

طراحی مدل شایستگی رسانه‌ای مدیران مدارس ابتدایی ناحیه ۳ شهر اصفهان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۵

کد مقاله: ۱۰۸۷۳

آی‌لار بیانی شهری^۱، نرگس عطریان^۲

چکیده

هدف از این پژوهش طراحی مدل شایستگی رسانه‌ای مدیران مدارس ابتدایی ناحیه ۳ اصفهان بود. طرح پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا، کمی بود که از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق ابتدا از آزمون کالموگروف اسمیرنوف جهت اطمینان از طبیعی بودن توزیع نمونه و از آزمون لوین جهت اطمینان از همگنی واریانس استفاده گردید. از آزمون‌های معادلات ساختاری برای ارائه مدل استفاده شد. روش‌های آماری فوق با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۳ در سطح خطای ۰/۰۵ انجام گردید. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل موثر بر شایستگی رسانه‌ای به ترتیب عبارتند از شناخت و حل مسئله، ارتباطات، تحصیلات، انتقادپذیری، تجربه، سواد رسانه‌ای، مخاطب‌شناسی و فنی و اطلاعاتی است.

واژگان کلیدی: شایستگی رسانه‌ای، مدیران مدارس، آموزش و پرورش

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد شاهین شهر دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) ailar.bayani.sh@gmail.com

۲- استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شاهین شهر، اصفهان، ایران.

انتخاب افراد شایسته برای مشاغل سازمانی، همواره یکی از مهمترین دغدغه‌های اندیشمندان علم مدیریت بوده و بدیهی است استفاده از روش‌های علمی موجب می‌شود فرد مناسب تری در سازمان قرار گیرد. مدیران همواره نقشی مهم و حیاتی در سازمان‌ها ایفا می‌کنند. تاثیر مدیران برجسته در موفقیت سازمان‌ها امروزه در بسیاری از سازمان‌های موفق، بارز و آشکار گردیده است. بر اساس رویکرد شایستگی، شغل‌ها به عنوان شایستگی‌ها تعریف می‌شوند، لذا شغل‌ها انعطاف پذیر می‌شوند و کارکنان برای انجام آن نیازمند شایستگی‌های خاص می‌باشند. از طرفی به کارگیری رویکرد مبتنی بر شایستگی‌ها به سازمان‌ها اجازه می‌دهد که به سرعت کارکنان را با اهداف استراتژیک خود همسو سازند. امروزه استفاده از آموزش مجازی، زندگی بشر را در تمامی وجوه دگرگون ساخته است فناوری اطلاعات و ارتباطات را می‌توان به عنوان ابزاری نیرومند و قوی برای ارتقای کیفیت و کارایی آموزش مورد استفاده قرار داد، بنابراین با توجه به فناوری‌های به سرعت در حال تغییر، نیازمند نیروهایی هستند که از لحاظ تخصصی ماهر بوده و علاوه بر قدرت یادگیری و ارتباطات بالا، منعطف بوده و بتوانند خود را با تغییرات محیط وفق دهند. هدف از این پژوهش طراحی مدل شایستگی رسانه‌ای مدیران مدارس ابتدایی ناحیه ۳ شهر اصفهان می‌باشد.

۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

منابع انسانی در دهه اخیر در معرض تحولات بسیاری قرار گرفته است. این تحولات همه مراتب و وجوه کارکرد منابع انسانی، یعنی متولیان، سیستم‌ها و واحد منابع انسانی را در بر گرفته است. مسئولیت متولیان منابع انسانی به عنوان سکانداران کشتی منابع انسانی سازمان‌ها، دوچندان شده است. متولی منابع انسانی باید علاوه بر اینکه یک مجری عملیاتی خوب باشد، به عنوان یک عملگرای معتبر، عامل فرهنگ و تغییر، مدیر استعداد و طراح سازمان، معماری استراتژی و هم پیمان کسب و کار نیز شایسته باشد. متولیان منابع انسانی باید از اعتبار فردی برخوردار باشند و با کسب شایستگی‌های لازم به عنوان پیش‌تازان ارزش آفرینی در سازمان‌ها باشند. مهمترین نقش مدل شایستگی ارائه زبانی برای صحبت کردن دقیق درباره دانش و مهارت‌های مدیریتی است. این مدل شیوه‌ای را برای تعمق کردن درباره دانش و مهارت‌های مدیران، در سطوح شغلی متفاوت در نقش‌ها و جایگاه‌های مختلف، ارائه می‌دهد (باکر، ۲۰۰۳). ارائه مدل شایستگی‌های بیش از هر چیز به عنوان وسیله‌ای جهت فهم بهتر و در نتیجه به کارگیری بهینه‌تر شایستگی‌ها در جذب، آموزش، ارزیابی عملکرد، پرداخت و پاداش و... می‌باشد. آنچه در زمینه شایستگی‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد، رسیدن به فهرستی دقیق و مناسب از شایستگی‌های مورد نیاز مدیران در سطوح مختلف در سازمان خاص می‌باشد بنابراین ضرورت دارد تا مدل فرایندی شایستگی‌های مدیران منابع انسانی بخش دولتی با تاکید بر سیاست‌های کلی نظام اداری تدوین شود. از آنجایی که در ادبیات شایستگی رسانه‌ای مدیران، خلاء قابل توجهی وجود دارد، لذا ضرورت انجام این پژوهش به لحاظ نظری کاملاً توجیه پذیر است. از نتایج این پژوهش سازمان بزرگ آموزش و پرورش و سایر موسسات زیر مجموعه آن از جمله ادارات آموزش و پرورش و مدارس و سایر سازمان‌ها از جمله سازمان‌های خبری، سازمان‌های رسانه‌ای و مدیران منابع انسانی سازمان‌ها می‌توانند بهره‌مند گردند.

۳- مبانی نظری

۳-۱- شایستگی

درباره مفهوم شایستگی، تعریف قابل قبول همگانی وجود ندارد و تعاریف مختلف بر اساس دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلف صاحب نظران و اندیشمندان شکل گرفته است شایستگی‌ها ویژگی‌های قابل اندازه‌گیری یک فرد هستند که مرتبط به موفقیت در کار می‌باشد (لومباردو و ایچینگر، ۲۰۰۱). شایستگی، قدرت، توانایی و ظرفیت انجام یک وظیفه است. تعریف فرهنگ آکسفورد (۲۰۰۳) شایستگی‌ها باید قابل مشاهده و قابل اندازه‌گیری باشند و با ثبات و تکرار در رفتار فرد مشاهده شوند. شایستگی شامل خصوصیات فردی، سیستم‌های اعتقادی، روش برخورد با مشکلات و حل مشکلات، حل تعارض، مهارت‌های حرفه‌ای، رفتارها، توانایی کار در محیط‌های تیمی، توانایی انجام کارهای انفرادی و غیره می‌شوند. تنوع این شایستگی‌ها بسیار زیاد است و تا حد زیادی به شرح وظایف شغلی و همچنین ذهنیت و فرهنگ شرکت مورد نظر بستگی دارد. به طور کلی مفهوم شایستگی و انواع شایستگی‌ها به دلیل اینکه باعث درک بیشتر جایگاه افراد در سازمان‌ها می‌شود لذا به دنبال هر جایگاه شغلی‌ای که باشید، یک یا چند مورد از این شایستگی‌های شغلی را از شما می‌طلبند. اگر بتوانید نشان دهید شایستگی‌های شغلی لازم برای تصدی یک جایگاه را دارید، از شانس بالایی برای رسیدن به آن برخوردار خواهید بود.

۳-۲- مدل های شایستگی

برخی از اولین مطالعات انجام شده در زمینه رفتار، شخصیت ها و نگرش سرپرستان موجب شده است تا محققان به بررسی مهارت های مورد نیاز برای مدیریت دیگران در محیط کار بپردازند. با مطالعه مشاغل و گردآوری یک فهرست از دانش، مهارت ها و توانایی های که برای انجام موثر شغل لازم هستند، شایستگی ها و مدل های شایستگی ایجاد شدند (هانگ و یانگ هو، ۲۰۰۹). شایستگی ها وظایف مدیریتی مشابه و مرتبط به هم را درون خوشه ها گروه بندی می کنند (پیکت^۱، ۱۹۹۸). مهارت های فنی، به درک درست از یک نوع خاص از فعالیت، به خصوص مربوط به روش ها، فرآیندها، روش یا تکنیک اشاره دارد (کاتز^۲، ۱۹۵۵). همچنین شایستگی های فنی به نام شایستگی های حرفه ای^۳ و شایستگی هایی که برای انجام یک شغل و یا حرفه مورد نیاز است، می باشد (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵).

نوع دوم از مهارت مدیران، مهارت های انسانی است. مهارت های انسانی مستلزم توانایی مدیران اجرایی در انجام کار به طور موثر به عنوان عضو یک تیم که او رهبری می کند، می باشد (کاتز، ۱۹۵۵). این مجموعه مهارت با مهارت های ارتباطات و رهبری مرتبط است. آخرین مجموعه از مهارت های مورد نیاز مدیران موفق، مهارت های مفهومی می باشد. مهارت های مفهومی بوسیله تصمیم گیری رهبران سازمان در مورد استراتژی ها و سیاست ها مشخص می شود. ساندو^۴ (۱۹۹۳) حوزه های رهبری، اداری و بین فردی را ارائه نمود. بر اساس مدل ساندو^۴، حوزه رهبری شامل شایستگی هایی مانند توسعه زیردستان، توانمندسازی کارکنان و ایجاد یک تیم موثر می باشد. حوزه بین فردی شامل شایستگی هایی مانند نوشتن به طور موثر، به وضوح صحبت کردن و گوش دادن می باشد. مهارت های بین فردی به ساختار روابط که برای موفقیت در شرکت های بزرگ کسب و کار ضروری است، مرتبط است (ژئو و همکاران، ۲۰۱۱). گسترش کسب و کارها در سطح جهانی، افزایش آگاهی مدیریت به منظور درک فرهنگ ها، ارزش ها و سنت های جوامع مختلف ضروری است. همچنین مهارت های بین فردی در توسعه اعتماد بین کارفرما و کارکنان مهم هستند (آلدسون^۵، ۱۹۹۳). بدون این مهارت ها، شرکت ها می توانند در موقعیت بحران ویژه عدم اعتماد قرار بگیرند. اگر شایستگی ها به مدیریت یا کارکنان شاغل در سازمان مرتبط نباشد، چشم انداز سازمان قابل تشخیص نخواهد بود. حوزه اداری شامل شایستگی هایی مانند حسابداری و امور مالی و مدیریت پرسنل به طور رسمی به نام مهارت های انسانی در مطالعه کاتز آمده است. ساندو^۴ همچنین دامنه مفهومی را به دامنه مفهومی و خلاق توسعه داد. دامنه مفهومی و خلاق بر اساس برداشت مینتزبرگ^۶ بوده است و شامل شایستگی هایی مانند توسعه ایده های جدید، تجسم آینده سازمان، برنامه ریزی استراتژیک و انطباق با تغییرات می باشد (مینتزبرگ^۶، ۱۹۹۳). کاتز مطالعه خود را با بررسی حوزه های شایستگی و چگونه آنها به نقش های مدیران در درون شرکت مرتبط می شود، پیش برد. زمانی تصور می شد که شایستگی های فنی به سطح پایین تر مدیران به عنوان یک پایه و اساس مدیریت لازم است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵).

مدل شایستگی هسته مرکزی فعالیت های منابع انسانی، در مدیریت منابع انسانی مبتنی بر شایستگی است؛ یک مدل شایستگی به مجموعه کاملی از مهارت های مختلف اشاره دارد. که چارچوبی یکپارچه را برای بسیاری از فرآیندهای منابع انسانی فراهم می سازد. وی ای کامپرفرم (۲۰۰۳) می گوید یک مدل شایستگی فهرستی از شایستگی هاست که برای نوعی خاص از کار، به کار می رود. مدل شایستگی ها می تواند شامل شایستگی های رفتاری، شایستگی فنی یا هر دو آنها باشد. مک کلند، محقق دانشگاه هاروارد با توسعه برخی از اولین مطالعات انجام شده در شایستگی ها صاحب اعتبار شد و نیز با ابداع مدل شایستگی در اوایل دهه ۱۹۷۰ صاحب اعتبار شد (باکور^۷، ۲۰۱۳). مدل های شایستگی ابزارهای تصمیم گیری هستند که قابلیت های کلیدی مورد نیاز برای انجام یک کار را توصیف می کنند (مکلاگان، ۱۹۸۰). مدل های شایستگی ابزارهای تصمیم گیری هستند که قابلیت های کلیدی مورد نیاز برای انجام یک کار را توصیف می کنند شیوه ای را برای تعمق کردن درباره دانش و مهارت های مدیران، در سطوح شغلی متفاوت در نقش ها و جایگاه های مختلف، ارائه می دهد (باکور، ۲۰۱۳).

پژوهشگران متعددی مزایای استفاده از مدل شایستگی را ذکر کرده اند. این مزایا عبارتند از: استخدام و انتخاب مدیران و کارکنان، ارزیابی، توسعه شرح شغل، توسعه برنامه های آموزشی متناسب با بهبود مدیریت و عملکرد کارکنان، افزایش عملکرد سازمانی برای اهداف رقابتی، برنامه ریزی سازمان، برنامه ریزی و پیشرفت شغلی، ارتباطات، توانمندسازی کارکنان برای تصمیم گیری های مدیریتی، موجب تغییر سازمانی و فرهنگی، و توسعه برنامه آموزشی میشود (مک گلن، ۱۹۹۷؛ مایر و همکاران، ۱۹۹۶). یک پژوهش خاص ۲۱۷ سازمان کسب و کار را بررسی کرد و دریافت که ۹۰ درصد از شرکت ها مدل سازی شایستگی را برای

- 1 Pickett
- 2 Katz
- 3 vocational competencies
- 4 Sandwith
- 5 Alderson
- 6 Mintzberg
- 7 Bucur

مدیریت عملکرد، ۸۸ درصد به دلایل نیروی انسانی، ۶۴ درصد برای بسته جبران خدمات و مزایا و ۶۲ درصد برای آموزش و توسعه مورد استفاده قرار می‌دادند (هوفریچر و اسپنسر^۱، ۱۹۹۹؛ ادواردز^۲، ۲۰۰۹).

شایستگی‌های مدیریت نیز می‌تواند برای ایجاد برنامه‌های توسعه حرفه‌ای و استانداردهای صدور گواهینامه برای حرفه‌های صنعتی مورد استفاده قرار گیرد (کنت و پیردو، ۱۹۸۹). رویکرد شایستگی توسط سازمانها به عنوان یک راه تمرکز و کنترل هزینه-های آموزش‌های توسعه رفتار مناسب برای شغل با یک دید همکاری در جهت عملکرد سازمانی تلقی می‌شود (آنتوناکوپولو^۳ و همکاران، ۱۹۹۶). نقاط قوت دیگر جنبش شایستگی عبارتند از: ترسیم براساس یادگیری قبلی و تجربه‌های پیشین هم در زندگی و هم در محل کار (استوارت و هاملین^۴، ۱۹۹۳؛ جالوچا^۵ و همکاران، ۲۰۱۴).

استفاده از شایستگی‌های مدیریت توسط منافع، استراتژی و ماموریت سازمانهای خاص تعیین می‌شوند. به منظور به دست آوردن منافع شایستگی و مدل شایستگی، مدیریت ارشد باید از این ایده حمایت کند و بپذیرد. همچنین مزایا می‌تواند شامل ارائه ویژگی‌های رهبران و مدیران یک شرکت که آنها باید به منظور دستیابی به یک شغل دارا باشند، باشد. شایستگی‌ها می‌تواند برای تطبیق فرد مناسب برای شغل مناسب مورد استفاده قرار گیرد. برخی از مدیران، شایستگی‌ها را به عنوان یک معیاری برای توضیح این که چه مهارت‌هایی را یک فرد دارد و چه مهارت‌هایی را یک فرد برای یک شغل بخصوص نیاز دارد، می‌دانند (فانگ^۶ و همکاران، ۲۰۱۰). شایستگی‌ها و مدل‌های شایستگی دارای محدودیت‌هایی نیز هستند. برای مثال رفتاری که در شرایط فعلی مناسب است و به عنوان شایستگی محسوب می‌شود، ممکن است در آینده نامناسب باشد و شایستگی تلقی نگردد (وینترتون^۷ و همکاران، ۱۹۹۹). وودراف^۸ (۱۹۹۹) بیان می‌کند که شایستگی‌های یک سازمان باید انعطاف‌پذیر باشد و باید قادر به تغییر در موقعیت سازمان و تغییر استراتژی خود باشد. همچنین شایستگی‌های می‌تواند از یک شرکت به شرکت دیگر تغییر کند (وودراف، ۱۹۹۹). در حالی که ممکن است برخی از شایستگی‌ها مهم تر از دیگر شایستگی‌ها باشند، ولی مهم است که از مسئولیت مدیران و از آنچه که شغل آنها واقعا نیاز دارد، درک روشنی بدست آوریم. شایستگی همچنین می‌تواند به یک احساس کاذب از واقعیت منجر شود و ممکن است مدیران را به این باور برساند که آنها همه نکات ظریف شغل را درک می‌کنند، در حالی که شاید چنین نباشد (لیکاما^۹، ۲۰۱۵).

۳-۳- سواد رسانه

سواد رسانه‌ای نیز نوعی از سواد معادل کلمه انگلیسی Media literacy است، هر چند این موضوع در عرصه تحقیق تازگی دارد، تعریف‌های چندی از دیدگاه صاحب‌نظران برای آن ارائه شده است. سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است (شکرخواه، ۱۳۸۶). سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت‌های گوناگون است (لیوینگستون^{۱۰}، ۲۰۰۴). با توجه به تعاریف بالا سواد رسانه‌ای را به معنای مجموعه‌ای از مهارت‌ها، نگرش‌ها و دانش‌های لازم به منظور درک و فهم استفاده از انواع مختلف رسانه‌ها دانست که اطلاعات از یک فرستنده به یک گیرنده انتقال می‌یابد. افراد، با سواد رسانه‌ای قادر به کشف پیام‌های پیچیده‌ی موجود در محتوای تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل خواهند شد. آن‌ها همچنین می‌توانند رسانه‌های خود را ایجاد کرده و در شکل‌گیری فرهنگ رسانه‌ای مشارکت فعالانه داشته باشند، این امر سبب می‌شود مردم از حالت مصرفی خارج شده، از رسانه‌ها به صورت هوشمندانه‌ای بهره‌مند شوند. سواد رسانه‌ای سعی دارد آگاهی‌آحاد افراد جامعه را به شکل‌های مختلف پیام، در زندگی روزانه افزایش دهد و به شهروندان یاری دهد تا بینشها و باورهای مردم را ارزیابی کرده، فرآیند شکل‌گیری فرهنگ عمومی را مورد بررسی قرار دهد. در دوران جدید با ویژگی ظهور وسایل ارتباطات نوین، جوامع تحت نفوذ و بمباران اطلاعاتی و رسانه‌ای قرار گرفته و به نظر می‌رسد به منظور بقاء در این شبکه اطلاعاتی که در سراسر محیط فرهنگی انسان ریشه دوانیده حفظ استقلال فکری و اندیشه، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی گزینش و انتخاب و رویارویی با این فرآیند پیچیده و فراگیر از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه‌ای قابل حصول تلقی می‌شود (بیران، ۱۳۸۶). رسانه‌ها به مخاطبین مطالب و موضوعاتی را انتقال داده که تصویرگر واقعی پیام و خواسته-های آنها تلقی می‌شود. بیشتر رسانه‌ها و از آن جمله رسانه‌های عمومی برداشت‌های تجاری از تولیدات داشته که به هر صورت در

- 1 Hofrichter & Spencer
- 2 Edwards
- 3 Antonacopoulou
- 4 Stewart & Hamlin
- 5 Jalocha
- 6 Fang
- 7 Winterton
- 8 Woodruffe
- 9 Liikamaa
- 10 Livingston

پیام‌های آنها نهفته است (سلطانی فر، ۱۳۸۶). سواد رسانه‌ای هدف‌هایی برای مخاطبین در بر دارد؛ از میثاق رسانه‌های مختلف آگاهی داشته و به مخاطب شایستگی دریافت اطلاعاتی را آموزش می‌دهد. سواد رسانه‌ای دارای ابعاد مختلفی است؛ شامل دسترسی، درک و خلق. دسترسی به توانایی مکانیابی محتوای رسانه‌ها که با نیاز شخص مرتبط است اشاره دارد (همچنین اجتناب از محتوای رسانه‌ای که ربطی به نیاز شخص ندارد) و شامل پردازش سخت افزار و نرم افزار، جمع‌آوری و کاربرد اطلاعات درباره آن چیزی است که موجود است.

سواد رسانه ای می‌تواند به افراد جامعه کمک کند تا:

۱. چگونگی ایجاد پیام‌های رسانه‌ای را درک کنند
۲. آنچه که رسانه‌ها می‌خواهند ما را به باور آن برسانند را تشخیص بدهند.
۳. تعصبات، اطلاعات غلط و دروغ‌های رسانه‌ای را تشخیص بدهن
۴. قسمتی از داستان که کنمان می‌شود را کشف کنند
۵. پیام‌های رسانه‌ای را براساس تجربیات خود، باورها و ارزش‌هایشان ارزیابی کنند.
۶. پیام‌های رسانه‌ای خود را طراحی، ایجاد و توزیع کنند. در جامعه آموزش سواد رسانه ای به رشد تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای کمک می‌کند. هدف آن، دادن آزادی بیشتر به افراد به وسیله قدرت دادن به آن‌ها برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه است. همچنین محققان به این نتیجه دست یافته‌اند که آموزش سواد رسانه ای یک ابزار برای مقابله با الکل، تنباکو و سایر مواد مخدر، همچنین اختلالات تغذیه‌ای، قلدری، خشونت، نژاد پرستی و تبعیض است. به طور کلی سواد رسانه ای یکی از مهارت های مهم زندگی کردن است. در زندگی عمومی سواد رسانه ای به درک چگونگی ایجاد فرهنگ توسط رسانه‌ها و انحصار رسانه‌ای کمک می‌کند. تعداد انگشت‌شماری از شرکت‌ها هستند که بسیاری از رسانه‌ها را کنترل می‌کنند، سواد رسانه ای افراد را برای تغییر سیستم‌های رسانه‌ای تشویق می‌کند.

۳-۴- مفاهیم سواد رسانه‌ای

مفاهیم سواد رسانه ای به سه سطح عمومی، متوسط و پیشرفته تقسیم می‌شوند. مفاهیم عمومی به اینکه چگونه رسانه‌ها ما را تحت تاثیر قرار می‌دهند تمرکز می‌کند. مفاهیم متوسط به چگونگی ایجاد معنا از مفاهیم رسانه‌ای می‌پردازد و مفاهیم پیشرفته تعامل رسانه‌ها و جامعه و نقش سواد رسانه ای در ایجاد تغییرات را بررسی می‌کند.

۳-۵- آموزش مجازی

آموزش مجازی یا virtual learning و یا به عبارت دیگر آموزش الکترونیکی e-learning بر بستر اینترنت از راه دور امکان‌پذیر است. یکی از انواع آموزش مجازی و بی شک برترین نوع آموزش مجازی است که طی آن استاد و دانشجو در یک زمان مشخص وارد کلاس مجازی شده و در یک محیط مجازی با یکدیگر در تعامل قرار می‌گیرند. در آموزش مجازی آنلاین مدرس می‌تواند با ارائه فایل‌های پی‌دی‌اف و اسلایدهای پاورپوینت و صدا و تصویر خود مباحث آموزشی مورد نظر را با دانشجویان در میان بگذارد. اشتراک گذاری دسکتاپ کامپیوتر مدرس و نمایش محیط نرم افزارهای مختلف به صورت زنده به فراگیران، امکان آموزش عملی موضوعات مختلف همچون کار با انواع نرم افزارها را ایجاد می‌کند. آموزش آنلاین، یادگیری برنامه ریزی شده ای است که در آن معمولاً یادگیری و آموزش در محیط‌های جدا از هم صورت می‌گیرند. به همین دلیل آموزش آنلاین، به تکنولوژی‌های ارتباطی و نهادی برای طراحی و برنامه ریزی آموزش نیازمند است. یادگیری آنلاین فقط بر روی نیازهای یادگیرنده برای رابطه با مدرس تمرکز می‌کند، درحالی که آموزش آنلاین باید شامل دو طرف ارتباط، یعنی مدرس و یادگیرنده باشد. یادگیری الکترونیکی یکی از انواع آموزش از راه دور تلقی می‌گردد. آموزش از راه دور متدهای مختلف از جمله سیستم‌های مبتنی بر تلویزیون، پست، مکاتبه و رادیو را شامل می‌شود. یادگیری الکترونیکی نیز یکی از انواع تکامل یافته این مدل از آموزش می‌باشد. سیستم‌های مدیریت آموزش مجازی، قابلیت‌ها را به اشکال مختلف و با بهره‌گیری از شیوه‌های متفاوت فراهم می‌کنند. برخی از این سامانه‌ها برای شبیه‌سازی کلاس‌ها و فعالیت‌های آموزشی، محیط‌های سه‌بعدی آموزشی با شکل‌های متنوع و سرگرم‌کننده ارائه می‌کنند و برخی صرفاً از ابزارهای نوشتاری و ساده بهره گرفته‌اند. بعضی به صورت ویدئو بوده و برخی ویدئو را در بر نمی‌گیرند. یکی از اهداف توسعه آموزش مجازی در جهان، بویژه موسسات آموزشی و دانشگاه‌ها، “طراحی و راه اندازی نرم افزار سیستم مدیریت یادگیری” بعنوان یک از مهمترین ابزارهای آموزش مجازی برای ارائه به موسسات آموزشی و دانشگاه‌های متقاضی به منظور استفاده در کاربری آموزشی و ارائه رشته‌های مجازی (ترکیبی) می‌باشد. این عبارت از اهداف تعریف شده برای محور طراحی، راه اندازی و استقرار سامانه دانشگاه مجازی است. آموزش آنلاین، یادگیری برنامه ریزی شده ای است که در آن معمولاً یادگیری و

آموزش در محیط‌های جدا از هم صورت می‌گیرند. به همین دلیل آموزش آنلاین، به تکنولوژی‌های ارتباطی و نهادی برای طراحی و برنامه‌ریزی آموزش نیازمند است. یادگیری آنلاین فقط بر روی نیازهای یادگیرنده برای رابطه با مدرس تمرکز می‌کند، درحالی‌که آموزش آنلاین باید شامل دو طرف ارتباط، یعنی مدرس و یادگیرنده باشد. اکنون نیز در نقاط مختلف دنیا از جمله ایران از این شیوه آموزش برای تحصیل و یادگیری استفاده می‌شود (عطاران، ۱۳۹۱).

معروفترین ابزار ارتباطی رایانه‌ای، عبارتند از پست الکترونیکی با استفاده از تابلوهای اعلانات و اینترنت، کنفرانسهای شنیداری و تلفنی و کنفرانسهای تصویری با استفاده از یک یا دو ویدئو و استماع دو طرفه از طریق ضبط صوت، کابل تلفن، نسوج نوری، ماهواره، و مایکروویو مدار بسته (عاملی، ۱۳۸۷). آموزش الکترونیکی نسبت به آموزش سنتی دارای مزایای عمده‌ای است. انعطاف پذیری و حذف تردهای بی‌مورد و پرهزینه برای شرکت در دوره‌های آموزش از مهمترین آنها به شمار می‌آید. از مزایای دیگر نیز میتوان به هزینه کمتر، سرعت بیشتر، زمان و مکان متغیر، صرفه جویی در نوشتن ابزار، اشاره کرد. آموزش مجازی معایب و مزایا نیز دارد که به صورت اختصار به آن اشاره خواهیم کرد.

جدول ۱- مزایای آموزش مجازی

اقتصادی	آموزشی	فرهنگی	زمانی
کاهش هزینه‌های رفت و آمد کاهش هزینه‌های تولید لوازم تحریر و متعاقب آن حفظ محیط زیست.	توجه به نیاز مخاطبین سهولت دسترسی به منابع مختلف امکان ثبت و ضبط فعالیت‌ها و برنامه‌ها پیگیری مستمر پیشرفت تحصیلی ارائه و آماده‌سازی مدل‌های مختلف آموزشی خدمات تحصیلی و مشاوره‌ای برای دانشجویان افزایش نیروی انسانی مجرب همگام با فناوری اطلاعات و ارتباطات	جهانی بودن یادگیری الکترونیکی به دلیل استفاده از اینترنت امکان ساخت اجتماع توسط افراد در محیط وب	به روز رسانی اطلاعات با سرعت بالا در دسترس بودن آموزش الکترونیکی به طور ۲۴ ساعته

جدول ۲- معایب آموزش مجازی

اقتصادی	آموزشی	فرهنگی
هزینه بالای راه اندازی و استفاده از تجهیزات رایانه‌ای بالا بودن هزینه‌ها به کارگیری خطوط تلفن	کافی نبودن دانش رایانه‌ای دانشجویان عدم دسترسی همه به رایانه و خدمات جانبی آن	عدم آشنایی مدرسان به قوانین کپی رایت از بین رفتن تنوع فرهنگی

۳-۶- مدیریت رسانه

از جمله رشته‌های میان رشته‌ای جدید، مدیریت رسانه است که مدیریت را در شرکت‌های رسانه‌ای مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد (پرایس، ۱۳۸۸). ریشه‌های این گرایش به دهه‌ی ۸۰ می‌گردد. از آن زمانکه متأثر از دو عامل اساسی یعنی از یکسو تأثیرات تحولات اجتماعی سیاسی و از سوی دیگر تأثیراتی که تحولات و پیشرفت‌های علمی به خصوص تحولاتی که در فن-آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به دست آمده است، شرکتها و در یک افق وسیع تر صنعت رسانه‌ای، ساز و کارهای اقتصادی و مدیریتی جدیدی پیدا کرده اند (امیرخانی و همکاران، ۱۳۹۵).

۳-۷- مدیریت آموزشی

مدیریت آموزشی به معنی عام، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی و نظارت و ارزشیابی فرایند آموزش تعریف شده است. مدیریت آن بخشی از فعالیت‌های سازمان‌های آموزشی است که مستقیماً با امر آموزش و پرورش و یادگیری مرتبط است. از جمله، فعالیت‌های مربوط به برنامه‌های آموزشی، مواد و محتوای دروس، روش‌ها و وسایل آموزشی، مشاوره و راهنمایی تحصیلی، اقدامات آموزشی مکمل، امور معلمان و دانش‌آموزان (خورشیدی و اکرامی، ۱۳۹۱). نظام آموزشی هر کشوری دربرگیرنده‌ی مجموعه‌ای از نیازهای سازمان‌های رسمی آن کشور بوده و عملکرد نظام آموزش و پرورش که مدیران آموزشی اداره آن را بر عهده دارند، نه تنها از نظر پیشرفت اقتصادی و اجتماعی مهم است، بلکه از نظر تأثیری که بر تحرک شغلی و انتظارات دارد، از اهمیت تعیین کننده‌ای برخوردار است. ضرورت در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، بهبود کیفی و ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی برای

همگان، نقش خطیر مدیریت نظام آموزشی را بارزتر ساخته است (موسوی و حسینی، ۱۳۹۶). هدف کلی آموزش و پرورش در هر جامعه‌ای این است که هر فرد را طبق الگوی ارزش‌های فرهنگی، سیاسی، دینی و اجتماعی خود تربیت کرده و انسانی متناسب تحویل جامعه دهد. مدیریت آموزشی، باید قبل از هر چیز اهداف آموزش و پرورش را به خوبی شناخته و آنها را مورد بررسی قرار دهد و به کار بندد. اط‌مهارت‌های مدیریت آموزشی میتوان به مهارت فنی، انسانی و ادراکی نام برد.

۳-۸- ضرورت مدیریت آموزشی

امروزه، عصر مدیریت و رهبری است و موفقیت نهادها و سازمان‌ها تا حد زیادی به کارایی و اثربخشی مدیریت بستگی دارد. ساخت نظام آموزشی هر کشوری دربرگیرنده‌ی مجموعه‌ای از نیازهای سازمان‌های رسمی آن کشور بوده و عملکرد نظام آموزش و پرورش که مدیران آموزشی اداره آن را بر عهده دارند، نه تنها از نظر پیشرفت اقتصادی و اجتماعی مهم است، بلکه از نظر تأثیری که بر تحرک شغلی و انتظارات دارد، از اهمیت تعیین کننده‌ای برخوردار است. همچنین آموزش و پرورش، بهترین وسیله، برای ایجاد تغییر ارزشها و رفتارها به شمار رفته و باعث می‌شود که افراد، به تناسب استعداد و رغبتی که دارند برای انجام خدمات‌های اجتماعی و اقتصادی و کسب مشاغل و در نتیجه آسایش فردی مهیا شوند. از اینرو، از آغاز قرن اخیر، هیچ کشوری بدون توسعه در مؤسسات آموزشی و مدیران آموزشی تحصیل کرده و مجرب، مراحل توسعه و پیشرفت را طی نکرده است بنابراین، با افزایش تعداد دانش‌آموزان در سطوح مختلف آموزشی، تأسیس مدارس و مراکز آموزشی جدید، استخدام معلمان بیشتر و سرمایه‌گذاری بیشتر، ضرورت یافته است. از سوی دیگر، ضرورت در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، بهبود کیفی و ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی برای همگان، نقش خطیر مدیریت نظام آموزشی را بارزتر ساخته است (موسوی و حسینی، ۱۳۹۶).

۳-۹- اهداف مدیریت آموزشی

هدف کلی آموزش و پرورش در هر جامعه‌ای این است که هر فرد را طبق الگوی ارزش‌های فرهنگی، سیاسی، دینی و اجتماعی خود تربیت کرده و انسانی متناسب تحویل جامعه دهد. اهداف آموزش و پرورش سه نقش مهم در مدیریت آموزشی ایفا می‌کنند: اولاً به فراگرد آموزش و پرورش جهت می‌دهند، ثانیاً انگیزه‌ی حرکت و فعالیت را به وجود می‌آورند و ثالثاً ملاک‌های کنترل و ارزشیابی فعالیت‌های آموزشی را ایجاد می‌نمایند. مدیریت آموزشی، باید قبل از هر چیز اهداف آموزش و پرورش را به خوبی شناخته و آنها را مورد بررسی قرار دهد و به‌کار بندد که برخی از آنها عبارتند از:

- کمک به افراد سازمان آموزشی برای رسیدن به اهداف آموزش و پرورش
- راهنمایی اعضای سازمان برای تشخیص و درک بهتر هدف‌ها
- راهنمایی، همکاری، کمک، تقویت و حمایت از اعضای سازمان آموزشی
- مشارکت افراد در تصمیم‌گیری و تبادل نظر آنها و ایجاد مسئولیت‌های مشترک در سازمان آموزشی
- ایجاد روابط انسانی مطلوب و احترام متقابل بین مدیر و اعضای سازمان آموزشی
- شناخت نیازها و حل مشکلات دانش‌آموزان به منظور دستیابی به اهداف آموزشی
- توجه به تفاوت‌های فردی و کمک به کشف و بروز استعداد‌های دانش‌آموزان
- کمک و یاری به بهبود و اصلاح فرآیند آموزش و پرورش. فراهم نمودن امکانات و زمینه مساعد برای بروز خلاقیت و ابتکار، به منظور رشد و بلوغ فکری اعضای سازمان
- ایجاد هماهنگی بین منابع و فعالیت‌های سازمان آموزشی (شبان و همکاران، ۱۳۹۷).

۳-۱۰- ارتباط مدیریت آموزشی و مدیریت رسانه

با پیشرفت‌هایی که امروزه در روش‌های آموزشی به وجود آمده، این روشها بسیار به هم نزدیک شده‌اند و آنچه در حال حاضر در اینباره بیشتر مورد توجه و بحث قرار می‌گیرد، نقش رسانه‌های آموزشی در پیشرفت سیر آموزش است. ضرورت و اهمیتی که استفاده از رسانه‌ها دارند، این مقوله را به تخصص تبدیل کرده است و متخصصان بسیاری برای چگونگی استفاده مطلوب از این ابزار به تحقیق و بررسی مشغول اند و همواره چگونگی استفاده از آنها را زیر نظر دارند تا وظیفه‌ای که این وسایل به عهده دارند، به درستی انجام شود. یکی از موثرترین فعالیتها در بهره‌گیری از رسانه و وسایل کمک آموزشی جلب مشارکت یادگیرندگان در تولید آنهاست. (خاقان زاده، ۱۳۸۸). رسانه‌ها را میتوان به دو دسته سنتی و مدرن تقسیم کرد. رسانه سنتی شامل رسانه چاپی و رسانه مدرن شامل رسانه‌های الکترونیک، دیجیتال، سایبر و مبتنی بر وب می‌باشد (هلموت، ۲۰۰۱).

۳-۱۱- مدارس ابتدایی

دوره ابتدایی و برنامه‌ی درسی آن، مبنایی برای آموزش در دوره‌های بعد است. ویژگی‌های منحصر به فرد دوره ابتدایی این است که بنیاد و اساس رفتار در این دوره پی‌ریزی می‌شود و رفتار انسان بزرگسال محصول آموخته‌های او در خردسالی است. دوره ابتدایی دوره‌ی شخصیت‌پروری است و در این دوره باید به ابعاد گوناگون وجود دانش‌آموز توجه شود. آموزش و پرورش در دوره ابتدایی و توفیق یافتن و یا توفیق نیافتن آن، با خانواده‌ی دانش‌آموز مرتبط است آموزش و پرورش در دوره‌ی ابتدایی زیربنای توسعه است چون آموزش و پرورش، کودکان را به عنوان نیروهای آینده تربیت می‌کند. در دوره‌ی ابتدایی یادگیری شیوه‌ی عمل و یادگیری روش بسیار مهم است، مثل یادگیری روش اندیشیدن، روش برقراری ارتباط.

۴- پیشینه پژوهش

۴-۱- پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور

عباسپور و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی شایستگی مدیران مدارس متوسطه انجام دادند، بر اساس مصاحبه‌های کیفی، بیست مضمون مربوط به شایستگی مدیران مدارس استخراج شد که در قالب ۶ مؤلفه اصلی دسته‌بندی گردیدند. بعد اول؛ شایستگی‌های فردی، شامل مؤلفه‌های شخصیتی و ارزشی است. بعد دوم؛ شایستگی‌های مدیریتی، دو مؤلفه بانام‌های منابع انسانی و بینش و نگرش دارد. بعد سوم؛ شایستگی‌های علمی و شغلی، دو مؤلفه این بعد، تخصص و شغلی است. بر اساس نتایج این پژوهش پیشنهاد گردید برای دستیابی به نظام آموزشی اثربخش، شرایط انتخاب مدیران مدارس باید بازتعریف شود. مدیران ارشد آموزش و پرورش در انتخاب مدیران مولفه‌هایی چون شایستگی‌های مدیریتی، شایستگی‌های علمی و تخصصی و شایستگی‌های فردی را مدنظر قرار دهند.

خنیفر و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان مدیران مدارس: شایستگی، دانش، توانایی و مهارتها و ارائه مدل انجام دادند، نتایج نشان داد ابعاد و مولفه‌های الگوی شایستگی مدیران آموزش و پرورش جهت استفاده در کانون ارزیابی عبارتند از: شایستگی دانشی (دانش عمومی مدیریت، دانش بروز در زمینه مدیریت آموزشی، دانش در زمینه آموزش و تدریس، دانش محیطی، شناخت قوانین اجرایی مرتبط و دانش فناوری مشتری مداری و مدیریت تعارض)، ویژگی‌های شخصیتی (الگو بودن، مسئولیت‌پذیری، تعهد، مشارکت‌پذیری یادگیرندگی، کمال‌جویی، خودارتقای، خودمدیریتی و اعتماد به نفس) اجرایی (مدیریت اطلاعات، ریسک‌پذیری، مدیریت منابع، بازخورد به موقع، برنامه‌ریزی عملیاتی و مهارت تصمیم‌گیری) رهبری (انگیزه بخشی، توسعه افراد و تواناسازی، کار تیمی و تیم‌سازی، نفوذگذاری و تاثیر، مدیریت استعداد، چانشین‌پروری و الهام بخشی) ارتباطات (مهارت‌های شنیدن، اخلاق و رفتارحسنة، توانایی ارتباط با کارکنان، فهم و درک دیدگاه‌های دیگران، توانایی برقراری ارتباط روشن و آشکار، توانایی ارتباط با مدیران مدارس و توانایی تعامل با والدین دانش‌آموزان) ادراکی (خلاقیت، نوآوری، تفکر منطقی و بصیرت).

شبنانی و خورشیدی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی الگوی شایستگی برای مدیران دوره ابتدایی آموزش و پرورش شهر تهران پرداختند، با هدف کلی طراحی الگوی شایستگی مدیران مدارس دوره ابتدایی به شناسایی اهداف فرعی، ابعاد، مؤلفه‌ها، شاخص‌های الگو، اولویت‌بندی و ارزیابی پرداخته است. در بخش کیفی پژوهی ۳۰ نفر از متخصصان دانشگاهی و خبرگان آموزشی با سابقه مدیریت مدارس به ویژه دوره ابتدایی انتخاب شده و از طریق مصاحبه و فن دلفی شاخص‌های الگوی شایستگی مدیران شناسایی شده است. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از نظریه داده بنیاد در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انتخاب شدند و نتایج درسه مرحله اجرای فن دلفی به تایید رسیده و در نهایت ۱۲۴ مفهوم کلیدی در قالب ۱۳ مؤلفه و ۱۶ بعد شناسایی شده است. بر اساس نتایج تحلیل عاملی تاییدی ۱۲۴ گویه تایید شده این پژوهش در قالب ۶ بعد شامل شایستگی‌های ذهنی بینشی با ۲ مؤلفه و ۱۵ گویه؛ شایستگی‌های درون فردی با ۲ مؤلفه و ۱۷ گویه؛ شایستگی‌های بین فردی با ۲ مؤلفه و ۱۷ گویه؛ شایستگی‌های اخلاقی با ۲ مؤلفه و ۱۱ گویه؛ شایستگی‌های عملکردی با ۳ مؤلفه و ۱۴ گویه و شایستگی‌های رهبری با ۲ مؤلفه و ۲۱ گوییه طبقه بندی نمودند.

ابراهیم زاده و ناظم (۱۳۹۷) در تحقیقی به شناسایی و تدوین مؤلفه‌های موثر در مدل شایستگی مدیران مدارس ابتدایی شهر تهران پرداختند، طرح پژوهشی ترکیبی از نوع اکتشافی و جامعه پژوهشی متشکل از همه مدیران و معاونان مدارس ابتدایی شهر تهران بود که از میان آنان در بخش کیفی ۳۵ نفر با روش هدفمند و بر اساس اصل اشباع نظری در بخش کمی ۲۵۰ نفر با روش هدفمند انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختار یافته و پرسشنامه‌های استاندارد ویژگی‌های شخصیتی و هوش هیجانی استفاده نمودند. نتایج آن‌ها نشان داد که با توجه به ۱۱۵ شاخص تعداد ۴ مؤلفه شایستگی‌های فردی، شایسته‌های بین فردی، شایستگی‌های مدیریتی و شایستگی‌های علمی و تخصصی شناسایی شدند. همچنین هر ۴ مؤلفه اثر مثبت و معناداری بر شایستگی مدیران مدارس ابتدایی داشتند که شایستگی‌های مدیریتی بیشترین تأثیر را بر آن داشت.

موسوی و سلطانی (۱۳۹۶) طی تحقیقی با عنوان تدوین مدل شایستگی مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان انجام دادند، جامعه آماری تحقیق مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان بودند و برای شناسایی ابعاد معرفی شایستگی مدیران مذکور مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با مدیران برتر اداره انجام گرفته شد و پس از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها و بهره‌گیری از نظر خبرگان مدل جامعه شایستگی مدیران استخراج و تایید شد. چارچوب طرح تفصیلی شایستگی‌های مدیران مذکور در سه بعد دانش- آگاهی و مهارت - توانایی و ویژگی‌های شخصیتی در قالب ۱۷ مولفه و ۱۳۵ شاخص تعیین شد و تعاریف هر یک از شاخص‌ها بر اساس ادبیات علمی، تدبیر و همه‌مورد تایید خبرگان قرار گرفت. در مورد چهارچوب تفصیلی شایستگی‌های مدیران اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان، به این نتیجه رسیدند که مدل ارائه شده شامل شایستگی‌های تمامی ابعاد دانش و آگاهی مهارت توانایی و مشخصه‌های فردی و نشان‌دهنده جامعیت مدل است.

ترک زاده و محمدی (۱۳۹۴) در پژوهشی به ارزیابی‌های شایستگی مدیریت اسلامی معلمان نواحی چهارگانه آموزش و پرورش شیراز پرداختند، نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که به طور کلی مدیران قلمرو تحقیق در ابعاد سه گانه ارزشی- منشی، دانشی- بینشی و مهارتی- روشی از شایستگی لازم برخوردار بودند. این شایستگی مدیران در ابعاد سه گانه بر حسب جنسیت و سطح تحصیلات تفاوت معناداری نداشتند ولی بین شایستگی مدیران در ابعاد سه گانه بر اساس سابقه تفاوت معناداری وجود داشت. زارعی و رحمتی (۱۳۹۳) در تحقیقی به طراحی مدل شایستگی مدیران در سازمان‌های فرهنگی کشور پرداختند، این پژوهش به منظور شناسایی شایستگی‌های مدیریت اثربخش سازمان فرهنگی در دو فاز طراحی و اعتباریابی مدل انجام شد. با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با نمونه ۱۵ نفر از خبرگان فرهنگی و تحلیل مصاحبه صورت پذیرفت و مدل به شیوه‌ی کیفی طراحی شد و اعتباریابی مدل از طریق سه مرحله دلفی خبرگان و تحویل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های ساختار یافته و پرسشنامه انجام گرفت. در نهایت مدل شایستگی مدیران سازمان‌های فرهنگی در بردارنده سه شایستگی محوری منش فرهنگی، انگیزه فرهنگی و هوش نرم، هشت شایستگی اصلی و ۲۳ شایستگی فرعی طراحی وقت پیشنهاد بود.

۴-۲- پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور

واکینوا^۱ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان مفهوم سازی شایستگی رسانه‌ای انجام دادند. روش پژوهش از طریق مفهوم سازی شایستگی رسانه‌ای در چهار حوزه فردی، اجتماعی، فرهنگی و مدنی ارائه شد. نتایج نشان داد برای شایستگی رسانه‌ای نیازمند گسترش ظرفیت‌ها و قابلیت‌های دسترسی، ارزیابی، تحلیل، و ارتباط با رسانه‌ها است.

سیتاخمتووا^۲ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش کیفی محتوای برنامه‌های درسی آموزشی را برای رویکرد شایستگی محور با تاکید بر توسعه شایستگی رسانه‌ای در مدارس قزاقستان ارائه کردند. نتایج تجزیه و تحلیل نشان داد که مدارس نیاز به توسعه چارچوب شایستگی رسانه‌ای برای دانش آموزان دارد که می‌تواند مولفه‌های شایستگی رسانه‌ای را مشخص کند و به دستورالعملی برای بازنگری برنامه ریزی شده محتوای برنامه‌های آموزشی تبدیل شود.

استهل و کیهوویتا^۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی ارتباطات بصری و شایستگی‌ها از طریق تعامل با تصاویر در شبکه‌های اجتماعی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که چهار شایستگی‌ها هنگام تعامل با تصاویر در رسانه‌های اجتماعی فعال هستند که عبارتند از: شایستگی‌های بصری، شایستگی‌های فنی، دانش‌های اجتماعی و شایستگی‌های فردی.

افندی^۴ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی مدل یادگیری مبتنی بر شایستگی در شبکه‌های رایانه‌ای پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که این شایستگی در شبکه‌های رایانه‌ای زمانی اتفاق می‌افتد که مبتنی بر رسانه‌های معتبر و علمی باشد و در این حالت است که می‌توان توسط مدرسین و طراحان یادگیری در توسعه یا تحقق بخشیدن به روند یادگیری مورد استفاده قرار گیرد.

اوتس^۵ (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی شایستگی‌های مدیران مدارس پرداختند که نتایج آن‌ها نشان که این شایستگی‌ها عبارتند از: هدف اخلاقی، آگاهی متقابل، کنجکاوی و اشتیاق به یادگیری، توسعه مستمر دیگران، مسئولیت پذیری، تاثیر و تاجر، ابتکار، الهام بخش دیگران، راهنمای شخصی، انعطاف پذیری و بلوغ احساسی، ارتباط با دیگران، خودآگاهی و تفکر راهبردی.

مارش و بی شاپ^۶ (۲۰۱۴) درباره مدل سازی شایستگی و استفاده آن در سازمان‌ها معتقد بودند که مدل‌های شایستگی در بسیاری از سازمان‌ها به کار برده می‌شود تا سیستم‌ها را برای انتخاب کارکنان، آموزش و توسعه و تمرکز بر شایستگی‌های شناسایی شده سازمان، به عنوان مهم‌ترین وظیفه برای عملیاتی کردن و جهت‌گیری راهبردی آنها تنظیم نماید.

- 1 Vacinova
- 2 Seitakhmetova
- 3 Stahl & Kaihovirta
- 4 Efendi
- 5 Oates
- 6 Marsh & Bishop

بترووف^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان شایستگی رهبر مدرسه در حوزه مدیریت به این نتیجه رسیدند که شایستگی‌های مدیر مدرسه در چهارحوزه شامل: ایجاد استراتژی، مدیریت فرایند تدریس، مدیریت توسعه مدرسه به مثابه موسسه، مدیریت و توسعه منابع انسانی دسته بندی کردند.

بولدن و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهش مطالعات رهبری انگلیس شایستگی های مدیران مدارس را به دو بخش کیفیت های شخصی شامل: توسعه خودآگاهی، خودمدیریتی، توسعه مستمر شخصی، یگانگی رفتار و گفتار و افزایش کیفیت کار با دیگران شامل: توسعه شبکه ها، کار در تیم، ایجاد و حفظ روابط دسته بندی کرده است.

۵- روش تحقیق

طرح پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع اکتشافی است. محقق با استفاده از کمی بدون پیشفرض، مدل را از دل داده‌های میدانی ارائه می‌کند. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران مدارس ابتدایی ناحیه ۳ شهر اصفهان که شامل ۱۲۰ نفر از مدیران مدارس ابتدایی بودند. روش نمونه‌گیری هدفمند است. قاعده کلی در نظریه مبنایی این است که نمونه‌گیری را تا زمانی که هر مقوله به اشباع نظری برسد ادامه دهیم. در پژوهش کنونی در نهایت با ۱۹ نفر گفت و گو انجام شد. با انجام مصاحبه‌ها، تشخیص پژوهشگران این بود که اطلاعات گردآوری شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به مصاحبه های بیشتر نیست. در این تحقیق، جهت گردآوری اطلاعات در مرحله کیفی از پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی، کتب، مقالات و سایر اسناد مرتبط از مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شد. همچنین در مرحله کمی روش گردآوری اطلاعات میدانی بوده و از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر در مرحله کیفی مصاحبه نیمه ساختار یافته با مدیران رسانه و برخی از اساتید دانشگاه در حوزه مدیریت رسانه و ارتباطات بود و در مرحله کمی ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه به صورت محقق ساخته و بر اساس گردآوری اطلاعات از منابع معتبر از جمله مقالات و همچنین مصاحبه تدوین گردید برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در مرحله کیفی داده‌های مصاحبه از کدگذاری سه مرحله‌ای استرواس و کربین استفاده شد که شامل کدگذاری باز، محوری و گزینشی است. محقق پس از کدگذاری پایانی و پالایش نظری داده‌های مصاحبه نیمه ساختاریافته با مدیران رسانه و برخی از اساتید دانشگاه در حوزه مدیریت رسانه و ارتباطات و رسیدن به اجماع نظری مدل خود را ارائه داد. در مرحله کمی از روش‌های آمار توصیفی: میانگین، انحراف معیار، توزیع‌های فراوانی و درصدی استفاده گردید. در سطح آمار استنباطی جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق ابتدا از آزمون کالموگروف اسمیرنوف جهت اطمینان از طبیعی بودن توزیع نمونه و از آزمون لوین جهت اطمینان از همگنی واریانس استفاده شد. به جهت محرز شدن این پیش شرطها برای مقایسه میانگین نمونه با میانگین فرضی جامعه از t تک متغیره استفاده شد. از آزمون‌های معادلات ساختاری برای ارائه مدل و فریدمن برای رتبه بندی مؤلفه ها استفاده گردید روش‌های آماری فوق با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS نسخه ۲۳ در سطح خطای ۰/۰۵ انجام شد.

۶- نتیجه گیری

هدف از این پژوهش ارائه مدل شایستگی مدیران رسانه‌ای مدارس ابتدایی ناحیه ۳ شهر اصفهان بوده است. شایستگی شامل دانش، مهارت و ویژگی های فردی است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل موثر بر شایستگی رسانه‌ای به ترتیب عبارتند از شناخت و حل مسئله، ارتباطات، تحصیلات، انتقادپذیری، تجربه، سواد رسانه ای، مخاطب شناسی و فنی و اطلاعاتی بوده است. امیرخانی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با هدف طراحی مدل شایستگی مدیریت رسانه‌ای پرداختند، و به این نتیجه رسیدند که مدل شایستگی مدیران رسانه شامل سه دسته شایستگی ذهنی، شایستگی شناخت رسانه، شایستگی دانشی و مدیریتی است که با نتایج این پژوهش همسوس است. منظور از شناخت و حل مسئله توان ذهنی بالا جهت تجزیه و تحلیل مسائل، توان حل مسائل برای مدیر رسانه بسیار مهم است. اینکه ذهن مدیر رسانه سریع بتواند مسائل را تحلیل کند برای موفقیت کارش بسیار مهم است، ارتباطات مدیر رسانه برای موفقیت بیشتر بایستی لینک‌های قوی چه در داخل رسانه و چه در خارج از رسانه داشته باشد. تحصیلات داشتن مدرک در رشته، علوم ارتباطات اجتماعی، مدیریت رسانه از مؤلفه‌های این مقوله است. انتقادپذیری برخوردار بودن از ذهنی باز، پذیرش خطاها و اشتباهات، پذیرش نقدهایی که رقبا یا همکاران ممکن است بر مدیر رسانه وارد کنند برای موفقیت هر مدیر رسانه مهم است.

تجربه مدیران رسانه باتجربه پله‌های ترقی را از پایه طی نموده‌اند و در درون یک سیکل یا دوره طولانی به این مرحله رسیده‌اند، سواد رسانه ایی مدیر رسانه برای موفقیت در کارش باید توانایی خوانش تصویر و درک عکس، شناخت انواع رسانه ها و کارکردهایشان، شناخت روزنامه و انواع قواعد و مبانی خبر، ارزش‌های خبری، انواع خبر، شناخت تیتراژ، لید (مقدمه خبر)، عناصر

1 Bitterová

خبری، درک تصویر، رمزگذاری تصاویر و خوانش و... را داشته باشد، مخاطب شناسی شناخت مخاطبان رسانه اثر بسیار مهمی در موفقیت مدیر رسانه خواهد داشت، و مهارت های فنی و اطلاعاتی مدیر رسانه لازم است از مسائل جهان مطلع باشد. مطالعه علمی بالا، کسب آگاهی تخصصی از مسائل مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی نیز برای کار مدیر رسانه با اهمیت است بدست آمده است. مدیر رسانه جهت موفقیت در شغل، انجام درست وظایف شغلی و کسب مزیت رقابتی منابع انسانی برای سازمان، بر طبق داده‌های مصاحبه و نتایج حاصل چنانچه از شایستگی‌های کسب مهارت فنی و اطلاعاتی، ذهنی و فکر و دانشی و ارتباطی برخوردار باشند می‌توانند عملکرد مؤثرتری داشته و به اثربخش و کارایی برای سازمان دست یابند. بر طبق نتایج پژوهش میزان تحصیلات دانشگاهی در شایستگی مدیر رسانه مهم است. هراندازه تحصیلات مدیر رسانه در رشته ارتباطات، مدیریت رسانه و رشته‌های مرتبط بالاتر باشد شایستگی مدیر رسانه بیشتر است. مدیر رسانه شایسته نیازهای مخاطبان خود را می‌شناسد برای این کار از نیازسنجی کمک می‌گیرد. انواع نیازهای مخاطبان رسانه را شناسایی می‌نماید و در جهت پاسخگویی به این نیازها برمی‌آید. دسته بندی مخاطبان نیز برای شایستگی مدیر رسانه از اهمیت بالایی برخوردار است.

مدیر رسانه شایسته مخاطبان رسانه را در دسته‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، جمعیت شناختی قرار می‌دهد و برای هر دسته محتوای متناسب با نیازهایشان را در خروجی رسانه قرار می‌دهد. یکی دیگر از مواردی که شایستگی مدیر رسانه را نشان می‌دهد قدرت رهبری و مدیریت مدیر رسانه است. هرچقدر انگیزه کارکنان رسانه برای کار بیشتر باشد، هماهنگی بین آنان بالاتر باشد، ترک کار و غیبت و اخراج پایین‌تر باشد، جذابیت کار در رسانه بالاتر، برنامه‌ریزی هرچقدر مدونتر، اهداف متعدد را ببیند، مدیر رسانه شایستگی‌اش بالاتر است. همچنین اگر ارتباطات رسمی و عمودی بالا به پایین کمتری باشد، هرم رسانه تختتر باشد، روابط صمیمی و دوستانه باشد و احترام به مدیر رسانه به دلیل جایگاه رسمی آن نباشد، بلکه به خاطر شخصیت گیرای آن باشد مدیر رسانه شایستگی بیشتری دارد. مدیر رسانه که قدرت تحلیل و قدرت حل مسئله بالایی داشته باشد شایسته‌تر است. یکی دیگر از معیارهای شایستگی مدیر رسانه ارتباط با انواع سازمان‌هاست، مدیر رسانه شایسته از ارتباطات بالایی برخوردار است با انواع سازمان‌ها ارتباط بالایی دارد. مدیر رسانه که ارتباطات شدیدی و پیوسته‌ای با دیگر رسانه‌ها داشته باشد، مدیر رسانه که شدت انتقادپذیری بالاتری نسبت به دیگران داشته باشد شایستگی بالاتری خواهد داشت. همچنین میزان درک قواعد و نظریات رسانه‌ای مدیر رسانه بالاتر باشد، تسلط بر مبانی قواعد رسانه شایستگی تر است.

منابع

۱. ابراهیم زاده، بیت الله، ناظم، فتاح. (۱۳۹۷). شناسایی و تدوین مولفه‌های مؤثر بر مدل شایستگی مدیران مدارس ابتدایی شهر تهران. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گمرسار سال دوازدهم، شماره ۴، زمستان، صص ۳-۳۹
۲. اولریش، دیو؛ کاتز، جان و بالسون، پل (۱۳۸۸). شایستگی‌های منابع انسانی: شناخت عمیق تعامل افراد و کسب و کار، ترجمه مسعود بینش و افشین دبیری، تهران: نشر سرآمد.
۳. باد، جان (۱۳۹۰)، ارتباط شناسی و کتابداری. ترجمه محبوبه مهاجر؛ نورالله مرادی. تهران: سروش
۴. بیران، صدیقه (۱۳۸۷)، سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت». [پیوسته]. قابل دسترس در :
۵. براون، جیمز (۱۳۹۰)، رویکردهای سواد رسانه‌ای. ترجمه پرویز ایزدی. فصلنامه رسانه. شماره ۶۸، صفحات ۷۰-۵۱
۶. پرایس، گرت. (۱۳۸۸). دست نامه مدیریت رسانه. ترجمه طاهر روشندل ارتطانی و حمیدرضا پاکدل. تهران: انتشارات سروش.
۷. پورعزت، علی اصغر؛ فتحی، فاطمه؛ عباسی، طیبه و امیری سوادرودباری، عادل. (۱۳۹۶). تدوین مدل شایستگی مدیران در جهت تحقق چشم انداز ۱۴۰۴. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی. (۱)، ۱۳۹-۱۱۰.
۸. ترک زاده جعفر، محمدی قدرت الله، (۱۳۹۴). ارزیابی شایستگی مدیران مدارس بر اساس معیارهای شایستگی مدیریتی اسلامی (معلمان نواحی چهارگانه آموزش و پرورش شیراز)، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال هفتم، شماره دو.
۹. چیت ساز احسان، ذوالفقاری محمد مهدی، ندوشن سعید، (۱۳۹۱). تدوین الگو شایستگی‌های محوری مدیران فرهنگی اجتماعی دانشگاه‌ها در ایران اسلامی، مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۲، سال اول، شماره ۲.
۱۰. حسین زاده، اکبر؛ محمدی استانی، مرتضی. (۱۳۸۹). سواد رسانه ای، ضرورت امروز. کلیات اطلاعات، ارتباطات و دانش شناسی، شهریور ۱۳۸۹. صص: ۷۶-۷۰.
۱۱. خالق خواه، علی و نجفی، حبیب. (۱۳۹۹). نقش سواد علمی- فناوری مدیران آموزشی در افزایش مولفه های مهارت نرم، ریافتی نو در مدیریت آموزشی، سال یازدهم، شماره ۴۶، صص: ۸۶-۱۰۴.

۱۲. خورشیدی، عباس و اکرامی، محمود. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل سازنده شایستگی مدیران. فصلنامه مدیریت انتظامی، سال ششم، شماره ۴، ص: ۵۹۲-۵۸۰.
۱۳. درخشان، مژگان، زندی، خلیل (۱۳۹۶). راه کارهای ارتقای شایستگی های مدیران گروه های آموزشی. نشریه علمی- پژوهشی آموزش و ارزشیابی، سال دهم شماره ۳۷، ص: ۱۸۹-۱۶۳.
۱۴. زارعی متین و رحمتی، محمد حسین و همکاران، (۱۳۹۳). طراحی مدل شایستگی مدیران در سازمان های فرهنگی کشور، فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی، سال دوم، شماره ۸.
۱۵. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۶). سانسور یا سواد رسانه ای. فصلنامه رسانه. شماره ۶۸ صفحات ۱۲۲-۱۰۷.
۱۶. شکرخواه، یونس (۱۳۸۶). سواد رسانه ای. فصلنامه رسانه، شماره ۶۸. صفحات: ۳۲-۲۷.
۱۷. شاه بیگی، فرزانه و نظری، سمانه. (۱۳۹۰). آموزش مجازی: مزایا و محدودیت ها. مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی یزد، دوره ششم، شماره ۱، شماره پیاپی ۴، ص: ۵۴-۴۷.
۱۸. شبانی راضیه، خورشیدی، عباس، عباسی، لطف الله، فتحی وارجگاه، کوروش. (۱۳۹۷). ارائه الگو شایستگی برای مدیران دوره ابتدایی آموزش و پرورش شهر تهران، دانشگاه فرهنگی، دو فصلنامه علمی، پژوهشی، مطالعات آموزش و آموزشگاهی، سال هفتم، شماره ۱۹.
۱۹. شمعی زاده، پیروز. (۱۳۹۳). بررسی عوامل ارتقای شایستگی پلیس آگاهی (مطالعه موردی: مدیران پلیس آگاهی کرمانشاه، کردستان، لرستان، ایلام و همدان). دانش انتظامی کرمانشاه، سال پنجم، شماره ۱۷.
۲۰. عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۷). روابط عمومی الکترونیک، روابط عمومی دوفضایی، مفاهیم نظریه ها و برنامه ها، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۲۱. عباسپور، عباس. احمدی، منیژه. رحیمیان، حمید. دلاور، علی. (۱۳۹۵). تبیین و ارائه مدل شایستگی سربازان در سازمان بازرسی کل کشور با رویکرد نظریه داده بنیاد. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۲۴-۹۵.
۲۲. عبادی، رحیم. (۱۳۹۰). یادگیری الکترونیکی و آموزش و پرورش، انتشارات موسسه فرهنگی پژوهشی آفتاب مهر.
۲۳. عطاران، محمد. (۱۳۹۰). جهانی شدن فناوری اطلاعات و تعلیم و تربیت، موسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند.
۲۴. کمالی پور، یحیی (۲۰۰۹). گفتگوی پرناتز با یحیی کمالی پور، رئیس دپارتمان ارتباطات و هنرهای خلاق در دانشگاه بوردو امریکا. [پیوسته]. قابل دسترس در [http://cnh-theory.PersiAngig.\[Com/1795-kamalipour.htm](http://cnh-theory.PersiAngig.[Com/1795-kamalipour.htm) [accessed 10 Apr. 2009]
۲۵. لبادی، زهرا، آقا علی خانی، الهام. (۱۳۹۱). عوامل موثر بر شایستگی و صلاحیت مدیران مدارس راهنمایی و متوسطه شهرستان ملارد. نشریه پژوهشها و مطالعات علوم رفتاری، پیاپی ۱۲.
۲۶. مساریس، پل (۱۳۹۲). ابعاد دیداری سواد رسانه ای ترجمه اسماعیل یزدان پور، فصلنامه رسانه شماره ۶. صفحات ۸۴-۷۱.
۲۷. مطلبی اصل، صمد. (۱۳۸۵). مدیریت شایستگی. ماهنامه تدبیر. ۱۸۷: ۸۱-۹۷.
۲۸. موسوی زهرا، حسینی محمد. (۱۳۹۶). تدوین مدل شایستگی مدیران اداره کل ورزش و جوانان اصفهان، رویکرد های نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۵، شماره ۱۹، زمستان ۱۳۹۶، صص ۹۸-۱۰۹.
۲۹. هیل، مایکل. (۱۳۹۱). تأثیرات اطلاعات بر جامعه: بررسی ماهیت، ارزش و کاربرد اطلاعات. ترجمه محسن نوکارتی. تهران: چاپار
30. Brown, J.A (1998). Media literacy perspectives. [Online]. Available: <http://www3.interscience.wiley.com/journal/119108959/abstract> [accessed 15 Apr. 2009].
31. Bucur, I. (2013). Managerial core competencies as predictors of managerial performance, on different levels of management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 78, 365-369
32. Edwards, A. (2009). Competency Modeling as an Antecedent for Effective Leadership Development and Succession Planning Within the Public Social Services Environment. Dissertation for Degree of Doctor of Philosophy in the Benedictine University
33. Efendi, R; Jama, J; Yulastri, A. (2019). Development of Competency-Based Learning Model in Learning Computer Networks, *Journal of Physics: Conference Series*, Volume 1387, International Conference on Education, Science and Technology 2019 13-16 March 2019, Padang, Indonesia.

34. Fang, C. H., Chang, S. T., & Chen, G. L. (2010). Competency development among Taiwanese healthcare middle managers: A test of the AHP approach. *African journal of business management*, 4(13), 2845
35. Fang, C. H., Chang, S. T., & Chen, G. L. (2010). Competency development among Taiwanese healthcare middle managers: A test of the AHP approach. *African journal of business management*, 4(13), 2845
36. Fraser, R.L.&Montgomery, M.(2012). Navigating the competency modeling Maze. IPAC Conference (pp.1-30). U.S.Office of Personnel Management.
37. Hobbs, R. (1998).” Teaching whit and about film and television: Integrating media literacy concepts into management education. [Online]. Available:
38. Horton, F. Woody (2007). *Understanding information literacy: A Primer*. UNESCO: Paris
39. Horton, W. *Leading e-Learning*. American Society for Training and Development (2009). Available from:<http://www.elearninggurus.com/articles.html>. Accessed: May 16,
40. Jalocha, B., Krane, HP., Ekambaram, A., & Prawelska-Skrzypek, G. (2014). Key Competencies of Public Sector Project Managers. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 119, 247-256.
41. Jaszi, P; Hobbs, R; Aufderheide, P; (2007). The cost of copyright confusion for media literacy. America: Center for social media. [Online]. Available: <http://www.Centerforsocialmedia.org/filles/pdf/Final-CSM-copyright-report.pdf>. [Accessed 5 Feb. 2009]
42. Liikamaa, K. (2015). Developing a project manager’s competencies: A collective view of the most important competencies. *Procedia Manufacturing*, 3, 681-687
43. Livingston, S; Couvering, E; Thumim, N’;(2004). *Adult media literacy: A review of the research literature*, London: Department of media and communication. [Online]. Available: <http://www.ofcom.org.uk/advice/ media-literacy / medlitpub /medlitpubress /aml.pdf> [Accessed 9 Apr. 2009].
45. Marsh, S.J.,&Bishop, T.(2014). Competency modeling in an undergraduate management degree program. *Business education& accreditation*,47-60.
46. Podmetina, D; Soderquist, K.E; Petraite, M; Teplov, R.(2018). Developing a competency model for open innovation: From the individual to the organizational level, *Discover Journals, Books & Case Studies*,4(23).
47. Ref, G. (2013). *Interviews: Competency-Based Starting Point Series*. The University of ULSTER.
48. Sajgalikova, H., Bajzikova, L., Polakova, M., & Wojcak, E. (2012). Revisiting New Managerial Competencies: Is There Enough Motivation to Apply Them?. *ProcediaSocial and Behavioral Sciences*, 58, 944-952.
49. Shum, C., Gatling, A., & Shoemaker, S. (2018). A model of hospitality leadership competency for frontline and director-level managers: Which competencies matter more? *International Journal of Hospitality Management*, 74, 57-66.
50. Tomastika, M., Strohmndlb, J., & Cechc, P. (2015). Managerial competency of crisis managers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 174, 3964-3969.
51. Tomastika, M., Strohmndlb, J., & Cechc, P. (2015). Managerial competency of crisis managers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 174, 3964-3969

ISSN: 2645-4475

فصلنامه مطالعات کارپردی در
علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

سال پنجم، شماره ۱ (پیاپی: ۱۹)، بهار ۱۴۰۱، جلد دو