



Original Article
(Qualitative)

Identifying and prioritizing the effective and efficient factors of quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks

Roozbeh Hajizadeh Majdi¹ , Shahram Fatahi² , Iraj Ranjbar³

1-PhD student, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.

2-Assistant Professor, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.

3- Assistant Professor, Political Science Department, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.

Receive:

11 April 2023

Revise:

18 May 2023

Accept:

21 June 2023

Keywords:

quantum leadership, broadcasting organization, quantum skills, social networks

Abstract

The purpose of this research is to identify and prioritize the effective and efficient factors of the quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks. The research method is quantitative and applicative. The statistical population of the research includes 15 media experts, political science professors, media management professors, and management, who were selected by targeted and available sampling method; and to perform the calculations, Dimetal technique was used. The components and indicators of quantum leadership identified from the Delphi stage include three management and organizational dimensions, quantum skills and quantum leadership, which management and organization dimension has two components (quantum management, quantum organization), the quantum skills dimension includes seven components (quantum view, quantum thinking, quantum feeling, quantum cognition, quantum action, quantum trust, quantum existence), and quantum leadership has four components (media leadership, social media leadership, transformational leadership in the media, participatory leadership in the media). Three dimensions and thirteen components were identified and confirmed for the quantum leadership of the Broadcasting Organization in the field of social networks. The findings showed that the social media leadership component, which has the highest D value, has the greatest influence with other indicators; also, the quantum management component, which has the highest R value; has the greatest impact on other indicators. Besides, quantum management, which has the highest amount of D+R; has the highest effectiveness compared to other components, and also quantum trust, which has the highest D-R value; has the most impact on other components.

Please cite this article as (APA): Hajizadeh Majdi, R., Fatahi, S., & Ranjbar, I. (2023). Identifying and prioritizing the effective factors of quantum leadership in the field of social networks. *Management and Educational Perspective*, 5(3), 49-69.

Publisher: Iranian Business Management Association	https://doi.org/10.22034/jmep.2023.396988.1192	
Corresponding Author: Shahram Fatahi	https://dorl.net/dor/20.1001.1.27169820.1402.5.3.3.5	
Email: fattahi1352@gmail.com	Creative Commons: CC BY 4.0	

Extended abstract

Introduction

Media are communication channels through which messages are sent to the audience. But whether these channels interfere in the content of the message or whether it is just a neutral tool in the transmission of the message is one of the important topics in media philosophy and of course in its management (Ghaed Amini Harouni et al, 2018). The success of today's organizations depends on the correct and efficient leadership, which relies on the influence, guidance, direction and streamlining of the organization's activities, and the belief of the employees (Erfanmanesh, 2018).

In the last decade, much attention has been paid to new approaches and theories of leadership. These approaches and theories have shown more attention to the intellectual and philosophical foundations of leadership and behaviors related to it instead of emphasizing only the behavioral signs of leadership as a leadership style. Leadership worldview, strategic leadership and quantum leadership can be introduced as new paradigms in this style (Totkzadeh, 2018). Quantum leadership tries to create the desired future by determining objectives, choosing the best solutions, and using the best tools correctly so that a situation fits the internal conditions of the organization and the requirements of the strategic environment (Kmalı Ardekani et al, 2020). The purpose of quantum leadership is to increase the effectiveness and power of managers and employees of the organization. Forming self-governing groups and providing extensive feedback to managers and employees, which prevents costly mistakes for the organization, is one of the strategies used in quantum leadership (Ghaed Amini Harouni et al, 2018). Based on this, the researcher tries to answer the question; how to identify and prioritize the effective and efficient factors of the quantum leadership of the broadcasting organization in the field of social networks?

Theoretical Framework

Quantum leadership is a style of leadership that seeks to increase trust, security, dynamic communication and learning and reduce vertical communication and increase horizontal communication in the organization. The framework and structure of the quantum organization includes mutual and fluid communication between the leader and the followers, which can be defined through an organization combined with trust, value, spirituality, learning, dialogue and thinking together (Rozbeh et al, 2021). Quantum leadership is a type of leadership that is able to provide energy and great influence on organization members, and, it can stimulate the natural human capacity as a capability, and guide everyone to move towards common goals. Quantum leadership is related to the science of complexity, which its purpose is to study all potential abilities; so that it can create creative potentials by uncertainty. Like the Gestalt theory, the quantum theory states that the whole in the world is greater than the sum of its parts. Quantum leadership can manage conflict for the benefit of the organization and improve leadership quality (Ningias & Mundiri, 2019).

Pir Dehghan & Monsef (2022) investigated quantum leadership and job self-efficacy. The research findings showed that there is a positive and significant relationship between quantum leadership components and job self-efficacy, but there is no relationship between quantum leadership components and organizational excellence.

Geok & Bilal Ali (2021) presented a quantum leadership style framework in their research to promote lifelong learning among employees through management science. Hence, Quantum leaders understood the implications of organizational learning in the workplace during challenging times. Lifelong learning was promoted to improve profitability, organizational stability and growth with a conducive learning environment. The resurgence of quantum leadership contributes to new developments in management science in industry and higher



education. The need for future studies was evident on purposeful learning through quantum leadership to support knowledge creation and consistent paradigms.

Methodology:

This research is practical in terms of purpose, and descriptive survey based on research design and in terms of data collection method. The statistical population of the research includes 15 experts in the field of media, professors of political science, professors of media management and management. The sampling method is targeted and accessible, and two methods of literature review and semi-structured interview were used to collect data.

Discussion and Results:

Excel software environment and coding in VB language have been used in order to perform the calculations related to Dimetal technique. According to the results of the research, the components and indicators of quantum leadership identified from the Delphi stage include three dimensions: managerial and organizational, quantum skills, and quantum leadership; the managerial and organizational dimension has two components (quantum management, quantum organization), the quantum skills dimension includes seven components (quantum view, quantum thinking, quantum feeling, quantum cognition, quantum action, quantum trust, quantum existence) and quantum leadership has four components (media leadership, social media leadership, transformational leadership in the media, participatory leadership in the media). The findings showed that the social media leadership component, which has the highest D value, has the greatest influence on other indicators; and the quantum management component, which has the highest R value, has the greatest impact on other indicators. Also, quantum management, which has the highest amount of D+R, has the highest effectiveness compared to other components; and quantum trust, which has the highest D-R value, has the most impact on other components.

Conclusion:

The current research was conducted with the aim of identifying and prioritizing the effective and efficient factors of quantum leadership of the Broadcasting Organization in the field of social networks. The results of this research are consistent with the findings of researchers such as Ahmadian et al, (2021), Geok & Bilal Ali (2021), Rozbeh et al, (2021), and Oudlajani & Naqib al-Sadat (2021). According to the findings of the research, it can be concluded that quantum leadership has played an important role in organizations because managers and leaders can welcome new opportunities due to creativity, which is one of the most important characteristics of quantum leaders. Leaders in quantum leadership warrant their competitive advantage by relying on this feature, and with the help of people who are open to innovation and facing unknown and new phenomena, and providing risk-taking and adaptability in the organization's people to welcome change and transformation in the organization. As a result, organizational leaders must cultivate new skills in themselves, which are called quantum skills; these skills help organizations to increase the ability of managers to manage people in organizations, resolve conflicts, increase productivity; creativity and innovation, agility, organizational excellence, organizational learning, etc., which are all signs of quantum leadership, and provide the basis for success, organizational development, and ultimately their survival in today's complex and rapidly changing world, due to the development of technology and the progress that exists in the world today.

According to the results of the research, it is suggested that by taking advantage of the quantum view and the ability to see purposefully, the style and way of thinking and attitude should be comparable with the quantum thinking and the ability to think in a contradictory



way in order to lay the groundwork for quantum knowledge and intuitive knowledge of issues in the organization. In this way, organizational leaders and managers can create quantum feeling and trust among their employees, which in turn causes a new attitude to issues, creative and intuitive thinking, and foresight and prediction in the organization. It is suggested that when selecting people for a leadership position in the organization, they should be evaluated in terms of their willingness and ability to implement quantum leadership, and those should be selected who have this characteristic more prominent and stronger.

علمی پژوهشی (کیفی)

شناسایی و اولویت بندی عوامل اثرگذار و اثرپذیر رهبری کوانتومی در حوزه شبکه‌های اجتماعی

روزبه حاجی زاده مجدی^۱، شهرام فتاحی^۲، ایرج رنجبر^۲

۱- دانشجوی دکترا، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

۲- استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت بندی عوامل اثرگذار و اثرپذیر رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. روش پژوهش کمی و از نوع کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۵ نفر از خبرگان عرصه رسانه، اساتید علوم سیاسی، اساتید مدیریت رسانه و مدیریت می‌باشند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس انتخاب و جهت انجام محاسبات از تکنیک دیمتل استفاده شد. مؤلفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی از مرحله دلفی شناسایی شده شامل سه بعد مدیریتی و سازمانی، مهارت‌های کوانتومی و رهبری کوانتومی که بعد مدیریتی و سازمانی دارای دو مؤلفه (مدیریت کوانتومی، سازمان کوانتومی)، بعد مهارت‌های کوانتومی شامل هفت مؤلفه (نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی) و رهبری کوانتومی دارای چهار مؤلفه (رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه) می‌باشد. برای رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی، سه بعد و سیزده مؤلفه شناسایی و تأیید شد. یافته‌ها نشان داد مؤلفه رهبری رسانه اجتماعی که بیشترین مقدار D را دارا می‌باشد، بیشترین تأثیرگذاری را با سایر شاخص‌ها دارد و نیز مؤلفه مدیریت کوانتومی که بیشترین مقدار R را برخوردار می‌باشد؛ بیشترین تأثیرپذیری را بر سایر شاخص‌ها دارد. همچنین مدیریت کوانتومی که بیشترین مقدار D+R را دارا می‌باشد؛ بیشترین تأثیر پذیری را نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد و نیز اعتماد کوانتومی که بیشترین مقدار R-D را دارا می‌باشد؛ بیشترین تأثیر گذاری را نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۲




تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۲/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۳۱

کلید واژه‌ها:

رهبری کوانتومی،
سازمان صداوسیما،
مهارت‌های کوانتومی،
شبکه‌های اجتماعی.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): حاجی زاده مجدی، روزبه، فتاحی، شهرام، رنجبر، ایرج. (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت بندی عوامل اثرگذار و اثرپذیر رهبری کوانتومی در حوزه شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه مدیریت و چشم انداز آموزش. ۵(۳). ۴۹-۶۹.

	https://doi.org/10.22034/jmep.2023.396988.1192	ناشر: انجمن مدیریت کسب و کار ایران
	https://dorl.net/dor/20.1001.1.27169820.1402.5.3.3.5	نویسنده مسئول: شهرام فتاحی
	Creative Commons: CC BY 4.0	ایمیل: fattahi1352@gmail.com

مقدمه

در دنیای ارتباطات علمی، شبکه‌های اجتماعی را می‌توان از بسترهای مؤثر در تولید علم، اشتراک عقاید و رشد فردی و اجتماعی دانست. انقلاب ارتباطات، نوع جدیدی از ارتباطات مجازی را که خالی از روح حاکم بر روابط واقعی اجتماعی است به وجود آورده است. از طریق ماهواره، اینترنت و... جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود می‌آید (Ala Fossi & Stephen, 2016). رسانه‌های الکترونیکی مخاطبان وسیع و متکثری دارند که مجموعه‌هایی از حیث محتوای نمادین را به این مخاطبان عرضه می‌کنند. در چنین شرایطی فضای مجازی شکل می‌گیرد و فرهنگ‌ها، همه از طریق واسطه‌های الکترونیکی منتقل می‌شوند و مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا می‌کنند. فواصل زمانی و مکانی عملاً از میان برداشته می‌شوند و انتقال اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می‌آید (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021). هدف کلی هر شبکه اجتماعی، ایجاد سرمایه اجتماعی و تسهیل ارتباط بین متخصصان، هنرمندان و صاحبان حرفه‌های متعدد است. تبدیل سرمایه فردی به سرمایه اجتماعی، از مسائل مهم و مورد توجه تمامی حوزه‌های علمی است. از این طریق، دانش فردی به دانش جمعی تبدیل و در واقع از دانایی جمعی برای حل مسائل و مشکلات دنیای علم بهره‌برداری می‌شود (Nazakhti Rezapour et al, 2021).

ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان فردی، مؤثرترین راه برای رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آن‌ها است. امروزه این بستر توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی فراهم شده و کاربران این شبکه‌ها با گسترش ارتباطات خود به تبادل اطلاعات و اشتراک گذاری محتوا به صورت جمعی یا فردی می‌پردازند. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021).

رسانه‌ها مجراهای ارتباطی‌ای هستند که از طریق آن‌ها برای مخاطبان پیام ارسال می‌شود. اما اینکه آیا این مجراها در محتوای پیام دخل و تصرف دارند یا اینکه فقط یک وسیله خنثی در انتقال پیام است از مباحث مهم در فلسفه رسانه و بالطبع در مدیریت آن است (Ghaed Amini Harouni et al, 2018). موفقیت سازمان‌های امروزی در گرو رهبری صحیح و کارآمد است که بر نفوذ، راهنمایی، هدایت و به جریان انداختن فعالیت‌های سازمان، باور و اعتقاد کارکنان متکی است (Erfanmanesh, 2018). در دهه اخیر، به رویکردها و نظریه‌های جدید رهبری، توجه زیادی شده است. رویکردها و نظریه‌هایی که به جای تأکید صرف بر نشانه‌های رفتاری رهبری به عنوان سبک رهبری، به مبانی فکری و فلسفی رهبری و رفتارهای مرتبط با آن توجه بیشتری نشان داده‌اند. جهان‌بینی رهبری، رهبری راهبردی و رهبری کوانتومی را می‌توان به عنوان پارادایم‌هایی جدید در این سبک معرفی کرد (Totkzadeh, 2018). رهبری کوانتومی تلاش می‌کند از طریق تعیین مقاصد، گزینش بهترین راهکارها و کاربست درست بهترین وسایل به طوریکه موقعیتی متناسب با شرایط درونی سازمان و اقتضائات محیط راهبردی، آینده‌ی مطلوب را بسازد (Kmalı Ardekani et al, 2020). هدف از رهبری کوانتومی، افزایش میزان اثربخشی و توان مدیران و کارکنان سازمان است. تشکیل گروه‌های خودگردان و ارائه بازخورد وسیع به مدیران و کارکنان که باعث پیشگیری از اشتباهات هزینه‌زا برای سازمان می‌شود، از راهبردهایی است که در رهبری کوانتومی استفاده می‌شود (Ghaed Amini Harouni et al, 2018).

رهبری سازمان‌های نوظهور، توسل به مهارت‌های جدید را الزامی ساخته است؛ مهارت‌هایی که برای پاسخگویی به پیچیدگی‌های عصر کوانتوم مناسب‌ترند (Rahimi & Mohammadalizade, 2019). رهبران کوانتومی ساختاری را در سازمان ایجاد می‌کنند که دوگانگی و تضادی که از گذشته در سازمان‌ها در میان اهداف فرد و گروه وجود داشت را از بین می‌برد و به

افراد در سازمان کمک می‌کند که به‌عنوان یک فرد در گروه خلاق شکوفا شوند. یک رهبر کوانتومی نور و روشنایی و ظرفیت‌هایی که از درونش ساطع می‌شود را بین کارکنان سازمان پخش می‌کند و هم زمان از گروه کارکنان تحت سرپرستی خود الهام می‌گیرد (Arefnezhad et al, 2017).

سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، سازمانی رسانه‌ای است که بر اساس قانون اساسی تنها متولی قانونی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در جمهوری اسلامی ایران است. در عصر کنونی و با محوریت یافتن عنصر دانش، تمامی سازمان‌ها نیاز دارند راه‌هایی برای استفاده از دانش در مدیریت خود پیدا کنند. از این حیث، نقش کوانتومی مدیریت در این سازمان جهت کاهش هزینه‌ها، حل مشکلات، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری در سازمان امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران نیز به‌عنوان پرمخاطب‌ترین سازمان رسانه‌ای کشور، نیازمند مدیریت نوین است تا خلق، دریافت، سازماندهی، دستیابی و استفاده از دانش جدید در این سازمان، تسهیل شود و از این طریق هزینه‌های این سازمان کاهش یابد (Khajir & Khaniki, 2019). با شکل‌گیری فضای مجازی و متعاقب آن پیدایش شبکه‌های اجتماعی، سازمان‌های رسانه‌ای و رسانه‌های سنتی با تهدیدات و فرصت‌های جدیدی روبرو شده‌اند. چالش‌های جدید رسانه‌های نوین متکی بر اینترنت برای رسانه‌های سنتی، موضوعی است که همواره محل بحث صاحب‌نظران بوده است (Pakdel et al, 2020). از این رو یک مدیریت نوین و تفکر نوین جهت همسویی با مخاطب در مدیریت سازمان صداوسیما باید شکل بگیرد. از این رو در بخش مدیریت کلان این سازمان، تفکر و مدیریت کوانتومی می‌تواند؛ این سازمان دانشی و فرهنگی را، در عرصه رقبای جدید خود، مانند شبکه‌های مجازی نماید، تا همسو با جذابیت‌های رسانه، در افکار مخاطب ماندگار باشد و از گردونه دید مخاطب دور نگردد.

بسیاری از کشورهای جهان، تحت تأثیر تحولات رسانه‌ای، سیاست‌گذاری درخصوص وضعیت آتی رسانه‌هایشان را آغاز کرده‌اند و افق‌های رسانه‌ای جدیدی را هدف قرار دادند. در تمام کشورها، سیاست‌های سنتی دولت‌ها تحت تأثیر تحولات جدید و سریع تکنولوژیک رسانه‌ها، با چالش مواجه شده‌اند. این تحولات، ابهامات زیاد و عدم اطمینان عمیقی ایجاد کرده‌اند. حال با توجه به ضرورتی که گفته شد؛ شناخت چالش‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها و همچنین راهبردهای مواجهه با فضای مجازی برای هر سازمان رسانه‌ای ضروری است. از این رو محقق تلاش دارد تا با رهبری نوین در مواجهه با تکنولوژی و ارتباطات (رهبری کوانتومی) در سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران که یک سازمان ملی می‌باشد؛ بتواند در سیاست‌های رهبری و مدیریت در بخش رسانه کشور و تعامل این سازمان با شبکه‌های موازی (شبکه‌های اجتماعی) با رویکردی آینده پژوهشی بتواند؛ الگوی از رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی را برای سیاست‌گذاری‌های این بخش از رسانه ملی برای سال‌های آینده با توجه بر مؤلفه‌ها و شرایط حال و سناریوهای جدید برای سال‌های آینده ارائه نماید. بر این اساس محقق تلاش دارد تا به این سؤال که شناسایی و اولویت بندی عوامل اثرگذار و اثرپذیر رهبری کوانتومی سازمان صداوسیما در حوزه شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌باشد؟ بپردازد.

ادبیات نظری

کوانتوم در فیزیک به معنای ذره در حال حرکت است (Rahimi et al, 2015). اما امروزه نظریه کوانتوم علاوه بر کاربری در علم فیزیک در رهبری و مدیریت نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد و باعث به وجود آمدن مبحث میان رشته‌ای جدیدی به نام رهبری کوانتومی در عرصه سازمانها و مدیریت شده است در مورد رهبری کوانتومی تعریف مشخصی

وجود ندارد. رهبری کوانتومی یکی از مفاهیم رهبری است که با تأثیرگذاری بیشتر بر یادگیری آن را مؤثر و کارتر نموده و دیدی آینده نگر دارد (Ningties & Mundiri, 2019).

طرح اصول علوم جدید نیازمند آگاهی از تکنیک‌های رهبری در سازمان‌های مدرن است، بطوریکه این فناوری‌ها و اصول یک استعاره جدید برای حیات سازمان و کار رهبری ارائه می‌دهد. این درحالی است که مدل‌های توسعه سازمان‌های سنتی جای خود را به مدل‌ها و روش‌های مداخله‌گر جدید در عصر عدم اطمینان، پیچیدگی، جهانی شدن و تغییر سریع داده است. شروع قرن ۲۱ را می‌توان از نظر فناوری عصر کوانتوم نامید. کلید تعالی سازمانی، رهبری عالی است. هفت مهارت کوانتومی می‌تواند رهبران قرن ۲۱ را برای ایجاد سطح جدیدی از تعالی سازمان برای بهره‌برداری از قدرتمندترین انرژی جهان یعنی انرژی ذهن، فعال کند. اگر رهبران سازمان‌هایشان می‌خواهند در عصر جدید پیشرفت کنند باید جهش فکری و مهارتی جدید در مدیران با این شیوه رهبری پدیدار شود (Razavi & Azimi Sanavi, 2012). رهبری کوانتومی سبکی از رهبری است که به دنبال افزایش اعتماد، امنیت، ارتباط پویا و یادگیری و کاهش ارتباطات عمودی و افزایش ارتباطات افقی در سازمان است. چارچوب و ساختار سازمان کوانتومی شامل ارتباطات متقابل و سیال میان رهبر و پیروان است که از طریق سازمانی توأم با اعتماد، ارزش، معنویت، یادگیری، گفت و گو و تفکر باهم قابل تعریف است (Rozbeh et al, 2021). رهبری کوانتومی نوعی از رهبری است که قادر به ارائه انرژی و تأثیر زیاد بر اعضای سازمان است و به عنوان یک توانایی می‌تواند ظرفیت طبیعی انسان را تحریک کرده و همه را هدایت کند تا به سمت اهداف مشترک رهسپار شوند رهبری کوانتومی با علم پیچیدگی ارتباط دارد که هدف آن مطالعه تمام تواناییهای بالقوه است؛ طوری که با عدم قطعیت می‌تواند پتانسیل‌های خلاق را ایجاد کند. همانند نظریه گشتالت نظریه کوانتومی بیان می‌کند که کل در جهان بیشتر از جمع اجزای آن است. رهبری کوانتومی می‌تواند تعارض را به نفع سازمان و بهبود کیفیت رهبری کند (Ningties & Mundiri, 2019). رهبران کوانتومی با اعتقاد به این که روابط فرصت ارزشمندی برای یادگیری هستند زمان و فضای مناسبی را برای گفتگو در نظر می‌گیرند؛ به این ترتیب آنها با کاهش یا حذف روابط ارتباطی استفاده از ارتباطات چندجهته به بهبود روابط سازمانی کمک می‌نمایند (Shyani et al, 2020). ارتباط بین انسان‌ها و مدیر در عصر کوانتوم تغییر یافته است. انسان باید آگاه باشد که نمی‌تواند به‌طور مجزا زندگی کند؛ بنابراین باید یاد بگیرد که چگونه ارتباط برقرار کرده و در ارتباطات گسترده از شکاف‌های فرهنگی و زبانی عبور کند. در رهبری کوانتومی به ارتباط و آگاهی از محصولات، خدمات و فرایندها توجه می‌شود. رهبران کوانتومی ساختاری را در سازمان ایجاد می‌کنند که دوگانگی و تضادی که از گذشته در سازمان‌ها در میان اهداف فرد و گروه وجود داشت را از بین می‌برد و به افراد در سازمان کمک می‌کند که به‌عنوان یک فرد در گروه خلاق شکوفا شوند. یک رهبر کوانتومی نور و روشنایی و ظرفیت‌هایی که از درونش ساطع می‌شود را بین کارکنان سازمان پخش می‌کند و هم‌زمان از گروه کارکنان تحت سرپرستی خود الهام می‌گیرد (Parekh et al, 2018).

پیشینه پژوهش

(Pir Dehghan & Monsef, 2022) به بررسی رهبری کوانتومی و خودکارآمدی شغلی پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین مؤلفه‌های رهبری کوانتومی با خودکارآمدی شغلی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد اما بین مؤلفه‌های رهبری کوانتومی با تعالی سازمانی ارتباطی وجود ندارد.

(Geok & Bilal Ali, 2021) در پژوهش خود یک چارچوب سبک رهبری کوانتومی برای ترویج یادگیری مادام‌العمر در بین کارکنان از طریق علم مدیریت ارائه دادند. از این رو رهبران کوانتومی پیامدهای یادگیری سازمانی در محیط کار را در زمان‌های چالش برانگیز درک کردند. یادگیری مادام‌العمر برای بهبود سودآوری، ثبات و رشد سازمانی با یک محیط یادگیری مساعد ترویج شد. تجدید حیات رهبری کوانتومی به پیشرفت‌های جدید علم مدیریت در صنعت و آموزش عالی کمک می‌کند. نیاز به مطالعات آینده در مورد یادگیری هدفمند از طریق رهبری کوانتومی برای حمایت از خلق دانش و پارادایم ثابت مشهود بود.

(Nazakhti Rezapour et al, 2021) نشان دادند که بر اساس نظر متخصصان، فرصت‌های تلویزیون اینستاگرامی برای صداوسیما، شامل دو دسته فرصت‌های کاربردی (استفاده از محتوای کاربرتولید، استعدادیابی، تعامل با مخاطب و نظرسنجی) و فرصت‌های غایی (کمک به حکمرانی خوب، ایجاد تعادل میان فرهنگ رسمی و عرفی، متنوع‌تر شدن سپهر رسانه‌ای ایران و باکیفیت‌تر شدن تولیدات صداوسیما) است. تهدیدهای تلویزیون اینستاگرامی برای صداوسیما نیز معطوف به تضعیف جایگاه انحصاری صداوسیما، کاهش مخاطب و کاهش درآمد از محل آگهی عنوان شده است

(Ghazizadeh et al, 2020) در تحقیق خود با عنوان کاربرد نظریه کوانتوم در تحلیل جامعه مدنی در جمهوری اسلامی ایران پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که این وضعیت، به معنای تحقق جامعه مدنی مشارکتی نیست؛ بلکه نوعی «جهش کوانتومی» اجتماعی در حال وقوع است که همانند تأثیرات «جهش ژنتیکی»، می‌تواند تبعات ناخوشه‌ای به جامعه تحمیل کند و در کوتاه‌مدت، وضعیت «بی‌هنجاری» و درمیان‌مدت، فرو ریزش اجتماعی را به دنبال داشته باشد.

(Ahang et al, 2020) در تحقیق خود با عنوان تدوین مدل معادلات ساختاری تأثیر رهبری کوانتومی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه پژوهش: مدیران مدارس شهر بیرجند) پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که رهبری کوانتومی بر نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌دار به ترتیب به میزان ۵۹ درصد و ۵۷ درصد دارد. همچنین سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری به میزان ۲۱ درصد بر نوآوری سازمانی دارد. در نهایت رابطه میانجی‌گری جزئی سرمایه اجتماعی مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به یافته‌ها به مدیران مدارس پیشنهاد می‌شود که به مفهوم رهبری کوانتومی توجه ویژه‌ای مبذول دارند و با استفاده از مهارت‌های اساسی این سبک رهبری، نظام آموزشی را رهبری و هدایت کنند.

روش پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و براساس طرح تحقیق و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها، تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۵ نفر از خبرگان عرصه رسانه، اساتید علوم سیاسی، اساتید مدیریت رسانه و مدیریت می‌باشد. با توجه به روند اجرای تحقیق و تکنیک‌های آن از یک جامعه بزرگ کمی استفاده نمی‌گردد چرا که روند اجرا تخصصی و در بخش مدیریت کلان می‌باشد. لذا در این تحقیق جامعه مورد نظر محدود به خبرگان می‌باشد. از این رو برای جامعه کمی نیز با توجه به اینکه از مدل ریاضی دیمتل استفاده شده است همان نمونه جامعه کیفی با همان تعداد ۱۵ نفر اجرا گردیده است. روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس می‌باشد و برای جمع‌آوری داده‌ها از دو روش بررسی متون و مصاحبه نیمه ساختار استفاده شد. استفاده از تکنیک دیمتل (DEMATEL) برای تعیین و اولویت‌بندی و اثرگذاری و اثرپذیری شاخص‌ها می‌باشد. به همین منظور از ماتریس مقایسه زوجی برای تعیین وزن معیارها استفاده شده است. با استفاده از تاکتیک

دیمتل الگوی روابط علی میان متغیرها شناسائی شده است. در نهایت از فرایند تحلیل شبکه برای اولویت بندی گزینه های پژوهش استفاده شده است. جهت انجام محاسبات مربوط به تکنیک دیمتل از محیط نرم افزار اکسل و کدنویسی به زبان VB استفاده شده است.

یافته های پژوهش

در این تحقیق برای استخراج شاخصها و تدوین مدل مفهومی با استفاده از ادبیات تحقیق و تحلیل محتوا ابتدا، ابعاد، مؤلفه و شاخص اولیه شناسایی گردید. بنابراین با استفاده از تکنیک دلفی، سیزده مؤلفه و سه بعد مدیریتی و سازمانی، مهارت های کوانتومی و رهبری کوانتومی شناسایی شد که شامل بعد مدیریتی و سازمانی دارای دو مؤلفه (مدیریت کوانتومی، سازمان کوانتومی)، بعد مهارت های کوانتومی شامل هفت مؤلفه (نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی) و رهبری کوانتومی دارای چهار مؤلفه (رهبری رسانه ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه) می باشد و با استفاده از نظر پانزده نفر از خبرگان به مقایسه و تعیین برتری هر یک از این سیزده مؤلفه پرداخته شد. از خبرگان خواسته شد که نظر خود را در مورد ارجحیت هر یک از این مؤلفه ها بر یکدیگر را بر اساس یک متغیر زبانی اعلام کنند. برتری این کار نسبت به بیان نظر خبرگان به صورت یک عدد این است که با استفاده از این روش اعلام نظر خبرگان می توانند نظر خود را به صورت یک بازه عددی بیان کنند و به نوعی عدم قطعیت موجود را در نظر بگیرند. در نهایت با استفاده از تکنیک دیمتل به دسته بندی این عوامل پرداخته شد که به صورت گام های زیر مورد تحلیل قرار گرفت.

گام اول: بررسی ابعاد و مؤلفه ها

بررسی ابعاد و مؤلفه های اولیه ای که از مرحله دلفی فازی تحقیق شناسایی گردیده است با وارد کردن شناسه ای (کد) برای هر مؤلفه و بعد جهت آماده سازی تحلیل دیمتل اقدام می نمایم.

جدول ۱. ابعاد و مؤلفه های شناسایی شده رهبری کوانتومی سازمان صدا و سیما در حوزه شبکه های اجتماعی از مرحله دلفی فازی

کد	مؤلفه	ابعاد
MO ₁	مدیریت کوانتومی	بعد مدیریتی و سازمانی (MO)
MO ₂	سازمان کوانتومی	
QS ₁	نگاه کوانتومی	مهارت های کوانتومی (QS)
QS ₂	تفکر کوانتومی	
QS ₃	احساس کوانتومی	
QS ₄	شناخت کوانتومی	
QS ₅	عمل کوانتومی	

QS ₆	اعتماد کوانتومی	رهبری کوانتومی (QL)
QS ₇	وجود کوانتومی	
QL ₁	رهبری رسانه‌ای	
QL ₂	رهبری رسانه اجتماعی	
QL ₃	رهبری تحول در رسانه	
QL ₄	رهبری مشارکتی در رسانه	
QL ₅	نفوذ و تأثیرگذاری اجتماعی رهبری	
QL ₆	ایجاد میل و رغبت در کارکنان	
QL ₇	هدف مشترک و عمومی رهبر	
QL ₈	هدف سازمانی و غیرسازمانی رهبر	
QL ₉	تعامل لزوم دانش	
QL ₁₀	مهارت و بصیرت	
QL ₁₁	آینده‌نگری و پیش‌بینی	

گام دوم، محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم (M)

زمانی که از دیدگاه چند کارشناس استفاده می‌شود از میانگین حسابی ساده نظرات استفاده می‌شود و ماتریس ارتباط مستقیم یا M را تشکیل می‌دهیم.

جدول ۲. ماتریس ارتباط مستقیم (M) مؤلفه‌های تحقیق

	MO1	MO2	QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	QS6	QS7	QL1	QL2	QL3	QL4
MO ₁	0	4.33	3	3	4.67	4.67	5	4	5	4	2.33	5	1.33
MO ₂	1.67	0	4.67	4.64	4	4.33	4.67	2.33	4	4.33	2.33	4	3
QS ₁	5	5	0	2.33	4.27	4.33	4.33	5	2	4.33	2	4.33	5
QS ₂	4.76	3.67	4	0	3	1.67	2.33	3.33	3	3.67	5	3	2.33
QS ₃	4.67	3.67	3.33	4	0	3	5	4.85	3.33	2.67	1.67	4.35	2
QS ₄	3.67	4.33	4.33	5	5	0	1.67	4	4.67	2.33	4	6	2.33
QS ₅	1.33	3.67	3.67	3	4	3.67	0	2	8	4.67	4	3.33	6
QS ₆	4.65	5	3.33	5	3	3	4.33	0	4.33	4.67	5	4	4
QS ₇	3.56	5	5	3	5	4.77	3	3.33	0	2.33	3	5	3.67
QL ₁	4.67	3.33	3.67	5	4	5	4.65	4.33	1.33	0	4.33	2	4.23
QL ₂	4.75	5	5	3.67	4	5	3.33	5	4	4.67	0	4.67	4.33
QL ₃	3	4.67	2.33	4.33	4.33	4.33	4	3.33	5	3	4.33	0	5
QL ₄	6	2.33	5	4.77	2.33	4	5	2.33	5	3.33	4.86	1.33	0

برای محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم نرمال ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه می‌شود. معکوس بزرگترین عدد سطر و ستون k را تشکیل می‌دهد. براساس جدول (۳) بزرگ‌ترین عدد $۵۳/۴۲$ است و تمامی مقادیر جدول بر معکوس این عدد ضرب می‌شود تا ماتریس نرمال شود.

$$K = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^n a_{ij}} = \frac{1}{53.42} = 0.02$$

$$\Rightarrow N = 0.02 * M$$

جدول ۳. ماتریس نرمال شده (N) مؤلفه‌های تحقیق

	MO1	MO2	QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	QS6	QS7	QL1	QL2	QL3	QL4
MO ₁	0.000	0.087	0.060	0.060	0.093	0.093	0.100	0.080	0.100	0.080	0.047	0.100	0.027
MO ₂	0.033	0.000	0.093	0.093	0.080	0.087	0.093	0.047	0.080	0.087	0.047	0.080	0.060
QS ₁	0.100	0.100	0.000	0.047	0.085	0.087	0.087	0.100	0.040	0.087	0.040	0.087	0.100
QS ₂	0.095	0.073	0.080	0.000	0.060	0.033	0.047	0.067	0.060	0.073	0.100	0.060	0.047
QS ₃	0.093	0.073	0.067	0.080	0.000	0.060	0.100	0.097	0.067	0.053	0.033	0.087	0.040
QS ₄	0.073	0.087	0.087	0.100	0.100	0.000	0.033	0.080	0.093	0.047	0.080	0.120	0.047
QS ₅	0.027	0.073	0.073	0.060	0.080	0.073	0.000	0.040	0.160	0.093	0.080	0.067	0.120
QS ₆	0.093	0.100	0.067	0.100	0.060	0.060	0.087	0.000	0.087	0.093	0.100	0.080	0.080
QS ₇	0.071	0.100	0.100	0.060	0.100	0.095	0.060	0.067	0.000	0.047	0.060	0.100	0.073
QL ₁	0.093	0.067	0.073	0.100	0.080	0.100	0.093	0.087	0.027	0.000	0.087	0.040	0.085
QL ₂	0.095	0.100	0.100	0.073	0.080	0.100	0.067	0.100	0.080	0.093	0.000	0.093	0.087
QL ₃	0.060	0.093	0.047	0.087	0.087	0.087	0.080	0.067	0.100	0.060	0.087	0.000	0.100
QL ₄	0.120	0.047	0.100	0.095	0.047	0.080	0.100	0.047	0.100	0.067	0.097	0.027	0.000

برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی (I) تشکیل می‌شود. سپس ماتریس همانی را منهای ماتریس نرمال کرده و ماتریس حاصل را معکوس می‌کنیم. در نهایت ماتریس نرمال را در ماتریس معکوس ضرب می‌کنیم:

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

جدول ۴. ماتریس ارتباط کامل (T) مؤلفه‌های تحقیق

	MO1	MO2	QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	QS6	QS7	QL1	QL2	QL3	QL4
MO ₁	0.027	0.093	0.077	0.073	0.102	0.101	0.110	0.090	0.119	0.086	0.068	0.117	0.043
MO ₂	0.056	0.021	0.100	0.118	0.084	0.098	0.103	0.053	0.092	0.095	0.050	0.089	0.071
QS ₁	0.105	0.122	0.014	0.059	0.141	0.086	0.092	0.105	0.053	0.144	0.050	0.094	0.122
QS ₂	0.115	0.085	0.093	0.021	0.077	0.052	0.061	0.077	0.086	0.086	0.111	0.074	0.057
QS ₃	0.108	0.083	0.082	0.096	0.018	0.079	0.115	0.133	0.084	0.070	0.041	0.117	0.056
QS ₄	0.096	0.112	0.114	0.113	0.141	0.028	0.059	0.095	0.102	0.065	0.092	0.129	0.070
QS ₅	0.052	0.086	0.093	0.079	0.129	0.089	0.026	0.060	0.170	0.101	0.100	0.076	0.124
QS ₆	0.151	0.128	0.091	0.128	0.074	0.089	0.164	0.031	0.160	0.112	0.101	0.105	0.096
QS ₇	0.162	0.127	0.114	0.080	0.136	0.142	0.082	0.089	0.023	0.072	0.076	0.124	0.097
QL ₁	0.108	0.086	0.096	0.122	0.102	0.118	0.122	0.157	0.062	0.026	0.109	0.060	0.153
QL ₂	0.150	0.111	0.123	0.100	0.090	0.170	0.098	0.111	0.105	0.112	0.019	0.114	0.118
QL ₃	0.080	0.149	0.063	0.119	0.111	0.094	0.163	0.083	0.127	0.074	0.097	0.026	0.118
QL ₄	0.130	0.073	0.138	0.147	0.080	0.105	0.118	0.078	0.146	0.084	0.134	0.053	0.038

برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می توان از روابط جزئی صرف نظر کرده و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر باشد در NRM نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی شود. در این مطالعه ارزش آستانه برابر ۰,۰۴۷ به دست آمده است. بنابراین الگوی روابط معنی دار به صورت زیر است.

جدول ۵. الگوی روابط معنی دار مؤلفه های تحقیق

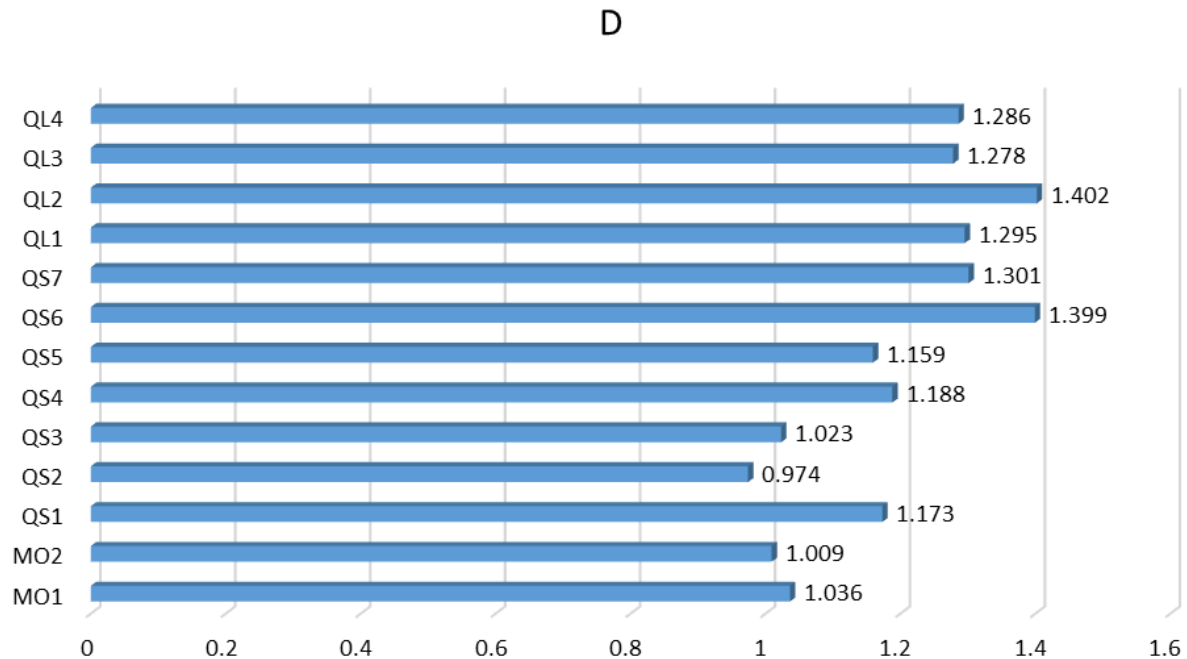
	MO1	MO2	QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	QS6	QS7	QL1	QL2	QL3	QL4
MO ₁	۰	0.093	0.077	0.073	0.102	0.101	0.110	0.090	0.119	0.086	0.068	0.117	۰
MO ₂	0.056	۰	0.100	0.118	0.084	0.098	0.103	0.053	0.092	0.095	0.050	0.089	0.071
QS ₁	0.105	0.122	۰	0.059	0.141	0.086	0.092	0.105	0.053	0.144	0.050	0.094	0.122
QS ₂	0.115	0.085	0.093	۰	0.077	0.052	0.061	0.077	0.086	0.086	0.111	0.074	0.057
QS ₃	0.108	0.083	0.082	0.096	۰	0.079	0.115	0.133	0.084	0.070	۰	0.117	0.056
QS ₄	0.096	0.112	0.114	0.113	0.141	۰	0.059	0.095	0.102	0.065	0.092	0.129	0.070
QS ₅	0.052	0.086	0.093	0.079	0.129	0.089	۰	0.060	0.170	0.101	0.100	0.076	0.124
QS ₆	0.151	0.128	0.091	0.128	0.074	0.089	0.164	۰	0.160	0.112	0.101	0.105	0.096
QS ₇	0.162	0.127	0.114	0.080	0.136	0.142	0.082	0.089	۰	0.072	0.076	0.124	0.097
QL ₁	0.108	0.086	0.096	0.122	0.102	0.118	0.122	0.157	0.062	۰	0.109	0.060	0.153
QL ₂	0.150	0.111	0.123	0.100	0.090	0.170	0.098	0.111	0.105	0.112	۰	0.114	0.118
QL ₃	0.080	0.149	0.063	0.119	0.111	0.094	0.163	0.083	0.127	0.074	0.097	۰	0.118
QL ₄	0.130	0.073	0.138	0.147	0.080	0.105	0.118	0.078	0.146	0.084	0.134	0.053	۰

با توجه به الگوی روابط معنی دار می توان نمودار علی را ترسیم کرد:

جدول ۶. الگوی روابط معنی دار مؤلفه های تحقیق

	D	R	D+R	D-R
MO ₁	1.036	1.313	2.349	-0.277
MO ₂	1.009	1.255	2.264	-0.246
QS ₁	1.173	1.184	2.357	-0.011
QS ₂	0.974	1.234	2.208	-0.26
QS ₃	1.023	1.267	2.29	-0.244
QS ₄	1.188	1.223	2.411	-0.035
QS ₅	1.159	1.287	2.446	-0.128
QS ₆	1.399	1.131	2.53	0.268
QS ₇	1.301	1.306	2.607	-0.005
QL ₁	1.295	1.101	2.396	0.194
QL ₂	1.402	0.988	2.39	0.414
QL ₃	1.278	1.152	2.43	0.126
QL ₄	1.286	1.082	2.368	0.204

در جدول (۶) جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تأثیر گذاری آن عامل بر سایر عامل های سیستم است. اولویت بندی مؤلفه ها بر اساس تأثیر گذاری در نمودار (۱) نشان داده شده است.

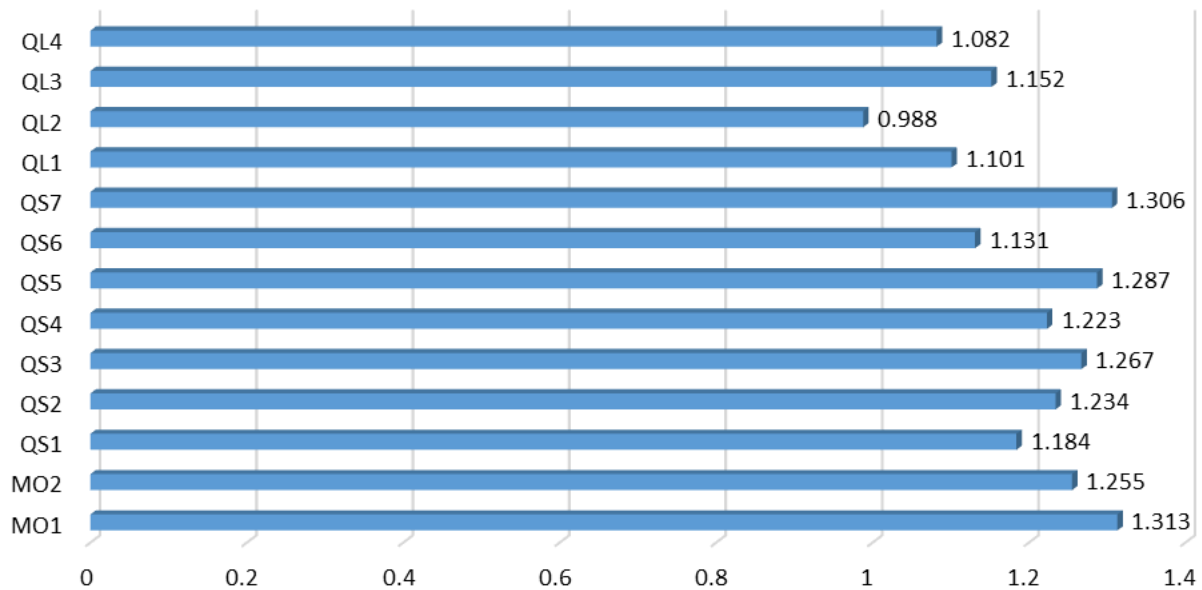


نمودار ۱. اولویت اثر گذاری مؤلفه ها نسبت به یکدیگر

با توجه به نمودار (۱) (مؤلفه ها از جهت اولویت تأثیر گذاری، به ترتیب از رتبه اول تا رتبه ۱۳ به صورت ذیل می باشد: رهبری رسانه اجتماعی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی، رهبری رسانه ای، رهبری مشارکتی در رسانه، رهبری تحول در رسانه، شناخت کوانتومی، نگاه کوانتومی، عمل کوانتومی، مدیریت کوانتومی، احساس کوانتومی، سازمان کوانتومی، تفکر کوانتومی).

جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیر پذیری آن عامل از سایر عامل های سیستم است. اولویت بندی معیارها بر اساس تأثیر پذیری در نمودار (۲) نشان داده شده است.

R

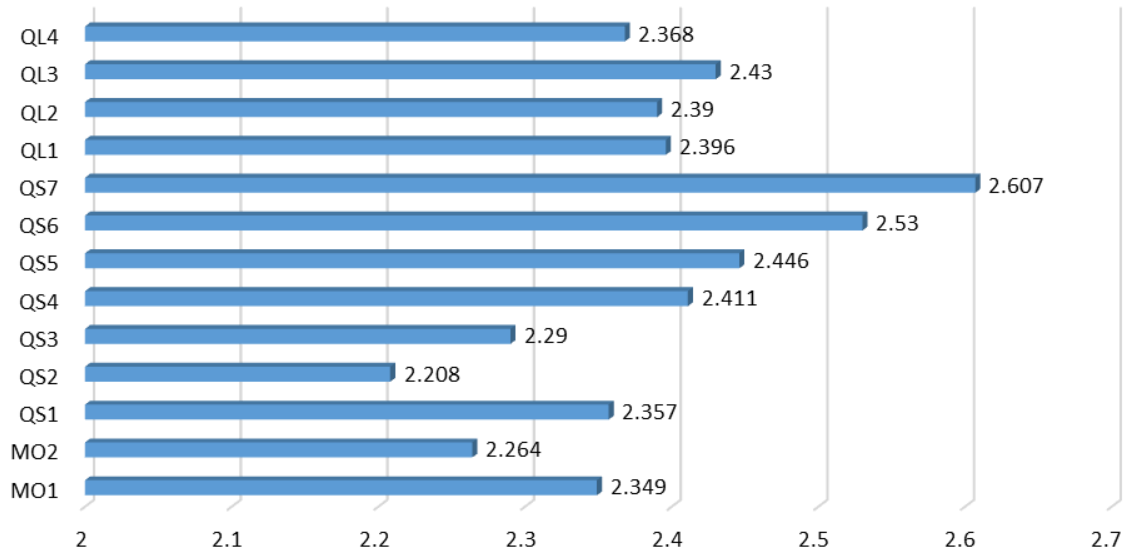


نمودار ۲. اولویت تأثیر پذیری مؤلفه‌ها نسبت به یکدیگر

با توجه به نمودار (۲) مؤلفه‌ها از جهت اولویت تأثیر پذیری، به ترتیب از رتبه اول تا رتبه ۱۳ به صورت ذیل می‌باشد: مدیریت کوانتومی، وجود کوانتومی، عمل کوانتومی، احساس کوانتومی، سازمان کوانتومی، تفکر کوانتومی، شناخت کوانتومی، نگاه کوانتومی، رهبری تحول در رسانه، اعتماد کوانتومی، رهبری رسانه‌ای، رهبری مشارکتی در رسانه، رهبری رسانه اجتماعی.

بردار افقی (D+R)، میزان تأثیر و تأثر عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر هر چه مقدار D+R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. بر این اساس معیارهایی که بیشترین تعامل را دارند در نمودار (۳) نشان داده شده است.

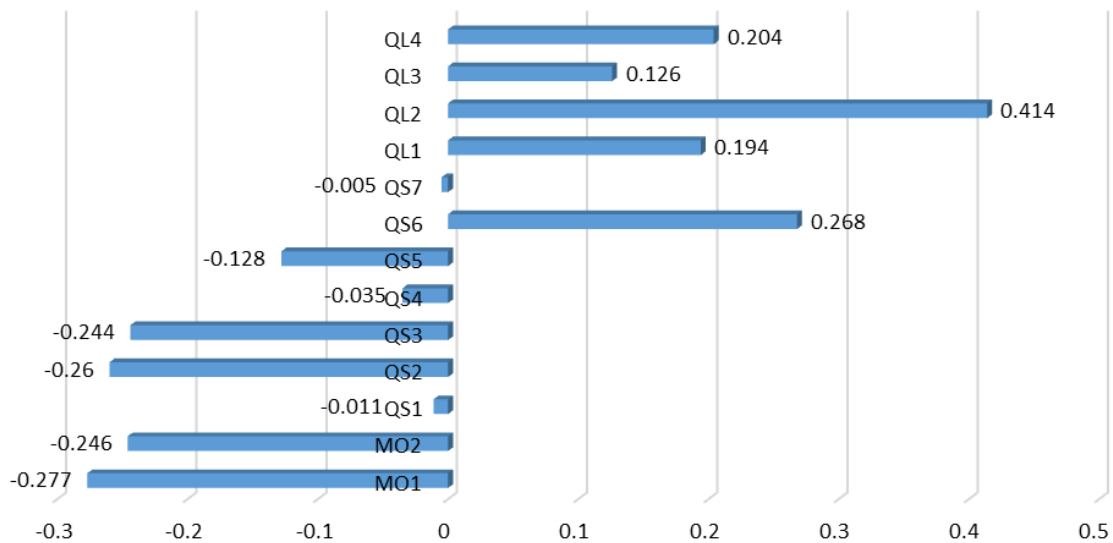
D+R



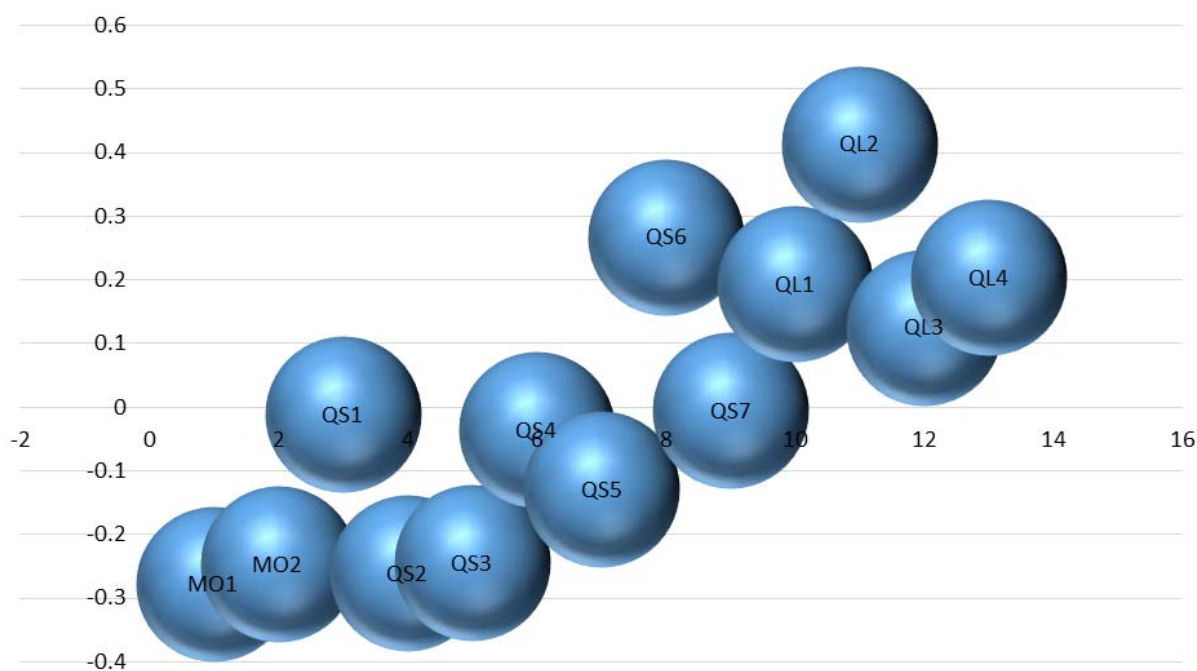
نمودار ۳. اولویت تعامل مؤلفه‌های تحقیق نسبت به یکدیگر

با توجه به نمودار (۳) مؤلفه‌ها از جهت اولویت تعامل، به ترتیب از رتبه اول تا رتبه ۱۳ به صورت ذیل می‌باشد: وجود کوانتومی، اعتماد کوانتومی، عمل کوانتومی، رهبری تحول در رسانه، شناخت کوانتومی، رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری مشارکتی در رسانه، نگاه کوانتومی، مدیریت کوانتومی، احساس کوانتومی، سازمان کوانتومی، تفکر کوانتومی. بردار عمودی (D-R)، قدرت تأثیر گذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود.

D-R



نمودار ۴. اولویت براساس اثر پذیری/اثر گذاری خالص مؤلفه‌های تحقیق



نمودار ۵. مختصات دکارتی برونداد DEMATEL برای مؤلفه‌های تحقیق

اگر $R < J \rightarrow R - J < 0$ آنگاه عامل مورد نظر یک تأثیر پذیر قطعی است.

اگر $R > J \rightarrow R - J > 0$ آنگاه عامل مورد نظر یک تأثیر گذار قطعی است.

معیارهای: اعتماد کوانتومی، رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه، معیارهای تأثیر گذار خالص می‌باشند.

معیارهای: مدیریت کوانتومی، سازمان کوانتومی، نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، وجود کوانتومی، معیارهای تأثیر پذیر خالص می‌باشند.

بحث و نتیجه گیری

رهبری مؤثر در سازمان کوانتومی نیاز به مهارتها و رفتارهای جدید مدیریتی دارد هر سطح از رهبری برای ایجاد و توسعه الگوهای رفتاری لازم در سطح بعدی نیز مسئول است این رهبران باید محیطی را با جو توانمندساز و افزایش دهنده اعتماد ایمنی و حس تعلق ایجاد نمایند که منجر به فعال کردن مداوم یادگیری فردی و سازمانی و هماهنگی ارزشهای شخصی در رفتار خواهد شد. رهبری کوانتومی مدیریتی سنتی نیست بلکه پارادایم جدیدی از رهبری است مانند فیزیک و نظریه مکانیک کوانتومی رهبری کوانتومی مسیری را از طریق طبیعت و ماهیت غیر قابل پیش بینی غیر خطی و بسیار پیچیده سازمانها فراهم می‌کند رهبران در سازمانهای کوانتومی ناظر بر سرمایه فیزیکی و فکری استعدادها و روابط ارزش افزوده برای سازمان هستند این نوع از نظارت نیازمند نوع جدیدی از رهبری است.

با توجه به نتایج پژوهش مؤلفه‌ها و شاخص‌های رهبری کوانتومی که از مرحله دلفی شناسایی شده شامل سه بعد مدیریتی و سازمانی، مهارت‌های کوانتومی و رهبری کوانتومی می‌باشد که بعد مدیریتی و سازمانی دارای دو مؤلفه (مدیریت

کوانتومی، سازمان کوانتومی)، بعد مهارت‌های کوانتومی شامل هفت مؤلفه (نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، شناخت کوانتومی، عمل کوانتومی، اعتماد کوانتومی، وجود کوانتومی) و رهبری کوانتومی دارای چهار مؤلفه (رهبری رسانه‌ای، رهبری رسانه اجتماعی، رهبری تحول در رسانه، رهبری مشارکتی در رسانه) می‌باشد. یافته‌ها نشان داد مؤلفه رهبری رسانه اجتماعی که بیشترین مقدار D را دارا می‌باشد، بیشترین تأثیرگذاری را با سایر شاخص‌ها دارد و نیز مؤلفه مدیریت کوانتومی که بیشترین مقدار R را برخوردار می‌باشد؛ بیشترین تأثیرپذیری را بر سایر شاخص‌ها دارد. همچنین مدیریت کوانتومی که بیشترین مقدار D+R را دارا می‌باشد؛ بیشترین تأثیر پذیری را نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد و نیز اعتماد کوانتومی که بیشترین مقدار R-D را دارا می‌باشد؛ بیشترین تأثیرگذاری را نسبت به سایر مؤلفه‌ها دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهشگرانی همچون (Ahmadian et al, 2021) و (Geok & Bilal Ali, 2021)، (Rozbeh et al, 2021)، (Oudlajani & Naqib al-Sadat, 2021) همسو بوده و مطابقت دارد. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان این گونه نتیجه گرفت که رهبری کوانتومی در سازمانها نقش مهمی داشته است زیرا مدیران و رهبران می‌توانند با توجه به ویژگی خلاقیت که یکی از مهمترین صفات رهبران کوانتومی است به استقبال فرصتهای جدید بروند. رهبران در رهبری کوانتومی با تکیه بر این ویژگی و با کمک افرادی که پذیرای نوآوری و رویارویی با پدیده‌های ناشناخته و جدید هستند و فراهم کردن زمینه خطرپذیری و سازگاری در افراد سازمان به استقبال تغییر و تحول در سازمان بروند و از این رهگذر مزیت رقابتی خود را تضمین کنند در نتیجه رهبران سازمانی باید مهارت‌های جدیدی را در خود پرورش دهند که از آنها تحت عنوان مهارت‌های کوانتومی یاد می‌شود، این مهارت‌ها سازمان‌ها را در جهت افزایش توانایی مدیران در اداره افراد در سازمان‌ها، حل تعارضات، افزایش بهره‌وری، خلاقیت و نوآوری، چابکی، تعالی سازمانی، یادگیری سازمانی و... که همگی از علائم رهبری کوانتومی است یاری داده و زمینه موفقیت، توسعه سازمانی و در نهایت بقای آنها را در جهان پیچیده و به سرعت در حال تغییر امروزی را فراهم می‌آورد و به دلیل توسعه فناوری و پیشرفتی که در جهان امروز وجود دارد. رهبران در عمل کوانتومی باید بدانند اصل بر جداناپذیری استوار است که مطابق آن تغییر در هر جزء سریعاً به تغییر در اجزای دیگر منجر می‌شود. در واقع تمام اجزای هستی زمانی پیش از انفجار بزرگ در کنار هم بوده‌اند؛ لذا بر یکدیگر تأثیر گذارند. از این رو مدیران می‌بایست به اثر پروانه‌ای و جاذبه غریب در سازمان توجه نمایند. با توجه به این دو اصل سعی در ایجاد تغییراتی در سازمان نمایند که منجر به تغییرات مثبت بزرگتری در سیستم می‌گردد. (Geok & Bilal Ali, 2021) در پژوهش خود یک چارچوب سبک رهبری کوانتومی برای ترویج یادگیری مادام‌العمر در بین کارکنان از طریق علم مدیریت ارائه دادند. از این رو رهبران کوانتومی پیامدهای یادگیری سازمانی در محیط کار را در زمان‌های چالش برانگیز درک کردند. یادگیری مادام‌العمر برای بهبود سودآوری، ثبات و رشد سازمانی با یک محیط یادگیری مساعد ترویج شد. تجدید حیات رهبری کوانتومی به پیشرفت‌های جدید علم مدیریت در صنعت و آموزش عالی کمک می‌کند. نیاز به مطالعات آینده در مورد یادگیری هدفمند از طریق رهبری کوانتومی برای حمایت از خلق دانش و پارادایم ثابت مشهود بود. (Rozbeh et al, 2021) نشان دادند که مباحث جمع‌آوری شده در قالب ۴ مقوله ماهیت نظریه کوانتومی، چرایی رهبری کوانتومی (عوامل پیدایی رهبری کوانتومی)، ماهیت و ویژگی‌های رهبری کوانتومی و نحوه اثرگذاری در سازمان می‌باشد. امروزه رهبران و سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که اگر بخواهند در دنیای متغیر و در حال تحول امروزی بقا داشته باشند و پیشرفت نمایند باید دیدگاه مکانیکی که محیط را ساده و ایستا می‌داند را کنار گذاشته و دیدگاه کوانتوم را جایگزین آن نمایند، لذا

رهبران سازمانی باید مهارت‌های جدیدی را در خود پرورش دهند که از آن‌ها تحت عنوان مهارت‌های کوانتومی یاد می‌شود، این مهارت‌ها سازمان‌ها را در جهت افزایش توانایی مدیران در اداره افراد در سازمان‌ها، حل تعارضات، افزایش بهره‌وری، خلاقیت و نوآوری، چابکی، تعالی سازمانی، یادگیری سازمانی و... که همگی از علائم رهبری کوانتومی است یاری داده و زمینه موفقیت، توسعه سازمانی و در نهایت بقای آن‌ها را در جهان پیچیده و به سرعت در حال تغییر امروزی را فراهم می‌آورد. با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود با بهره‌گیری از نگاه کوانتومی و توانایی دیدن هدفمند سبک و شیوه تفکر و نگرش خود را مقارن با تفکر کوانتومی و توانایی تفکر به شیوه متناقض قرار دهند تا از این طریق زمینه ساز شناخت کوانتومی و شناخت شهودی مسائل در سازمان شوند. از این طریق رهبران و مدیران سازمانی می‌توانند احساس و اعتماد کوانتومی را در میان کارکنان خود به وجود آورند که این مهم به نوبه خود موجب نگرش نو به مسائل، تفکر خلاقانه و شهودی، آینده‌نگری و پیش‌بینی در سازمان می‌شود. پیشنهاد می‌شود افراد به هنگام گزینش برای پست رهبری در سازمان از نظر میزان تمایل و توان به اجرا و پیاده‌سازی رهبری کوانتومی ارزیابی شوند و افرادی برگزیده و انتخاب شوند که این ویژگی در آنها برجسته‌تر و قوی‌تر باشد. پیشنهاد می‌شود با توجه به نقش و اهمیت روزافزون رهبری کوانتومی در سازمانها برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران و رهبران در سازمان در راستای شکل‌گیری و تقویت رهبری کوانتومی می‌تواند زمینه را برای پیاده‌سازی و اجرای این رهبری در سازمانها هموار کند. پیشنهاد می‌شود که در سیاست‌گذاری‌های سازمان صدا و سیما به شناخت و درک صحیح از مراحل تفکر کوانتومی، احساس کوانتومی، وجود کوانتومی، رهبری رسانه‌ای و رهبری رسانه‌ای توجه ویژه‌ای شده تا به دنبال آن نقاط ضعف و قوت سازمان، تفاوت‌های فردی و قومیتی، نیازها و خواسته‌های مخاطبان شناخته شده و بتوان از طریق رهبری کوانتومی در زمینه ایجاد اعتماد در بین مخاطبین، اقدام به توسعه زیرساخت‌ها، کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد رسانه‌های استانی و اجتماعی اقدام نمود. پیشنهاد می‌شود که با بهره‌گیری از توانایی تفکر کوانتومی، برای برخورد با محیط متلاطم سازمانی و همچنین حل مسائل سازمان خود به شیوه بدیع و تازه، از این مهارت رهبری کوانتومی استفاده کنند؛ به علاوه با توجه به اینکه خلاقیت و نوآوری گاه از نگاه متناقض و متعارض ناشی می‌شوند، مدیران و رهبران با ترغیب کارکنان و پیروان خود به استفاده از توانایی تفکر به شیوه متناقض یا تفکر کوانتومی، زمینه ساز خلاقیت و نوآوری در سازمان شوند.

References

- Ahmadian, z. Ghalavandi, H. Hosni, M. (2021). Structural analysis of quantum leadership relationships and human resource retention with the mediating role of organizational trust in the health system. *Health Promotion Management Quarterly*. 10 (6): 28-41. URL: <http://jhpm.ir/article-1-1384-fa.html>. (In Persian) .
- Ala Fossi, M & Stephen. L. (2016). The short future of public broadcasting: Replacing digital terrestrial television with internet protocol? *International Communication Gazette*, Vol. 784 365-382
- ArefMenesh, A. (2018). The strategic model of facing the benefits and harms of digital social networks based on the perspective of the leader of the Islamic Revolution. *Scientific Quarterly Journal of Iranian Islamic Development Model Studies*. 6(12). 9-37. https://www.ipoba.ir/article_103061.html?lang=en (In Persian) .
- Erfanezhad, M., Nazarpouri, A., Shariatnejad, A., Akbari, F. (2017). Designing a quantum leadership model in government organizations using an interpretive structural modeling approach. *Public administration perspective*. 7(3). 153-135. (In Persian) .

- Ghazizadeh, Sh. Keshishiyan, G. and Khodavardi, H. (2020). The application of quantum theory in the analysis of civil society in the Islamic Republic of Iran. *Iranian Political Sociology Quarterly*. 3(3). 112-136. doi: 10.30510/psi.2020.252874.1317. (In Persian) .
- Ghaed Amini Harouni, A.D. Ebrahimzadeh Dastjardi, R., Sadeghide Cheshme. M. and Sadeghzadeh, N. (2018). The effect of quantum leadership on commitment to change through perceived quality of change communication and readiness for change. *Educational Leadership and Management Research Quarterly*. 4(15). 33-1. (In Persian) .
- Geok, S. W. Bilal Ali. M. B. (2021). A Journey of a Thousand Miles Begins with A Quantum Step: The Importance of Quantum Leadership to Promote Lifelong Learning in Organisations. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*; 20 (3):. 235-247.. <http://ilkogretim-online.org> doi: 10.17051/ilkonline.2021.03.24
- Kamali Ardakani, H. Mohammadkhani, K. Jafari, P. (2020). Quantitative-based identification and ranking of academic leadership executive mechanisms: a fuzzy Vicor approach. *Educational Leadership and Management Quarterly*, 14(2), 103-129. (In Persian) .
- Khajir, Y. Khaniki, H. (2019). The capacities and challenges of virtual social networks for Iran's civil society. *New media studies*. 5(17). 35-69. (In Persian) .
- Nazakhti Rezapour, F. Asadzadeh, M. Basirian Jahormi, H. Hosseinian Sarajelou, F. and Askari, A. (2021). Opportunities and threats of Instagram TV for radio and television. *New media studies*. 7 (25), 327-358. doi: 10.22054/nms.2021.56294.1068. (In Persian) .
- Ningtias, R. W. Mundiri, A. (2019), Quantum Leadership of Teachers in Improving the Quality of Education Based on Pesantren, *Edukasi: Journal Pendidikan Islam*, 7(1), 01-33
- Oudlajani, F. Naqib al-Sadat, S. (2021). Media diplomacy in Twitter social network. *New media studies*. 7 (26).324-295. doi: 10.22054/nms.2021.49542.903. (In Persian) .
- Pak Del, H. Rasouli, M. Nasrollahi Kasmani, A. Sharif Khani, M. (2019). Explaining the challenges of the radio and television organization in the virtual space (drafting appropriate strategies for the deputy of the virtual space of this organization). *The scientific quarterly of interdisciplinary studies of communication and media*. 3(7). 11-35. doi: 10.22034/jiscm.2020.227649. (In Persian) .
- Parekh, D, Amarasingam, A, Dawson, L, and Ruths, D. (2018). Studying Jihadists on Social Media: A Critique of Data Collection Methodologies. *Perspectives On Terrorism*. Issue 03, Volume 12, pp. 3-21.
- Pir Dehghan M & Monsef A. (2022). The relationship between quantum leadership and job self-efficacy. The second international conference on research findings in physical education and sports sciences. (In Persian) .
- Rahimi H, Athari, and Aflakian, N. (2015) Intellectual capital and knowledge management processes in quantum organization, a case study of Kashan University, *Scientific-Research and Planning Quarterly in Higher Education*, 11(4). pp. 119-199. (In Persian) .
- Rahimi, H. Mohammad Alizadeh, M. (2019). Examining the adaptability of Al-Mustafa University of Qom with the components of learning organization, agile organization and quantum organization from the perspective of employees. *Organizational Knowledge Management Quarterly*. 2(4). 171-198. (In Persian) .
- Rozbeh, Z. Madahian, S. and Akramian, R. (2021). Investigating quantum leadership theory in organizations. *Scientific Quarterly Journal of Police Organizational Development*, 17(75). pp. 123-97. (In Persian) .
- Razavi, M & Azimi Sanavi, B. (2011). Prioritizing and checking the level of familiarity with quantum skills in sports organizations of the country. The first national business management engineering conference. Kerman, <https://civilica.com/doc/206510>. (In Persian) .
- Shayani M., Ghaffari, H. Khosravi M, song. F. (2020). Development of a structural equation model of the effect of quantum leadership on organizational innovation with the mediating role of social capital (a research sample of school principals in Birjand city. *Teacher's Professional Development Quarterly*. Year 5, No. 2, 59-70. (In Persian) .
- Turkzadeh, J. Najafi, Z. (2019). Validation of the leadership worldview scale of public school principals. *Journal of School Management*. Period 7 (3). 269-253. (In Persian) .



- Watson, J. (2018). Quantum Caring Leadership: Integrating Quantum Leadership with Caring Science, *Nursing Science Quarterly*. 42(2): 58-88.
- Rahimi H, Athari, and Aflakian, N. (2015) Intellectual capital and knowledge management processes in quantum organization, a case study of Kashan University, *Scientific-Research and Planning Quarterly in Higher Education*, 11(4). pp. 119-199. (In Persian) .
- Rahimi, H. Mohammad Alizadeh, M. (2019). Examining the adaptability of Al-Mustafa University of Qom with the components of learning organization, agile organization and quantum organization from the perspective of employees. *Organizational Knowledge Management Quarterly*. 2(4). 171-198. (In Persian) .
- Rozbeh, Z. Madahian, S. and Akramian, R. (2021). Investigating quantum leadership theory in organizations. *Scientific Quarterly Journal of Police Organizational Development*, 17(75). pp. 123-97. (In Persian) .
- Razavi, M & Azimi Sanavi, B. (2011). Prioritizing and checking the level of familiarity with quantum skills in sports organizations of the country. The first national business management engineering conference. Kerman, <https://civilica.com/doc/206510>. (In Persian) .
- Watson, J. (2018). Quantum Caring Leadership: Integrating Quantum Leadership with Caring Science, *Nursing Science Quarterly*. 42(2): 58-88.