

تأثیر معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی و تعیین نقش میانجی هویت سازمانی (مورد مطالعه: دبیران ورزش مقطع متوسطه شهر اصفهان)

علی نصر اصفهانی^۱، مجتبی فرخی^۲، زینب امیری^۳

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان

۲. دانشجوی دکتری رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه اصفهان*

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی دانشگاه لرستان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۲/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۱

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی هویت سازمانی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را دبیران ورزش مقطع متوسطه شهر اصفهان تشکیل دادند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه استاندارد هویت سازمانی چنی (۱۹۸۷)، پرسش‌نامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی مشرف جوادی و یاوریان (۲۰۱۱) و پرسش‌نامه محقق‌ساخته معنویت اسلامی سازمانی استفاده شد. روایی پرسش‌نامه از روش روایی تشخیصی و پایایی نیز از روش پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار اسمارت-پی. ال. اس. اچ صورت گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه معنویت اسلامی ۰/۸۴، پرسش‌نامه هویت سازمانی ۰/۸۲ و پرسش‌نامه رفتار شهروندی سازمانی ۰/۸۹ محاسبه شد. آزمون فرضیه‌ها با استفاده از الگوی معادلات ساختاری از طریق نرم افزار آموس ۱۸ انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که معنویت اسلامی بر هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد و هویت سازمانی نیز بر رفتار شهروندی سازمانی اثرگذار می‌باشد. همچنین، هویت سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی بین معنویت اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی، تأثیرگذار می‌باشد. نتایج حاکی از این است که ارتباط مثبت و مستقیمی بین معنویت اسلامی، هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. شایان‌ذکر است که یافته‌های این پژوهش برای مسئولان آموزش و پرورش در جهت برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و ارتقای سطح رفتارهای معلمان کاربرد دارد. با توجه به یافته‌ها، توجه به مباحث فرهنگی و دینی حاکم بر جامعه مانند معنویت اسلامی در برنامه‌ریزی‌های مدیران این نهاد - ضروری می‌باشد.

واژگان کلیدی: معنویت اسلامی، هویت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی

مقدمه

مطالعه معنویت در محیط کار، پدیده نوپایی است که می‌تواند نیروی قدرتمند و مثبتی برای زندگی افراد باشد؛ زیرا، به افراد در جهت تلفیق و یکپارچه‌سازی کار و زندگی معنوی آن‌ها کمک می‌کند، به زندگی کاری این افراد معنا و جهت می‌بخشد، انجام کار را برای آن‌ها لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتر می‌سازد و روح و روان آن‌ها را پرورش می‌دهد (فرشمن^۱، ۲۰۱۳، ۱۷).

هم‌زمان با قرن ۲۱، نیروی کار فعلی با ابهامات زیادی مواجه گردیده و فناوری اطلاعات و جهانی‌شدن، سازمان‌ها را وادار به افزایش انعطاف‌پذیری می‌کند؛ از این‌رو، نظریه‌پردازان معاصر معتقد هستند که کسب‌وکارها تغییر خواهد کرد. علاوه‌براین، در این قرن نیاز برای توسعه مفاهیمی با ابعاد جدید که معنویت در رأس آن قرار دارد احساس می‌شود. پژوهشگران بر این باور هستند که نگارش نوین کسب‌وکار در قرن ۲۱، بر معنویت کارکنان در محیط کار تمرکز دارد (بکلمان^۲، ۲۰۱۰، ۵۱۶). با توجه به تنوع دیدگاه‌ها درباره معنویت در ادبیات، معنویت در محیط کار با رویکردهای مختلفی بررسی شده است که سه رویکرد اصلی عبارت هستند از:

۱. رویکرد دینی که معنویت را در پیروی از دستورات یک دین خاص مانند اسلام و مسیحیت می‌بیند.

۲. رویکرد درون‌گرا که معنویت را امری درونی می‌داند.

۳. رویکرد اگزیستانسیالیستی^۳ که از معنویت با عنوان معناجویی در کار و زندگی انسان یاد می‌کند (کالمن^۴، ۲۰۱۰، ۱۸۸).

برخی از پژوهشگران و صاحب‌نظران، معنویت را تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، موجودات غیرانسانی و خدا (نیروی برتر)، کندوکاو در جهت آن‌چه برای انسان‌شدن موردنیاز می‌باشد و نیز جست‌وجو برای رسیدن به انسانیت کامل تعریف کرده‌اند (پالمر^۵، ۲۰۱۲، ۶۵۶). در حال حاضر، معنویت که در غرب با عنوان "معنویت جدید" مطرح می‌باشد، رابطه تنگاتنگی با دین و اعتقاد به ماورای طبیعت ندارد. در این فضا برای این‌که فرد معنویت داشته باشد، لازم نیست به خدا معتقد باشد و یا او را پرستش کند. در معنویت جدید، هرگونه تجربه‌ای که عواطف فرد را تحریک کند و به فرد هیجان بدهد می‌تواند معنویت محسوب شود و نکته مهم این

-
1. Freshman
 2. Bekelman
 3. Existentialist
 4. Calman
 5. Palmer

است که انسان برانگیخته شود و احساس اوج و تعالی نماید. تلقی مدرنیته از معنویت، به صورت یک احساس درونی می‌باشد. آن‌ها کاری با آموزه‌های معنوی ادیان الهی ندارند و خود را وابسته به نیروهای فراطبیعی احساس نمی‌کنند (امیری، ۱۳۹۲، ۲).

از دیدگاه اسلام، معنویت در چارچوب دین تعریف شده است و یک فرد مسلمان می‌بایست معنویت خویش را براساس آن دین استوار سازد. درحقیقت، میزان معنویت فرد را دین وی تعیین می‌کند (مظفری، ۱۳۸۵، ۱۱۹). معنویت اسلامی با الگوی آداب اسلامی که ساخته و پرداختهٔ ارکان دین می‌باشد رابطهٔ تنگاتنگی دارد (اسهرلوس و جعفری، ۱۳۹۰، ۱۲۴). معنویت اسلامی به معنای، توجه و اهتمام به باطن تعالیم و آموزه‌های نظری و عملی دین و به‌طور کلی، توجه به باطن و غیب هستی، پیراستن نفس از تعلق مادیات و آراستن آن به روحانیت احکام و دستورات دین مبین اسلام می‌باشد (مشتاقیان ابرقویی، زارع، محمودی خمیری و احمدزاده، ۱۳۹۰، ۲۸). شایان ذکر است که عناصر معنویت‌ساز در اسلام عبارت هستند از: یاد خدا، اخلاص، معادگرایی، تقوا و توکل بر خدا (امیری، ۱۳۹۲، ۵).

۱. یاد خدا: شروع و پایان معنویت در اسلام به خدا ختم می‌شود. اولین قدم در معنویت اسلامی، پذیرش موجودی برتر و دارای تأثیرگذاری تام در زندگی انسان و عالم هستی می‌باشد (مطهری، ۱۳۸۵، ۲۵). بدون اعتراف اجمالی به چنین واقعیتی، معنویت اسلامی آغاز نمی‌شود. خداوند در قرآن می‌فرماید: "هُوَ الْأَوَّلُ وَالْآخِرُ وَالظَّاهِرُ وَالْبَاطِنُ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ" (او اول و آخر و آشکار و پنهان است و به همه چیز دانا می‌باشد) (سورهٔ حدید، آیهٔ ۳).

۲. اخلاص: اخلاص به معنای پاک بودن رفتار و کردار آدمی از تظاهر و ریا می‌باشد (مطهری، ۱۳۸۵، ۲۹). می‌توان اخلاص را به این صورت نیز معنا کرد که خداوند برای تو کافی باشد؛ بدین معنی که نیازی به گواهی و شهادت فرد دیگری در این ارتباط که تو نماز خواندی، کار نیک انجام دادی و یا صدقه دادی نمی‌باشد؛ زیرا، خداوند برای تو کافی است (و کفی بالله شهیدا) (سورهٔ فتح، آیهٔ ۲۸).

۳. تقوا: معنای اصطلاحی تقوا در سخن امام صادق (ع) خلاصه می‌شود: "تقوا یعنی آن‌جاکه خداوند دستور داده است حاضر باشی، تو را غایب نبیند و آن‌جاکه تو را از حضور نهی کرده است، تو را مشاهده نکنند"؛ بنابراین، انسان با تقوا کسی است که افکار، کردار و گفتار خویش را با معیار عقل و شرع تنظیم کند و کاری را بدون مشورت آن دو انجام ندهد و فرمان آن‌ها را نیز زیر پا نگذارد (محمدی ری شهری، ۱۳۷۹، ۵۲).

۴. توکل بر خدا: توکل بر خدا به معنای این است که انسان در هر کاری تلاش خود را انجام داده و نتیجهٔ امور را به خدا واگذار نماید. امام علی (ع) فرموده‌اند: "الْتَّوَكُّلُ عَلَى اللَّهِ نَجَاةٌ مِنْ كُلِّ سُوءٍ وَحِرْزٌ"

مِنْ كُلِّ عَدُوٍّ" (توکل بر خداوند، مایه نجات از هر بدی و محفوظماندن از هر دشمنی است) (مشتاقیان ابرقویی و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۰).

۵. معادگرایی: یکی از موضوعات بسیار مهم و سرنوشت‌ساز انسان، معاد می‌باشد. مهم‌ترین منبع ایمان به معاد، وحی الهی است که به‌وسیله پیامبران به بشر ابلاغ شده است. خداوند می‌فرماید: "افحسبتم انما خلقناکم عبثاً و انکم الینا لاترجعون" (آیا گمان کرده‌اید شما را بیهوده خلق کردیم و به‌سوی ما باز نمی‌گردید) (مظفری، ۱۳۸۵، ۱۲۷).

وجود معنویت باعث ایجاد هویت در انسان می‌شود. همان‌طور که انسان‌ها دارای هویت تعریف‌شده‌ای هستند، سازمان‌ها نیز هویت مختص به خود را دارند. هویت سازمان از نگاه اعضای آن، ارباب‌رجوعان، سرمایه‌گذاران و افراد دیگر در بیرون به‌وجود می‌آید. هویت سازمانی ایجادکننده تعلق عمیق بین کارکنان و سازمان بوده و براساس آن، کارکنان خود را جزئی از سازمان می‌دانند (جانتون و هالسلبن^۱، ۲۰۱۰، ۳۱۰). هر انسانی دارای هویتی است که این هویت را از خانواده، جامعه، شغل و حتی نام خود به‌دست می‌آورد؛ این هویت برای هر فرد، اختصاصی بوده و با هویت افراد دیگر متفاوت می‌باشد. افراد در بیان هویت خود می‌بایست به سه سؤال پاسخ دهند: ۱. من چه کسی هستم، ۲. می‌خواهم چه کسی باشم و ۳. اهداف من در زندگی چیست؟ (خورشید، ۱۳۸۵، ۱۲۶). هر سازمان نیز همانند انسان‌ها، هویت مخصوص به خود را دارد که این هویت می‌تواند از راه ساختار و همکاری و مشارکت کارکنان، محصولات و خدمات، محیط و روش‌های برقراری ارتباط آن با دیگر سازمان‌ها و مشتریان شناخته شود (کرامر و کرامر^۲، ۲۰۱۰، ۴۵). علاوه‌براین، هویت سازمانی بازتابی از تئوری هویت اجتماعی است و اصول اساسی تئوری هویت اجتماعی، بنایی را برای مقدم‌سازی هویت سازمانی در دو دهه اخیر ایجاد کرده است. براساس دیدگاه پرآت^۳، هویت سازمانی شکل می‌گیرد که باورهای فردی درباره سازمان به‌صورت خودارجاعی در آینده. هویت سازمانی معنایی درونی است که دیدگاه کارکنان نسبت به سازمان را نشان می‌دهد (روتیتس، بتریگا، میوزنیس و ریتوس^۴، ۲۰۱۲، ۹۹۸). همچنین، هویت سازمانی به احساس یکی‌بودن اعضا با سازمان و یا شناسایی توسط آن اشاره می‌کند که به‌وسیله ویژگی‌های مرکزی و محوری، پایدار و بادوام و نیز متمایز متاثر می‌گردد. اگر کارکنان از طریق سازمان شناسایی شوند، برای تحقق اهداف آن تلاش خواهند نمود (جانتون و هالسلبن^۱، ۲۰۱۰، ۳۱۴). عوامل زیر در شکل‌گیری هویت سازمانی مؤثر می‌باشند:

1. Jonathon & Halbesleben
2. Kramer & Cramer
3. Perat
4. Rutitis, Batraga, Muizniece & Ritovs

وجهه خارجی سازمان

کسب وجهه بیرونی از طریق به دست آوردن پاداش‌های خارجی، نشان‌دهنده قوت سازمان در مقایسه با سایر رقبا بوده و سازمان را در جایگاهی مناسب و مورد توجه عموم قرار خواهد داد. سازمان‌هایی که می‌خواهند هویت سازمانی خود را شکل داده و یا آن را مستحکم کنند، تلاش خواهند کرد تا در-مقایسه با سایر سازمان‌ها به جایگاه بالاتری دست یابند (کرامر و کرامر، ۲۰۱۰، ۴۹).

ارتباطات خارجی سازمان

سازمان تصویر خود را از طریق برقراری ارتباطات شکل می‌دهد. ارتباطات، فراگردی است که سهام-داران به وسیله آن متوجه می‌شوند که هویت، تصویر، شهرت و اعتبار شرکت چگونه است. همچنین ارتباطات خارجی، محصولات و استراتژی‌های روابط عمومی می‌باشد؛ این روابط، محصولات، تصویر و ویژگی‌های مشخص و بارز سازمان را به اعضای سازمان و مخاطبان خارجی مخابره کرده و در ساختن هویت سازمان مشارکت می‌کنند (هولزینگر و دهلار، ۲۰۰۷، ۵۰).

مدیریت منابع انسانی

تمرکز بر برنامه‌های آموزشی و ابتکار و نوآوری در قلمروی مدیریت منابع انسانی، بیان‌کننده پیامی قوی درباره ویژگی‌های بارز مورد نظر در هویت سازمان می‌باشد که اهمیت این ویژگی‌ها را مدنظر مدیران قرار می‌دهد و به افزایش هویت سازمانی منجر می‌شود (روتیتس و همکاران، ۲۰۱۲، ۱۰۰۱).

ارتباطات داخلی سازمان

ارتباطات داخلی سازمان به منظور جذب استراتژی‌های سازمان در ارتباط با هویت آن، هماهنگ کردن فعالیت‌ها و ایجاد اتحاد و وفاداری در اعضا به کار می‌رود (کرامر و کرامر، ۲۰۱۰، ۶۶). احساس هویت نسبت به سازمان موجب بروز رفتارهایی فراتر از وظایف سازمانی می‌شود که این رفتارها با عنوان "رفتار شهروندی سازمانی" مطرح شده‌اند. مطالعات در زمینه رفتار شهروندی سازمانی در حال گسترش می‌باشد و نتایج نشان می‌دهد کارکنانی که ارتباطی قوی با سازمان‌های خود را تجربه می‌کنند از عملکرد بالاتری برخوردار هستند؛ زیرا، آن‌ها نسبت به سازمان احساس مالکیت می‌کنند و این امر موفقیت مداوم آن‌ها را در پی خواهد داشت و باعث می‌شود که نسبت به وظایف خود و همکارانشان وفادار باشند و هدفمندی بیشتری را در کارهای روزانه خود احساس کنند (الکساندر، دانیل و تئودور، ۲۰۱۲، ۳۸۲). همچنین، رفتار شهروندی سازمانی، میل و انگیزه کارکنان در فراتر رفتن از الزامات رسمی شغل به منظور یاری‌رساندن یکدیگر، هم‌سو کردن منافع

-
1. Holzinger & Dhallar
 2. Alexandra, Daniel & Teodor

فردی با منافع سازمانی و داشتن علاقه واقعی نسبت به فعالیت‌ها و مأموریت‌های کلی سازمان می‌باشد (ماهدیون و قهرمانی، ۲۰۱۰، ۱۷۹).

شایان ذکر است که توافق واحدی در ارتباط با ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بین پژوهشگران وجود ندارد. ابعادی نظیر رفتارهای کمک‌کننده، رادمردی و گذشت، وفاداری سازمانی، پیروی از دستورات، نوآوری فردی، وجدان کاری، توسعه فردی، ادب و ملاحظه، رفتار مدنی و نوع دوستی در پژوهش‌های گوناگون به عنوان ابعاد رفتار شهروندی سازمانی مورد توجه قرار گرفته‌اند (الکساندر و همکاران، ۲۰۱۲، ۳۸۵).

در پژوهش حاضر، تعریف ابعاد رفتار شهروندی سازمانی از دیدگاه اسلام براساس پژوهش مشرف جوادی و یاوریان (۲۰۱۱) که متشکل از پنج بعد نوع دوستی، جوانمردی، وجدان کاری، مشورت و مشارکت سازمانی و رادمردی و گذشت می‌باشد بیان شده است.

نوع دوستی^۱: نوع دوستی لازمه دین‌داری می‌باشد. براساس متون اسلامی همچون قرآن و روایات متقن شیعه، رابطه‌ای عمیق و پیوندی ناگسستنی میان نوع دوستی و دین‌داری وجود دارد (محمدی ری شهری، ۱۳۷۹، ۶۰). خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: "هرکس یک انسان را زنده کند مانند این است که همه را زنده کرده است". درحقیقت، خداوند می‌خواهد پیوند میان فرد، جامعه و انسانیت را به معنای کلی ترسیم کند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۰، ۳۸۶).

وجدان^۲: در تعریف وجدان گفته‌اند که وجدان، قوه‌ای در باطن شخص است که وی را از نیک و بد اعمال آگاهی می‌دهد. همچنین، می‌توان از وجدان کاری نیز تعریفی را ارائه داد و گفت که وجدان کاری نوع نگرش است که آدمی با عنایت به آن، کار خود را به انجام می‌رساند و نهایت تلاش خود را به کار می‌گیرد تا کار را به صورت تمام و کمال انجام دهد و پیش از آن که دیگران از نقصان کار او ناراحت شوند، تلاش نهایی خود را نسبت به تکمیل آن به کار می‌گیرد (دانش، ۱۳۸۵، ۵۲).

جوانمردی^۳: لفظ جوانمردی (فتوت) و جوانمردان (فتیان) ریشه قرآنی دارد و گواه این مدعا است که آیین فتوت و صفات جوانمردی، ریشه در باطن انسان‌ها دارد. جوانمردی به عنوان حسن نیت کارکنان و بردباری در شرایط نامساعد، بدون شکایت کردن تعریف می‌شود (دانش، ۱۳۸۵، ۶۴).

مشورت و مشارکت^۴: یکی از صفات اهل ایمان این است که در کارها با هم مشورت می‌کنند، برای به دست آوردن رأی درست به مشورت می‌نشینند و از رأی صاحب نظران و اندیشمندان بیشترین بهره

-
1. Altruism
 2. Conscience
 3. Chivalry
 4. Consultation & Participation

را می‌برند. در روایتی از حضرت رسول اکرم (ص) آمده است که: "هیچ مردی با کسی مشورت نمی‌کند مگر آن که به سوی رشد هدایت می‌شود" (احمدی، ۱۳۸۳، ۲۵).
 گذشت! قرآن کریم در یکی از آیات درباره گذشت می‌فرماید: "الذین ینفقون فی السراء و الضراء و الکاظمین الغیظ و العافین عن الناس (آل عمران، آیه ۱۳۴)؛ کسانی که از مال خود به فقرا درحال وسعت و تنگدستی انفاق کنند و خشم و غضب را فرو نشانند و از بدی مردم درگذرند". ما اگر بخواهیم که خداوند از گناهانمان درگذرد، می‌بایست نسبت به دیگران عفو و گذشت داشته باشیم؛ "ولیعفوا ولیصفحوا الا تحبون ان یغفر الله لکم" (نور، آیه ۲۲) (ارفع، ۱۳۷۹، ۵۶).

رابطه معنویت و رفتار شهروندی سازمانی

معنویت، محرکی بسیار نیرومند در زندگی شخصی و اجتماعی افراد می‌باشد و ارتباط پیوسته‌ای با رشد و تکامل معنوی، رفتار و منش، تعریف و هدف آن‌ها از زندگی، درک آن‌ها از تجارب و نیز - روابط آن‌ها با یکدیگر دارد که این امر منجر به رضایت و بروز رفتارهای مثبت در آن‌ها می‌شود (احمدی، نامی و برورز، ۲۰۱۴، ۲۶۳). کارکنانی که در کار خود دارای احساس معنا و مفهوم عمیقی هستند، بر این باور می‌باشند که انسان‌ها با یکدیگر پیوند دارند، در محیط کار با دیگران احساس هم‌بستگی می‌کنند، ارزش‌ها و اهداف خود را هم‌سو با ارزش‌های سازمان می‌بینند و باور دارند که سازمان نسبت به آن‌ها و مسائل مربوط به آن‌ها (مانند رفاه تمامی کارکنان سازمان) توجه و ملاحظه دارد و لذا؛ این احتمال وجود دارد که در محیط کار، رفتار شهروندی سازمانی را از خود نشان دهند. علاوه‌براین، بین تجربه معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه مستقیمی وجود دارد. دلیل این امر را می‌توان این‌گونه بیان نمود که کارکنانی که در کار خود احساس معنا و مفهوم عمیقی دارند، نسبت به درست انجام‌شدن کارشان اهمیت زیادی قائل هستند. احتمالاً، چنین کارکنانی دارای وجدان کاری زیادی خواهند بود و به‌صورت خودجوش و خودکنترل عمل خواهند نمود (فرهنگی، فتاحی و واثق، ۱۳۸۵، ۱۵). آن‌ها تأثیر معنویت محیط کاری بر بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی را نشان دادند. پژوهش میلیمن و همکاران (۲۰۰۳) نیز مشخص نمود که معنویت در محیط کار، از عوامل ایجادکننده نگرش‌های شغلی از قبیل رضایت شغلی، تعهد سازمانی، مشارکت شغلی و کاهش نیت خروج از خدمت می‌باشد (مشرف جوادی و یاوریان، ۲۰۱۱، ۴). در مطالعات گوناگون ثابت شده است که نگرش‌های شغلی، از عوامل ایجادکننده رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد؛ لذا، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که معنویت در محیط کار به‌صورت غیرمستقیم و از طریق نگرش‌های کارکنان بر رفتار شهروندی سازمانی اثر می‌گذارد. همچنین، نتایج پژوهش احمدی و همکاران (۲۰۱۴) نشان داد که معنویت در محیط کار بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر

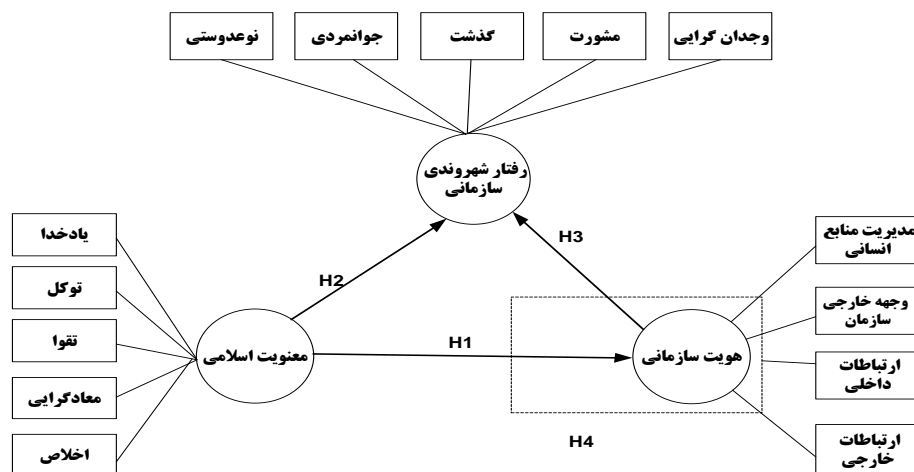
می‌گذارد. لی^۱ (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود عنوان کرد کارکنانی که در کار خود احساس معنا و مفهوم عمیقی دارند، رفتارهای فرانشی بیشتری را از خود بروز می‌دهند (لی، ۲۰۱۱، ۱۰).

نقش میانجی هویت سازمانی

مفهوم معنویت برای درک تغییر و تحول سازمانی و نیز تشریح سیستم های ارزشی و توسعه مدیریت، رهبری و توانمندی به کار برده می‌شود (بردلی^۲، ۲۰۰۳، ۴۶۰). معنویت در کار و سازمان به عنوان احساس کاری خاص برای انرژی دادن به افراد جهت انجام دقیق کارها در نظر گرفته می‌شود و بین معنویت در سازمان و عملکرد سازمانی ارتباط مستقیمی وجود دارد. پژوهش‌ها نشان داده است که معنویت در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی در محیط کار تأثیرگذار می‌باشد؛ در سطح سازمانی، معنویت می‌تواند منجر به بهبود عملکرد، رضایت شغلی، افزایش بهره‌وری و ایجاد رفتار شهروندی سازمانی شود. به نظر می‌رسد معنویت در سازمان با ایجاد هویت سازمانی در کارکنان می‌تواند سبب بروز رفتار شهروندی سازمانی گردد (بکلامن، ۲۰۱۰، ۵۲۲).

مسئله مهمی که وجود دارد و نبود آن در پژوهش‌های بومی ملاحظه می‌شود این است که در پژوهش‌های انجام شده تاکنون، معنویت از دیدگاه صاحب نظران غربی مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش درصدد است تا به عنصر معنویت اسلامی که ناشی از دین اسلام و متناسب با فرهنگ حاکم بر جامعه ایرانی بوده و کمتر در پژوهش‌های داخلی مورد توجه قرار گرفته است را در بروز رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی مورد بررسی قرار دهد. با توجه به فضای دینی حاکم بر کشور ایران و این که اسلام دین اکثریت مردم در این کشور می‌باشد ضروری است در جهت توجه به معنویت در سازمان، رویکرد اسلامی آن مورد توجه قرار بگیرد و مشخص شود که آیا معنویت اسلامی می‌تواند منجر به بروز رفتار شهروندی سازمانی و ایجاد هویت سازمانی شود یا خیر؟ از آن جاکه تاکنون در پژوهش‌ها به موضوع معنویت اسلامی در تأثیر بر رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی توجه نشده است، این پژوهش بدین لحاظ دارای نوآوری می‌باشد. همچنین، در ادامه به مدل پژوهش اشاره می‌شود. در این مدل، ابعاد معنویت اسلامی براساس پژوهش امیری (۱۳۹۲)، ابعاد رفتار شهروندی سازمانی براساس پژوهش مشرف جوادی و یاوریان (۲۰۱۱) و ابعاد هویت سازمانی براساس پژوهش روتیتس و همکاران (۲۰۱۲) در نظر گرفته شده است.

1. Lee
2. Berdli



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری آن را ۲۵۰ نفر از دبیران ورزش مقطع متوسطه شهر اصفهان تشکیل دادند که حجم نمونه براساس جدول مورگان، ۱۵۰ نفر تعیین گردید. همچنین، پرسش‌نامه‌ها به روش تصادفی ساده بین نمونه آماری توزیع گردید که از میان آن‌ها، ۱۴۵ پرسش‌نامه برگشت داده شد. شایان‌ذکر است که براساس نظر خردمندانیا (۱۳۹۳)، جهت انجام معادلات ساختاری، به‌ازای هر مؤلفه حداقل می‌بایست ۱۰ نمونه وجود داشته باشد (خردمندانیا و بهرامی، ۱۳۹۳، ۲۲۰). در این پژوهش، ۱۴ مؤلفه وجود داشت که براین‌اساس، تعداد پرسش‌نامه جمع‌آوری‌شده کفایت می‌کند. علاوه‌براین، به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه پژوهشگرساخته معنویت اسلامی، پرسش‌نامه استاندارد رفتار شهروندی سازمانی مشرف جوادی و یاوریان (۲۰۱۱) و پرسش‌نامه استاندارد هویت سازمانی چنی^۱ (۱۹۸۷) استفاده شد. جهت تعیین روایی پرسش‌نامه نیز از روش روایی صوری و روایی تشخیصی به روش تعیین شاخص میانگین وایارنس استخراج‌شده^۲ با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس^۳ استفاده گردید. با استفاده از این ضریب، سوالات با بار عاملی کمتر از (۰/۵) در هر مؤلفه حذف گردید تا مقدار این شاخص به بالای (۰/۵) برسد. همچنین، جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه، روش پایایی مرکب^۴ در کنار آلفای کرونباخ

1. Cheni
2. Average Variance Extracted(AVE)
3. Smart-PLS
4. Composite Reliability (CR)

مورد استفاده قرار گرفت که ضرایب آن در جدول شماره یک نشان داده شده است که بر این اساس، مؤلفه‌هایی که مقدار پایایی مرکب آن‌ها بالاتر از (۰/۶) باشد، پایایی قابل قبولی دارند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲، ۸۱). علاوه بر این، آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه معنویت اسلامی، رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی به ترتیب (۰/۸۴، ۰/۸۲، ۰/۸۹) به دست آمد.

جدول ۱- نتایج تحلیل روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	ضریب میانگین واریانس استخراج شده	ضریب پایایی مرکب	آلفای کرونباخ
معنویت اسلامی	۰/۸۲	۰/۸۰	۰/۸۴
یاد خدا	۰/۸۹	۰/۸۷	۰/۸۹
اخلاص	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۲
تقوا	۰/۸۶	۰/۸۰	۰/۸۲
توکل بر خدا	۰/۸۸	۰/۸۱	۰/۹۰
معادگرایی	۰/۹۱	۰/۷۴	۰/۸۳
هویت سازمانی	۰/۸۰	۰/۷۸	۰/۸۹
وجهه خارجی سازمان	۰/۸۷	۰/۸۲	۰/۸۷
ارتباطات داخلی	۰/۷۴	۰/۷۸	۰/۸۳
ارتباطات خارجی	۰/۷۹	۰/۷۳	۰/۷۹
مدیریت منابع انسانی	۰/۸۵	۰/۷۵	۰/۷۶
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۴	۰/۷۹	۰/۸۲
نوع دوستی	۰/۸۴	۰/۷۶	۰/۷۷
جوانمردی	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۸۶
وجدان کاری	۰/۸۲	۰/۸۵	۰/۸۶
مشورت و مشارکت سازمانی	۰/۸۳	۰/۸۸	۰/۸۹
گذشت	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۸۴

نتایج

مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه آماری نشان می‌دهد که ۳۵ درصد از پاسخ‌دهندگان زن هستند و ۶۵ درصد از آن‌ها مرد می‌باشند. از نظر تحصیلات نیز ۶۰ درصد از شرکت‌کنندگان دارای مدرک کارشناسی، ۳۰ درصد دارای مدرک کاردانی و ۱۰ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد می‌باشند. همچنین، به لحاظ سنی شش درصد از کارکنان بیشتر از ۵۱ سال سن دارند و میانگین سابقه کاری پاسخ‌دهندگان ۱۱ سال می‌باشد.

به منظور بررسی رابطه بین معنویت اسلامی، هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن حاکی از این است که ارتباط مستقیم و مثبتی بین متغیرهای پژوهش وجود دارد.

جدول ۲- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	معنویت اسلامی	هویت سازمانی	رفتار شهروندی سازمانی	میانگین	انحراف معیار
معنویت اسلامی	۱			۲/۷۷	۰/۳۰
هویت سازمانی	۰/۶۸	۱		۲/۹۷	۰/۴۱
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۴	۰/۵۹	۱	۳/۰۹	۰/۳۶

* سطح معناداری ۰/۰۵

پس از اطمینان از وجود روایی و پایایی در شاخص‌های گردآوری شده، به آزمون مدل و فرضیه‌های پژوهش پرداخته شد. شایان ذکر است که در این پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار آموس^۱ برای آزمون مدل اندازه‌گیری تأثیر معنویت اسلامی و هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی و نیز فرضیه‌های پژوهش استفاده گردید. با توجه به مدل مفهومی، این پژوهش دارای ۱۴ متغیر آشکار می‌باشد که سه متغیر پنهان شامل: معنویت اسلامی، رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی را اندازه‌گیری می‌کند.

همچنین، جهت اطمینان حاصل کردن از نرمال بودن داده‌ها، آزمون کولموگروف - اسمیرنوف مورد استفاده قرار گرفت که نتایج آن در جدول شماره سه نشان داده شده است.

جدول ۳- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون کولموگروف - اسمیرنوف	سطح معناداری
معنویت اسلامی	۲/۷۷	۰/۳	۱/۵۲	۰/۰۵۵
یاد خدا	۲/۵۵	۰/۲۷	۲/۳۵	۰/۴۵۰
اخلاص	۲/۳۶	۰/۲۴	۰/۱۲۵	۰/۴۱۰
تقوا	۲/۵۹	۰/۲۸	۰/۹۵۸	۰/۰۶۵
توکل بر خدا	۳/۶۸	۰/۶۵	۰/۱۲	۰/۰۷۵
معداگرایی	۲/۴۱	۰/۲۲	۰/۴۵۱	۰/۰۹۵
هویت سازمانی	۲/۹۷	۰/۴۱	۱/۳۲	۰/۰۹۲
وجهه خارجی سازمان	۲/۵۴	۰/۳۵	۰/۶۴۸	۰/۰۷۸
ارتباطات داخلی	۲/۳۷	۰/۳۱	۰/۴۵۸	۰/۱۲۵
ارتباطات خارجی	۲/۴	۰/۴۰	۲/۱۲	۰/۰۶۹
مدیریت منابع انسانی	۲/۹۵	۰/۳۷	۱/۱۵۴	۰/۷۷
رفتار شهروندی سازمانی	۳/۰۹	۰/۳۶	۰/۵۶۲	۰/۳۱
نوع دوستی	۲/۵۶	۰/۳۱	۰/۶۹۸	۰/۵۵۴
جوانمردی	۲/۸۸	۰/۲۸	۰/۷۴۸	۰/۰۹۵
وجدان کاری	۲/۷۴	۰/۲۶	۰/۵۵۶	۰/۰۶۱
مشورت و مشارکت سازمانی	۳/۰	۰/۳۵	۰/۹۱۰	۰/۰۵۴
گذشت	۲/۹۴	۰/۲۹	۲/۶	۰/۰۷۵

با توجه به نتایج جدول شماره سه، سطح معناداری متغیرهای پژوهش بزرگتر از (۰/۰۵) می‌باشد؛ لذا، می‌توان گفت که توزیع مشاهدات نرمال است. همچنین، در پژوهش‌ها جهت تعیین رابطه هم-خطی چندگانه از شاخص تلرانس^۱ توسط رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود (خردمندیا و بهرامی، ۱۳۹۳، ۱۴۱). در این پژوهش مقدار شاخص تلرانس برای متغیرهای مستقل (معنویت اسلامی و هویت سازمانی) (۰/۸۴) به دست آمد که چون نزدیک به عدد یک است می‌توان گفت بین متغیرهای مستقل، رابطه هم‌خطی چندگانه وجود ندارد. برای بررسی برازش مدل نیز از معیارهای برازشی که در مدل‌سازی معادلات ساختاری وجود دارد استفاده گردید که اولین شاخص، کای اسکور نسبتی است. اگر این شاخص بین عدد یک و سه باشد، نشانی از تأیید بالاتر این مدل خواهد بود که در این پژوهش، این مقدار برابر با (۲/۲۵) گزارش شده است. دومین شاخص نیز ریشه دوم میانگین مربعات

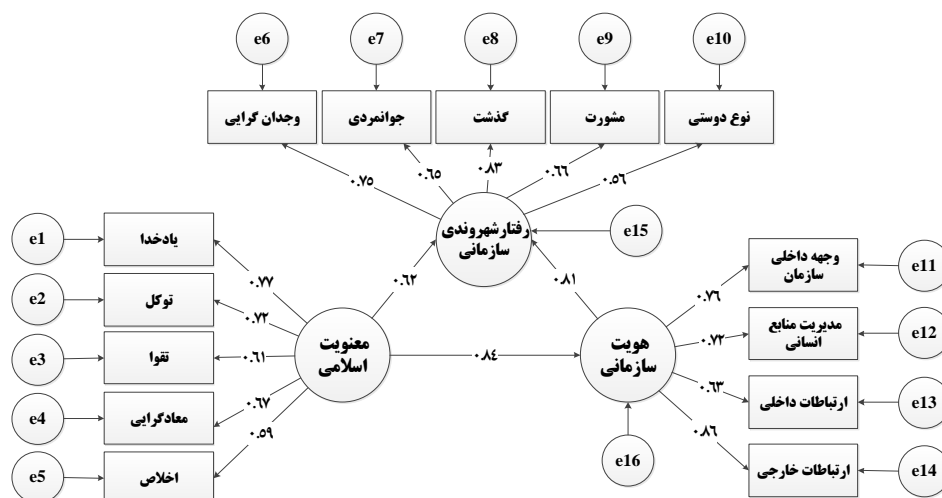
1. Tolerance Index

باقی‌مانده^۱ می‌باشد که هرچه به (۰/۰۵) نزدیک‌تر باشد، مدل کارا تر خواهد بود که این مقدار نیز معادل (۰/۰۶۱) گزارش شده است. چهار شاخص دیگر، شاخص نیکویی برآزش^۲، شاخص برآزش افزایشی^۳، شاخص برآزش هنجار شده^۴ و شاخص برآزش تطبیقی^۵ هستند که بین صفر و یک قرار دارند و هرچه به عدد یک نزدیک‌تر باشند، کارایی مدل بیشتر خواهد بود. در جدول شماره چهار مقادیر این شاخص‌ها نشان داده شده است.

جدول ۴- برآزش مدل مفهومی

ریشه دوم میانگین مربعات باقی‌مانده	شاخص برآزش تطبیقی	شاخص برآزش هنجار شده	شاخص برآزش افزایشی	شاخص نیکویی برآزش	کای اسکور نسبی
.۰۶۱	.۰۹۳	.۰۸۲	.۰۹۱	.۰۹۳	۲/۲۵

با توجه به اطلاعات جدول شماره چهار می‌توان دریافت که مدل از برآزش خوبی برخوردار است. در شکل شماره دو مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرها و فرضیه‌های پژوهش نشان داده شده است.



شکل ۲- مدل‌سازی معادلات ساختاری پژوهش

1. Root Mean Squared Error of Approximation
2. Goodness of Fit Index
3. Incremental Fit Index
4. Normed Fit Index
5. Comparative Fit Index

پس از بررسی و تأیید الگو برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی^۱ و سطح معناداری استفاده گردید که براساس سطح معناداری ($P=0/05$)، مقدار بحرانی باید بیشتر از (۱/۹۶) باشد (مقدار کمتر از این سطح در الگو مهم تلقی نمی‌شود). همچنین، مقادیر کوچکتر از ($P=0/05$) برای سطح معناداری، حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه‌شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح (۰/۹۵) می‌باشد. با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل مدل به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است که نتایج آن در جدول شماره پنج مشاهده می‌شود.

جدول ۵- نتایج فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	ضریب رگرسیونی	مقدار بحرانی	سطح معناداری	نتیجه
معنویت اسلامی بر هویت سازمانی تأثیر مثبتی دارد.	۰/۸۴	۲/۸۱	۰/۰۰۶	تأیید فرضیه
معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبتی دارد.	۰/۶۲	۲/۷۶	۰/۰۰۴	تأیید فرضیه
هویت سازمانی بر رفتار شهروندی - سازمانی تأثیر مثبتی دارد.	۰/۸۱	۲/۲۵	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
هویت سازمانی نقش عامل میانجی در تأثیر معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی را دارد.	۰/۶۸	۲/۵۳	۰/۰۰۵	تأیید فرضیه

بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبتی دارد. همچنین، با همین اطمینان می‌توان ادعا کرد که هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبتی دارد و نقش میانجی را برای تأثیر معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی ایفا می‌کند.

بحث و نتیجه گیری

پیش از بررسی نتایج پژوهش باید به این نکته اشاره شود که از آن‌جا که تاکنون پژوهش مشابهی در ارتباط با معنویت اسلامی صورت نگرفته است نمی‌توان نتایج را به شکل مستقیم با مطالعات پیشین مقایسه نمود. یافته‌ها نشان دادند که معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. بر این اساس، می‌توان بیان نمود که وجود معنویت در افراد موجب می‌شود که آن‌ها نه تنها به انجام وظایف

1. Critical Value

معمولی خود را بپردازند، بلکه همواره، انجام کارهایی که فراتر از وظیفه قانونی است را نیز بر خود واجب بدانند و با توجه به این که به وجود دنیایی غیر از دنیای مادی و پادشاهای اخروی اعتقاد دارند، نوع دوستی، کمک به دیگران، جوانمردی و وجدان کاری را همیشه رعایت کنند. معنویت باعث احساس مشترک، احترام و وابستگی بین افراد می شود. معلمان دارای معنویت بالاتر با عشق، دلسوزی و خرد رفتار می کنند، مسئولیت پذیر هستند و در برابر تغییرات و مشکلات محیط کاری بردبار بوده و به وظایف خویش متعهد می باشند. براساس مطالعات فرهنگی و همکاران (۱۳۸۵) و احمدی (۲۰۱۴) مشخص شده است که معنویت بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. با توجه به این که در این پژوهش معنویت اسلامی مدنظر بوده است و نیز از آن جاکه تا کنون پژوهشی در این زمینه انجام نشده است، نمی توان نتایج آن را با پژوهش های گذشته مقایسه نمود. یافته ها نشان داد که هویت سازمانی، عامل میانجی در تأثیرگذاری معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی می باشد. ایجاد حس هویت نسبت به سازمان باعث می شود که کارکنان نسبت به سازمان احساس تعلق پیدا کنند و موفقیت سازمان را موفقیت خود بدانند. وقتی کارکنان حضور در سازمان را براساس مبانی اسلامی، فرصتی برای خدمت به خلق و امری الهی بدانند، اقدام به انجام اموری فراتر از وظایف خود به منظور بهبود کارهای سازمان در قالب رفتار شهروندی می کنند. کارکنانی که احساس معنای عمیقی از طریق معنویت در کار دارند، برای کار خود اهمیت زیادی قائل بوده و دارای وجدان کاری می باشند و به صورت خودجوش و خودکنترل عمل می کنند. احساس همبستگی دربرگیرنده پیوندهای عاطفی، معنوی و روحی می باشد که گروه های سازمانی براساس آن شکل می گیرند. اهمیت تعلق و همبستگی به دلیل وجود هویت سازمانی در این است که این مؤلفه، دربردارنده احساسی قوی تر از رابطه میان افراد در قالب حمایت و پشتیبانی، آزادی بیان و مراقبت عمومی می باشد. این کارکنان به دلیل دوست داشتن محیط کار خود، احتمالاً از اقداماتی که به بهبود تصویر سازمان و همکاران آنها کمک می کند دریغ نمی نمایند. همچنین براساس مطالعات انجام شده، زمانی که ارزش های سازمانی با ارزش های کارکنان منطبق شود، آنها راضی تر می باشند، به سازمان تعهد بیشتری دارند، تمایل کمتری به ترک سازمان نشان می دهند، نگرش و افکار مثبت تری به کارکنان سازمان دارند و دارای رضایت شغلی بالاتر و رفتار اجتماعی از پیش تعیین شده می باشند؛ زیرا، سازمان را پشتیبان خود می دانند و درحقیقت، خود را از سازمان جدا نمی دانند. کارکنانی که در درجه بالای معنویت قرار دارند، کار را وسیله ای برای ابراز وجود خود تلقی می کنند و سعی می نمایند تا با شغل و نحوه کار، خود را به دیگران معرفی کنند. زمانی که فردی تلاش می کند خود را با کار به دیگران معرفی کند و سازمان و کار را معرف خود نشان دهد، به واسطه احساس هویت سازمانی که دارد تلاش می کند رفتارهایی از خود بروز دهد که آن رفتارها، بهتر و بیشتر از رفتارهای

معمولی و روزمره باشند و از این طریق، رفتارهای شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد. نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش بلاکمن (۲۰۱۰) که بیان می‌کند معنویت از طریق هویت سازمانی متواند منجر به بروز رفتار شهروندی سازمانی شود مطابقت دارد.

علاوه بر این، نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که معنویت اسلامی بر هویت سازمانی تأثیرگذار می‌باشد. بر این اساس، می‌توان بیان نمود که وجود معنویت موجب می‌شود که افراد به دنبال هدف و معنا در زندگی و کار خود باشند. جهت رسیدن به هدف و معنا در زندگی نیاز است که فرد خود را به نحوی نشان دهد و معرفی کند. یکی از این راه‌ها، ابراز وجود از طریق ابراز هویت نسبت به کار و سازمان می‌باشد. کسانی که معنویت بالایی دارند، در تلاش هستند که با سازمان و همکاران خود هم‌بستگی بالایی داشته باشند و نسبت به سازمان خود و برای خدمت و کمک به دیگران وفادار باشند که تمام این موارد، نیازمند وجود هویت سازمانی در کارکنان می‌باشد. به طور کلی، در اثر وجود معنویت می‌توان انتظار هویت سازمانی بالایی را از کارکنان داشت. نتایج پژوهش نشان داد که هویت سازمانی در پی معنویت افزایش پیدا می‌کند. البته، در این پژوهش، معنویت اسلامی مدنظر بوده است که تاکنون پژوهشی در ارتباط با تأثیر معنویت اسلامی و هویت سازمانی صورت نگرفته است.

همچنین، یافته‌ها نشان دادند که هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیرگذار می‌باشد. کسانی که نسبت به یک سازمان هویت قوی‌تری دارند، رفتارهایی فراتر از وظیفه را در قبال سازمان انجام خواهند داد و هرچه هویت سازمانی افراد بیشتر باشد، بیشتر تلاش خواهند نمود رفتارهایی را از خود بروز دهند که سازمان را در مسیر اهداف خود بیشتر یاری رساند. یکی از این رفتارها، رفتار شهروندی سازمانی است که می‌تواند از طریق هویت سازمانی قوی به دست آید. نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش مشرف جوادی و یاوریان (۲۰۱۱) و روتیس و همکاران (۲۰۱۲) مطابقت دارد.

در پایان، به مسئولان آموزش و پرورش پیشنهاد می‌شود با توجه به فرهنگ و مذهب حاکم بر محیط جامعه و مدرسه، توجه به مؤلفه‌های معنویت اسلامی را در برنامه‌ریزی‌های مدارس در نظر بگیرند و نسبت به گسترش این موضوع اهتمام ویژه‌ای داشته باشند.

با توجه به این که موضوع معنویت در مباحث مدیریتی به تازگی مطرح شده است و نیز با توجه به فرهنگ مذهبی حاکم بر جامعه ایران (و مذهب اکثریت مردم ایران که در آن معنویت جایگاه والایی دارد)، ضروری به نظر می‌رسد که به مفهوم معنویت در اسلام پرداخته شود و کاربرد آن در مباحث مدیریتی مورد تأکید قرار گیرد.

در پایان می توان بیان نمود که بر اساس پژوهش های انجام شده در حیطه معنویت در سازمان به موضوع معنویت از دیدگاه مباحث غیر اسلامی در سازمان ها بررسی شده است. معنویت در سازمان بر اساس نگاه مادی به انسان ها مطرح شده است. با انجام این پژوهش به معنویت از نگاه اسلام توجه شده است و مبانی معنویت در سازمان بر اساس اصول اسلام مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش موضوع اسلام در مباحث مدیریت مورد توجه قرار گرفته است و با انسان از دیدگاه معنوی و الهی در سازمان توجه شده است. با انجام این پژوهش اهمیت مباحث اسلامی در موضوعات مدیریت نشان داده شد.

منابع

1. Ahmadi, S., Nami, Y., & Barvarz, R. (2014). The relationship between spirituality in the workplace and organizational citizenship behavior. *Social and Behavioral Sciences*, 114(3): 262-64. (Persian).
2. Ahmadi, A. (2003). *Consultation on Islam*. First Edition. Tehran: Roshd Publications.
3. Sherlos, V., & Jafari, S. (2010). Spiritual Intelligence, Islamic spirituality inevitable necessity organizations. *Journal Management in Islam*, 15(16): 199-216. (Persian).
4. Arfah, S.K. (2000). *Alvlayh verses in the light of the virtues of Imam Ali (AS)*. First Edition. Ghom: Feyz kashani Publications.
5. Alexandra, M. P., Daniel, F., & Teodor, P. (2012). Organizational citizenship behavior activity leverage optimization in virtual enterprise. *Procedia Economics and Finance*, 3(5): 381-6.
6. Amiri, Z. (2012). *Understanding the Impact of Islamic Spiritual Leadership through Employee Empowerment and Improve their performance in Lorestan Province Gas Company*. M.A Thesis. Esfahan of University
7. Bradley, J. (2003). Comparing spirituality on three southern California college campuses. *J Organ Change Manag*, 16(4): 448-62.
8. Bekelman, D., Carla, P., Curlin, F., Traci, E., Yamashita, D., & Wamboldt, F. (2010). A comparison of two spirituality instruments and their relationship with depression and quality of life in chronic heart failure. *J Pain Symptom Manag*, 39(3): 515-26.
9. Calman, A. (2010). Leadership spirituality in banking professionals and its impact on organizational commitment. *Int J Bus Manag*, 5(3): 185-93.
10. Danesh, S.M.K. (2005). *Sacrifices image*. First Edition. Tehran: Jahan Ara Publications.
11. Davari, A., & Rezazade, A. (2012). *Structural equation modeling with PLS*. First Edition. Tehran: Jahan Ara Publications. ACECR Publications.
12. Farhangi, A.A., Fatahi, M., & Vasegh, B. (2006). Workplace spirituality and its role in improving organizational citizenship behavior, *Journal of Organizational Culture Management*, 4(3): 5-26.
13. Freshman, B. (2013). *An exploratory analysis of definitions & applications of*

spirituality in the workplace. *J Organ Change Manag*, 12(4): 318-29.

14. Holzinger, I., & Dhalla, R. (2007). Multiple identities in organizations: The effects of diversity on organizational identity. *Diversity-Journal*, 7(5): 43-51.

15. Jonathon, R. B., & Halbesleben, J. (2010). The role of leader-member relationships in follower, leader, and coworker attributions of organizational citizenship behavior motives. *Hum Resour Manage R*, 20(4): 309-16.

16. Kheradmand Niya, M., Bahrami, M. (2013). Statistical analysis of multivariate data. Second Edition. Esfahan: Adab Rooz.

17. Khorshid, S. (2008). Study the relationship between organizational identity and organizational commitment in state banks of Kerman. *Management Researchs*, 2(6): 125-58. (Persian).

18. Kramer, R. M., & Hanna, B. A. (2010). Collective identity, collective trust, and social capital: Linking group identification and group cooperation. In M. E. Turner (Ed.), *Groups at work: Theory and research*. NJ: Erlbaum. Mahwah. 42-69

19. Kreiner, G. E., & Ashforth, B. E. (2009). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *J Organ Behav*, 29(15): 1-27.

20. Kernodle, A., & Thomas, M. (2007). Antecedents and consequences of organizational citizenship behavior: A hierarchical linear modeling study. (- Unpublished Doctoral Dissertation). USA; Touro University: International Priquest Information and Learning Company.

21. Lee, H. (2008). Transcendental leadership and organizational citizenship behavior: The mediating effect of spirituality in the workplace. (Requirements for Public Administration Degree). Bambae of University.

22. Mahdioun, R., Ghahramani, M., & Sharif, A. R. (2010). Explanation of organizational citizenship behavior with personality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5(12): 178-84. (Persian).

23. Makarem Shrazi, N., et al. (2001), *Nemone Commentary*. Tehran: Dar Al Kotob Islami.

24. Mohammadi Reyshahri, M. (2000). *Mizan Al Hekmah*. Second Edition. Ghom: Dar Al Hadis.

25. Moshref Javadi, M. H., & Yavarian, J. (2011). Effect of organizational identity and commitment on organizational citizenship behavior (Case study: Educational department of Isfahan province). *Interdiscip J Contemp Res Bus*, 3(8): 2-10. (Persian).

26. Moshtaghiyan Abarghoee, H., Zare, M.R., Mahmodi Khamiri, Y., & Ahmadzade, A. (2010). Islamic leadership vision. *Journal Management in Islam*, 4(10): 25-35.

27. Motahari, M. (2005). *Islam and the Circumstances of the Time*. Fifteenth Edition. Tehran: Sadra Publications.

28. Mozafari, A. (2005). Imam Khomeini's theory of the unity of politics and spirituality. *Journal of Islamic Revolution*, 6(13): 119-156. (Persian).

29. Palmer, R. (2012). Spirituality versus religion. *The Leadership Quarterly*, 16: 655-87.

30. Rutitis, D., Batraga, A., Muizniece, L., & Ritovs, K. (2012). Management of corporate identity dimensions in the health care. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58(12): 995-1003.

استناد به مقاله

نصراصفهانی، علی، فرخی، مجتبی، و امیری، زینب. (۱۳۹۵). تأثیر معنویت اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی و تعیین نقش میانجی هویت سازمانی (مورد مطالعه: دبیران ورزش مقطع متوسطه شهر اصفهان). مطالعات مدیریت ورزشی، ۸ (۳۷)، ۱۸۱-۲۰۰.

Nasr Esfahani, A., Farokhi, M., & Amiri, Z. (2016). The Impact of Islamic Spirituality on Organizational Citizenship Behavior and Determine Mediating Role of Organizational Identity (High School Sports Teachers in Isfahan as Case study). Sport Management Studies. 8 (37): 181-200. (Persian)

The Impact of Islamic Spirituality on Organizational Citizenship Behavior and Determine Mediating Role of Organizational Identity (High School Sports Teachers in Isfahan as Case study)

A. Nasr Esfahani¹, M. Farokhi², Z. Amiri³

1. Assistant Professor, Department of Management, University of Isfahan
2. Ph.D. Student, University of Isfahan*
3. Ph.D. Student, University of Lorestan

Received Date: 2015/01/13

Accepted Date: 2015/05/03

Abstract

This paper examines the impact of spirituality on organizational citizenship behavior organizational identity is the role of mediator. Population is High school sports teachers in Isfahan. Standardized questionnaire to collect information from corporate identity Cheney (1987) and organizational citizenship behavior Moshrefjavadi and Yavarian (2011) and researcher made questionnaires was used in Islamic spirituality. Questionnaire validity and reliability of the diagnostic validity of the criteria of reliability combined was performed using the SMART-PLS software. Cronbach's alpha coefficient for the scale of spirituality, 0.84, scale corporate identity, 0.82 and organizational citizenship behavior scale 0.89, respectively. Test hypotheses using the structural equation model was done through software Amos18. The results showed Islamic spirituality with the corporate identity of the factor, Islamic spirituality on organizational citizenship behavior with the path coefficient and organizational identity on organizational citizenship behavior with the path coefficient is affected. The results also showed that organizational identity as a mediator variable between Islamic spirituality and citizenship behavior with a path coefficient is impressive. Pearson correlation test results demonstrate a direct relationship between Islamic spirituality, corporate identity and organizational citizenship behavior. The results for the education authorities in the planning and promotion of cultural practices used by teachers. Given the cultural and religious issues of the society as Islamic spirituality puts administrators in planning according to the results of this research will be necessary.

Keyword: Islamic Spirituality, Organizational Identity, Organizational Citizenship Behavior

* Corresponding Author

Email: Mojfarokhi20@yahoo.com