

Investigating the factors affecting the relationship between cultural intelligence based on soft and creative technologies in Homa-Shiraz Airlines (a mixed study)

Hossein Nezhad Asghari Bisheh | Department of Management, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Hassan Soltani * | Department of Management, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Hamid Mahmoudian | Department of Jurisprudence and Law, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Abstract

The aim of this study is to investigate the factors affecting the relationship between cultural intelligence and organizational interactions with an emphasis on the role of soft and creative technologies (a case study of Homa-Shiraz Airlines), which was conducted using a (qualitative and quantitative) method. The research method in the qualitative stage is based on grounded theory. To collect data, semi-structured interviews were used and information analysis was performed using the Strauss and Corbin method and the paradigm model. Sampling was carried out using a theoretical method and a purposeful technique, based on which 18 interviews were conducted with members of the Azad University faculty and senior managers of Homa Airlines. In the quantitative section, the statistical population was all managers and experts of Homa-Shiraz Airlines (1100), and using the Cochran formula and simple random sampling method, (267) people were selected as a statistical sample. The research method in the quantitative phase is based on the structural equation model, using the partial least squares method and with the help of SmartPLS software. To collect data, a questionnaire extracted from qualitative data was used and the validity of the questionnaire was confirmed through the expert opinion method and its reliability was confirmed through Cronbach's alpha (8/). For the tested model, the absolute fit index GOF was obtained as 65/., which indicated that the value obtained for this index indicated the appropriate fit of the test model. Based on the research findings, 37 categories were identified in the form of 6 main dimensions, which are: causal factors (communication skills, cultural diversity, individual mental skills, cultural commonalities, cultural expectations, educational programs and personality traits), contextual (learning ability, cultural interactions, behavioral responses, participation, self-confidence, quality personal relationships, intelligence and interpersonal communication), interventional (sociability, mutual understanding and tolerance, cultural adaptation, peaceful coexistence, individual exchanges, relationship management and cultural awareness), strategies (creativity and analytical power, norms, trust, intragroup relations, cultural cohesion, knowledge systems, social technology, intellectual content, psychological activities, technological innovation and abstract thinking) and consequences (dual functions, technological ethics, standardization and technological promotion).

Keywords: Communication, cultural intelligence, organizational interactions, technology, soft, creative

How to Cite: Nezhad Asghari Bisheh,H. , Soltani,H. and Mahmoudian,H. (2026). Investigating the factors affecting the relationship between cultural intelligence based on soft and creative technologies in Homa-Shiraz Airlines (a mixed study). Journal of Intelligent Strategic Management .5(1), 321-366.
doi: 10.87453/bumara.2026.373601.4843



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author: 1281793906@iau.ir

بررسی عوامل تاثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی مبتنی بر فناوری های نرم و خلاق در سازمان هواپیمایی هما_ شیراز (مطالعه ای آمیخته)

حسین نژاد اصغری بیشه | گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

حسن سلطانی* | گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

حمید محمودیان | گروه فقه و حقوق، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

چکیده

هدف این پژوهش بررسی عوامل تأثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تأکید بر نقش فناوری های نرم و خلاق (مطالعه موردی سازمان هواپیمایی هما-شیراز) است که به روش (کیفی و کمی) انجام شده است. روش تحقیق در مرحله کیفی مبتنی بر نظریه داده بنیاد است. برای گردآوری داده ها، از مصاحبه های نیمه ساختاریافته استفاده شده و تجزیه و تحلیل اطلاعات، به روش استراوس و کوربین و مدل پارادایمی انجام گرفته است. نمونه گیری به روش نظری و با بهره مندی از تکنیک هدفمند صورت پذیرفته است که بر مبنای آن ۱۸ مصاحبه با اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد و مدیران ارشد سازمان هواپیمایی هما به عمل آمد. در بخش کمی جامعه آماری کلیه مدیران و کارشناسان سازمان هواپیمایی هما-شیراز (۱۱۰۰) بود که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه گیری تصادفی ساده، تعداد (۲۶۷) نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. روش تحقیق در مرحله کمی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری، به روش حداقل مربعات جزئی و با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس انجام گرفته است. برای گردآوری داده ها، از پرسشنامه استخراج شده از داده های کیفی استفاده شده و روایی پرسشنامه از طریق روش نظرخواهی از خبرگان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (۰/۸) تأیید شد، برای الگوی آزمون شده شاخص برازش مطلق GOF، ۰/۶۵، حاصل شد که مقدار به دست آمده برای این شاخص نشانگر برازش مناسب الگوی آزمون بوده است. بر اساس یافته های پژوهش، ۳۷ مقوله، در قالب ۶ بعد اصلی شناسایی شد که عبارت اند از: عوامل علی (مهارت برقراری ارتباط، تنوع فرهنگی، مهارت های ذهنی فرد، اشتراکات فرهنگی، انتظارات فرهنگی، برنامه های آموزشی و خصیصه های شخصیتی)، زمینه ای (قابلیت یادگیری، تعاملات فرهنگی، پاسخ های رفتاری، مشارکت، اعتماد به نفس، روابط شخصی با کیفیت، هوشمندی و ارتباطات میان فردی)، مداخله گر (جامعه پذیری، درک متقابل و مدارا، سازگاری فرهنگی، همزیستی مسالمت آمیز، تبادلات فردی، مدیریت روابط و آگاهی فرهنگی)، راهبردها (اخلاقیت و قدرت تحلیلگری، هنجارها، اعتماد، روابط درون گروهی، انسجام فرهنگی، سیستم های دانشی، فناوری اجتماعی، محتوای فکری، فعالیت های روانی، نوآوری فناوری و تفکر انتزاعی) و پیامدها (کارکردهای دوگانه، اخلاقیات فناوری، استانداردهای نوآوری و ارتقای فناوری) است.

کلیدواژه ها: ارتباط، هوش فرهنگی، تعاملات سازمانی، فناوری، نرم، خلاق

استناد به این مقاله: نژاد اصغری بیشه، حسین و سلطانی، حسن و محمودیان، حمید. (۱۴۰۵). بررسی عوامل تاثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی مبتنی بر فناوری های نرم و خلاق در سازمان هواپیمایی هما_ شیراز (مطالعه ای آمیخته). مدیریت استراتژیک هوشمند، ۵(۱)، ۳۶۶-۳۲۱.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین المللی کپی رایت کامنز با شرایط انتساب-غیرتجاری ۴،۰ منتشر می شود.
© نویسندگان

* نویسنده مسئول: 1281793906@iau.ir

مقدمه

هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد. از آنجایی که هوش فرهنگی برای توصیف مهارت و توانایی درک و شناخت افراد نسبت به فرهنگ‌های دیگر به کار می‌رود و همچنین شامل توجه و توانایی فرد در درک و شناخت نسبت به فرهنگ‌های دیگر است که فراتر از هوش هیجانی است (مرسک و همکاران؛ ۲۰۲۱) به افراد کمک می‌کند تا در زمینه‌هایی چون؛ برقراری ارتباطات، اجرای مذاکرات، مدیریت مسیر مشاغل بین‌المللی و نحوی رهبری و انگیزش اهالی دیگر فرهنگ‌ها اثربخش‌تر عمل کنند. تا به امروز نیاز چندانی به مهارت‌های میان فرهنگی و یا هوش فرهنگی احساس نمی‌شده است. اما اکنون هوش فرهنگی نه تنها مدیران در درک بهتر مردم جهان، بلکه مربی همه افراد در زندگی و کسب‌وکار در دنیایی است که دیگر مرزهای مشخص و تعیین‌شده‌ای ندارد. هر چه دنیا از لحاظ اقتصادی منسجم‌تر می‌شود تمایزات فرهنگی بیشتر خودنمایی می‌کنند. سواد فرهنگی (توانایی ارزش‌گذاری و استفاده از تمایزات فرهنگی) کلید سواد جهانی است. قابلیت هوش فرهنگی راهی نظام‌یافته و مجموع‌های از فنون است که به مدیران کمک می‌کند تا در مواجهه با هر فرهنگی به‌طور مؤثر فعالیت کنند (آفرمن و فن همکاران؛ ۲۰۱۹). بنابراین می‌تواند در تعاملات سازمانی نیز مؤثر است، امروزه فرایند تعاملات یکی از اجزای اصلی فعالیت‌های سازمان‌های مختلف گردیده است.

از جمله روندهای برجسته در توسعه جهانی می‌توان به «حرکت از بین‌المللی سازی تولید به سمت جهانی سازی اقتصاد» و «حرکت از بین‌المللی سازی تحقیق و توسعه به سمت جهانی سازی علوم و فناوری» اشاره کرد. سازمان‌های صنعتی به‌طور روزافزونی از طریق ائتلافات در حوزه علوم و فناوری، به همکاری می‌پردازند و روند جهانی سازی اقتصاد، علم و فناوری را تقویت می‌کنند (باتاچاریا و همکاران، ۲۰۲۱). به همین جهت، مطالعات پیش‌بینی فناوری و آینده‌نگاری فناوری به عناصر زیربنایی مهمی در تدوین سیاست علوم و فناوری و سیاست صنعتی؛ بازتخصیص منابع انسانی، مادی و مالی؛ تصویر راهبردهای کلان بلندمدت و تنظیم ساختارهای اقتصادی و صنعتی مبدل شده‌اند. به همین منظور، فلسفه، اثربخشی و عملیاتی بودن فنون و روش‌های آینده‌نگاری فناوری مورد توجه قرار گرفته است و برانگیزاننده پیشرفت‌های نظری آینده‌نگاری فناوری در عصر جدید شده است. به‌طور مثال، نظریه نسل سوم آینده‌نگاری فناوری، جامعه، اقتصاد و محیط زیست

¹ Masrek et al

² Offermaln & Phan

³ Bhattacharyya et al

را ترکیب نموده، و نظریه نسل چهارم، تاکید بر برابری بر فناوری نرم و فناوری سخت می نماید (نیکولاس و همکاران، ۲۰۲۲).

از طرفی، فناوری نرم رابطه‌ی عمیق و نزدیک با انسان و فرهنگ دارد و رفتار، کنش، واکنش و برهم کنش‌های انسان را به مثابه موضوع عملیاتی خود مورد توجه قرار می‌دهد، عوامل انسانی و محیط اجتماعی عوامل اساسی شکل‌گیری، ارایه، قالب‌ریزی و نوآوری فناوری نرم هستند. بر همین اساس، فناوری نرم از افکار، دیدگاه‌ها و فردیت بشر قوام گرفته و مسیر فناوری‌های سخت را کنترل می‌کند، ساختار فناوری نرم و تشکیل آن اجزایی مانند عوامل روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی موانع جدی در مسیر استانداردسازی آن هستند. در دنیای امروز، فناوری‌های نرم و خلاق به‌عنوان محور توسعه و به‌منظور استقرار نظام اطلاع‌رسانی جهانی در حال گسترش و مطرح شدن است، استفاده از قابلیت‌های فناوری در میان شرکت‌های هوپیمایی نیز در حال گسترش هست؛ به‌عبارت‌دیگر، ارائه خدمات هوپیمایی توسط شبکه صورت می‌پذیرد و این پدیده شکل‌های جدیدی از رقابت را میان شرکت‌های هوپیمایی ایجاد نموده است. همچنین، از آنجایی که فناوری نرم محور اصلی خلق ارزش در سیستم هوپیمایی به شمار می‌رود، بنابراین تصور صنعت هوپیمایی بدون فناوری نرم و خلاق ناممکن است.

صنعت هوپیمایی ایران نیز به نقش‌آفرینی فعال، همسو با روندهای جهانی گام برداشته و به‌رغم توسعه‌نیافتگی در بخش‌ها و ابزارهای مالی در این بخش پیشرفت‌های شگرفی صورت گرفته است. با این حال، هنوز گام‌های بسیاری باید برداشت تا صنعت هوپیمایی ایران بیش‌ازپیش طعم پیشرفت در زمینه فناوری نرم و خلاق و در نهایت بهبود عملکرد را بچشد، چرا که فناوری‌های نرم و خلاق نقش مهمی در سازمان‌ها دارند یکی از این نقش‌ها بهبود تعاملات انسانی است. سازمان‌های امروزی به شکل گسترده‌ای بر ساختارهای تیمی متمرکز هستند تا وظایف خود را به نحو مؤثرتری انجام دهند. تشکیل تیم‌های سازمانی که از فناوری‌های نرم برای برقراری ارتباط بین اعضا استفاده می‌کنند به منظور پاسخگویی به پویایی‌های محیط است. بهره‌مندی از این فناوری‌ها می‌تواند اثرات متفاوتی بر رابطه افراد در گروه‌ها و سازمان‌های مختلف داشته باشد (گادا و همکاران، ۲۰۲۲).

موضوع دیگر، فناوری‌های نرم و خلاق هستند که، نقش مهمی در سازمان‌ها دارند یکی از این نقش‌ها بهبود تعاملات انسانی است. سازمان‌های امروزی به شکل گسترده‌ای بر ساختارهای تیمی متمرکز هستند تا وظایف خود را به نحو مؤثرتری انجام دهند. تشکیل

تیم‌های سازمانی که از فناوری‌های اطلاعاتی برای برقراری ارتباط بین اعضا استفاده می‌کنند به‌منظور پاسخگویی به پویایی‌های محیط است. بهره‌مندی از این فناوری‌ها می‌تواند اثرات متفاوتی بر رابطه افراد در گروه‌ها و سازمان‌های مختلف داشته باشد (گادا و همکاران، ۲۰۲۲). صنعت هواپیمایی ایران نیز به برکت این حضور و نقش‌آفرینی فعال، همسو با روندهای جهانی گام برداشته و به‌رغم توسعه‌نیافتگی در بخش‌ها و ابزارهای مالی در این بخش پیشرفت‌های شگرفی صورت گرفته است. با این حال، هنوز گام‌های بسیاری باید برداشت تا صنعت هواپیمایی ایران بیش‌ازپیش طعم پیشرفت درزمینه فناوری اطلاعات و در نهایت بهبود عملکرد را بچشد. با توجه به وضعیت موجود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در ایران و کیفیت کارکرد روابط عمومی‌ها از نظر فعالیت‌های الکترونیک و اینترنتی، می‌توان گفت در میان همه اشکال تعاملات سازمانی مدرن، ما فعلاً در حدفاصل تعاملات سنتی و تعاملات دیجیتال قرار داریم.

تعاملات سازمانی در سازمان‌ها نقش‌های زیادی را بر عهده دارد که از آن جمله می‌توان به توزیع اطلاعات، انجام تبلیغات و برقراری ارتباط دوسویه بین مخاطبان و مدیریت سازمان اشاره کرد. با توجه به اینکه در سازمان‌های برتر، همه واحدها علاوه بر نقش‌های سنتی، نقش‌های دیگری نیز ایفا می‌کنند تا سازمان را به جایگاه برتر برسانند، واحد روابط عمومی نیز در راستای نیل به اهداف سازمانی، دارای وظایف سنگینی بوده و نقطه عطف دیگر واحدها محسوب می‌شود. اهمیت فناوری‌های نرم و خلاق از این جهت قابل بررسی است که جزو اولویت‌های اول توسعه فناوری در نقشه جامع علمی کشور قرار گرفته و در تدوین و اجرای سند توسعه صنایع کشور به این موضوع پرداخته شده است، لذا در این پژوهش با روش کیفی و کمی به تدوین بررسی عوامل تاثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی مبتنی بر فناوری‌های نرم و خلاق در سازمان هواپیمایی هما_ شیراز (مطالعه ای آمیخته) پرداخته شده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فرهنگ، متشکل از نیروهایی است که بر ارزش‌ها، باورها و اعمال گروهی از کارکنان یک سازمان تأثیر می‌گذارد (لیم و همکاران، ۲۰۱۶). از طرفی، مقاله هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ارلی و انگ (۲۰۱۹) مطرح شد، این دو، هوش فرهنگی را قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیتهایی که از تنوع فرهنگی برخوردارند، تعریف کردند. هوش فرهنگی همان ظرفیت‌های شخصی برای تعامل مؤثر با فرهنگ‌های گوناگون است (پین، ۲۰۲۰). ارلی و موساکوفسکی (۲۰۲۳) بر این باورند که هوش فرهنگی در راستای هوش عاطفی و اجتماعی است. از نظر آنها هوش عاطفی یعنی افراد با فرهنگ خود آشنا هستند و برای تعامل با دیگران از روش‌های فرهنگی خود استفاده می‌کنند؛ همچنین ارلی و موساکوفسکی (۲۰۱۸) دو نوع عمده هوش فرهنگی را ارائه کردند: هوش فرهنگی سازمانی برای سازمانها و هوش فرهنگی نژادی و جغرافیایی جهت آگاهی از فرهنگ کشور (لوگو، ۲۰۱۹). با این حال ارلی و پترسون (۲۰۲۲) الگوی دیگری از هوش فرهنگی را توسعه دادند که ابعاد فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری را شامل می‌شود.

هوش فرهنگی فراشناختی: فراشناخت را می‌توان به دو عنصر مکمل دانش فراشناختی و تجربه فراشناختی تقسیم کرد. دانش فراشناختی به معنای چگونگی برخورد با دانشی است که تحت شرایط متنوع حاصل می‌شود و تجربه فراشناختی به معنای چگونگی یکپارچه کردن تجربیات مرتبط به عنوان راهنمای تعاملات در آینده است. فراشناخت یک جنبه حساس و مهم از هوش فرهنگی است؛ بسیاری برنامه‌های آموزشی فرهنگی با شکست مواجه می‌شوند به دلیل اینکه بیش از حد بر یک مثال خاص تأکید می‌کنند به جای اینکه بر فرایند کلی فرایادگیری تمرکز کنند (ارلی و پترسون، ۲۰۱۸). ارلی و انگ (۲۰۱۹) هوش فرهنگی فراشناختی را فرایندی می‌دانند که برای کسب و درک دانش فرهنگی استفاده می‌شود. هوش فرهنگی فراشناختی قابلیت هوشیاری و آگاهی در طی تعاملات بین فرهنگی است. افراد دارای هوش فرهنگی فراشناختی بالا از ترجیحات و هنجارهای فرهنگی قبل از تعامل و در حین تعامل آگاهی دارند. آنها در جستجوی پیش‌فرض‌های فرهنگی بوده و مدل‌های ذهنی خود را پس از تجربه‌ی بین فرهنگی و در حین آن تعدیل می‌کنند (انگ، ون داین، انگ، ۲۰۲۰). بعد فراشناختی منجر به پردازش عمیق‌تر اطلاعات مرتبط با فرهنگ می‌شود و متشکل از استراتژی‌های شناختی است که

¹ Earley & Ang

² Lugo

برای کسب و ایجاد استراتژی‌های مواجهه استفاده می‌شوند. هوش فرهنگی فرا شناختی آگاهی و هوشیاری فردی است، و بنابراین در توانایی برای جستجوی پنداشته‌های فرهنگی نمایان می‌شود توانایی‌های مرتبط شامل اصلاح مدل‌های ذهنی از هنجارهای فرهنگی کشورها یا گروه‌های مردم است (چه رز و دیگران، ۲۰۱۹).

هوش فرهنگی شناختی: ارلی و آنگ (۲۰۱۹) هوش فرهنگی شناختی را درک دانش کلی درباره فرهنگ‌ها و تفاوت‌های فرهنگی می‌دانند، این شناخت در برگیرنده دانش کلی درباره ساختار یک فرهنگ نیز می‌باشد. آنگ و دیگران (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که شناخت، اطلاعات به دست آمده از تجربه و آموزش است که شامل هنجارهای خاص، عملکردها، قراردادهای، است و جنبه‌های کلی فرهنگ و تفاوت‌های فرهنگی خاص را در بر می‌گیرد. هوش فرهنگی شناختی بر آگاهی از هنجارها، عملکردها و قراردادهای در محیط‌های فرهنگی متفاوت تأکید دارد که از زریق آموزش و تجربه شخصی به دست می‌آید. این بعد شامل آگاهی از سیستم‌های اقتصادی، قانونی و اجتماعی در فرهنگی‌های متفاوت (انگ، ون داین، آنگ، ۵۱۴، ۲۰۱۹) و خرده فرهنگ‌ها و آگاهی از چهارچوب‌های اولیه‌ی ارزش‌های فرهنگی است (چه رز و دیگران، ۷۷، ۲۰۲۰).

هوش فرهنگی رفتاری توانایی ابراز رفتارهای متناسب با موقعیت در طیف گسترده‌ای از رفتارهای کلامی و غیر کلامی، مانند توانایی برای ابراز واژه‌ها، لحن، حرکات، و حالات صورت است (انگ، ون داین، آنگ، ۵۱۵، ۲۰۱۹). بعد رفتاری توانایی برای ابراز رفتارهای انطباقی متناسب با شناخت و انگیزش مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی یک محیط خاص است (چه رز و دیگران، ۷۸، ۲۰۲۱). توانایی انجام رفتار کلامی و غیر کلامی مناسب در هنگام برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ‌های دیگر را منعکس می‌کند. طبق نظر هال، توانایی‌های ذهنی برای درک فرهنگی و انگیزش باید با توانایی انجام رفتار کلامی و غیر کلامی مناسب (کلمات، تن صدا، حالت‌های صورت و حرکات بدن) بر اساس ارزش‌های فرهنگی در موقعیت‌های خاص تکمیل شوند. این رفتار، شامل گستره وسیعی از رفتارهای قابل انعطاف می‌باشد (انگ و همکاران، ۲۰۲۱).

بعد انگیزشی هوش فرهنگی شامل علاقه فرد به یادگیری و عملکرد در موقعیت‌های بین فرهنگی است ارلی و دیگران (۲۰۲۱). هوش فرهنگی انگیزشی بر خود کارآمدی و ارزش‌های فرد در انطباق با یک فرهنگ جدید تأکید دارد. افراد دارای هوش فرهنگی انگیزشی بالا نسبت به تجربیات فرهنگی جدید علاقه‌مند بوده و از آن استقبال می‌کنند. آن‌ها در تعاملات بین فرهنگی بسیار کارآمد بوده و به توانایی خود برای مواجهه با

دیدگاه‌های متفاوت دیگران و موقعیت‌های ناآشنا و اداره‌ی پیچیدگی و عدم اطمینان باور دارند. زمانی که این افراد با مانع یا شکست مواجه می‌شوند به‌جای دست کشیدن از کار در آن ایستادگی می‌کنند. اهمیت هوش فرهنگی انگیزشی به این دلیل است که موجب تلاش و عملکرد و توسعه و تقویت جستجوی فرد برای روش‌های بهتر جهت انطباق با محیط‌های فرهنگی جدید می‌شود (بنینگ، ۲۰۱۹، ۲۳). ارلی و آنگ (۲۰۲۳) بیان می‌کنند که هوش فرهنگی انگیزشی دلیلی است که یک فرد خواهان تعامل با دیگران و سازگاری با فرهنگ جدید است.

رضایت از ارتباطات، نقش اساسی در کارکرد سازمان دارد و پیامدهای آن بر عملکرد شغلی کارکنان بسیار تأثیرگذار است، زیرا رضایت ارتباطی به مجموع رضایت فرد از روابط سازمانی و متغیرهای اطلاعاتی اشاره دارد و تمامی زمینه‌های تعاملات سازمانی را شامل می‌شود (ورسیک و اسپولجارک، ۲۰۲۰: ۳۰).

تعاملات سازمانی امکان برقراری و حفظ روابط درون شخصی و گوش فرادادن به یکدیگر را فراهم می‌نماید و علاوه بر این، اطلاعات مورد نیاز جهت ایجاد یک محیط کاری الهام بخش را کسب می‌نماید. تعاملات سازمانی به‌عنوان یکی از حوزه‌های تخصصی ارتباطات کلامی یا گفتاری از مباحث مهم مدیریت به‌شمار می‌رود و ویژگی‌های خاصی دارد، از جمله؛ حدود و مرزهای ارتباط سازمانی برخلاف حوزه وسیع‌تر ارتباط میان‌فردی، با وضوح بیشتری معین بوده و نفوذ ناپذیری کمتری دارد. همچنین یکی از مشخصه‌های ارتباط سازمانی باز تولید پیام‌هاست، در این نوع باز تولید، پیام‌ها از شخصی به شخص دیگر و مجدداً از آن شخص دیگر و الی آخر انتقال می‌یابد. در این گونه از ارتباطات اشکال مختلفی نظیر یادداشت، کارت‌های سوراخ‌دار و ... استفاده می‌شود؛ اما باید دانست شکل اصلی انتقال در ارتباط سازمانی، ارتباط شفاهی است و سایر اشکال نسبت به ارتباطات رو در رو، نقش معین، کمکی یا جانشین دارند (بلیک، رد و هارولدسون، ۲۰۲۰). تعاملات سازمانی فرایندی که بوسیله آن، اطلاعات از طریق نظام عمومی نمادها، علائم یا رفتار قابل مشاهده بین افراد مبادله می‌شود (وبستر، ۲۰۱۹). اگرچه الگوهای تعاملی از الگوهای خطی پیشرفته‌تر بودند، اما پویایی ارتباطات انسانی را به خوبی و به طور کامل پوشش نمی‌دادند. این الگو دارای ضعف‌هایی بود؛ زیرا در آن فردی با دیگری ارتباط برقرار می‌کند، سپس او به نفر اول بازخورد می‌دهد. در این دیدگاه، توجهی به این نکته نشده است که انسان‌ها به طور همزمان با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، نه به طور نوبتی. همچنین در این الگو یک نفر فرستنده است و یک نفر گیرنده، اما در واقع، هر کسی که درگیر ارتباط است،

¹ Blake, Reed, & Haroldsen

هم فرستنده پیام است و هم گیرنده پیام (وود، ۲۰۱۹). ارتباط سازمانی هم در مرزهای سازمانی و هم فراتر از آن اتفاق می‌افتد و در واقع نوعی کارکرد فرامرزی هم دارد (میلر، ۲۰۱۹). ارتباطات برای انسان متمدن حیاتی است برای انجام عملیات سازمانی، شکل‌گیری و بقای سازمان حیاتی می‌باشد (اسلامی و عطایی، ۱۴۰۰). ارتباطات هر عنصری از زندگی سازمانی را هم ارائه و هم به اجرا در می‌آورد (کانراد و همکاران، ۲۰۱۷). بازخورد عنصری مهم در ارتباطات است که اجازه می‌دهد تا اطلاعات بین گیرنده و فرستنده در ارتباطی دوسویه به اشتراک گذاشته شود (گائو و سنچز، ۲۰۲۰).

در دنیای کنونی که به آن اصطلاح دهکده جهانی داده‌اند، اطلاعات به‌طور مداوم بین کشورهای مختلف رد و بدل می‌شود. به طوری که حتی اگر برای مدت کوتاهی بنا به دلایلی ارسال اطلاعات بین کشورها قطع گردد، به جهات مختلفی می‌تواند به کشورهای جهان لطمه جبران‌ناپذیری وارد نماید. حجم اطلاعات در جوامع بشری به‌طور روزافزونی در حال افزایش است و روندی شتابان به خود گرفته است. در تحقیقی که به‌وسیله دانشگاه آکسفورد انگلستان انجام شد، در سال ۱۹۰۰ میلادی هر صدسال، در سال ۱۹۵۰ هر ۵۰ سال، در سال ۱۹۷۰ هر ۲۰ سال و در سال ۱۹۹۰ میلادی هر ۵ سال حجم اطلاعات بشر دو برابر شده است. با توجه به آمار و ارقام فوق می‌توان ادعا نمود که ردوبدل اطلاعات و معلومات که به زبان ساده تعاملات نامیده می‌شود، چقدر در جوامع بشری تکامل یافته است. نیاز به انجام ارتباطات صحیح که بتواند راه‌گشای مشکلات افراد در جوامع امروزی باشد، موضوعی اساسی و ضروری است (امین شایان جهرمی و همکاران، ۲۰۱۹).

در گذشته، فناوری بدلیل توسعه سریع و نفوذ آن، عامل کلیدی تحول سازمانی شناخته شده و به آن تحت عنوان تحول سازمانی اشاره شده است. رشد تصاعدی فناوری‌های نرم و سرعت پیشرفت آنها، همه صنایع را تحت تاثیر قرار داده است، فناوری‌های نرم ضمن اینکه پتانسیل بسیار زیادی برای نوآوری مستمر در محصولات و خدمات و افزایش درآمد ایجاد نموده است، اختلالات ناشی از آن می‌تواند سازمان‌های بزرگ را به چالش کشیده و تهدیدی برای آنها محسوب شود.

همچنین مفسر صنعت کامپیوتر، آندرو هولمز^۳ (۲۰۱۹) راجع به نقش مدیران پروژه‌های تکنولوژی اطلاعات می‌نویسد «هوش فرهنگی مهارت نوینی است برای مدیریت کارآمد پروژه‌های تکنولوژی اطلاعات و ایجاد تغییر موثر در مکان‌ها و سازمان‌های ناهمگون.

¹ Miller

² Guo & Sanchez

³ Andrew Holmes

فقر هوش فرهنگی نتیجه ای جز ساخت گونه های نمایی بی حاصل، اختلافات بی مورد، معطلی و دست آخر شکست مدیری در بر ندارد».

فناوری اینترنت اشیا جمع آوری برخط داده ها را امکان پذیر نموده و برای نظارت و تصمیم گیری در پروژه ها مفید خواهد بود، فناوری هوش مصنوعی با توانایی پردازش سریع داده های دیجیتال و ارایه اطلاعات دقیق از وضعیت پروژه، یک نوآوری در حال توسعه جهت شناسایی الگوها و پشتیبانی از تصمیمگیری است (والکر و همکاران، ۲۰۱۹). این موضوعات نشان می دهد فناوری های نرم، جهان سخت امروز را در آینده ای نه چندان دور به یک جهان نرم و در واقع یک جهان فرهنگی تبدیل خواهند کرد. علاوه بر این، جامعه به عنوان یک کل، دسترسی به منابع انسانی خلاق را که قادر به کمک به نوآوری، تنوع و برنامه ریزی مؤسسات حرفه ای در آینده هستند، از دست می دهد، فقط به صرف اینکه مزیت های اولیه کمی دارند (باگی و همکاران، ۲۰۲۲).

هوایما در زمره آن دسته از اموالی است که از اهمیت استراتژیک نزد دولت ها برخوردار است، به طوری که غالب امور آن تحت حکومت مقرررات خاص در عرصه داخلی و بین المللی قرار گرفته است. نقش استثنایی حمل و نقل هوایی در اقتصاد کشورها بر کسی پوشیده نیست و از آنجا که کوچکترین اختلال در پرواز هوایما با واکنش تند بازرگانان و مسافران روبرو می شود و آثار مخرب اقتصادی به همراه دارد، توفیق هوایما ناگزیر باید از شمول قواعد عمومی حاکم بر توفیق اموال خارج گردد (اشراقی آرانی، ۱۳۹۹). ارزش استراتژیک هوایما و حمل و نقل هوایی به اندازه های است که کم ترین اعمال قانون نسبت به هوایما بر خلاف مسیر بهره برداری طبیعی از آن، با واکنش حداکثری از سوی دولتها و یا اشخاص مواجه می شود. از یک سو، ناوگان شرکتهای هوایمایی با محدودیت تعداد هوایما روبرو است و توقیف هوایما منجر به کندی حمل و نقل هوایی یا لغو بسیاری از پروازهای از قبل برنامه ریزی شده می شود، از سوی دیگر، سرعت هوایما انتظارات تجار و مسافران را از صنعت حمل و نقل هوایی افزایش داده و بسیاری از برنامه های شخصی یا تجاری و حتی دولتی مبتنی بر این سرعت شکل می گیرد و توقیف هوایما می تواند خسارت زیادی به قشر قابل توجهی از اشخاص وارد کند. در حقیقت، نه تنها هوایما به عنوان موضوع حمل و نقل هوایی از اهمیت استراتژیک نزد دولت ها برخوردار است به گونه ای که حتی یک سانحه کوچک هوایی، با انعکاس گسترده در رسانه ها (حتی خارجی) همراه می شود، بلکه چون این شاخه از حمل و نقل به یک حلقه اساسی در زنجیره خدمات تجاری و اقتصادی کشورها تبدیل شده است، کمترین مانع در بهره برداری آزاد از هوایما، خسارت جبران ناپذیری نه تنها به شرکت

هوایمایی، مسافران و یا صاحبان بار بلکه به شبکه ای از فعالیت های وابسته به صنعت حمل و نقل هوایی وارد می سازد از طرفی، سرعتی که حمل و نقل هوایی در گردش کالا (که اصولاً در زمره کالاهای فساد پذیر و یا گرانبها هستند) و مسافر پدید آورده، آن را به یکی از پایه های اساسی در اقتصاد کشورها تبدیل نموده است؛ قواعد تجارت و حتی زندگی اشخاص مبتنی بر این سرعت شکل گرفته است به گونه ای که تجار و مسافران کمترین وقفه یا تاخیر در پروازها را برنمی تابند (اشراقی آرانی، ۱۳۹۹). از طرفی، متغیری دیگری که در صنعت هوایمایی فناوری های نرم و خلاق هستند و انواع فناوری های خلاق که میتوانند صنعت هوایمایی را تحت تأثیر قرار دهند عبارتند از:

فناوری تجاری: یکی از فناوری های که نقش چشمگیری در توسعه اقتصادی کشورها دارد، فناوری تجاری است. امروز برخی از کشورها مثل هنگ کنگ رشد اقتصادی خود را مرهون فناوری های تجاری هستند. این فناوری از همان زمانی که داد و ستد و معاملات در جوامع رواج یافت تا امروز که شاهد سامانه های حسابداری پیشرفته و تجارت الکترونیک هستیم؛ حضوری چشمگیر داشته است. بدون وجود فناوری های تجاری مناسب، عرضه و فروش محصولات امکان پذیر نیست و در نتیجه تولید محصولات هم دچار مشکل خواهد شد؛ به عبارت دیگر فناوری های سخت بدون حضور موثر فناوری های نرم مثل فناوری تجاری، به سودآوری نمی رسند و ارزش افزوده تولید نمی کنند. فناوری های مانند بازاریابی، تبلیغات، توزیع، انبارداری، حسابداری و تجارت الکترونیک، همه و همه از انواع فناوری های تجاری هستند. در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم فناوری های تجاری گوناگونی توسعه و کاربرد یافته اند. در این دوره نوآوری های متعددی در نهادهای اقتصادی پدید آمده که سامانه های ثبت اختراع، حقوق مالکیت معنوی و توسعه بازارهای سهام و بورس از جمله آنها هستند (لی، ۲۰۲۰).

فناوری اجتماعی: فناوری اجتماعی برای اولین بار در کتاب «فناوری اجتماعی» نوشته اولاف هلمر و همکارانش از انتشارات توسعه رند به کار رفت. فناوری اجتماعی به آن دسته از فناوری های نرم اطلاق می شود که از علوم اجتماعی نشأت می گیرند و هدف آنها کاربرد علوم اجتماعی در جهت رفاه و آسایش بیشتر مردم و شکل دادن به جوامع پیشرفته است. با وجود پیشرفت های چشمگیری که در ۳۰ سال اخیر در دانش جامعه شناسی پدید آمده و با وجود نقش و تأثیر فراوان فناوری های اجتماعی در پی ریزی جامعه ای سالم و پیشرفته، به نظر می رسد این فناوری ها نتوانسته آنگونه که باید نقش خود را در جوامع ایفا

کند. دلیل این امر را بسیاری از صاحب‌نظران از جمله محقق ژاپنی مسیومو یوجی (۲۰۱۹) در عدم تعادل میان فناوری‌های اجتماعی و فناوری‌های سخت می‌داند. او می‌گوید: «بداقبالی جامعه مدرن به خاطر توسعه شبان فناوری‌های سخت و عقب‌ماندگی فناوری‌های اجتماعی در مقایسه با آن است» او در کتاب خود به عنوان «درآمدی بر فناوری اجتماعی: مباحثه گروهی» فناوری‌های اجتماعی را فناوری‌هایی می‌داند که مناسبات اجتماعی و پدیده‌های روانی را در یک جامعه کنترل می‌کند. فناوری‌های اجتماعی، زیرشاخه‌های متنوع و گوناگونی دارد. فناوری تأمین اجتماعی حوزه مهمی از فناوری‌های اجتماعی است که خود شامل فناوری تأمین امنیت فناوری‌های دادرسی و دادگستری و نیز خدمات بهداشتی درمانی است. فناوری‌های ارتباطی هم حوزه مهمی در فناوری‌های اجتماعی است که از نظام پستی قدیمی تا شبکه‌های رایانه‌ای و شبکه‌ها یا رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک را در بر می‌گیرد. وقتی از شبکه‌های اجتماعی سخن می‌گوییم، منظور ما ابزارها و تجهیزات مورد استفاده در این شبکه‌ها نیست، بلکه رویه‌ها، مقررات و فرهنگ حاکم بر این شبکه‌هاست. فناوری ایجاد و توسعه کارآفرینی را هم می‌توان یک فناوری اجتماعی برجسته دانست که هدف آن کمک به راه‌اندازی شرکت‌های کوچک کارآفرین است. این بخش در واقع بخشی از فناوری توسعه سازمانی است (میانو، ۲۰۲۱).

فناوری فرهنگی: فرهنگ مقوله‌ای است که بیش از آنکه در سطح فردی تعریف شود، در سطح یک جامعه و گروه و در تعامل میان آنها معنا می‌یابد و شیوه برقراری ارتباط و تعامل را میان افراد آن جامعه بیان می‌کند. بر مبنای فرهنگ است که افراد تجارب، تصورات و عقاید خود را با یکدیگر مبادله می‌کنند. فرهنگ را می‌توان نظامی فکری دانست که در گفتار و رفتار جامعه متجلی می‌شود، در یک نگرش کلی و جامع فرهنگ، شیوه و اسلوب زندگی است؛ مجموعه‌ای از باورها، آئین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه. از این منظر فرهنگ مقوله‌ای است در حال تحول که از بسیاری از شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه تأثیر می‌پذیرد. فناوری فرهنگی به هر نوع فناوری نرمی که به تولید، انتقال و توسعه محتوای فرهنگی می‌پردازد، اطلاق می‌شود. تولید فرهنگ به معنای خلق، احیا و توسعه منابع و ارزش‌های فرهنگی است. امروزه هنر، ادبیات، آداب و رسوم ملی و مذهبی، اصوا اخلاقی و میراث تاریخی همه و همه از منابع فرهنگی در جامعه هستند و هر نوع فناوری نرم که به توسعه، حفظ، بهبود و احیای این منابع و ارزش‌های همراه با آن بپردازد، فناوری فرهنگی نام دارد (فکور، ۲۰۲۱). فناوری‌های

¹ Mosimo Boji

² Miano

³ Fakor

فرهنگی دورنمایه و جوهر کالاها و محصولات فرهنگی هستند. مثلاً فناوری داستان‌نویسی، فناوری طراحی، فناوری فیلمنامه و تئاتر، فناوری معماری و گرافیک، فناوری توسعه کالاها، دستی مانند فرش و ظروف سفالی همه و همه از فناوری‌های فرهنگی هستند که در نهایت در صنایع فرهنگی مانند سینما، رسانه، کتاب و نشریات، صنایع سرگرمی و تفریحی تجلی می‌یابند، صنایع فرهنگی صنایع متنوعی هستند که با تکیه بر فناوری‌های فرهنگی توسعه می‌یابند. توسعه روزافزون صنایع فرهنگی در همه شاخه‌ها از جمله صنعت فیلم، تفریح و سرگرمی، مطبوعات و رسانه، هنر و همچنین صنعت ورزش و گردشگری، نمودهای روشنی از اهمیت چشمگیر فناوری‌های فرهنگی هستند. سهم کالاها و خدمات فرهنگی در کشورهای پیشرفته به میزانی چشمگیر رو به افزایش است و رشد اشتغال در این صنایع گاه به دو تا سه برابر نرخ رشد اشتغال در دیگر صنایع می‌رسد (جاکوب، ۲۰۲۱).

اما رشد اقتصادی یا افزایش نرخ اشتغال تنها بخش کوچکی از دستاوردهای توسعه صنایع فرهنگی در جهان هستند. آنچه این صنایع را از صنایع سخت مجزا و متفاوت می‌کند، محتوای فکری، ارزشی و اخلاقی آنهاست. بدین تعبیر حرکت از سمت صنایع سخت به صنایع نرم، نمایانگر حرکت عظیم بشریت از «تأمین نیازهای جسمی و مادی» به سمت «تأمین نیازهای روحی و معنوی» است. صنایع فرهنگی در بستر یک فرهنگ و ارزش‌ها و باورهای نشأت گرفته از آن توسعه می‌یابند و خواه و ناخواه در ترویج و توسعه این فرهنگ و ارزش‌ها، نقشی تأثیرگذار و بی‌بدیل دارند. پیام‌های فرهنگی تنها از طریق کالاها و خدمات فرهنگی به بهترین وجه به مردم به‌ویژه نسل جوان انتقال می‌یابد و تأثیرات آن به مراتب عمیق‌تر و ماندگارتر خواهد بود، صنایع فرهنگی ارزش‌مدار و پیام‌آفریننده و از این منظر توسعه صنایع فرهنگی برای ملت‌هایی که با اتکا بر پیشینه ملی و مذهبی غنی، از صبغه فرهنگی طولانی‌تری برخوردارند و ترویج فرهنگ و ارزش‌های خود را نوعی مأموریت و طیفه الهی می‌دانند، بیش از دیگر کشورها کلیدی و فرصت‌آفرین خواهد بود (سو، ۲۰۲۱).

با این حال، قدرتهای نوظهور مانند چین از مرحله نوآوریهای تقلیدی فراتر رفته و خود سردمدار سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوظهوری هستند که ممکن است اطلس قدرت جهان را دچار تغییر کند و این امر سبب ایجاد رژیم‌های فناورانه و عدم اشاعه فناوری و دانش میان رقبای اصلی از کشورهای توسعه یافته و نوظهور شده است (ذاکری و همکاران، ۱۴۰۳).

¹ Jakob

² Sou

بنابراین، فناوری نرم و خلاق نوعی فناوری است که دربرگیرنده اندیشه‌ها، نقطه نظرات و شخصیت قوی انسان بوده و مسیر کاربردهای فناوری سخت را تحت کنترل دارد. مفهوم انسان در فناوری نرم با فناوری سخت که در آن هدف "خارج از بدن انسان" است تفاوت دارد.

پیشینه تحقیق

سیدی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان ها انجام دادند. تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی و از منظر شیوه گردآوری داده های توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارکنان شرکت گاز استان فارس بوده، که تعداد آن ها برابر ۷۰۰ نفر می باشد. نتایج نشان داد هوش فرهنگی تاثیر معناداری بر رفتار دارد و تاثیر آن بر بهره وری، سرمایه های انسانی تاثیر معناداری دارد.

صدرایی و نجاری (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان بررسی نقش مؤثر شایستگی ارتباطی بر هوش فرهنگی مدیران انجام دادند. نتایج نشان داد مدیران برای ایفای نقش شایستگی ارتباطی توجه ویژه‌ای به عوامل فردی همچون مهارت‌های ارتباطی، مثبت‌گرایی، و احترام به ارزش‌های مخاطبان کرده و عوامل سازمانی همچون توجه به حمایتگری مدیران عالی، ظرفیت سازمانی، فرهنگ سازمانی، و ساختار سازمانی کنند. برای ایفای نقش هوش فرهنگی مدیران نیز باید توجه به عوامل انگیزشی همچون توانایی تعاملات با فرهنگ‌های متفاوت و عوامل رفتاری همچون هوش رفتاری توجه ویژه‌ای کنند، در نهایت با معادلات ساختاری به این نتیجه رسیده اند، که شایستگی ارتباطی مدیران تأثیر مثبتی بر هوش فرهنگی آنان دارد.

بهرامی (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان رابطه هوش فرهنگی و مهارت های ارتباطی با تعارض سازمانی در کارکنان هیئت‌های ورزشی استان خراسان جنوبی انجام داد. نتایج نشان داد که بین تعارض سازمانی و هوش فرهنگی رابطه منفی معنی داری وجود دارد و با بالابردن هوش فرهنگی و مهارت های ارتباطی در میان کارکنان از طرق توانمند سازهای آموزشی می توان به کاهش تناقضات سازمانی کمک کرد.

فتاحی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان ارتباط بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام دادند. بر مبنای یافته های تحقیق حاضر بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن ارتباط وجود دارد و هوش فرهنگی کارکنان از طریق دانش فناوری اطلاعات قابل پیش بینی است همچنین بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری)

ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیونی نیز نشان می دهد که فناوری اطلاعات به طور معنی داری توانایی پیش بینی هوش فرهنگی و ابعاد آن را در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه را دارد.

ژانگ و چنگ (۲۰۲۳) تحقیقی با عنوان بررسی تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی در عصر دیجیتال انجام دادند. این ماهیت تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی، مانند محل کار دیجیتال، فرآیندهای تعاملات سازمانی دیجیتال، و خدمات دیجیتالی کارکنان را تجزیه و تحلیل می کند. نتایج پژوهش نشان داد که فرآیندهای مدیریت منابع انسانی دیجیتال به اجرای انتخاب، آموزش و توسعه، و عملکردهای ارزیابی با استفاده از فناوری های دیجیتال پیشرفته اشاره دارد. تأکید می شود که اگرچه تحول دیجیتال مزایایی را برای توسعه کسب و کار به همراه دارد، اما تأثیرات بالقوه آن از جمله نحوه تبدیل سیستم های مدیریت منابع انسانی قدیمی و جدید و تأثیرات منفی سیستم جدید را نمی توان نادیده گرفت.

پوزو (۲۰۲۳) تحقیقی با عنوان تأثیر هوش فرهنگی بر فرسودگی شغلی در میان پزشکان کار با مهاجران: بررسی سن، جنسیت، آموزش و مهارت زبان انجام دادند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که هوش فرهنگی انگیزشی به طور قابل توجهی سطوح فرسودگی شغلی را کاهش می دهد، در حالی که بعد شناختی و رفتاری تأثیری ندارند. تمرین کنندگانی که تحت آموزش های بین فرهنگی قرار گرفته اند، از هوش فرهنگی بالاتری برخوردارند و این نوع آموزش ممکن است در بهبود هوش فرهنگی مؤثر باشد. این مطالعه به سازمان ها پیشی در مورد نحوه انتخاب و آموزش شاغلین خط اول، با تمرکز بر توسعه شایستگی های فرهنگی و انگیزه درونی برای جلوگیری از فرسودگی کارکنان و در نهایت بهبود کیفیت خدمات ارائه می دهد.

نیکولاس^۲ و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان نقش شیوه های ارتباطات سازمانی در اجرای تحول دیجیتال و فناوری های نرم انجام دادند. یافته های آنها نشان می دهد که شیوه های منابع انسانی تا حدی واسطه رابطه بین همسویی استراتژیک و تحول دیجیتال است. همچنین معتقدند که شرکت باید شیوه های منابع انسانی را اجرا کند که رفتارهای کارکنان را تشویق کند که با استراتژی سازمان سازگار باشد. این همسویی استراتژیک و این شیوه های منابع انسانی شرکت ها را قادر می سازد تا به تحول دیجیتال در جستجوی عملکرد برتر دست یابند.

¹ Pozo

² Nikolas

باتاچاریا و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان اجرای ابزار مدیریت فناوری‌های نرم و خلاق دیجیتال در بخش بهداشت دولتی در بنگلادش: تحلیل محتوای سیاست انجام دادند. در مورد تسهیل‌کننده‌ها، تعهدات قوی در سطح بالادستی در محتوای سیاست‌ها از نظر تعیین اهداف خاص، اهداف، زمان‌بندی و تخصیص بودجه منعکس شد. با این حال، فقدان استراتژی نظارت صریح و میزان مشارکت ذینفعان به خوبی تعریف نشده بود، که در نهایت فرصت‌هایی را برای ممانعت از اجرای پایین‌دستی ایجاد کرد. علاوه بر این، هماهنگی مؤثر بین ذینفعان و سیاست‌های مختلف منابع انسانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند تقویت شود.

استرومیر^۱ (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان مدیریت ارتباطات سازمانی دیجیتال: یک توضیح مفهومی انجام داد. نتایج پژوهش نشان داد، مدیریت منابع انسانی دیجیتال به عنوان یک پیشرفت تکاملی از مفهوم‌سازی‌های قبلی مدیریت منابع انسانی مبتنی بر فناوری آشکار می‌کند، و مبنایی مفهومی برای کار آینده بر روی منابع انسانی دیجیتال فراهم می‌کند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر جهت‌گیری‌های پژوهش، بنیادی و از نظر روش پژوهش آمیخته محسوب می‌شود، استراتژی پژوهش نظریه پردازی داده بنیاد به صورت سیستماتیک و از نظر رویکرد استقرایی است. ماهیت پژوهش اکتشافی، افق زمانی پژوهش تک مقطعی و شیوه گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته است. جامعه آماری تحقیق در بخش کیفی اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز و متخصصان سازمان هواپیما هما هستند. برخی از اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز یک دهه اخیر سمت‌های از جمله معاون، مدیر میانی، رئیس واحد داشتند. متخصصان سازمان هواپیما هما طی سه دهه گذشته در مناصب و موضوعات مربوط به سازمان هواپیمایی در سطوح مختلف کلان تا خرد دارای سمت بوده‌اند، علاوه بر این سابقه تدریس و تجربه در زمینه پژوهش، به عنوان استاد دانشگاه یا مدیران ارشد سازمان مورد مطالعه را دارا بودند، روش نمونه‌گیری در این پژوهش، روش هدفمند است که پس از انجام ۱۸ مصاحبه، کدها به اشباع نظری رسید، طوریکه پاسخ‌ها تکراری شد و داده جدید یافت نشد. اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ بیان شده است.

^۱ Strohimer

جدول ۱: اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان

سابقه خدمت	سمت	تحصیلات	سازمان	سابقه خدمت	سمت	تحصیلات	سازمان
۱۲	عضو	دکتری	دانشگاه	۱۸	عضو	دکتری	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز		هیئت علمی		هوایمایی
							هما
۱۷	عضو	دکتری	دانشگاه	۲۳	مدیر	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز				هوایمایی
							هما
۱۶	عضو	دکتری	دانشگاه	۲۰	مدیر	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز		ارشد		هوایمایی
							هما
۱۶	عضو	دکتری	دانشگاه	۱۵	معاون	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز				هوایمایی
							هما
۱۶	عضو	دکتری	دانشگاه	۱۵	مدیر	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز				هوایمایی
							هما
۲۰	عضو	کارشناسی	دانشگاه	۱۲	مدیر	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی	ارشد	ازاد شیراز				هوایمایی
							هما
۱۷	عضو	دکتری	دانشگاه	۱۰	معاون	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز				هوایمایی
							هما
۱۲	عضو	دکتری	دانشگاه	۸	مدیر	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		ازاد شیراز		ارشد		هوایمایی
							هما
۱۵	عضو	دکتری	سازمان	۱۰	معاون	کارشناسی	سازمان
	هیئت علمی		هوایمایی		ارشد		هوایمایی
			هما				هما

جامعه آماری در بخش کمی کارکنان سازمان هواپیمایی هما_ شیراز هستند که تعداد آنها ۱۱۰۰ نفر است و با روش تصادفی ساده و فرمول کوکران حجم نمونه ۲۶۷ نفر تعیین گردید.

در این پژوهش در بخش کیفی به منظور جمع آوری داده‌ها از مصاحبه، و در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد است. در بخش کیفی جهت بررسی روایی و پایایی به جهت لزوم اختصاص زمان کافی از طرف محقق، برای آگاه شدن و بررسی مسائل مرتبط به سوال‌های پژوهش، محقق به جهت حساسیت به تاثیرات احتمالی، در طول مصاحبه‌ها برای تمامی شرکت کنندگان از سوال‌های مشخص باز پاسخ استفاده می‌نماید. همچنین جهت دوری از تاثیر سابقه و فرهنگ مشترک محقق با مصاحبه شوندگان و پذیرش مسلم بودن گفته‌ها، در طول جمع آوری و تحلیل داده‌ها سعی بر این است که تا حد ممکن دیدگاه‌های متنوع شرکت کنندگان را با ذهن باز کاوش نماید و متن‌های پیاده شده را با توجه به سوال‌های پژوهش به دقت بررسی کند. به منظور اطمینان خاطر از دقت بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، مشارکت کنندگان یا خوانندگان گزارش پژوهش اقدامات زیر انجام خواهد شد:

تطبیق توسط اعضاء: برخی از مشارکت کنندگان گزارش نهایی مرحله نخست، فرآیند تحلیل یا مقوله‌های به دست آمده را بازبینی کرده و نظر خود را در ارتباط با آنها ابراز خواهند داشت.

بررسی همکار: اساتید راهنما و مشاور یکی از اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی شیراز و دو تن از دانشجویان دکتری مدیریت فرهنگی، به بررسی یافته‌ها و اظهار نظر درباره آنها می‌پردازند.

مشارکتی بودن پژوهش: به طور همزمان از مشارکت کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته می‌شود.

بازاندیشی پژوهشگر: تا حد امکان تلاش خواهد شد سوگیری و پیش‌داوری پژوهشگر کنترل شود.

جهت تعیین روایی در بخش کمی این پرسشنامه از روش لاوشه استفاده شده که در آن برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی، از دو ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) و شاخص روایی محتوا (CVI) استفاده شد. پرسشنامه جهت تعیین روایی در اختیار ۹ نفر از خبرگان قرار گرفت که با توجه به مقدار مقدار محاسبه شده (۰/۷۹) مقداری قابل قبولی برای شاخص CVI است. برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری، از روش آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. بدین منظور در ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه‌ها توسط نمونه آماری

که به طور تصادفی انتخاب شده‌اند تکمیل شده و استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ضریب پایایی پرسشنامه حاضر ۰,۸۸ به دست آمده است و تایید شد.

تجزیه و تحلیل داده هادر بخش کیفی پژوهش: این پژوهش در بخش کیفی با استفاده استراتژی نظریه داده بنیاد مصاحبه‌های گردآوری شده در خصوص بررسی عوامل تاثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی مبتنی بر فناوری های نرم و خلاق در سازمان هواپیمایی هما_ شیراز (مطالعه ای آمیخته) تحلیل و به روش استراوس و کوربین و مدل پارادایمی مفاهیم شناسایی گردید، و در نهایت مدل مفهومی در بخش کیفی ارائه گردید. ساختار اصلی تحلیل داده ها در روش استراوس- کوربین بر مبنای سه روش کد گذاری باز، محوری و انتخابیه است.

اولین مرحله تحلیل و تفسیر داده ها در گراند تئوری کد گذاری باز است که داده ها به کوچک ترین واحد خود شکسته میشوند، کد گذاری باز فرایندی تحلیلی است که با آن مفاهیم شناسایی و ویژگی ها و ابعاد آنها در داده‌ها کشف می‌شوند. مرکز ثقل این مرحله کشف مفاهیم است (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵)، در این مرحله از تحقیق متون مکتوب مصاحبه‌ها به اجزاء کوچکتری تقسیم می‌شوند، این اجزاء در یک فرآیند دائمی مقایسه، مفهوم پردازی شده و مقوله بندی می‌شوند. مفاهیم با توجه به صحبت‌های مصاحبه‌شونده گاه از یک جمله و گاه از یک پاراگراف استخراج می‌شوند. تحلیل داده‌ها در این روند جدا از گردآوری و نمونه گیری صورت نمی‌گیرد. کد گذاری در روش نظریه برخاسته از داده‌ها، نشان دهنده عملیاتی است که در آن داده‌ها خرد شده، مفهوم پردازی می‌شوند و آنگاه با روش‌های تازه، دوباره به هم پیوند زده می‌شوند.

کد گذاری محوری فرایند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی است. چراکه در محور یک مقوله صورت می‌پذیرد و مقوله‌ها را در سطح ویژگی ها و ابعاد به هم مرتبط می‌کند. هدف از این کار آغاز از نو کنار هم گذاشتن داده‌هایی است که در جریان کد گذاری باز آنها را خرد کرده‌ایم. گرچه هدف این دو شیوه کد گذاری متفاوت است، اما همان گونه که برچسب گذاری از کد گذاری باز مجزا نیست، این دو نیز ضرورتاً یکی پس از دیگری رخ نمی‌دهد. کد گذاری لازمه اش این است که تحلیل گر به تعدادی مقوله رسیده و آنها را در دست داشته باشد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵).

کد گذاری انتخابی: روند انتخاب مقوله‌ی اصلی به‌طور منظم و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتباربخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند، فعالیت‌هایی است که در مرحله کد گذاری انتخابی انجام میشود. همین که یک اندیشه مرکزی شکل گرفت مقوله‌های اصلی با جمله‌هایی تبیینی حاکی از

ارتباط به آن وصل می‌شود. در این مرحله، پژوهشگر به تکوین نظریه‌ای درباره‌ی رابطه‌ی میان مقوله‌های به دست آمده در الگوی کدگذاری محوری می‌پردازد. این نظریه یک تبیین نظری از فرایندی است که مورد پژوهش قرار گرفته است (اشتراوس و کرین، ۱۳۹۵). در بخش کمی، هدف برازش ابعاد و مؤلفه‌ها بخش کیفی و اعتبارسنجی مدل می‌باشد، برای بررسی آزمون روابط بین متغیرهای تحقیق، از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده می‌شود و با استفاده از نرم‌افزار مدل‌سازی Smart PLS معنی‌داری و ضریب تأثیر هر یک از روابط تعیین گردید و روابط و ارتباط‌های غیر مؤثر در چندین مرحله مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت تا مدل نهایی پژوهش احصا گردید.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

دز این مرحله بر اساس کدگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی، داده‌ها به طور متناوب و مستمر مورد بازبینی و پالایش قرار گرفتند و بر اساس تشابهات و سنخیت داده‌ها، در فرایندی استقرایی، مجموعه‌ای از داده‌های مشابه حول یک مفهوم گرد آمدند. مفاهیمی که معانی مشترکی را در خود داشتند، در قالب مقوله‌ها که سطحی انتزاعی تر نسبت به مفاهیم دارند، سازماندهی شدند و در نهایت، مقوله‌هایی که بار معنایی و محتوایی‌شان از قرابت بیشتری برخوردار است ذیل طبقه‌ی ویژه‌ای قرار داده می‌شوند. کدگذاری باز: هدف از این کدگذاری تجزیه مجموعه داده‌های کیفی گردآوری شده به کوچک‌ترین اجزای مفهومی ممکن است. در جدول ۲ نمونه از مصاحبه‌ها و کدهای باز ارائه شده است.

جدول ۲: نمونه ای از متون مصاحبه

کد مصاحبه شونده	متن مصاحبه
1	توسعه اثر بخشی سازمانی، موجب ایجاد احساس سرنوشت مشترک در مدیران و کارکنان در راستای رسالت و مأموریت سازمانی و حس همدلی و مسئولیت پذیری منجر به افزایش خودکارمدی تیمی و اثر بخشی می شود.
2	با توجه به این نکته که امروزه سازمان های ورزشی و نتایج عملکرد آنها بر کل جامعه تاثیر گذار است- در ردیف مهمترین سازمان های هر کشوری می باشند- و با توجه به پیچیدگی وظایف این سازمان ها، ضرورت استفاده از افکار و عقاید کارکنان در قالب هوش سازمانی کاملاً احساس می شود، چرا که یک سازمان بدون استفاده از نیروهای متخصص و خلاق به سطح قابل قبولی از اثربخشی نخواهد رسید.
3	یکی از اثرات هوش فرهنگی، افزایش بهره وری نیروی انسانی سازمان ها است. در کسب و کار، هوش فرهنگی منبع مهمی از بهره وری به شمار می رود و برای انجام کارها لازم است کارگران و متخصصان توصیه ها و پشتیبانی های دیگران را فراتر از ساختار سلسله مراتب شرکت به کار بندند
4	فرد باید با توجه به اطلاعات موجود، یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد.
5	تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی برمی آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند. بر اساس این تعریف، هوش فرهنگی، هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی به شمار می رود. این سطح از هوشمندی برای مدیران ایرانی حائز اهمیت بسیاری است. در سازمان های ایرانی تفاوت های قومیتی بیداد می کند پس باید هوشمندی فرهنگی بالا باشد.

هوش فرهنگی به معنای توانایی تشخیص و سازگاری با

تفاوت‌های فرهنگی است و می‌تواند اعتماد به نفس لازم را برای فعالیت موفقیت‌آمیز در طیف گسترده‌ای از موقعیت‌ها به ارمغان آورد. در نظر داشته باشید در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف، افراد از اقوام گوناگون با رده سنی متفاوت در جوامع فرهنگی متنوع با شما همکار هستند.

کد گذاری محوری: هدف از این مرحله از کد گذاری، برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده در مرحله کد گذاری باز است، این عمل بر اساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند که فرآیند ایجاد نظریه را به آسانی انجام دهد. کد گذاری محوری، منجر به ایجاد گروه‌ها و مقوله‌ها می‌شود. تمامی کدهای مشابه در گروه خاص خود قرار می‌گیرند.

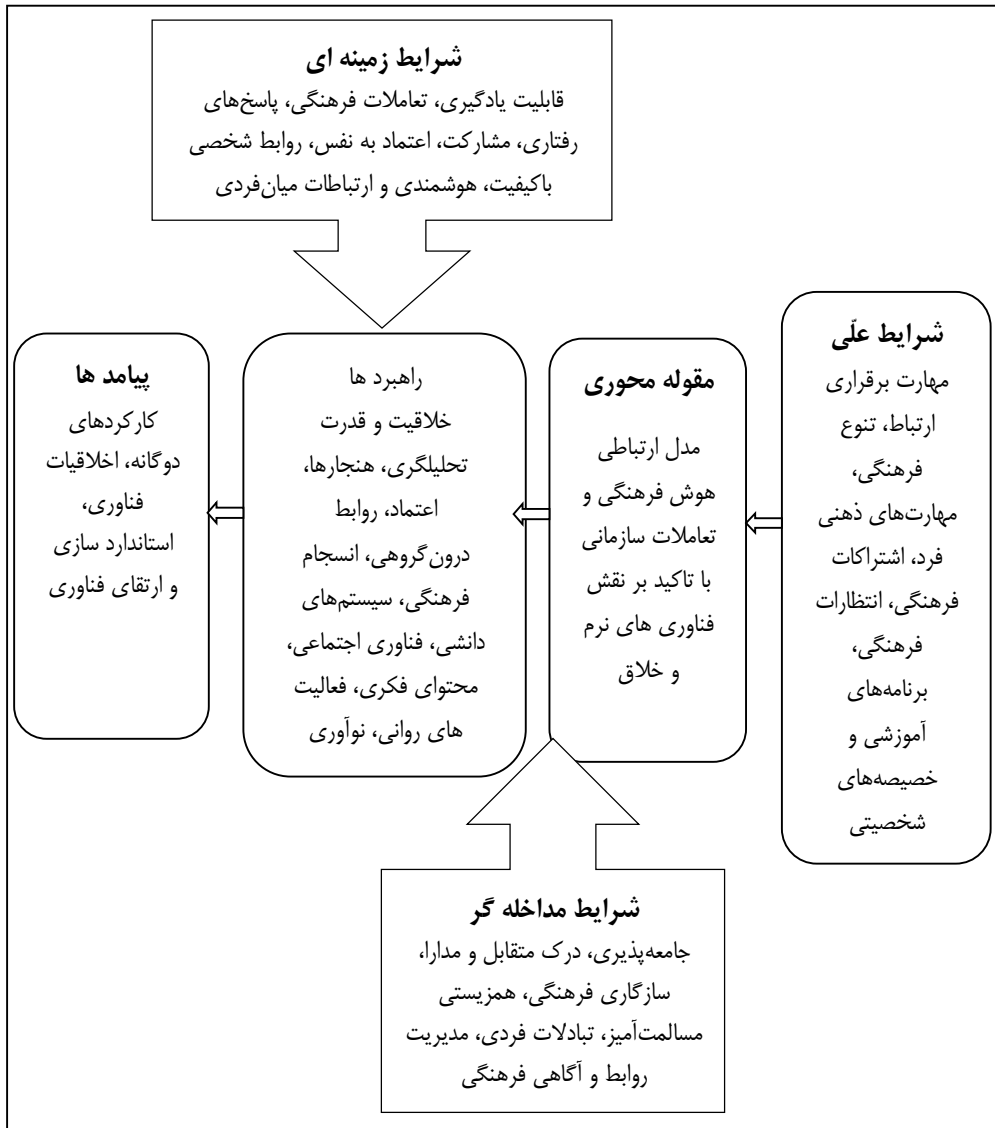
در این راستا، تمامی کدهای ایجاد شده دوباره بازبینی شده و با متون مقایسه می‌شود تا مطلبی از قلم نیفتد. جدول ۳ نمونه‌ای از کد گذاری باز و محوری را نشان می‌دهد. هر کدام از مقولات، از یک یا چند مفهوم تشکیل شده‌اند که آن مفاهیم در واقع بیانگر «ویژگی‌ها»، «شرایط» و یا «وضعیت» موجود و یا مطلوب مقوله مورد نظر در کشور می‌باشند. پس از شناسایی مقولات توسط کد گذاری محوری می‌توان با استفاده از فراوانی کدهای داده شده به مقولات، اهمیت آنها را مشخص نمود.

جدول ۳: کدهای محوری

کدهای محوری	کد مصاحبه شونده
آگاهی فرهنگی	E3,E8,E9,E10
خلاقیت و قدرت تحلیلگری	
هنجارها	
اعتماد	
روابط درون گروهی	
فناوری اجتماعی	E4,E11,E12,E13
محتوای فکری	
فعالیت های روانی	
نوآوری فناوری	
تفکر انتزاعی	
کارکردهای دوگانه	
اعتماد	E5,E14,E15,E16
روابط درون گروهی	
انسجام فرهنگی	
سیستم های دانشی	
کارکردهای دوگانه	E6,E17,E18
اخلاقیات فناوری	
استاندارد سازی	
ارتقای فناوری	
خصیصه های شخصیتی	E7
قابلیت یادگیری	
تعاملات فرهنگی	
پاسخ های رفتاری	
مشارکت	
اعتماد به نفس	

کد گذاری گزینشی (انتخابی): کد گذاری انتخابی، فرایند یکپارچه سازی و تصفیه نظریه است (استروس و کوربین ۱۹۹۸). در انتها در مرحله کد گذاری انتخابی با توجه به نتایج گامهای قبلی کد گذاری، مقوله‌ی اصلی انتخاب شده و به شکلی نظام مند به سایر مقوله‌ها مرتبط شد، ارتباطات اعتبار بخشیده شده و مقوله‌هایی که نیاز به تصفیه و توسعه بیشتر داشتند، بهبود یافتند. لازم به ذکر است که گامهای فوق در فرایندی رفت و برگشتی انجام شده اند.

بنابراین گامهای کد گذاری انتخابی به شکل واضحی از یکدیگر مجزا نیستند و از طریق یک فرایند تعاملی، همراه با کد گذاری باز و محوری انجام میشود. در این مرحله یک بار دیگر از تعدادی از خبرگان مشارکت کننده در این پژوهش خواسته شد که در مورد فرایند تدوین مدل و مدل نهایی نظرات خود را ارائه دهند که بیشتر آن‌ها مدل به دست آمده را تأیید کردند و بعضی از آن‌ها نظرات اصلاحی نیز داشتند که در فرایندی رفت و برگشتی اصلاحات اعمال شد و نظر نهایی خبرگان بر تأیید مدل نیز گرفته شد. در نهایت پس از کد گذاری انتخابی، یکپارچه سازی و ارائه مدل نهایی در بخش کیفی انجام شد. برای یکپارچه سازی و ارائه مدل نهایی، پس از شناسایی مقوله محوری و ربط دادن سایر مقوله‌ها در قالب پارادایم نظام مند نظریه سازی داده بنیاد، به پالایش الگوی طراحی شده و بررسی عوامل اصلی اقدام و مدل نهایی پژوهش به شکل ذیل به دست آمد (شکل ۱).



شکل ۱: مدل ارتباطی هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق

تحلیل کمی یافته‌ها:

تحلیل عاملی اکتشافی: جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تحلیل مولفه‌های اصلی و چرخش واریماکس استفاده شده که تعداد ۵ بعد به عنوان ابعاد مدل و به همراه زیر مولفه‌ها استخراج شده بودند در این بخش مورد بررسی قرار گرفتند. این ۵ بعد به طور کلی ۹۰/۳۳٪ از واریانس کل را تبیین می‌نمایند. معیار انتخاب زیر مولفه‌ها، به عنوان یک شاخص برای عوامل، دارا بودن ارزش ویژه بالاتر از یک و همچنین بار عاملی ۰/۷۰ و بالاتر به شرطی که در دیگر عوامل کمتر از این مقدار ظاهر شود بوده است و در نهایت ۳۷ زیر مولفه مورد نظر انتخاب گردید. هر یک از این شاخص‌ها، عوامل مربوطه و میزان بار عاملی آنها در جدول ۴ نمایش داده شده است.

جدول ۴: نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی اکتشافی

پیامدها راهبردها	مداخله گر	زمینه ای	علی	عوامل زیر مولفه ها
			۰,۷۶۴	مهارت برقراری ارتباط
			۰,۷۳۵	تنوع فرهنگی
			۰,۷۹۳	مهارت‌های ذهنی فرد
			۰,۷۴۴	اشتراکات فرهنگی
			۰,۷۸۴	انتظارات فرهنگی
			۰,۷۵۵	برنامه‌های آموزشی
			۰,۸۷۶	خصیصه‌های شخصیتی
		۰,۷۶۵		قابلیت یادگیری
		۰,۷۱۱		تعاملات فرهنگی
		۰,۷۴۴		پاسخ‌های رفتاری
		۰,۷۹۰		مشارکت
		۰,۷۷۳		اعتماد به نفس
		۰,۸۶۵		روابط شخصی با کیفیت
		۰,۸۴۳		هوشمندی
		۰,۷۱۲		ارتباطات میان فردی
	۰,۷۶۴			جامعه‌پذیری
	۰,۷۷۷			درک متقابل و مدارا
	۰,۷۰۵			سازگاری فرهنگی
	۰,۸۱۵			همزیستی مسالمت آمیز
	۰,۷۹۰			تبادلات فردی
	۰,۷۹۲			مدیریت روابط
	۰,۷۹۸			آگاهی فرهنگی
۰,۷۶۶				خلاقیت و قدرت تحلیلگری
۰,۷۴۳				هنجارها
۰,۷۴۴				اعتماد
۰,۸۳۳				روابط درون گروهی
۰,۷۳۲				انسجام فرهنگی
۰,۷۶۲				سیستم‌های دانشی
۰,۷۶۹				فناوری اجتماعی
۰,۷۵۵				محتوای فکری

فعالیت های روانی				۰,۸۱۱	
نوآوری فناوری				۰,۸۶۵	
تفکر انتزاعی				۰,۷۶۲	
کارکردهای دوگانه				۰,۸۳۳	
اخلاقیات فناوری				۰,۷۸۷	
استاندارد سازی				۰,۷۱۱	
ارتقای فناوری				۰,۸۰۳	
مقادیر ویژه اولیه کل	۱,۲۴	۲,۱۶	۳,۹۰	۵,۳۴	۴,۶۷
درصد واریانس	۱۲,۶۵	۲۱,۷۸	۳۴,۶۹	۵۴,۸۴	۳۵,۴۹
درصد تراکمی	۱۲,۶۵	۳۶,۵۶	۴۷,۶۷	۵۴,۸۴	۹۰,۳۳
واریانس					

در ادامه بررسی هم خطی زیر مولفه ها انجام شد. یکی دیگر از پیش فرضهای لازم برای انجام تحلیل داده ها بررسی عدم وجود هم خطی چندگانه متغیرهاست. برای بررسی این شرط از میزان تورم واریانس (VIF) و تولرانس استفاده می شود. بطوریکه اگر عامل تورم بالای ۵ و تولرانس کمتر از ۰/۱ باشد بدین معنا است که هم خطی بین متغیر وجود دارد. همانطور که در جدول ۴ مشاهده می شود ابعاد مدل میزان تورم واریانس بالاتر از ۵ و تولرانس کمتر از ۰/۱ ندارند، در نتیجه هم خطی چندگانه بین ابعاد مدل مشاهده نمی شود.

جدول ۵: آزمون VIF برای بررسی عدم هم خطی چندگانه ی زیر مولفه ها

ابعاد مدل	میزان VIF	تولرانس
علی	۲,۲۰۷	۰,۴۳۳
زمینه ای	۱,۸۷۰	۰,۵۳۵
مداخله گر	۲,۸۷۴	۰,۴۵۴
راهبردها	۱,۷۹۱	۰,۲۶۶
پیامدها	۱,۹۰۱	۰,۲۰۹

بررسی روایی واگرا یکی دیگر از شاخص های است که مورد بررسی قرار گرفت، یکی از روشهای سنجش این روایی آزمون فورنل- لاکر است. مطابق جدول ۶ که نشان می دهد سازه ها کاملاً از هم جدا می باشند یعنی مقادیر قطارصلی برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن بعد با سایر بعد های پنهان انعکاسی موجود در مدل بیشتر است.

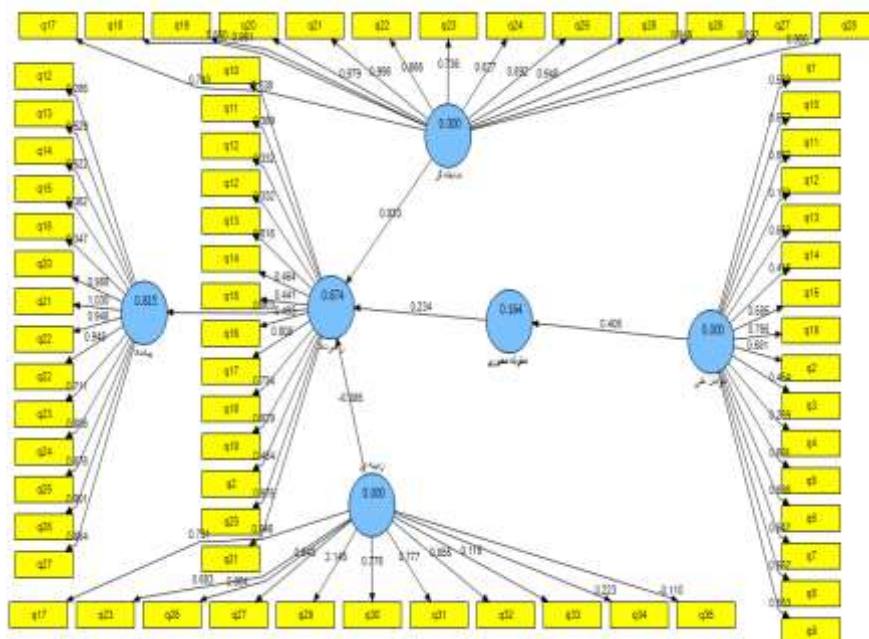
جدول ۶: شاخص فورنل لاکر جهت بررسی شاخص روایی تشخیصی یا واگرا

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	علی	۱				
۲	زمینه ای	۰/۸۳۱	۱			
۳	مداخله گر	۰/۷۶۴	۰/۸۸۶	۱		
۴	راهبردها	۰/۴۹۰	۰/۷۸۹	۰/۴۴۹	۱	
۵	پیامدها	۰/۴۹۹	۰/۶۹۱	۰/۸۹۱	۰/۴۰۶	۱

برای بررسی کیفیت مدل از شاخص بررسی افزونگی و ضریب تعیین استفاده می‌شود. اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. معیار اصلی ارزیابی مدل ساختاری، ضریب تعیین می‌باشد. این شاخص نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل صورت می‌گیرد. جدول ۴ نشان می‌دهد که ۷۶ درصد از تغییرات مدل توسط زیر مؤلفه‌های شناسایی شده عوامل موثر بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تأکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق پیش‌بینی می‌شود. اگر شاخص افزونگی بیشتر از صفر باشد مقادیر مشاهده شده خوب بازسازی شده و مدل توانایی پیش‌بینی دارد. در این تحقیق این شاخص برای مدل بالای صفر می‌باشد.

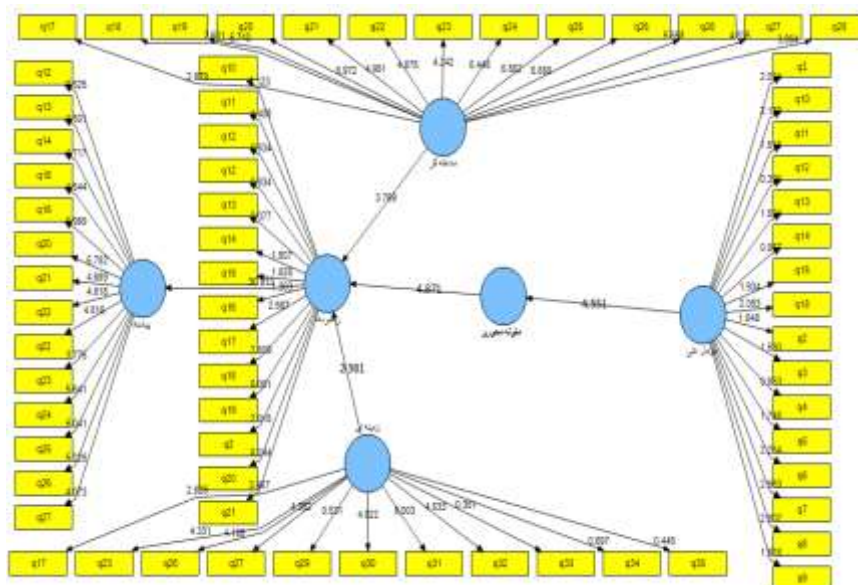
جدول ۷: شاخص‌های بررسی کیفیت مدل

مدل	ضریب تعیین	افزونگی
عوامل موثر بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تأکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق	۰/۷۶۰	۰/۵۶۶



شکل ۲: مدل در حالت استاندارد

در این قسمت با توجه به نمونه مناسب است و کلیه ابعاد شناسایی شده بر روی مدل مورد نظر موثر هستند با استفاده از تکنیک مربعات جزئی و آزمون t بوت استرپینگ به کمی سازی مدل پرداخته خواهد شد که نتایج به شرح جدول ۴-۱۵ می باشند. نتایج فوق نشان می دهد که کلیه ضرایب بدست آمده برای ابعاد مدل مثبت بوده که می توان نتیجه گرفت مدل در معنادار بوده و می توان به نتایج بدست آمده استناد نمود.



شکل ۳: مدل در حالت معناداری

جدول ۸: ضرایب مسیر

ضرایب مسیر	ضرایب	مقدار t	سطح معناداری
عوامل علی به مقوله محوری	۰,۴۰۵	۴,۰۵۱	۰,۰۰۰
عوامل مداخله گر به راهبردها	۰,۲۳۳	۳,۷۸۹	۰,۰۰۰
عوامل زمینه ای به راهبردها	۰,۰۸۵	۲,۲۹۸	۰,۰۰۰
مقوله محوری به راهبردها	۰,۲۳۴	۴,۸۷۷	۰,۰۰۰
راهبردها به پیامدها	۰,۴۴۹	۴,۸۷۷	۰,۰۰۰

برای برازش مدل از شاخص‌های نیکویی برازش شامل: AGFI, GFI و RMSEA استفاده شده است، مقادیر بدست آمده در جدول ۷ نشان می‌دهند که نتایج مدل قابل اعتماد است. چرا که شاخص‌های GFI و AGFI، هر دو بیش تر از حد مورد نظر برآورد شده‌اند که این آماره بزرگتر از حد ملاک ۰/۹۰ بوده است. همچنین، نسبت مربع کای به درجه آزادی (X^2/df) مقدار مناسبی را نشان داده است. همچنین معیار خطای RMSEA نیز برابر با ۰/۰۳ برآورد شده که این مقدار کوچکتر از حد مجاز ۰/۰۸ بوده است. بر اساس برآوردهای ارائه شده می‌توان نتیجه گرفت که مدل تست شده در جامعه مورد نظر از برازش نسبتاً خوب و قابل قبولی برخوردار بوده است. بنابراین، نتایج مدل تحقیق نشان می‌دهد که مدل مورد استفاده تحقیق حاضر از برازش مناسبی برخوردار بود.

برای برازش کلی مدل از طریق معیار GOF که شاخصی برای بررسی برازش مدل جهت پیش بینی متغیرهای درون زا می باشد، استفاده می شود. بر اساس جدول ۴-۱۶ مقادیر ضریب تعیین R^2 به دست آمده است. همچنین مقدار اشتراکی برابر است با ۰,۷۶ و با توجه به سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، حاصل شدن مقدار ۰,۶۵ برای GOF نشان از برازش قوی کلی مدل پژوهش دارد. از آنجایی که مقدار محاسبه شده GOF بزرگتر از ۰,۳۶ بدست آمده، نشان از برازش مناسب مدل پژوهش دارد. بنابراین می توان گفت برازش کلی مدل پژوهش بسیار مناسب و مورد تایید می باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش بررسی عوامل تاثیرگذار بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی مبتنی بر فناوری های نرم و خلاق در سازمان هواپیمایی هما_ شیراز (مطالعه ای آمیخته) بوده است. ابعاد اصلی و فرعی مدل ارائه شده عبارتند از: عوامل علی (مهارت برقراری ارتباط، تنوع فرهنگی، مهارت های ذهنی فرد، اشتراکات فرهنگی، انتظارات فرهنگی، برنامه های آموزشی و خصیصه های شخصیتی)، زمینه ای (قابلیت یادگیری، تعاملات

فرهنگی، پاسخ‌های رفتاری، مشارکت، اعتماد به نفس، روابط شخصی با کیفیت، هوشمندی و ارتباطات میان‌فردی، مداخله‌گر (جامعه‌پذیری، درک متقابل و مدارا، سازگاری فرهنگی، همزیستی مسالمت‌آمیز، تبادلات فردی، مدیریت روابط و آگاهی فرهنگی)، راهبردها (اخلاقیت و قدرت تحلیلگری، هنجارها، اعتماد، روابط درون‌گروهی، انسجام فرهنگی، سیستم‌های دانشی، فناوری اجتماعی، محتوای فکری، فعالیت‌های روانی، نوآوری فناوری و تفکر انتزاعی) و پیامدها (کارکردهای دوگانه، اخلاقیات فناوری، استانداردها سازی و ارتقای فناوری).

بررسی پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی نشان می‌دهد، که پژوهشی در خصوص این موضوع انجام نشده است. از میان مطالعات انجام‌شده در این زمینه، از بعد کلان می‌توان نتایج این تحقیق را هم‌راستا با یافته‌های صدرایی و نجاری (۱۴۰۱) با عنوان «بررسی نقش مؤثر شایستگی ارتباطی بر هوش فرهنگی مدیران» دانست، نتایج پژوهش نشان داد، مدیران برای ایفای نقش شایستگی ارتباطی توجه ویژه‌ای به عوامل فردی همچون مهارت‌های ارتباطی، مثبت‌گرایی، و احترام به ارزش‌های مخاطبان کرده و عوامل سازمانی همچون توجه به حمایتگری مدیران عالی، ظرفیت سازمانی، فرهنگ سازمانی، و ساختار سازمانی کنند. برای ایفای نقش هوش فرهنگی مدیران نیز باید توجه به عوامل انگیزشی همچون توانایی تعاملات با فرهنگ‌های متفاوت و عوامل رفتاری همچون هوش رفتاری توجه ویژه‌ای کنند، که می‌توان نتیجه گرفت این پژوهش در ابعاد تبادلات فردی، تعاملات فرهنگی و پاسخ‌های رفتاری تا حدودی شباهت دارد.

سیدی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان «پرورش و شکوفایی هوش فرهنگی در سازمان‌ها» نتایج پژوهش آنها نشان داد هوش فرهنگی تاثیر معناداری بر رفتار دارد و تاثیر آن بر بهره‌وری، سرمایه‌های انسانی تاثیر معناداری دارد که می‌توان نتیجه گرفت تا حدودی با مسئله اصلی این پژوهش شباهت دارد. بهرامی (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان «رابطه هوش فرهنگی و مهارت‌های ارتباطی با تعارض سازمانی در کارکنان هیئت‌های ورزشی استان خراسان جنوبی» مولفه‌های تعارض سازمانی، مهارت‌های ارتباطی، توانمندسازی آموزش را شناسایی کردند که در برخی مولفه‌ها با این پژوهش همخوانی دارد. یوزو (۲۰۲۳) تحقیقی با عنوان «تأثیر هوش فرهنگی بر فرسودگی شغلی در میان پزشکان کار با مهاجران: بررسی سن، جنسیت، آموزش و مهارت زبان انجام دادند. نتایج حاکی از آن است که هوش فرهنگی انگیزشی به طور قابل توجهی سطوح فرسودگی شغلی را کاهش می‌دهد.

فتاحی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان ارتباط بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام دادند. بر مبنای یافته های تحقیق حاضر بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن ارتباط وجود دارد و هوش فرهنگی کارکنان از طریق دانش فناوری اطلاعات قابل پیش بینی است همچنین بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیونی نیز نشان می دهد که فناوری اطلاعات به طور معنی داری توانایی پیش بینی هوش فرهنگی و ابعاد آن را در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه را دارد.

ژانگ و چنگ (۲۰۲۳) تحقیقی با عنوان بررسی تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی در عصر دیجیتال انجام دادند. این ماهیت تحول دیجیتال مدیریت منابع انسانی، مانند محل کار دیجیتال، فرآیندهای تعاملات سازمانی دیجیتال، و خدمات دیجیتالی کارکنان را تجزیه و تحلیل می کند. نتایج پژوهش نشان داد که فرآیندهای مدیریت منابع انسانی دیجیتال به اجرای انتخاب، آموزش و توسعه، و عملکردهای ارزیابی با استفاده از فناوری های دیجیتال پیشرفته اشاره دارد. تأکید می شود که اگرچه تحول دیجیتال مزایایی را برای توسعه کسب و کار به همراه دارد، اما تأثیرات بالقوه آن از جمله نحوه تبدیل سیستم های مدیریت منابع انسانی قدیمی و جدید و تأثیرات منفی سیستم جدید را نمی توان نادیده گرفت.

نیکولاس او همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان نقش شیوه های ارتباطات سازمانی در اجرای تحول دیجیتال و فناوری های نرم انجام دادند. یافته های آنها نشان می دهد که شیوه های منابع انسانی تا حدی واسطه رابطه بین همسویی استراتژیک و تحول دیجیتال است. همچنین معتقدند که شرکت باید شیوه های منابع انسانی را اجرا کند که رفتارهای کارکنان را تشویق کند که با استراتژی سازمان سازگار باشد. این همسویی استراتژیک و این شیوه های منابع انسانی شرکت ها را قادر می سازد تا به تحول دیجیتال در جستجوی عملکرد برتر دست یابند.

باتاچاریا و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان اجرای ابزار مدیریت فناوری های نرم و خلاق دیجیتال در بخش بهداشت دولتی در بنگلادش: تحلیل محتوای سیاست انجام دادند. در مورد تسهیل کننده ها، تعهدات قوی در سطح بالادستی در محتوای سیاست ها از نظر تعیین اهداف خاص، اهداف، زمان بندی و تخصیص بودجه منعکس شد. با این حال، فقدان استراتژی نظارت صریح و میزان مشارکت ذینفعان به خوبی تعریف نشده بود، که در نهایت فرصت هایی را برای ممانعت از اجرای پایین دستی ایجاد کرد. علاوه بر این، هماهنگی مؤثر

¹ Nikolas

بین دینفعان و سیاست‌های مختلف منابع انسانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند تقویت شود.

استروهیمر (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان مدیریت ارتباطات سازمانی دیجیتال: یک توضیح مفهومی انجام داد. نتایج پژوهش نشان داد، مدیریت منابع انسانی دیجیتال به عنوان یک پیشرفت تکاملی از مفهوم‌سازی‌های قبلی مدیریت منابع انسانی مبتنی بر فناوری آشکار می‌کند، و مبنایی مفهومی برای کار آینده بر روی منابع انسانی دیجیتال فراهم می‌کند.

از قیاس یافته‌های پژوهش‌های پیشین می‌توان به این نتیجه رسید که عوامل موثر بر ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق در این پژوهش با مفهوم گسترده‌تری نسبت به تحقیقات مشابه است. مع الوصف با وجود نقاط اشتراک با مطالعات و تحقیقات قبلی و مدل‌های ارائه‌شده، نقطه افتراق این تحقیق با پژوهش‌های قبلی، یکی احصا و تشریح مدل ارتباطی هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق در قالب الگویی پارادایمی استروس کوبین است که به عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردهای و پیامدهای ارائه‌شده بنابراین، انتظار می‌رود که نتایج این پژوهش بتواند آگاهی پژوهشگران کشور را در خصوص عوامل شناسایی شده را در سازمان هوپیمایی هما (شیراز) افزایش دهد.

مطابق نتایج پژوهش عوامل علی مدل عبارتند از:

خصیصه‌های شخصیتی: در طول فرآیند اجرای فناوری نرم، ویژگی‌های متفاوتی طبق اهداف عملیاتی مختلف شکل می‌گیرند. می‌توان گفت عوامل انسانی و محیط اجتماعی، شکل‌گیری، نمایش، قالب و نوآوری فناوری نرم را کنترل می‌کنند. بنابراین، فناوری نرم نوعی فناوری است که دربرگیرنده اندیشه‌ها، نقطه نظرات و شخصیت قوی انسان بوده و مسیر کاربردهای فناوری سخت را تحت کنترل دارد. مفهوم انسان در فناوری نرم با فناوری سخت که در آن هدف "خارج از بدن انسان" است تفاوت دارد. اگرچه بدن انسان در علم پزشکی و علوم زیستی غرب یک هدف و مقصود عملیاتی محسوب می‌شود، اما به عنوان یک شی فیزیکی یا مجموعه‌ای از سلول‌ها و حتی ژن‌ها تلقی شده و به لحاظ علمی قابل تکثیر است، در حالی که در فناوری نرم، بدن انسان به منزله یک کلیت ارگانیکی و نظام یافته دارای آگاهی، احساسات، هدف، افکار و ارزش‌ها تلقی می‌شود. رشد انسان و شکل‌گیری شخصیت وی صرفاً توسط ژن‌ها تعیین نمی‌شود، لیکن ناشی از ژن‌های متعدد و تعامل پیچیده طبیعت، اجتماع و محیط در بلندمدت است. فناوری سخت نیز بر این عوامل انسانی تاکید دارد؛ اما بیشتر با واکنش و ظرفیت انسان نسبت به بیرون و اشیاء سروکار دارد،

¹ Strohimer

حال آنکه فناوری نرم توجه بیشتری به فعالیت های روحی و روانی انسان نظیر حس، احساس، مزاج، اندیشه، الگوهای فکری، ارزش ها، سنت ها، هویت، شخصیت دارد و به توانایی کنترل فعالیت های روحی و روانی توجه می کند.

-عوامل زمینه ای

قابلیت یادگیری: فناوری نرم به طور اساسی دارای دوگانگی است. دوگانگی فناوری نرم ناشی از کارکردهای دوگانه آن است، در اینکه همزمان هم تجلی نیروهای مولد و هم روابط تولید است. از یک سو فناوری نرم به دلیل ویژگی های فناورانه ای که دارد نه تنها ارزش افزوده ایجاد کرده و محرک شکل گیری صنایع جدید به عنوان فناوری محوری است، بلکه مسیرها و ابزارهایی برای نوآوری در فناوری نرم جهت بهبود کارایی نوآوری متعلق به نیروهای مولد نیز فراهم می کند.

اعتماد به نفس: ایجاد زمینه لازم جهت اعتماد به نفس مجموعه سازمان هوپیمایی که یکی از ویژگی های روانی است و به توانایی ها و استعدادها و باور کردن توانایی های آنها مربوط می شود یکی از ضروریاتی است که لازم است به آن توجه شود.

روابط شخصی با کیفیت: روابط شخصی با کیفیت مزیت های بسیاری برای افراد و سازمان ها و خارج از محیط کار دارد. روابط دوستانه نمونه ای از روابط با کیفیت هستند، معمولاً افراد با شخصیتی سالم از برقراری روابط با دیگران خوشحال هستند و از فرصت معاشرت در هر شرایطی استفاده می کنند، بنابراین وجود چنین افرادی در سازمان هوپیمایی می تواند بسیار موثر و مفید باشد.

ارتباطات میان فردی: از آنجایی که همه فناوری های نرم ارتباط نزدیکی با عوامل انسانی دارند و هرچند فناوری نرم را می توان به طور نظام مند دسته بندی کرد، اما مرزهای بین انواع مختلف فناوری نرم بسیار مبهم بوده و هر یک بر دیگری تاثیر گذاشته و نفوذ می کنند. تعداد زیادی فناوری نرم درست مانند فناوری های سخت می تواند بنیان و زمینه صنایع را ایجاد کند و برای تامین محصولات و خدمات بکار گرفته شود مثلاً ابزارهای مشتقه مالی، انواع مختلف مراکز رشد، محصولات فرهنگی. با این حال، اکثر فناوری های نرم ضرورتاً به محصول محسوس (ملموس) نمی رسند، بلکه فرآیندها، کارایی، رویه ها نتایج، سازوکارها و نهادها را فراهم می کنند.

-عوامل مداخله گر

جامعه پذیری: اهتمام جهت کاهش تنش های اجتماعی در جامعه از طریق کاهش اختلافات بین معاونت ها مختلف سازمان هوپیمایی، فراهم نمودن زمینه برقراری ارتباطات دوستانه و

بدون تنش بین مدیران ارشد، ایجاد کانال‌های ارتباطی موثر بین مدیران و کارشناسان متخصص.

درک متقابل و مدارا: در هر سازمانی وجود افراد و گروهایی با ویژگی‌های مختلف وجود دارد که این ویژگی می‌تواند هم روی عملکرد و شخصیت آنها اثر گذار باشد، بنابراین ضرورت دارد ویژگی‌های هر فرد شناسایی و درک شود و بنا به موقعیت با آنها مدارا شود.

همزیستی مسالمت‌آمیز: این همان دلیل ضرورت مداخلات اجتماعی و دولتی در بکارگیری و ترویج فناوری نرم است و فعالیت‌های آن بایستی توسط نهادها، قوانین، استانداردها و سیاست‌ها مورد تشویق و تنظیم و حتی گاهی ممنوعیت قرار بگیرد. به عبارت دیگر، صنعتی کردن فناوری نرم و نوآوری نهادی ضرورت دارد. پدیده‌ها، مسائل و موضوعاتی که فناوری نرم باید بدان پردازد ناگزیر پیچیده و وابسته به یکدیگر هستند. بنابراین، برای طراحی سناریوی حل مساله، به یک رویکرد نظام مند و جامع نیاز است و ضرورت دارد نخست زمینه، علل مختلف و اثر بالقوه "مساله" مشخص شود و فقط با درک کل است که می‌توانیم مسائل کلیدی را شناسایی کنیم و به دنبال نقاط پیشرفت باشیم. این همان دلیلی است که طرز فکر فناوری نرم برای حل مساله یا طراحی سناریو بایستی از کل به جزء و از کلان به خرد باشد نه طور دیگر.

تبادلات فردی: بهره‌گیری از هوش فرهنگی و تقویت آن در تعامل با افراد و گروه‌های اجتماعی و تمایل به برقراری ارتباط با فرهنگ‌های متفاوت از سوگیری یا جهت‌گیری ارزشی منفی نسبت به فرهنگ‌های دیگر می‌کاهد، بنابراین بهره‌گیری از هوش فرهنگی به خنثی کردن قضاوت‌های ارزشی تخریب‌گر کمک می‌کند و به تعامل سازنده با افراد و گروه‌هایی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت می‌انجامد.

آگاهی فرهنگی: آگاه‌سازی و اطلاع‌تمامی پرسنل سازمان هواپیمایی از فرهنگ حاکم و غالب از طریق ظرفیت تلویزیون، رسانه‌ها و مطبوعات، شبکه‌های مجازی و اجتماعی.

راهبردهای ارتباطی هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق کدامند؟

یافته‌های پژوهش در بخش کیفی نشان داد که راهبردهای مدل ارتباطی هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق (مطالعه موردی سازمان هواپیمایی هما-شیراز) عبارتند از:

خلاقیت و قدرت تحلیلی:

- اعتماد: اعتماد یکی از مولفه های است که در موفقیت سازمان نقش بسیاری دارد، افراد در سازمان که مدیران به آن ها اعتماد کنند و به ارزش های آنها در سازمان توجه شود. هر چه به آنها اعتماد شود سازگاری با محیط و ساختارهای درون و برون سازمان بهبود پیدا می کند.

- روابط درون گروهی: تعاملات و روابط میان انسان ها و سازمان ها مبتنی بر همدلی و روابط درون گروهی مبتنی بر مشارکت و همکاری می تواند در پیاده سازی و موفقیت فناوری نرم و موثر باشد.

- انسجام فرهنگی: پیاده سازی و موفقیت فناوری نرم مستلزم یک رویکرد جامع به کاربرد آن است. همان طور که اشاره شد، فناوری های سخت باید با فناوری های نرم ادغام شوند تا ارزش اقتصادی و اجتماعی آنها قابل تحقق باشد. معیار اصلی برای قضاوت موفقیت تجاری و صنعتی شدن فناوری های سخت این است که آیا به خوبی با پیشبرد مستمر فناوری های نرم ادغام شده اند یا خیر. از سوی دیگر، فناوری نرم تنها در صورتی موفق خواهد بود که به طور جامع با فناوری های نرم مرتبط دیگر ترکیب شود و طبق شرایط مختلف جغرافیایی و اجتماعی سیاسی و مطابق با تقاضاهای ناشی از اهداف طراحی شکلی و ظاهری اصلاح شود. به طور مشابه، ادغام با پیشبرد مستمر فناوری های سخت برای ترویج نوآوری در فناوری نرم و اطمینان از ارتقای فناوری نرم به فناوری پیشرفته ضرورت دارد.

- سیستم های دانشی: سرمایه و توانمندی اصلی سیستم های دانشی، بکارگیری دانش و مهارت در انجام امور تخصصی سازمان است، بنابراین در سازمان هوایی هما وجود سیستم های دانشی بسیار ضروری است.

- فناوری اجتماعی: از سوی دیگر، فناوری نرم به سبب ویژگی های نرمی که دارد (جنبه اجتماعی)، نقش حیاتی در تعیین ماهیت و محتوای نهادها و موسسات جدید ایفا می کند. از این رو ممکن است مبنای اصلاحات نهادی را شکل داده و در نتیجه در تصمیمات مربوط به تنظیم نظام توزیع منافع و تغییر، مهار و تنظیم روابط مختلف در فعالیت های اقتصادی و اجتماعی از جمله روابط مصلحتی و منفعت آمیز نیز کمک کند. با استفاده از زبان اقتصاد سیاسی می توان گفت فناوری نرم دربرگیرنده نیروهای مولد و روابط تولید است. از آنجایی که همه فناوری های نرم ارتباط نزدیکی با عوامل انسانی دارند و هرچند فناوری نرم را می توان به طور نظام مند دسته بندی کرد، اما مرزهای بین انواع مختلف فناوری نرم بسیار مبهم بوده و هر یک بر دیگری تأثیر گذاشته و نفوذ می کنند. تعداد زیادی فناوری نرم

درست مانند فناوری‌های سخت می‌تواند بنیان و زمینه تعامل را ایجاد کند. فناوری‌های نرم به امروز و آینده تعلق دارند و این فناوری‌هاست که رقابت‌های آینده را رقم خواهد زد. -محتوای فکری: فناوری نرم فعالیت‌های روانی و رفتارهای بیرونی انسان را هدف عملیاتی خود قرار می‌دهد و محتوا و سطوح آن به واسطه تمرکز بر طرز فکرها، سطوح درک و حالت‌های کنشی انسان‌ها تعیین می‌شود. کاربرد و تعمیم آن به طور مستقیم گاهی به نظام‌های ارزشی بومی، زمینه‌های فرهنگی، عادت‌ها و سطوح دانش مربوط می‌شود.

-فعالیت‌های روانی: این حقیقت که فناوری نرم تجسم عوامل روانی، اجتماعی و فرهنگی است موانع جدی برای متعارف سازی (استاندارسازی) ایجاد می‌کند. از سوی دیگر، فناوری نرم شامل فناوری‌های آشکار و ضمنی است. فناوری آشکار را می‌توان با واژه‌ها، داده‌ها، رویه‌های استاندارسازی و اصول کلی که از طریق کتب، سخنرانی‌ها و آموزش‌نشر و به اشتراک گذاشته می‌شوند، به نمایش گذاشت؛ در حالی که فناوری ضمنی را می‌توان به درستی در قالب اسناد مکتوب و زبان‌های رسمی معرفی کرد، بنابراین مراد و اشتراک‌گذاری به صورت استاندارد و متعارف دشوار است.

-نوآوری فناوری: نوآوری در عصر دیجیتال ماهیت تحولی دارد. شرکت‌ها، سازمانها و نهادهای نوآور و خطرپذیر، ممکن است ظرفیت و فرصت‌های استفاده از فناوری‌های برهم‌زننده را در کسب و کار خود تشخیص دهند و از آن استفاده کنند. نوآوری‌های مخرب، بازارهای جدیدی را هدف قرار می‌دهند اما ابتدا در کاربردهای ساده بازار شکل می‌گیرند، سپس در بازار ارتقا می‌یابد و رقابت سنتی و مستقر در بازار را جابجا می‌کند و براساس کسب مزیت رقابتی، جایگاهی برای خود ایجاد می‌کند. به بیان ساده‌تر، نوآوری مخرب اصطلاحی در مدیریت کسب‌وکار است و به نوعی نوآوری اشاره دارد که بازار و شبکه ارزش جدیدی را ایجاد کرده و در نهایت در شرایط قبلی بازار اختلال ایجاد می‌کند و به این صورت موازنه شرکت‌ها در بازار را تغییر می‌دهد. شرکت‌هایی که نمی‌توانند اثرات فناوری مخرب را در نظر بگیرند، ممکن است سهم بازار خود را در مقابل رقابتی که راه‌هایی برای یکپارچه‌سازی فناوری کشف کرده‌اند، از دست بدهند. سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که سیاست استفاده از فناوری‌های برهم‌زننده ایجاد یا اتخاذ می‌کنند، ریسک قابل توجهی دارد. بسیاری از محصولات که مخرب یا تحول‌آفرین تلقی می‌شوند سال‌ها طول می‌کشد تا توسط مصرف‌کنندگان یا مشاغل مورد استفاده قرار گیرند یا اصلاً مورد استفاده قرار نگیرند. سرمایه‌گذاران می‌توانند با سرمایه‌گذاری در صندوق‌های قابل معامله در بورس یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی، فناوری‌های برهم‌زننده را در

کار خود توسعه دهند. این صندوق‌ها در زمینه‌های نوآورانه مختلفی مانند اینترنت اشیا، محاسبات ابری، فین‌تک، رباتیک و هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

- تفکر انتزاعی: جهان معنوی شامل جهان انتزاعی (شیء ای که از طریق جریان فعالیت های روان شناختی مفهوم پردازی می شود)، جهان دیداری (ظهور دوباره تصاویری از رویدادها از طریق حافظه و چشم ذهن) و جهان واقعی (انعکاس تجربه حواس، احساس / مزاج و گُش مانند درد قلب، ترس، لذت و... است). در عین حال که تفکر انتزاعی با مفاهیم سروکار دارد، تفکر دیداری با تصاویر و تفکر واقعی با حس خودآگاهی سروکار دارد. مفهوم تفکر واقعی تاکنون در محافل هنری کاربرد داشت که می توان آن را به سه شاخه تقسیم کرد: تفکر احساسی، تفکر حسی و تفکر گُشی.

دنیای فیزیکی که عملیات فناورانه سخت در آن صورت می گیرد شامل زمینه های طبیعی و مصنوعی می شود و دنیای معنوی که عملیات فناوری نرم در آن صورت می گیرد شامل سیستم هماهنگ سازی - عمل درونی و سیستم رفتار بیرونی است. اولی شامل عرصه انتزاع (مفاهیم، حالت ها، سیستم ها) و عرصه آگاهی (انجام کار تحت سلطه گُش هماهنگی درونی و نگرش ارزشی، جهان بینی، اخلاقیات و احساسات) است.

- پیامدها

کارکردهای دوگانه: دوگانگی فناوری نرم بدین معناست که طبعاً با نهادها در هم تنیده است. در مورد فناوری سخت، نهادها بخشی از محیط و شرایط نوآوری هستند؛ اما در مورد فناوری نرم، نهادها تنها بخش محیط نوآوری فناورانه نیستند. فناوری نرم خود پایه و اساس نوآوری در نهادها، سیستم ها، قوانین، مقررات و سیاست های مرتبط با خود را شکل می دهد. از سوی دیگر، اختراع، انتشار و کاربرد برخی فناوری های نرم با محدودیت شدید از سوی نهادها، سیستم ها، قوانین، مقررات و سیاست های مربوطه روبرو است.

مسئولیت کاستی های فناوری (تهدید فناوری) و مسیری که در آن از این فناوری های سخت استفاده شده کاملاً در دستان متصدی و اپراتور فناوری (افراد) است. به علاوه، ما باید پیوسته فناوری های جدیدی را برای برآورده کردن نیازهای انسان اختراع و توسعه دهیم تا درک ما از طبیعت بالا رفته و برای حل برخی مسائل ناشی از صنعتی شدن فناوری سخت در خدمت نیازهای جامعه باشیم. انسان فقط به مدد فناوری نرم است که می تواند کنترل موثر و مسیر درست فناوری سخت را در دست بگیرد؛ به عنوان مثال فناوری نرم یک ابزار نوآوری است که یکی از مصارف آن دستکاری نوآوری در فناوری سخت است. در این زمینه، فناوری نرم مملو از اندیشه و نظر است و از این رو فناوری نرم تحت تاثیر اخلاقیات، ارزش ها و جهان بینی ها قرار دارد، همان گونه که دوگانگی از خود

فناوری فرهنگی و فناوری اجتماعی تجلی می یابد. بنابراین، فناوری نرم هم دارای مزیت های مثبت و هم آثار منفی است.

اخلاقیات فناوری: سالهای طولانی توسعه فناوری سود محور و استفاده غیراخلاقی از آن موجب بروز مصیبت های متعددی برای انسان شد. انسان ها علاوه بر مواجهه با خسارت های زیست محیطی به محیط زیست بیرونی با تهدیدهای ناشی از فناوری سخت به فطرت درونی و دنیای اجتماعی خود روبرو بوده اند.

استاندارد سازی: این مولفه بسیار مهم و ضروری برای توسعه در سازمان های مختلف به شمار می رود به دلیل آنکه چارچوبی را در سازمان فراهم می کند که باید به آن پایبند باشند، سازمان هواپیمایی هما نیز به علت رسالت خاص و مأموریت مهمی که دارد این بعد بسیار مهم و کاربردی است.

ارتقای فناوری: دلیل منسوخ شدن فناوری های سخت معمولاً ظهور اختراعات جدید و جایگزین شدن با فناوری قدیمی است. با این حال نوآوری و تجدید فناوری نرم اغلب ناشی از تغییرات در سبک زندگی، ارزش ها، سطوح تقاضا و الگوهای فکری افراد است. نوآوری در فناوری نرم از این حیث متفاوت است که بیشتر از نوآوری در فناوری سخت از جانب نهادها، سیستم ها، قوانین، مقررات و سیاست ها محدود می شود.

جهان معنوی شامل جهان انتزاعی (شیء ای که از طریق جریان فعالیت های روان شناختی مفهوم پردازی می شود)، جهان دیداری (ظهور دوباره تصاویری از رویدادها از طریق حافظه و چشم ذهن) و جهان واقعی (انعکاس تجربه حواس، احساس / مزاج و گُنش مانند درد قلب، ترس، لذت و... است).

دنیای فیزیکی که عملیات فناورانه سخت در آن صورت می گیرد شامل زمینه های طبیعی و مصنوعی می شود و دنیای معنوی که عملیات فناوری نرم در آن صورت می گیرد شامل سیستم هماهنگ سازی - عمل درونی و سیستم رفتار بیرونی است. اولی شامل عرصه انتزاع (مفاهیم، حالت ها، سیستم ها) و عرصه آگاهی (انجام کار تحت سلطه گُنش هماهنگی درونی و نگرش ارزشی، جهان بینی، اخلاقیات و احساسات) است. فناوری نرم به طور اساسی دارای دوگانگی است. دوگانگی فناوری نرم ناشی از کارکردهای دوگانه آن است، در اینکه هم زمان هم تجلی نیروهای مولد و هم روابط تولید است.

از یک سو فناوری نرم به دلیل ویژگی های فناورانه ای که دارد نه تنها ارزش افزوده ایجاد کرده و محرک شکل گیری صنایع جدید به عنوان فناوری محوری است، بلکه مسیرها و ابزارهایی برای نوآوری در فناوری نرم جهت بهبود کارایی نوآوری متعلق به نیروهای مولد نیز فراهم می کند. از سوی دیگر، فناوری نرم به سبب ویژگی های نرمی که دارد (جنبه

اجتماعی)، نقش حیاتی در تعیین ماهیت و محتوای نهادها و مؤسسات جدید ایفا می‌کند. از این رو ممکن است مبنای اصلاحات نهادی را شکل داده و در نتیجه در تصمیمات مربوط به تنظیم نظام توزیع منافع و تغییر، مهار و تنظیم روابط مختلف در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی از جمله روابط مصلحتی و منفعت‌آمیز نیز کمک کند. با استفاده از زبان اقتصاد سیاسی می‌توان گفت فناوری نرم دربرگیرنده نیروهای مولد و روابط تولید است.

مهر و موم‌های طولانی توسعه فناوری سودمحور و استفاده غیراخلاقی از آن موجب بروز مصیبت‌های متعددی برای انسان شد. انسان‌ها علاوه بر مواجهه با خسارت‌های زیست‌محیطی به محیط‌زیست بیرونی با تهدیدهای ناشی از فناوری سخت به فطرت درونی و دنیای اجتماعی خود روبرو بوده‌اند.

با این حال، عادلانه نیست فناوری را به خاطر تمام این فجایع و حوادث ناگوار بالقوه سرزنش کرد. مسئولیت کاستی‌های فناوری (تهدید فناوری) و مسیری که در آن از این فناوری‌های سخت استفاده شده کاملاً در دستان متصدی و اپراتور فناوری (افراد) است. به علاوه، ما باید پیوسته فناوری‌های جدیدی را برای برآورده کردن نیازهای انسان اختراع و توسعه دهیم تا درک ما از طبیعت بالا رفته و برای حل برخی مسائل ناشی از صنعتی شدن فناوری سخت در خدمت نیازهای جامعه باشیم. انسان فقط به مدد فناوری نرم است که می‌تواند کنترل مؤثر و مسیر درست فناوری سخت را در دست بگیرد؛ به عنوان مثال فناوری نرم یک ابزار نوآوری است که یکی از مصارف آن دست‌کاری نوآوری در فناوری سخت است. در این زمینه، فناوری نرم مملو از اندیشه و نظر است و از این رو فناوری نرم تحت تأثیر اخلاقیات، ارزش‌ها و جهان‌بینی‌ها قرار دارد، همان‌گونه که دوگانگی از خودِ فناوری فرهنگی و فناوری اجتماعی تجلی می‌یابد. بنابراین، فناوری نرم هم دارای مزیت‌های مثبت و هم آثار منفی است.

این همان دلیل ضرورت مداخلات اجتماعی و دولتی در به‌کارگیری و ترویج فناوری نرم است و فعالیت‌های آن بایستی توسط نهادها، قوانین، استانداردها و سیاست‌ها مورد تشویق و تنظیم و حتی گاهی ممنوعیت قرار بگیرد. به عبارت دیگر، صنعتی کردن فناوری نرم و نوآوری نهادی ضرورت دارد.

پدیده‌ها، مسائل و موضوعاتی که فناوری نرم باید بدان پردازد ناگزیر پیچیده و وابسته به یکدیگر هستند. بنابراین، برای طراحی سناریوی حل مسئله، به یک رویکرد نظام‌مند و جامع نیاز است و ضرورت دارد نخست زمینه، علل مختلف و اثر بالقوه "مسئله" مشخص شود و فقط با درک کُل است که می‌توانیم مسائل کلیدی را شناسایی کنیم و به دنبال نقاط

پیشرفت باشیم. این همان دلیلی است که طرز فکر فناوری نرم برای حل مسئله یا طراحی سناریو بایستی از کل به جزء و از کلان به خرد باشد نه طور دیگر. این حقیقت که فناوری نرم تجسم عوامل روانی، اجتماعی و فرهنگی است موانع جدی برای متعارف سازی (استاندارسازی) ایجاد می‌کند. از سوی دیگر، فناوری نرم شامل فناوری‌های آشکار و ضمنی است. فناوری آشکار را می‌توان با واژه‌ها، داده‌ها، رویه‌های استانداردسازی و اصول کلی که از طریق کتب، سخنرانی‌ها و آموزش نشر و به اشتراک گذاشته می‌شوند، به نمایش گذاشت؛ درحالی‌که فناوری ضمنی را می‌توان به‌درستی در قالب اسناد مکتوب و زبان‌های رسمی معرفی کرد، بنابراین مراد و اشتراک‌گذاری به‌صورت استاندارد و متعارف دشوار است.

پیاده‌سازی و موفقیت فناوری نرم مستلزم یک رویکرد جامع به کاربرد آن است. همان‌طور که اشاره شد، فناوری‌های سخت باید با فناوری‌های نرم ادغام شوند تا ارزش اقتصادی و اجتماعی آن‌ها قابل تحقق باشد. معیار اصلی برای قضاوت موفقیت تجاری و صنعتی شدن فناوری‌های سخت این است که آیا به‌خوبی با پیشبرد مستمر فناوری‌های نرم ادغام شده‌اند یا خیر. از سوی دیگر، فناوری نرم تنها در صورتی موفق خواهد بود که به‌طور جامع با فناوری‌های نرم مرتبط دیگر ترکیب شود و طبق شرایط مختلف جغرافیایی و اجتماعی سیاسی و مطابق با تقاضاهای ناشی از اهداف طراحی شکلی و ظاهری اصلاح شود. به‌طور مشابه، ادغام با پیشبرد مستمر فناوری‌های سخت برای ترویج نوآوری در فناوری نرم و اطمینان از ارتقای فناوری نرم به فناوری پیشرفته ضرورت دارد. دلیل منسوخ شدن فناوری‌های سخت معمولاً ظهور اختراعات جدید و جایگزین شدن با فناوری قدیمی است. باین‌حال نوآوری و تجدید فناوری نرم اغلب ناشی از تغییرات در سبک زندگی، ارزش‌ها، سطوح تقاضا و الگوهای فکری افراد است.

نوآوری در فناوری نرم از این حیث متفاوت است که بیشتر از نوآوری در فناوری سخت از جانب نهادها، سیستم‌ها، قوانین، مقررات و سیاست‌ها محدود می‌شود. از این جهت، برای تحقق نوآوری در فناوری نرم، انهدام خلاق نهادها و قوانین قدیمی باید صورت پذیرد. تفاوت‌ها در فناوری نرم به‌واسطه تفاوت در فرهنگ‌ها، سطوح اقتصادی، سبک زندگی، عادت‌ها و طرز فکر جوامع، اختراع و تولید می‌شوند. از این رو، یک فناوری نرم که در یک منطقه توسعه می‌یابد همواره باید نوآوری و توسعه مجدد داشته باشد تا متناسب با شرایط منطقه دیگر بوده و کارکرد بهینه داشته باشد. دوگانگی فناوری نرم بدین معناست که طبعاً با نهادها درهم‌تنیده است. در مورد فناوری سخت، نهادها بخشی از محیط و شرایط نوآوری هستند؛ اما در مورد فناوری نرم، نهادها تنها بخش محیط نوآوری فناورانه نیستند. فناوری

نرم خود پایه و اساس نوآوری در نهادها، سیستم‌ها، قوانین، مقررات و سیاست‌های مرتبط با خود را شکل می‌دهد. از سوی دیگر، اختراع، انتشار و کاربرد برخی فناوری‌های نرم با محدودیت شدید از سوی نهادها، سیستم‌ها، قوانین، مقررات و سیاست‌های مربوطه روبرو است. نوآوری در عصر دیجیتال ماهیت تحولی دارد. شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای نوآور و خطرپذیر، ممکن است ظرفیت و فرصت‌های استفاده از فناوری‌های برهم‌زننده را در کسب‌وکار خود تشخیص دهند و از آن استفاده کنند. نوآوری‌های مخرب، بازارهای جدیدی را هدف قرار می‌دهند اما ابتدا در کاربردهای ساده بازار شکل می‌گیرند، سپس در بازار ارتقا می‌یابد و رقابت سنتی و مستقر در بازار را جابجا می‌کند و بر اساس کسب‌وکارهای جدید، جایگاهی برای خود ایجاد می‌کند. به بیان ساده‌تر، نوآوری مخرب اصطلاحی در مدیریت کسب‌وکار است و به نوعی نوآوری اشاره دارد که بازار و شبکه ارزش جدیدی را ایجاد کرده و در نهایت در شرایط قبلی بازار اختلال ایجاد می‌کند و به این صورت موازنه شرکت‌ها در بازار را تغییر می‌دهد. شرکت‌هایی که نمی‌توانند اثرات فناوری مخرب را در نظر بگیرند، ممکن است سهم بازار خود را در مقابل رقابتی که راه‌هایی برای یکپارچه‌سازی فناوری کشف کرده‌اند، از دست بدهند. سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که سیاست استفاده از فناوری‌های برهم‌زننده ایجاد یا اتخاذ می‌کنند، ریسک قابل توجهی دارد. بسیاری از محصولاتی که مخرب یا تحول‌آفرین تلقی می‌شوند سال‌ها طول می‌کشد تا توسط مصرف‌کنندگان یا مشاغل مورد استفاده قرار گیرند یا اصلاً مورد استفاده قرار نگیرند. سرمایه‌گذاران می‌توانند با سرمایه‌گذاری در صندوق‌های قابل معامله در بورس یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی، فناوری‌های برهم‌زننده را در کار خود توسعه دهند. این صندوق‌ها در زمینه‌های نوآورانه مختلفی مانند اینترنت اشیا، محاسبات ابری، فین‌تک، رباتیک و هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

یکی از مؤثرترین روش‌های بهبود تعامل کارکنان این است که آن‌ها را به برقراری روابط اجتماعی با همکارانشان تشویق کنید. البته بعضی رهبران و مدیران ممکن است کارکنان سربزه‌زیری را ترجیح دهند که صرفاً روی کاری که انجام می‌دهند، متمرکز هستند. اما باید بدانید که اگر فرصت برقراری روابط روزانه‌ی دوستانه و غیر کاری کارکنان با دیگران را از آن‌ها سلب کنید، محیط کار برایشان خیلی زود خسته‌کننده شده و این امر، کاهش رضایت شغلی و به دنبال آن افت بهره‌وری را در پی خواهد داشت. وقفه‌های کاری روزانه یا وعده‌های صبحانه و ناهار، فرصت خوبی برای اعضای سازمان است تا روابط محکم‌تری با یکدیگر برقرار کنند. جلسات کاری یکی از بسترهای مهم برای شکل‌گیری و بهبود تعامل کارکنان هستند. با این حال، جلسات طولانی بالأخص جلساتی که قرار است در آن‌ها

یک نفر متکلم وحده باشد، شاید خیلی زود برای کارکنان به یک گردهمایی خسته کننده تبدیل شوند. استفاده از جاذبه‌های بصری در چنین جلساتی، یک راهکار ساده و درعین حال مؤثر است که علاوه بر حفظ توجه کارکنان و جلوگیری از خستگی زود هنگام آن‌ها، به انتقال درست مباحث مطرح شده کمک زیادی می‌کند.

پیشنهادات

- با توجه به یافته‌های این پژوهش در پیشنهاد می‌شود، که به تعاملات سازمانی مدیران در بخش‌های مختلف توجه داشته باشند و از بروزترین فناوری‌های مورد استفاده در صنعت هواپیمایی برای جلوگیری از بروز بحران‌های احتمالی استفاده نمایند.

- بر اساس یافته‌های این پژوهش مشخص شد که قابلیت یادگیری، تعاملات فرهنگی، پاسخ‌های رفتاری، مشارکت، اعتماد به نفس، روابط شخصی با کیفیت و ارتباطات میان فردی، از عوامل زمینه‌ای مدل ارائه شده هستند. بنابراین به سازمان هواپیمایی‌ها پیشنهاد می‌شود که به اعتماد به نفس و ارتباطات شخصی و میان فردی را بین تمام عوامل سازمان هواپیمایی به طور ویژه مدنظر قرار دهند تا مدیران در تعاملات فرهنگی بیشتری داشته باشند. بر اساس یافته‌های این پژوهش مشخص شد که هوشمندی از عوامل مداخله‌گر مؤثر در مدل ارائه شده است، بنابراین به سازمان‌های هواپیمایی پیشنهاد می‌شود با توجه به وضع موجود صنعت هواپیمایی‌ها و انتقاداتی که به این سازمان می‌شود، جهت بکارگیری و ارتقا مدیران ارشد سازمان هوشمندی بیشتری بکارگیرند.

به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود:

- مطالعه‌ای تطبیقی بین ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی مبتنی بر فناوری‌های نرم و خلاق کشورهای مختلف در مقایسه با ایران انجام گیرد و الگوی جامع جهت بهره‌برداری ارائه گردد.

- مدل ارتباط هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی مبتنی بر فناوری‌های نرم و خلاق در سایر سازمان‌های هواپیمایی مورد مطالعه و نتایج آن با مدل تحقیق حاضر مقایسه شود.

تدوین مدل ارتباطی هوش فرهنگی و تعاملات سازمانی با تاکید بر نقش فناوری‌های نرم و خلاق در سایر سازمان‌های هواپیمایی.

از طرفی این پژوهش دارای محدودیت‌های نیز است. جامعه مورد مطالعه این تحقیق محدود به بخش سازمان هواپیمایی کشوری است و ممکن است توسعه یا تغییر جامعه مورد مطالعه عوامل دیگری را به مدل بیفزایند. ابعاد شناسایی شده بر اساس برداشت و ادراک مصاحبه‌شوندگان استخراج شده و احتمال تغییر آن در صورت گسترده‌تر شدن خبرگان، وجود دارد.

منابع:

- استراوس، انسلم. کرین، جولیت. (۱۳۹۵). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ترجمه: ابراهیم افشار. تهران. نشر نی.
- اسلامی، حسین و عطایی، محمد. (۱۴۰۰). ارائه الگوی ارتباطات سازمانی با رویکرد اخلاقی، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۸۳)، ۸۷۴-۹۰۳.
- اشراقی آرانی، مجتبی، (۱۳۹۹)، ضوابط حاکم بر توقیف هواپیما در مقررا ایران و بین الملل، پژوه حقوق عمومی، دوره ۲۲، شماره ۶۹، ۲۰۲-۱۷۵.
- اشرفی، وحید. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر هوش اجتماعی بر ارتباطات اثربخش سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان روابط عمومی شرکت مخابرات ایران در شهر تهران)، پایان نامه ارشد، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- صدرائی، سحر، نجاری، سارا. (۱۴۰۱). بررسی نقش مؤثر شایستگی ارتباطی بر هوش فرهنگی مدیران (مطالعه موردی: مدیران بانک کشاورزی استان تهران). مجله علمی "مدیریت فرهنگ سازمانی"، ۲۰(۴)، ۷۲۹-۷۵۰.
- فتحی، جمال، اشرف گنجویی، فریده، حاج انزهایی، زهرا. (۱۳۹۶). ارتباط بین فناوری اطلاعات با هوش فرهنگی و ابعاد آن در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۴(۱)، ۱۹-۲۸.
- Ang, Paul. (2020). The new influencers. Sanger, CA: Quill Driver Books.
- Bugbee, M. et al. (2022). The myth of the meritocracy in law firms and corporate legal departments. Intellectual Property Owners Association's Diversity & Inclusion Committee.
- Bhattacharyya, D.S., Dutta, G.K., Nowrin, Shafique, S Islam M Z. (2021). Implementing a digital human resources management tool in the government health sector in Bangladesh: a policy content analysis. BMC Health Serv Res 21, 1346. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07304-4>
- Gardner, X., Wei, S., Davison, R.M., & Rice, R.E. (2019). How do enterprise social media affordances affect social network ties and job performance?. Information Technology & People, 33(1), 361-388.
- Lim, G. S., Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2016). Human Resource Management (2nd ed.). Singapore; Cengage Learning.
- Sou, K. (2024). Strategic integrated communications. Butterworth Heinemann.
- Wood, Julia T. (2019). Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Wadsworth Publishing; 6 edition.
- sad S. (2021). The impact of social media use for communication and social exchange relationship on employee performance. Journal of knowledge management, 24(6), 1289-1314.

- Ghada El-Kot & Mike Leat & Shaimaa Masry, 2022. "Digital Human Resource Management in Egypt," Springer Books, in: Toyin Ajibade Adisa & Chima Mordi (ed.), HRM in the Global South, chapter 14, pages 371-398, Springer
- Masrek, M. N., Yuwinanto, H. P., Atmi, R. T., Soesantari, T., & Mutia, F. (2021). Cultural intelligence and job performance of academic librarians in Indonesia. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(5), 102394.
- Nicolás-Agustín, Á., Jiménez-Jiménez, D. and Maeso-Fernandez, F. (2022), "The role of human resource practices in the implementation of digital transformation", *International Journal of Manpower*, Vol. 43 No. 2, pp. 395-410.
- Strohmeier, S. (2020). Digital human resource management: A conceptual clarification. *German Journal of Human Resource Management*, 34(3), 345–365.
- Oki, Robert.D. ,& Mosakesi, William.(2023). Next generation management development. America: John Wiley & sons, Inc.
- Pin,M. (2020). *Managing now!*. Boston New York: Houghton Mifflin Company.
- Porno, P. (2023). *Organizational behavior* (8th ed.). America: Prentice-hall, Inc.
- Lee,A. (2023). *Organizational behavior*(13th ed.). America: Pearson Education, Inc.
- Moon,,J.R. (2023). *Personel Mangement* (8th ed.). America: John willey & sons, Inc.
- Junner, Julia. (2023). Improving interpersonal communication between health care providers and clients. *Usaid Quality Assurance Methodology Refinement*.
- Sou, B. S. (2021). Is your consumer using social media?. *Advertising Age*, 79(18), 12-13.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004, June). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, 1(2), 739-742.
- Wright, C. (2020). Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605-620.
- Walker, Derek, and Beverley Lloyd-Walker. 2019. "The future of the management of projects in the 2030s." *International Journal of Managing Projects in Business*.
- Zhang, J., Chen, Z. Exploring Human Resource Management Digital Transformation in the Digital Age. *J Knowl Econ* (2023). <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01214-y>
- Zhao, A.Y., & Du, R. (2019). The communicative ecology of web 2.0 at work: social networking in the workspace. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(10), 2035-2047.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct

models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 33(1), 177-195.

Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004, June). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, 1(2), 739-742.