مقالهٔ پژوهشی

رابطه چابک‌سازی منابع انسانی و مدیریت اخلاق با حل بحران سازمان‌های رسانه‌ای

شاهین احمدزاده اراجی[۱]، دکتر ابوالفضل دانایی*[۱]، دکتر عطاالله ابطحی[۲]

۱. گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

۲. گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاداسلامی، تهران، واحد علوم و تحقیقات

(تاریخ دریافت: ۹۵/۱۲/۱، تاریخ پذیرش: ۹۶/۲/۱۹)

چکیده

زمینه: چابک‌سازی و مدیریت اخلاق نقش تعیین کننده‌ای در حل بحران‌ها دارد. هدف از این تحقیق بررسی رابطه بین چابک‌سازی منابع انسانی و مدیریت اخلاق با حل بحران در سازمان‌های رسانه‌ای بوده است.

روش: این تحقیق از نوع مطالعات تحقیقات توصیفی – همبستگی بود. جامعه تحقیق شامل کلیه مدیران سازمان‌های رسانه‌ای در سال۱۳۹۵است و در نمونه تحقیق به مطالعه موردی سازمان صدا و سیما، تعداد ۱۲۰ نفر از مدیران به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند (۷۹ نفر از مدیران مرد و ۴۱ نفر هم مدیران زن). در این تحقیق برای گردآوری داده‌های مربوط به عوامل مؤثر بر چابکسازی سازمان‌های رسانه‌ای از پرسشنامه چابکی سازمانی، پرسشنامه اخلاق سازمانی (CEP) و پرسشنامه بحران ستیزی سازمان‌ها استفاده گردید و داده‌ها با روش آماری همبستگی و رگرسیون تحلیل گردید.

یافته‌ها: با توجه به مقادیر ضریب بتا برای چابکسازی (۰/۶۷۲) و مدیریت اخلاق (۰/۱۶۹) مشاهده می‌شود که هر یک انحراف تغییر در بحران ستیزی ایجاد می‌کند. در این مدل پیش‌بینی چابکی منابع انسانی حدود ۵۳ درصد افزایش یافته است و چابکی سازمانی پیش‌بینی کننده قوی‌تر و مناسب‌تری برای بحران ستیزی است.

نتیجه‌گیری: توجه به اموزش چابک سازی و توجه به مدیریت اخلاق در سازمان‌ها می‌تواند به‌عنوان یکی از راهبردهای اساسی جهت مدیریت حل بحران در سازمان‌ها باشد.

کلید واژگان: *چابکسازی، اخلاق، سازمان‌های رسانه‌ای، منابع انسانی*

یکی از مسائل مهم در سازمان‌ها مسئله بحران می‌باشد. بحران را می‌توان موقعیت اختلال‌برانگیزی دانست که کل سازمان یا سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و پیش فرض‌های اساسی آن را به چالش می‌طلبد. بحران اغلب به تصمیم‌هایی که خارج از روشهای عملکردی عادی سازمان یا سیستم تلقی می‌شود نیاز دارد. بحران از تعدادی بی‌شماری از شرایط فوق‌العاده به‌وجود می‌آید(۱). بحران‌های سازمانی[۱] الزاما به پیامدهای ویرانگر منجر نمی‌شود؛ ایجاد وقفه در خط تولید، ناکامی بخش روابط عمومی در جلب اعتماد مردم،به وجود آمدن مسائل و مشکلات قانونی و قطع فعالیت سازمان به حکم قانون و نظایر آنها نیز در زمرهء بحران‌های سازمانی به‌شمار می‌آیند. رئیس مؤسسه بحران، واژهٔ بحران را به این صورت تعریف می‌کند: یک اغتشاش عمده در سازمان که دارای پوشش خبری گسترده‌ای شده و کنجکاوی مردم درباره این موضوع بر فعالیت‌های عادی سازمان اثر می‌گذارد و می‌تواند اثر سیاسی، قانونی، مالی و دولتی برسازمان بگذارد(۲).

مدیریت بحران[۲] یکی از بخش‌های اساسی سازمان محسوب می‌شود. قبل از تعقیب هرگونه اهداف بلند، مدیریت بحران برای تضمین ثبات و موفقیت مستمر یک سازمان ضروری است. به طور اساسی سازمان‌هایی که در معرض بحران قرار دارند، به آمادگی بیشتری در برابر آن نیاز دارند. مدیریت بحران مؤثر، نیازمند یک رویکرد منظم و نظام‌مند است که مبتنی بر هوشیاری، حساسیت مدیریتی و درک خوبی از اهمیت برنامه‌ریزی دقیق و آمادگی سازمانی است. برای اجرای موفقیت‌آمیز این فرایند، باید مشخص شود که بحران در چه مرحله‌ای از عمر خود قرار دارد(۱). وظیفه مدیریت بحران، اتخاذ تصمیمات مؤثر، براساس اطلاعات صحیح در جهت کاهش خسارات و کنترل سریع بحران است. این فرایند در نهایت با شناخت کنش‌ها و واکنش‌های سیستماتیک انجام می‌شود. مفهوم بحران می‌تواند به معنای انحراف

* نویسنده مسؤول؛ نشانی الکترونیکی: a.danaei @ semnaniau.ac.ir

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

از وضعیت تعادل عمومی رابطه سازمان با محیط یا تعریف از خصوصیت محیطی باشد که سازمان مجبور است به صورت مستمر از آن آگاهی داشته باشد. در هریک از این دو نگرش، انجام مسائل بحران در یک دیدگاه مدیریت استراتژیک به بهترین وجه قابل درک است(۳).

مدیریت بحران به معنای سوق دادن هدفمند جریان پیشرفت امور به روالی قابل کنترل، انتظار برگشتن امور در اسرع وقت به شرایط قبل از بحران است. این یکی از دام‌هایی است که معمولا از بیرون به مسئولین مدیریت بحران فشار می‌آورد و خود یکی از مهم‌ترین عوامل تصمیم‌گیری‌های غلط و گسترش دامنه بحران محسوب می‌شود(۴). بسیاری از صاحب نظران و نظریه پردازان این حوزه عقیده دارند که مدیریت بحران عبارت است از تلاش نظام‌یافته توسط اعضای سازمان همراه با ذینفعان خارج از سازمان، در جهت پیشگیری از بحرانها و یا مدیریت اثربخش آن در زمان وقوع(۵). مدیریت بحران از سه فاز کاملا مجزا تشکیل می‌شود، نخست پیش‌بینی/پیشگیری، دوم برنامه‌ریزی/آموزش، و سوم هدایت/کنترل. سازمان‌های رسانه‌ای با وجود داشتن سرمایه‌های غنی انسانی و فرهنگی یکی از موارد سازمانی‌اند که به کرات در معرض بحران قرار می‌گیرند و چاره‌جویی برای این سازمان‌ها در مدیریت بحران مطرح است که یکی از جنبه‌های این گونه سازمان‌ها پیچ و خم‌های بروکراتیک و اداری آن است(۶).

کاربرد مطلوب منابع انسانی، انسان‌هایی با توانایی، شخصیت و خلق و خوی متناسب با فرهنگ و مأموریت سازمان را در اختیار سازمان قرار می‌دهند که به جای به‌کارگیری ابزار کنترل و نظارت مستمر، خود آنها هدایت تحول خواهی مستمر را در دست گیرند. در سازمان‌های رسانه‌ای که محوریت اصلی را منابع انسانی هوشمند تشکیل می‌دهند توجه به نیازها و درک ابعاد شخصیتی آنان می‌تواند به فرایند تحول در سازمان رسانه‌ای کمک فراوانی نماید. سازمان رسانه‌ای به عنوان یک سازمان بهره گیر از فرایندهای دانشی باید به همسویی نیروی انسانی خویش با هدف‌های آن سازمان دقت لازم را نماید. فرایند تحول در سازمان‌های رسانه‌ای فرایندی بسیار پیچیده است. به منظور اعمال این تغییرات در سازمان، محیط و فرهنگ سازمانی، منابع انسانی، استراتژی‌ها، اهداف کوتاه مدت و بلندمدت سازمان، تکنولوژی و اطلاعات نقش بنیادین ایفا می‌کنند. این مسئله زمانی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود که مدیریت تحول در سازمان‌های رسانه‌ای تغییرات بنیادین بر روی فرایندهای ایفای نقش رسانه‌ها و کسب وکار آنها بگذارد؛ به منظور تحول در فرایندهای این نوع سازمان‌ها می‌بایست زیرساخت‌های اصلی آن را فراهم نمود. مهمترین این زیربناها، فرهنگ سازمانی[۳] متناسب، نیروی انسانی خبره و به روز نمودن تکنولوژی اطلاعات است(۷). منابع انسانی نقشی اساسی و انکار ناپذیر در موفقیت‌های هر سازمان و همچنین عبور آن از بحران‌های مختلف بازی می‌کند. با پیشرفت جوامع، گسترده شدن سازمان‌ها و پیچیده تر شدن محیط، نگاه استراتژیک یکی از ابزارهای مهم رقابت قلمداد می‌شود(۸).

یکی از راهبردهای مهم جهت حل بحران‌ها، مدیریت اخلاق[۴] در سازمان‌ها است. اخلاق[۵] عبارتست از قواعد ارزشی و هنجاری یک جامعه که در رفتار افراد آن انعکاس می‌یابد. اینکه چگونه اصول اخلاقی را بر موارد خاص اعمال کنیم، همان اخلاق حرفه ای[۶] است که شامل اخلاق اقتصادی، اخلاق پزشکی، اخلاق محیط زیست، اخلاق علمی، اخلاق در سازمان و مدیریت و اخلاق در علم مدیریت هم می‌باشد (۹). بحث اخلاق در حقیقت عمده ترین چالش مدیریت است، زیرا بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی (که به‌وسیله درآمدها، هزینه‌ها و سودها اندازه گیری می‌شود) و عملکرد اجتماعی (که در قالب تعهدات آن سازمان در داخل و خارج نسبت به دیگران بیان می‌شود) می‌باشند (۱۰). اخلاقیات و مدیریت اخلاق در سازمان، یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ سازمان‌هاست و به سمتی پیش می‌رود که به بخشی از راهبرد یک سازمان تبدیل شود. درک مفهوم اخلاقیات به‌طورکلی و در معنای خاص آن زیربنای ایجاد و حفظ یک نظام اخلاقی در جامعه و به تبع آن در سازمان‌هاست (۱۱).

مدیریت اخلاق در محیط کار منافع بسیار زیادی برای رهبران و مدیران دارد، اعم از منافع عملکردی و منافع اخلاقی، این موضوع بخصوص در عصر حاضر که مدیران با ارزش‌های بسیار متنوعی در محیط کار سروکار دارند صادق است که به اخلاق در کار هم می‌پردازد (۱۲). هر مجموعه سازمانی دارای کدهای اخلاقی متناسب با ساختار حرفه ای خود است که اخلاق حرفه ای نام دارد. مدیریت اخلاق، شناسایی و اولویت بندی ارزش‌ها[۷] برای هدایت رفتارها در سازمان است. سازمان‌ها با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق می‌توانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. برنامه‌های اخلاق سازمانی[۸] به سازمان‌ها یاری می‌رسانند تا در شرایط آشفته، عملکرد اخلاقی خود را حفظ کنند. اخلاق یک ابزار ارگانیک است که با دگرگون شدن نیازهای جامعه و سازمان تغییر می‌یابد (۱۳).

اخلاق شخصی، خودشناسی و خودکنترلی به‌عنوان خمیر مایه اصلی زمینه‌های شکل‌گیری مدیریت اخلاقی در سازمان می‌باشد. عوامل سازمانی شامل ضوابط و مقررات سازمانی، فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی می‌باشد که مدیریت اخلاقی را نهادینه می‌کند. عوامل فراسازمانی شامل دولت، شرایط اقتصادی، محیط کاری و محیط‌های بین المللی می‌باشد که موجب جهت گیری مدیریت اخلاقی شده و در نهایت مدیریت اخلاقی در سازمان کاربردی و عملی می‌گردد(۱۴). دیگر راهبرد مهم جهت حل بحران‌های سازمانی و اجتماعی و سرعت عمل داشتن در جامعه چابک بودن سازمانی به عنوان عاملی برای توانمند سازی منابع انسانی است.چابکی توانایی کامیابی در محیط همیشه در حال تغییر و و غیرقابل پیش‌بینی است(۱۵). بنابراین چابکی و چابک سازی[۹] یعنی انعطاف‌پذیری و توانایی واکنش نشان دادن در برابر تغییرات محیطی؛ در ادبیات چابکی تقویت هرگز متوقف نمی‌شود و روش‌های استاندارد امروزی روش‌های قدیمی فردا هستند و تقویت همیشه به‌عنوان یک صرورت مطرح است(۱۶). می‌توان چابکی سازمان را به‌عنوان ترکیب فرآیندهای، ویژگی‌های سازمانی و کارکنان سازمان با فناوری پیشرفته در نظر گرفت. چابکی توانایی سازمان را در ارایه محصولات و خدمات با کیفیت بالا افزایش می‌دهد و بدین‌ترتیب برای

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

افزایش توان رقابتی در سازمان مهم است. چابکی ممکن است به عنوان یک شایستگی محوری و به‌صورت تجربیات و دانشی که سازمان را به تحقق نتایج اساسی و بنیادی قادر می‌سازد دیده شود(۱۷).

مقوله چابکی در منابع انسانی سازمان‌ها به عنوان یک مقوله بسیار مهم و حیاتی در تحقیقات محققین وارد شده است به گونه‌ای تأکید بر اجرای آن به‌عنوان یک راهبرد مهم در کنترل و مدیریت بحران مطرح می‌شود.یکی از صاحب نظران این حوزه (۱۸) به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر چابکی منابع انسانی در سازمان‌ها، به‌عنوان معیار میزان اثرگذاری عامل تغییر بر عملکرد سازمان پرداخته است. در پژوهش دیگری(۱۹)، نحوه یادگیری منابع انسانی در سازمان‌های چابک را مورد مطالعه قرار داده است، در پژوهش دیگر(۱۹)، به بررسی شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های قابلیت‌های آینده نگاری استراتژیک، مدیریت بحران و چابکی منابع انسانی در سازمان انتقال خون اصفهان پرداخته‌اند. در پژوهش‌های دیگری از حوزه مدیریت از جمله پژوهش (۱۳)، در تحقیق خود به بررسی اثر عوامل چابک سازی سازمان بر بهبود عملکرد مدیریت بحران در شرکت‌های پارک علم و فناوری شیخ بهایی شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان اقدام نموده و برخی از نویسندگان(۲۰) با بررسی نقش قابلیت‌های چابکی منابع انسانی بر عملکرد سازمان، نشان می‌دهندکه قابلیت‌های چابکی منابع انسانی و ابعاد آن بر عملکرد سازمانی پتروشیمی اروند مؤثر است.

با توجه بررسی تحقیقات گذشته و همچنین بیان ضرورت چابک‌سازی منابع انسانی و مدیریت اخلاق در حل بحران‌ها در سازمان و اهمیت پرداختن به سازمان‌های رسانه‌ای که نقش فرهنگ سازی در جامعه را به عهده دارند در این تحقیق به بررسی رابطه چابک سازی منابع انسانی و مدیریت اخلاق با حل بحران سازمان‌های رسانه‌ای پرداخته شده است.

روش

این تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از نحوه گردآوری داده در زمره تحقیقات توصیفی بود. جامعه تحقیق شامل کلیه مدیران سازمان‌های رسانه‌ای در سال ۹۵ است و نمونه تحقیق به مطالعه موردی سازمان صدا و سیما، تعداد ۱۲۰ نفر از مدیران به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند(۷۹ نفر از مدیران مرد و ۴۱ نفر هم مدیران زن). تعداد افراد نمونه در رشته مدیریت۳۱، در رشته مدیریت رسانه ۳۸، در رشته ارتباطات۲۵ و در سایر رشته‌ها ۲۶ نفر می‌باشد. تعداد افراد با مدرک دکترا، کارشناسی ارشد، کارشناسی و کاردانی و پایین‌تر از آن به ترتیب برابر با ۲۰، ۳۸، ۳۹ و ۲۳ است. در مجموع نیز تعداد افراد نمونه ۱۲۰ نفر می‌باشد. تعداد مدیران ارشد ۳۵ نفر، مدیران میانی ۳۸ نفر، مدیران عملیاتی ۳۷ نفر و سایر ۱۰ نفر است. تعداد مدیران با سابقه کار کمتر از ۱۰ سال ۳۷ نفر، با سابقه ۱۰ تا ۲۰ سال ۴۶ نفر و با سابقه ۲۰ تا ۳۰ سال ۳۷ نفر می‌باشد. تعداد مدیران مرد ۷۹ نفر و مدیران زن ۴۱ نفر است. ۱۶ نفر از مدیران کمتر از ۳۰ سال، ۲۱ نفر ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۸ نفر ۴۱ تا ۵۰ سال و ۳۷ نفر بالاتر از ۵۰ سال سن دارند. در این تحقیق برای گردآوری داده‌های مربوط به عوامل موثر بر چابک سازی سازمان‌های رسانه‌ای از پرسشنامه چابکی سازمانی مدل شریفی و ژانگ، پرسشنامه اخلاق سازمانی هانت و همکاران (CEP) و پرسشنامه بحران ستیزی سازمان‌ها استفاده شد. پرسشنامه چابکی سازمانی که بر اساس مدل شریفی و ژانگ ساخته شده است. این پرسشنامه چهار بعد انعطاف پذیری، سرعت، قدرت پاسخ گویی و شایستگی را مورد سنجش قرار می‌دهد. پرسشنامه شامل ۲۹ گویه می‌باشد که بر اساس طیف پنج تایی لیکرت ساخته شده است. روایی پرسش نامه بر اساس نظر استادان و صاحب نظران تأیید گردید. پایایی پرسش نامه به روش آلفای کرونباخ محاسبه و ۰/۹۶ بدست آمد. همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از روش دو نیمه کردن گاتمن عدد ۰/۹۱ حاصل شد. پرسشنامه اخلاق سازمانی‌هانت و همکاران (CEP) توسطهانت، وود و چونکو، ساخته شده است که از ۵ گویه تشکیل شده است و به منظور سنجش مدیریت اخلاق در سازمان به‌کار می‌رود. نمره گذاری پرسشنامه به‌صورت طیف لیکرت ۷ نقطه‌ای می‌باشد. اعتبار (روایی) این پرسشنامه به وسیله صاحب نظران مورد بررسی مجدد قرار گرفته و تأیید شده است و بنابراین از اعتبار (روایی) لازم برخوردار است. برای پایایی پرسشنامه نتایج نشان از آلفای کرونباخ بالا برای تمام سوال‌ها بوده است. پایایی پرسشنامه اخلاق سازمانی با استفاده از آلفای کرونباخ ۷۱/۷۰٪ بدست آمده است. پرسشنامه بحران ستیزی[۱۰] سازمان‌ها از ۶۰ گویه تشکیل شده است که به منظور سنجش میزان بحران ستیزی سازمان‌ها به‌کار می‌رود. نمره‌گذاری پرسشنامه براساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای و از کاملا صدق می‌کند تا اصلا صدق نمی کند امتیازبندی شده است. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ بالای ۸۶٪ ذکر شده است .همچنین روایی محتوایی پرسشنامه مطلوب گزارش شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم آماری spss24 انجام شد و در سطح استنباطی از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شد.

یافته‌ها

درجدول شماره ۱ نتیجه آزمون همبستگی چابکی سازمانی و بحران ستیزی ارائه شده است.

جدول ۱. نتیجه آزمون همبستگی پیرسون

		چابکی سازمانی
بحران‌ستیزی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۷۱۹
	درجه آزادی	۱۱۸
	سطح معناداری	۰/۰۱

مطابق یافته‌های جدول ۱، برای پاسخگویی به این فرضیه که بین چابکی سازمانی و بحران ستیزی رابطه معنادار وجود دارد، میزان ضریب همبستگی مشاهده شده با درجه آزادی ۱۱۸ و در سطح معناداری ۰/۰۱ برابر با ۰/۷۱۹ می‌باشد که از مقدار بحرانی بزرگتر است. بنابراین فرض صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد و با ۹۹٪ اطمینان می‌توان

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

گفت بین چابکی سازمانی و بحران ستیزی رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول ۲. نتیجه آزمون همبستگی پیرسون

		مدیریت اخلاق
بحران‌ستیزی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۵۶
	درجه آزادی	۱۱۸
	سطح معناداری	۰/۰۱

مطابق یافته‌های جدول ۲، برای بررسی فرضیه دوم مبنی بر اینکه بین مدیریت اخلاق سازمانی و بحران ستیزی رابطه معنادار وجود دارد. میزان ضریب همبستگی مشاهده شده با درجه آزادی ۱۱۸ و در سطح معناداری ۰/۰۱ برابر با ۰/۳۵۶ می‌باشد که از مقدار بحرانی بزرگتر است. بنابراین فرض صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد و با ۹۹٪ اطمینان می‌توان گفت بین مدیریت اخلاق و بحران ستیزی رابطه معنادار آماری وجود دارد.

جدول ۳. ضرایب رگرسیون استاندارد شده و استاندارد نشده

	شاخص گام متغیر	β	R	R2 Δ	t	F
۱	چابکی سازمانی	۰/۷۱۹	۰/۵۱۷	۰/۵۱۳	۱۱/۲۴۸**	۱۲۶/۵۰۹**
	چابکی سازمانی	۰/۶۷۲	۰/۷۱۹	۰/۵۳۶	۱۰/۳۴۶**	۶۹/۷۵۳**
	مدیریت اخلاق	۰/۱۶۹	۰/۷۳۷		۲/۶۰۶**	

** p<0/01

مطابق جدول ۳ در گام اول مقدار t مشاهده شده در سطح معنادار ۰/۰۱ معنادار است و متغیر چابکی سازمانی به طور معناداری بحران‌ستیزی را پیش‌بینی می‌کند. این مدل ۵۱ درصد از واریانس را توجیه می‌کند (R2=۰/۵۱۳). در گام دوم ضرایب بتا، برای چابکی سازمانی و مدیریت اخلاق معنادار است. با توجه به مقادیر ضریب بتا برای چابکی سازمانی (۰/۶۷۲) و مدیریت اخلاق(۰/۱۶۹) مشاهده می‌گردد که هر یک انحراف تغییر در این متغیرها به ترتیب ۰/۶۷۲و ۰/۱۶۹ انحراف تغییر در بحران ستیزی ایجاد می‌کند. در این مدل توان پیش‌بینی چابکی سازمانی حدود ۵۳ درصد افزایش یافته است. در این مدل نیز با توجه به ضرایب بتا مشاهده می‌گردد که چابکی سازمانی پیش‌بینی کننده قوی‌تر و مناسب‌تری برای بحران ستیزی است. معادله نهایی رگرسیون نیز به صورت زیر می‌باشد:

بحران ستیزی= (چابکی سازمانی)۰/۶۷۲ + (مدیریت اخلاق)۰/۱۶۹

بحث

در این تحقیق به بررسی رابطه بین چابکی سازی منابع انسانی، مدیریت اخلاق و حل بحران یا بحران ستیزی پرداخته شده است. نتایج تحقیق در بررسی سه فرضیه حاکی از آن است که پژوهش حاضر همسو با یافته‌های تحقیقات زیادی از جمله تحقیقات (۲۲)، (۲۳)، (۲۴) و (۲۵) که به ارتباط چابکی منابع انسانی با بحران ستیزی در سازمان‌ها اشاره کرده اند، همسو است. در تبیین این معناداری می‌توان بیان کرد که مدیریت در راستای چابک سازی منابع انسانی و در واقع وجود یک نظام اثربخش مدیریت منابع انسانی عنصری بسیار مهم در زمینه مدیریت بحران است. مدیریت منابع انسانی تأثیر زیادی بر فرایند مدیریت بحران دارند، ضرورت مدیریت اثربخش نیروی انسانی بیش از پیش آشکار می‌گردد. از این رو، پیشنهاد می‌گردد تا برنامه‌های مدون به منظور چابک سازی منابع انسانی در دستور کار ستادهای مدیریت بحران قرار گیرد و همواره بهترین روش‌های شناخته شده در زمینه ی جذب و نگهداری و مدیریت مناسب نیروی انسانی به کار گرفته شود. با توجه به اهمیت دو متغیر مدیریت و چابکی منابع انسانی و مدیریت بحران در سازمان و همچنین با توجه به تأیید تأثیر مدیریت و چابکی منابع انسانی بر کیفیت عملیات مدیریت بحران در این پژوهش، مدیران می‌توانند زمینه لازم را برای پیاده‌سازی همزمان این دو فراهم آورند. مدیران با اجرای مدیریت منابع انسانی می‌توانند تعالی سازمان[11] را تضمین و سازمان خود را به سوی هدف‌ها و چشم انداز تعریف شده سوق دهند و با استقرار مدیریت بحران و با تمرکز بر روی نیایدها، مسیر حرکت را هموارتر کنند.

در تبیین ارتباط معناداری مدیریت اخلاق و بحران ستیزی پژوهش حاضر، می‌توان همسو با یافته‌های پژوهش (۲۶) اذعان داشت که امروزه در دانش مدیریت این نکته مطرح است که اساس مدیریت مبتنی بر توجه و عنایت به ارزش‌های اخلاقی[12] است؛ یعنی مدیریت را بدون این مفاهیم اساسی نمی‌توان در نظر گرفت. اخلاق حرفه‌ای یکی از زمینه‌های دانش مدیریت به‌شمار می‌رود. مدیریت بحران موثر نیازمند یک رویکرد منظم و نظام مند است که مبتنی بر هوشیاری حساسیت مدیریتی و یک درک خوب از اهمیت برنامه ریزی دقیق و آمادگی سازمانی می‌باشد شناخت هرچه دقیق تر بحران و به کارگیری روش‌های سودمند برای پیشگیری، کنترل و یا خنثی سازی بحران بخش مهمی از فرآیند مدیریت بحران را تشکیل می‌دهد و مدیران بحران در سازمان‌های مختلف می‌توانند با تفکیک تفصیلی مسئله پیش رو، آن را مدیریت پذیر گردانند، از اینرو مدیریت اخلاق که در سیاست‌های کلان و برنامه‌ریزی‌های سازمان می‌تواند دخیل باشد راهکاری برای کمک به حل بحران در سازمان تلقی می‌شود.

در تبیین پیش‌بینی پذیری بحران ستیزی براساس چابکی سازمانی و مدیریت اخلاق در پژوهش حاضر، می‌توان همسو با یافته‌های پژوهش (۲۳) و (۲۴) بیان کرد که یکی از ملزومات اصلی در زمینه مدیریت بحران، ارتقاء میزان آمادگی و چابکی از طریق آموزش و توسعه نیروی

مقالهٔ پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۳، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

انسانی و همچنین بکارگیری مدیریت اخلاق و اخلاق حرفه‌ای در سازمان به منظور مدیریت بحران است. در پیاده سازی سیستم‌های چابک و مدیریت اخلاق پارامتر منابع انسانی عامل مشترک چابک سازی می‌باشد و نیز به دلیل اینکه در کنترل، مدیریت و حتی پیشگیری[13] از بحران‌های سازمانی منابع انسانی دخیل می‌باشند. بنابراین با توجه به نقش چابک سازی منابع انسانی در مدیریت حل بحران، پیشنهاد می‌شود که موضوع تحقیق در سازمان‌های دیگر که کم و بیش با بحران‌های مالی و نیروی انسانی روبرو می‌شوند اجرا گردد و نتایج آنها منعکس گردد و همچنین چابک سازی منابع انسانی در حل بحران‌های سازمانی با متغیرهای دیگری نیز مورد بررسی و تحقیق قرار گیرد و نتایج آنها با تحقیقات مشابه مقایسه شود.در نهایت اینکه این پژوهش با محدودیت‌هایی از جلمه عدم تعمیم نتایج پژوهش به دلیل محدودیت جامعه آماری به یک گروه خاص، عدم همکاری آزمودنی‌ها در تکمیل پرسشنامه‌ها به دلیل مشغله و بی میلی، همراه بود.

نتیجه‌گیری

برنامه‌های چابک سازی می‌توانند پیش‌بینی کننده مناسبی برای حل بحران‌های پیش روی سازمان‌ها بالاخص سازمان صدا و سیما باشندکه یک اغتشاش عمده در سازمان می‌تواند دارای پوشش خبری گسترده‌ای شده و بر فعالیت‌های عادی سازمان اثر گذاشته و همچنین به تبع آن اثر سیاسی، قانونی، مالی و دولتی برسازمان بگذارد. با توجه به اینکه در سازمان رسانه‌ای صدا و سیما که محوریت اصلی را منابع انسانی هوشمند تشکیل می‌دهد توجه به نیازها و درک ابعاد شخصیتی آنان می‌تواند به فرایند تحول در سازمان[15] کمک فراوانی نماید لذا طبق نتایج پژوهش‌های پیشین و پژوهش حاضر در زمینه پیش‌بینی و پیشگیری بحران‌های سازمانی و برخورد به سمت کاهش مخاطرات باید با آموزش چابک سازی منابع انسانی و رعایت اصول حرفه‌ای و مدیریت اخلاقی سازمان اقدام کرد و مدیران بحران به‌خصوص مدیران ارشد، بایستی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کلان را حول این رویکردها انجام دهند.

سپاسگزاری

در پایان از تمامی مدیران ارشد سازمان صدا و سیما و اساتیدی که در این پژوهش همکاری و مساعدت نمودند، سپاسگذاری شد.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این مقاله تمامی ملاحظات اخلاقی مورد توجه قرار گرفته است و با معرفی منابع مورد استفاده، اصل امانتداری علمی رعایت شده است.

واژه‌نامه

1. Organizational crisis	بحران‌های سازمانی
2. Crisis management	مدیریت بحران
3. Organizational culture	فرهنگ سازمانی
4. Ethics management	مدیریت اخلاق
5. Ethics	اخلاق
6. Professional ethics	اخلاق حرفه ای
7. Organizational Values	ارزش‌های سازمانی
8. Organizational ethics	اخلاق سازمانی
9. Agility	چابک سازی
10. Anti-crisis	بحران ستیزی
11. Organizational Excellence	تعالی سازمانی
12. Ethical values	ارزش‌های اخلاقی
13. Prevention	پیشگیری
14. Human resources	منابع انسانی
15. Development in organization	تحول در سازمان

References

1. Mayer N.(1988).Norman antiroll: The handbook for effective emergency and crisis management. Toronto: Heath and Company.
2. Zhang DZ. (2011). Towards theory building in agile manufacturing strategies: Case studies of an agility taxonomy. International Journal of Production Economics; 131: 303–312.
3. Booth S. (1993). Crisis management strategy. UK: Routledge. P. 64.
4. Mc-Conkey D. (1987). Planning for Uncertainty. Business Horizons Journal ; 30:40-45
5. Yarmohamadian MH, Samooie R, Khodayari-Zarnagh R, Ayoobian A, Bagherian-Mahmoodabadi H. (2012). Agility in Isfahan Hospitals, Health Information Management; 8(8): 1128. (In Persian).
6. Goldman SL, Nagel RN, Preiss K. (1995). Agile competitors and virtual organizations. New York: Van Nosteand Reinhol
7. Memarzadeh G, Sarfaraz M. (2011). Review the steps in the crisis management process of the organization. Research Journal; (55): 9-76. (In Persian).
8. Ahmad S .(2016). Change and transformation in media organizations; organizations, media as a learning organization. Media Management; 13: 193-202.
9. Aurifeille JM, Quester PG. (2003). Predicting business ethical tolerance in international markets: a concomitant cluster wise regression analysis. International Business Review; 12: 253-272.
10. Hatecher T. (2004). Environmental ethics as an alternative for evaluation theory in for-profit business contexts. Evaluation and Program Planning; 27: 357-363.
11. Aydinlik AU, Donmez D, Go¨ran S (2008). Communicating the ethos of codes of ethics

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

within the organization: A comparison of the largest private sector organizations in Sweden and Turkey. Journal of Management Development; 27 (7): 778-790

12. Hashemi-Rafsanjani B. (2014). strategic management and human resources ethics. Tehran: International Management Institute. (In Persian)
13. Husseini H, Nooralidokht H, jalilvand A.(2012). The philosophy of organizational ethics and ethical decision making in organizations. Zanjan: The 3rd National Conference on Applied Ethics Topics with Commemoration of Sohrevardi, University of Zanjan. (In Persian)
14. Gholami A. (2011). Organizational ethics: problems, obstacles and solutions. Journal of Human Development, the Police; 6(25):63-83. (In Persian)
15. Cummins F. (2016). Building the Agile Enterprise. Germany: Morgan Kaufmann.
16. Zhang DZ, Sharifi H. (2007). Towards theory building in agile manufacturing strategy -A taxonomical approach. IEEE Transactions on Engineering Management; 54(2): 351-57.
17. Soltani M, Shahmandi E, Marvi N. (2013). Providing a comprehensive model of human resources management for agile organizational crisis. Isfahan: 1st National Conference on Accounting, Auditing and Management. (In Persian)
18. Tseng Y, Lin CT. (2011). Enhancing napes agility by deploying gigs drivers, apt and providers. Information Sciences; 181: 3693–3708.
19. Sumukadas N, Sawhney R. (2004). Workforce agility. Through Employee Involvement;1011-1021.
20. Aghahosseini Eshkavandi M, Rezaie Dolatabadi H, Nilpour Tabatabayi SA. (2015). Identifying and prioritizing the components of strategic foresight capabilities, crisis management and human resource agility in the blood transfusion organization using delphi method . Journal of Management Futures Researchers; 26 (102): 55 - 68. (In Persian)
21. Maliki H. (2015). Reviews the role of the human resource capabilities of agility on the performance of the Organization (case study: Arvand petrochemical company). [MA thesis]. Isfahan: Industrial Management, Islamic Azad University of Najafabad. (In Persian)
22. Rezayi-Dolatabadi H, Khazaipor J, Kialashkari J, Amini M, Verjikazemi R.(2013). Developing a model regarding the influence of organizational culture on knowledge sharing and agility in crisis management. Emergency Management; 2(3): 57 - 65. (In Persian)
23. Malekian P, Fekri R, Saidi N. (2014). the effect of the dimensions of the agility on the crisis management of Iran's Petrochemical industry: a case study. Iran: National Conference on Crisis Management and Vital Arteries in the HSE Industries. (In Persian)
24. Askari Masouleh S, Afshar M, Mohammadi M.(2016).The effect of human resources management system . Quality of Crisis Management Operations; 1(4,5): 39-47. (In Persian)
25. Daneshpour Z, Moradi D.(2016). Analysing the inter-organizational relations in disaster management in Isfahan. Crisis Management; 5(1): 25-37. (In Persian).
26. Khojaste-Bagherzadeh H, Ahmadi Z. (2009). the professional ethics of journalists and media collective communication in crisis management (the earthquake). Communication Research;15(56): 68 - 47 . (In Persian).

مقالهٔ پژوهشی
فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۳، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]
[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

مقالهٔ پژوهشی

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، شماره ۳، ۱۳۹۷

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-09-16]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1397.13.3.9.5]