



Identifying social and cultural factors affecting communication skills of members of Iran Music House; Based on data theory

Azar Poorbahram¹ | Seyed Rahman Alizadeh² | Norooz Hashemzahi³

¹. PhD student in Communication Sciences, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: az.poorbahram110@gmail.com

². Corresponding author: Associate Professor and Faculty Member, Department of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran. Email: Salirahmanzadeh@yahoo.com

³. Assistant Professor, Department of Social Sciences and Communication, Islamic Azad University, East Tehran Branch, Tehran, Iran. Email: no_hashemzahi@yahoo.com

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	Background and Aim: The search and identification of social and cultural factors and this study was conducted to investigate the layers of social and cultural factors affecting the formation of communication skills of members of the Iranian House of Music. Method: Data were collected from 29 semi-structured interviews with members of the Iranian House of Music and analyzed by open, central and selective coding methods using grounded theory. Findings: The general classes identified in this study are: beliefs and values, job vulnerability and membership in the House of Music, communication skills, class and social welfare, socialization and level of education. Conclusion: The results of this study, in line with many studies, indicate the need to understand the reality of each of the identified socio-cultural factors to improve communication skills at different family and even organizational levels.
Article history: Received 17 February 2024 Received in revised form 17 February 2024 Accepted 19 March 2024 Published online 26 June 2024	

Keywords: sociol-cultural factors, communication skills, music house, family, person

Cite this article: Poorbahram, A., Alizadeh, S.R., & Hashemizehi, N (2024). Identifying social and cultural factors affecting communication skills of members of Iran Music House; Based on data theory, *Sociology of Art and Literature (JSAL)*, 15 (2), 63-79.

DOI: <https://doi.org/10.22059/JSAL.2024.372781.666302>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/JSAL.2024.372781.666302>



شناسایی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مهارت‌های ارتباطی اعضای خانه موسیقی ایران؛ مبتنی بر نظریه داده بنیاد

آذر پوربهرام^۱، سیدرحمان علیزاده^{۲*}، نوروز هاشمی زهی^۳

۱. دانشجوی فارغ‌التحصیل علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران شمال. ایران، تهران؛ رایانامه: az.poorbahram110@gmail.com

۲. نویسنده مسئول: دانشیار و عضو هیأت علمی گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.
رایانامه: Salirahmanzadeh@yahoo.com

۳. استادیار گروه علوم اجتماعی و ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران. رایانامه: no_hashemzahi@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	زمینه و هدف: جستجو و شناسایی عوامل اجتماعی و فرهنگی است و این پژوهش با هدف بررسی لایه های عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر در شکل گیری مهارت‌های ارتباطی اعضای خانه موسیقی ایران انجام شد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۸	روش: داده ها از ۳۹ مصاحبه نیمه ساختاریافته با اعضای خانه موسیقی ایران گردآوری و با روشهای کدگذاری باز، محوری و انتخابی، با استفاده از نظریه گراند تئوری تحلیل شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹	یافته ها: طبقات کلی شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: باورها و ارزشها، آسیب پذیری شغلی و عضویت در خانه موسیقی، مهارت‌های ارتباطی، طبقه و رفاه اجتماعی، معاشرت و سطح تحصیلات.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹	نتیجه گیری: نتایج بدست آمده از این پژوهش همراستا با بسیاری از پژوهشهای انجام شده، حاکی از ضرورت درک واقعیت هر یک از عوامل اجتماعی فرهنگی شناسایی شده برای بهبود انواع مهارت‌های ارتباطی در سطوح مختلف خانوادگی و حتی سازمانی است.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۴/۰۶	کلیدواژه‌ها: عوامل اجتماعی فرهنگی، مهارت ارتباطی، خانه موسیقی، اعضا، خانواده

استناد: پوربهرام، آذر، علیزاده، سیدرحمان و هاشمی زهی، نوروز (۱۴۰۲). شناسایی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مهارت‌های ارتباطی اعضای خانه موسیقی... .

DOI: <https://doi.org/10.22059/JSAL.2024.372781.666302>

جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، ۱۵ (۲)، ۶۳-۷۹.



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

DOI: <https://doi.org/10.22059/JSAL.2024.372781.666302>

مقدمه

انسان پیوسته در اندیشه بهتر شدن و پیشرفت کردن است. توسعه اقتصادی و پیشرفتهای صنعتی با وجود آنکه کالاها و خدمات متنوعی را در اختیار بشر قرار داده است، لیکن نتوانسته رضایت کامل انسان از زندگی را فراهم آورد. از این رو میتوان گفت که کیفیت زندگی تنها متأثر از عوامل مادی اقتصادنگر نیست، بلکه روابط اجتماعی سالم نیز نقشی حائز اهمیت در این زمینه دارند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸). یکی از مهمترین مهارتهای مورد نیاز مهارتهای ارتباطی است، و افراد برای داشتن ارتباطی موثر با خانواده و اطرافیان خود باید مهارت های ارتباطی را آموخته و از آنها برای برقراری ارتباطی مناسب و دائمی استفاده نمایند (عاشقی و دهدار، ۱۳۹۷). وجود ارتباطات سالم و مؤثر در بین نیروهای انسانی یک جامعه می تواند علاوه بر افزایش بازدهی آنها عامل مهمی در حرکت آن جامعه به سمت پیشرفت و توسعه باشد، و روابط انسانی خوب روابطی است که به سلامت روانی، اجتماعی و ذهنی منجر گردد (یوسفی، ۱۳۹۵). دنیای روزمره شاهد تغییرات سریع و ارتباطات موثر گامی ضروری جهت همراهی با این تغییرات است، چراکه گسیل روان اطلاعات به ارتباطات گویا، وابسته است. نیازهای زندگی امروز، تغییرات سریع اجتماعی فرهنگی، تغییر ساختار خانواده، شبکه گسترده و پیچیده ارتباطات انسانی و تنوع، گستردگی و هجوم منابع اطلاعاتی انسان ها را با چالشها، استرسها و فشارهای متعددی روبرو نموده است که مقابله مؤثر با آنها نیازمند توانمندیهای روانی اجتماعی است. فقدان مهارتها و تواناییهای روانی و اجتماعی افراد را در مواجهه با مسائل و مشکلات آسیب پذیر نموده و آنها را در معرض انواع اختلالات اجتماعی و رفتاری قرار میدهد. بنابراین ارتباطات از مهمترین عوامل توسعه و تعالی انسان به شمار می آید (وهایی و همکاران، ۱۳۹۵) و می توان با صراحت بیان نمود که عوامل اجتماعی و فرهنگی عاملی مؤثر در ایجاد مهارت های ارتباطی می باشند.

ارتباطات سازمانی نیز موضوعی مهم و دارای اثری مستقیم در کامیابی و ناکامی هاست. مدیران دریافته اند که برقراری ارتباط موثر با اعضاء و درک انگیزه های ارتباطی آنان در توفیق مدیران برای نیل به اهداف سازمانی عاملی مؤثر بوده و ریشه بیشتر مشکلات فردی، سازمانی، اجتماعی و خانوادگی را میتوان در کمبود و نقص مهارتهای ارتباطی موثر جستجو کرد (بریکنده^۱، ۲۰۱۸). مهارتهای ارتباطی مظهر وجود ارزش انسان ها و عامل سازنده، مشوق و امیدبخش در رفتار اجتماعی گروه های انسانی است و از میان همه عوامل شادی بخش و سعادت آفرین، شاید برقراری روابط انسانی مطلوب، عمده ترین عامل خوشبختی و موفقیت هر کس در زندگی است (نظری و پاکدلیان، ۱۳۹۴). اگر ارتباط انسانها با یکدیگر نبود، بنای عظیم فرهنگ و تمدن انسانی و هیچ یک از دستاوردهای بزرگ انسان پدید نمی آمد، جامعه شکل نمی گرفت، همبستگی، انسانیت، همدلی و عشق معنی و مفهوم پیدا نمی کرد و زیبایی و هنر به وجود نمی آمد زیرا زیبایی در جمع انسان ها تجلی می یابد (باس و همکاران^۲، ۲۰۱۶). لذا در عرصه هنری مردم شناسان و جامعه شناسان بدون این که بخواهند تاثیر غرایز را در ایجاد آثار هنری به کلی نقد کنند، بر نیازهای زندگی اجتماعی و شرایط فرهنگی و آثار هنری تکیه می کنند. بعضی از آن ها معتقدند که هنر حاصل هر نوع فعالیت انسانی است که هدفش مافوق نیازمندی های اولیه است که در نتیجه ساخت کلی و روابط اجزاء نسبت به کل به وجود می آید. بنا به اعتقاد جامعه شناسان و مردم شناسان با توجه به شرایط اجتماعی، عوامل متعددی می توانند در تغییرات کمی و کیفی فرهنگی نقش داشته باشند (فراهانیان، ۱۳۹۶: ۸۷).

از سوی دیگر پیشرفت ها و تغییراتی که در جهان امروز، در حوزه های مختلف فرهنگی از جمله، در حوزه فناوریهای نوین اعم از رایانه های خانگی، اینترنت، موبایل و دوربین های دیجیتالی حاصل شده است، تولید و توزیع کالاهای فرهنگی از قلمرو دستگاه و یا

طیفی خاص خارج شده و در دسترس عموم قرار گرفته است. لذا برخی از پژوهشگران معتقدند که پیشرفت های تکنولوژیکی روابط ما را با هنرها تغییر داده است. میشل فوکو در این باره خاطر نشان کرده است که بسیاری از عوامل (ظاهری) با دست یابی به موسیقی روابط ما را با آن ضعیف کرده است (مصلی نژاد، ۱۳۹۳). این تحول و دگرگونی در عرصه محتوا، منجر به دگرگونی و تغییری همه جانبه در حوزه فرهنگی و زندگی اجتماعی از جمله موسیقی شده است (خادمی، ۱۳۸۸). تحقیقات انجام شده در ایران در زمینه موسیقی نشان داده است که، بین وضعیت طبقاتی و ذائقه موسیقایی رابطه وجود دارد و سبک زندگی فرهنگی آنها را نشان می دهد. اما امروزه آن قدر تولید کننده موسیقی وجود دارد که می توان در معرض هر نوع تجربه موسیقایی قرار داشت. دسترسی به انواع موسیقی برای همه افراد از طبقات اجتماعی امکان پذیر شده است و این وضعیت با توجه به فقدان مرزهای طبقاتی تصریح شده در ایران، تشدید می شود. ارتباط با دیگران یکی از مهمترین و در عین حال با ارزشترین بخش زندگی هر فرد را تشکیل می دهد و در سالهای اخیر توجه زیادی به مبحث تعامل اجتماعی ماهرانه شده است. این نکته که برخی از انسانها تعاملگران ماهرتری هستند باعث شده تا پژوهشهای دقیق و منظمی درباره کارکردهای تعامل اجتماعی انجام شود و نتایج حاکی از این امر است که لازمه فعالیتهای اجتماعی موثر، توان برقراری رابطه ای پویا و متقابل است و این ارتباطات و مهارتهای میان فردی بر تمام تماسها و رابطه های انسان سایه افکنده است. در این راستا می توان بیان نمود که موسیقیدانان دارای مهارت های بالایی در زمینه برقراری ارتباط می باشند و بدین وسیله به راحتی با دیگران ارتباط برقرار می نمایند که این امر در پیشبرد اهداف کاری و شغلی و خانوادگی آنها نقشی اساسی ایفا می نماید بر این اساس در این پژوهش سعی داریم که به بررسی عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر مهارت های ارتباطی موسیقیدانان مورد بررسی قرار داده و به سؤال اصلی پژوهش پاسخ دهیم که عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مهارتهای ارتباطی اعضای خانه موسیقی ایران در سال ۱۳۹۹ به چه صورت می باشد؟. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مهارتهای ارتباطی اعضای خانه موسیقی ایران انجام شده است.

مبانی نظری پژوهش و مروری بر پیشینه

ارتباط و مهارتهای ارتباطی

ارتباط از نظر لغوی، واژه ای عربی است در باب افتعال که به معنای پیوند دادن، ربط دادن است. این واژه در فارسی به معنای بستگی، پیوند و رابطه استعمال میشود. ارتباط، عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر (سجادی پور، ۱۳۹۶). ارتباط در لغت به معنای ارائه یا تبادل اطلاعات آمده است. "ارتباط"، مجموعه ای از فرآیندهای فیزیکی روانشناختی است که از طریق آن یک یا چند نفر به عنوان فرستنده با یک یا چند نفر به عنوان گیرنده برای نیل به اهداف مشخص رابطه برقرار می کنند. به سخن دیگر، ارتباط به معنی ابراز عقیده خود به دیگران است به گونه ای که بتوانند به سادگی و روشنی آن را دریابند (امیر حسینی، ۱۳۹۴).

مهارت در ارتباطات، پلی برای پیوند میان افراد و نوعی فعالیت دوسویه است که یکی از بنیادی ترین نیازهای انسان است و می تواند بهداشت روانی، سلامت، تفاهم، عشق و تعامل اجتماعی را تأمین کند (امیرحسینی، ۱۳۹۴). لذا مهارت های ارتباطی به رفتارهایی گفته می شود که به فرد کمک می کند تا عواطف و نیازهای خود را به درستی بیان نموده، به اهداف بین فردی دست یابد. این مهارتها از چنان اهمیتی برخوردار هستند که نارسایی آنها میتواند در فرد باعث تنهایی و اضطراب، افسردگی، پایین آمدن عزت نفس و کاهش موفقیت های شغلی شود (وهابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۲). در حقیقت مهارتهای ارتباطی مجموعه ای از تواناییهای بالقوه و بالفعل فرد

بوده که با استفاده از آن میتوان به رفتاری قابل پذیرش و آگاهی بخش تا رسیدن به سطحی از رابطه عاطفی دست یافت (نمازی و همایونفر، ۱۳۹۵: ۳۷۰). چنین مهارتهایی در صور گوناگون ظهور می یابند که در اینجا به معرفی برخی از آنان پرداخته شده است:

انواع مهارت های ارتباطی

برای اثربخشی بیشتر ارتباطات، بایستی به مهارتهای ارتباطی توجه لازم شود. اندیشمندان مدیریت، مهارت های ارتباطی را به سه مهارت تقسیم بندی کرده اند.

- مهارت کلامی
- مهارت شنود موثر
- مهارت بازخورد

مهارت کلامی؛ عبارت است از بکارگیری آگاهانه نمادهای کلامی به منظور ترغیب دیگران به انجام کار (رابینز، ۱۳۹۷: ۱۴۹). هیچ رفتار انسان به اندازه ارتباط کلامی وسعت و تاثیر ندارد. بنابر این ضرورت، هنرمندان باید تلاش کنند تا گفتارشان واضح، روشن و در عین حال قابل فهم باشد. به نظر رابینز عواملی چون تحریف، ابهام در پیام و گفتار موجب تضعیف اطمینان میشود و از این رو بر رضایت افراد اثر منفی خواهد داشت. هر قدر فرد در ارتباطات پیام خود را به روش روشنی برساند و هدفهای خود را تامین نماید، بدلیل رفع ابهام، کار گروهی روشن و مشخص تر می شود و در نتیجه عملکرد اعضای سازمان و تعهد شغلی آنان افزایش می یابد (رابینز، ۱۳۹۷: ۶۳).

مهارت شنود موثر؛ شنود موثر عبارت است از مشارکت فعال در یک گفت و شنود، فرآیند فعالی که شامل توجه، درک، ارزیابی، به خاطر آوردن و پاسخ دهی می باشد (دعایی، ۱۳۹۷). برخی از اندیشمندان مدیریت بر این باورند که هنرمندان ۴۵ تا ۶۳ درصد از وقت خود را صرف گوش دادن می کنند (رضائیان، ۱۳۹۳: ۶۲).

مهارت بازخور؛ آخرین مرحله در فرآیند ارتباطات، مرحله بازخور می باشد بازخور فرآیندی است که از طریق آن دریافت کننده، برقراری ارتباط را اعلام میکند و در پاسخ می گوید به شخص دیگر بگوئید که شما درباره چیزی که آن شخص انجام داده یا گفته است چه احساسی دارید. عبارت دیگر، بازخور عبارت است از برگشت نتیجه پیام به فرستنده پیام، به نحوی که فرستنده از وضعیت ارسال پیام و نحوه دریافت و درک آن آگاه گردد (الوانی، ۱۳۸۹: ۷۷).

از جمله مهمترین عوامل مؤثر بر بکارگیری مهارتهای ارتباطی می توان، عوامل فردی، سازمانی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی را برشمرد (رهنما و همکاران، ۱۳۹۲). از میان عوامل مذکور عوامل اجتماعی و فرهنگی می توانند اثرات عمده ای بر مهارتهای ارتباطی افراد داشته باشند و مدتهای مدیدی است که روانشناسان اجتماعی بر نقش عوامل اجتماعی در تحریک رفتار انسانی تاکید کرده اند. بویژه در میان هنرمندان بدلیل ماهیت شغلی و روحیه کاری، نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی پر رنگ تر است.

عوامل فرهنگی و اجتماعی

جامعه مدنی نیازمند فعالیت هنری و فعالیت هنری نیازمند تشکیلات و مرکزی جهت ارائه آثار هنرمندان است. هنرمند و دوستدار هنر در برقراری تعاملات اجتماعی نیاز به حس تعلق خاطر در همه ابعاد زندگی خود در جامعه دارند (کوئن، ۱۳۹۷). از اینرو عوامل اجتماعی و فرهنگی در میان هنرمندان قابل توجه و اهمیت است. عوامل اجتماعی طیف وسیعی از شاخصه هایی است که به یک فرد صورت رفتارها و عملکردهایی برای تأمین نیازها و احتیاجات روزمره خود بکار می گیرد، به طوریکه کیفیت و شیوه زندگی هر فرد بیانگر هویت

و معرف شخصیت او می‌شود. مؤلفه‌های اجتماعی شامل طبقه، گروه‌ها، نقش‌ها، افراد، نظام‌های آموزشی، دیانت و نهادهای مذهبی، نظام میانی، اقتصاد و خانواده است. در پژوهش حاضر انتخاب مهمترین عامل اجتماعی مؤثر بر هنرمندان موسیقی بر شاخص‌های؛ سطح تحصیلات، شغل و آسیب‌پذیری درآمدی، باورها و ارزش‌ها و طرز فکر فرد، افت پیوسته زندگی عاطفی است. عوامل فرهنگی بر ساختارهای روابط اجتماعی تأثیر می‌گذارد. فرهنگ یکی از مهمترین عوامل شکل دهنده رفتار و خواسته فرد به شمار می‌رود که عمده‌تأیید گرفتنی است. عوامل فرهنگی، ارزش‌های بنیادین، برداشته‌ها، خواسته‌ها و رفتارهای متفاوتی است که از مبادی اصول فرهنگی و تربیتی نشأت می‌گیرد و درست از میان خودآگاه و ناخودآگاه هوشیاری اجتماعی عبور می‌کند. فرهنگ را ادوارد تیلور (۱۹۱۷-۱۸۳۲) مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هر چه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرا می‌گیرد تعریف می‌کند. مؤلفه‌هایی مانند هنجارها، نمادها، نقش‌ها، بینش‌ها، ارزش‌ها، علوم و فنون و ساختارها را می‌توان در قالب عوامل فرهنگی جای داد. انتخاب مهمترین عوامل فرهنگی مؤثر بر هنرمندان موسیقی در این پژوهش بر شاخص‌های ذیل استوار است؛

نحوه معاشرت با اعضای خانواده، فرهنگ مصرفی موسیقی و عضو یک نهاد بودن است.

در این قسمت به تحقیقات انجام شده در خصوص موضوع مورد پژوهش طی سالیان گذشته پرداخته می‌شود:

- فراهیان (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل مؤثر در طراحی مرکز موسیقی با رویکرد ارتقای تعاملات اجتماعی" انجام داد. با توجه به نقش معماری و طراحی در ایجاد چنین فضایی، سه فرضیه در این پژوهش مطرح گردیده، و دو عامل کالبدی (محیط فیزیکی و مشخصات مربوط به آن) و نیز عوامل فردی (همچون ویژگی‌های شخصیتی و روحیه تعامل‌پذیری افراد) از طریق پرسشنامه مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است. او سعی داشت با انجام مطالعات کتابخانه‌ای، میدانی، و روش توصیفی-تحلیلی، و با تأکید بر فرایند تعاملی میان فرد و مکان، عوامل مؤثر در ارتقای تعاملات اجتماعی مرکز موسیقی را شناسایی کرده و سپس با آرایه پیشنهاداتی در جهت افزایش کیفیت چنین فضاهایی گام بردارد.

- بشارت و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با نام "بررسی علل و عوامل مؤثر بر مهارت ارتباطی اعضای زن و مرد شعب سازمان تامین اجتماعی تهران" انجام دادند. نتایج بدست آمده حاکی از این بود که ۸۴ درصد اعضای تامین اجتماعی شهر تهران از شغل خود رضایت دارند. میزان رضایت از نحوه عملکرد مدیریت ۸۱ درصد و از حقوق دریافتی ۶۴ درصد بوده ولی این میزان در اعضای مرد بیشتر از زن بوده است.

- میرزاحمدی و زاهدی (۱۳۹۵) طی پژوهشی با عنوان "رتبه‌بندی اهمیت مهارت‌های ارتباطی بر ارتباط‌های اجتماعی" معتقد است بالاترین رتبه مهارت‌ها برای مدیران، نخست ایجاد روابط، دوم دارا بودن مهارت‌های ارتباطی قوی و سوم تحقق بخشی به اهداف ارزیابی شده است. مدیران ارشد دانشگاه در انتقال مهارت‌های قدرشناسی، نوآوری و ابتکار و روش تفویض اختیار به زیردستان، تأثیر دارند. از این مهارت‌ها، مهارت‌های انسانی و ادراکی مدیران بیشترین آمار را به خود اختصاص داد.

امیری و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیقی که در خصوص "شناخت نحوه تأثیرگذاری ابعاد مهارت ارتباطی بر جنبه گوناگون ارتباط‌های اجتماعی در بین اعضای شرکت داده‌پردازی ایران واقع در تهران" انجام دادند به این نتیجه رسیدند که تأثیر ابعاد گوناگون عدالت سازمانی بر جنبه‌های متفاوت رضایت شغلی و سازمانی، متفاوت و با درجات گوناگون بوده است. در عین حال همواره هر نوع احساس عدالت بر تعهد سازمانی و رضایت کلی شغلی، و رضایت از سرپرستان تأثیر معنادار داشته است. یعنی هرچه مهارت‌های ارتباطی بیشتر

باشد رضایت شغلی نیز بیشتر است. همچنین از نتایج فرعی چنین نتیجه گیری می شود که بین ارتباط کلامی، ارتباط کتبی و ارتباط غیر کلامی با رضایت شغلی اعضاء ارتباط مستقیم و معناداری وجود داشته است.

ریتمن و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه ای که با هدف "بررسی ارتباط بین ادراک اعضاء از مهارت ارتباطی اعضاء و ارتباطهای اجتماعی در دانشگاه های خصوصی مصر" انجام داد، دریافت که در مواردی که معیار محرک عامل انگیزاننده باشد یک رابطه مثبت بین ادراک برابری و رضایت شغلی وجود دارد. اما در مواردیکه معیار محرک عامل بهداشتی باشد هیچ رابطه ای بین ادراک از تساوی و رضایت شغلی مشاهده نشد.

پارکر و آشر (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "مهارت‌های ارتباطی و ارتباط‌های اجتماعی" اذعان داشت که یک مدیر کارآمد به دنبال رشد شخصی خود است و به منظور پرورش و رهبری دیگران، مدیران باید به دنبال ارتقا خود باشند. یک مدیر که مایل به کسب اطلاعات بیشتر و استفاده از استعداد‌های طبیعی خود است، برای افزایش توانایی خود قادر به تشویق همان رفتار در هنرمندان میباشد. لازم به ذکر است که مهارت‌های مدیران کارآمد از چندین نکته کلیدی تشکیل شده است و به راحتی به دست نمی آیند. هنرمندان سطح بالا همیشه بهترین مدیر نبوده و شرکت ها و سازمان ها نیازمند شناخت ویژگی مدیریت موفق و سپس ترفیع هنرمندان با توجه به استعدادشان می باشند.

رولنی (۲۰۱۷) طی پژوهشی با عنوان "اهمیت مهارت‌های ارتباطی بر ارتباط‌های اجتماعی" دریافت که مدیران کارآمد بایستی برای ایجاد روابط شخصی با تیم خود تلاش کنند. هنگامی که مدیر با هنرمندان خود ارتباط برقرار نموده، اعتماد ایجاد شده و اعضاء احساس ارزش بیشتری می کنند. از این رو، هنرمندانی که حس ارزش داشته باشند، میل بیشتری برای انجام کار بهتر دارند. بهترین مدیران می دانند که چه موقع هنرمندان نیاز به پرورش بیشتر داشته و چگونه آن هنرمندان موفق می شوند. پرورش دیگران شامل پرورش استعداد هر فرد و تحریک کردن این افراد برای هدایت این استعدادها به سمت بهره وری می باشد.

هارگی و دیکسون (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان "مهارت‌های مدیریت کارآمد و ارتباط‌های اجتماعی" معتقد است که مهارت‌های مدیریت کارآمد و پر بار، ذاتی نبوده و می توانند در وجود انسان قرار داده شده، توسعه یافته و آموخته شوند. تعدادی از مدیران الهام بخش، برخی محرک و تعدادی نیز نمیتوانند با هنرمندان خود ارتباط برقرار نمایند. برخی از مدیران نمی دانند که چگونه باید کارآمد باشند. گاهی اوقات، دلیل ترک سمتی توسط هنرمندان، مدیر یا ارتباطات با افراد درون محیط کار آنها می باشد. افراد شغلها را ترک نکرده بلکه اطرافیان خود را ترک می نمایند.

با توجه به مطالعات صورت گرفته و بررسی پیشینه تحقیقات در زمینه پژوهش حاضر می توان بیان نمود که مهارت های ارتباطی در خانواده و جامعه و سازمان ها برای ایجاد روابطی محکم و مناسب برای پیشبرد اهداف فردی و اجتماعی نقشی مهم و حیاتی ایفا می نماید و این مهم برای رسیدن افراد به خواسته ها و نیازهایشان در تمامی جهات کمک و یاری می رسانند. در این راستا می توان گفت که یادگیری مهارت های ارتباطی برای تمام افراد چه در خانواده و چه در جامعه نقشی مهم و کلیدی ایفا می نماید.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و دارای رویکرد کیفی بر مبنای گراند تئوری است. از گراند تئوری برای شناسایی و استخراج مولفه های عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر مهارت های ارتباطی و ارائه مدل مفهومی استفاده شده است. استراتژی پژوهش در بخش کیفی استفاده از مصاحبه اکتشافی است که با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختار یافته از متخصصین این رشته در خانه موسیقی ایران برای تعیین فاکتورهای مؤثر بر عوامل فرهنگی اجتماعی اقدام گردید.

جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر با توجه به قلمرو موضوعی آن شامل هنرمندان موسیقیدان عضو در مؤسسه فرهنگی هنری خانه موسیقی دارای مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، افرادی که بالای ۵۰ سال سن و ۳۰ سال سابقه در زمینه موسیقی (کلاسیک، سنتی، نوازنده، خواننده، مدرس موسیقی، پژوهشگر) داشتند و در حوزه موسیقی متخصص (اعضای پیوسته که بالاترین درجه هنری را دارا هستند) بودند.

روش نمونه‌گیری، نظری (هدفمند) و گلوله برفی بود. نمونه‌گیری نظری وقتی خاتمه می‌یابد که هر مقوله به اشباع نظری برسد و میتوان بصورت گلوله برفی از هر متخصص برای معرفی نفر بعدی کمک خواست. در حقیقت حجم نمونه در حین کار مشخص شد؛ زیرا در پژوهش‌های کیفی اشباع شدن اطلاعات مهمتر از تعداد افراد مورد مطالعه می‌باشد، بدین معنی که محقق جمع‌آوری اطلاعات را باید تا زمانی ادامه دهد که اطلاعات بدست آمده از شرکت‌کنندگان، تکراری شوند و اطلاعات جدیدی به اطلاعات گردآوری شده قبلی اضافه نشود؛ به عبارت دیگر داده‌های گردآوری شده اشباع شود. در کل حجم نمونه در تحقیق کیفی امری نسبی است و در عین حال نباید خیلی کوچک یا خیلی بزرگ باشد (حاج باقری و همکاران، ۱۳۹۲). روش جمع‌آوری اطلاعات، روش مصاحبه نیمه ساختار یافته بود و با در نظر گرفتن نکات فوق در مجموع این مطالعه با ۲۹ مصاحبه انجام و ثبت گردید که برای استخراج نکات کلیدی چندین بار مورد بررسی قرار گرفتند. از مصاحبه نوزدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد، اما برای اطمینان بیشتر تا مصاحبه بیست و نهم ادامه یافت تا از به اشباع رسیدن مصاحبه‌ها اطمینان بیشتری حاصل گردد. گردآوری اطلاعات از فروردین ماه ۱۳۹۹ آغاز شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای استخراج مفاهیم از میان حجم انبوه اطلاعاتی که در طول مصاحبه به دست می‌آید، عمل کدگذاری انجام می‌گیرد. کدگذاری مستلزم پرسیدن سوالات و انجام مقایسه‌هاست. داده‌ها از ابتدا از طریق پرسیدن سوالات ساده‌ای نظیر چه، که، چگونه، چقدر تجزیه و تفکیک میشوند. در ادامه داده‌ها مقایسه میشوند و رویدادهای مشابه با یکدیگر گروه‌بندی میشوند و عنوان مفهومی مشابه می‌گیرند. برای کدگذاری اولیه باید داده‌ها کلمه به کلمه و خط به خط مورد بازبینی قرار گیرند. نسخه اولیه هر مصاحبه انبوهی از داده‌ها را به همراه دارد که باید مورد مطالعه قرار گیرند تا از میان آنها عنوان‌های مربوط به پژوهش استخراج شوند. ممکن است کلمات و عبارتهای مشابهی در طول مصاحبه تکرار شوند، باید تمامی آنها را در نظر گرفت و عبارت‌های مشترک را در یک گروه قرار داد. در ابتدا با توجه به مصاحبه انجام شده با ۲۹ نفر از صاحب‌نظران، جداول مربوط به نکات ارائه شده در مصاحبه آنها آورده و در مرحله بعد اقدام به کدگذاری شده است. شیوه انجام مصاحبه بدین شکل بود که در ابتدا موضوع مصاحبه به صورت کلی در رابطه با وضعیت کنونی موسیقیدانان بیان و از ارائه توضیحات بیشتر به دلیل امکان سوگیری ذهن مصاحبه‌شونده خودداری گردید. پس از انجام اولین مصاحبه کلیه موضوعات بیان شده توسط ایشان بازخوانی و موضوعات مرتبط کدگذاری اولیه شدند که بخشی از این کدگذاری به صورت مکتوب و فیش برداری انجام گردید و برخی نیز با استفاده از نرم افزار MAXQDA به صورت قسمتی از فایل‌های صوتی دسته‌بندی و کدگذاری به انجام رسید. سپس دومین مصاحبه به انجام رسیده و موضوعات مرتبط با کدهای قبلی جداسازی شده و به موضوعات جدید مطروحه کدهای جدید اختصاص داده شد. این روند در مصاحبات بعدی نیز به کار گرفته شد تا هنگامی که عملاً کد جدیدی از موضوعات مطروحه استخراج نمی‌گردید. در واقع در مصاحبه با هر متخصص، موضوعات مطرح شده، ثبت می‌شدند تا از آن برای تطبیق و مقایسه با نفر دوم استفاده شود. با این توضیح در مصاحبه‌های نفرات بعدی تعدادی از مباحث ارائه شده تکراری بودند. لذا، مصاحبه‌های نفرات آخر، نکات جدیدی را ارائه نکرده است. در نهایت، بعد از بیست و نهمین مصاحبه صورت گرفته، ۵۲ کد

اولیه اختصاص داده شده بود، سپس نسبت به دسته بندی کدهای اولیه با موضوعات مرتبط از لحاظ معنایی و محتوایی اقدام گردید. لازم است بیان شود که در روش کیفی مصاحبه بدین شیوه، ضمن تلاش به منظور عدم مداخله شخصی پژوهشگر، هر چند خیلی اندک اما نظر شخصی آنها وارد خواهد شد. لذا، به جهت کاهش اعمال نظر مستقیم پژوهشگر در پالایش کدهای اولیه، کلیه کدهای استخراج شده و شاخص ها به صورت یک چارچوب مفهومی در اختیار تعدادی از خبرگان (کارشناسان هنر و موسیقی) قرار گرفت و از ایشان در مورد تمامی دسته بندی های موجود در این چارچوب نظرسنجی شد.

مراحل کدگذاری

۱. کدگذاری باز

بعد از مرحله پیاده سازی داده ها، نخستین مرحله تحلیل داده ها به روش گراند تئوری یعنی کدگذاری باز آغاز شد. در کدگذاری باز متن مصاحبه بارها و بارها سطر به سطر خوانده و برای بخش های مهم، هر مفهومی که به ذهن میرسید در نظر گرفته شد، بخش های مرتبط با آن علامت گذاری و به آنها کد و یادداشت تحلیلی اختصاص گردید. علاوه بر کدگذاری بصورت دستی در نرم افزار word، به منظور تسهیل و دقت بیشتر در فرایند تحلیل داده ها از نرم افزار تحلیل داده های کیفی MAXQDA نیز استفاده شد. به گفته صاحب نظران در کدگذاری باز پژوهشگر آزادانه به نامگذاری مفاهیم (یا همان کدها) می پردازد و محدودیتی برای کدها در نظر نمی گیرد (Mansourian, 2006). در پژوهش حاضر نیز به همین دلیل تعداد کدها در این مرحله بسیار زیاد بود اما رفته رفته به علت تشابه معنایی و تکراری بودن اطلاعات، این کدها در هم ادغام و کاهش پیدا کردند. مرتب سازی فهرست کدها و یادداشت های تحلیلی از طریق برنامه MAXQDA صورت گرفت که با کلیک بر روی یک مورد فهرست کدها یا یادداشتهای تحلیلی، تمام جملات و بخشهای متنی که برای آن کد یا یادداشت نشانه گذاری تهیه شده بود، بازیابی گردید.

جدول ۱. مفاهیم استخراج شده از مصاحبه ها

ردیف	داده های خام	مفاهیم
۱	گروهی از هنرمندان که از جنبه تجاری به هنر نگاه می کنند و هیچگاه نگاه واقعی به هنر والای موسیقی اصیل ندارند، از طبقه مرفه هستند	نگاه تجاری به هنر (مرفه)
۲	پیشکسوتانی که میخواهند موسیقی را در جایگاه اصلی آن نگه دارند، در طبقه اجتماعی متوسط جای دارند هنرمندان مرفهی نیستند	هنرمندان حقیقی (متوسط)
۳	لازمه شخصیت انسانی و هنری یک هنرمند، رعایت احترام و نحوه آداب معاشرت وی می باشد.	احترام و ادب
۴	حذف غرور و منیت در تعامل با جامعه و مخاطبین خود	عدم غرور و منیت در روابط
۵	شناخت روانشناختی از احساسات مخاطبین و الگویی صالح، صادق و پر از مهر بودن برای کسانی که او را دوست دارند البته با رعایت حفظ حریم خصوصی خود و خانواده امری ضروریست.	رابطه مهربان با طرفداران
۶	تحصیلات علمی و خانواده هنرمند مهم هستند، لذا اعضای خانواده می بایست سطح درک، فهم، شنوایی و بصری خود را بالا ببرند و بتوانند یک دیگر را درک کنند	سطح درک و فهم
۷	بدلیل درآمد پایین، هنرمندان مجبور هستند برای امرار معاش خود شغل دومی را انتخاب نمایند	درآمد کم و نامشخص
۸	اگر ذهن و اندیشه هنرمند به دور از ارزشهای اخلاقی باشد آثار هنری او نیز فاقد هرگونه ارزش منطبق با عرف جامعه خواهد بود و انحطاط مخاطب را به همراه دارد	توجه به ارزشهای اخلاقی
۹	برای اعتلا و ترویج هنر فاخر میبایست سرمایه کافی و حمایت شده از طرف دستگاههای مختلف داشت	نیازمند سرمایه گذاری
۱۰	منشا هنر واقعی، انسانیت است	توجه به ارزشهای انسانی
۱۱	کپی رایت یک سرقت هنری است که در حال حاضر قانون بر آن نظارت ندارد	بی قانونی در عرصه موسیقی

ردیف	داده های خام	مفاهیم
۱۲	تنها استفاده ایی که بعضی از اعضا میتوانند از عضویت در خانه موسیقی داشته باشند بیمه درمانی خود و خانواده است	بیمه درمانی
۱۳	در مجموع هنرمند از نظر قدرت (قدرت کلام)، احترام، آداب معاشرت و آموزش در طبقه متوسط رو به بالا و یا مرفه جامعه قرار دارد	برخودار از احترام متوسط به بالا
۱۴	هنرمند مورد احترام و توجه مردم بوده و می تواند تاثیر به سزایی در آگاهی دادن به اجتماع داشته باشد	آگاه سازی جامعه
۱۵	هنرمند می تواند الگوی خوبی در بعد رفتاری و فکری برای مردم به ویژه جوانان و نوجوانان باشد، هنرمند آینه تمام نمای اخلاق در جامعه خویش بوده و اندیشه کردار و رفتار هنرمند همواره مورد نظر جامعه و مردم بوده و هنر او مخاطبان را جذب می کند	الگو بودن هنرمند
۱۶	سطح تحصیلات هنرمند در شیوه برقراری ارتباط به ویژه ارتباطات عاطفی و کلامی با خانواده خود که واحد کوچکی از اجتماع می باشد، موثر است	سطح تحصیلات و ارتباطات عاطفی و کلامی خانواده
۱۷	عامل معنویت بر مادیات رجحان دارد اگر هدف از پرداختن به هنر تامین مایحتاج زندگی و برآورده شدن نیازهای مالی و در نهایت رسیدن به ثروت باشد هنرمند راه تعالی خود را قطعاً گم خواهد کرد	نگاه معنوی به هنر
۱۸	هنر وسیله ایست که علاوه بر نمود ذوق و عاطفه و احساس هنرمند، هدف والای دیگری را نیز دنبال می کند و آن همراه نمودن مخاطب با اندیشه ورزی و کمال جویی است	تاثیرگذاری هنر
۱۹	هنرمند متعهد است که به واسطه تعلق خاطر و اعتمادی که جامعه به او دارد باید کردار و رفتار خود را به نحوی مدیریت کند که اعتماد بدست آمده خدشه دار نشود	انسانیت و ارزشهای اخلاقی
۲۰	در جامعه ما جایگاه اجتماعی یک هنرمند با چالش مواجه است، و چه بسا مزد یک هنرمند خیلی کمتر از یک کارگر است	رفاه متوسط
۲۱	شعور ربطی به تحصیلات انسان ها ندارد	شعور مهمتر از تحصیلات
۲۲	اگر این را در نظر بگیریم که هنرمند باید آزاد باشد تا به خلق اثر هنری بپردازد ممکن است ارزشها و باورهای هنرمند نتواند با عرف جامعه همراه شود چون هنرمند با خلاقیت و انگیزه هایش زندگی میکند اما عرف جامعه میزانهایی است که از قبل پذیرفته شده و ثابت اند.	عدم هماهنگی با عرف جامعه
۲۳	اغلب هنرمندها بدرستی درک نشده، لذا خلوتگزین میشوند.	خلوتگزینی هنرمندان
۲۴	هنرمند با احساسش و عواطفش زندگی میکند.	احساسی بودن
۲۵	حقه بازی و کلک در هنر موسیقی جایگاهی ندارد، چراکه لازمه موفقیت و عدم موفقیت هنرمند انجام صحیح کارش می باشد.	صداقت در کارها
۲۶	خانواده و جامعه باید برای باورهای هنرمند ارزش قائل شوند در غیر اینصورت هنرمند سرخورده و آسیب پذیر خواهد شد	زودرنج و حساس بودن هنرمند
۲۷	هنرمند برای تولید اثر ماندگار و موفق باید در آرامش کامل و حمایت مالی درست و در رفاه نسبی باشد	ثبات مالی و آرامش
۲۸	همواره استرسی در وجود هنرمند وجود دارد و این استرس به سختی قابل کنترل است	استرس شغلی
۲۹	برای اینکه در هنر اتفاقات تاریخی پیش آید به هنرمندانی نیاز است که توانایی برقراری ارتباطات شناختی، کلامی، عاطفی را بخوبی داشته باشند	ارتباطات شناختی، کلامی و عاطفی
۳۰	برای پیشرفت در کار هنر، داشتن تحصیلات عالیست اما مشروط بر معرفتی است که عمل بدنبال داشته باشد	علم و عمل
۳۱	بایدخانه موسیقی مدافع فرهنگ مطول هنر ما در همه آفاق به پا خیزد، حقوق در خطر هنرمند را باز پس گیرد و حراست مصاعف کند و این ، همان آرامشی است که در هنرمند و متعاقبا در اعضاء خانواده اش ظهور خواهد یافت	الزام فعالیت و مسئولیت پذیری بیشتر خانه موسیقی
۳۲	ارزشها و باورهای هنرمند ممکن است با عرف جامعه متفاوت و یا همسو باشد.	شرایط محیطی
۳۳	شکوفایی و رشد هنرمند در گرو حضور در صحنه های اجتماعی و تقابل بی وقفه با مخاطبین است. به طور کلی هنرمندی که به خلق اثر می پردازد مشتاق مخاطبی است که او را درک کند	مردمی بودن
۳۴	اگر جامعه و دولت از هنرمند حمایت (مالی و حرفه ای) کند، وی دچار آسیب نخواهد شد و آسیب پذیری باعث می شود که برای مایحتاج زندگی هر شغلی که مرتبط با هنرش نیست را قبول کند	نیازمند حمایت
۳۵	وقتی یک هنرمند در جایگاهی که باید، قرار نداشته باشد و برای هنرش ارزش قائل نباشند بر روحیات، رفتار و گفتارش در خانواده تاثیر خواهد گذاشت	اهمیت جایگاه واقعی
۳۶	تعلق خاطر و اعتماد	اعتماد

ردیف	داده های خام	مفاهیم
۳۷	شان و جایگاه اجتماعی هنرمند متکی بر ابعاد معنوی است	شان و منزلت واقعی
۳۸	هنرمند به خاطر هنرش از قدرت و احترام خاصی برخوردار است.	احترام و منزلت
۳۹	هنرمند آداب معاشرت خاص خود را دارد.	آداب معاشرت
۴۰	اگر هنرمند زندگی سختی داشته باشد نتیجه کارش خیلی دردناک و سوزناک خواهد بود، ولی این‌ها هیچ کدام معیار هنر نیست	تاثیر شرایط بر کار هنری
۴۱	با فرهنگ سازی در جامعه می‌توان با ارزش و باور یک هنرمند آشنا شد	فرهنگ سازی
۴۲	رهایی هنرمند از عرف جامعه مقدور نیست مگر با تغییر جغرافیای زیستی.	گرفتار در عرف
۴۳	رسانه ها و جراید و حتی فضای مجازی نقش مهمی در ارتباط هنرمند با مخاطبش دارد.	تاثیر رسانه ها
۴۴	اقتصاد، عامل بسیار مهمی در خانواده هنرمند است.	تاثیر اقتصاد بر خانواده
۴۵	کنترل رفتارهای خشن و برخورد ناشایست اکتسابی و مهارت ارتباط گیری از قابلیت‌های شخصی است که هم با ویژگی های ژنتیکی فرد و هم با ویژگی‌های تربیتی و روانشناختی او در ارتباط است.	ویژگی‌های شخصیتی
۴۶	هر چه یک موسیقیدان از بار فرهنگی بیشتری برخوردار باشد میتواند در موضوع مرجعیت اجتماعی نقش بیشتری بر عهده گیرد.	اهمیت فرهنگ
۴۷	هنرمندان موسیقی ایران در سطوح پایین طبقه اجتماعی قرار دارند زیرا سازمانهای متبوعه و مربوطه کمترین حمایت و توجه را به آنان دارند.	عدم کفایت حمایتها
۴۸	عضویت در انجمن ها و نهادهای فرهنگی عامل بسیار مهم و تأثیرگذار است.	نقش نهادها
۴۹	هنرمندان از قشر و طبقه اجتماعی خاصی نیستند معمولاً هنر و هنرمند در بین همه طبقات جامعه ظهور می یابند	مردمی بودن
۵۰	نگاه جامعه و نوع پذیرش هنر در جامعه میتواند مهمترین عامل تأثیرگذار بر مهارتهای ارتباطی هنرمند باشد	پذیرش از سوی جامعه
۵۱	عملکرد درست هنرمندان و نگاه حرفه ای به هنر و معرفی این دیدگاه توسط رسانه ها عامل مهمی در شناساندن موسیقی صحیح به مخاطبان است	نقش رسانه ها
۵۲	هوش اجتماعی هنرمند و دریافت های علمی و اجتماعی هنرمندان بیانگر میزان و کیفیت مهارتهای اجتماعی ایشان است.	مهارت اجتماعی

کدگذاری محوری

در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می شود فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود در داده از حالت کاملاً باز خارج می شود و شکل گزیده به خود می گیرد. به بیان دیگر کدگذاری باز به بروز محورهای مشترکی در مجموعه داده گردآوری شده منجر می شود که این محورها به مرحله بعدی کدگذاری جهت گیری های تازه ای می بخشد. در کدگذاری محوری، گام های مربوط به سطح مفهومی (کار با مفاهیم) می باشد. در این مرحله به جفت کردن کدها و یادداشت های تحلیلی و هم خانواده کردن آنها پرداخته شد و با بررسی ارتباط بین مفاهیم کدهایی که از نظر مفهومی شبیه یکدیگر بودند؛ در یک طبقه جای گرفتند.

جدول (۲) مقولات استخراج شده از مفاهیم (خرده مقولات)

مقولات	مفاهیم
رفاه جایگاه اجتماعی وضعیت اقتصادی	نگاه تجاری به هنر (مرفه)
	هنرمندان حقیقی (متوسط)
	رفاه متوسط
	طبقه متوسط رو به بالا
	متعلق به همه اقشار
	اجتماعی بودن

مفاهیم	مقولات
تاثیر اقتصاد بر خانواده	
مهارت اجتماعی	
رفاه بالاتر رابطه بیشتر	
اقتصاد متوسط به پایین	
توجه به ارزشهای اخلاقی	معرفت معنویت ارزشهای انسانی ارزشهای اخلاقی نگاه به هنر احترام مردمی بودن آداب معاشرت تواضع در برخورد حساس بودن صداقت
توجه به ارزشهای انسانی	
نگاه معنوی به هنر	
صداقت در کارها	
آداب معاشرت، احترام و منزلت	
تواضع و فروتنی	
روحیه حساس و زودرنج هنرمند	
انزوا و خلوت گزینی هنرمندان	
ناکافی بودن درآمد	
عدم ثبات مالی و عدم آرامش	
نیازمند سرمایه گذاری	
عدم ثبات شغلی و معیشت ناپایدار	
ریسک پذیری بالای شغل موسیقی	
نداشتن آینده کاری روشن	
بی قانونی در عرصه موسیقی	
لزوم قانون کپی رایت	
نیازمند حمایت‌های سازمانی	
الزام فعالیت و مسئولیت پذیری بیشتر خانه موسیقی	
تاثیرپذیری و تاثیرگذاری هنر	فرهنگ تحصیلات علم عمل جامعه رسانه ها (صدا و سیما و فضای مجازی) عرف شخصیت
طبقه روشنفکر جامعه	
تفاوت فرهنگی	
فرهنگ سازی	
شعور مهمتر از تحصیلات	
بکارگیری صحیح علم	
ضابطه بازی	
عدم شایسته سالاری	
متعلق به تمام اقشار جامعه	
الگو بودن هنرمند	
تاثیرپذیری هنر از جامعه	

مقولات	مفاهیم
	زبان گویای مردم
	آگاه سازی جامعه
	گاه‌ها عدم هماهنگی با عرف جامعه
	اهمیت روابط شایسته
	نقش نگرش و توان ارتباطی
	تعهد- تعلق خاطر و اعتماد و وابستگی

کدگذاری انتخابی

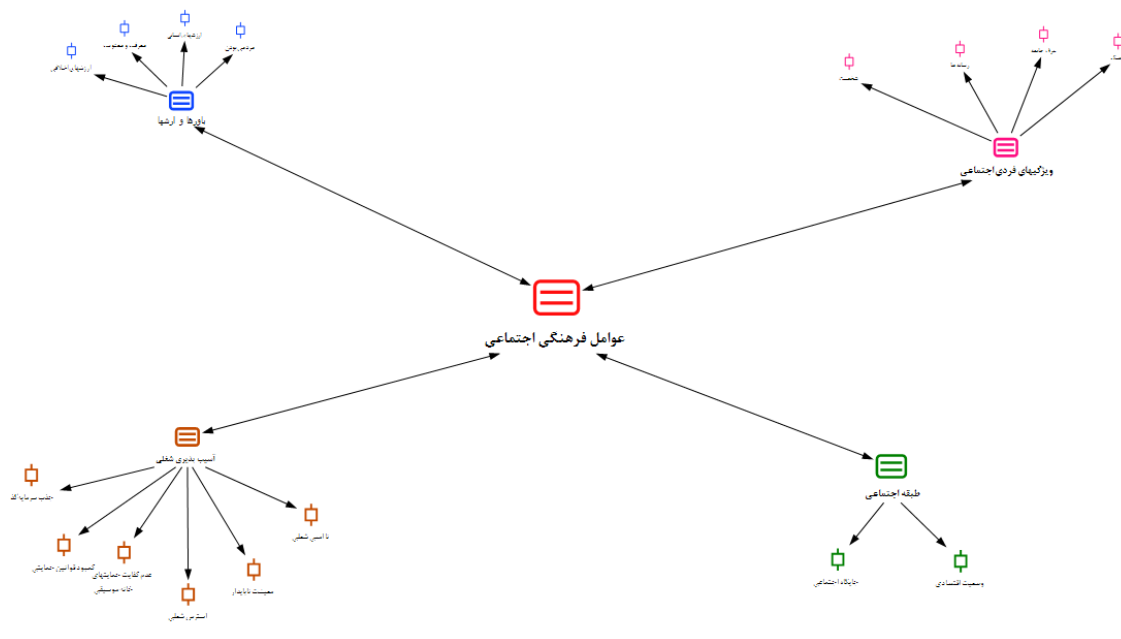
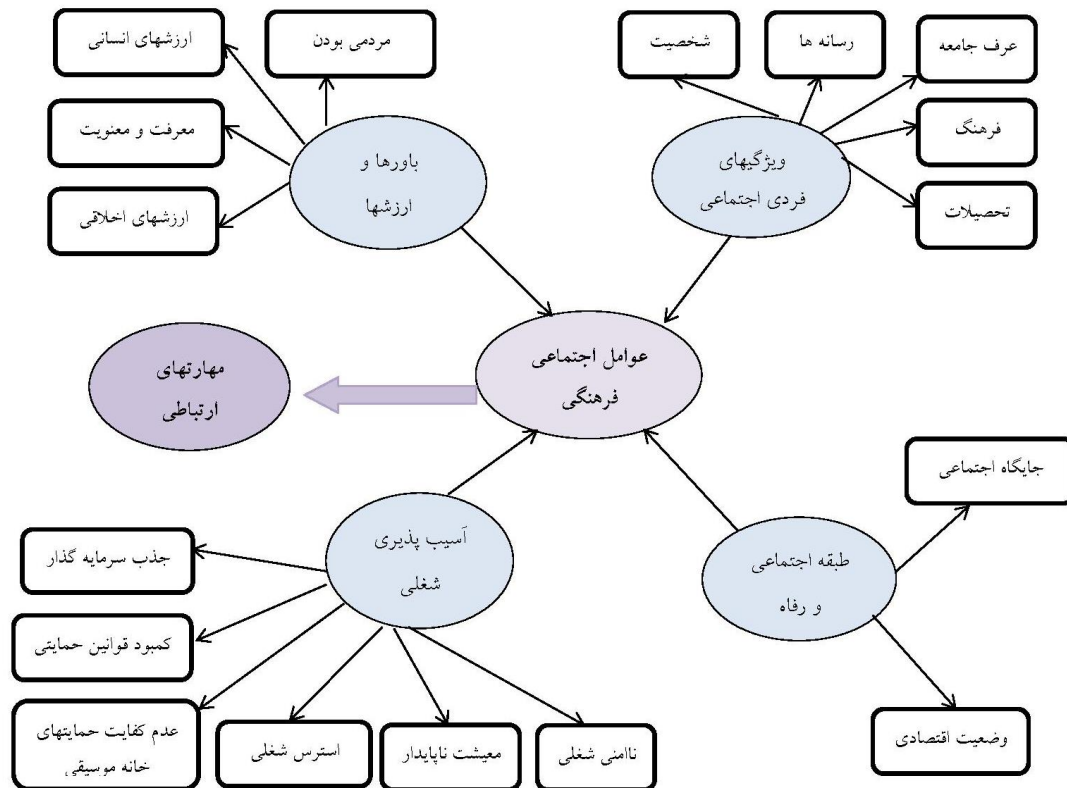
در آخرین مرحله کدگذاری به دلیل اینکه جزء اصلی تئوری به تدریج خود را نشان می‌دهد، پژوهشگر بر اساس این اجزا نو ظهور در کار کدگذاری گزیده تر عمل می‌کند. از این رو آخرین فصل کدگذاری را "انتخابی" می‌نامند و در نهایت به منظور تاییدپذیری داده‌ها (مشابه روایی و پایایی در پژوهش‌های کمی)، از روش بازاندیشی و مقبولیت پژوهشگر، مرور دست نوشته‌ها با مشارکت کنندگان و بهره‌گیری از نظرات تکمیلی اساتید حوزه مربوطه انجام گردید. در نهایت لیستی از کدها با زیر طبقات خاص به دست آمد که ارتباط بین طبقات مختلف را نشان می‌داد.

جدول (۳) نمونه‌ای از مفاهیم، خرده مقولات و تبدیل آنها به مقوله اصلی

ردیف	مفاهیم	خرده مقولات	مقوله اصلی
۱	آینده کاری مبهم/ درآمد کم و نامشخص/ عدم ثبات مالی و عدم آرامش/ ریسک پذیری بالای شغل موسیقی/ عدم ثبات شغلی/ عدم حمایت دولتی/ کارآمدی نسبی خانه موسیقی/ الزام مسئولیت پذیری بیشتر خانه موسیقی/ الزام فعالیت بیشتر خانه موسیقی/ لزوم وجود قانون کپی رایت	نا امنی شغل/ معیشت ناپایدار/ ضرورت جذب سرمایه گذار/ استرس شغلی/ کمبود قانون حمایتی مناسب/ عدم کفایت حمایت‌های خانه موسیقی	آسیب پذیری شغلی
۲	انسانیت و ارزشهای انسانی/ توجه به ارزشهای اخلاقی/ احترام متقابل/ معرفت و خرد/ نگاه معنوی به هنر/ معرفت مهمتر/ احترام و منزلت/ عدم غرور و منیت در روابط/ صداقت در کارها/ احساسی بودن/ تواضع و فروتنی/ زودرنج بودن هنرمند/ روحیه حساس هنرمند/ خلوتگزینی هنرمندان/ شان و منزلت واقعی/ نامطلوبی مدرک گرایی محض/	معرفت و معنویت، ارزشهای انسانی، ارزشهای اخلاقی، مردمی بودن	باورها و ارزشها
۳	تاثیرپذیری و تاثیرگذاری هنر/ طبقه روشنفکر جامعه/ تفاوت فرهنگی/ فرهنگ سازی/ علم و عمل/ شایسته سالاری/ آگاه سازی جامعه/ پذیرش از سوی جامعه/ تعلق خاطر و اعتماد و وابستگی	فرهنگ/ تحصیلات/ عرف جامعه/ رسانه ها (صدا و سیما و فضای مجازی)/ شخصیت	ویژگیهای فردی/ اجتماعی
۴	طبقه اجتماعی متوسط/ نگاه تجاری به هنر (مرفه)/ رفاه متوسط/ رفاه بالاتر رابطه بیشتر/ اقتصاد متوسط به پایین/ جایگاه متوسط	جایگاه اجتماعی/ وضعیت اقتصادی	طبقه اجتماعی و رفاه

مدل مفهومی استخراج شده

با توجه به مفاهیم شناسایی شده و گویه‌های هر مفهوم میتوان مدل ۱ را جهت نشان دادن عوامل فرهنگی اجتماعی مؤثر بر مهارتهای ارتباطی موسیقیدانان نشان داد.



نمودار (۱): مدل تبیین کننده عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر مهارت های ارتباطی (دستی و MAXQDA)

نتیجه گیری

قبل از تحلیل یافته ها، لازم است یادآوری شود که با بررسی پیشینه های پژوهش انجام شده این پژوهش و روش بکارگرفته شده به منظور استخراج مفاهیم پژوهش، مشخص گردید که تحقیقی دقیقاً مشابه مطالعه پیشرو انجام نشده است تا بتوان یافته های این تحقیق را با یافته های دیگران مقایسه نمود و از این نظر پژوهش منحصر به فرد بوده و امکان مقایسه تطبیقی یافته های تحقیق با پیشینه تجربی تحقیق میسر نیست، لذا به مقایسه با تحقیقات نسبتاً مشابه اکتفا شده است. حال با این توضیحات به بررسی هر یک از مفاهیم شناسایی شده می پردازیم:

آسیب پذیری شغلی

آسیب پذیری شغلی، به عنوان اولین مؤلفه شناسایی شده با شش بعد می باشد. این شش بعد عبارتند از نا امنی شغلی، معیشت ناپایدار، ضرورت جذب سرمایه گذار، استرس شغلی، کمبود قانون حمایتی مناسب و عدم کفایت حمایت‌های خانه موسیقی. آسیب‌های شغلی از مباحث مهمی است که به عنوان موانع اساسی در عدم پویایی سازمانها و منابع انسانی نقش تعیین کننده ای ایفا می کند و یکی از موانع مهم توسعه انسانی به شمار می رود، آسیب‌ها پدیده های چندگانه و چند علیتی هستند لذا برخی مشاغل از جمله حیطه های هنری آسیب پذیرتر از سایرین محسوب می شوند. با توجه به ابعاد شناسایی شده برای آسیب پذیری شغلی موسیقیدانان عضو خانه موسیقی ایران، توصیه میشود؛ همواره مسئولان و صاحب‌نظران در حیطه موسیقی نسبت به انتظارات و خواسته های هنرمندان آگاه باشند و سعی در برآورده کردن آن و ایجاد رضایت کنند. با ایجاد ثبات در معیشت آنها، ایجاد قوانین حمایتی و اجرای آنها از استرس شغلی کاسته و بدین گونه زمینه آرامش و آسودگی خیال هنرمند را فراهم کرده تا شاهد خلق آثار بهتر و ماندگارتر باشیم.

باورها و ارزشها

باورها و ارزشها، به عنوان دومین مؤلفه شناسایی شده با چهار بعد میباشد. این چهار بعد عبارتند از: معرفت و معنویت، ارزشهای انسانی، ارزشهای اخلاقی، مردمی بودن. نتیجه اولین مصاحبه با خبرگان نیز شناسایی همین چهار بعد برای سنجش متغیر باورها و ارزشها میباشد. با توجه به ابعاد شناسایی شده، توصیه میشود همواره در رویارویی با هنرمندان بیش از پیش به ارزشهای انسانی و اخلاقی پایبند بوده، در روابط به شان و منزلت واقعی آنها توجه خاص داشته و صادق تر بوده تا هنرمند بواسطه روحیه حساس و زودرنج بودنش بالاجبار خلوتگزینی و گوشه نشینی را انتخاب ننماید.

ویژگیهای فردی اجتماعی

ویژگیهای فردی اجتماعی، به عنوان سومین مؤلفه شناسایی شده با پنج بعد میباشد. این پنج بعد عبارتند از: فرهنگ/ تحصیلات/ عرف جامعه/ رسانه ها (صدا و سیما و فضای مجازی)/ شخصیت. با توجه به ابعاد شناسایی شده، توصیه میشود رسانه ها بویژه صدا و سیما حامی هنرمندان و آثار خوب باشند تا سلیقه موسیقایی عام مردم به سمت شایسته سالاری تمایل یابد. هنر را در فرهنگ جامعه نهادینه کرده و عرف های شایسته جامعه و آثار هنری بیش از پیش رابطه و همخوانی برقرار گردد.

رفاه و طبقه اجتماعی

طبقه و رفاه اجتماعی، به عنوان چهارمین مؤلفه شناسایی شده با دو بعد میباشد. این دو بعد عبارتند از: وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی. طبقه اجتماعی مفهومی است که جایگاه و موقعیت فرد را در جامعه نشان می‌دهد. تمامی جوامع بشری دارای سلسله مراتب، طبقات و پایگاه‌هایی می‌باشند. برحسب اینکه طبقات اجتماعی هر جامعه‌ای بر مبنای چه اصول و ارزشهایی متمایز می‌شود، این پایگاه‌های اجتماعی در جوامع گوناگون، متفاوت از هم می‌گردند. اما وجه مشترک تمامی جوامع این است که طبقات اجتماعی دارای ارزش یکسان و مساوی نیستند که این مسئله به نابرابری و فواصل طبقاتی منجر می‌شود.

نوآوری و محدودیتهای پژوهش

از جمله نوآوری پژوهش حاضر این بود که برای نخستین بار به بررسی عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر مهارتهای ارتباطی، با کمک روش گراند تئوری پرداخته شد. متغیرها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده، مفاهیمی گسترده و نو می‌باشند. همچنین در طی انجام این پژوهش محققان با این محدودیت نیز رو به رو بودند که تعدادی از پاسخگویان با در نظر گرفتن ملاحظات به سوالات پاسخ دادند، همین امر موجب سوگیری‌هایی از سوی آنها شد و بر پاسخ به پرسشهای مطرح شده تأثیرگذار بوده است.

فهرست منابع

- الوانی، مهدی، ۱۳۸۹، مدیریت عمومی، نشرنی، چاپ چهاردهم، تهران.
- امیرحسینی، خ. (۱۳۹۴). مهارتهای اساسی زندگی اجتماعی اخلاقی، تهران، انتشارات عارف کامل
- امیری، سیم و همکاران (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مهارتهای ارتباطی مدیران و رضایت شغلی اعضاء در ادارات کل استان خراسان شمالی، پژوهشهای تربیتی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، شماره چهاردهم، ص ۱-۱۸.
- بشارت، محمد علی و همکاران (۱۳۹۵). نقش واسطه‌ای خودشیفتگی در رابطه بین همدلی و کیفیت روابط بین شخصی، فصلنامه روانشناسی کاربردی، سال پنجم، شماره ۱ (۱۷)، صص ۲۳-۲۵.
- حاج باقری، م. ا.، پرویزی، س.، صلصالی، م. (۱۳۹۲). روشهای تحقیق کیفی. نشر و تبلیغ بشری: تهران
- خادمی، آروین، قدرت ارتباط «هنر مهارت در ارتباط موثر» انتشارات نظری، ۱۳۸۸
- رابینز، ا. (۱۳۹۷)، رفتار سازمانی " جلد اول، ترجمه علی پارسائیان، سیدمحمد اعرابی دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ هفتم، تهران.
- رضائیان، علی، ۱۳۹۳، مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات سمت، چاپ سوم، تهران.
- رهنما، س.، فتاحی، ر.ا.، دیانی، م.ح. (۱۳۹۴). بررسی میزان و عوامل مؤثر بر برخورداری کتابداران از مهارتهای ارتباطی: مطالعه موردی کتابداران دانشگاه فردوسی مشهد. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۳۰ شماره ۳، صص ۸۷۵-۸۹۸.
- دعایی، حبیب اله، ۱۳۹۳، ارائه الگوی ارتباطات سازمانی مناسب، فصلنامه دانش مدیریت، دانشگاه تهران، شماره ۲۵.
- سجادی پور، ف.س. (۱۳۹۶)، اثربخشی فراگیری مهارت‌های ارتباطی بر اساس برنامه سازمان بهداشت جهانی بر میزان سازگاری دانش آموزان دختر دبیرستانی مراکز شبانه روزی بهزیستی استان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
- عاشقی، بهنام، دهدار، محمد، « الویت بندی عوامل مؤثر در مهارتهای ارتباطی مدیران ورزشی استان گیلان»، دومین کنفرانس بین المللی روانشناسی، مشاور، تعلیم و تربیت، مشهد، ۱۳۹۷

فراهانیان مقدم، سمانه، بررسی عوامل مؤثر در طراحی مرکز موسیقی با رویکرد ارتقای تعاملات اجتماعی، چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی پیاداری و تاباوری از آرمان تا واقعیت، ۱۳۹۶

مصلی نژاد، ابوالفضل، حسینی، سیده اشرف السادات، بررسی اثر بخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سازگاری زناشویی، اولین کنفرانس بین المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، ۱۳۹۳

میرزاحمدی، م.ح.، زاهدی، ز. (۱۳۹۵). بررسی رابطه تاین سلسله مراتب نیازهای مازلو با میزان رضایت شغلی مدیران آموزشی، دومانه علمی پژوهشی دانشور رفتار/ دانشگاه شاهد، شماره ۲۱، سال سیزدهم، ص ۲۵-۳۲.

نظری، ر.، پاک دلیان، پ. (۱۳۹۴). رابطه بین مهارت های ارتباطی با کاربست الگوی مدیریتی و کارآمدی سازمانی مدیران ورزشی استان اصفهان و ارائه مدل، مجله مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، سال سوم شماره پیاپی ۹، ۱۵-۲۳.

نمازی، آ.، همایونفر، ح. (۱۳۹۵). سنجش مهارت ارتباط بین فردی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان پرستاری و مامایی، فصلنامه علمی پژوهشهای سلامت محور، سال دوم، شماره ۴، ۳۶۹-۳۸۰.

نیازی، محسن، بررسی ارتباط روابط خانوادگی نامناسب و گرایش به اعتیاد و بزهکاری در جوانان، همایش ملی پیشگیری از اعتیاد، همایش ملی پیشگیری از اعتیاد، ۱۳۹۴

وهابی، ب.، وهابی، ا.، صیادی، م.، روشنی، د.، (۱۳۹۵)، بررسی مهارت های ارتباطی بین فردی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان علوم پزشکی کردستان سال ۱۳۹۴، مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، دوره ۹، شماره ۲۴، ۱۰۲-۱۱۲.

یوسفی، فریده (۱۳۹۵). رابطه هوش هیجانی و مهارت‌های ارتباطی در دانشجویان، فصلنامه روانشناسان ایرانی، سال سوم، شماره ۹، ص ۱۳.

- Bakker, Arnold B & Schaufeli, wilmar B. (2018), Positive organizational behavior: Engaged employees in flourishing organizations, Journal of Organizational Behavior J. Organiz. Behav. 29, 147-154 pp147-154
- Bass, B. M. A. Avolio, B. J. June, D. I. & Berson, Y. (2016). "Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership". Journal of applied psychology, 88(2), 207 -218.
- Brikend. (2018) Job satisfacyion a literature review Management Research and Practice Volume 3, Issue 4 pp77-86
- Cohen, Bruce (1397), An Introduction to Sociology, Translated by Mohsen Solasi, Tehran: Farhange Moaser.
- Hargie & Dickson (2017). Skilled interpersonal communication (Research, theory and practice edition, London & New York: Routledge.
- Mansourian, Y. (2006). Adoption of grounded theory in LIS research. New Library World, 107(9/10), 386-402..
- Rethinam, guna seelan et al. (2018), construct of quality of work life: a perspective of information and technology professionals", European journal of social sciences, vol7, pp58-70.
- Rollnick (2017). The use of simulated Patients and role-play in communication skills training: a review of the literature to August 2005. Patient Educ Couns; 67:13-20 .
- Tylor, Edward. (1871). Primitive Culture. Vol 1. New York: J.P. Putnam's Son