسلام مشترک است (پارک و پیترسون^۷، ۲۰۰۹ و سلیگمن و همکاران، ۲۰۰۵). هر یک از این ابعاد به‌نوبه خود زیربدهای متعددی دارند که در کل ۲۴ زیربده برای این شش بعد اصلی تعریف می‌شود (برای آشنایی بیشتر با ابعاد و زیربدهای کاراکتر به مقاله مک‌گراث^۸ (۲۰۱۴) رجوع شود). تحقیقات جدید در زمینه کاراکتر در حوزه مدیریت و رهبری، مدل پیترسون و سلیگمن را به مدل جدیدی توسعه می‌دهد و ابعاد دیگری به آن اضافه می‌کند. بر اساس این مدل، کاراکتر در حوزه مدیریت و رهبری شامل ۱۱ بعد شجاعت، انسانیت، عدالت، اعتدال، وراروی، مسئولیت‌پذیری^۹، انگیزه^{۱۰}، مشارکت^{۱۱}، تواضع^{۱۲}، تمامیت اخلاقی^{۱۳} و داوری^{۱۴} است (سیجتر و همکاران، ۲۰۱۵). در مدل جدید به بعد داوری وزن و اهمیت بالاتری داده می‌شود و این بعد در تصمیم‌گیری و هدایت رفتارهای افراد نقش مرکزی دارد. این الویت‌بندی با دیدگاه ارسطو در ارتباط با خرد کاربردی^{۱۵} تطابق دارد که بر اساس آن فردی با قدرت داوری بالا می‌تواند یک موقعیت را از ابعاد مختلف بررسی کند و تصمیم‌های بهتری بگیرد که در نهایت به نتایج بهتر منجر شود (کروسان و همکاران، ۲۰۱۷).

از نظر ادبیات، کاراکتر مجموعه‌ای از سه جزء ویژگی‌های شخصیتی، ارزش‌ها و فضایل اخلاقی است. ویژگی‌های شخصیتی مجموعه‌ای از افکار، احساسات و رفتارها هستند که طی زمان و در شرایط مختلف پایدار می‌مانند. ارزش‌ها اعتقادات بنیادینی هستند که افراد در ارتباط با آنچه درست یا غلط است و آنچه باید در شرایط مختلف انجام شود، در ذهن دارند. فضایل اخلاقی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و رفتارهایی است که در بیشتر موقعیت‌ها درست تلقی شده و در بیشتر فرهنگ‌ها و ملیت‌ها به‌عنوان الگوی رهبری صحیح پذیرفته شده است. برخی از ابعاد کاراکتر مانند شجاعت یا اعتدال از جنس فضایل اخلاقی هستند (بونو و جاج^{۱۶}، ۲۰۰۴). برخی دیگر شامل فروتنی و انسانیت از نوع ویژگی‌های شخصیتی هستند (بونو و جاج، ۲۰۰۴)، در حالی که موارد دیگر مانند صداقت و تمامیت اخلاقی از جنس ارزش هستند. داشتن درک صحیح از ابعاد مختلف کاراکتر به شناسایی علل انجام رفتارهای مختلف در افراد کمک می‌کند (آل‌زولا^{۱۷}، ۲۰۱۲ و مک‌کینون^{۱۸}، ۱۹۹۹).

طی سال‌های اخیر در حوزه‌های روان‌شناسی و مدیریت، مطالعات تجربی متعددی در ارتباط با کاراکتر انجام شده است. در حوزه روان‌شناسی، تحقیقات انجام‌شده توسط بسیاری از محققان (پارک، پیترسون و سلیگمن^{۱۹}، ۲۰۰۶ و مک‌گراث، ۲۰۱۴) به بررسی روایی و پایایی ابعاد کاراکتر در مدل شش بعدی ارائه‌شده توسط پیترسون و سلیگمن

1. Wisdom
3. Humanity
5. Temperance
7. Park & Peterson
9. Accountability
11. Collaboration
13. Integrity
15. Practical Wisdom
17. Alzola
19. Park, Peterson & Seligman

2. Courage
4. Justice
6. Transcendence
8. McGrath
10. Drive
12. Humility
14. Judgement
16. Bono & Judge
18. McKinnon

(۲۰۰۴) پرداخته‌اند. پارک و همکاران (۲۰۰۴) روایی و پایایی ابعاد مدل کاراکتر را در نمونه‌ای شامل ۱۱۷۶۷۶ نفر از ۵۴ ملیت و ۵۰ ایالت آمریکا بررسی کردند. تفاوت معناداری بین نمونه‌های جمع‌آوری شده در آمریکا و سایر ملیت‌ها، به جز در ارتباط با بعد مذهب، مشاهده نشد. محبت، عدالت، صداقت، سپاس‌گزاری و داوری به‌عنوان مهم‌ترین ابعاد شناسایی شدند. عقلانیت، فروتنی و خودتنظیمی، ابعادی با درجه اهمیت پایین‌تر شناخته شدند. مطالعات متعدد دیگری نیز به بررسی ابعاد کاراکتر و روایی و پایایی مدل آن پرداخته‌اند (برداری و کشدن^۱، ۲۰۱۰؛ پیترسون، پارک، دی‌آندریا و سلیگمن^۲، ۲۰۰۸؛ مک‌دانلد، بور و مونرو^۳، ۲۰۰۸؛ روچ و همکاران^۴، ۲۰۱۰؛ سینق و چوبسیا^۵، ۲۰۱۰؛ شیریاک، استگر، کروگر و کالی^۶، ۲۰۱۰ و لیتمن - اوالیدا و لوی^۷، ۲۰۱۰). تعداد ابعاد اصلی مشاهده‌شده در این مطالعات بین ۳ تا ۵ بعد متفاوت بودند. با وجود این، بیشتر مطالعات انجام‌شده در ارتباط با بعد انسانیت زیربدهایی متشکل از ویژگی‌هایی نظیر محبت، رهبری یا کار تیمی را شناسایی کردند. بعد داوری و قضاوت در بسیاری از مطالعات به‌صورت بعدی جداگانه ظهور پیدا کرد. مک‌گراث (۲۰۱۴) در مطالعه دیگری به‌منظور بررسی دقیق‌تر تفاوت‌های مشاهده‌شده در مطالعات پیشین، پایایی و روایی ابعاد کاراکتر را در یک نمونه متشکل از ۴۵۸۹۹۸ نفری در کشور آمریکا بررسی کرد. در این تحقیق نیز، محققان به مدلی پنج‌بعدی با یک بعد جدید تحت عنوان آینده‌نگری^۸ به‌جای مدل شش‌بعدی پیترسون و سلیگمن (۲۰۰۴) دست یافتند.

با توجه به پررنگ شدن اهمیت کاراکتر در مدیریت و رهبری سازمانی در سال‌های اخیر، محققان حوزه مدیریت و رهبری تلاش کردند مدل پیترسون و سلیگمن را توسعه داده و مدل جدیدی از کاراکتر متناسب با فضای کسب‌وکار ارائه دهند. این کار به‌طور عمده بر اساس مطالعات پراکنده و مرتبط در ارتباط با ابعاد مختلف کاراکتر و همچنین انجام مصاحبه‌های گسترده با مدیران ارشد سازمان‌های معتبر طراحی و تدوین شد. بر این اساس، سیجنتز و همکاران (۲۰۱۵) مدلی جدید متشکل از ۱۱ بعد ارائه دادند که در بالا نیز به آن اشاره شد. در مدل جدید زیربدهای عشق از بعد انسانیت در مدل پیترسون و سلیگمن، جایگزین بعد نوع‌دوستی شد تا با محیط کار و الزامات سازمانی هماهنگ‌تر باشد. به‌علاوه، مصاحبه با مدیران سازمان‌ها در کنار مطالعات تجربی و نظری مرتبط نشان داد ابعادی نظیر تمامیت اخلاقی، مسئولیت‌پذیری و فروتنی، به‌دلیل اهمیت بالایی که در تصمیم‌گیری در محیط سازمان دارند، باید به‌عنوان بعد اصلی در نظر گرفته شوند. در سال‌های اخیر در ارتباط با نقش و اهمیت تمامیت اخلاقی (پالانسی و یامارینو^۹، ۲۰۱۱ و گنتری و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۳)، مسئولیت‌پذیری (امتر، داگلاس، فریس و گوکا^{۱۱}، ۲۰۰۴ و فرینک و کلیموسکی^{۱۲}، ۱۹۹۸) و فروتنی (او و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۴ و اوونز و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۳) در تصمیم‌های سازمانی مطالعات متعددی ارائه شده است (کروسان و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۷).

1. Brdar & Kashdan

3. Macdonald, Bore & Munro

5. Singh & Choubisa

7. Littman-Ovadia & Lavy

9. Palanski & Yammarino

11. Ammeter, Douglas, Ferris & Goka

13. Ou et. al

15. Crossan et. al

2. Peterson, Park, Pole, D'Andrea & Seligman

4. Ruch et. al

6. Shryack, Steger, Krueger & Kallie

8. Future Orientation

10. Gentry et. al

12. Frink & Klimoski

14. Owens, Johnson & Mitchell

در مقایسه بین مدل پیترسون و سلیگمن (۲۰۰۴) و مدل جدید ارائه شده توسط سیجتز و همکاران این نکته حائز اهمیت است که مدل نخست مدلی است که بیشتر بر سلامت روانی و رفاه فردی افراد جامعه متمرکز است و بیشتر جنبه روان‌شناسی دارد. در مقابل، مدل سیجتز و همکاران (۲۰۱۵) به دلیل سازگاری و تناسب آن با فضای مدیریت و کسب‌وکار در مطالعات سازمانی مناسب‌تر است و می‌تواند در راستای سنجش ابعاد کاراکتر در فضای کسب‌وکار در محیط سازمانی و همچنین، در آموزش دانشجویان مدیریت به کار گرفته شود (کروسان و همکاران، ۲۰۱۳). بر این اساس، محققان در این مطالعه برای سنجش کاراکتر، از مدل یازده‌بعدی سیجتز و همکاران (۲۰۱۵) استفاده می‌کنند. این مدل به ابعاد مختلف کاراکتر در فضای کسب‌وکار نگاهی جامع دارد و جنبه‌هایی از آن که در مدل‌های قبلی سنجیده نشده یا به آن اهمیت کافی داده نشده است را نیز در بر می‌گیرد.

تعریف توانمندی‌ها

توانمندی‌ها، دانش و مهارت‌های لازم برای رهبری اثربخش در سطح فردی و سازمانی را در بر می‌گیرند (دراگونی، تسلاک، راسل و او، ۲۰۰۹). در حوزه توانمندی‌های فردی، ادبیات وسیعی وجود دارد. در یکی از دسته‌بندی‌های این حوزه که توسط بویاتزیس (۲۰۱۱) انجام شده است، توانمندی‌ها به سه دسته توانمندی‌های ادراکی^۱، احساسی^۲ و اجتماعی^۳ تقسیم می‌شوند. توانمندی‌های ادراکی شامل توانمندی توانایی تفکر سیستمی^۴ و توانایی شناخت روند^۵ است. توانایی‌های احساسی شامل دو حوزه توانمندی‌های خودآگاهی^۶ و خودمدیریتی^۷ هستند. توانمندی‌های خودآگاهی بر شناخت و درک احساسات شخصی تمرکز دارند و شناخت احساسی و داشتن درک صحیح از حالات روحی و احساسات شخصی را شامل می‌شوند. توانمندی خودآگاهی احساسی در این دسته قرار می‌گیرد. توانمندی‌های خودمدیریتی بر مدیریت اثربخش فرد بر خود و احساسات و رفتار خود تمرکز دارند. این دسته از توانمندی‌ها شامل چهار رده موفقیت‌گرایی^۸، سازگاری با محیط^۹، خودکنترلی احساسی^{۱۱} و چشم‌انداز مثبت^{۱۲} هستند.

توانمندی‌های اجتماعی دو دسته آگاهی اجتماعی^{۱۳} و مدیریت ارتباطات بین فردی^{۱۴} را در بر می‌گیرند. توانمندی‌های آگاهی اجتماعی بر درک و شناخت احساسات دیگران تمرکز داشته و توانمندی‌های همدلی^{۱۵} و آگاهی سازمانی^{۱۶} را شامل می‌شوند. مدیریت ارتباطات بین فردی بر درک فرد در رابطه با احساسات سایرین تمرکز دارد و پنج دسته مدیریت تعارض^{۱۷}، مربیگری^{۱۸}، نفوذ بر سایرین^{۱۹}، رهبری انگیزشی^{۲۰} و کار تیمی^{۲۱} را در بر می‌گیرد.

اگرچه از جنبه انواع توانمندی‌های فردی تقسیم‌بندی‌های زیادی وجود دارد، اما در این مطالعه برای سنجش توانمندی‌های احساسی و اجتماعی، از مدل بویاتزیس استفاده می‌کنیم. این بدان علت است که این مدل ابعاد مختلف

1. Dragoni, Tesluk, Russell & Oh
3. Emotional
5. System Thinking
7. Self-Awareness
9. Achievement Orientation
11. Emotional Awareness
13. Social Awareness
15. Empathy
17. Conflict Management
19. Influence
21. Teamwork

2. Cognitive
4. Social
6. Pattern Recognition
8. Self-Management
10. Adaptability
12. Positive Outlook
14. Relationship Management
16. Organizational Awareness
18. Coach and Mentor
20. Inspirational Leadership

توانمندی‌های احساسی و اجتماعی را به‌خوبی می‌سنجد. به‌علاوه، سال‌های متوالی از این مدل برای دانشجویان رشته مدیریت، به‌منظور بررسی و توسعه توانمندی‌های احساسی و اجتماعی آنها، استفاده شده است. به همین دلیل برای مطالعه ما که جامعه هدف آن دانشجویان رشته مدیریت هستند، مناسب است (بویاتزیس و ستسیوگلو، ۲۰۰۸).

ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌ها

تئوری‌های متعددی به بررسی ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌ها پرداخته‌اند. ما در اینجا به‌طور خاص تئوری درهم‌تنیدگی کاراکتر و توانمندی‌ها را بررسی می‌کنیم.

تئوری درهم‌تنیدگی کاراکتر و توانمندی‌ها^۱

این تئوری یکی از جدیدترین تئوری‌ها در ارتباط با رابطه بین کاراکتر و توانمندی‌ها است. بر اساس این تئوری، درهم‌تنیدگی از طریق فرایندهایی اتفاق می‌افتد که در آن اجزای کاراکتر یکدیگر و همین‌طور ابعاد مختلف توانمندی‌ها را تقویت می‌کنند. بر اساس این تئوری کاراکتر و توانمندی‌ها در تعامل با یکدیگر می‌توانند به عملکردی منحصر به فرد منجر شوند. زمانی که این سطح از تعامل و تقویت اتفاق می‌افتد، فرد می‌تواند در تصمیم‌های خود، از آن در شرایط و موقعیت‌های مختلف به نحو مطلوب استفاده کند (استرام و همکاران، ۲۰۱۷). علت اصلی این تأثیر عمیق آن است که کاراکتر، در تفکر و بازنگری رفتاری در فرد، نقش توانمندسازی ایفا می‌کند (کروسان و همکاران، ۲۰۱۷). در واقع، کاراکتر و توانمندی‌ها در یک چرخه پنج‌مرحله‌ای شامل تفکر، آگاهی، قضاوت، قصد به انجام رفتار و در نهایت رفتار توسعه پیدا کرده و تقویت می‌شوند (کروسان و همکاران، ۲۰۱۳ و کروسان و همکاران، ۲۰۱۳). در ابتدا و در مرحله تفکر، فرد به درکی از قوت‌ها و حوزه‌های نیازمند بهبود از جنبه کاراکترها و توانمندی‌های خویش دست پیدا می‌کند. پس از رسیدن به خودآگاهی، در مرحله قضاوت، درک فردی به شناسایی ابعاد نیازمند بهبود کمک می‌کند. در مرحله قصد، قضاوت به برنامه‌ریزی درست برای شناسایی اهداف فردی و یافتن راه‌کارها در راستای دستیابی به این اهداف کمک می‌کند. در نهایت، در مرحله آخر قصد فردی به انجام رفتار و دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی‌شده در مرحله قبل از جنبه دستیابی، تقویت یا تعدیل ابعاد مختلف کاراکتر و توانمندی‌ها کمک می‌کند.

مطالعات مفهومی و تجربی انجام‌شده پیش‌بینی‌های تئوری درهم‌تنیدگی کاراکتر و توانمندی‌ها را تأیید می‌کنند. در یک مطالعه تجربی در سال ۲۰۰۳، فردریکسون با جمع‌آوری شواهد حاصل از مطالعات گوناگون بر این امر تأکید دارد که فضایل اخلاقی (به بیان دیگر کاراکتر) میزان توانمندی‌های ادراکی، احساسی و اجتماعی را در کارکنان و سازمان‌ها افزایش می‌دهند. در مطالعه مفهومی دیگری، فروتنی به‌عنوان یک بعد کاراکتر مهم در توسعه توانمندی‌های فردی و سازمانی شناخته شد. سطح بالای کاراکتر به‌عنوان عامل پیش‌بینی‌کننده در بهبود و توسعه توانمندی‌های افراد شناخته شد. بر اساس این مطالعه، فروتنی باعث می‌شود رهبران به درک واقع‌بینانه‌تری از توانمندی‌ها و میزان مشارکت خود در مقایسه با سایرین دست پیدا کنند. این توانمندی به‌نوبه خود در ارتباط با توانمندی‌های فردی، نقاط قوت و زمینه‌های نیازمند به بهبود رهبر، به تفکر عمیق‌تری منجر می‌شود. این امر به ارزیابی واقع‌بینانه و غیرمبالغه‌آمیز از موفقیت‌ها و

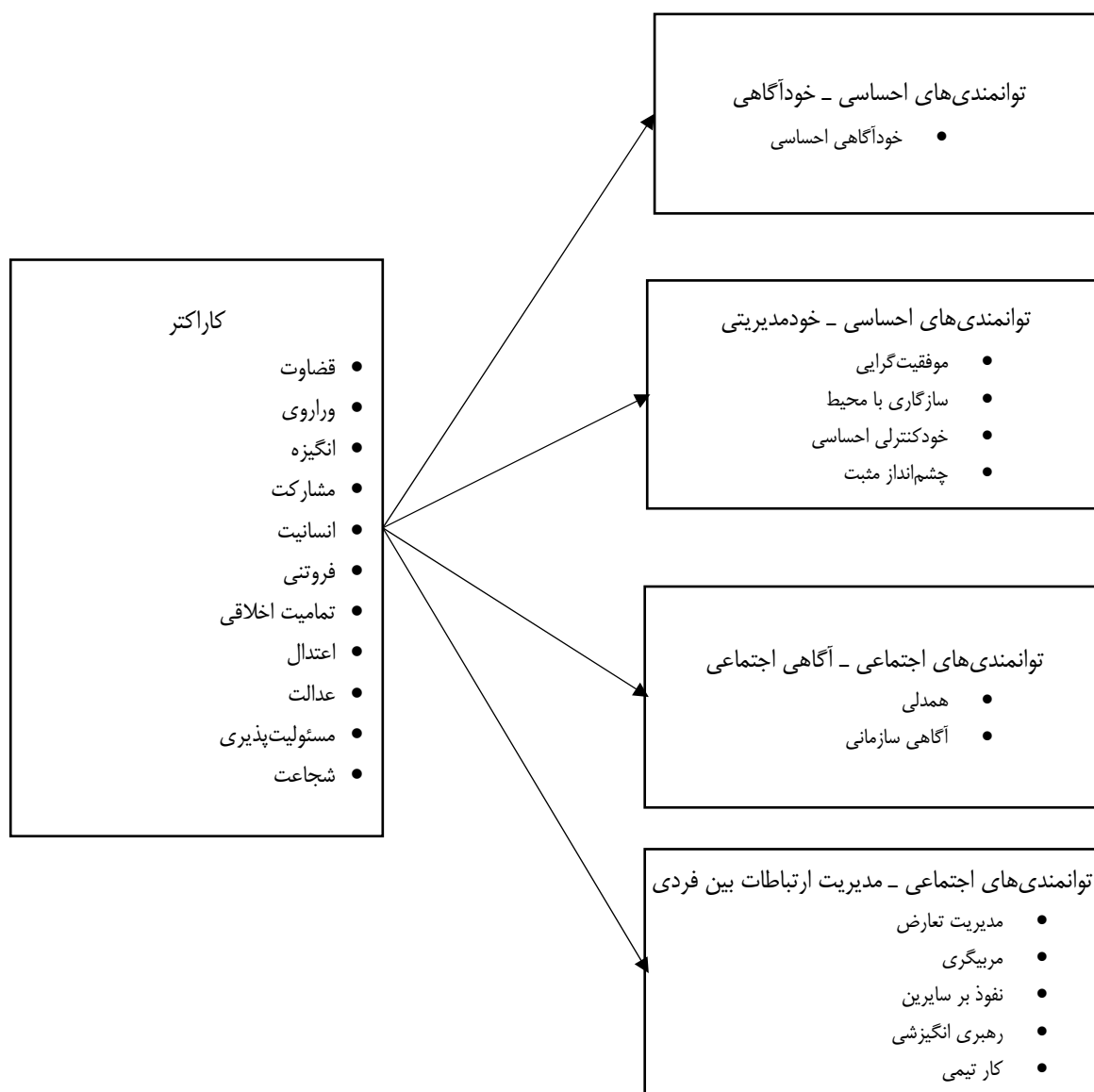
شکست‌های رهبران می‌انجامد (ورا و رودریگز- لویز^۱، ۲۰۰۴). این فرایند باعث می‌شود رهبر قوت‌های خود را به‌درستی شناسایی کرده و آنها را بپذیرد و در عین حال، به دنبال یافتن راه‌کارهایی برای تقویت و بهبود ضعف‌های خود برآید. به‌طور مشابه با فروتنی، بعد وراروی باعث می‌شود فرد بتواند با نگاه به آینده و ایجاد رویکرد خوش‌بینانه بر سختی‌هایی که طی مسیر بهبود و توسعه توانمندی‌ها با آنها مواجه می‌شود، غلبه کند و در مقابله با چالش‌هایی که طی مسیر توسعه توانمندی‌ها با آنها مواجه می‌شود، تسلیم نشود (استرام و همکاران، ۲۰۱۷).

در ارتباط بین ابعاد کاراکتر، توانمندی‌ها و شاخص‌های عملکردی طی سال‌های اخیر تحقیقات متعددی صورت گرفته است. در یک مطالعه انجام‌شده در سال ۲۰۱۸، محققان به بررسی ارتباط بین ابعاد کاراکتر بر اساس مدل پیترسون و سلیگمن (۲۰۰۴)، هوش احساسی و احساسات مثبت پرداخته‌اند (روس-مرتته، مورا، نیدال، بلد و برنگوئر^۲، ۲۰۱۸). این مطالعه به شکل همبستگی در یک جامعه متشکل از ۴۱۹ نفر از دانشجویان کارشناسی در اسپانیا انجام شد. نتایج این تحقیق رابطه مثبت و معناداری را بین ابعاد کاراکتر، هوش احساسی و احساسات مثبت نشان داد. در مطالعه دیگری، محققان تأثیر آموزش کاراکتر را بر هوش اجتماعی بین نوجوانان به روش شبه - آزمایشی بررسی کردند. این مطالعه روی جامعه دانش‌آموزی متشکل از ۹۲۰ دانش‌آموز سال نهم در مدارس هنگ‌کنگ در کشور چین صورت گرفت. نتایج نشان داد آموزش کاراکتر بر بهبود توانمندی‌های اجتماعی دانش‌آموزان تأثیر مثبت و معناداری داشت (چونگ و لی^۳، ۲۰۱۰). کروسان و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود رابطه بین ابعاد کاراکتر و شاخص‌های عملکرد سازمانی را بررسی کردند. این مطالعه روی ۱۱۱ فرد با پتانسیل رهبری در سازمان مورد بررسی انجام شد. بر اساس نتایج این مطالعه، همه ابعاد کاراکتر به‌استثنای شجاعت و ورآوری، بر ارزیابی عملکرد افراد در سازمان تأثیر مثبت و معناداری داشتند.

بر اساس پیشینه نظری و تجربی اشاره‌شده در بالا، می‌توان پیش‌بینی کرد ابعاد مختلف کاراکتر در توسعه و شکل‌گیری توانمندی‌ها نقش معناداری دارد. با وجود این، تا کنون در ارتباط با نحوه اثرگذاری ابعاد مختلف کاراکتر و توانمندی‌ها به‌صورت دقیق مطالعات تجربی انجام نشده است. به‌علاوه، عمده مطالعات انجام‌شده در زمینه کاراکتر روی یک بعد خاص نظیر بعد فروتنی، تمامیت اخلاقی یا شجاعت تمرکز داشته‌اند (تنگ‌نی^۴، ۲۰۰۰) و بقیه ابعاد در نظر گرفته نشده‌اند (کروسان و همکاران، ۲۰۱۷). مطالعات جدید در ارتباط با کاراکتر بر این موضوع تأکید دارند که همه ابعاد کاراکتر در کنار هم از اهمیت برخوردارند و نقش و اثرگذاری آنها باید به شکل یکپارچه و در کنار هم در نظر گرفته شود. در این تحقیق، تأثیر همه ابعاد کاراکتر در کنار هم بر ابعاد مختلف توانمندی‌های احساسی و اجتماعی بررسی شده است. بر این اساس مدل مفهومی و فرضیه تحقیق زیر را خواهیم داشت. شکل ۱ نحوه ارتباط بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

فرضیه ۱. ابعاد مختلف کاراکتر بر ابعاد توانمندی‌های احساسی شامل توانمندی‌های زیرشاخه خودآگاهی احساسی و توانمندی‌های زیرشاخه خودمدیریتی تأثیر مثبت می‌گذارند.

فرضیه ۲. ابعاد مختلف کاراکتر بر ابعاد توانمندی‌های اجتماعی شامل توانمندی‌های زیرشاخه آگاهی اجتماعی و مدیریت ارتباطات بین فردی تأثیر مثبت می‌گذارند.



شکل ۱. ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌های احساسی و اجتماعی

روش‌شناسی پژوهش

به‌منظور بررسی مدل و فرضیه تحقیق، پرسش‌نامه‌ای شامل آزمون‌های استاندارد کاراکتر و توانمندی‌های احساسی و اجتماعی تهیه شد. روش پرسش‌نامه‌ای یکی از روش‌های مناسب برای سنجش ارتباط بین ابعاد مختلف کاراکتر و توانمندی‌ها و بررسی فرضیه تحقیق حاضر است. از آنجا که در این تحقیق فقط ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌ها بررسی شده، روش تحقیق از نوع توصیفی و کمی است. برای جمع‌آوری داده از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است. جامعه هدف دانشجویان ارشد رشته مدیریت در دو دانشگاه با اندازه متوسط در کشور ایران هستند و واحد تحلیل نمونه در سطح فردی است.

به‌منظور سنجش کاراکتر از مدل یازده‌بعدی کاراکتر (سیجنتز و همکاران، ۲۰۱۵) استفاده شد. این مدل نگاه جامعی به ابعاد مختلف کاراکتر در حوزه مدیریت سازمانی دارد و جنبه‌هایی از آن که در مدل‌های قبلی سنجیده نشده است، را در

بر می‌گیرد. به‌منظور سنجش توانمندی‌ها از مدل سه بخشی بویاتزیس (۲۰۱۱) شامل توانمندی‌های ادراکی، احساسی و اجتماعی استفاده شد. این مدل توانمندی‌ها طی سال‌ها برای سنجش ابعاد مختلف توانمندی‌های دانشجویان مدیریت استفاده شده (بویاتزیس و ستسیوگلو، ۲۰۰۸) و اعتمادپذیری و اعتبار آن در کشورها و فرهنگ‌های مختلف (باتیستا-فوگوئت، بویاتزیس، گوئین و سرولاوس^۱، ۲۰۰۸) به تأیید رسیده است. انتخاب پرسش‌نامه‌ها پس از انجام مصاحبه، بر اساس نظر خبرگان حوزه مدیریت که متشکل از هفت استاد دانشکده مدیریت یکی از دانشگاه‌های معتبر ایران بودند، بررسی و تأیید شد. در ادامه، پرسش‌نامه‌ها ابتدا توسط تیم تحقیق به زبان فارسی برگردانده شد. ترجمه و روان‌سازی به زبان فارسی طی چندین مرحله و با مشارکت تیم تحقیق تا زمان اجماع کامل روی ترجمه عبارات مربوط به پرسش‌ها ادامه یافت. با توجه به اینکه پرسش‌نامه‌ها به زبان فارسی ترجمه شدند، هنگام تهیه پرسش‌نامه اقداماتی صورت گرفت تا روایی ترجمه پرسش‌نامه‌های کاراکتر و توانمندی‌های احساسی و اجتماعی افزایش یابد (محمدبیگی، محمدصالحی و علی‌گل، ۱۳۹۳). در شروع تحقیق دو فرد متخصص در حوزه مدیریت و مسلط به زبان انگلیسی پس از انجام مصاحبه‌های متعدد و حصول اطمینان از کیفیت کارشان برای ترجمه و برگرداندن پرسش‌نامه‌ها به تیم تحقیق اضافه شدند. پرسش‌نامه‌ها توسط این دو فرد و با نظارت محقق نخست به زبان فارسی برگردانده شدند. سپس در جلسات متعدد مشترک این ترجمه‌ها بررسی، مقایسه و تلفیق شدند تا به ۱۰۰ درصد موافقت بین دو فرد ترجمه‌کننده و محقق نخست منجر شد. پس از آن، پرسش‌نامه‌های ترجمه‌شده به‌همراه پرسش‌نامه‌های زبان اصلی به سایر اعضای تیم تحقیق ارسال شد تا ترجمه‌ها را با نسخه اصلی مقایسه کرده و در صورت ابهام یا نیاز به اصلاح نظرهای خود را ارائه کنند. سپس، متن فارسی ترجمه‌شده به مترجم سومی که پرسش‌نامه اولیه را ندیده بود، داده شد تا از فارسی به انگلیسی برگردانده شود (ترجمه معکوس). هدف از ترجمه معکوس مقایسه پرسش‌نامه به زبان اصلی با ترجمه برگردانده‌شده از فارسی به انگلیسی است. با مقایسه نسخه ترجمه معکوس شده و صحبت‌های انجام‌شده بین مترجم سوم و تیم تحقیق مواردی در پرسش‌نامه‌ها اصلاح شده و پرسش‌نامه‌ها نهایی شدند.

به‌منظور بررسی روایی صوری، پرسش‌نامه‌های فارسی نهایی به سه تن افراد متخصص شامل اساتید حوزه مدیریت و متخصص در زبان انگلیسی داده شد. در این مرحله، متخصصان پرسش‌نامه‌ها را از جنبه وضوح (سادگی و قابل فهم بودن)، استفاده از زبان غیرتخصصی و به‌کارگیری زبان مشترک برای عموم بررسی کردند. در این مرحله با نظر تیم تحقیق، اصلاحات جزئی اعمال شد. روایی محتوا نیز در همین مرحله به شکل کیفی از طریق مصاحبه با متخصصان صورت گرفت. پرسش‌نامه‌ها از جنبه مناسب بودن پرسش‌ها، سنجش ابعاد کاراکتر و توانمندی‌ها، جامع بودن پرسش‌های تحقیق، رعایت دستور زبان، به‌کارگیری کلمات مناسب، نوع و ترتیب قرارگیری آیتم‌ها بررسی شد (پولیت و بک^۲، ۲۰۰۶). پس از نهایی‌سازی پرسش‌های پرسش‌نامه‌ها توسط تیم تحقیق و مصاحبه با متخصصان، پرسش‌نامه‌های مربوط به کاراکتر و توانمندی‌ها به‌صورت جداگانه به یک گروه ۵ تا ۱۰ نفره مشابه جامعه نمونه به‌صورت آزمایشی داده شد تا با بررسی دقیق پرسش‌ها، نظریات و ابهامات خود را در مورد تک‌تک پرسش‌ها بیان کنند. نکات عنوان‌شده در اصلاح پرسش‌نامه نهایی به‌کار گرفته شد.

روایی همگرایی با بررسی همبستگی بین پرسش‌های مربوط به هر یک از ابعاد و بعد مد نظر بررسی شد (محمدیگی و همکاران، ۱۳۹۳). همبستگی بین پرسش‌ها و هر یک از ابعاد در همه موارد بالای ۰/۴ و در بیشتر موارد بالای ۰/۶ بود که نشان از اهمیت اساسی پرسش‌های مرتبط با این ابعاد داشت. روایی تمایز با مقایسه ضریب همبستگی بین پرسش‌های مربوط به هر یک از ابعاد با ابعاد دیگر بررسی شد (درست^۱، ۲۰۱۱ و محمدیگی و همکاران، ۱۳۹۳). ضرایب همبستگی پرسش‌های مربوط به هر بعد با سایر ابعاد بسیار پایین‌تر از میزان ضریب همبستگی آنها با بعد خود بود. میزان این همبستگی‌ها در بیشتر موارد بین ۰/۱ تا ۰/۳ و در حداکثر میزان خود به کمتر از ۰/۴ می‌رسید.

به‌منظور بررسی پایایی، آلفای کرونباخ برای متغیرهای اصلی تحقیق شامل ابعاد کاراکتر و توانمندی‌های احساسی و اجتماعی و هر یک از زیربدهای آنها محاسبه شد. این روش از معمول‌ترین روش‌ها در سنجش ضریب پایایی ثبات داخلی است (قمری، محمدیگی، محمدصالحی و حاشیانی، ۲۰۱۱). در همه ابعاد توانمندی‌ها و ابعاد کاراکتر آلفای بالای ۰/۷ به دست آمد. به این ترتیب، می‌توان از پایایی ابزارهای تحقیق اطمینان حاصل کرد (محمدیگی و همکاران، ۱۳۹۳). نتایج مربوط به آلفای کرونباخ متغیرها در جدول ۱ در بخش نتایج آمده است.

مطالعه اصلی از طریق یک پرسش‌نامه آنلاین و به‌صورت بدون نام انجام شد. علت استفاده از این روش افزایش سطح دسترسی به دانشجویان دوره‌های مختلف در دانشکده‌ها بود. همچنین، این روش در مقایسه با پرسش‌نامه حضوری باعث افزایش سطح محرمانگی اطلاعات شده و امکان دریافت پاسخ‌های صادقانه از سوی پاسخ‌دهندگان را افزایش می‌داد. به‌علاوه، این امکان را برای پاسخ‌دهنده ایجاد می‌کرد تا در زمان، مکان و شرایط دلخواه خود به پرسش‌ها پاسخ بدهند. قبل از انجام مطالعه اصلی، پرسش‌نامه طراحی شده به‌صورت آزمایشی به یک جامعه آماری جداگانه متشکل از ۶۰ نفر از دانشجویان رشته مدیریت ارسال شد و از آنها خواسته شد تا همه ابعاد پرسش‌نامه را از جنبه رعایت قواعد زبانی، روانی متن، قابل فهم بودن و ابهام در پرسش‌ها بررسی کنند. نظرهای این گروه در اصلاح پرسش‌نامه نهایی استفاده شد. برای انجام مطالعه اصلی، لینکی از پرسش‌نامه به همه دانشجویان ارشد مدیریت در دانشکده‌های شرکت‌کننده در مطالعه ارسال شد. به‌منظور جمع‌آوری حجم داده مورد نیاز برای تحلیل آماری پرسش‌نامه در چهار نوبت طی سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ فرستاده شد.

در ابتدای پرسش‌نامه، توضیحاتی در ارتباط با اهداف تحقیق، محتوا و مدت زمان مطالعه به شرکت‌کنندگان ارائه شد. هدف تحقیق ارائه شده به شرکت‌کنندگان یافتن راه‌کارهایی برای بهبود کیفیت آموزش مدیریت در دانشگاه‌ها عنوان شد. پرسش‌نامه در چهار بخش اصلی طراحی شد. در بخش نخست شرکت‌کنندگان به مجموعه‌ای از پرسش‌ها در ارتباط با برنامه آموزشی خود شامل سال تحصیلی و دروس گذرانده شده پاسخ دادند. در ارتباط با دروس گذرانده شده، از چهار درس رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، روش‌های تصمیم‌گیری برای مدیران و رهبری پرسش شد. علت این امر امکان تأثیرگذاری این دروس بر ابعاد مختلف توانمندی‌های احساسی و اجتماعی و ابعاد کاراکتر بود. به همین دلیل، اطلاعات مربوط به گذراندن این دروس جمع‌آوری شده و به‌عنوان متغیر کنترلی در مدل‌های رگرسیون آنالیز داده‌ها اضافه شد. در بخش دوم، شرکت‌کنندگان به پرسش‌های مرتبط با توانمندی‌های احساسی و اجتماعی پاسخ دادند. بر

اساس پرسش‌نامه استاندارد استفاده‌شده، پرسش‌های این بخش در طیف لیکرت از ۱ (هرگز) تا ۵ (به‌طور پیوسته) پرسیده شد. در بخش سوم، شرکت‌کنندگان به پرسش‌های مربوط به کاراکتر پاسخ دادند. بر اساس پرسش‌نامه استاندارد استفاده‌شده، پرسش‌های این بخش در طیف لیکرت از ۱ (کاملاً نامحتمل) تا ۵ (کاملاً محتمل) پرسیده شد. در بخش چهارم، پرسش‌های جمعیت‌شناختی شامل سن، جنسیت، سطح درآمد، وضعیت شغلی و میزان سابقه کاری پرسیده شد. در پایان از شرکت‌کنندگان تشکر به عمل آمد و از آنها خواسته شد نظرهای خود را در ارتباط با این تحقیق و جنبه‌های مختلف آن بیان کنند.

یافته‌های پژوهش

شرکت‌کنندگان در تحقیق، دانشجویان رشته کارشناسی ارشد مدیریت در دو دانشگاه ایران بودند. به‌طور متوسط، پرسش‌نامه به ۵۰۰ نفر از دانشجویان ارسال شد که از این میان ۲۰۰ نفر در آن شرکت کردند و ۱۶۵ نفر به‌طور کامل آن را تکمیل کردند. بر این اساس نرخ پاسخ‌گویی ۳۳ درصد بود. تعداد ۳۶ پرسش‌نامه به‌صورت ناقص انجام شده بود که از مجموعه نهایی حذف شد. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۲۷/۳ سال و انحراف معیار ۶/۰۵ بود. شرکت‌کنندگان به‌لحاظ جنسیت متشکل از ۵۶ زن و ۱۰۹ مرد بودند. از بین شرکت‌کنندگان ۱۳۵ نفر (معادل ۸۲ درصد) دارای حداقل یک سال سابقه کاری بودند که از این میان ۳۴ نفر آنان (معادل ۲۱ درصد) سابقه کاری مدیریتی و رهبری را در سازمان‌ها تجربه کرده بودند و ۵۴ درصد از شرکت‌کنندگان هنگام شرکت در تحقیق شاغل بودند. میزان سال‌های سابقه کاری بین ۰ تا ۱۰ سال متغیر بود و متوسط سابقه کاری ۲/۸ سال و انحراف معیار آن ۳/۱۸ بود.

به‌منظور برآورد میزان نمونه مورد نیاز برای تحقیق، با توجه به اینکه در تحلیل داده‌ها از روش رگرسیون خطی استفاده شده است، بر اساس محاسبات انجام‌شده از جدول حجم نمونه (هیر، بلک، ببین و اندرسون^۱، ۲۰۱۴، صفحه ۱۷۰ جدول ۵) با توجه به تعداد متغیرهای مستقل (۱۸ عدد) (برابر با مجموع ۱۱ کاراکتر به‌همراه ۷ متغیر کنترلی)، در سطح معناداری ۰/۰۵ حجم نمونه با تعداد ۱۰۰ نفر با قدرت ۸۰ درصد قادر به تشخیص اثر متغیرها با ضریب تعیین (R^2) با میزان ۲۱ درصد به بالا است (هیر و همکاران، ۲۰۱۴). در مطالعات پیشین انجام‌شده رابطه مثبت، معنادار و قوی با همبستگی تقریبی در محدوده ۰/۳ تا ۰/۶ و در سطح معناداری ۰/۰۰۱ بین ابعاد مختلف کاراکتر و ابعاد توانمندی‌های احساسی - اجتماعی مشاهده شده است (روچ و همکاران ۲۰۱۰ و روس - مرته و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین، حجم نمونه بالای ۱۰۰ نفر برای تشخیص اثر، افزایش قدرت و کاهش خطای تشخیص مناسب خواهد بود. در ادامه، با استفاده از نرم‌افزار جی پاور^۲ محققان میزان نمونه مورد نیاز را پیش از تحقیق از طریق تست پیش از آزمون^۳ محاسبه کردند که با توجه به برآورد وجود رابطه قوی بر اساس مطالعات پیشین ذکرشده با در نظر گرفتن اندازه اثر ۰/۳ و قدرت ۰/۹۵ و برای تعداد متغیر مستقل ۱۸ عدد حداقل حجم نمونه مورد نیاز ۱۱۵ نفر برآورد شد. با توجه به اینکه نمونه نهایی جمع‌آوری شده ۱۶۵ نفر است که از ۱۱۵ نفر بیشتر است، می‌توان از مناسب بودن تعداد حجم نمونه برای انجام تحلیل‌های آماری مرتبط با فرضیات تحقیق اطمینان حاصل کرد.

1. Hair, Black, Babin & Anderson
2. G*Power
3. Priori testing

روایی ابعاد مختلف کاراکتر و توانمندی‌های احساسی و اجتماعی از طریق آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد و زیربعدها با استفاده از نرم‌افزار اسپاس بررسی شد. جدول ۱ آمار توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق را به همراه آلفای کرونباخ مربوط به هر یک از ابعاد نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول قابل مشاهده است، همه ابعاد کاراکتر و توانمندی‌ها از آلفای بالای ۰/۷ برخوردارند که نشان از پایایی متغیرهای تحقیق دارد (بگوزی و یی، ۱۹۸۸).

جدول ۱. آمار توصیفی و پایایی متغیرهای تحقیق

ابعاد کاراکتر	میانگین (درصد)	انحراف معیار (درصد)	آلفای کرونباخ	ابعاد توانمندی‌ها	میانگین (درصد)	انحراف معیار (درصد)	آلفای کرونباخ
داوری	۷۸/۵۰	۱۰/۱۲	۰/۸۳	خودآگاهی احساسی	۷۹/۲۰	۱۰/۹۸	۰/۷۸
اعتدال	۷۲/۹۵	۱۲/۳۸	۰/۷۴	موفقیت‌گرایی	۸۰/۴۴	۱۳/۳۸	۰/۸۶
فروتنی	۸۳/۷۰	۸/۴۴	۰/۸۱	سازگاری	۶۱/۷۳	۱۴/۳۷	۰/۷۱
انگیزه	۷۵/۹۵	۱۰/۵۰	۰/۷۳	خودکنترلی احساسی	۶۷/۴۰	۱۱/۸۳	۰/۷۳
وراری	۸۰/۷۹	۱۰/۷۶	۰/۷۱	چشم‌انداز مثبت	۷۵/۸۱	۱۲/۰۵	۰/۷۸
مسئولیت‌پذیری	۸۲/۰۶	۱/۱۹	۰/۷۱	همدلی	۷۷/۲۱	۱۰/۷۴	۰/۷۰
انسانیت	۷۹/۰۸	۱۰/۳۶	۰/۷۰	آگاهی سازمانی	۷۶/۳۱	۱۱/۴۴	۰/۷۴
مشارکت	۸۱/۹۶	۱۱/۴۹	۰/۷۳	مدیریت تعارض	۷۷/۱۴	۱۱/۳۱	۰/۷۳
شهامت	۷۶/۸۵	۱۱/۱۱	۰/۷۱	مربیگری	۷۱/۸۶	۱۲/۸۵	۰/۸۴
تمامیت اخلاقی	۸۲/۲۸	۸/۶۷	۰/۷۰	نفوذ بر سایرین	۶۹/۶۸	۱۱/۰۶	۰/۷۲
عدالت	۷۷/۹۴	۹/۲۲	۰/۷۰	رهبری انگیزشی	۶۸/۳۳	۱۲/۱۳	۰/۷۶
				کار تیمی	۷۷/۱۸	۱۱/۸۰	۰/۸۲

به منظور بررسی فرضیات تحقیق و یافتن تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر جنبه‌های مختلف توانمندی‌ها شامل توانمندی‌های احساسی و اجتماعی مدل رگرسیون خطی و با به کارگیری نرم‌افزار اسپاس پی اس اس استفاده شده و تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر ابعاد مرتبط با توانمندی‌های احساسی و اجتماعی به طور جداگانه سنجش شد. متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل سن و جنسیت و همچنین اطلاعات مربوط به دوره شامل سال تحصیلی و چهار درس مرتبط با تحقیق به عنوان متغیر کنترلی به مدل اضافه شدند. به منظور تسهیل ارائه نتایج با توجه به تعداد بالای جنبه‌های توانمندی‌ها فقط مواردی که به لحاظ آماری ارتباط معناداری داشتند، در اینجا گزارش داده می‌شوند.

آزمون فرضیات رگرسیون

پیش از انجام تست رگرسیون برای هر یک از متغیرهای وابسته تحقیق، آزمون‌های پیش فرض رگرسیون خطی، بررسی شد. به منظور جلوگیری از تکرار و با توجه به تعدد متغیرها و آزمون‌های فرضیات رگرسیون در این تحقیق، تست فرضیات برای همه آزمون‌های رگرسیون که در ادامه توضیح داده شده‌اند، را به صورت یک جا آورده‌ایم. در ارتباط با نوع توزیع

متغیرها پیش فرض خاصی وجود ندارد و بر اساس ادبیات رگرسیون خطی به پیش فرض نرمال بودن در رابطه با متغیرهای تحقیق، نیازی نیست (کهن، کهن، وست و ایکن^۱، ۲۰۱۴)، اما خطاها باید از توزیع نرمال برخوردار باشند. فرض نرمال بودن توزیع خطاها با ترسیم و بررسی نمودار خطا و با ترسیم خطا به عنوان متغیر مستقل (ϵ_i) و متغیر وابسته پیش بینی شده در تحقیق به عنوان متغیر وابسته (Y_i) برای تک تک توانمندی‌ها در هر دو دسته توانمندی‌های احساسی و اجتماعی بررسی شد. نمودارهای ترسیم شده از الگوی خاصی پیروی نمی‌کردند. در مورد تمام متغیرهای وابسته تحقیق خطاها به صورت پراکنده و تصادفی در دو سمت محور افقی پراکنده بودند و هیچ بایاسی به سمت بالا یا پایین در الگوی نقاط ترسیم شده دیده نشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۴). این امر مؤید فرض نرمال بودن توزیع خطا در مورد هر یک از متغیرهای وابسته در تحقیق بود. به علاوه، نتایج نمودار Normal P-P Plot رگرسیون خطاهای استاندارد نشان می‌دهد همه خطاها در نزدیکی خط رگرسیون قرار دارند که نشان‌دهنده تأیید پیش فرض نرمال بودن است (کهن و همکاران، ۲۰۱۴). به همین ترتیب، نتایج نمودارهای رگرسیون جزئی^۲ نشان می‌دهند که خطاها برای تک تک متغیرهای مستقل به شکل کاملاً تصادفی و بدون پیروی از الگوی خاص در دو سمت محور افقی و بدون وجود بایاس پراکنده بودند. این امر نشان‌دهنده ثابت بودن خطاها با تغییر سطح متغیر مستقل است که نشان از عدم وجود Homoscedasticity در آزمون رگرسیون مربوط به هر یک از متغیرهای وابسته در تحقیق دارد.

از جنبه رابطه هم‌خطی بین متغیرهای مستقل^۳ با انجام تست‌های مرتبط برای هر یک از متغیرهای وابسته تحقیق شامل ابعاد مختلف توانمندی‌های احساسی و اجتماعی، میزان ضریب تحمل^۴ برای هر یک از متغیرهای مستقل بین ۰/۳ و ۰/۵ و میزان VIF بین ۱ و ۲/۵ متغیر بود. با توجه به اینکه میزان VIF تا حد زیادی کمتر از ۳ (سطح مرزی بین ۳ و ۵) و میزان ضریب تحمل برای همه متغیرهای مستقل تحقیق کمتر از ۰/۹ است که حد مرزی وجود رابطه هم‌خطی است، می‌توان نتیجه گرفت از جنبه میزان رابطه هم‌خطی بین متغیرهای مستقل مشکلی وجود ندارد (هیر و همکاران، ۲۰۱۴). آزمون دوربین واتسون برای هر یک از متغیرهای وابسته تحقیق بر حسب متغیرهای مستقل بررسی شد. با توجه به اینکه نتیجه آزمون دوربین - واتسون برای متغیرهای وابسته تحقیق بین ۱/۵ و ۲/۵ بودند، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که با تقریب خوبی خطاها از هم مستقل هستند و خودهمبستگی وجود ندارد (فیلد^۵، ۲۰۰۹ و کهن و همکاران، ۲۰۱۴).

تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر توانمندی‌های احساسی - دسته خودآگاهی

با توجه به تقسیم‌بندی مدل توانمندی‌ها، تنها توانمندی در دسته توانمندی‌های خودآگاهی، خودآگاهی احساسی است. نتایج رگرسیون خطی ابعاد کاراکتر بر خودآگاهی احساسی نشان داد که سه بعد کاراکتر شامل اعتدال ($P < 0/05$)، مسئولیت‌پذیری ($p < 0/01$) و تمامیت اخلاقی ($P < 0/01$) بر خودآگاهی احساسی تأثیر مثبت و معناداری داشتند. جدول ۲ اطلاعات مربوط به تأثیر ابعاد کاراکتر بر توانمندی خودآگاهی احساسی را نشان می‌دهد.

1. Cohen, Cohen, West & Aiken
2. Partial Regression Plots
3. Multicollinearity
4. Tolerance
5. Field

جدول ۲. نتایج رگرسیون خطی - توانمندی‌های دسته خودآگاهی احساسی

متغیر وابسته	خودآگاهی احساسی
مقدار ثابت	۰/۲۲ (۰/۰۲)
سن	۰/۰۲ (۰/۳۸)
جنسیت	۰/۰۳ (۰/۰۹)
سال تحصیلی	-۰/۰۰ (۰/۶۷)
درس رفتار سازمانی	-۰/۰۰ (۰/۹۱)
درس منابع انسانی	-۰/۰۲ (۰/۴۱)
درس تصمیم‌گیری برای مدیران	۰/۰۱ (۰/۴۸)
درس رهبری	-۰/۰۴ (۰/۲۳)
داوری	۰/۱۶ (۰/۱۷)
اعتدال	۰/۱۹* (۰/۰۲)
فروتنی	۰/۰۴ (۰/۷۷)
انگیزه	۰/۰۰ (۰/۹۷)
وراروی	۰/۰۹ (۰/۴۳)
مسئولیت‌پذیری	۰/۲۶** (۰/۰۱)
انسانیت	۰/۱۰ (۰/۳۶)
مشارکت	-۰/۱۱ (۰/۲۹)
شهامت	-۰/۰۰ (۰/۹۸)
تمامیت اخلاقی	۰/۳۳** (۰/۰۱)
عدالت	-۰/۲۱ (۰/۱۱)
R ^۲	۳۸/۸۰
R ^۲ تعدیل شده	۲۹/۳۰
آماره F	۴/۰۹***
مقدار P	۰/۰۰
N	۱۶۵

توجه. اعداد خارج پرانتز مقدار ضریب رگرسیون غیراستاندارد هستند. اعداد داخل پرانتز میزان معناداری آماری متغیرها را نشان می‌دهند.

p < ۰/۰۰۱ *** p < ۰/۰۱ ** p < ۰/۰۵ *

تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر توانمندی‌های اجتماعی - دسته خودمدیریتی

توانمندی‌های خودمدیریتی در دسته‌های موفقیت‌گرایی، سازگاری با محیط، خودکنترلی احساسی و چشم‌انداز مثبت قرار می‌گیرند. نتایج حاصل از رگرسیون خطی در ارتباط با توانمندی موفقیت‌گرایی نشان داد دو بعد انگیزه ($p < ۰/۰۵$) و شهامت ($p < ۰/۰۱$) بر این جنبه از توانمندی‌های خودمدیریتی تأثیر بسزایی دارند. نتایج حاصل از رگرسیون خطی در ارتباط با توانمندی سازگاری با محیط نشان داد اعتدال ($p < ۰/۰۱$) و مشارکت ($p < ۰/۰۱$) نقش مثبت و معناداری داشتند. در ارتباط با خودکنترلی احساسی، اعتدال ($p < ۰/۰۰۱$)، وراروی ($p < ۰/۰۵$) و شهامت ($p < ۰/۰۵$) تأثیر مثبت و

معناداری داشتند. در ارتباط با چشم‌انداز مثبت، اعتدال ($p < 0/001$)، واروی ($p < 0/001$) و شهامت ($p < 0/05$) تأثیر مثبت و معناداری داشتند. در مقابل، داوری ($p < 0/05$) تأثیر منفی و معناداری داشت. جدول ۳ نتایج مربوط به رگرسیون‌های مرتبط با توانمندی‌های دسته خودمدیریتی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج رگرسیون خطی - توانمندی‌های دسته خودمدیریتی

متغیر وابسته	موفقیت‌گرایی	سازگاری	خودکنترلی احساسی	چشم‌انداز مثبت
مقدار ثابت	0/08 (0/49)	0/58*** (0/00)	0/18* (0/03)	0/44*** (0/00)
سن	-0/01 (0/75)	-0/06 (0/06)	-0/00 (0/97)	0/01 (0/57)
جنسیت	0/01 (0/60)	-0/03 (0/22)	0/02 (0/22)	0/05** (0/01)
سال تحصیلی	0/01 (0/31)	-0/01 (0/39)	0/00 (0/58)	0/01 (0/45)
درس رفتار سازمانی	-0/04 (0/24)	-0/04 (0/19)	-0/03 (0/16)	0/02 (0/52)
درس منابع انسانی	0/01 (0/59)	0/07** (0/01)	-0/02 (0/38)	-0/01 (0/53)
درس تصمیم‌گیری برای مدیران	0/01 (0/75)	-0/04 (0/30)	0/01 (0/53)	0/00 (0/95)
درس رهبری	-0/04 (0/34)	0/11 (0/12)	-0/03 (0/32)	0/00 (0/92)
داوری	0/10 (0/47)	0/18 (0/23)	-0/09 (0/38)	-0/25* (0/03)
اعتدال	0/06 (0/56)	0/28*** (0/00)	0/59*** (0/00)	0/35*** (0/00)
فروتنی	0/34 (0/07)	0/11 (0/56)	-0/15 (0/27)	-0/03 (0/06)
انگیزه	0/25* (0/05)	-0/29* (0/03)	-0/02 (0/79)	0/06 (0/54)
وراروی	0/07 (0/61)	0/07 (0/63)	0/20* (0/04)	0/56*** (0/00)
مسئولیت‌پذیری	0/06 (0/61)	0/01 (0/96)	-0/07 (0/44)	0/13 (0/18)
انسانیت	-0/18 (0/16)	-0/07 (0/59)	0/03 (0/73)	0/17 (0/11)
مشارکت	-0/15 (0/25)	0/29* (0/03)	0/08 (0/34)	0/01 (0/96)
شهامت	0/30*** (0/01)	0/03 (0/79)	0/20* (0/02)	0/21* (0/02)
تمامیت اخلاقی	0/19 (0/23)	-0/15 (0/37)	-0/10 (0/41)	-0/26 (0/07)
عدالت	-0/15 (0/32)	-0/20 (0/21)	-0/04 (0/71)	-0/15 (0/23)
R ²	38/50	43/70	57/90	48/50
R ² تعدیل شده	29/00	35/00	51/40	40/60
آماره F	4/05***	5/02***	8/88***	6/09***
مقدار P	0/00	0/00	0/00	0/00
N	165	165	165	165

توجه. اعداد خارج پرانتز مقدار ضریب رگرسیون غیراستاندارد هستند. اعداد داخل پرانتز میزان معناداری آماری متغیرها را نشان می‌دهند.

* $p < 0/05$ ** $p < 0/01$ *** $p < 0/001$

تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر توانمندی‌های اجتماعی – دسته آگاهی اجتماعی

توانمندی‌های دسته آگاهی اجتماعی همدلی و آگاهی سازمانی را شامل می‌شوند. در ارتباط با همدلی، ابعاد کاراکتر شامل فروتنی ($p < 0/05$)، انسانیت ($p < 0/001$) و شهامت ($p < 0/05$) تأثیر مثبت و معناداری داشتند. در ارتباط با آگاهی سازمانی هیچ یک از ابعاد کاراکتر تأثیر معناداری بر این جنبه از توانمندی‌های اجتماعی نداشتند. جدول ۴ نتایج مربوط به رگرسیون‌های مرتبط با توانمندی‌های دسته آگاهی اجتماعی را نشان می‌دهد.

جدول ۴. نتایج رگرسیون خطی – توانمندی‌های دسته آگاهی اجتماعی

متغیر وابسته	همدلی	آگاهی سازمانی
مقدار ثابت	0/15 (0/07)	0/23* (0/01)
سن	0/00 (0/87)	0/01 (0/85)
جنسیت	0/03 (0/06)	0/02 (0/17)
سال تحصیلی	0/00 (0/64)	0/02* (0/02)
درس رفتار سازمانی	-0/02 (0/44)	0/06* (0/01)
درس منابع انسانی	0/02 (0/37)	-0/02 (0/38)
درس تصمیم‌گیری برای مدیران	0/03 (0/32)	0/00 (0/98)
درس رهبری	-0/07 (0/26)	-0/07 (0/27)
داوری	0/05 (0/63)	0/14 (0/24)
اعتدال	0/05 (0/55)	0/00 (0/99)
فروتنی	0/28* (0/05)	0/00 (0/98)
انگیزه	0/05 (0/58)	0/10 (0/34)
وراروی	0/08 (0/44)	-0/18 (0/10)
مسئولیت‌پذیری	-0/01 (0/88)	0/13 (0/19)
انسانیت	0/44*** (0/00)	0/09 (0/38)
مشارکت	-0/12 (0/21)	0/16 (0/14)
شهامت	0/18* (0/03)	0/18 (0/06)
تمامیت اخلاقی	0/00 (0/98)	-0/01 (0/94)
عدالت	-0/15 (0/19)	-0/01 (0/95)
R^2	45/10	40/70
R^2 تعدیل شده	36/60	31/50
آماره F	5/30***	4/44***
مقدار P	0/00	0/00
N	165	165

توجه. اعداد خارج پرانتز مقدار ضریب رگرسیون غیراستاندارد هستند. اعداد داخل پرانتز میزان معناداری آماری متغیرها را نشان می‌دهند.

$p < 0/001$ ***

$p < 0/01$ **

$p < 0/05$ *

تأثیر ابعاد مختلف کاراکتر بر توانمندی‌های اجتماعی - دسته مدیریت ارتباطات بین فردی

توانمندی‌های دسته مدیریت ارتباطات بین فردی، مدیریت تعارض، مربیگری، نفوذ، رهبری انگیزشی و کار تیمی را شامل می‌شوند. در ارتباط با مدیریت تعارض، دو بعد مشارکت ($p < 0/001$) و شهامت ($p < 0/05$) تأثیر مثبت و معناداری داشتند. در ارتباط با توانمندی مربیگری، دو بعد وراروی ($p < 0/05$) و تمامیت اخلاقی ($p < 0/05$) تأثیر مثبت و معناداری داشتند. در ارتباط با نفوذ، بعد داوری ($p < 0/001$) تأثیر مثبت و معنادار دارد در حالی که بعد انسانیت ($p < 0/05$) تأثیر منفی و معناداری دارد. در ارتباط با رهبری انگیزشی، هیچ یک از ابعاد کاراکتر تأثیر معناداری نداشتند. در ارتباط با کار تیمی، وراروی ($p < 0/01$) و مشارکت ($p < 0/05$) تأثیر مثبت و معناداری داشتند. در مقابل، مسئولیت‌پذیری ($p < 0/05$) تأثیر منفی و معناداری داشت. جدول ۵ نتایج مربوط به رگرسیون‌های مرتبط با مدیریت ارتباطات بین فردی را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج رگرسیون خطی - توانمندی‌های دسته مدیریت ارتباطات بین فردی

متغیر وابسته	مدیریت تعارض	مربیگری	نفوذ بر سایرین	رهبری انگیزشی	کار تیمی
مقدار ثابت	۰/۲۳** (۰/۰۱)	-۰/۰۹ (۰/۴۱)	۰/۴۵*** (۰/۰۰)	۰/۱۰ (۰/۳۱)	۰/۰۸ (۰/۳۶)
سن	-۰/۰۴ (۰/۱۴)	-۱/۷۵ (۰/۰۸)	۰/۰۰ (۰/۱۰)	-۰/۰۱ (۰/۷۸)	۰/۰۲ (۰/۴۴)
جنسیت	۰/۰۲ (۰/۳۱)	۰/۰۱ (۰/۵۶)	-۰/۰۲ (۰/۳۵)	-۰/۰۱ (۰/۵۶)	۰/۰۱ (۰/۷۳)
سال تحصیلی	۰/۰۱ (۰/۵۷)	۰/۶۲* (۰/۰۴)	۰/۰۱ (۰/۲۸)	۰/۰۱ (۰/۲۴)	۰/۰۲** (۰/۰۱)
درس رفتار سازمانی	۰/۰۰ (۰/۸۷)	۰/۰۲ (۰/۴۱)	۰/۰۱ (۰/۶۴)	۰/۰۱ (۰/۶۲)	۰/۰۱ (۰/۸۳)
درس منابع انسانی	۰/۰۳ (۰/۲۰)	۰/۰۳ (۰/۱۷)	-۰/۰۱ (۰/۶۷)	۰/۰۳ (۰/۲۷)	۰/۰۴ (۰/۰۷)
درس تصمیم‌گیری برای مدیران	۰/۰۳ (۰/۳۶)	۰/۰۲ (۰/۵۸)	۰/۰۲ (۰/۳۹)	۰/۰۱ (۰/۷۱)	۰/۰۵ (۰/۱۰)
درس رهبری	-۰/۰۵ (۰/۱۵)	-۰/۰۹ (۰/۱۷)	-۰/۰۵ (۰/۱۶)	-۰/۰۸ (۰/۰۶)	-۰/۰۶ (۰/۰۶)
داوری	۰/۰۵ (۰/۶۸)	-۰/۰۵ (۰/۶۹)	۰/۵۰*** (۰/۰۰)	۰/۰۸ (۰/۵۵)	۰/۱۶ (۰/۱۷)
اعتدال	۰/۱۰ (۰/۲۵)	-۰/۰۲ (۰/۸۶)	۰/۱۱ (۰/۱۹)	۰/۱۲ (۰/۲۱)	۰/۰۲ (۰/۷۷)
فروتنی	-۰/۱۲ (۰/۴۴)	۰/۲۹ (۰/۱۱)	۰/۰۱ (۰/۹۴)	۰/۱۳ (۰/۴۵)	۰/۲۵ (۰/۱۰)
انگیزه	۰/۱۱ (۰/۳۱)	۰/۱۹ (۰/۱۱)	-۰/۰۱ (۰/۹۲)	۰/۱۵ (۰/۱۷)	۰/۱۱ (۰/۲۸)
وراروی	-۰/۰۶ (۰/۶۱)	۰/۲۷* (۰/۰۴)	-۰/۰۴ (۰/۷۴)	۰/۲۱ (۰/۰۸)	۰/۳۰** (۰/۰۱)
مسئولیت‌پذیری	-۰/۰۶ (۰/۵۷)	-۰/۱۸ (۰/۱۳)	-۰/۱۲ (۰/۳۲)	-۰/۲۰ (۰/۰۷)	-۰/۳۴* (۰/۰۲)
انسانیت	۰/۱۰ (۰/۳۶)	۰/۱۲ (۰/۳۴)	-۰/۲۳* (۰/۰۳)	۰/۰۷ (۰/۵۶)	۰/۱۷ (۰/۱۱)
مشارکت	۰/۴۳*** (۰/۰۰)	۰/۰۸ (۰/۵۴)	۰/۲۰ (۰/۰۷)	۰/۱۲ (۰/۳۱)	۰/۲۳* (۰/۰۳)
شهامت	۰/۲۱* (۰/۰۳)	-۰/۰۵ (۰/۶۵)	۰/۱۶ (۰/۱۰)	۰/۱۵ (۰/۱۵)	۰/۱۳ (۰/۱۴)
تمامیت اخلاقی	۰/۰۱ (۰/۹۲)	۰/۳۴* (۰/۰۳)	-۰/۱۷ (۰/۲۱)	-۰/۱۳ (۰/۳۶)	-۰/۰۷ (۰/۶۲)
عدالت	۰/۱۶ (۰/۲۳)	۰/۰۳ (۰/۸۲)	-۰/۰۹ (۰/۴۷)	۰/۰۳ (۰/۸۱)	۰/۰۲ (۰/۸۵)
R ^۲	۴۰/۲۰	۳۸/۳۰	۳۶/۴۰	۳۸/۵۰	۴۸/۵۰
R ^۲ تعدیل شده	۳۱/۰۰	۲۸/۷۰	۹/۱۷	۲۸/۹۰	۴۰/۶۰
آماره F	۴/۳۴***	۴/۰۰***	۳/۶۹***	۴/۰۲***	۶/۰۹***
مقدار P	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
N	۱۶۵	۱۶۵	۱۶۵	۱۶۵	۱۶۵

توجه. اعداد خارج پرانتز مقدار ضریب رگرسیون غیراستاندارد هستند. اعداد داخل پرانتز میزان معناداری آماری متغیرها را نشان می‌دهند.

* $p < 0/05$ ** $p < 0/01$ *** $p < 0/001$

بحث

هدف اصلی این تحقیق توسعه ادبیات مربوط به ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌های مدیریتی از طریق بررسی تأثیر کاراکتر بر توسعه توانمندی‌های فردی در دو حوزه احساسی و اجتماعی است. مفهوم توانمندی‌های فردی به‌طور گسترده در ادبیات مدیریت بررسی شده است. با وجود این، نقش کاراکتر به‌عنوان عاملی زیربنایی در شکل‌گیری و توسعه ابعاد و جنبه‌های مختلف توانمندی‌ها در مطالعات پیشین بررسی نشده است. کاراکتر یکی از عوامل زیربنایی در تعیین موفقیت و شکست افراد است. بر اساس مطالعات پیشین، کاراکتر می‌تواند بر نحوه تفکر افراد در رابطه با رفتارهایشان، توانمندی‌هایی که دنبال می‌کنند و میزان تعهد به اهداف در شرایط مواجهه با مشکلات و چالش‌های به‌وجودآمده در مسیر دستیابی به اهداف اثرگذار باشد (سیجتز و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهند ابعاد مختلف کاراکتر بر ابعاد مختلف توانمندی‌ها در افراد تأثیر بالایی دارد.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، ابعاد مختلف کاراکتر ارتباط معناداری با ابعاد و جنبه‌های مختلف توانمندی‌های احساسی و اجتماعی دارند. بعد داوری تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندی نفوذ بر سایرین داشت. این نتیجه را می‌توان این‌طور تفسیر کرد که افراد با قدرت داوری بالاتر بهتر می‌توانند بر دیگران اثرگذار باشند و آرا و نظرهای آنها را با خود همراه و هماهنگ کنند. در مقابل، قدرت داوری تأثیر منفی بر چشم‌انداز مثبت داشت. این نتیجه نیز جالب است و نیاز به بررسی بیشتر دارد. این احتمال وجود دارد که افراد با قدرت داوری بالا ذهن تحلیلی‌تری دارند و به همین دلیل، در رویکرد خود برای حل مسائل بیشتر از استراتژی تفکر و پردازش اطلاعات از نوع بازدارنده^۱ که بر هوشیاری، دقت و احتیاط در راستای دوری از نتایج و اتفاقات منفی تمرکز دارد، استفاده می‌کنند. این نوع استراتژی تحلیل اطلاعات در مقابل استراتژی ارتقادهنده^۲ قرار می‌گیرد. در استراتژی ارتقادهنده فرد بیشتر بر شور و اشتیاق و تلاش برای رسیدن به نتایج و اتفاقات مثبت تمرکز دارد. در چنین شرایطی داشتن قدرت داوری بالا با توجه به ارتباط آن با قدرت تحلیلی‌گری و استراتژی بازدارنده به کاهش چشم‌انداز مثبت منجر می‌شود (مولدن و میل^۳، ۲۰۰۸ و میل و ویگفیلد^۴، ۲۰۱۴).

به‌عنوان نتیجه دیگر، بعد اعتدال ارتباط مثبت و معناداری با آگاهی احساسی، سازگاری، خودکنترلی احساسی و چشم‌انداز مثبت داشت. بعد کاراکتر اعتدال بر توانایی فرد در حفظ آرامش خود در مواجهه با شرایط و موقعیت‌های پرچالش تمرکز دارد. فرد دارای کاراکتر اعتدال قادر است در مواجهه با شرایط بحرانی آرامش و صبوری خود را حفظ کند، با خودکنترلی بالا عمل کند و از خود رفتار معقولی نشان دهد (سیجتز و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین، بعد اعتدال می‌تواند با ویژگی شخصیتی پایداری احساسی مرتبط باشد. نتایج این تحقیق با ادبیات پایداری احساسی سازگار است. بر اساس مطالعات پیشین، افراد دارای پایداری احساسی به‌طور عمومی آرام و با اعتماد به نفس بالا هستند و امنیت روحی بالایی از خود نشان می‌دهند. پایداری احساسی همچنین با احساس رضایت شغلی و زندگی رابطه مثبت و بالایی داشته و با استرس و ناراحتی رابطه‌ای منفی و معنادار دارد (رایبیز و جاج^۵، ۲۰۱۵). با توجه به اینکه این دسته از افراد در مقایسه با

1. Prevention-Focused
3. Molden & Miele
5. Robins & Judge

2. Promotion-Focused
4. Miele & Wigfield

سایرین احساسات و افکار منفی کمتری تجربه می‌کنند، می‌توانند با افراد سازگاری بیشتری داشته و جنبه‌های مثبت افراد، شرایط و موقعیت‌ها را در نظر بگیرند یا به بیان دیگر، چشم‌انداز مثبتی را تجربه کنند (رایبیز و جاج، ۲۰۱۵).

بعد انسانیت رابطه مثبت و معناداری با توانمندی‌های همدلی و مشارکت و رابطه منفی با نفوذ بر سایرین داشت. با توجه به اینکه بعد انسانیت بر توانایی درک شرایط دیگران و احساس محبت، نزدیکی و بخشش تأکید دارد، ارتباط مثبت بین این بعد با همدلی و مشارکت قابل پیش‌بینی است. در رابطه با ارتباط منفی این بعد با نفوذ بر سایرین به مطالعه بیشتری نیاز است. این ویژگی‌ها با نیاز به قدرت^۱ در فرد رابطه مستقیم دارد. نیاز به قدرت یکی از نیازهای سه‌گانه در تئوری نیازهای مک‌لند است که با نیاز به دوستی^۲ رابطه‌ای منفی دارد. به بیان دیگر می‌توان این طور تفسیر کرد که بعد توانمندی نفوذ با نیاز به قدرت رابطه‌ای مثبت و مستقیم دارد. از آنجا که نیاز به قدرت با نیاز به دوستی رابطه‌ای منفی دارد، این احتمال وجود دارد که افراد با بعد کاراکتر انسانیت بالا از توانمندی نفوذ کمتری برخوردار باشند (مک‌کلند و برنهم، ۲۰۰۸).

مطالعه ما نتایج مهمی برای ادبیات کاراکتر در بردارد. نخست اینکه، با توجه به ارتباط مثبت و معنادار ابعاد کاراکتر بر توانمندی‌ها و با در نظر گرفتن نقش مستقیم کاراکتر در رهبری اثربخش و به‌خصوص خودرهبری، کاراکتر هم به شکل مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم و از طریق تأثیر بر توانمندی‌ها بر رفتار افراد اثرگذار است. به‌عنوان نتیجه دوم، نتایج تحلیل داده‌های ما با پیش‌بینی‌های افراد در مطالعات قبلی تضادهای جالبی دارد که می‌تواند به دانش‌افزایی در ادبیات این حوزه کمک کند. در مطالعات قبلی انجام‌شده روی نقش ابعاد مختلف کاراکتر، پاسخ‌دهندگان بر این باور بودند که چهار بعد کاراکتر اعتدال، وراروی، انسانیت و فروتنی تأثیر چندانی بر عملکرد افراد نداشته باشند. با وجود این، در مطالعه حاضر این ابعاد نقش بسیار مهمی در توسعه توانمندی‌های متعددی شامل آگاهی احساسی، خودکنترلی احساسی، همدلی، کار تیمی، سازگاری و چشم‌انداز مثبت داشتند. هر یک از این توانمندی‌ها از جنبه‌های ضروری موفقیت در محیط‌های کاری مختلف هستند و بسیاری از کارفرمایان در استخدام نیروهای جدید خود این ویژگی‌ها را در نظر می‌گیرند. بنابراین، اگرچه ممکن است این ابعاد به شکل مستقیم و بر اساس پیش‌بینی‌های مطالعات قبلی بر رهبری سازمان‌ها تأثیر مستقیم نداشته باشند، اما به شکل غیرمستقیم و از طریق تأثیر بر شکل‌گیری بخش عمده‌ای از توانمندی‌های احساسی و اجتماعی می‌توانند بر رفتار رهبران در محیط‌های سازمانی اثرگذار باشند.

مطالعه حاضر همچنین برای آموزش مدیریت در مدارس کسب‌وکار نتایج مهمی به همراه دارد. این مطالعه اهمیت توسعه کاراکتر را در آموزش مدیریت پررنگ می‌کند. کمبود کاراکتر نه تنها به صورت مستقیم بر عملکرد افراد تأثیر منفی می‌گذارد، بلکه به صورت غیرمستقیم و از طریق تأثیر آن بر شکل‌گیری توانمندی‌ها نیز بر عملکرد افراد اثرگذار است. در واقع، کمبود کاراکتر فرد را در یک چرخه معیوب سقوط توانمندی‌ها قرار می‌دهد و به او اجازه نمی‌دهد قوت‌ها و ضعف‌های رفتاری خود را شناسایی کرده و در راستای بهبود و اصلاح ضعف‌های خود هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کند. این مسئله در بلندمدت توانایی‌های فرد را محدود می‌کند و عملکرد وی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

1. Need for Power
2. Need for Affiliation
3. McClelland & Burnham

خوشبختانه، مطالعات پیشین نشان می‌دهند کاراکتر قابل آموزش و یادگیری است. افراد می‌توانند از طریق تفکر و تعمق در رفتار خود، برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری در راستای بهبود و اصلاح جنبه‌های مختلف کاراکتر و تمرین‌های مداوم ابعاد مختلف کاراکتر خود را تقویت کنند (سیجتز و همکاران، ۲۰۱۵). در واقع، هر موقعیتی که در زندگی با آن مواجه می‌شویم فرصتی است که می‌توانیم از آن برای شناخت بهتر و بهبود ابعاد مختلف شخصیتی و کاراکتر خود استفاده کنیم. با وجود این، به‌منظور ارتقای کاراکتر در جامعه دانشجویان فعالیت‌هایی منسجم و نظام‌مند در سطح دانشکده‌های مدیریت و همین‌طور سایر دانشکده‌ها مورد نیاز است. مدارس کسب‌وکار در سراسر دنیا در این زمینه فعالیت‌هایی داشته‌اند و با طراحی دروس، مطالعات موردی و برنامه‌های آموزشی تجربی^۱ در تلاش هستند تا فرایند توسعه کاراکتر را طی دوره تحصیل در جامعه دانشجویان ارتقا دهند (کروسان، سیجتز و گانز^۲، ۲۰۱۵).

این تحقیق نتایج کاربردی متعددی در حوزه آموزش مدیریت در دانشکده‌ها و در محیط سازمانی به همراه دارد. بر اساس این نتایج می‌توان با بهبود ابعاد کاراکتر به‌عنوان مؤلفه‌های زیربنایی بر رفتار افراد در سازمان‌ها و افزایش کیفیت عملکرد آنها تأثیر گذاشت. از نتایج حائز اهمیت، نتایج مربوط به ابعاد اعتدال، انسانیت، فروتنی و وراوری است. در تحقیقات پیشین در ارتباط با ابعاد کاراکتر در سازمان، این ابعاد از دیدگاه کارکنان سازمان‌ها از اهمیت بالایی برخوردار نبوده‌اند (سیجتز و همکاران، ۲۰۱۵) و کمترین امتیاز را از جنبه ویژگی‌های مورد نیاز در رهبری و مدیریت سازمانی به خود اختصاص دادند (سیجتز و همکاران، ۲۰۱۵). تحقیق حاضر نشان می‌دهد بعد اعتدال تأثیر مثبت و معناداری بر ابعاد مختلف توانمندی‌های احساسی شامل خودآگاهی احساسی، سازگاری، خودکنترلی احساسی و چشم‌انداز مثبت دارد. بنابراین، تلاش در آموزش و بهبود بعد اعتدال می‌تواند به شناخت بهتر احساسات فردی، کاهش تنش سازمانی، سازگاری بیشتر بین افراد در سازمان‌ها و ایجاد روحیه مثبت کمک بسزایی کند. به همین ترتیب، ابعاد انسانیت و فروتنی، تأثیر مثبت و معناداری بر توانمندی‌های همدلی دارند. حس همدلی یکی از توانمندی‌های مهم مورد نیاز در کارکنان در سال‌های اخیر عنوان شده است. همدلی یکی از ابعاد مهم در مدل‌های کیفیت استاندارد نظیر مدل کیفیت ادارک‌شده^۳ (پاراسورامان، زیتل و بری^۴، ۱۹۸۵ و فیزیمنس، فیتزیمنس و بردلوی^۵، ۲۰۱۴) است. آموزش و ارتقای ابعاد کاراکتر انسانیت و فروتنی می‌تواند در افزایش سطح همدلی در افراد تأثیر بسزایی داشته باشد. این امر به‌نوبه خود بر افزایش کیفیت خدمات ارائه‌شده در سازمان‌ها و بهبود رضایت مشتریان سازمان‌ها اثرگذار خواهد بود (فیزیمنس و همکاران، ۲۰۱۴). مطالعات پیشین در ارتباط با بعد فروتنی، نشان می‌دهند رفتارهای فروتنانه رهبران سازمان‌ها، توجه به فروتنی و تواضع در گزینش و استخدام، ارتقا و مکانیزم‌های پاداش‌دهی و انگیزش کارکنان، ایجاد فرهنگ فروتنی در سازمان و مخالفت آشکار با رفتارهای غرورآمیز و جلوگیری از بروز اعتماد به نفس بیش از حد در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، می‌تواند به افزایش فروتنی در سازمان‌ها کمک کند (ورا و رودریگز-لوپز، ۲۰۰۴). به همین ترتیب، بعد وراوری بر خودکنترلی احساسی، چشم‌انداز مثبت و کار تیمی تأثیر مثبت و معناداری داشت. بنابراین، آموزش و پرورش این بعد می‌تواند در کاهش تنش

1. Experiential Learning Programs

2. Crossan, Seijts & Gandz

3. Perceived Quality Model

4. Parasuraman, Zeithaml & Berry

5. Fitzsimmons, Fitzsimmons & Bordoloi

سازمانی، ایجاد روحیه مثبت و ارتقای کار تیمی در سازمان‌ها نقش بسزایی داشته باشد. بعد وراوری با توسعه تفکر کل‌نگر در مقایسه با تفکر جزءنگر در سازمان‌ها قابل تقویت است (فردریکسون^۱، ۲۰۰۳).

پیشنهادها

در این مطالعه محدودیت‌هایی وجود دارد که محققان می‌توانند در مطالعات آتی به آنها بپردازند. یکی از محدودیت‌های تحقیق واریانس حاصل از استفاده از یک روش یکسان در سنجش متغیرهای مختلف مسئله است (کلاین، سولسکی و رور-موریاما^۲، ۲۰۰۰). ما در این مطالعه فقط از روش پرسش‌نامه فردی در سنجش متغیرهای مسئله شامل ابعاد مختلف کاراکتر و توانمندی‌ها استفاده کرده‌ایم. در مطالعات آتی می‌توان از روش‌های دیگر برای سنجش ابعاد مختلف شامل کاراکتر و توانمندی‌ها استفاده کرد. نکته دیگر آن است که این مطالعه فقط در یک کشور و روی جامعه دانشجویان رشته مدیریت انجام شده و در نتیجه مسائل فرهنگی بر نتایج آن اثرگذار است. در مطالعات آتی می‌توان با انجام مطالعه روی دانشجویان سایر رشته‌ها و همچنین در سایر کشورها نقش فرهنگ را در ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌ها بررسی کرد و به نتایج قابل‌تعمیم‌تری در ارتباط با تحقیق دست یافت. به‌عنوان نکته آخر، این مطالعه در جامعه دانشجویان با تجربه کاری محدود انجام شد. در مطالعات آتی با بررسی ارتباط بین کاراکتر و توانمندی‌ها بین مدیران و رهبران سازمان‌ها می‌توان به مقایسه جامعه دانشجویان و مدیران و رهبران سازمانی پرداخت و در راستای توسعه دانش در حوزه کاراکتر و توانمندی‌ها، به نتایج ارزشمندی دست یافت.

سپاسگزاری

از بنیاد ملی نخبگان برای حمایت و پشتیبانی مالی طرح تحقیقاتی و مطالعات مرتبط با آن در حوزه پرورش و بهبود کاراکتر و توانمندی‌های دانشجویان در حوزه‌های احساسی و اجتماعی، قدردانی کرده و سپاسگزارم.

منابع

محمدیگی، ابوالفضل؛ محمدصالحی، نرگس؛ علی‌گل محمد (۱۳۹۳). روایی پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آنها در پژوهش‌های کاربردی در سلامت. *مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان*، ۱۳، ۱۳۵۳-۱۱۷۰.

References

- Alzola, M. (2012). The possibility of virtue. *Business Ethics Quarterly*, 22(2), 377-404.
- Ammeter, A. P., Douglas, C., Ferris, G. R., & Goka, H. (2004). A social relationship conceptualization of trust and accountability in organizations. *Human Resource Management Review*, 14(1), 47-65.
- Andrews, J., & Higson, H. (2008). Graduate employability, 'soft skills' versus 'hard' business knowledge: A European study. *Higher education in Europe*, 33(4), 411-422.

1. Fredrickson
2. Kline, Sulsky & Rever-Moriyama

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.
- Batista-Foguet, J. M., Boyatzis, R., Guillen, L., & Serlavos, R. (2008). Assessing emotional intelligence competencies in two global contexts. *Emotional intelligence: Theoretical and cultural perspectives*, 89-114.
- Bono, J. E., & Judge, T. A. (2004). Personality and transformational and transactional leadership: a meta-analysis. *Journal of applied psychology*, 89(5), 901.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*, 27(1), 5-12.
- Boyatzis, R. E. (2011). Managerial and leadership competencies: A behavioral approach to emotional, social and cognitive intelligence. *Vision*, 15(2), 91-100.
- Boyatzis, R. E., & Saatcioglu, A. (2008). A 20-year view of trying to develop emotional, social and cognitive intelligence competencies in graduate management education. *Journal of management development*, 27(1), 92-108.
- Boyatzis, R.E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 25(7), 5-12.
- Brdar, I., & Kashdan, T. B. (2010). Character strengths and well-being in Croatia: An empirical investigation of structure and correlates. *Journal of research in personality*, 44(1), 151-154.
- Campbell, J. J., Dunnette, M. D., Lawler, E. E., & Weick, K. E. (1970). *Managerial behavior, performance, and effectiveness*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Cheung, C. K., & Lee, T. Y. (2010). Improving social competence through character education. *Evaluation and program planning*, 33(3), 255-263.
- Cohen, J., Cohen P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2014). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*. New York, NY: Psychology Press.
- Crossan, M. M., Byrne, A., Seijts, G. H., Reno, M., Monzani, L., & Gandz, J. (2017). Toward a framework of leader character in organizations. *Journal of Management Studies*, 54(7), 986-1018.
- Crossan, M., Mazutis, D., & Seijts, G. (2013). In search of virtue: The role of virtues, values and character strengths in ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 113(4), 567-581.
- Crossan, M., Mazutis, D., Seijts, G., & Gandz, J. (2013). Developing leadership character in business programs. *Academy of Management Learning & Education*, 12(2), 285-305.
- Crossan, M., Seijts, G., & Gandz, J. (2015). *Developing leadership character*. New York, NY: Routledge.

- Dragoni, L., Tesluk, P. E., Russell, J. E., & Oh, I. S. (2009). Understanding managerial development: Integrating developmental assignments, learning orientation, and access to developmental opportunities in predicting managerial competencies. *Academy of Management Journal*, 52(4), 731-743.
- Drost, E. A. (2011). Validity and reliability in social science research. *Education Research and perspectives*, 38(1), 105-123.
- Dulewicz, V., & Higgs, M. (2004). Can emotional intelligence be developed?. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(1), 95-111.
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., Dymnicki, A. B., Taylor, R. D., & Schellinger, K. B. (2011). The impact of enhancing students' social and emotional learning: A meta-analysis of school-based universal interventions. *Child development*, 82(1), 405-432.
- Economist* [Electronic version]. September 24. 24, 2009. The pedagogy of the privileged, Retrieved: September 27, 2009, from: http://www.economist.com/businessfinance/displaystory.cfm?story_id!14493183.
- Field, A.P. (2009). *Discovering statistics using SPSS: and sex and drugs and rock 'n' roll* (3rd ed.). London, UK: Sage Publication.
- Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J., & Bordoloi, S. (2014). *Service management: Operations, strategy, information technology* (p. 4). New York, NY: McGraw-Hill.
- Fredrickson, B. L. (2003). The value of positive emotions: The emerging science of positive psychology is coming to understand why it's good to feel good. *American scientist*, 91(4), 330-335.
- Frink, D. D., & Klimoski, R. J. (1998). Toward a theory of accountability in organizations and human resource management, *Research in personnel and human resources management*, 16, 1-51.
- Garramone, G. M., Steele, M. E., & Pinkleton, B. (1991). The role of cognitive schemata in determining candidate characteristic effects. *Television and political advertising*, 1, 311-328.
- Gentry, W. A., Cullen, K. L., Sosik, J. J., Chun, J. U., Leupold, C. R., & Tonidandel, S. (2013). Integrity's place among the character strengths of middle-level managers and top-level executives. *The Leadership Quarterly*, 24(3), 395-404.
- Ghamari, F., Mohammadbeigi, A., Mohammadsalehi, N., & Hashiani, A. A. (2011). Internet addiction and modeling its risk factors in medical students, Iran. *Indian journal of psychological medicine*, 33(2), 158-162.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Bantam, NY.
- Goleman, D. (2006). *Social Intelligence*. Bantam Books, NY.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey, NJ: Pearson Prentice Hall.

- Hannah, S. T., & Avolio, B. J. (2011). Leader character, ethos, and virtue: Individual and collective considerations. *The Leadership Quarterly*, 22(5), 989-994.
- Higgs, M., & Dulewicz, V. (2002). *Making sense of emotional intelligence*. PreVisor UK Ltd.
- Jackson, D. (2009). Profiling industry-relevant management graduate competencies: The need for a fresh approach. *International Journal of Management Education*, 8(1), 85-98.
- Kline, T. J., Sulsky, L. M., & Rever-Moriyama, S. D. (2000). Common method variance and specification errors: A practical approach to detection. *The Journal of psychology*, 134(4), 401-421.
- Littman-Ovadia, H., & Lavy, S. (2011). Character strengths in Israel. *European Journal of Psychological Assessment*, 28, 41-50.
- Macdonald, C., Bore, M., & Munro, D. (2008). Values in action scale and the Big 5: An empirical indication of structure. *Journal of Research in Personality*, 42(4), 787-799.
- MacIntyre, A. (2007) *After Virtue*, (3rd ed.). Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.
- McClelland, D. C., & Burnham, D. H. (2008). *Power is the great motivator*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- McClelland, D. C., Baldwin, A. L., Bronfenbrenner, U., & Strodbeck, F. L. (1958). Talent and society: New perspectives in the identification of talent. New York, NY: Van Nostrand.
- McGrath, R. E. (2014). Scale-and item-level factor analyses of the VIA inventory of strengths. *Assessment*, 21(1), 4-14.
- McKinnon, C. (1999). *Character, virtue theories, and the vices*. Broadview Press.
- Miele, D. B., & Wigfield, A. (2014). Quantitative and qualitative relations between motivation and critical-analytic thinking. *Educational psychology review*, 26(4), 519-541.
- Mohammadbeigi, A., Mohammadsalehi, N., & Aligol, M. (2015). Validity and reliability of the instruments and types of measurement in health applied researches. *Journal of Rafsanjan University Medical Science*, 13(10), 1153-1170. (in Persian)
- Molden, D. C., & Miele, D. B. (2008). The origins and influences of promotion-focused and prevention-focused achievement motivations. *Advances in motivation and achievement: Social psychological perspectives*, 15, 81-118.
- Moradi, S., Nima, A. A., Rapp Ricciardi, M., Archer, T., & Garcia, D. (2014). Exercise, character strengths, well-being, and learning climate in the prediction of performance over a 6-month period at a call center. *Frontiers in psychology*, 5, 1-11.
- Ou, A. Y., Tsui, A. S., Kinicki, A. J., Waldman, D. A., Xiao, Z., & Song, L. J. (2014). Humble chief executive officers' connections to top management team integration and middle managers' responses. *Administrative Science Quarterly*, 59(1), 34-72.

- Owens, B. P., Johnson, M. D., & Mitchell, T. R. (2013). Expressed humility in organizations: Implications for performance, teams, and leadership. *Organization Science*, 24(5), 1517-1538.
- Palanski, M. E., & Yammarino, F. J. (2011). Impact of behavioral integrity on follower job performance: A three-study examination. *The Leadership Quarterly*, 22(4), 765-786.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Park, N., & Peterson, C. (2009). Character strengths: Research and practice. *Journal of College and Character*, 10(4).
- Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. (2006). Character strengths in fifty-four nations and the fifty US states. *The Journal of Positive Psychology*, 1(3), 118-129.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification* (Vol. 1). New York, NY: Oxford University Press.
- Peterson, C., Park, N., Pole, N., D'Andrea, W., & Seligman, M. E. (2008). Strengths of character and posttraumatic growth. *Journal of Traumatic Stress: Official Publication of the International Society for Traumatic Stress Studies*, 21(2), 214-217.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The content validity index: are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations. *Research in nursing & health*, 29(5), 489-497.
- Robins, S. P. & Judge T. A. (2015). *Organizational behavior* (16th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Ros-Morente, A., Mora, C. A., Nadal, C. T., Belled, A. B., & Berenguer, N. J. (2018). An examination of the relationship between emotional intelligence, positive affect and character strengths and virtues. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 34(1), 63-67.
- Ruch, W., Proyer, R. T., Harzer, C., Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. (2010). Values in action inventory of strengths (VIA-IS). *Journal of individual differences*, 31(3), 138-149.
- Seijts, G., Gandz, J., Crossan, M., & Reno, M. (2015). Character matters: Character dimensions' impact on leader performance and outcomes. *Organizational Dynamics*, 44(1), 65-74.
- Seligman, M. E. P., & Peterson, C. (2003). Positive clinical psychology. In L. G. Aspinwall, & U. M. Staudinger (Eds.), *A psychology of human strengths: Fundamental questions and future directions for a positive psychology* (pp. 305-317). Washington, DC: American Psychological Association.
- Seligman, M. E., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: empirical validation of interventions. *American psychologist*, 60(5), 410-421.
- Shryack, J., Steger, M. F., Krueger, R. F., & Kallie, C. S. (2010). The structure of virtue: An empirical investigation of the dimensionality of the virtues in action inventory of strengths. *Personality and Individual Differences*, 48(6), 714-719.

- Singh, K., & Choubisa, R. (2010). Empirical validation of values in action-inventory of strengths (VIA-IS) in Indian context. *Psychological Studies*, 55(2), 151-158.
- Sturm, R. E., Vera, D., & Crossan, M. (2017). The entanglement of leader character and leader competence and its impact on performance. *The Leadership Quarterly*, 28(3), 349-366.
- Tangney, J. P. (2000). Humility: Theoretical perspectives, empirical findings and directions for future research. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(1), 70-82.
- Vera, D., & Rodriguez-Lopez, A. (2004). Strategic Virtues: Humility as a Source of Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(4), 393-408.
- Williamson, T. (2008). The good society and the good soul: Plato's Republic on leadership. *The Leadership Quarterly*, 19(4), 397-408.