

هوش اجتماعی کتابداران و رابطه آن با ارتقای مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

(مطالعه موردی کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی)

اکبر بهمنی

استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Bahmani.akbar@gmail.com

سید مهرداد سیدین (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی

Seyedin.seyedmehرداد@chmail.ir

چکیده

هدف: هدف از انجام پژوهش حاضر آگاهی از وجود رابطه هوش اجتماعی کتابداران با ارتقای مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی است.

روش‌شناسی: این پژوهش به شیوه همبستگی، از نوع پیش‌بینی انجام شده است. جامعه آماری کلیه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی به تعداد ۱۸۴ نفر است که با نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۸۹ نفر انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه هوش اجتماعی کری آن کراون^۱ با ۲۱ گویه و پرسشنامه مسئولیت اجتماعی دنیسون^۲ با ۱۹ گویه بود. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه هوش اجتماعی ۰/۸۳٪ و پرسشنامه مسئولیت اجتماعی ۰/۹۲٪ تعیین گردید. روایی پرسشنامه توسط متخصصان مربوطه تعیین شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که بین هوش اجتماعی کتابداران با مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. میزان برخورداری کتابداران از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی بالاتر از حد متوسط تعیین شد. همچنین در زمینه تأثیر مؤلفه‌های هوش اجتماعی کتابداران (شامل پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و آگاهی‌های اجتماعی) بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها معلوم گردید که هر سه مؤلفه هوش اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها اثر معناداری دارند. نتایج آزمون فریدمن نشان داد که متغیر آگاهی‌های اجتماعی کتابداران بیشترین تأثیر را بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها دارد.

اصالت / ارزش: پژوهش حاضر که در تلاش برای بررسی تأثیر هوش اجتماعی کتابداران بر ارتقای مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی است، موجب تولید دانش و ارتقای آگاهی پژوهشگران و مدیران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی در این زمینه می‌شود و اینکه یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند مدیران و کارشناسان را از وضعیت هوش اجتماعی کتابداران در این استان آگاه نماید و آنان را در اجرای برنامه‌ریزی جهت ارتقاء هوش اجتماعی کتابداران یاری نماید.

کلیدواژه‌ها: هوش اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، کتابداران، کتابخانه‌های عمومی، استان مرکزی.

¹ Carrie-Anne Kraven

² Denison

Social intelligence of librarians and its relation to the promotion of social responsibility Libraries

(Case Study of Public Libraries in Markazi Province)

Akbar Bahmani .

Assistant Professor of public administration, Tehran, Iran

Bahmani.akbar@gmail.com

Seyed Mehrdad Seyedin (Corresponding author)

Master of Information and Knowledge Science, Master of Management Executive, Public libraries in Markazi Province

Seyedin.seyedmehrdad@chmail.ir

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to test the existence of the relationship between social intelligence of librarians and promotion of social responsibility of public libraries in Markazi Province.

Methodology: This study has been accomplished in correlation type in form of prediction. The statistical universe includes all public librarians of Markazi province that were 184 people, 89 people was selected by random sampling method. To collect data, the questionnaire of social intelligence, presented by Carrie-Anne Kraven, was used including 21 items and also questionnaire of social responsibility by Denison including 19 questions. The obtained Cronbach's alpha for social intelligence questionnaire was 83% and for social responsibility questionnaire was 92/5%. The validity was determined by experts.

Findings: The results showed a significant positive relationship between social intelligence librarians and social responsibility. The determined level of dimensions and elements of social intelligence in librarians was above average. In addition, about the impact of the elements of social intelligence of librarians (including social information processing, social skills and social awareness) on social responsibility of libraries, it was found that all three elements of social intelligence of librarians have a significant impact on the social responsibility of libraries. Friedman test results showed that the greatest impact on the libraries social responsibility is related to the variable of librarian's social awareness.

Authenticity/Value: Present research which was trying to study the impact of librarians social intelligence on promotion of social responsibility of public libraries of Markazi Province, causes knowledge creation and improvement of the awareness among researchers and managers of public libraries in Markazi province in this regard and that the findings of this study can inform managers and experts of the situation of social intelligence in the Markazi province and help them in programming for promotion of social intelligence of librarians.

Keywords: Social intelligence, social responsibility, librarians, public libraries, the Markazi Province.

مفهوم مسئولیت اجتماعی در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط در حوزه‌ی اداره‌ی سازمان‌ها تبدیل شده است و آن مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد (فلمنگ^۳، ۲۰۰۲). مشارکت در تحقق این مسئولیت اجتماعی با تصمیم‌گیری‌های مدیران می‌تواند تأثیرات شگرفی در پی داشته باشد. از طرفی اساساً سازمان برحسب نیاز عمومی و اجتماعی به وجود می‌آید و مبنای ایجاد آن نیاز به تولید کالا یا عرضه خدمت به جامعه است. لذا، نه سازمان می‌تواند خود را از جامعه جدا کند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان زندگی کند. از نتایج این رابطه لاینفک این است که هر تصمیم و عمل سازمان بر جامعه تأثیر می‌گذارد. این تأثیرگذاری باعث می‌شود آحاد جامعه، خود را در عملکرد سازمان سهیم بدانند و از سازمان مسئولیت خواسته شود و آن را حسابرسی کنند (الوانی، ۱۳۷۷). مدیران این عصر باید علاوه بر تخصص‌ها و مهارت‌های فنی، اداری و انسانی به مهارت اداره مسائل اجتماعی و پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و محیطی نیز اشراف داشته باشند و به مسائل جامعه نیز همانند اهداف سازمانی خود بنگرند و فعالیت‌های داوطلبانه را به صورت مؤثر در جامعه انجام دهند، یکی از متغیرهای تأثیرگذار در این امر هوش اجتماعی است و آن میزان هوشمندی لازم برای ایجاد، حفظ و گسترش ارتباطات است. کسانی که از نظر هوش اجتماعی قدرتمندند، می‌توانند کاملاً راحت با افراد ارتباط برقرار کنند، واکنش‌ها و احساسات آنان را به سرعت دریابند، دیگران را رهبری و سازمان‌دهی کنند (علامه به نقل از یوسف زاده، ۱۳۹۴). کسلر طی گزارشی درباره هوش می‌نویسد کوشیده‌ام نشان دهم که علاوه بر عامل هوشی عوامل غیر هوشی ویژه‌ای وجود دارد که می‌تواند رفتار هوشمندانه را مشخص کند (پیروز به نقل از احمدی، ۱۳۹۵). این عوامل غیر هوشی سال‌ها بعد عنوان هوش اجتماعی را به خود گرفت و طی دو دهه اخیر یکی از مباحث مهم در حوزه‌ی مدیریتی، سازمانی و آموزشی تبدیل شد (پیروز به نقل از رضایی، ۱۳۹۵).

چنانچه میدانیم کتابخانه‌های عمومی سهم عمده‌ای در بالا بردن سطح دانش اجتماع و شکوفایی استعداد‌های افراد یک جامعه دارند و سنگ بنای توسعه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی محسوب می‌شوند. این کتابخانه‌ها بدون هیچ‌گونه تبعیضی در خدمت تمامی اقشار جامعه است (موسوی فر به نقل از مزینانی، ۱۳۹۵). هوش اجتماعی می‌تواند زمینه‌ای مناسب برای ساختن محیطی مطلوب برای یادگیری و برقراری ارتباط مؤثر باشد تا به وسیله‌ی آن مراجعین بتوانند آزادانه نیازهای اطلاعاتی و انتظارات خود را برای کسب حمایت از سوی کتابداران مطرح کنند.

بسیاری از کتابداران قادر به برقراری رابطه‌ی خوب با مراجعین نیستند و به‌رغم داشتن دانش خوب نمی‌توانند کتابداران موفق باشند. کتابداران موفق، کتابدارانی هستند که به‌خوبی از قابلیت‌های ارتباطی خود بهره بگیرند و رابطه‌ی اثربخش و سازنده برقرار کنند؛ زیرا هر مراجعه‌کننده‌ای نیاز اطلاعاتی خاص خود را دارد که می‌تواند ساده یا پیچیده باشد در برخورد با نیاز اطلاعاتی پیچیده، نیاز به کتابداران با تخصص ویژه که بتوانند ابهام موجود در تقاضای مراجعه‌کننده را برطرف کنند و او را به اطلاعات موردنیازش هدایت کنند، بیشتر احساس می‌شود بر این اساس، اگر کتابداران یک کتابخانه علاوه بر دانش و تجربه از هوش اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی کافی برخوردار باشند می‌توانند با ارتباط سالم با مراجعین، فضای دوستانه و سالمی را به وجود آورند و در راستای اهداف کتابخانه و ترغیب مراجعین بیشتر گام بردارند و خدمات را به گونه‌ای عرضه می‌کند که موجب رضایتمندی بیشتر از سوی مشتری می‌شود، در این میان، با توجه به اینکه داشتن کتابدارانی توانمند و با

³ Fleming

هوش اجتماعی بالا، جهت ارائه‌ی بهتر خدمات، در نتیجه کمک به کسب علم و دانش و انجام تحقیقات، مسئله‌ای مهم و اساسی است (امرایی، ۱۳۹۰). به همین دلیل مقاله حاضر ضمن تشریح مفهوم هوش اجتماعی به بررسی «تأثیر هوش اجتماعی بر ارتقای مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌های استان مرکزی» پرداخته است.

مبانی نظری پژوهش

• هوش اجتماعی

تحقیقات پیرامون هوش اجتماعی، چند سال پس از معرفی هوش دانشگاهی توسط اسپیرمن^۴ در سال ۱۹۰۴ شروع شد. تضادها در تعریف هوش اجتماعی، شیوه‌های مطالعه ساختار را به‌طور چشمگیری متفاوت ساخته است. عده‌ای از پژوهشگران جهت مطالعه هوش اجتماعی به دیدگاه شخصیتی و عده‌ای دیگر به دیدگاه روان‌سنجی گرایش دارند. دیدگاه روان‌سنجی هوش اجتماعی را به‌عنوان یک هوش عمومی مطرح می‌کند که در موقعیت‌های اجتماعی یا توانایی فهم و مدیریت افراد به‌کاربرده می‌شود. دیدگاه شخصیتی بر این فرض استوار شده است که رفتار اجتماعی ناشی از هوش است و تفاوت‌های اشخاص در رفتار اجتماعی، از تفاوت‌های آن‌ها در دانششان ایجاد می‌شود. (بهشتی فر، ۲۰۱۲).

در پرتو تاریخچه هوش اجتماعی، در سال ۱۹۲۰، ثورندایک^۵ هوش اجتماعی را با مفهوم نوظهور بهره هوشی مطرح نمود که در حال شکل دادن به زمینه جدیدی در علم روانشناسی به نام روان‌سنجی بود و هدف آن یافتن روش‌هایی برای اندازه‌گیری توانایی‌های انسان بود. در اواخر سال ۱۹۵۹، وکسلر^۶ که یکی از معروف‌ترین آزمون‌های هوشی را ارائه داده بودند، اهمیت هوش اجتماعی را زیر سؤال بردند و آن را همان هوش معمولی دانستند. در اواخر سال، ۱۹۶۰ گیلفورد^۷ صدویست قابلیت هوشی جداگانه را برشمرد که از آن میان سی قابلیت مربوط به هوش اجتماعی بود ولی وی نتوانست علی‌رغم تلاش زیادی که مبذول داشت پیش‌بینی معنی‌داری را در مورد عملکرد افراد در دنیای اجتماعی ارائه دهد. مدل‌های جدیدتر هوش اجتماعی از جمله «هوش کاربردی» استرنبرگ^۸ و «هوش بین فردی» گاردنر^۹ معروفیت بیشتری را به دست آوردند؛ اما هنوز نظریه منسجمی در زمینه‌ی هوش اجتماعی ارائه نشده است که به‌طور کامل و دقیق آن را از بهره هوشی متمایز سازد و جنبه کاربردی داشته باشد (گلمن^{۱۰}، ۲۰۱۰، به نقل از آقا احمدی ۱۳۹۴).

فورد و تیساک^{۱۱} در سال ۱۹۸۳ هوش اجتماعی را برحسب نتایج رفتاری‌اش تعریف کردند. آن‌ها هوش اجتماعی را به‌عنوان توانایی شخص برای دستیابی به اهداف مربوطه در موقعیت‌های خاص اجتماعی تعریف کردند. (فورد، ۱۹۸۳).

هوش اجتماعی را می‌توان توانایی درک و مهار هیجانات و احساسات خود در جهت کمک به فعالیت‌های فکری، تصمیم‌گیری و ارتباطی دانست. بر اساس یافته‌های گلمن افرادی که از هوش هیجانی بالا برخوردارند می‌دانند که چگونه هیجانات و احساسات خود و دیگران را کنترل و هدایت نمایند. هوش هیجانی مجموعه‌ای از مهارت‌ها و استعداد‌های فردی است که به توانایی درک و فهم چگونگی بروز یا کنترل هیجانات و احساسات دلالت دارد، فردی که از هوش هیجانی بالا

⁴ Spearman

⁵ Thorndike

⁶ Wechsler

⁷ Gilford

⁸ Sternberg

⁹ Gardner

¹⁰ Goleman

¹¹ Ford & Tisack

برخوردار است در زمینه‌های شناسایی، درک و کنترل احساسات نیز از استعداد و مهارت لازم بهره‌مند می‌باشد (فیاضی و احمدی، ۱۳۸۶).

گلگن در سال ۲۰۰۶ هوش اجتماعی را به دو طبقه کلی آگاهی اجتماعی و امکانات اجتماعی تقسیم کرد؛ او آگاهی اجتماعی را به عنوان آنچه ما نسبت به دیگران احساس می‌کنیم و امکانات اجتماعی را به عنوان آنچه ما بعد از کسب این آگاهی انجام می‌دهیم تعریف کرده است (دانگ^{۱۲}، ۲۰۰۸).

گلگن (۲۰۱۰) معتقد است، شرم و خجالت علمی مانع از آن شده که اعتراف کنیم تست‌های هوش، خود از هیچ نوع منطقی تئوریک برخوردار نیستند. کیلستروم و کانتور^{۱۳} مشاهده کرده‌اند که تست‌های هوش غیر تئوریک هستند و فقط برای قالب‌بندی انواع کارهایی که بچه‌ها سر کلاس انجام می‌دهند، ساخته شده‌اند.

گلگن مدلی را برای هوش اجتماعی ارائه کرده است. وی هوش اجتماعی را با هوش عاطفی تطبیق داده است. آگاهی اجتماعی را با خودآگاهی و مهارت اجتماعی را با مدیریت بر خویشتن تطبیق داده است. هم‌چنین وی، وظایف اساسی مغز اجتماعی هماهنگی روابط متقابل، انواع همدلی، شناخت اجتماعی، مهارت‌های همکاری متقابل، دلسوزی برای دیگران همگی مسیر و خطوط هوش اجتماعی را مشخص می‌کند (همان، ۱۳۸۶).

رابرت^{۱۴} در سال ۲۰۰۸ هوش اجتماعی را به عنوان توانایی انتخاب واکنش مناسب و انعطاف‌پذیر به رفتار شخص تعریف کرد؛ بنابراین هوش اجتماعی توانایی افراد برای ارتباط با دیگران، درک آن‌ها و تعامل مؤثر با آن‌ها می‌باشد که شامل شناخت احساسات دیگران، گوش دادن، توجه به وضعیت عاطفی و کمک به آن‌ها در مدیریت احساساتشان است (بهشتی فر، ۲۰۱۲).

از نظر بویاتزیس^{۱۵} شایستگی هوش اجتماعی عبارت است از توانایی تشخیص، فهم و استفاده از اطلاعات اجتماعی پیرامون دیگران با هدف رهبری برتر یا عملکرد متعالی و کارآمدتر (بویاتزیس، ۲۰۰۹).

تونی بوزان^{۱۶} هم هوش اجتماعی را «بخشی از طیف وسیع مهارت‌های اجتماعی» می‌داند. وی هوش اجتماعی صرفاً میزان سازگاری و ارتباط با اطرافیان است. هوش اجتماعی در رفتار اجتماعی فرد ظاهر می‌گردد؛ بنابراین طرز ارتباط فرد با دیگران و ایجاد روابط رضایت‌آمیز با ایشان که نتیجه فعالیت هوش اجتماعی است، در سازگاری این جنبه از هوش تأثیر دارد.

هوش اجتماعی در جامعه یا سازمان از جمله سرمایه‌های مهم محسوب می‌شود و این به خاطر آن است که از طریق هوش اجتماعی می‌توان به ارتقاء سطح بهداشت روانی جامعه و سازمان کمک نمود. هوش اجتماعی سازه‌ای است برای ارزیابی قدرت رهبری که بیشتر بر محور روابط میان افراد استوار است. رهبران دارای هوش اجتماعی بهتر می‌توانند در بین همکاران تعامل ایجاد نموده و از توان اجتماعی آنان بهره‌گیرند. تقویت مهارت اجتماعی و در نتیجه افزایش عملکرد آنان از آثار هوش اجتماعی است. (سلطانی، ۱۳۸۹).

ابعاد هوش اجتماعی

ثورندایک معتقد بود که هوش، از یک مؤلفه تشکیل نشده است، چرا که نمی‌توان با یک هوش توانایی‌های انسان را سنجید. به همین دلیل او سه نوع هوش را مطرح می‌کند: «هوش اجتماعی، هوش عینی و هوش انتزاعی». به نظر وی هوش

¹² Dong

¹³ Kantuor & Kihlstrom

¹⁴ Robert

¹⁵ Boyatzis

¹⁶ Tony Buzan

اجتماعی عبارت از توانایی درک دیگران و برقراری رابطه مناسب با آنها است. از این دیدگاه، فرد باهوش کسی است که در هنگام قرار گرفتن در یک جمع بتواند احساسات و عواطف دیگران را به خوبی درک و با آنها رابطه خوبی برقرار کند. گاردنر و گلنر پس از تحقیقات زیادی به این نتیجه رسیدند که هوش اجتماعی دارای پنج بعد اصلی است: درک موقعیت: توانایی درک موقعیت‌ها و درک زمینه اجتماعی که با نفوذ اجتماعی و انتخاب شیوه‌های رفتاری، منجر به موفقیت در روابط بین فردی می‌شود.

شخصیت: متانت و بردباری که موجب برداشت احساس اعتماد، احترام به خود و ارزشمندی در دیگران می‌شود. مورد اعتماد: مورد اعتماد بودن، متضاد «حقه‌بازی» است که موجب ایجاد این نگرش در دیگران می‌شود که فرد همان‌گونه که با خودش صادق است، با دیگران نیز به همان میزان صداقت دارد.

وضوح و روشنی: توانایی بیان روشن مطالب و استفاده مؤثر از زبان برای تبیین مفاهیم و ترغیب به پذیرش ایده‌ها. همدلی: یک احساس درونی قوی برای بازگو کردن یا قدرشناسی از تجارب دیگران. همدلی در این زمینه، بیانگر توانایی ایجاد حس ارتباط با دیگران برای برقراری رابطه صمیمی بیشتر و برداشتن فاصله‌های بین فردی است. سیلورا^{۱۷} و همکارانش در سال ۲۰۰۱ معتقد بودند که هوش اجتماعی ساختاری چندوجهی دارد و مؤلفه‌های آنها عبارت‌اند از:

پردازش اطلاعات اجتماعی^{۱۸}: به معنای توانایی فهم و پیش‌بینی رفتارها و احساسات دیگران است. مهارت‌های اجتماعی^{۱۹}: جنبه‌های رفتاری ساخت هوش اجتماعی از راه سنجش توانایی ورود به موقعیت‌های جدید اجتماعی و نیز توانایی سازگاری اجتماعی است. آگاهی‌های اجتماعی^{۲۰}: جریان‌های غیرمنتظره ناشی از رخدادها در موقعیت‌های اجتماعی را می‌سنجد. (اله یاری، ۱۳۸۹).

• مسئولیت اجتماعی

اسمیت^{۲۱} مسئولیت اجتماعی را فرایند ایجاد ثروت، ارتقای مزیت رقابتی و حداکثر کردن ارزش از ثروت ایجادشده برای جامعه می‌بیند. از نظر وی، مسئولیت اجتماعی وظیفه‌ی سازمان است که از طریق آن، سازمان ضمن انجام فعالیت‌های خود به حقوق افراد احترام می‌گذارد و رفاه عمومی را ارتقا می‌دهد.

یکی از تعاریف معروف را انجمن کسب‌وکار جهانی توسعه پایدار^{۲۲}، در سال ۱۹۹۹ ارائه کرد و مسئولیت اجتماعی شرکت را تعهد مستمر کسب‌وکار برای رفتارهای اخلاقی و توسعه اقتصادی تعریف کرد، در صورتی که بهبود کیفیت زندگی نیروی کار و خانواده آنها به همراه بهبود کیفیت زندگی جامعه محلی به صورت گسترده برآورده شود (دارایی، ۱۳۹۲). مسئولیت اجتماعی بیان می‌کند که تنها سودآوری هدف کسب‌وکار نیست. به علاوه، گفته می‌شود که سازمان‌های مسئول در برابر جامعه در عملکرد تجاری خود نیز موفق‌ترند و به اهدافی چون فروش محصولات، اعتمادسازی و کسب برند می‌رسند. (به نقل از دارایی، ۱۳۹۲).

¹⁷ Silvera

¹⁸ Social information processing

¹⁹ Social skills

²⁰ Social awareness

²¹ Smith

²² World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

به‌طور کلی در مباحث نظری مفهوم مسئولیت اجتماعی پنج مدل مطرح می‌باشد: (۱) مدل مسئولیت اجتماعی کارول^{۲۳} (۲) مدل دیویس^{۲۴} (۳) مدل مسئولیت اجتماعی لانتوس^{۲۵} (۴) مدل برین^{۲۶} (۵) مدل دنیسون.

(۱) مدل مسئولیت اجتماعی کارول

کارول زمینه‌های مختلفی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌منظور ارائه یک مدل باهم ترکیب کرد. کارول مسئولیت‌های اجتماعی هر بنگاه را در چهار بعد مطرح کرد که عبارت‌اند از:

الف- مسئولیت اقتصادی: به‌عنوان پایه و اساس که شالوده همه ابعاد در هرم مسئولیت اجتماعی شرکت است، توصیف می‌شود و به عقیده کارول مهم‌ترین بعد است، زیرا یک سازمان می‌بایست به‌منظور ابقای خود در بازار و منفعت رسانی به جامعه، سودآوری و بهره‌وری داشته باشد. در واقع مسئولیت اقتصادی این است که از طریق تولید باکیفیت خوب و قیمت منصفانه برای مصرف‌کننده، سودآوری سرمایه‌ها را در پی داشته باشد.

ب- مسئولیت قانونی: که در درجه کمتری از بعد قبلی قرار دارد، نشان‌دهنده این اصل است که هر کسب‌وکار مستلزم پیروی از قوانین و مقررات تعیین‌شده برای صلاح همگان است.

ج- مسئولیت اخلاقی: مهم‌ترین بعدی است که کارول مطرح کرده است مشارکت‌ها و فعالیت‌هایی که انتظار می‌رود توسط سازمان برای جامعه انجام گردد، بدون اینکه قید و شرط مستقیم قانونی وجود داشته باشد. این بعد به‌عنوان انتظارات جامعه از سازمان و مبنی بر این است که سازمان، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را مدنظر داشته باشد و به آن‌ها احترام بگذارد و فراتر از چارچوب قوانین مکتوب می‌باشد. مسئولیت‌های اخلاقی شامل پایبندی به اصول اخلاقی، انجام کارهای درست، عدالت، انصاف و احترام به حقوق مردم می‌شود. کسانی که مسئولیت‌های اخلاقی را می‌پذیرند، مانع از آسیب رساندن خود و دیگران به جامعه می‌شوند. مسئولیت‌های اخلاقی، سیاست‌ها، اصول، تصمیمات یا عملکردهایی هستند که اعضای جامعه از آن‌ها انتظار دارند «فعالیت‌های مثبت» را افزایش دهند یا جلوی «فعالیت‌های منفی» را بگیرند، حتی اگر لزوماً در قانون مشخص نشده باشند.

د- چهارمین بعد مسئولیت سازمان‌ها، بعد اجتماعی است که مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در جهت حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه‌جانبه و رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی کشور، انجام دهد. این مسئولیت یعنی صرف نظر کردن از پول و زمان در جهت خدمات، همکاری‌ها و کمک‌های داوطلبانه که اکثر بحث‌و‌جدل‌ها در مورد مشروعیت و حدود مرز مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، روی همین موضوع تکیه دارد (کبیری، ۱۳۹۳).

(۲) مدل مسئولیت اجتماعی دیویس

مدل مسئولیت اجتماعی دیویس شامل پنج پیش‌فرض است:

الف- پیش‌فرض اول: سازمان به‌طور کلی به خاطر تأثیر زیادی که روی مسائل مختلف جامعه از جمله بیکاری، وضعیت محیط، کیفیت زندگی و ... دارد، در رفاه جامعه سهیم است.

²³ Carol

²⁴ Davis

²⁵ Lantus

²⁶ Bereen

ب- پیش فرض دوم: سازمان باید به عنوان یک سیستم باز دوطرفه عمل کند. آزادانه ورودی‌های خود را از جامعه دریافت و آزادانه نتیجه کار خود را به جامعه عرضه دارد. پیش فرض فوق، نحوه انجام مسئولیت اجتماعی را توضیح می‌دهد. دیویس معتقد است که باید ارتباطات باز و محترمانه‌ای بین سازمان و جامعه برقرار باشد.

ج- پیش فرض سوم: فایده اجتماعی هر کار، کالا یا خدمتی بایستی کلاً محاسبه و به منظور تصمیم‌گیری در مورد اینکه آیا این کار انجام شود یا خیر، مورد توجه قرار گیرد. این پیش فرض تأکیدش روی این مفهوم بنیادی است که امکانات فنی و سودآوری اقتصادی تنها عواملی نیستند که روی تصمیم‌گیری‌های سازمان تأثیر داشته باشد.

د- پیش فرض چهارم: هزینه‌های اجتماعی مربوط به هر کار، کالا یا خدمتی باید به مصرف‌کننده منتقل شود. پیش فرض فوق بیانگر این نکته است که نمی‌توان از سازمان این انتظار را داشت که هر فعالیتی را که هم زیان اقتصادی و هم نفع اجتماعی در بردارد را تأمین مالی کند.

ه- پیش فرض پنجم: مؤسسات بازرگانی، مثل هر شهروندی، این مسئولیت را دارند که در خصوص حل مشکلات اجتماعی که خارج از محدوده کاری‌شان است مشارکت داشته باشند. پیش فرض آخر، این نکته را بیان می‌دارد که اگر سازمان یا موسسه‌ای از تخصصی برخوردار است که می‌تواند مشکل اجتماعی را مستقیماً به آن مربوط نیست حل کند، باید برای کمک به جامعه جهت حل آن مشکل، خود را مسئول بداند (الوانی، ۱۳۷۷).

۳) مدل مسئولیت اجتماعی لانتوس

لانتوس، مسئولیت اجتماعی شرکت را به مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت و مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت تقسیم کرد.

الف- مسئولیت اجتماعی اخلاقی شرکت، توقعی است از شرکت‌ها تا به منظور جلوگیری از صدمات و آسیب‌هایی که می‌تواند در نتیجه فعالیت‌های آن‌ها به دیگران و جامعه وارد شود، اخلاقاً مسئول باشند. این نوع مسئولیت اجتماعی، از همه شرکت‌ها انتظار می‌رود و بایستی آن را به عنوان وظیفه اولیه انجام دهند.

ب- مسئولیت اجتماعی بشردوستانه شرکت یک نگرانی واقعی و توجه اختیاری است.

ج- مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکت وقتی است که یک شرکت متعهد می‌شود فعالیت‌های خدمات اجتماعی معینی را که اهداف استراتژیک کسب و کار را به انجام می‌رساند، به پیش برد (کبیری، ۱۳۹۳).

۴) مدل برین

در این مدل یک چهارچوب مفهومی برای ارزیابی تأثیر عملکردهای تجاری یک شرکت بر روی ذینفعان از طریق تجزیه و تحلیل یا ایجاد شایستگی‌های مورد نظر جامعه که می‌تواند هم به جامعه سود برساند و هم سودآوری شرکت را افزایش دهند، ارائه می‌گردد. شرکت‌ها به وسیله یکپارچه‌سازی شایستگی‌های مورد نظر جامعه با فعالیت‌های خود، می‌توانند محصولات و خدمات جدید یا توسعه یافته، فرایندهای تولید کاراتر، شهرت قوی و هویت برای نام تجاری خود ایجاد کنند (همان، ۱۳۹۳).

۵) مدل دنیسون

دنیسون در زمینه‌ی مسئولیت اجتماعی اصولی را ارائه کرده است. اگرچه این مدل بیشتر برای مدیران زنجیره تولید تدوین کشیده است ولی قابل تعمیم به سازمان‌های دولتی می‌باشد. این اصول عبارت‌اند از:

الف- جامعه: تلاش در راستای ایجاد مزیت برای جامعه و همچنین تحریک و تشویق سازمان‌های مرتبط برای حرکت در راستای منافع جامعه.

ب- محیط: تشویق و تحریک سازمان برای ایجاد مکانیسم پاسخگویی به محیط خود به طوری که ابهام و نارضایتی محیط رفع شود و همچنین مواضع سازمان و اثرات سیاست‌های سازمان بر روی نرخ‌های تورم، بیکاری، فقر روشن شود.

ج- اخلاق: ایجاد منشور اخلاقی برای سازمان و کوشش در جهت عمل به اصول و مبانی اخلاقی.

د- مسئولیت مالی: مسئولیت در برابر اموال افرادی که در سازمان سرمایه‌گذاری کرده‌اند و همچنین در سازمان‌های بزرگ دولتی، مسئولیت در برابر اموال مردم و ثروت ملی.

مسئولیت اجتماعی سازمان، فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن فعالیت دارد. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رویکردی متعالی به کسب‌وکار است که تأثیر اجتماعی یک سازمان بر جامعه چه داخلی و چه خارجی را مدنظر قرار می‌دهد و هدف اصلی آن گرد هم آوردن تمامی بخش‌ها اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان جهت همکاری با یکدیگر است تا از یک سو موجب همسویی منافع اقتصادی با محیط‌زیست و از سوی دیگر سبب توفیق، رشد و پایداری کسب‌وکار گردد (مشبکی، ۱۳۸۹).

بر اساس پژوهشی نمونه‌های مزایای مستقیم ناشی از مسئولیت اجتماعی برای سازمان شامل موارد زیر هستند:

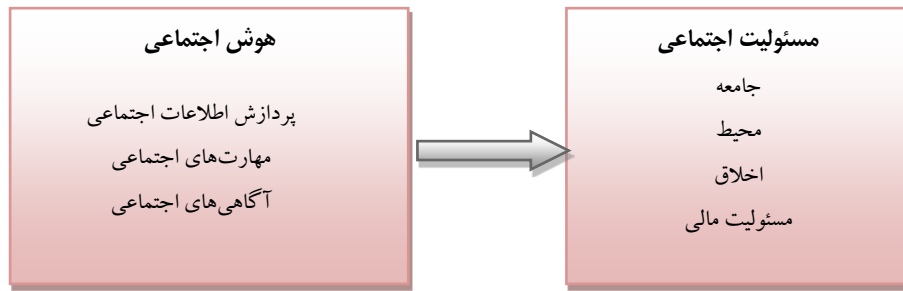
- افزایش ارزش تجاری، نشان تجاری
- دسترسی بیشتر به منابع مالی
- نیروی کار سالم‌تر و ایمن‌تر
- مدیریت ریسک و نظارت مؤثرتر بر امور سازمان
- کارکنان مشتاق
- وفاداری مشتری
- ارتقای اعتماد و اطمینان طرف‌های ذینفع
- تقویت وجهه عمومی: (کنفرانس بوآرد گروه کاری (GC 2005)؛ به نقل از رویایی، ۱۳۸۸).

مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش پس از بررسی و مطالعه مدل‌های مختلف شناخت مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، مدل دنیسون به عنوان مدل نظری پژوهش انتخاب شد.

جدید بودن مدل دنیسون نسبت به مدل‌های معرفی شده و مبنای رفتارگرایی این مدل و همچنین کامل بودن این مدل از نظر شاخص‌های اندازه‌گیری و سنجش مسئولیت اجتماعی، از جمله دلایل انتخاب این مدل به شمار می‌آیند. قابلیت استفاده از مدل دنیسون در تمام سطوح سازمانی یکی دیگر از ویژگی‌های این مدل است. همچنین، مدل دنیسون مبتنی بر نظریه‌ها و یافته‌های علمی است. ضمن اینکه در سالیان اخیر این مدل توسط مؤسسات مشاوره مدیریت برای ارزیابی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌ها به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته است.

یکی دیگر از مزایای مدل دنیسون سازگاری آن در پوشش مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل هوش اجتماعی می‌باشد که همین امر انسجام و سطح پیوستگی داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه آماری موردنظر را افزایش می‌دهد. با توجه به مباحث مطرح در قسمت متون تحقیق، در این پژوهش برای اندازه‌گیری تأثیر مؤلفه‌های هوش اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها در کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از چارچوب مفهومی شکل ۱ استفاده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی:

بین هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

میزان برخورداری کتابداران از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی بالاتر از حد متوسط است.

بین پردازش اطلاعات اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

بین مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

بین آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش همبستگی از نوع پیش‌بینی است و از آنجاکه به جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی و توصیف وضعیت موجود می‌پردازد، از نوع پیمایشی و از طرفی چون تحقیق حاضر به توسعه و کاربرد دانش موجود در زمینه «هوش اجتماعی» می‌پردازد از نوع کاربردی است و از آنجائی که به تحلیل وضعیت موجود در خصوص تبیین «تأثیر هوش اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها» در مقطع زمانی حاضر و به صورت واقعی پرداخته است، از نوع همبستگی است. برای مستندسازی نتایج تجزیه و تحلیل آماری و ارائه راه‌حل‌های نهایی، محقق از روش تحلیل رگرسیون با استفاده از نرم‌افزار اس. پی. اس. اس. نسخه ۲۰^{۲۷} اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها نموده است. جامعه آماری در این پژوهش بر اساس آمار دریافتی از اداره کل کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی، کلیه کتابداران شاغل در کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی اعم از کتابخانه‌های نهادی و مشارکتی تشکیل می‌دهد که تعداد آن‌ها برابر ۱۸۴ نفر است و از میان آن‌ها، طبق فرمول کوکران تعداد ۸۹ نفر از کتابداران به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش علاوه بر اطلاعات کتابخانه‌ای که به منظور دستیابی به پیشینه پژوهش انجام گرفت، در مرحله میدانی و به منظور سنجش هوش اجتماعی از پرسشنامه هوش اجتماعی کری آن کراون با ۲۱ گویه و پرسشنامه مسئولیت اجتماعی دنیسون با ۱۹ گویه استفاده شده است. همچنین در جهت ایجاد شناخت از جامعه آماری تعدادی پرسش با رویکرد جمعیت شناختی طرح گردید.

جدول ۱. تعداد گویه های پرسشنامه

مؤلفه‌ها	گویه‌ها
پردازش اطلاعات اجتماعی	۷-۱
مهارت‌های اجتماعی	۱۴-۸
آگاهی اجتماعی	۲۱-۱۵
مسئولیت اجتماعی	۴۰-۲۲

جهت تعیین میزان قابلیت اعتماد و یا پایایی آن نمونه‌ای بالغ بر ۳۰ نفر از پاسخگویان اخذ گردید و سپس با استفاده از نرم‌افزار اس. پی. اس. به محاسبه آلفای کرونباخ اقدام گردید.

جدول ۲. بررسی پایایی متغیرهای پرسشنامه

متغیر	تعداد نمونه	آلفای کرونباخ
پردازش اطلاعات اجتماعی	۷	۰/۸۵۲
مهارت‌های اجتماعی	۱۳	۰/۸۱۶
آگاهی اجتماعی	۶	۰/۸۳۰
مسئولیت اجتماعی	۲۳	۰/۹۲۵

در جدول فوق میزان آلفای کرونباخ متغیرهای پرسشنامه ارائه شده است و مشخص گردید که مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده برای آن به طور قابل ملاحظه‌ای نزدیک به یک است و بدین ترتیب می‌توان اظهار داشت به کارگیری پرسش‌های تهیه شده برای سنجش متغیرها از پایایی نسبتاً بالایی برخوردار است؛ به عبارت دیگر این پرسش‌ها دارای همبستگی درونی بالایی هستند. همچنین در تأیید روایی پرسشنامه از نظرات اساتید و خبرگان رشته مدیریت اجرایی و علم اطلاعات و دانش‌شناسی استفاده شد.

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌های خام جمع‌آوری شده از آمار توصیفی (نظیر فراوانی، درصد فراوانی، درصد جمععی، میانگین، انحراف استاندارد، میانه، مد، واریانس، چولگی) و آمار استنباطی (نظیر آلفای کرونباخ، ضریب همبستگی، ضریب تعیین، تحلیل رگرسیون و آزمون خی دو و آزمون فریدمن) بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج بررسی جمعیت شناختی اعضای نمونه نشان داد که از بین ۸۹ پاسخگو، بیشتر پاسخگویان با ۵۹/۶ درصد مربوط به گروه سنی بین ۳۱ الی ۴۰ سال هستند. ۴۳/۸ درصد پاسخگویان را مردان و ۵۶/۲ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. از جانب دیگر ۷۴/۲ درصد پاسخگویان متأهل و ۲۵/۸ درصد پاسخگویان مجرد بودند. میزان تحصیلات ۶۹/۷ درصد از پاسخگویان کارشناسی بود. از نظر سابقه کار بیشتر پاسخگویان ۶۷/۴ درصد، زیر ۱۰ سال سابقه کار داشتند. نهایتاً ۸۵/۴ درصد از پاسخگویان به صورت پیمانی در کتابخانه‌ها مشغول به خدمت می‌باشند.

برای تعیین اینکه متغیر هوش اجتماعی کتابداران و متغیر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها از توزیع نرمال تبعیت می‌کنند، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرها استفاده می‌کنیم.

جدول ۳. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

متغیرها	آماره آزمون	سطح معنی‌داری
پردازش اطلاعات اجتماعی	۱/۳۴۱	۰/۲۶۱

مهارت اجتماعی	۱/۸۲۱	۰/۷۵۲
آگاهی‌های اجتماعی	۱/۱۱۲	۰/۴۲۵
مسئولیت اجتماعی	۱/۰۰۱	۰/۸۰۱

بر اساس جدول ۳ با توجه به آماره‌های آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای هوش اجتماعی و مسئولیت اجتماعی و همچنین با سطح معنی‌داری متغیرها که همه آن‌ها از عدد ۰/۰۵ بزرگ‌تر هستند، فرض نرمال بودن متغیرها تأیید می‌گردد؛ بنابراین برای تعیین همبستگی بین متغیرهای هوش اجتماعی و مسئولیت اجتماعی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌کنیم.

- فرضیه اصلی پژوهش: بین هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۴. آزمون همبستگی بین دو متغیر هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	مقدار	سطح معنی‌داری
هوش اجتماعی و مسئولیت اجتماعی	۰/۹۳۰	۱	۰/۰۰۰

با توجه به میزان همبستگی پیرسون بین دو متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی و مسئولیت اجتماعی که برابر با ۰/۹۳۰ می‌باشد، لذا با سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ رابطه مثبت بین دو متغیر هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود. هر چه میزان هوش اجتماعی افزایش یابد نمره مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها بیشتر خواهد شد. برای آزمون این فرضیه که هوش اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأثیر دارد از مدل آماری رگرسیون تک متغیره استفاده می‌کنیم.

جدول ۵. تعیین میزان ضریب همبستگی

خطای معیار ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۸/۹۹۷۱۰	۰/۵۲۵	۰/۶۴	۰/۹۳۰

در جدول فوق میزان ضریب همبستگی و ضریب تعیین بین نمره پردازش اطلاعات اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مشخص شده است که در آن چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۹۳۰ و ضریب تعیین برابر با ۰/۶۴ می‌باشد.

جدول ۶. تحلیل واریانس رگرسیون تأثیر متغیر هوش اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

سطح معنی‌داری	آماره فیشر	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	منبع تغییرات
۰/۰۰۳	۱۸/۷۹۳	۱۸۲۱/۰۳۲	۱	۱۸۲۱/۰۳۲	بین گروهی
		۱۹/۱۱۰	۹۸	۱۰۷۲۳/۱۲۵	درون گروهی
			۹۹	۱۲۵۴۴/۱۵۷	کل

در جدول فوق آماره آزمون فیشر برابر با ۱۸/۷۹۳ و سطح خطای برابر با ۰/۰۰۳ می‌باشد و این مقدار از خطای قابل قبول ۰/۰۱ کمتر می‌باشد بنابراین فرض مربوط به وجود رابطه بین هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود پس می‌توانیم این نتیجه را بگیریم بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

- فرضیه فرعی ۱: میزان برخورداری کتابداران از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۷. میانگین ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی کتابداران

عوامل	میانگین	T	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین
پردازش اطلاعات اجتماعی	۳/۹۸۰	۵/۹۹۰	۰/۰۰۱	۰/۹۸۰۱
مهارت‌های اجتماعی	۴/۲۷۰	۶/۴۵۰	۰/۰۰۱	۰/۲۷۰۳
آگاهی‌های اجتماعی	۴/۰۱۰	۶/۲۱۰	۰/۰۰۱	۰/۰۱۰۱
هوش اجتماعی	۴/۰۸۶	۶/۷۵۰	۰/۰۰۱	۰/۰۸۵۹۹

فرضیه اول این پژوهش میزان برخورداری کتابداران از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی را آزمون کرده است که با توجه به مقدار آماره T محاسبه شده برای مؤلفه‌ها در درجه آزادی ۵۹ در مقایسه با مقدار جدول بزرگ‌تر بوده و معنادار می‌باشد. بنابراین بین میانگین نمونه و متوسط میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و میزان پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی بالاتر از حد متوسط ارزیابی می‌گردد.

- فرضیه فرعی ۲: بین پردازش اطلاعات اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۸. آزمون همبستگی بین دو متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

متغیرها	همبستگی پیرسون	مقدار	سطح معنی‌داری
پردازش اطلاعات اجتماعی و مسئولیت اجتماعی	۰/۴۷۵	۱۰۰	۰/۰۰۳

با توجه به میزان همبستگی پیرسون بین دو متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی و مسئولیت اجتماعی که برابر با ۰/۴۷۵ می‌باشد، لذا با سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ رابطه مثبت بین دو متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی و مسئولیت اجتماعی تأیید می‌شود. هر چه میزان پردازش اطلاعات اجتماعی افزایش یابد نمره مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها بیشتر خواهد شد. برای آزمون این فرضیه که پردازش اطلاعات اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأثیر دارد از مدل آماری رگرسیون تک متغیره استفاده می‌کنیم.

جدول ۹. تعیین میزان ضریب همبستگی

خطای معیار ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۹/۵۵۵۹۰	۰/۲۳۱	۰/۲۵۱	۰/۴۷۵

در جدول فوق میزان ضریب همبستگی و ضریب تعیین بین نمره پردازش اطلاعات اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مشخص شده است که در آن چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۷۵ و ضریب تعیین برابر با ۰/۲۵۱ می‌باشد لذا ۲۵ درصد از تغییرات مربوط به مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها به پردازش اطلاعات اجتماعی می‌باشد.

جدول ۱۰. تحلیل واریانس رگرسیون تأثیر متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

سطح معنی‌داری	آماره فشر	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	منبع تغییرات
۰/۰۰۰۵	۱۶/۹۹۳	۱۷۲۱/۲۳۰	۱	۱۷۲۱/۲۳۰	بین گروهی
		۲۱/۲۱۰	۹۵	۷۵۲۳/۱۲۵	درون گروهی
			۹۶	۹۲۴۴/۳۵۵	کل

در جدول فوق آماره آزمون فشر برابر با ۱۶/۹۹۳ و سطح خطای برابر با ۰/۰۰۰۵ می‌باشد و این مقدار از خطای قابل قبول ۰/۰۱ کمتر می‌باشد بنابراین فرض مربوط به وجود رابطه بین پردازش اطلاعات اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود پس می‌توانیم این نتیجه را بگیریم بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

- فرضیه فرعی ۳: بین مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱۱. آزمون همبستگی بین دو متغیر مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

متغیرها	همبستگی پیرسون	مقدار	سطح معنی‌داری
مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها	۰/۴۷۳	۱	۰/۰۰۰۵

با توجه به میزان همبستگی پیرسون بین دو متغیر مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها که برابر با ۰/۴۷۳ می‌باشد لذا در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ رابطه مثبت بین دو متغیر مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت

اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود. در واقع هر چه میزان قدرت مهارت‌های اجتماعی افزایش یابد نمره مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها بیشتر خواهد شد.

برای آزمون این فرضیه که مهارت‌های اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأثیر دارد از مدل آماری رگرسیون تک متغیره استفاده می‌کنیم.

جدول ۱۲. تعیین میزان ضریب همبستگی

خطای معیار ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۹/۸۳۲۱۱	۰/۲۱۲	۰/۲۳۲	۰/۴۷۳

در جدول فوق میزان ضریب همبستگی و ضریب تعیین بین مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مشخص شده است که در آن چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۷۳ و ضریب تعیین برابر با ۰/۲۳۲ می‌باشد لذا ۲۳ درصد از تغییرات مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مربوط به مهارت‌های اجتماعی کتابداران می‌باشد.

جدول ۱۳. تحلیل واریانس رگرسیون تأثیر متغیر مهارت‌های اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

سطح معنی داری	آماره فشر	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	منبع تغییرات
۰/۰۰۰۱	۲۴/۳۷۵	۲۲۳۶/۷۹۶	۱	۲۲۳۶/۷۹۶	بین گروهی
		۹۰/۹۰۱	۹۶	۸۳۲۰/۳۷۵	درون گروهی
			۹۷	۱۰۵۵۷/۱۷۱	کل

در جدول فوق آماره آزمون فشر برابر با ۲۴/۳۷۵ و در سطح خطای ۰/۰۰۰۱ می‌باشد و این مقدار از خطای قابل قبول ۰/۰۱ کمتر می‌باشد بنابراین فرض مربوط به وجود رابطه بین مهارت‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود پس می‌توانیم این نتیجه را بگیریم بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

- فرضیه فرعی ۴: بین آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

جدول ۱۴. آزمون همبستگی بین دو متغیر آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

متغیرها	همبستگی پیرسون	مقدار	سطح معنی داری
آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها	۰/۶۳۷	۱	۰/۰۰۱

با توجه به میزان همبستگی پیرسون بین دو متغیر آگاهی‌های اجتماعی و مهارت کارآفرینی دانشجویان که برابر با ۰/۶۳۷ می‌باشد و در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ رابطه مثبت بین دو متغیر آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود. در واقع هر چه میزان قدرت آگاهی‌های اجتماعی افزایش یابد نمره مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها بیشتر خواهد شد.

برای آزمون این فرضیه که آگاهی‌های اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأثیر دارد از مدل آماری رگرسیون تک متغیره استفاده می‌کنیم.

جدول ۱۵. تعیین میزان ضریب همبستگی

خطای معیار ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۹/۱۴۸۴۲	۰/۲۶۰	۰/۳۶۲	۰/۶۳۷

در جدول فوق میزان ضریب همبستگی و ضریب تعیین بین نمره آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مشخص شده است که در آن چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۶۳۷ و ضریب تعیین برابر با ۰/۳۶۲ می‌باشد لذا ۳۶ درصد از تغییرات مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها مربوط به آگاهی‌های اجتماعی کتابداران می‌باشد.

جدول ۱۶. تحلیل واریانس رگرسیون تأثیر متغیر آگاهی‌های اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره فشر	سطح معنی‌داری
بین گروهی	۴۴۷/۲۵۳	۱	۴۴۷/۲۵۳	۳۶/۳۶۵	۰/۰۰۱
درون گروهی	۱۱۲۹۳/۹۵۳	۹۸	۲۳۳/۱۷۵		
کل	۱۱۷۴۱/۲۰۶	۹۹			

در جدول فوق آماره آزمون فشر برابر با ۳۶/۳۶۵ و سطح خطای برابر با ۰/۰۰۱ می‌باشد و این مقدار از خطای قابل قبول ۰/۰۱ کمتر می‌باشد بنابراین فرض مربوط به وجود رابطه بین آگاهی‌های اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأیید می‌شود پس می‌توانیم این نتیجه را بپذیریم بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود. آزمون فریدمن

برای این که متوجه شویم کدام یک از متغیرهای هوش اجتماعی از اولویت بیش‌تری برخوردار است یعنی این که کدام یک دارای تأثیر بیش‌تری بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها می‌باشد از آزمون فریدمن استفاده شده است که در زیر به شرح آن می‌پردازیم:

جدول ۱۷: میانگین متغیرهای پژوهش

اولویت‌ها	متغیرها	میانگین
اول	آگاهی‌های اجتماعی	۴/۶۵
دوم	پردازش اطلاعات اجتماعی	۴/۱۵
سوم	مهارت‌های اجتماعی	۳/۷۸

جدول ۱۷: آزمون فریدمن

تعداد	۸۹
کای دو	۱۵۱/۵۱۵
ضریب تغییرات	۵
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۴

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول ۱۷ با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۴ می‌باشد که از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، فرض مذکور رد می‌شود بنابراین میانگین متغیرها با هم برابر نیست. همچنین بر اساس داده‌های جدول ۱۶ متغیر آگاهی‌های اجتماعی با میانگین ۴/۶۵ دارای بالاترین اولویت می‌باشند و متغیرهای دیگر در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر جدید که همگام با تغییرات سریع و چالشی است، رهبران باید دارای مهارت‌ها و دانشی باشند که فضا را برای عملکردی برجسته فراهم می‌سازد. هوش اجتماعی مبنایی هستند که رهبری سازمانی مبتنی بر آن است. توسعه هوش اجتماعی به تعهد فردی نسبت به رشد و توسعه بلندمدت بستگی دارد. این تحولی ارزشمند است که نه تنها شما بلکه سازمانتان و جامعه‌ای را که در آن کار و زندگی می‌کنید متحول خواهد ساخت. کتابداران کارآمد فضایی کتابخانه‌ای می‌آفرینند که عملکرد برتر آنان را تقویت می‌کنند. ایجاد فضایی برای عملکرد نیازمند آن است که کتابداران سطح بالایی از هوش اجتماعی

را به اثبات برسانند. با توجه به این که یافته‌های پژوهش باید با مبانی نظری، ادبیات پژوهش و سابقه پژوهش‌های گذشته مقایسه گردد تا بحث و نتیجه‌گیری پژوهش از اعتبار لازم برخوردار گردد، لذا لازم است تا نتایج این پژوهش برای انجام مقایسه و استنتاج علمی ارائه گردد، نتایج این پژوهش در مقایسه با پژوهش‌های دیگر بدین شرح است:

مقاله حاضر به منظور تعیین رابطه میان هوش اجتماعی کتابداران (با مؤلفه‌های سه گانه پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی‌های اجتماعی) با مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها انجام پذیرفت. نتایج حاصله از بحث نظری نشان داد که مسئله اصلی پژوهش که بر روی عملکرد کتابداران تکیه داشت، از سوی دیگر گلن که در زمینه‌ی هوش اجتماعی به اصل توانایی درک و مهار هیجانات و احساسات در راستای کمک به فعالیت‌های فکری، تصمیم‌گیری و ارتباطی توجه داشت با آنچه در فرضیه اصلی پژوهش حاضر تعقیب شده هم‌خوانی دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین هوش اجتماعی کتابداران با مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، نتیجه این فرضیه با نتیجه پژوهش علامه (۱۳۹۴)، مرادی پردنجانی (۱۳۹۴) و آقا احمدی (۱۳۹۳) که در پژوهش اعلام نمودند هوش اجتماعی و هوش هیجانی بر سبک رهبری مدیران اثر مستقیم و مثبت دارند همسو است. آنها نشان دادند رهبری یک سازمان برای انطباق با تغییرات و به‌منظور بقا و رشد در محیط‌های جدید، ویژگی‌های خاصی را می‌طلبد که عموماً مدیران برای پاسخ به آنها با مشکلات بسیاری مواجه می‌شوند. یکی از مهم‌ترین خصیصه‌ها که می‌تواند به رهبران و مدیران در پاسخ به این تغییرات کمک کند، هوش هیجانی و هوش اجتماعی است. همچنین نتایج این پژوهش با پژوهش‌های نصیری ولیک بنی (۱۳۹۳)، پیراسته مطلق (۱۳۹۰)، استرنبرگ (۲۰۱۲)، بهشتی فر (۲۰۱۲) و زاکارو^{۲۸} (۲۰۰۳) همسو است. طباطبائی (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان داد که بین هوش اجتماعی و ابعاد آن با مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت دانش‌آموزان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

در رابطه با فرضیه فرعی اول پژوهش، نتایج نشان داد که میزان برخورداری کتابداران از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی بالاتر از حد متوسط است نتیجه حاصل از این فرضیه با پژوهش مرادی پردنجانی (۱۳۹۴)، نصیری ولیک نبی (۱۳۹۲) و استرنبرگ (۲۰۱۲) که نشان دادند میزان هوش اجتماعی کارکنان بالاتر از میانگین است مطابقت دارد. برخورداری کتابداران از مؤلفه‌های هوش اجتماعی موجب خواهد شد که کتابداران به فهم دقیق و بهتری از موقعیت‌های اجتماعی دست یابند و به بهترین نحو ممکن بتوانند در شرایط اجتماعی راهکار موردنظر را ارائه و انتخاب نمایند.

یافته‌های پژوهش در زمینه‌ی تأثیر مؤلفه‌های هوش اجتماعی کتابداران (شامل پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و آگاهی‌های اجتماعی) بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها حاکی از این است که هر سه مؤلفه هوش اجتماعی کتابداران بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها اثر معناداری دارند. نتیجه حاصل از این فرضیه با پژوهش مرادی پردنجانی (۱۳۹۴)، آقا احمدی (۱۳۹۳)، طباطبایی (۱۳۹۳)، پیراسته مطلق (۱۳۹۰)، زاکارو (۲۰۱۴)، جینگ و جنیفر^{۲۹} (۲۰۱۱) و بوم و باربارا^{۳۰} (۲۰۱۱) که اعلام نمودند هوش اجتماعی بالا تأثیر زیادی بر رشد کارآفرینی در زمینه‌ی ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید دارد و موجب سرمایه‌گذاری‌های منطقی توسط کارآفرینان می‌شود مطابقت دارد. توسعه هوش اجتماعی نیازمند تعهدی بالا نسبت به رشد و توسعه فردی است. کتابدارانی که هوش اجتماعی بالایی دارند، به‌راحتی قادر به برقراری ارتباط با اطرافیان و کنترل احساسات خود در ارتباط با دیگران هستند. افراد با هوش اجتماعی بالا، با کسانی که گذشته، سن، فرهنگ و عملکرد احساسی

²⁸ Zaccaro

²⁹ Jing & Jennifer

³⁰ Baum & Barbara

- اجتماعی متفاوتی دارند راحت هستند و مهم تر آن که قادرند کاری کنند که دیگران در کنار آنان احساس راحتی و خوشحالی داشته باشند؛ بنابراین، تلفیق دانش مدیریتی و توانایی های اجتماعی در کتابداران می تواند در سوق دادن افراد به سوی دستیابی به هدف کارساز و مفید باشد.

نتایج آزمون فریدمن همچنین نشان داده است که متغیر آگاهی های اجتماعی بیشترین اثر را بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه ها داراست؛ بنابراین می توان استنباط کرد که مهارت های اجتماعی کتابداران و توانایی شناخت نیازهای دیگران تأثیر مهمی در مسئولیت اجتماعی دارد.

در تبیین موضوع پژوهش حاضر بایستی اذعان کرد که مسئولیت اجتماعی کتابخانه ها با وجودی که در ظاهر امر یک پدیده مستقل و مکانیکی فرض می شود، اما در ذات خود به برخی از ویژگی ها و خصایص کتابداران بستگی تام دارد. از این رو به مسئولین امر مخصوصاً کتابداران توصیه می گردد که از فرصت ها و موقعیت ها برای پرورش و تقویت استعداد های ذاتی از جمله هوش اجتماعی خود برنامه ریزی مناسب و منطقی داشته و در تمام موقعیت ها برای ظهور و بروز این توانمند تلاش نمایند.

پیشنهادها

- با توجه به اینکه مشخص گردید بین نقش هوش اجتماعی کتابداران و مسئولیت اجتماعی کتابخانه ها رابطه معنی داری وجود دارد، پیشنهاد می شود مؤلفه های اثرگذار از طریق نشریات یا بولتن های کتابخانه ای در اختیار همه کتابداران قرار گیرد تا از تجربیات کتابداران موفق استفاده شود؛
- از آنجا که در این پژوهش مشخص گردید نقش کتابداران در اهداف و ارتقاء مسئولیت اجتماعی کتابخانه ها مؤثر است و این مؤلفه در مقام قیاس با سایر مؤلفه ها از ضریب اثرگذاری بیشتری برخوردار است، پیشنهاد می شود کتابدارانی که در تقویت این موضوع سهم بزرگی دارند شناسایی و مورد تشویق قرار بگیرند؛
- با توجه به اینکه هوش اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی کتابخانه ها تأثیر مثبتی دارد، لازم است تا آموزش هایی در خصوص ارتقای هوش اجتماعی ارائه شود و در آن ها به ویژگی های پردازش اطلاعات اجتماعی، آگاهی های اجتماعی، مهارت های اجتماعی تأکید شود؛
- بایستی برنامه هایی جهت ارتقاء هوش اجتماعی کتابداران در کتابخانه ها را طراحی و اجرا نمود؛
- با برگزاری کارگاه های آموزشی برای تقویت هوش اجتماعی، بایستی کتابداران را به مشارکت در چنین کارگاهی ترغیب نمود؛
- با توجه به اینکه پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت های اجتماعی و آگاهی های اجتماعی مؤلفه های هوش اجتماعی است و بر روی مسئولیت اجتماعی تأثیر معنی داری دارند لذا کتابداران در جهت ارتقای اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی می بایست بتوانند رفتار مراجعین را پیش بینی نمایند و احساسات آنان را درک نموده تا بتوانند ارتباط خوب و مؤثر با مراجعین ایجاد نمایند و از سویی دیگر در جهت ارتقای مهارت های اجتماعی باید بتوانند با اعضای کتابخانه کنار آمده و حتی پیش بینی نمایند مراجعین به رفتار آن آنچه واکنشی نشان خواهند داد؛
- کتابدارانی که در کتابخانه ها مشغول به کار هستند با توجه به اخلاق موضوعات خوب برای صحبت کردن و مرادده با مراجعین پیدا نماید و در صورت بروز مشکلی دلیل خشمگینی مراجعین از رفتار خود بررسی نموده و با بی توجهی به آنان صدمه روحی و اخلاقی وارد ننماید؛

- در جهت ارتقای آگاهی‌های اجتماعی کتابداران می‌بایست هماهنگی آسان با موقعیت‌های اجتماعی مختلف و شرایط اجتماعی مختلف را داشته باشند و در شناسایی مراجعین در کمترین زمان ممکن و درک منظور ایشان از چهره و رفتارهایشان تبحر خاصی کسب نمایند؛
- برای ارتقای و ایجاد حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کتابداران در جهت ایجاد توازن میان ارزش‌های کتابخانه‌ها و نیازهای جامعه فعالیت نموده و انتظارات و ارزش‌های جامعه را درک نمایند.

منابع

- آقا احمدی، قربان علی؛ حلیمی، صبورا و کیا دلیری، لیلا (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی هوش اجتماعی بامهارت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد شهرستان چالوس. *کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان*، دانشگاه مازندران.
- الوانی، سید مهدی و قاسمی، احمد (۱۳۷۷). *مدیریت و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان*. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- اله یاری، سمیه (۱۳۸۹). *بررسی رابطه هوش اجتماعی و رهبری اخلاقی مدیران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
- امرای، مرتضی و همکاران (۱۳۹۰). رابطه بین هوش هیجانی و مهارت‌های ارتباطی کتابداران. *نشریه مدیریت اطلاعات سلامت*، ۸(۵)، ۴۴-۶۳.
- بوزان، تونی (۱۳۸۴). *قابلیت‌های هوش اجتماعی*. ترجمه بهناز کمالی، تهران: انتشارات نگار.
- پیروز، غلامرضا و فقیه، مریم (۱۳۹۵). بررسی هوش اجتماعی و مؤلفه‌های آن در داستان‌های کتاب‌های فارسی دوره ابتدایی. *مجله مطالعات ادبیات کودک*، ۷(۱)، ۶۶-۸۳.
- دارایی، محمدرضا و پارسا عمل، الهه (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر مسئولیت اجتماعی در شرکت خودروسازی سایپا. *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۵(۴)، ۱۰۱-۱۲۰.
- رؤیایی، رمضان علی و مهر دوست، حسین (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی (بررسی موردی مدیران تک پست سازمان صداوسیما). *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۳)، ۴۳-۵۹.
- سلطانی، ایرج (۱۳۸۹). *پرورش سرمایه‌های انسانی*. اصفهان: انتشارات ارکان دانش.
- طباطبایی، زهرا؛ اوجی نژاد، احمدرضا و قلناش، عباس (۱۳۹۳). رابطه هوش اجتماعی با مهارت‌های کارآفرینی و خلاقیت دانش آموزان هنرستان‌های شهر شیراز. *فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۶(۱)، ۸۵-۱۰۲.
- علامه، سید محسن؛ عباسی، نجیبه و صفری، فرانک (۱۳۹۴). بررسی تأثیر هوش اجتماعی و هوش هیجانی بر سبک رهبری مدیران. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی*، ۹(۲)، ۹۹-۱۱۳.
- فیاضی، مرجان و جان‌نثار احمدی، هدی (۱۳۸۶). مفاهیم نوین در سازمان‌ها. *ماهنامه تدبیر*، ۱۷(۷)، ۴۱-۶۰.
- کبیری، حبیبه و محمدزاده ساطعه، حیدر (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی و کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران از دیدگاه کارشناسان مالی زن. *فصلنامه زن و مطالعات خانواده*، ۶(۲۴)، ۶۷-۸۳.
- مرادی پردنجانی، حجت‌الله؛ صادقی ده چشمه، ستار و بیاتی، یاسر (۱۳۹۴). تأثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: مدیران بسیج استان چهارمحال و بختیاری). *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۸(۶۹)، ۱۳۱-۱۵۲.
- مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (وزارت نیرو به‌عنوان مورد). *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*، ۴۰(۴)، ۳۷-۵۶.
- موسوی فر، سید سعید؛ طهماسبی، صفیه و دائی، عذرا (۱۳۹۵). ارزیابی عملکرد کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مازندران. *فصلنامه مطالعات دانش‌شناسی*، ۱(۶)، ۳۳-۴۵.
- نصیری ولیک بنی، فخرالسادات؛ گیلانی، مریم و اسکندری، اصغر (۱۳۹۳). رابطه بین هوش اجتماعی و رفتار مدنی-تحصیلی با اثربخشی آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه بوعلی سینا همدان. *فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۵(۱)، ۱۷۵-۱۸۸.
- Baum, Robert, J and Barbara J. Bird. (2010). *High level of Social Intelligence and Growth Entrepreneurs: Links to New Venture Growth*. *Journal of organizational since*, 21(2), 397-412.

- Beheshtifar, M. & Roasaei, F. (2012). *Role of Social Intelligence in Organizational Leadership*. European Journal of Social Sciences, 28(2), 200-206.
- Boyatzis, R. E & Ratti, F, (2009). *Emotional, social and cognitive competencies distinguishing effective Italian managers and leaders in a private company and cooperatives*. Journal of Management Development, 28(9), 821-833.
- Dong, O., Koper, R. G. & Collaco, C. M. (2008). *Social Intelligence, Self-esteem, and Intercultural Communication Sensitivity*. Intercultural Communication Studies. 17(2), 162- 165.
- Fleming, M. (2002), *"What is safety culture? Rail way safety ever green House"*, Available at: www.google.com \ rwf\.
- Ford, M. E. & Tisak, M. S. (1983). *A further search for social intelligence*. Journal of Educational Psychology, 75(2), 197.
- Jing Zhou, a, and Jennifer M. George. (2011). *making employee creativity: The role of leader emotional intelligence*. The Leadership Quarterly, 14(4-5), 545– 568.
- Sternberg, Robert J. (2012). *Intelligence as a basis for successful entrepreneur ship*. Journal of Business Venturing, 19(2), 189–201
- Zaccaro S. J., Janelle A. Gilbert, K and Michael D. Mumford. (2014). *Effective of social intelligence on Leadership leader effectiveness*. The Leadership Quarterly, 2(4), Pages 317-342
- Zaccaro, S. J., Kem, C. & Bader, P. (2003). *Leader Traits and Attributes*. The Major Schools of Leadership, 50(2), 106-115.