

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر به منظور ارائه راهکارهای کاربردی

محمد غفاری مجلج^۱، مرتضی امانی^۲، جمال عبدالملکی^۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد. جامعه پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر هستند، از این جامعه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌ای به حجم ۱۴۹ نفر انتخاب گردید. روش پژوهش کمی، توصیفی و از نوع مطالعات همبستگی است. ابزار پژوهش پرسشنامه می‌باشد. جهت سنجش وضعیت سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ۲۷ سؤالی محقق ساخته که بر اساس مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) طراحی شده و جهت سنجش وضعیت جامعه‌پذیری سازمانی از پرسشنامه‌ی ۲۴ سؤالی محقق ساخته که بر اساس مدل تائورمینا (۱۹۹۷) طراحی شده بود، استفاده شد. جهت تعیین پایایی و روایی ابزار از تکنیک‌های آلفای کراباخ و تحلیل عاملی تائیدی استفاده شد، نتایج بیانگر پایایی و روایی مطلوب ابزار بود. جهت تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های توصیفی (شاخص‌های مرکز و پراکندگی) و استنباطی (آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره خطی) با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج بیانگر آن هستند که: رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، جامعه‌پذیری سازمانی، کارکنان، دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۰۹/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۷/۰۱/۱۷

^۱ . استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

^۲ . دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی

^۳ . کارشناسی ارشد تحقیقات آموزشی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) j_abdolmaleki@sbu.ac.ir

مقدمه

سرمایه اجتماعی^۱، مفهومی جدید، پیچیده و مهم است که در کنار سرمایه‌های انسانی و اقتصادی پس از سقوط دیوار برلین به صورت موضوعی جهانی مطرح شد (فوکویاما^۲، ۲۰۰۱: ۱۲). این مفهوم را نخست، جامعه‌شناسان معرفی و در پژوهش‌هایشان از آن استفاده کردند؛ سپس مفهوم مورد بحث به تدریج، توجه اندیشمندان در دیگر رشته‌های علوم اجتماعی را به خود جلب کرد و در دهه‌های اخیر، در حوزه‌های علوم سیاسی، آموزش و پرورش و مدیریت به کار رفته است (الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۳: ۱۶). در صورت نبود سرمایه اجتماعی، دیگر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، دشوار می‌شوند (پکستون^۳، ۱۹۹۹: ۹۲).

واژه «اجتماعی» در مفهوم سرمایه اجتماعی بر این مسئله تأکید می‌کند که این منابع، دارایی شخصی نیستند و در شبکه روابط قرار دارند. سرمایه انسانی عبارت است از مجموع شناخت‌ها، مهارت‌ها و تجربیات؛ ولی سرمایه اجتماعی به این مسئله بستگی دارد که چه کسانی را می‌شناسیم و با آن‌ها ارتباط داریم. واژه «سرمایه» نیز بر این مسئله تأکید می‌کند که سرمایه اجتماعی مثل سرمایه انسانی یا مالی، مولد است. این سرمایه، سبب می‌شود بتوانیم ارزشی به وجود آوریم، کاری انجام دهیم، به هدفی دست یابیم، مأموریتی را در زندگی انجام دهیم و نقشی در جهان ایفا کنیم؛ بنابراین، هیچ فردی نمی‌تواند بدون سرمایه اجتماعی به موفقیت دست یابد (علمی و شارع‌پور و حسینی، ۱۳۸۳: ۷).

از دیدگاه آدلر^۴ و وان (۲۰۰۲: ۳۱)، اولین مزیت مستقیم سرمایه اجتماعی، توزیع اطلاعات است. سرمایه اجتماعی، دسترسی به منابع اطلاعاتی وسیع‌تر را تسهیل می‌کند و کیفیت، مربوط بودن، مناسبت داشتن و به‌عنوان اطلاعات را بهبود می‌بخشد. این دو محقق، ایجاد شبکه‌های نفوذ، کنترل و قدرت را دومین مزیت سرمایه اجتماعی دانسته و معتقدند انسجام، سومین مزیت سرمایه اجتماعی است. پورتس^۵ (۱۹۹۸: ۱۰) قدرت نوآورانه و اکتشافی سرمایه اجتماعی را در دو مسئله دانسته است: نخست، آنکه این مفهوم بر پیامدهای مثبت معاشرت‌پذیری متمرکز است و ویژگی‌های کمتر جالب توجه آن را کنار می‌گذارد؛ دوم، آنکه پیامدهای مثبت را در چهارچوب فراتر بحث سرمایه جای می‌دهد و توجه همگان را به این نکته جلب می‌کند که چطور چنین اشکال غیر پولی‌ای، درست مثل حجم دارایی‌ها یا حساب بانکی می‌توانند سرچشمه‌های مهم قدرت و اثربخشی باشند.

کلمن^۶ (۱۹۹۷: ۹۷) بر سودمندی سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبعی برای همکاری، برقراری روابط دوجانبه و توسعه اجتماعی تأکید کرده است؛ زیرا از این مسائل می‌توان به‌عنوان منابعی برای در پیش‌گرفتن کنشی مؤثر و دست‌یافتن به هدف‌های مورد نظر استفاده کرد. او این روابط را به‌عنوان منابع سرمایه‌ای مفید برای افراد توصیف کرده است.

زندگی اجتماعی بشر، مستلزم وجود سازمان‌های گوناگونی است. این سازمان‌ها، نهادهای اجتماعی هستند که دارای هدف می‌باشند و برای رسیدن به اهداف خود، مداوم در حال تغییر و نوسازی هستند. از آنجا که مهم‌ترین عنصر سازمانی، افراد هستند، اغلب سازمان‌های بزرگ، امروز دریافته‌اند که به خاطر مهارت‌ها و تجارب نیروی انسانی‌شان موفق خواهند بود، نه به خاطر سیستم‌های فیزیکی و مکانیکی و اگر نتوانند سطح علمی و تخصصی نیروهای انسانی را در سازمان بالا ببرند و نیروهای جدیدی را استخدام کنند، رو به زوال خواهند رفت (آرش و همکاران، ۱۳۹۲: ۸). همچنین زندگی سالم و موفقیت‌آمیز برای انسان بدون همکاری و هماهنگی با دیگر انسان‌ها دشوار و برخی مواقع ناممکن است. فعالیت‌های گروهی افراد در سازمان‌ها در برگیرنده هویت و کارایی سازمان است. کارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد، هر اندازه که سازمان‌ها بزرگ‌تر می‌شوند، بالطبع به مشکلات این نیروی عظیم اضافه

1. Social Capital
2. Fukuyama
3. Paxton
4. PauL Adler and Sand Seok-Woo kwon
5. Portes
6. Colman

می‌شود. امروزه هنر و علم مدیریت را از ظریف‌ترین، دشوارترین و پرنرمترین کارها می‌دانند و آن را به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم تمدن معاصر، از جمله عامل مؤثر در رشد و توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع کنونی به شمار می‌آورند (سلطان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۸). لذا سازمان‌ها امروزه با این مسئله روبرو هستند که چگونه می‌توانند افراد تازه جذب شده را با ارزش‌ها و هنجارها و اهداف سازمانی، هماهنگ و همسو نمایند.

یکی از مفاهیمی که در این زمینه می‌تواند به مدیریت در هر سازمانی کمک نماید، مفهوم جامعه‌پذیری سازمانی^۱ است. جامعه‌پذیری سازمانی، یکی از نکات کلیدی و ضروری در هنگام گزینش نیروی انسانی در هر سازمان است. برای سازمان‌ها بسیار ضروری است که پس از گزینش، استخدام و ورود افراد جدید، برای آنها تدابیری اتخاذ گردد تا آنان بتوانند خود را با فرهنگ حاکم بر سازمان تطبیق دهند (آتش پور و لاندرا، ۱۳۸۶: ۲۴). کارکنان جدید، ارزش‌ها و منش‌های بیرون سازمان را با خودشان به داخل سازمان می‌آورند و در مقابل، سازمان‌ها تلاش می‌کنند آنها را با ارزش‌ها و منش‌های درونی آشنا و سازگار نمایند (تائورمینا^۲، ۲۰۰۴: ۷۹). توجه به فرآیند جامعه‌پذیری برای سازمان‌ها، به‌ویژه در خصوص تازه‌واردان از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا تأثیرات پذیرفته شده در چند ماه اول، بر رفتار و عملکرد کارکنان ماندگار و عمیق خواهد بود، از طرفی کم‌توجهی به این فرآیند امکان بروز رفتارهای بیرون از چارچوب و هنجارهای سازمانی، توسط کارکنان تازه‌وارد را بیش‌تر می‌کند. تداوم این وضعیت موجب شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای منفی، تعارضات و کشمکش‌ها، جابه‌جایی و ترک شغل می‌شود (اعتباریان و خلیلی، ۱۳۸۷: ۸۲). این فرآیند در صورت اجرای صحیح آن به‌ویژه در سازمان‌هایی که دارای مأموریت‌ها و وظایف متنوع و باین‌حال حساس و خطرناک می‌باشد، می‌تواند شوک و تنش‌های حاصل از تفاوت‌های بین انتظارات کارکنان و واقعیت‌های شغلی را به حداقل رسانده و در هزینه‌های مربوط به جذب و استخدام، تلفات جانی، خسارت‌های مالی و میزان تقاضا را برای جابه‌جایی کاهش دهد (سلطان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۸).

لذا محوریت اصلی پژوهش حاضر را بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر تشکیل می‌دهد، بنابراین می‌توان گفت مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر هست یا خیر؟

این مفهوم، عبارت از مجموعه منافع بالفعل و بالقوه‌ای است که با عضویت کنشگران و سازمان‌ها در شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آید؛ به عبارتی، مجموعه‌ای معین از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی است که اعضای گروهی مجاز به همکاری در آن، سهیم‌اند (فوکویاما، ۲۰۰۱: ۹). سرمایه اجتماعی به‌طور کلی، نهادها، روابط، گرایش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی را شامل می‌شود که بر رفتارها و تعامل‌های بین افراد، حاکم‌اند (گروتر و فن‌بستلر^۳، ۲۰۰۲: ۴)؛ به عبارت دیگر، مراد از سرمایه اجتماعی، آن دسته از شبکه‌ها و هنجارهایی است که مردم را به عمل جمعی قادر می‌کند (ولکاک^۴، ۱۹۹۸: ۱۵۴). سرمایه اجتماعی، مجموعه منافع بالفعل و بالقوه‌ای است که با عضویت کنشگران و سازمان‌ها در شبکه‌های اجتماعی^۵ به وجود می‌آید؛ به عبارتی، سرمایه اجتماعی یعنی منابع در دسترس در ساختارهای اجتماعی همچون اعتماد، هنجارهای روابط متقابل و هدف متقابل^۶ که افراد را برای انجام دادن کنش جمعی آماده می‌کند و به‌عنوان محصول فرعی روابط اجتماعی و درگیری مدنی در سازمان‌های رسمی و غیررسمی نمود می‌یابد (کاواچی^۷، ۲۰۰۱: ۳۳). نظریه‌های مبنایی سرمایه اجتماعی را می‌توان در موارد زیر به صورت خلاصه توضیح داد:

1. Organizational Socialization
2. Taormina
3. Grootaert and T. Van Bastelaer
4. Woolcock
5. Social Networks
6. Mutual Aide
7. Kawachi

نظریه پیوند ضعیف^۱: گرانووتر^۲، بنیان‌گذار نظریه پیوندهای ضعیف، معتقد است سرمایه اجتماعی را می‌توان از لحاظ شدت تکرار و شامل شدن بر انواع مختلف روابط میان دوستی‌ها، همکاری‌ها و... سنجید. شدت و استحکام روابط یک گروه اجتماعی در داخل گروه، موجب تضعیف روابط اعضای آن گروه با بیرون می‌شود (گرانووتر، ۱۹۷۳: ۱۳۶۵). به اعتقاد این صاحب‌نظر، روابط منسجم میان اعضای یک گروه به تضعیف روابط آنان با اعضای گروه‌های خارجی منجر می‌شود و سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد؛ در مقابل، پیوندهای ضعیف درون‌گروهی، ایجاد روابط با افراد و گروه‌های خارجی را به دنبال دارد و به ایجاد سرمایه اجتماعی می‌انجامد (همان: ۱۳۷۴).

نظریه شکاف ساختاری^۳: این نظریه را در سال ۱۹۹۲، برت^۴ برای مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی به کار گرفت و در آن بر رابطه میان فرد و همکارانش در شبکه اجتماعی و همچنین روابط میان همکاران با یکدیگر تأکید می‌شود. در این نظریه، منظور از شکاف، نبود ارتباط میان دو فرد در یک شبکه اجتماعی است که به خودی خود، مزیتی برای سازمان تلقی می‌شود. بر اساس این نظریه اگر یک فرد در شبکه اجتماعی خود با همکارانی که با یکدیگر در ارتباط نیستند یا دست کم، با هم ارتباطی ضعیف دارند، رابطه برقرار کند، بیشترین نفع را خواهد برد. تقویت شبکه‌های شکافدار، مزایایی همچون ارزیابی سریع اطلاعات، قدرت چانه‌زنی دوچندان و افزایش قدرت کنترل بر منابع و نتایج دارد و به گونه‌ای دیگر نیز می‌توان مفهوم نظریه شکاف ساختاری را بررسی کرد. در این نظریه فرض می‌شود اگر روابط میان بازارها، سازمان‌ها و افراد مرتبط با هم سازمان‌نیافته، بی‌نظم و تعریف نشده باشد، سرمایه‌ای سودآور برای آن‌ها تلقی می‌شود و از آن سوی، هر چه روابط میان آن‌ها منظم‌تر و ساختارمندتر باشد، از این سرمایه کاسته می‌شود. به‌طور کلی، رسمیت و قانونمندی ساختاری با سرمایه اجتماعی تعارض دارد (برت، ۲۰۰۰: ۲۱-۲۵). در نظریه شکاف ساختاری، سرمایه اجتماعی، عبارت از شبکه‌ای ساختارگونه تعریف می‌شود که از عوامل زیر اثر می‌پذیرد:

- اندازه شبکه: به‌طور کلی، شبکه‌های گسترده، کمتر از نوع تحمیلی‌اند و در آن‌ها اجبار برای تبعیت اعضا کمتر است.
- تراکم (چگالی) شبکه: به‌طور کلی، در شبکه‌هایی که ارتباط و تعامل میان اعضا بیشتر باشد، اجبار اعضا برای تبعیت زیاد است.
- سلسله‌مراتب شبکه: به‌طور کلی، شبکه‌هایی که در آن‌ها روابط بر پایه ارتباطی مسلط شکل می‌گیرد، حالت جبر و تحمیل بیشتری دارند (برت، ۲۰۰۰: ۴۹).
- مطابق این نظریه، برای سنجش میزان سرمایه اجتماعی باید به سه عامل یادشده توجه کرد؛ بنابراین، هر قدر شبکه، وسیع‌تر و تراکم و سلسله‌مراتب موجود در آن، کمتر باشد، میزان سرمایه اجتماعی رو به فزونی خواهد بود (همان: ۴۲).

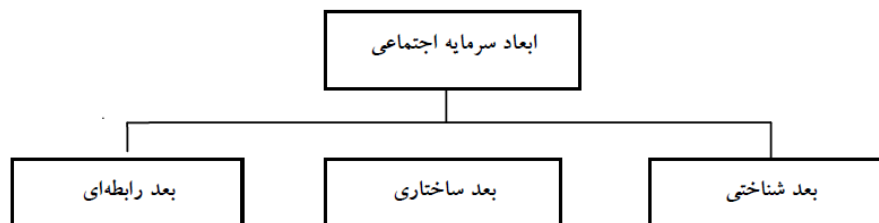
این نظریه در مطالعات لین و کاتور^۵ در سال ۱۹۸۱ ریشه دارد و بر اساس آن، پیوندهای موجود در شبکه، بدون وجود منابع داخل آن، کارآمد نیست. طبق نظریه مورد بحث، فقط منابع موجود در شبکه را می‌توان سرمایه قلمداد کرد؛ مثلاً ممکن است اعضای شبکه، دارای منابع زیادی از جمله قدرت، نفوذ و تحصیلات عالی باشند و منبعی با ارزش محسوب شوند؛ اما این منابع، تنها در صورتی سرمایه به شمار خواهند آمد که فرد به آن‌ها نیاز داشته باشد. در مثال اخیر اگر فرد برای رسیدن به هدفی، نیازمند قدرت نفوذ همکاران خود باشد، آن منبع خودبه‌خود سرمایه تلقی خواهد شد و طبیعتاً دیگر منابع اعضا مانند تحصیلات عالی، سرمایه به حساب نخواهند آمد. به بیان مختصر، در این دیدگاه، اعضای موجود در شبکه، دارای منابعی با ارزش‌اند که فرد را در رسیدن به هدف‌هایش یاری می‌دهد (مک نل^۶، ۱۹۹۹: ۱۲۱).

1. Weak Ties Theory
2. Granovetter
3. Structural Hole Theory
4. Burt
5. Lin and Kator
6. R. McNeal

به نظر لین^۱ (۲۰۰۱)، سرمایه اجتماعی به لحاظ علمی، عبارت از منابعی محاط در شبکه‌های اجتماعی تعریف می‌شود که در دسترس و مورد استفاده کنشگران اجتماعی هستند؛ در نتیجه، این مفهوم، دو ویژگی مهم بدین شرح دارد: نخست، آنکه نشان می‌دهد منابع محاط در روابط اجتماعی قرار دارند تا افراد؛ دوم، آنکه دسترسی به این منابع و استفاده از آن‌ها در اختیار افراد است. این صاحب‌نظر، اصول و قضایای مربوط به نظریه سرمایه اجتماعی را بدین شرح مطرح کرده است:

- اصل ساختاری: منابع ارزشمند محاط در ساختارهای اجتماعی قرار دارند.
- اصل تعامل: این تعامل معمولاً بین کنشگران هم‌سطح و دارای سبک زندگی مشابه صورت می‌گیرد.
- اصل شبکه: در قالب شبکه‌های اجتماعی، به صورت مستقیم و غیرمستقیم، کنشگران، حامل انواعی گوناگون از منابع هستند. منابع محاط به لحاظ ساختاری در حکم سرمایه اجتماعی برای کنشگران شبکه‌ها هستند.
- اصل کنش: بر اساس این اصل، کنشگران، دارای انگیزه حفظ منابع یا بهره‌گیری از آن‌ها در قالب کنش‌های هدفمند هستند (لین، ۲۰۰۱: ۱۸-۲۱).

مدل سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال^۲: این دو نظریه‌پرداز، سرمایه اجتماعی را عبارت از جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق و ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۳). آنان سرمایه اجتماعی را دارای سه بعد اساسی شناختی، ساختاری و رابطه‌ای می‌دانند که در ادامه، آن‌ها را شرح خواهیم داد.



شکل (۱) ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸: ۲۴۴)

الف) بعد شناختی: این بعد از سرمایه اجتماعی، ناظر به منابعی است که مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و نظام‌های معانی مشترک میان گروه‌ها را فراهم می‌کنند. مهم‌ترین مؤلفه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: زبان و قواعد مشترک و حکایت‌های مشترک (شامل تجربیات و خاطرات مشترک) (همان: ۲۴۴).

ب) بعد رابطه‌ای: این بعد از سرمایه اجتماعی، نوعی از روابط شخصی را توصیف می‌کند که افراد با یکدیگر به سبب سابقه تعامل‌هایشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: اعتماد، هنجارها، الزام‌ها و انتظارات و هویت (همان: ۲۴۴).

ج) بعد ساختاری: این عنصر از سرمایه اجتماعی، بیانگر الگوی کلی تماس‌های بین افراد است؛ یعنی می‌گوید به چه کسانی و چگونه دسترسی داریم. مهم‌ترین مؤلفه‌های این بعد عبارت‌اند از: روابط گروهی، پیکربندی روابط گروهی و سازمان‌های مناسب (همان: ۲۴۵).

جامعه‌پذیری سازمانی، کلیدی کارآمد و مؤثر در یکپارچه‌سازی کارکنان تازه‌وارد در سازمان است (آنتوناکولو و گوتل^۳، ۲۰۱۰: ۲۹) و در ساخت ارزش‌ها و نگرش‌های افراد و همچنین سوءگیری‌های اجتماعی آن‌ها درباره بسیاری از مسائل اجتماعی، نقشی بسیار مهمی دارد (موحد و عباسی، ۱۳۸۵: ۷۲). هماهنگ شدن با شغل و وظیفه جدید می‌تواند یک گزاره دلهره‌آور باشد، افراد تازه‌وارد در سازمان، به یادگیری چگونگی انجام دادن وظایف و همچنین دستیابی به

1. N. Lin

2. J. Nahapiet and S. Ghoshal

3. Antonacopoulou, & Guttel,

رفتار نرمال و مقبول از سوی همکاران نیاز دارند (کامیرمولر و همکاران^۱، ۲۰۱۱: ۲۳۰). در واقع افراد تازه‌وارد، باید یاد بگیرند که چگونه محیط جدید را درک کنند و با آن سازگار شوند (گرومن و همکاران^۲، ۲۰۰۶: ۱۰۲). جامعه‌پذیری، تغییر مهارت‌های نوین، دانش، توانش، توانایی‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و روابط و درک صحیح و چارچوب‌های کاری را در بر دارد که از طریق آن فرد دانش و مهارت‌های اجتماعی و فرهنگ را آموخته و با شیوه‌های عمل آشنا می‌شود و آنچه را فرامی‌گیرد که در سازمان مورد انتظار است، در نتیجه، فقدان اطمینان و اضطراب فرد در اوایل ورود به سازمان کم می‌شود (فیلستاد^۳، ۲۰۰۴: ۱۳۶۹؛ کوپرتوماس و اندرسون^۴، ۲۰۰۶: ۵۰۱).

از دیدگاه تلفیقی، جامعه‌پذیری فرآیندی مستمر است که در آن فرد و سازمان با هم تعامل کرده و بر هم تأثیر می‌گذارند. از یک سو فرآیند یادگیری است که از طریق آن، افراد، ارزش‌ها، هنجارها، شبکه‌های غیررسمی و مهارت‌های موردنیاز سازمانی را می‌آموزند و از سوی دیگر فرآیند مدیریتی است که از طریق آن سازمان، کارکنان را به اطاعت و پیروی از ارزش‌ها، قوانین و رفتارهای مورد انتظار ملزم می‌کند. جامعه‌پذیری سازمانی به محتوایی اشاره دارد که از طریق آن فرد با نقش خاص خود در سازمان سازگار می‌شوند (گی و همکاران^۵، ۲۰۱۰: ۱۷۱؛ چوهن و ولدهیجت^۶، ۲۰۰۸: ۵۴۰). توجه به جامعه‌پذیری سازمانی، برای سازمان، حیاتی می‌باشد، زیرا می‌تواند فرصت‌های یک فرد را برای موفقیت در شغل و در دنیای کار توسعه دهد (جی و درک^۷، ۲۰۱۰: ۲۷). طبق اذعان کارشناسان مدیریت منابع انسانی، جامعه‌پذیری سازمانی، مانند چرخش شغلی آموخته‌ها است و سازمان‌ها می‌توانند فرآیند جامعه‌پذیری را، مدیریت هزینه ماهرانه سازمان به حساب آورند (منزور و نعیم^۸، ۲۰۱۱: ۵۳۱؛ گائو^۹، ۲۰۱۱: ۲۳). در نتیجه می‌توان شاهد بود که افراد را به کارکنان فعال تبدیل کرده و به استمرار توسعه سازمان منجر شده که فرصت‌های مناسب را برای افزایش رقابت فراهم می‌آورد (هیتسانن^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۱: ۴).

تائورمینا (۱۹۹۷: ۳۹-۳۳) جامعه‌پذیری سازمانی را در چهار بعد: مهارت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان و چشم‌اندازهای آینده از سازمان تبیین و بیان می‌کند. مهارت آموزش^{۱۱}: آموزش می‌پرسد که کارکنان برای دریافت مهارت‌های ارائه‌شده از سوی سازمان، چگونه خود را ارزیابی می‌کنند. آموزش‌هایی را شامل می‌شود که در نهادها برای ترویج و ارتقاء سازگاری کارکنان در سازمان‌ها طراحی و به اجرا در می‌آید. این آموزش‌ها بسیار سودمند هستند، زیرا سبب می‌شوند که کارکنان از سطح مهارت‌های فنی و کارکردی مناسبی بهره‌مند شوند و بدین ترتیب در سازمان‌ها کارآمدتر شده و رضایت بیشتری را تجربه کنند. از طرف دیگر ارائه آموزش‌های لازم برای سازگاری با فضای کاری و اجتماعی سازمان، باعث می‌شود تا کارکنان نیز به نحو شایسته نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان احساس تعهد کنند. تفاهم^{۱۲}: تفاهم می‌پرسد که کارکنان، عملیات سازمان را چگونه درک می‌کنند. در واقع فهم نقش‌های خود و سازمان را شامل می‌شود که این امر بسیار مهم جلوه می‌کند. به این دلیل که خطاها و اشتباهات کارکنان را در درون سازمان کاهش می‌دهد که در نهایت رضایت و احساس خودکار آمدی بالاتر کارکنان را باعث می‌شود. در واقع تفاهم یا فهم متقابل

1 . Kammeyer-Mueller,; Livingston.& Liao,

2 . Gruman,Saks& Zweig

3 . Filstad

4 . Cooper- Thomas, & Anderson

5 . Ge, Su & Zhou

6 . Cohen & Veled-Hecht

7 . Jie& Derek

8 . Manzoor & Naem,

9 . Gao

10 . Hintsanen

11 . Training

12 . Understanding

میان کارکنان و سازمان به‌ویژه سرپرستان و مدیران به‌سادگی به سطح بالاتری از موفقیت و اثربخشی سازمان و به دنبال آن تعهد هر چه بیشتر کارکنان به سازمان منجر می‌شود.

حمایت کارکنان^۱: حمایت کارکنان می‌پرسد که کارکنان همکاری و پشتیبانی اعضای سازمان را چگونه ارزیابی می‌کنند، این بعد تعامل‌های مثبت و حمایت‌گرایانه همکارانه در درون سازمان را شامل می‌شود. این تعامل‌ها به‌طور جدی با رفتارهای مدنی- سازمانی (رفتارهایی که جزء نقش‌های سازمانی کارکنان نیست، اما انجام دادن آن‌ها به عملکرد مؤثر فردی و سازمانی منجر می‌شود) رابطه مثبت دارد. بعد بسیار مهم در فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی، تعامل کارکنان با همکاران است، زیرا چنین تعامل‌هایی برای عملکرد مؤثر و کارآمد کارکنان در سازمان بسیار ضروری است.

چشم‌انداز از آینده سازمان^۲: چشم‌انداز از آینده سازمان می‌پرسد که کارکنان، فرصت‌ها و پاداش‌های سازمان را در آینده چگونه ارزیابی می‌کنند. ادراکات کارکنان، از چشم‌اندازهای شغل خود و پذیرش آن در سازمانی که در آن کار می‌کنند را شامل می‌شود. این حوزه مواردی را در بر می‌گیرد، نظیر اینکه آیا فرد در آینده هم در سازمان محل کارش خواهد ماند؟ تکالیف و مسئولیت‌های آینده او در سازمان چه خواهد شد؟ و چه پاداش‌هایی از کار در سازمان عاید او می‌شود (نادی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۶۵؛ تائورمینا، ۲۰۰۸: ۹۰؛ تائورمینا، ۲۰۰۹: ۶۶۳).

نادی و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با آرزوهای شغلی در کارکنان وابسته به وزارت نفت در شهر اصفهان پرداختند. نتایج بیانگر وجود رابطه مثبت جامعه‌پذیری سازمانی با آرزوهای شغلی در کارکنان بود. حسن‌زاده ثمرین و مقیمی (۱۳۸۹) به بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی پرداختند. نتایج بیانگر اثر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی و ابعاد آن بود. دلاور و جهان‌تاب (۱۳۹۰) در پژوهش خود، تأثیر سرمایه اجتماعی بر احساس امنیت را بررسی کرده‌اند و نتایج تحقیق آنان نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با احساس امنیت و ابعادش رابطه مثبت دارد. هویدا، جمشیدیان و مختاری فر (۱۳۹۰) به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمان در معلمان مدارس متوسطه شهر تهران پرداختند. نتایج نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی دارای رابطه مثبت با تعهد سازمانی و ابعاد آن در معلمان است. حافظ‌نیا و بیگلری (۱۳۹۰) جایگاه سرمایه اجتماعی در تصمیم‌های راهبردی را بررسی کرده‌اند و بر اساس نتایج تحقیق آنان سرمایه اجتماعی بر عناصر فکری موجود در تصمیم‌های راهبردی به‌طور عام و همچنین بر هر یک از عناصر آن (شامل عناصر انسانی، رابطه‌ای و ساختاری) به‌طور خاص اثر مثبت و معنادار می‌گذارد. جهانگیری و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با رفتار شهروند سازمانی پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با رفتار شهروند سازمانی و ابعاد آن بود. عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی رابطه رفتار شهروند سازمانی و سرمایه اجتماعی پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار رفتار شهروند سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بود. سلطانزاده و قلاوندی (۱۳۹۲) در مطالعه خود به بررسی رابطه تکیه‌گاه‌های شغلی با جامعه‌پذیری سازمانی در اعضای هیات علمی دانشگاه ارومیه پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت تکیه‌گاه‌های شغلی با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن بود. آرش و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه خود به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و بروندهای نقش معلمان تازه‌کار در معلمان شهر تهران پرداختند. نتایج آنان نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن دارای رابطه مثبت با بروندهای نقش معلمان تازه‌کار دارد. مجیبی و نبوی (۱۳۹۳) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی کارکنان پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با مسئولیت اجتماعی کارکنان بود. رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی رابطه بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی با مسئولیت‌پذیری پرداختند. نتایج بیانگر آن‌اند که هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با مسئولیت‌پذیری می‌باشند. کاوسی (۱۳۹۴) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با فعالیت شغلی کارکنان پرداخت. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با فعالیت شغلی کارکنان بود. موسیوند و شفیع‌پور مطلق

1 . Coworker Support

2 . Future Prospects

(۱۳۹۴) به ارزیابی سطح سرمایه اجتماعی و رابطه رگرسیونی آن با تعالی سازمانی پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با تعالی سازمانی و ابعاد آن بود. سلطانزاده، قلاوندی و سید عباس زاده (۱۳۹۴) در مطالعه خود به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کارکنان دانشگاه ارومیه پرداختند. نتایج نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی دارای رابطه مثبت با مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ابعاد آن در کارکنان است.

اگزوم^۱ (۱۹۹۸) در مطالعه خود به بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و تعهد سازمانی با رضایت شغلی و تغییر نقش در دانشجویان پرداخت. نتایج نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی دارای رابطه مثبت با تعهد سازمانی و رضایت شغلی و رابطه منفی با تغییر نقش در دانشجویان است. فیلد و اسپنس^۲، از بنیان‌گذاران نظریه‌های حوزه سرمایه اجتماعی، در مقاله خود با عنوان «یادگیری غیررسمی و سرمایه اجتماعی» (۲۰۰۰) معتقدند بسیاری از یادگیری‌های غیررسمی در قالب وظایف روزمره و اغلب در تعاملات اجتماعی برنامه‌ریزی نشده بین افراد رخ می‌دهند. یادگیری‌های غیررسمی، دانش را به حوزه‌های مختلف سازمان منتقل می‌کنند که توسط شبکه‌ها اطلاعات پراکنده را تفسیر می‌کنند به تبادل داخلی و خارجی می‌پردازند. یادگیری‌های غیررسمی با شکلی از یادگیری تکامل می‌یابد که در آن، شبکه‌های غیررسمی، اعضای سازمان را کانال‌های ارتباطی متقابل در یادگیری سازمانی می‌دانند؛ زیرا آن‌ها از طریق برقراری روابط متقابل، تبادل دانش را برای افراد امکان‌پذیر می‌کنند. گروتار و بستلر (۲۰۰۲) در مقاله خود با عنوان «شناخت و سنجش سرمایه اجتماعی» معتقدند وقتی سرمایه اجتماعی بالا باشد: در روابط بین افراد، انتقال اطلاعات به‌سادگی انجام می‌شود و از این طریق، سوءاستفاده افراد از فرصت‌ها کاهش می‌یابد؛ انتقال اطلاعات در محیط سازمان تسهیل می‌شود و در نتیجه، شدت مشکل شکست بازار در حوزه اطلاعات کاهش می‌یابد؛ - فعالیت‌های جمعی از طریق شبکه‌های غیررسمی، منافع حاصل از همکاری و توافق را افزایش می‌دهد و انتقال اطلاعات به‌آسانی صورت می‌گیرد؛ اعتماد متقابل، مبنای یادگیری سازمانی است؛ افراد، دانش ضمنی خود را به اشتراک می‌گذارند و در اثر این تلاش جمعی و مشارکتی، یادگیری سازمانی شتاب می‌گیرد؛ کیفیت و گشودگی روابط بین افراد در سطحی بالا قرار دارد و در نتیجه، توانایی یادگیری زیاد است؛ دستاوردهای گروه می‌تواند به وضع یا ایجاد استاندارد یادگیری متقابل برای کل سازمان کمک کند. بیگیلاردی و پترونی^۳ (۲۰۰۵) اظهار کرده‌اند که جامعه‌پذیری سازمان با آرزوهای شغلی رابطه مثبت دارد. بر اساس این مطالعه، جامعه‌پذیری سازمانی به احساس وجود فرصت‌های شغلی در سازمان اشاره دارد. این احساس وجود فرصت شغلی، از یک‌طرف سبب افزایش و تقویت ارکان کار راه شغلی افراد که بخشی از خودپنداره شغلی آن‌هاست، می‌شود و از طرف دیگر موجب کاهش تمایل به ترک خدمت می‌شود. همچنین، چشم‌انداز شغلی و ایجاد چشم‌انداز مناسب از طرف سازمان به ایجاد امیدواری در کارکنان منجر می‌شود و بدین ترتیب انواع آرزوهای شغلی را تعدیل و تقویت نموده و تفاهم بین سازمان و کارکنان در کنار حمایت همکاران، کارمندان را برای فعالیت کارآمد تشویق و ترغیب می‌کند. لین و یوان^۴ (۲۰۰۵) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و توانایی کارآفرینان بر عملکرد کارکنان پرداختند. نتایج بیانگر تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی و توانایی کارآفرینان بر عملکرد کارکنان می‌باشد. الن^۵ (۲۰۰۶) و چائو^۶ (۲۰۰۲) در تحقیقاتی مشابه به این نتیجه رسیدند که روش‌های جامعه‌پذیری سازمانی، سازمان‌ها را قادر می‌سازد که کارکنان جدید را جذب سازمان کنند، همچنین جذب شدن به کار، رابطه منفی با ترک شغل دارد و روابط بین برخی از روش‌های جامعه‌پذیری، تعهد سازمانی و ترک شغل را تعدیل می‌کند. کروز و همکاران^۷ (۲۰۰۶) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی، مشارکت، انسجام و تعاملات اجتماعی با بهبود عملکرد و ارتقای کیفیت سازمانی پرداختند. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه

- 1 . Exum
2. Field & Spence
- 3 . Bigliardi & Petroni,
- 4 . Lin & Yin-Mei
5. Allen
- 6 . Chow
- 7 . Krause, Handffield & Bevlerly

اجتماعی، مشارکت، انسجام و تعاملات اجتماعی با بهبود عملکرد و ارتقای کیفیت سازمانی بود. نان چن و همکاران^۱ (۲۰۰۷) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جهت‌گیری کارآفرینانه و منابع سازمانی پرداخت. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با جهت‌گیری کارآفرینانه و منابع سازمانی می‌باشد. کرو^۲ (۲۰۰۷) تحقیقی را با عنوان جامعه‌پذیری حرفه‌ای و سازمانی معلمان انجام دادند. نتایج نشان داد که تجربیات معلمان با تجربیات زبان‌بار سال اول خدمت مرتبط بود و این تجارب ناشی از مسائل مدیریتی بود. کوه^۳ (۲۰۰۸) در مطالعه خود با بررسی روش‌های جامعه‌پذیری و سازگاری مهندسان جوان با سازمان پرداخت. نتایج نشان داد که روش‌های جامعه‌پذیری به میزان زیادی وضوح نقش تازه‌کار، انسجام گروه کاری و سلطه شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و این نتایج منجر به افزایش رضایت شغلی و تعهد سازمانی می‌شود. فورنیر^۴ (۲۰۰۸) به بررسی رابطه رضامندی ارتباطی با رفتار شهروند سازمانی پرداخت. نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار رضامندی ارتباطی با رفتار شهروند سازمانی بود. زنگ و جان^۵ (۲۰۰۹) به بررسی اثر منابع سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی پرداختند. نتایج بیانگر تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی کارکنان بود. نورمن و همکاران^۶ (۲۰۱۰) به بررسی تأثیرات تعاملی سرمایه روان‌شناختی و تعهد سازمانی بر رفتار شهروند سازمان کارکنان پرداختند. نتایج بیانگر تأثیر مثبت و معنادار سرمایه روان‌شناختی بر رفتار شهروند سازمانی کارکنان بود. آرنی^۷ (۲۰۱۰) تحقیقی را با عنوان تجربه‌های جامعه‌پذیری ناشی از دستیاری آموزش مهندسی در دانشگاه پوردو ایندیانا انجام دادند. نتایج نشان داد که مشارکت در آموزش دستیاران آموزشی از انواع مختلف، تعامل با گروه‌های مختلف افراد، تعهد داشتن به مسئولیت‌های گوناگون دستیاران آموزشی، آموزش و پژوهش متعادل، ایجاد برخی مهارت‌ها به نوع انتصاب در دستیاری بستگی داشت.

سوالات تحقیق

۱. آیا سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟
۲. آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟
۳. آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟
۴. آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟
۵. آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟
۶. آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

1 . Nan-Chen, Lun-Chung, Wei-Ming, & Kai-Ti
 2 . Crow
 3 . Kowtha
 4 . Fournier, William
 5 . Zheng, Wei; Wei, Jun
 6 . Norman, Avey, Nimmicht, & Pigeon
 7 . Irene

روش تحقیق

پژوهش حاضر با توجه به فلسفه پژوهش، پژوهش کمی، با توجه به هدف از نوع مطالعات کاربردی و از لحاظ شیوه جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آنها؛ روش مورد استفاده روش توصیفی و از نوع مطالعات همبستگی می‌باشد.

جامعه پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشند. در راستای برآورد حجم نمونه پژوهش از جدول مورگان استفاده شد لذا حجم نمونه آماری ۱۴۹ نفری تعیین گردید، لذا با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۱۴۹ کارمند از میان کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر به عنوان اعضای نمونه انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند.

جهت سنجش سرمایه اجتماعی و ابعاد آن از پرسشنامه محقق ساخته ۲۷ سؤالی بر مبنای دیدگاه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) به منظور سنجش سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در کارکنان که پس از بررسی‌های صورت گرفته توسط محقق و بر اساس مطالعات نظری و تجربی در مفهوم سرمایه اجتماعی (ابعاد و شاخص‌ها) انتخاب گردید، استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۳ بعد و ۲۷ سؤال و بر اساس مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای به شرح زیر می‌باشد:

جدول (۱) ابعاد و سؤالات پرسشنامه سرمایه اجتماعی

متغیر	تعداد سؤالات	شماره سؤالات
۱ بعد شناختی	۹	۱-۹
۲ بعد ساختاری	۹	۱۰-۱۸
۳ بعد رابطه‌ای	۹	۱۹-۲۷
۴ سرمایه اجتماعی	۲۷	۱-۲۷

جهت سنجش جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن از پرسشنامه محقق ساخته ۲۴ سؤالی بر مبنای دیدگاه (تائورمینا، ۱۹۹۷) به منظور سنجش جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان که پس از بررسی‌های صورت گرفته توسط محقق و بر اساس مطالعات نظری و تجربی در مفهوم سرمایه اجتماعی (ابعاد و شاخص‌ها) انتخاب گردید، استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۴ بعد و ۲۴ سؤال و بر اساس مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای به شرح زیر می‌باشد:

جدول (۲) ابعاد و سؤالات پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی

متغیر	تعداد سؤالات	شماره سؤالات
۱ مهارت آموزش	۶	۱-۶
۲ تفاهم	۶	۷-۱۲
۳ حمایت کارکنان	۶	۱۳-۱۸
۴ چشم‌انداز از آینده سازمان	۶	۱۹-۲۴
۵ جامعه‌پذیری سازمانی	۲۴	۱-۲۴

در پژوهش حاضر جهت تعیین پایایی ابزار پژوهش از روش آلفای کرانباخ استفاده شد، لذا ابزار مدنظر بر روی ۳۰ پاسخگو که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند اجرا و سپس ضرایب پایایی مدنظر محاسبه شد که نتایج آن در جدول زیر ارائه خواهد شد.

جدول (۳) ضرایب پایایی مقیاس سرمایه اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی

ابعاد کیفیت زندگی کاری	تعداد سؤالات	شماره سؤالات	آلفای کرانباخ
بعد شناختی	۹	۱-۹	۰/۸۱
بعد ساختاری	۹	۱۰-۱۸	۰/۸۳
بعد رابطه‌ای	۹	۱۹-۲۷	۰/۸۴
سرمایه اجتماعی	۲۷	۱-۲۷	۰/۸۰
مهارت آموزش	۶	۱-۶	۰/۸۷
تفاهم	۶	۷-۱۲	۰/۸۵
حمایت کارکنان	۶	۱۳-۱۸	۰/۸۲
چشم‌انداز از آینده سازمان	۶	۱۹-۲۴	۰/۸۶
جامعه‌پذیری سازمانی	۲۴	۱-۲۴	۰/۹۰

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب پایایی آلفای کرانباخ، از آنجاکه ضرایب پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در دامنه حداقل ۰/۸۰ تا ۰/۹۰ قرار دارد می‌توان گفت ابزار از ویژگی پایایی مناسب برخوردار است، همچنین از آنجاکه ضرایب پایایی پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در دامنه حداقل ۰/۸۰ تا ۰/۹۲ قرار دارد می‌توان گفت ابزار از ویژگی پایایی مناسب برخوردار است.

جهت تعیین روایی مقیاس سرمایه اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی در پژوهش حاضر از فن تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. هدف اصلی این نوع فن نیز آزمون فرضیاتی در باب تعداد عوامل زیربنایی موجود در مجموعه‌ای از متغیرها، روابط عامل‌ها با نشانگرها و برازش مدل اندازه‌گیری با توجه به مبانی نظری و تجربی در باب یک مجموعه از متغیرها می‌باشد و زمانی بکار می‌رود که عوامل مکنون موجود در یک مجموعه از متغیرها دارای یک سطح باشند، طوری که عامل‌های مکنون ما خود ناشی از عوامل مکنون دیگر نباشند.

جدول (۴) شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول ابزارهای پژوهش

ردیف	شاخص	ملاک	سرمایه اجتماعی	جامعه‌پذیری سازمانی
۱	خی دو	UP ۰/۰۵۱P:	۴۳۱/۰۸	۴۰۶/۹۸
۲	درجه آزادی	-	۳۲۵	۳۰۲
۳	نسبت	۲ و کمتر	۱,۳۲	۱,۳۵
۴	RMSEA	۰/۰۵ و پایینتر	۰/۰۳۸	۰/۰۲۹
۵	CFI	حداقل ۰/۹	۰/۹۰	۰/۹۴
۶	GFI	حداقل ۰/۹	۰/۹۱	۰/۹۲
۷	AFGI	حداقل ۰/۹	۰/۹۰	۰/۹۰
۸	PGFI	حداقل ۰/۵	۰/۵۷	۰/۸۲

با توجه به نتایج حاصل از شاخص‌های برازندگی در مدل‌های اندازه‌گیری تحلیل عاملی تأییدی ابزارهای پژوهش می‌توان گفت: مقدار خی دو حاصل در تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها در سطح ۰/۰۵ معنادار نمی‌باشد و حاکی از برازش مدل مفهومی با مدل تجربی ابزار مد نظر دارد می‌باشد. همچنین نسبت خی دو بر درجه آزادی در تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها نیز با توجه به ملاک مد نظر بیانگر برازش مناسب مدل مفهومی ابزارها با داده‌هاست.

مقدار شاخص RMSEA در تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها در دامنه ملاک قابل قبول قرار دارد و این امر نیز گویای مقدار خطای قابل قبول در تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها می‌باشد. مقادیر شاخص‌های AGFI, GFI, CFI و PGFI در تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها نیز با توجه به ملاک مدنظر مطلوب ارزیابی می‌گردند و نشانگر برآزش مناسب تمامی مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها می‌باشد؛ بنابراین با توجه به نتایج مدل‌های اندازه‌گیری ابزارها؛ می‌توان گفت: تمامی ابزارهای پژوهش دارای برآزش مناسب و قابل قبول (روایی) می‌باشند.

در پژوهش حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های آماری و با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS و LISREL به شرح زیر استفاده خواهد شد. در تحلیل توصیفی داده‌ها از جداول توزیع فراوانی، شاخص‌های مرکزی (نم، میان و میانگین)، شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار و واریانس) استفاده خواهد شد. در آزمون سؤالات پژوهش از تکنیک‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره خطی استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

جدول (۵) بررسی توصیفی وضعیت متغیر سرمایه اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی

ردیف	متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد
۱	سرمایه اجتماعی	۱۴۹	۳/۲۵	۱/۰۱
۲	بعد شناختی	۱۴۹	۳/۱۷	۱/۱۱
۳	بعد ساختاری	۱۴۹	۳/۲۶	۱/۰۶
۴	بعد رابطه‌ای	۱۴۹	۳/۳۳	۱/۰۴
۵	جامعه‌پذیری سازمانی	۱۴۹	۳/۱۵	۱/۰۹
۶	مهارت آموزش	۱۴۹	۳/۲۴	۱/۰۷
۷	تفاهم	۱۴۹	۳/۱۸	۱/۰۲
۸	حمایت کارکنان	۱۴۹	۳/۱۴	۱/۰۴
۹	چشم‌انداز از آینده سازمان	۱۴۹	۳/۰۶	۱/۰۸

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل توصیفی داده‌ها؛ میانگین و انحراف استاندارد متغیر سرمایه اجتماعی به ترتیب (۳/۲۵ و ۱/۰۱) می‌باشد. میانگین و انحراف استاندارد ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی به ترتیب عبارت‌اند از: بعد شناختی (۳/۱۷ و ۱/۱۱)، بعد ساختاری (۳/۲۶ و ۱/۰۶) و بعد رابطه‌ای (۳/۳۳ و ۱/۰۴). میانگین و انحراف استاندارد متغیر جامعه‌پذیری سازمانی به ترتیب (۳/۱۵ و ۱/۰۹) می‌باشد. میانگین و انحراف استاندارد ابعاد متغیر جامعه‌پذیری سازمانی به ترتیب عبارت‌اند از: بعد مهارت آموزش (۳/۲۴ و ۱/۰۷)، بعد تفاهم (۳/۱۸ و ۱/۰۲)، بعد حمایت کارکنان (۳/۱۴ و ۱/۰۴) و بعد چشم‌انداز از آینده سازمان (۳/۰۶ و ۱/۰۸).

سؤال اول: آیا سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۶) بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن

متغیر مستقل	متغیر وابسته	فراوانی	ضریب همبستگی	رتبه همبستگی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی	جامعه‌پذیری سازمانی	۱۴۹	۰/۳۶۶	-	۰/۰۵
	مهارت آموزش	۱۴۹	۰/۳۲۱	۴	۰/۰۵
	تفاهم	۱۴۹	۰/۳۵۱	۲	۰/۰۵
	حمایت کارکنان	۱۴۹	۰/۳۴۲	۳	۰/۰۵
	چشم‌انداز از آینده سازمان	۱۴۹	۰/۳۹۸	۱	۰/۰۵

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با متغیر جامعه‌پذیری سازمانی به مقدار (۰/۳۶۶) در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با ابعاد متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی سرمایه اجتماعی با بعد مهارت آموزش (۰/۳۲۱)، بعد تفاهم (۰/۳۵۱)، بعد حمایت کارکنان (۰/۳۴۲) و بعد چشم‌انداز از آینده سازمان (۰/۳۹۸) می‌باشد. با توجه به مقادیر همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد چشم‌انداز از آینده سازمان دارای بیشترین همبستگی و بعد مهارت آموزش دارای کمترین همبستگی با متغیر سرمایه اجتماعی می‌باشد.

سؤال دوم: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۷) بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی

ضریب همبستگی		ضریب رگرسیونی		فراوانی	ابعاد سرمایه اجتماعی	
Sig.	رتبه	Beta	رتبه			
۰/۰۵	۱	۰/۳۲۱	۱	۱۴۹	بعد شناختی	۱
۰/۰۵	۲	۰/۳۱۱	۲	۱۴۹	بعد ساختاری	۲
۰/۰۵	۳	۰/۲۶۵	۳	۱۴۹	بعد رابطه‌ای	۳
Sig. ۰/۰۵	F ۱۳/۰۲			۰/۳۸۷	ضریب همبستگی چندگانه	
				۰/۱۴۹	ضریب تعیین چندگانه	
				۰/۱۴۱	ضریب تعیین اصلاح شده	

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۳۶۵)، بعد ساختاری (۰/۳۴۱) و بعد رابطه‌ای (۰/۳۱۷). با توجه به مقادیر همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین همبستگی و بعد رابطه‌ای دارای کمترین همبستگی با جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره خطی می‌توان گفت: ضریب همبستگی چندگانه (۰/۳۸۷)، ضریب تعیین چندگانه (۰/۱۴۹) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۱۴۱) ابعاد سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی با عنایت به شاخص F در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی قادر به تبیین معنادار ۱۴/۱٪ واریانس متغیر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشند. ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای اثر مثبت و معنادار بر متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) ابعاد سرمایه اجتماعی بر

جامعه‌پذیری سازمانی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۳۲۱)، بعد ساختاری (۰/۳۱۱) و بعد رابطه‌ای (۰/۲۶۵). با توجه به مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین اثر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین اثر بر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

سؤال سوم: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۸) بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی

ضریب رگرسیونی			ضریب همبستگی			فراوانی	ابعاد سرمایه اجتماعی	
Sig.	رتبه	Beta	Sig.	رتبه	R			
۰/۰۵	۲	۰/۲۶۳	۰/۰۵	۲	۰/۲۸۷	۱۴۹	بعد شناختی	۱
۰/۰۵	۱	۰/۲۷۸	۰/۰۵	۱	۰/۳۱۹	۱۴۹	بعد ساختاری	۲
۰/۰۵	۳	۰/۲۴۲	۰/۰۵	۳	۰/۲۶۱	۱۴۹	بعد رابطه‌ای	۳
Sig. ۰/۰۵	F ۸/۵۲		۰/۳۰۲			ضریب همبستگی چندگانه		
			۰/۰۹۱			ضریب تعیین چندگانه		
			۰/۰۹			ضریب تعیین اصلاح شده		

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با بعد مهارت آموزش متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۲۸۷)، بعد ساختاری (۰/۳۱۹) و بعد رابطه‌ای (۰/۲۶۱). با توجه به مقادیر همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد ساختاری دارای بیشترین همبستگی و بعد رابطه‌ای دارای کمترین همبستگی با بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره خطی می‌توان گفت: ضریب همبستگی چندگانه (۰/۳۰۲)، ضریب تعیین چندگانه (۰/۰۹۱) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۰۹) ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی با عنایت به شاخص F در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی قادر به تبیین معنادار ۰/۰۹٪ واریانس بعد مهارت آموزش متغیر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشند. ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای اثر مثبت و معنادار بر بعد مهارت آموزش متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) ابعاد سرمایه اجتماعی بر بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۲۶۳)، بعد ساختاری (۰/۲۷۸) و بعد رابطه‌ای (۰/۲۴۲). با توجه به مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مذکور می‌توان گفت بعد ساختاری دارای بیشترین اثر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین اثر بر بعد مهارت آموزش جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

سؤال چهارم: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۹) بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی

ضریب رگرسیونی			ضریب همبستگی			فراوانی	ابعاد سرمایه اجتماعی	
Sig.	رتبه	Beta	Sig.	رتبه	R			
۰/۰۵	۱	۰/۲۸۹	۰/۰۵	۱	۰/۳۲۷	۱۴۹	بعد شناختی	۱
۰/۰۵	۲	۰/۲۷۲	۰/۰۵	۲	۰/۳۱۹	۱۴۹	بعد ساختاری	۲

۰/۰۵	۳	۰/۲۵۴	۰/۰۵	۳	۰/۳۱۶	۱۴۹	بعد رابطه‌ای	۳
Sig. ۰/۰۵	F ۹/۹۷			۰/۳۳۵			ضریب همبستگی چندگانه	
				۰/۱۱۲			ضریب تعیین چندگانه	
				۰/۱۰۲			ضریب تعیین اصلاح شده	

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با بعد تفاهم متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۳۲۷)، بعد ساختاری (۰/۳۱۹) و بعد رابطه‌ای (۰/۳۱۶). با توجه به مقادیر همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین همبستگی و بعد رابطه‌ای دارای کمترین همبستگی با بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره خطی می‌توان گفت: ضریب همبستگی چندگانه (۰/۳۳۵)، ضریب تعیین چندگانه (۰/۱۱۲) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۱۰۲) ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی با عنایت به شاخص F در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی قادر به تبیین معنادار ۱۰/۲٪ واریانس بعد تفاهم متغیر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشند. ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای اثر مثبت و معنادار بر بعد تفاهم متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) ابعاد سرمایه اجتماعی بر بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۲۸۹)، بعد ساختاری (۰/۲۷۲) و بعد رابطه‌ای (۰/۲۵۴). با توجه به مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین اثر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین اثر بر بعد تفاهم جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

سؤال پنجم: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۱۰) بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی

ضریب رگرسیونی		ضریب همبستگی			فراوانی	ابعاد سرمایه اجتماعی		
Sig.	رتبه	Beta	Sig.	رتبه				R
۰/۰۵	۲	۰/۲۹۱	۰/۰۵	۲	۰/۳۴۹	۱۴۹	بعد شناختی	۱
۰/۰۵	۱	۰/۳۱۲	۰/۰۵	۱	۰/۳۵۲	۱۴۹	بعد ساختاری	۲
۰/۰۵	۳	۰/۲۸۳	۰/۰۵	۳	۰/۳۳۸	۱۴۹	بعد رابطه‌ای	۳
Sig. ۰/۰۵	F ۱۳/۲۴			۰/۳۶۱			ضریب همبستگی چندگانه	
				۰/۱۳۰			ضریب تعیین چندگانه	
				۰/۱۲۴			ضریب تعیین اصلاح شده	

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با بعد حمایت کارکنان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۳۴۹)، بعد ساختاری (۰/۳۵۲) و بعد رابطه‌ای (۰/۳۳۸). با توجه به مقادیر

همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد ساختاری دارای بیشترین همبستگی و بعد رابطه‌ای دارای کمترین همبستگی با بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره خطی می‌توان گفت: ضریب همبستگی چندگانه (۰/۳۶۱)، ضریب تعیین چندگانه (۰/۱۳۰) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۱۲۴) ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی با عنایت به شاخص F در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی قادر به تبیین معنادار ۱۲/۴٪ واریانس بعد حمایت کارکنان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشند. ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای اثر مثبت و معنادار بر بعد حمایت کارکنان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) ابعاد سرمایه اجتماعی بر بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۲۹۱)، بعد ساختاری (۰/۳۱۲) و بعد رابطه‌ای (۰/۲۸۳). با توجه به مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مذکور می‌توان گفت بعد ساختاری دارای بیشترین اثر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین اثر بر بعد حمایت کارکنان جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

سؤال ششم: آیا ابعاد سرمایه اجتماعی دارای رابطه معنادار با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر می‌باشد؟

جدول (۱۱) بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی

ضریب رگرسیونی		ضریب همبستگی			فراوانی	ابعاد سرمایه اجتماعی	
Sig.	رتبه	Beta	Sig.	رتبه			
۰/۰۵	۱	۰/۳۶۹	۰/۰۵	۱	۰/۴۰۲	۱۴۹	بعد شناختی
۰/۰۵	۲	۰/۳۲۷	۰/۰۵	۲	۰/۳۸۷	۱۴۹	بعد ساختاری
۰/۰۵	۳	۰/۳۰۱	۰/۰۵	۳	۰/۳۴۳	۱۴۹	بعد رابطه‌ای
Sig. ۰/۰۵	F ۱۵/۷۸				۰/۴۱۵	ضریب همبستگی چندگانه	
					۰/۱۷۲	ضریب تعیین چندگانه	
					۰/۱۶۵	ضریب تعیین اصلاح شده	

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل ضرایب همبستگی پیرسون می‌توان گفت: ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای رابطه مثبت و معنادار با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر همبستگی ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۴۰۲)، بعد ساختاری (۰/۳۸۷) و بعد رابطه‌ای (۰/۳۴۳). با توجه به مقادیر همبستگی مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین همبستگی و بعد رابطه‌ای دارای کمترین همبستگی با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره خطی می‌توان گفت: ضریب همبستگی چندگانه (۰/۴۱۵)، ضریب تعیین چندگانه (۰/۱۷۲) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۱۶۵) ابعاد سرمایه اجتماعی با بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی با عنایت به شاخص F در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بیانگر آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی قادر به تبیین معنادار ۱۶/۵٪ واریانس بعد چشم‌انداز از آینده سازمان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشند. ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی دارای اثر مثبت و معنادار بر بعد چشم‌انداز از آینده سازمان متغیر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵ می‌باشد. مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) ابعاد سرمایه اجتماعی بر بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی عبارت‌اند از: بعد شناختی (۰/۳۶۹)، بعد ساختاری (۰/۳۲۷) و بعد رابطه‌ای (۰/۳۰۱). با توجه به مقادیر اثر (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) مذکور می‌توان گفت بعد شناختی دارای بیشترین اثر و بعد رابطه‌ای دارای کمترین اثر بر بعد چشم‌انداز از آینده سازمان جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در گزارش‌ها و سمینارهای مختلف از سرمایه اجتماعی با عناوین مختلفی همچون حلقه گم‌شده توسعه، شاخص رشد و توسعه، چسب اجتماعی^۱، مطلوبیت اقتصادی، سرمایه جذاب، مهارت اساسی زندگی امروزی، روحیه ملی، ویژگی اصلی جامعه‌ها و ملت‌ها، ارتقادهنده انگیزه فردی به عرف‌های هنجاری، نهادی و گروهی یادشده است. در مجموع، سرمایه اجتماعی، نوعی روغن اجتماعی دانسته می‌شود که در مناسبات بین افراد نقش دارد؛ یعنی در عین تسهیل کردن مناسبات، چسبندگی هم ایجاد می‌کند؛ به عبارتی هم چسب اجتماعی است و هم روغن اجتماعی؛ بدان معنا که زبری‌ها و اصطکاک‌های افراد و واحدها را کم و برخوردها و مناسبات را تسهیل می‌کند و در عین حال، همچون یک چسب اجتماعی، افراد را کنار هم و در یک محیط تعامل اجتماعی نگاه می‌دارد (وان دت^۲، ۲۰۰۳: ۸۴). هدف‌هایی که در صورت نبود سرمایه اجتماعی، دست‌یافته به آن‌ها تنها با صرف هزینه‌های زیاد، امکان‌پذیر می‌شود. باوجود سرمایه اجتماعی، هزینه‌های دست یافتن به آن‌ها کاهش می‌یابد. به‌زعم کلمن، سرمایه اجتماعی، مقوله‌ای واحد نیست؛ بلکه انواع گوناگون دارد که همه دارای دو ویژگی مشترک‌اند: نخست، آنکه شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند و دوم، آنکه واکنش‌های معین افراد درون ساختار را تسهیل می‌کنند. کلمن سازمان اجتماعی را پدیدآورنده سرمایه اجتماعی دانسته است؛ به عبارتی از نظر کلمن، کارکردی که به‌وسیله مفهوم سرمایه اجتماعی مشخص می‌شود، ارزش جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی برای کنشگران است که به‌منزله منابع کنشگران می‌توانند برای تحقق یافتن علايقشان از آن‌ها استفاده کنند (کلمن، ۱۹۹۷: ۶۴). در کنار این مسئله سازمان‌ها امروزه شاهد تغییرات سریع و پیش‌بینی نشدنی زیادی در محیط هستند. رقابت فزاینده جهانی، توسعه و گسترش فناوری اطلاعات و تغییرات در ویژگی‌های جمعیت شناختی نیروی انسانی در قلب تغییرات قرار دارد. در چنین شرایطی مدیران فرصت‌چندانی برای کنترل کارکنان ندارند و باید بیشترین وقت و نیروی خود را صرف شناسایی محیط داخلی و خارجی سازمان کنند و سایر وظایف روزمره را به عهد کارکنان بگذارند. از این‌رو مهم‌ترین مزیت رقابتی در سازمان‌ها، کارکنان متعهد، برانگیخته و وظیفه‌شناس است. هدف اصلی جامعه‌پذیری آن است که برای کارکنان اطلاعات کافی، به شکل تصور واقعی از شغل، قبل از ورود به سازمان مهیا نماید. جامعه‌پذیری مؤثر می‌تواند با افزایش سازگاری فرد و سازمان و سازگاری فرد و شغل با قصد ترک شغل سازمانی تأثیرات سازنده پایداری بر کارکنان داشته باشد. جامعه‌پذیری می‌تواند موجب کاهش عدم اطمینان گردد، تئوری کاهش عدم اطمینان می‌گوید که تازه‌واردها در سازمان تمایل دارند پیش‌بینی‌های تعاملی بین خودشان و دیگران همراه با سازمان‌های جدید را افزایش دهند. برنامه‌های جامعه‌پذیری در سازمان‌ها و نهادها برای ترویج و ارتقاء سازگاری کارکنان در سازمان طراحی و اجرا می‌شوند. آموزش‌هایی که در نهادها و سازمان‌های مختلف برای این منظور استفاده و اجرا می‌شوند، بسیار سودمند هستند، چراکه باعث می‌شود تا کارکنان از سطح مهارت‌های فنی و کارکردی مناسبی برخوردار شوند و بدین ترتیب در سازمان‌ها کارآمدتر شده و رضایت بیشتری را تجربه کنند، از طرف دیگر ارائه آموزش‌های لازم برای سازگاری با فضای کاری و اجتماعی سازمان، باعث می‌شود تا کارکنان نیز به نحو شایسته‌ای نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان احساس تعهد کنند.

- هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد. جامعه پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر گردید. نتایج بیانگر آن هستند که:
- رابطه سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.
 - رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار هست.

• رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد.

نتایج پژوهش حاضر با نتایج مطالعات نادى و همکاران (۱۳۸۸)، حسن‌زاده ثمرین و مقیمی (۱۳۸۹)، دلاور و جهان‌تاب (۱۳۹۰)، هویدا، جمشیدیان و مختاری فر (۱۳۹۰)، حافظ‌نیا و بیگلری (۱۳۹۰)، جهانگیری و همکاران (۱۳۹۱)، عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۱)، سلطانزاده و قلاوندی (۱۳۹۲)، آرش و همکاران (۱۳۹۲)، مجیبی و نبوی (۱۳۹۳)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۴)، کاوسی (۱۳۹۴)، موسیوند و شفیع پور مطلق (۱۳۹۴)، سلطانزاده، قلاوندی و سید عباس‌زاده (۱۳۹۴)، آگروم (۱۹۹۸)، فیلد و اسپنس (۲۰۰۰)، گروتار و بستلر (۲۰۰۲)، بیگیاردی و پترونی (۲۰۰۵)، لین و یوان (۲۰۰۵)، الن (۲۰۰۶) و چائو (۲۰۰۲)، کروز و همکاران (۲۰۰۶)، نان چن و همکاران (۲۰۰۷)، کرو (۲۰۰۷)، کوته (۲۰۰۸)، فورنیر (۲۰۰۸)، زنگ و جان (۲۰۰۹)، نورمن و همکاران (۲۰۱۰) و آرینی (۲۰۱۰) بصورت مستقیم و غیر مستقیم همخوانی و همسویی دارد.

در نهایت راهکارهای زیر به مسئولین دانشگاه علوم دریایی جهت بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی و جامعه‌پذیری سازمانی در کارکنان پیشنهاد می‌گردد:

الف) راهکارهای بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در کارکنان:

۱. برای تقویت تعامل کارکنان با یکدیگر و به‌ویژه با همکاران قسمت‌های مختلف سازمان، زمینه‌های تعامل به‌وسیله گفت‌وگوهای اداری و نشست‌های رسمی و غیررسمی دربارهٔ مباحث و مسائل کاری را فراهم کنند.
۲. دوره‌های آموزش مهارت‌های اجتماعی را به‌ویژه برای کارکنان جوان، دارای تحصیلات پایین‌تر و سابقه خدمت کمتر و شاغل در منطقه‌های خدمتی محروم‌تر برگزار کنند تا رشد مهارت‌های اجتماعی در کارکنان بهبود یابد.
۳. زمینه مساعد را برای تقویت هنجارهای مشترک و اعتماد بین اعضای سازمان، از طریق اعمال نظرهای آنان در فرایند تعیین هنجارها و از جمله اعتماد و اثربخشی فردی و جمعی در سازمان، مشارکت‌دادن اعضا در مسائل و فعالیت‌های سازمان و همچنین حمایت‌های عاطفی، اجتماعی و اقتصادی از آنان فراهم کنند.
۴. به‌منظور فراهم‌آوردن زمینه مساعد برای گسترش شبکه‌های ارتباطی میان اعضای سازمان، از طریق ارتباط چهره به چهره و تلفنی به توسعه شبکه‌های ارتباطی اعضای سازمان اقدام کنند.
۵. به‌منظور فراهم‌آوردن زمینه برای تحرک شبکه‌های ارتباطی میان اعضای سازمان، از طریق ایجاد ارتباط با سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با مأموریت‌های سازمان اقدام کنند.
۶. به‌منظور فراهم‌آوردن زمینه برای تقویت انسجام ارتباطات میان اعضای سازمان، از طریق به‌وجودآوردن صمیمیت در امور سازمان، ایجاد توافق و مشارکت در امور سازمان و همچنین تقویت مهارت پذیرش متقابل بین اعضای سازمان اقدام کنند.
۷. برای فراهم‌آوردن زمینه به‌منظور تبادل دانش و اطلاعات بین اعضای سازمان، از راه‌های زیر اقدام کنند: تقویت گفت‌وگوهای حضوری و چهره به چهره میان اعضای سازمان؛ تقویت انگیزه برای مطالعه کتاب و روزنامه و نیز تفسیر و نقد آن‌ها میان اعضای سازمان؛ فراهم‌آوردن زمینه و امکانات لازم برای توسعه دامنه کسب دانش و اطلاعات اعضای سازمان به‌منظور تبادل آن‌ها در میان کارکنان.
۸. به‌منظور فراهم‌آوردن زمینه مناسب برای تبادل دانش و اطلاعات میان کارکنان، مدیران و مسئولان سازمان از راه‌های زیر اقدام کنند: فراهم‌آوردن زمینه برای گفت‌وگوهای حضوری و چهره به چهره میان کارکنان، مدیران و مسئولان سازمان؛ تشکیل‌دادن جلسه‌های گروهی میان کارکنان، مدیران و مسئولان سازمان به‌منظور تبادل دانش و اطلاعات؛ تشویق کارکنان به مطالعه کتاب و روزنامه و برگزاری مسابقه‌های گروهی تفسیر و نقد کتاب یا موضوع‌های مختلف؛ آموزش‌دادن مهارت‌های فناوری اطلاعات و چگونگی استفاده از آن‌ها به کارکنان، مدیران و مسئولان سازمان.

۹. به منظور فراهم آوردن زمینه مناسب برای شکل‌گیری شبکه‌های ارتباطی خارج از سازمان برای کارکنان باهدف تقویت سرمایه اجتماعی بین‌گروهی، از این راه‌ها اقدام کنند: فراهم آوردن زمینه مساعد برای ارتباط کارکنان با کارکنان دیگر مراکز خدمتی سازمان؛ فراهم کردن زمینه برای ارتباط کارکنان با دیگر مدیران دیگر مراکز خدمتی.

۱۰. برای تقویت و توسعه شبکه‌های ارتباطی میان کارکنان از راه‌های زیر اقدام کنند: حمایت کردن از کارکنان و تشویق آنان به مشارکت و فعالیت در نهادها و سازمان‌های جامعه؛ معرفی کارکنان به نهادها و سازمان‌های جامعه به‌منظور مشارکت و فعالیت در آن سازمان‌ها.

ب) راهکارهای بهبود وضعیت جامعه پذیری سازمانی و ابعاد آن در کارکنان:

۱. برای افزایش بعد مهارت آموزش در میان کارکنان پیشنهاد می‌گردد: بستری در سازمان فراهم گردد تا با ارائه آموزش‌های توجیهی کارکنان و اجتماعی شدن آنها سبب کاهش ابهام شغلی، تعارضات شغلی و ترک شغل در کارکنان گردد.
۲. برای افزایش بعد تفاهم در میان کارکنان پیشنهاد می‌گردد: بستری در سازمان فراهم گردد که کارکنان با اهداف، جایگاه، وظایف و نقش‌های سازمان در مقابل جامعه آشنا شوند. این کار می‌تواند درک مشترکی را از اهداف و نقش‌های سازمان در میان کارکنان فراهم کند.
۳. برای افزایش بعد حمایت در میان کارکنان پیشنهاد می‌گردد: که محیط سازمان، پذیرای روابط و تعاملات سازنده کارکنان با یکدیگر باشد که در نتیجه آن، روابط صمیمانه و شبکه‌های دوستی در میان کارکنان شکل گیرد.
۴. برای افزایش بعد چشم‌انداز از آینده سازمان در میان کارکنان پیشنهاد می‌گردد: که فرصت‌های رشد و پیشرفت شغلی بصورت عادلانه برای تمامی کارکنان میسر و بر عدالت سازمانی در همه ابعاد و سطوح تاکید خاص شود.

منابع

- اعتباریان، اکبر و خلیلی، مسعود (۱۳۸۷). رابطه کیفیت زندگی کاری و ابعاد آن با جامعه‌پذیری سازمانی: مطالعه موردی کارکنان سازمان تامین اجتماعی اصفهان، دانش و پژوهش در روان‌شناسی. شماره ۳۵ و ۳۶، صص ۱۰۶-۸۱
- آتش پور، سید حمید و لندران اصفهانی، سعیده (۱۳۸۶). فرآیند جامعه‌پذیری سازمانی. فصلنامه احیا، شماره ۳، صص ۱۹-۲۲.
- الوانی، مهدی و سیدنقوی، میر علی (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). ۹ (۳۳)، صص ۳-۲۶.
- آرش، مجید، احمدی اصل، فرهاد، عباسی، جعفر و علیپور، داوود (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و برون‌دادهای نقش معلمان تازه کار. فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، سال هشتم، شماره ۲، صص ۱۵-۷.
- سلطانزاده، وحید و قلاوندی، حسن (۱۳۹۲). مطالعه تکیه‌گاه‌های شغلی اعضای هیات علمی دانشگاه ارومیه و رابطه آن با جامعه‌پذیری سازمانی. فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی، ۹ (۲)، صص ۳۴-۹.
- سلطانزاده، وحید، قلاوندی، حسن و سید عباس زاده، میر محمد (۱۳۹۴). روابط ساده و ترکیبی بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی: مطالعه موردی کارکنان دانشگاه ارومیه. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۶ (۱)، ۱۸۹-۱۶۷.
- حافظ‌نیا، محمدرضا و بیگلری، محمد (۱۳۹۰). بررسی جایگاه سرمایه اجتماعی بر تصمیمات راهبردی. فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، ۸ (۳۴)، صص ۲۳-۴۲.
- حسن زاده ثمرین، تورج؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۸۹). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۳، صص ۱۲۳-۱۴۳.
- جهانگیری، علی؛ قوپرانلو، مهرنوش و حاج زاده، مصطفی (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار شهروند سازمانی. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ۳ (۸)، صص ۹۸-۸۳.

- دلور، علی و جهان‌تاب، محمد (۱۳۹۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر احساس امنیت. مطالعات امنیت اجتماعی. دوره جدید. ۱۵ (۲۷)، ۷۳-۹۵.
- رحیمی، حمید؛ مدنی، سید احمد؛ محمدیان، آسیه (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین هوش اخلاقی و سرمایه اجتماعی با مسئولیت پذیری دانشجویان. مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی، دوره ۱۴، ۵ (۱)، ۱۰۱-۱۲۵.
- عباس زاده، محمد؛ بوداقتی، علی؛ مقتدایی، لیلا؛ حسن پور، محمد، حسین پور، ابراهیم (۱۳۹۱). بررسی رابطه رفتار شهروند سازمانی و سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه تبریز. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۹ (۴)، ۳۳-۶۷.
- علمی، زهرا، شارع پور، محمود، حسینی، سید امیرحسین (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی و چگونگی تأثیر آن بر اقتصاد. مجله تحقیقات اقتصادی. دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران. ۱۷ (۷۱)، ۲۳۹-۲۹۶.
- کاوسی، اسماعیل (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با فعالیت شغلی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۷ (۴)، ۸۵-۱۰۴.
- مجیبی، تورج و نبوی، فرشته (۱۳۹۳). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه. فصلنامه مدیریت (پژوهشگر)، ۱۱ (۳۶)، ۳۱-۴۰.
- موحد، مجید و عباسی شوازی، محمد تقی (۱۳۸۵). بررسی رابطه جامعه پذیری و نگرش دختران به ارزش های سنتی و مدرن در زمینه روابط بین شخصی دو جنس پیش از ازدواج، مطالعات زنان، ۴ (۱)، ۶۷-۹۹.
- موسیوند، مریم؛ شفیع پور مطلق، فرهاد (۱۳۹۴). ارزیابی سطح سرمایه اجتماعی و رابطه رگرسیونی آن با تعالی سازمانی در سازمان دانشگاه آزاد اسلامی. مجله آموزش و ارزشیاب، ۸ (۳۰)، ۹-۲۷.
- نادی، محمد علی، گل پرور، محسن و سیادت، سید علی (۱۳۸۸). جامعه پذیری سازمانی و آرزوهای شغلی کارکنان در محیط های کاری، جامعه شناسی کاربردی، ۲۱ (۳۷)، ۱۷۶-۱۵۹.
- هویدا، رضا، جمشیدیان، عبدالرسول و مختاری فر، حجت الله (۱۳۹۰). رابطه جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در بین دبیران مدارس متوسطه شهر همدان. فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، ۲۲ (۳)، ۸۲-۶۳.
- Adler, PS, Seok-W K. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. The Academy of Management Review. 27, 1. PP.17-40.
- Allen, D. G. (2006). "Do organizational socialization tactics influence newcomer embeddedness and turnover?" Journal of Management. 32 (2), 237- 256.
- Antonacopoulou, E.P & Guttel, W.H. (2010)".Staff induction practices and organizational socialization: A review and extension of the debate", Society and Business Review, 5(1), 22-47.
- Bigliardi, B. and Petroni, A. (2005). "Organizational socialization, career aspirations and turnover intentions among design engineers".Leadership and organization development journal, 26(6), 424- 441.
- Burt, R. S. (2000). The Network Structure of Social Capital. In: Sutton, R.I. and Staw, B. M. (Eds.). Research in Organizational Behavior. Greenwich. C. T.: J. A. I.
- Cascio, Wuyne. F. (1992). Cascio, Wuyne. F. (1992). Managing Human Resources, Second Edition, Mc. Graw Hill Book. Company.
- Chow, I. (2002). "Organizational socialization and career success of Asian managers". International Journal of Human Resource Management 13 (4), 720-737.
- Cohen, A. & Veled-Hecht, A. (2008). "The relationship between organizational socialization and commitment in the workplace among employees in long-term nursing care facilities", Journal of Personnel Review, 39(5), 537-556.
- Colman, J. S. (1997). Family, School and Social Capital. In: L. J. Saha. (Ed). Intervational Encyclopedia of the Sociology of Education. Oxford.
- Cooper- Thomas, H.D & Anderson, N. (2006). "Organizational socialization A new theoretical model and recommendations for future research and HRM practices in organizations", Journal of managerial Psychology, 21 (5), 492-516
- Crow, G. (2007). Professional and Organizational Socialization of New English Headteachers in School Reform Contexts, Educational Management Administration Leadership, 35 (1), 51-71.
- Exum, M. E. (1998). An examination of the relationship between organizational socialization and the organizational commitment, job satisfaction, and role orientation of new student affairs professionals. Dissertation for the Degree Doctor of Philosophy. Ohio University.
- Field, J. and Spence, L. (2000). Social, Capital and Informal Learning. F. Coffield (Ed.). The Necessity of Informal Learning. Bristol, Policy Press.

- Filstad, C. (2004). "How newcomers use role models in organizational socialization", *The Journal of Workplace Learning*, 16(7), 1366-5626.
- Fournier, William H. (2008). *Communication Satisfaction, Interactional Justice, and Organizational Citizenship Behaviors: Staff Perceptions in a University Environment*, A dissertation (PhD) presented to the faculty of the Scripps College of Communication of Ohio University.
- Fukuyama, F. (2001). Social, Capital, Civil Society and Development. *Third World Quarterly*. 22, 1. , 7-20.
- Gao_ J. (2011) a Model of Organizational Socialization and Turnover Intention *International Journal of E-Business Development*, 1(1): 22-25.
- Ge, J.; Su, X. & Zhou, Y.(2010). "Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior", *Nankai Business Review International*, 1(2), 166-179.
- Gordon H. (1984). Marking Sense of Qwl Programs, *Business Horizons*, and January. Februry, 37-49.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78. PP.1360-1380.
- Grootaert, C. and Van Bastelaer, T. (2002). Understanding and Measuring Social Sapital: A Synthesis of Findings and Recommendationds. World Bank S. C. I. Working Paper. Nú24. <http://www.iris.umd.edu/adass/proj/soccap.asp>.
- Gruman, J.A.; Saks, A.M.& Zweig,D.I. (2006). "Organizational socialization tactics and newcomer proactive behaviors: An integrative study", *Journal of Vocational Behavior*, 69, 90-104.
- Hintsanen, M., Hintsaa, T., Widell, A., Kivimäki, M., Raitakari, O.T., & Keltkangas-Järvinen, L.,(2011), Negative emotionality, activity, and sociability temperaments predicting long-term job strain and effort-reward imbalance: A 15-year prospective follow-up study, *Journal of Psychosomatic Research*, 4(7), 1-7.
- Irene, M. (2010). *Socialization Experiences Resulting from Engineering Teaching Assistantships at Purdue University*, Unpublished Doctoral Dissertation, Purdue University.
- Jie, C., & Derek, E., (2010). Organizational socialization tactics and newcomer adjustment in the Chinese context: Perceived organizational support as mediator, *Organizations in Development Working Papers* .1:1-46.
- Kammeyer-Mueller, J.D.; Livingston, B.A. & Liao,H. (2011)." Perceived similarity, proactive adjustment, and organizational socialization", *Journal of Vocational Behavior*, 78, 225-236.
- Kawachi, I. (2001). *Social Capital for Health and Human Development*. The Society for International Development. 44. PP. 31-35.
- Kowtha, N. R. (2008). *Engineering the engineers: Socialization tactics and new engineer adjustment in organizations*. *Academic Journal*. Vol.55, No.1, pp.67- 81.
- Krause, D. R., Handffield, R. B. & Bevlerly, B.T. (2006). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of Operations Management*, Vol. 25, No.2, pp. 528-545.
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lin, S., and Yin-Mei H. (2005). The role of social capital in the relationship between human capital and career mobility. *Journal of Intellectual Capital*, 6 (2), 191- 205.
- Lothans,Fred(1998): *Organizational Behavior*, Eighth Edition, MC
- Manzoor, M. & Naeem, H. (2011). Relationship of Organization Socialization with Organizational Commitment and Turnover Intention: Moderating role of Perceived Organizational Support. *Interdisciplinary Journal Of Contemporay Research in Business*. 3(8): 529-535.
- McNeal, R. (1999). Parental Involvement as Social Capital: Differential Effectiveness on Science Achievement, Truancy and Dropping out. *Social Forces*. 78(1). PP. 117-144.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*. 23, 2. PP. 242-266.
- Nan-Chen, C., Lun-Chung, T., Wei-Ming, O., and Kai-Ti, C. (2007). The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new ventures.*Contemporary Management Research*, 3 (3), 213- 232.
- Norman, S. M., Avey, J. B., Nimmicht, J. L. and Pigeon, N. G. (2010).The interactive effects of psychological capital and organizational identity on employee OCB and deviance behavior. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 17(4), 380-391.
- Paxton, Pamela. (1999). Is Social Capital Declining in the United State? A Multiple Indicator Assessment. *A. J. S.* 105, 1. PP. 88-125.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Contemporary Sociology. *Annual Review of Sociology*. 24. PP. 1-24.

- Taormina, R.J. (1997). Organizational socialization: a multidomin, continuous process model,, International Journal of Selection and Assesment, Vol.5.No.1.pp. 29-47.
- Taormina, R.J. (2004). Convergent validation of two measures of organizational socialization, International Journal of Human Resource Management, Vol.15.No.1.pp. 76-94.
- Taormina, R. J. (2008). "Interrelating leadership behaviors, Organizational socialization, and organizational culture, university of Macau, China", leadership& Organization Development Journal, 29(1), 85-102.
- Taormina, R.J. (2009). "Organizational socialization: the missing link between employee needs and organizational culture", Journal of Managerial Psychology, 24(7), 650-676.
- Van Deth, J. W. (2003). Measuring Social Capital: Orthodoxies and Continuing Controversies. International Journal of Social Research Methodology. 6, 1. PP. 79-92.
- Woolcock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical synthesis and Policy Framework. Theory and Society. 27, 151-208.
- Zheng, Wei., Wei, Jun. (2009). Sources of Special Capital: Effects of Altruistic Citizenship Behavior and Job Involvement on Advice Network Centrality. Human Resource Development Quarterly, 20(7), 195-217.