

خلاصہ درس

انواع رہبری

مدرس: نازے ابراہیم

w w w . y a l d a n e t w o r k . o r g



در علم مدیریت، مدیرها افرادی هستند که مطمئن می‌شوند اعضای تیم به ابزار لازم برای کسب موفقیت دسترسی کافی دارند، اما رهبرها کسانی هستند که با هدایت استعدادهای خاص خودشان و دیگران و به کمک تفکر انتقادی و خلاقانه، خارج از چهارچوب فکر می‌کنند و حرکت تیم به سمت دستیابی به اهداف تعیین شده را آسان‌تر می‌کنند. می‌گویند بهترین مدیرها کسانی هستند که اجازه می‌دهند یک یا چند رهبر در تیم شکل بگیرد، تربیت شود و پر و بال بگیرد. در یک تعریف کلی می‌توان گفت رهبر از منابع در دسترس، اعم از انسانی و غیرانسانی، و ابزارهای ارتباطی به شیوه‌ای استفاده می‌کند که در نهایت دسترسی به اهداف کلی جمع سریع‌تر، کم‌هزینه‌تر و موفقیت‌آمیزتر صورت گیرد. در هر نوع فعالیت جمعی یا کار گروهی، نقش‌های مختلفی برای پیشبرد و تسهیل مشارکت‌ها وجود دارند، اعم از نقش‌های رهبری، مدیریتی، مشاوره‌ای، مربی‌گری و تسهیل‌گری. پیچیدگی‌های محیطی و تکامل الگوهای سازمان‌دهی در انواع کارهای گروهی/تیمی و در انواع مشارکت‌های اجتماعی، هر روز نقش‌های متنوع‌تری را از رهبران و مدیران طلب می‌کنند. آنچه اهمیت دارد این است که این نقش‌ها در پس‌زمینه فرهنگی/اجتماعی/اقتصادی مورد نظر و با نگاه به تعادل بین مقتضیات برون و درون‌گروهی دیده‌شوند.

در یک نگاه کلی سبک‌های عمومی رهبری تیم عبارتند از سبک‌های آمرانه یا فرماندهی (که رهبر یا مدیر به تنهایی تصمیم نهایی را گرفته، به تیم اعلام می‌کند)، سبک‌های اقتضایی و مشورتی (که در آن نظر مشورتی اعضا دریافت می‌شود ولی تصمیم نهایی با مدیر و رهبر تیم است)، سبک مشارکتی (که در آن تصمیم‌گیری با اجماع و یا با رأی اکثر اعضا صورت می‌گیرد) و در نهایت واگذاری (که در آن رهبر اختیارات و مسئولیت‌های بیشتری را به کارکنان واگذار کرده، در واقع تفویض اختیار می‌کند). معمولاً در شرایط ایده‌آل می‌گوییم انتخاب این سبک‌ها به اقتضای شرایط متفاوت است ولی در عمل، افراد شیوه ترجیحی مدیریت دارند و در اکثر مواقع از شیوه ترجیحی خود استفاده می‌کنند. در جدول زیر نقش‌های رهبر، مدیر و تسهیل‌گر با هم مقایسه شده‌است.

رهبر	مدیر	تسهیل‌گر
دغدغه انتخاب کار درست	دغدغه درست انجام دادن کار	دغدغه جلب مشارکت افراد برای انجام کار
دید دراز مدت	دید کوتاه مدت / میان مدت	کمک به افراد برای یافتن دید مناسب
تمرکز بر چه و چرا	تمرکز بر چگونه	کمک به روشن شدن آنچه لازم است مورد تمرکز واقع شود.
تفکر در مورد آینده، توسعه، نوآوری	تفکر در مورد حال و اداره کردن	تسهیل تفکر جمعی و فرآیند تصمیم‌گیری
تعیین چشم انداز و مسیر حرکت	تعیین برنامه و ضرب‌آهنگ حرکت	تسهیل درک مشترک و خلق معنی مشترک از چشم‌انداز و کمک به افراد برای هماهنگ شدن با ضرب‌آهنگ حرکت



در پی جلب تعهد افراد برای همراه و هم‌سو شدن است.	در پی پاسخ‌گویی افراد برای تکمیل کارها و وظایف محوله است.	در پی جلب مشارکت فعال و خلاق افراد در فرایند کار تیمی است.	فضای ارتباطی
آرمان‌ها و آرزوها را بر می‌انگیزاند.	بر رعایت مرزها و حدود نظارت دارد.	به دیگران کمک می‌کند تا آرمان‌ها و آرزوها را معنی کنند و مرزها را تعریف کنند.	فعالیت اصلی
انتظار دارد افراد آرمان‌ها را به واقعیت تبدیل کنند.	انتظار دارد افراد مأموریت خود را انجام‌داده و به اهداف برسند.	کمک می‌کنند تا افراد آرمان و مأموریت مشترکی را شکل دهند و به آن متعهد شوند.	انتظارات
نوآوری و خلاقیت را ترغیب می‌کند.	پایداری را ترغیب می‌کند.	افراد را ترغیب می‌کند تا به تغییرات پاسخ مناسب‌داده و آنچه نیاز به تغییر دارد یا ندارد را تشخیص دهند.	واکنش به تغییر

انواع شیوه‌های رهبری

از جمله مهمترین چهارچوب‌های فکری ارائه شده در شیوه‌های رهبری، به افراد و نظریه‌های زیر می‌توان اشاره کرد:

الف: شیوه‌های رهبری سه گانه کرت لوین

۱. رهبری دستورگرا (قاطعانه)
۲. رهبری دموکراتیک
۳. رهبری نظاره‌گر (عدم مداخله)

ب: شش شیوه رهبری گلمن

۱. رهبران پیشاهنگ
۲. رهبری معطوف به چشم‌انداز
۳. رهبران مردم‌گرا (همراه‌کننده)
۴. رهبران مربی
۵. رهبر اجبارگرا (آمر)
۶. رهبر دموکراتیک



ج: شیوه رهبری کن بلانچارد و هرسی (شیوه اقتضایی)

۱. سبک آمرانه یا دستوری
۲. سبک اقتاعی یا استدلالی
۳. سبک مشارکتی
۴. سبک تفویضی یا واگذاری

د: دیگر شیوه‌ها

- رهبری بوروکراتیک
- رهبری تحول‌گرا
- رهبری کاریزماتیک
- رهبری خدمت‌گزار
- رهبری وظیفه‌گر

استراتژی‌های مدیریت فضاهای ارتباطی

از مهم‌ترین ابزارهایی که هر رهبر در اختیار دارد هدایت و شکل‌دهی فضاهای ارتباطیست. افراد متفاوت با توانمندی‌ها و نگرش متفاوت و گاه متضاد در هر تیم به وفور یافت می‌شوند و وجود تنوع سلیقه اگر به درستی هدایت نشود می‌تواند تیم را از دستیابی به نتیجه دلخواه باز دارد. دو ابزار مهم در شکل‌دادن به فضاهای ارتباطی، گویندگی مؤثر و شنوایی مؤثر است.

شنوایی مؤثر از مراحل و خصوصیات زیر تبعیت می‌کند:

- حضور ذهن داشته باشید.
- حرف گوینده را قطع نکنید. اگر نیاز دارید برای روشن‌شدن موضوع سوال پرسید صبر کنید تا بین مکث‌هایش از او سوال کنید.
- بازگویی کنید. جملات خود را این‌طور شروع کنید: «اگر درست متوجه شده باشم...»، «فکر می‌کنم منظورت اینه که...» و بعد دریافت خود از ماجرا را به زبان خود و به صورت کوتاه شرح دهید.
- از زبان بدن درست استفاده کنید.
- از پیش‌قضاوت‌ها و پیش‌فرض‌های ذهنی خود، آگاهی داشته باشید.
- هنگام گوش‌دادن مؤثر، مهم‌ترین نکات دریافتی، از لابلای خطوط و کلمات دریافت می‌شوند. به نحوه ادای کلمات، تن صدا و زبان بدن توجه کنید و به احساسات درونی گوینده پی‌ببرید تا بدانید بهتر است چه واکنشی نشان دهید.



- گرچه توجه به علائم غیرکلامی برای دریافت احساسات فرد گوینده بسیار مهم است، در نهایت برای شنیدن مؤثر باید سعی کنید احساسات منتقل شده را از ایده اصلی جدا کنید و فارغ از آنها به پردازش و تحلیل ایده روی آورید.
 - موضوعات مطرح شده را به مسائل دیگر بسط ندهید.
 - دستور ندهید.
- در جلسات رسمی کاری، در هنگام گوش کردن یادداشت بردارید و اهم مطالب گفته شده را یادداشت کنید.

بازخورد، یکی از ابزارهای بسیار کارآمد برای هدایت و سوق دادن رفتار اطرافیان شما به انجام دادن یا ندادن کارهای مدنظر شماست. در بازخورد دادن به فرد مقابل به نکات زیر توجه کنید:

۱. در هنگام بازخورد دادن، بر اثرات رفتار انجام شده و نتایج آن در درازمدت بر پروژه و فرد، هر دو تأکید کنید.
۲. اگر به جای اینکه بر مشکل تأکید کنید تمرکز خود را بر این بگذارید که با بهبود آن رفتار چه توانمندی‌هایی در فرد شکوفا می شود و به چه چیزی خواهید رسید، شوق تغییر رفتار را در او ایجاد خواهید کرد.
۳. بازخوردهای مثبت را بلافاصله و ترجیحاً در برابر دیگران و بازخوردهای منفی را در حداکثر بیست و چهار ساعت اولیه و به شکل خصوصی به افراد بدهید.
۴. هنگام بازخورد دادن، به رفتار خاصی که انجام داده شده اشاره کنید و از برچسب زدن به فرد خودداری کنید. نسبت دادن صفات ناخوشایند مانند «تو غیرحرفه‌ای هستی» یا «تو ابله هستی» باعث می‌شود فرد در برابر شما گارد دفاعی بگیرد و عملاً تأثیر حرفهایتان از دست برود.
۵. استفاده از عباراتی مانند «تو همیشه»، «تو هیچ وقت» و... شانس موفقیت شما در مورد قبول قرارگرفتن بازخوردتان و حصول توافق را به شدت پایین می‌آورد.
۶. در هنگام ارزیابی عملکرد کلی، به رفتارها اشاره نکنید، نتایج را بررسی کنید ولی در مواقع دیگر در مورد رفتارها بازخورد بدهید و از کلی گویی دوری کنید.
۷. مناسب‌ترین شیوه آن است که رفتار فرد را از دید خود توصیف کنید، برداشت خود را بدون تعصب بگویید و تلاش کنید که جملات شما حالت قضاوت گونه نداشته باشد. «به نظر من» عبارت مناسبی برای اضافه کردن به اکثر جملات بازخوردی است.
۸. مشخص کنید بعد از تمام شدن بازخورد دقیقاً چه کاری انجام شود، نشود یا جایگزین شود. رفتار جایگزین را به دقت شرح دهید و مطمئن شوید نتایج مورد انتظار شما کاملاً تفهیم شده‌اند.
۹. هرگز با شیوه حق به جانب و صددرد صد حق صحبت نکنید. حتی اگر کاملاً حق با شما باشد این رفتار فرد را در لاک دفاعی فرو می‌برد و مانع شنوایی مؤثر می‌شود.
۱۰. سوال بپرسید. از فرد بخواهید ماجرا و رفتار خودش را برایتان شرح دهد. از او بپرسید چگونه در دفعات بعدی می‌توان رفتار مناسب‌تری داشت. رفتارهای جایگزین را با هم فکری بیابید.



۱۱. از فرد پرسید قدم بعدی که برای بهبود وضعیت برخورد داشت چیست و شما چگونه می‌توانید به او کمک کنید. فراموش نکنید که نقش شما در تغییر رفتار دیگران مانند یک کاتالیزور است، همیشه برای کمک و حمایت آماده باشید.
۱۲. از دیگران در مورد نحوه بازخورد دادن خود سوال پرسید و از آنها بخواهید شما را صادقانه و با مصداق نقد کنند.

تأثیر جنسیت بر پیاده‌سازی شیوه‌های رهبری

آیا تفاوت‌های بیولوژیکی و تجربی زنان بر سبک رهبری آنان اثر می‌گذارد؟ طرفداران رویکرد جنسیت محوری می‌گویند زنان سبکی زنانه دارند که کاملاً از سبک رهبری مردانه و وظیفه‌مدار مردان متمایز است. دکتر زین‌آبادی در تحقیقی که بر روی بیش از پانصد مرد و زن مدیر در مورد شیوه‌های رهبری انجام داده‌است می‌نویسد: «مدیران زن به طور معناداری بیشتر از مدیران مرد به سبک رهبری تحول‌گرا روی می‌آورند.» معتقدان به نظریه نقش اجتماعی نیز می‌گویند افراد بر اساس انتظارات اجتماعی از جنسیت‌شان رفتار می‌کنند، مثلاً ویژگی‌هایی مانند تصمیم‌گیری مشارکتی، اتحاد و داشتن روابط بین فردی مطلوب، از جمله ویژگی‌هایی است که دارا بودن آنها بیشتر از زنان انتظار می‌رود. در عمل نیز بسیاری از تحقیقات ثابت کرده‌اند زنان بنا بر آنچه آموخته‌اند و بنا بر انتظارات کلی جامعه از آنان، بسیار متفاوت‌تر از مردان به ایفای نقش رهبری خود می‌پردازند چرا که در گذر زمان بسیاری از ویژگی‌هایی که «زنانه» نامیده می‌شوند در ذهن آنها به شکل ارزش‌های بنیادین پررنگ و نهادینه شده‌اند.

در مناصب بالای سازمانی و در فعالیت‌های سیاسی-اجتماعی یکی از بحث‌های موجود اینست که از آنجا که فرهنگ حاکم بر جوامع در رده‌های بالای مدیریتی کاملاً مردانه است بسیاری از زنان وادار می‌شوند برای حفظ منصب خود بر خلاف ماهیت و سرشت خود رفتارهای مردانه، رقابت‌گونه و وظیفه‌مدارانه اعمال نمایند. دکتر ناهید توسلی می‌گوید: «زنان هنوز در چارچوب ادبیات و نظام اندیشه مردانه فعالیت می‌کنند. هنوز ادبیات زن/مادرانه در ایران باب نشده است؛ یعنی ادبیات مدیریت و ادبیات سیاسی زنانه حاکم نشده‌است. مدیریت زنانه اصلاً مثل مردانه نیست. باید همه یاد بگیریم که زن می‌تواند مدیریتی زنانه داشته باشد و با اقتدار زن/مادرانه خود فعالیت کند، نه اینکه مدیریتی در زیرمجموعه قوانین مردانه داشته باشد.» تأثیر گذر زمان و پیشرفت فرهنگی جوامع در نتیجه تحقیقات مربوط به سبک‌های مدیریت زنانه قابل توجه است. برخی تحقیقات دهه قبل نشان‌دادند که زنان بنابر آنچه آموخته‌اند و ارزش‌های نهادینه‌شده خود هنگامی که به مناصب رهبری و مدیریتی دست می‌یابند رفتارهای حاکی از همدلی و مشارکت جمعی بیشتری از خود نشان می‌دهند. در واقع دیدگاه کلیشه‌ای در مورد سبک‌های رهبری این است که سبک وظیفه‌مدار و غیردموکراتیک، سبکی مردانه، و سبک رابطه‌مدار و دموکراتیک، سبکی زنانه است. اما در تحقیقات دیگری که اخیراً بر روی مدیران زن و مرد انجام شد مشخص گردید در عالم واقع، تفاوت معناداری میان سبک زنان و مردان در رهبری وجود ندارد چرا که زنان و مردان هر دو بر اساس الزامات نقشی که پذیرفته‌اند عمل می‌کنند و نه الزامات جنسیتی.



رهبری سیاسی زنان

زنان نسبت به سال‌های پیشین فرصت بیشتری برای حضور در مناصب سیاسی و اجتماعی در رده‌های بالاتر داشته‌اند. در سال ۲۰۱۴، ۱۸ زن به عنوان رییس قوه مجریه در جهان فعالیت کرده‌اند که شش تن در قاره آمریکا در این پست قرار دارند. ۱۷.۲ درصد از زنان در پست‌های وزارتی قرار داشته‌اند که این آمار در سال ۲۰۰۸، ۱۶.۱ درصد بود.

از حضور افرادی مانند انجلا مرکل و ترزا می و هیلاری کلینتون هم در مناصب بالای سیاسی اگر بگذریم، از مقایسه تغییرات سهم زنان در مناصب سیاسی و مدیریت میانی در ایران در سال‌های اخیر، می‌توان چشم‌پوشی کرد. یقیناً، از قانون انتخابات مجلس مصوب سال ۱۳۲۹ هجری که در آن «زنان و متکدیان و کسانی که به وسایل بی‌شرفانه تحصیل معاش می‌کنند» همگی در یک رده و ذیل لیست افرادی که از انتخاب‌کردن به طور مطلق محروم بودند قرار می‌گرفتند، تا به امروز که زنان مناصب فرمانداری و نمایندگی مجلس را می‌پذیرند، راه درازی طی شده‌است. حتی در سال‌های اخیر نیز لزوم توجه به حضور زنان باعث شده فعالیت منسجم‌تر و پررنگ‌تری در این زمینه‌ها به چشم بخورد. به طور مثال در انتخابات سال ۹۰ مجلس شورای اسلامی سهم زنان از کرسی‌های مجلس ۳ درصد (۹ نفر از ۲۹۰ نفر) بود و این مسأله سبب شده بود تا جایگاه ایران از این منظر در بین ۱۹۰ کشور دنیا، ۱۳۴ باشد.

راهکارهای افزایش حضور سیاسی زنان

هشام شرابی نویسنده فلسطینی‌تبار که بخش عمده‌ای از آثارش را به بررسی وضعیت زنان در جهان عرب اختصاص داده‌است، کلیدواژه‌های را برای توصیف وضعیت حاکم بر خاورمیانه استفاده می‌کند: «نوپاتریشی» یا همان «جامعه تحت سیطره مردان». او معتقد بود صرفاً می‌توان از طریق انقلاب یا کودتای سیاسی به تغییر اجتماعی دست یافت.

شرابی می‌گوید: «اگر در پاتریشی (مردم‌سالاری) کلاسیک در سطح خرد و در نهاد خانواده مرد حاکم است، در نوپاتریشی در سیستم حکومتی نیز پدر قدرت دارد؛ مردی که رئیس طایفه و قبیله بوده است، لیدر جامعه می‌شود.»

در چنین وضعیتی و با حاکمیت فرهنگ مردسالار در حیطه‌های سیاسی اجتماعی فعلی، راهکارهای دستیابی زنان به فرصت‌های رهبری در دو حیطه کوتاه‌مدت و بلندمدت دسته‌بندی خواهند شد که در حیطه کوتاه‌مدت نقش دولت و حکومت و در بخش‌های بلندمدت نقش نهادهای اجتماعی سیاسی خرد و مردمی پررنگ‌تر می‌شوند.

تحقیقات نشان می‌دهد مشارکت زنان در بازار کار تحت تأثیر نظام ارزشی حاکم بر جامعه و ساختار فرهنگی خانواده‌هاست. در واقع جو فرهنگی حاکم بر خانواده، نگرش‌ها و انتظارات همسر (به عنوان کسی که دین، اجازه منع حضور زن را در فعالیت‌های سیاسی اجتماعی به او می‌دهد - در شرایط مجرد پدر یا برادر خانواده) مهمترین و اولین مانع توانمندی زنان و مشارکت آنان در حضور سیاسی اجتماعی در سطح جامعه قلمداد می‌شود.



از جمله راهکارهای نهاد زنان ملل متحد برای افزایش مشارکت سیاسی زنان می‌توان به پیشنهاد حضور ۳۰ درصد به عنوان الگوی حضور زنان در پارلمان و در سمت نمایندگی، مشارکت مؤثر و فعال گروه‌های جامعه مدنی برای جریان‌سازی جنسیتی و تسریع حرکت جنبش‌های اجتماعی زنان، تصویب قوانین و مقررات ناظر بر افزایش مشارکت زنان در پارلمان و پیش‌بینی منابع مالی آن در برنامه بودجه و تأکید بر نقش رسانه در ارتقای آگاهی و جریان‌سازی جنسیتی خصوصاً نقش زنان فعال در حوزه رسانه از جمله روزنامه‌نگاران در قبل و حین انتخابات اشاره کرد.

برخی کشورهای اروپایی - از جمله آلمان و فرانسه - در فاصله ۲۰۱۴-۲۰۰۴ اقداماتی در رابطه با افزایش مشارکت سیاسی زنان انجام داده‌اند که در نتیجه این سهمیه‌های قانونی و داوطلبانه، تعداد زنان در پارلمان را به طور متوسط تا ۲۹ درصد افزایش داده‌اند، که در مقایسه با سال ۲۰۰۳ افزایش روند کندی داشته‌است.

در راهکارهای پارلمان اروپا برای افزایش مشارکت سیاسی زنان ضمن مهم‌دانستن امر آموزش و اشتغال زنان بر لزوم بازتعریف توزیع جنسیتی نقش‌ها در خانواده، تعیین‌کنندگی نقش رسانه برای به تصویرکشیدن نقش مثبت از زنان فعال در مناصب و موقعیت‌های سیاسی مهم و شکستن پیش‌فرض‌های جنسیتی مدیریتی تأکید دوچندان شده‌است.

عوامل سازمانی متضمن افزایش مشارکت سیاسی زنان در اروپا چنین برشمرده شده است:

الف: اکنون دو سیستم انتخاباتی در سطح اروپا مطرح است: اول، سیستم نمایندگی مبتنی بر رأی اکثریت بدون ملاحظات جنسیتی و دوم، سیستم انتخاباتی سهمیه‌بندی، که نظام دوم در افزایش میزان مشارکت زنان در پارلمان مؤثر تلقی شده‌است و سهمیه‌بندی جنسیتی از راهکارهای مؤثر برای افزایش مشارکت سیاسی زنان به شمار می‌آید.

ب: یکی از پنج اولویت مندرج در منشور و راهبرد اروپا در زمینه برابری میان زنان و مردان (۲۰۱۵-۲۰۱۰) مواجهه و محو شکاف جنسیتی در تصمیم‌گیری است. برای تحقق این امر مقابله با نقش‌های جنسیتی تبعیض‌آمیز در همه حوزه‌ها از جمله آموزش، گزینه‌های شغلی، اشتغال و ورزش مطرح است. توان‌افزایی زنان در زندگی سیاسی و اقتصادی نیز مورد تأکید است.

در این رابطه در مارس ۲۰۱۱، کمیسیون اروپا کمپینی برگزار کرد که مطابق آن از فهرستی از شرکت‌ها درخواست شد که به صورت داوطلبانه تا سال ۲۰۲۰، نمایندگی زنان را تا ۴۰ درصد افزایش دهند. پارلمان اروپا تاکنون راهکارهای مختلفی ارایه کرده و تحقیقاتی از منظر رویکرد جنسیتی انجام داده، و کمپین‌هایی نیز برای تقویت مشارکت زنان به عنوان رأی‌دهنده و کاندید در انتخابات اروپا برگزار شده‌است. به طور مثال، در سال ۲۰۱۴ گروه‌های سیاسی متعددی کمپین ۵۰-۵۰ را برای حضور برابر زنان و مردان در همه مؤسسات اروپا و افزایش مشارکت سیاسی زنان برگزار کردند.

گرچه بسیاری از راهکارهای ارائه شده در کشورهای دیگر در ایران با توجه به سیستم حکومتی حاکم و پررنگ بودن ارزش‌های دینی و مردسالاری فرهنگی تمام و کمال قابل اجرا نیست، با بومی‌سازی و برداشتن قدم‌های محکم‌تر شاید بتوان به تغییرات پررنگ در آینده‌ای نه چندان دور امیدوار بود. آذر منصوری در ویژه‌نامه مجمع زنان اصلاح‌طلب بر ضرورت مشارکت سیاسی زنان تأکید کرده و می‌نویسد برای تحقق مشارکت سیاسی زنان به ویژه در قدرت سیاسی، تلاش ارکان جامعه مدنی و دولت مستقر دارای اهمیت بسیاری است. او اتخاذ



استراتژی عدالت جنسیتی، به کار گیری نظام سهمیه بندی و آموزش و فرهنگ سازی مداوم در تشکیلات سیاسی احزاب را سه راهکار برتر در افزایش مشارکت سیاسی زنان می داند و معتقد است احزاب قادر خواهند بود مهم ترین نقش را در به قدرت رسیدن زنان ایفا نمایند. چه بسا زنان متعددی که پس از حضور در يك حزب سیاسی توانستند پای خود را در قدرت سیاسی کشورها [باز کنند](#).





www.yaldanetwork.com

www.facebook.com/yaldanetwork

www.aparat.com/yaldanetwork

telegram.me/yaldanetwork

© 2016 Yalda Network

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شبکه یلدا است.