

فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت
سال چهارم - شماره ۳ - پاییز ۹۲
صص ۱-۲۰

اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی

اعتماد به سازمان

زهرا محمدزاده^۱، حسین رحمان سرشت^۲، سید علی کوشازاده^{۳*}

تاریخ دریافت: ۹۰/۶/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۲/۲۵

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی اثر دو بعد شناختی و عاطفی اعتماد به رهبر بر سطح هویت سازمانی اعضا از راه نقش متغیر میانجی اعتماد به سازمان است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بوده است. بدین منظور، برای جمع آوری داده‌ها از جامعه ۳۰۵ نفری معلمان مدارس مقطع راهنمایی شهرستان چناران استان خراسان رضوی با استفاده از فرمول کوکران و بر اساس روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای، ۱۰۵ نفر از این معلمان با ابزار پرسشنامه برای سنجش متغیرهای مدنظر مورد آزمون قرار گرفتند. تحلیل داده‌ها به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر تحلیل مسیر و با نرم افزار لیزرل انجام شد. نتایج نشان داد که هر دو بعد اعتماد عاطفی و شناختی معلمان به مدیران مدرسه بر اعتماد کلی (مشمول بر سه بعد اعتماد درستکارانه، وابستگی و متعهدانه) به مدرسه مؤثر است و از میان این دو متغیر پیش بین، متغیر اعتماد عاطفی به مدیر، قدرت پیش بینی‌کنندگی بیش‌تری برای اعتماد به مدرسه دارد. هم‌چنین، مشخص شد که در رابطه بین متغیرهای اعتماد شناختی و عاطفی معلمان به مدیران مدارس با متغیر هویت سازمانی، اعتماد کلی به مدرسه می‌تواند متغیر واسطه معتبری بشمار رود.

واژه‌های کلیدی: اعتماد به رهبر، اعتماد عاطفی، اعتماد شناختی، اعتماد به سازمان، هویت سازمانی

^۱ - دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی- دانشکده علوم اداری و اقتصاد- دانشگاه فردوسی مشهد

^۲ - استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی تهران

^۳ - دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی- دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

*- نویسنده مسئول: akoushazade@gmail.com

مقدمه

ظهور سازمان‌های اجتماعی و گسترش روز افزون آنها، از ویژگی‌های بارز تمدن بشری است؛ در طی دو دهه‌ی اخیر، سازمان‌ها به‌گونه‌ی معناداری تغییر یافته‌اند و به سازمان‌هایی با ویژگی‌های عدم تمرکز و جهانی شدن تبدیل شده‌اند (Sharifi, Salimi & Ahmadi, 2011). بر این اساس، امروزه مدیران بسیاری از سازمان‌ها بیش از پیش دریافته‌اند که مزیت رقابتی پایدار سازمان‌هایشان در گرو سرمایه‌های انسانی آنها با ویژگی‌هایی همانند فعال و مشارکت‌کننده در سرنوشت سازمان قرار دارد. از این رو در طی سال‌های اخیر، پژوهشگران سازمانی با تمرکز بیش‌تری به شناسایی عوامل مؤثر بر ادراک و رفتار کارکنان برای تحقق بهتر اهداف سازمان‌ها پرداخته‌اند (Doaei, Mortazavi & Koushazade, 2011) که می‌توان گفت از جمله آنها، بررسی سطوح اعتماد و هویت در سازمان است.

هویت سازمانی از جمله نگرش‌های کارکنان است که پس از دهه ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال یافته و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است (Cornelissen, 2002). مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای این نگرش در میان کارکنان خود هستند، چرا که به نتایج مثبت آن، از جمله اثر بخشی سازمانی، رضایت شغلی بیش‌تر، حس وابستگی و تعلق قوی‌تر، تعهد سازمانی بالاتر، رفتار شهروندی بیش‌تر و جابه‌جایی کمتر، علاقه‌منداند (Rahmanseresht & Farhadinejad, 2010). اعتماد نیز مفهومی است که بویژه از دهه ۱۹۹۰ در حیطه‌های گوناگون علوم انسانی توجه زیادی به آن شده و در مطالعات سازمانی پژوهشگران به دنبال شناخت فرایندها و چگونگی کارکرد آن هستند. با توجه به نقش روشن و اثرگذار رهبران هر سازمان در عملکردهای سازمانی، اعتماد پیروان و اعضا به رهبران سازمان را می‌توان نوعی از اعتماد قلمداد کرد که نسبت به دیگر انواع اعتماد در سازمان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و شاید بتوان گفت اعتماد به رهبر زمینه ساز اعتماد به سازمان است. با وجود اهمیت هر دو این مفاهیم در کارکردهای زندگی اجتماعی، تحقیقات در زمینه اثرگذاری اعتماد به سازمان بر هویت سازمانی و یا بالعکس، بسیار اندک است. (Puusa & Tolvano, 2006). نیز اشاره می‌کنند که جای خالی مطالعات تجربی در زمینه رابطه آنها با یکدیگر بسیار احساس می‌شود. بر این اساس، این مقاله در پی بررسی این موضوع است که آیا اعتماد به رهبر، زمینه ساز اعتماد کارکنان به کلیت سازمان خواهد بود یا خیر و چنانچه پاسخ مثبت است، آیا این اعتماد به سازمان خود در هویت سازمانی نیز اثر گذار است.

جامعه این پژوهش، معلمان مدارس هستند. نخست آن که با توجه به اثر بخش آموزش بر سایر بخش‌های کشور، بررسی نگرش‌های معلمان و از جمله هویت سازمانی آنها، و یافتن راه‌هایی

برای ارتقای این نگرش، منجر به بهبود عملکرد آنها خواهد شد. نکته دیگر آن که ویژگی‌های خاص این جامعه زمینه بسیار خوبی برای پژوهش درباره هویت سازمانی و نیز ایجاد یا سلب اعتماد فراهم می‌آورد: وجود ارتباطات گسترده رسمی و غیر رسمی میان معلمان و مدیران مدارس زمینه شناخت متقابل قابل قبولی میان آنها ایجاد می‌کند، در حالی که در بسیاری دیگر از محیط‌های سازمانی به دلیل تعامل‌های اندک و صرفاً رسمی میان اعضا و مدیران، شناخت چند بعدی و کافی از مدیران و رفتارهای آنها برای اعضا حاصل نمی‌شود. هم‌چنین، اغلب معلمان، به واسطه تدریس در مدارس گوناگون و آشنایی با مدیران هر کدام از آنها، امکان مقایسه رفتار این مدیران با یکدیگر را پیدا می‌کنند، بنابراین نظر آنان در مورد ویژگی‌های این مدیران، می‌تواند قابل اتکا باشد. از جمله مطالعات مربوط به هویت سازمانی در سطح مدارس می‌توان به پژوهش (Croucher, Thornton & Eckstein, 2006) اشاره کرد. هم‌چنین هویت سازمانی مفهومی چند سطحی است (Ravasi & VanRekom, 2003) که در این پژوهش، سطح بررسی مبتنی بر سطح رهبری مد نظر، مدرسه انتخاب شده است. مطالعه اعتماد به مدیران به عنوان رهبران سازمانی در فضای مدارس، در پژوهش‌های گذشته داخل کشور نیز سابقه دارد (Zeinabadi & Rastegarpour, 2010; Nadi, Moshfeghi & Siyadat 2009). بنابراین در این پژوهش، مدیران مدارس به عنوان رهبران مورد توجه قرار گرفتند و منظور از اعتماد به رهبر یا ادراک از رفتارهای وی، دیدگاه معلمان به مدیران مدارس خود است.

با توجه به آنچه بیان شد، از آنجا که سطوح بالاتر هویت سازمانی اعضا، برای ارتقای تحقق اهداف سازمان‌ها و مدیران آنها بسیار مهم است، مسئله این پژوهش، عوامل اثر گذار و ارتقا دهنده سطح هویت سازمانی اعضا است و بر اساس آن، هدف اصلی پژوهش، شناسایی (و مقایسه شدت) اثر دو بعد شناختی و عاطفی اعتماد به رهبر بر ایجاد هویت سازمانی اعضا از راه اعتماد به سازمان در جامعه معلمان مدارس است.

پیشینه پژوهش

هویت سازمانی از جمله موضوع‌هایی است که همچنان ابعاد بررسی نشده‌ای برای مطالعات آتی دارد و ارائه تعریفی مقبول از آن دشوار است. با این حال می‌توان آن را به صورت: "آن گونه که افراد درون سازمان، خود را به عنوان اعضای یک گروه، سازمان یا اجتماع شناسایی و طبقه‌بندی می‌کنند"، تعریف کرد (Ravasi & VanRekom, 2003). به عقیده (Foreman & Whetten, 2002)، از مجموعه باورها، معانی و پاسخ‌های مشترک اعضا به پرسش "ما چه کسانی هستیم؟" حاصل می‌شود.

نظریه هویت اجتماعی پیشنهاد می‌کند که ذهنیت یک فرد از خود^۱، از هویت فردی و هویت اجتماعی تشکیل شده که ادراک وی به عنوان عضوی از گروه‌های اجتماعی گوناگون است (Verbos et. Al., 2007). هویت سازمانی شکل خاصی از هویت اجتماعی است که از افکار، احساسات و رفتارهای افراد و اعضای گروه‌های سازمان و به صورت اجتماعی ساخته شده است (Ashforth & Mael, 1996). بنابراین، برای توضیح هویت سازمانی ابتدا هویت‌های فردی و اجتماعی مد نظر قرار می‌گیرد. نظریه هویت در سطح فردی ریشه در تعامل گرایی نمادین^۲ دارد و از سوی روانشناسان اجتماعی برای توضیح رفتارهای مربوط به نقش مورد استفاده قرار می‌گیرد. (Verbos et. Al., 2007). همان‌گونه که تعامل گرایی نمادین فرض می‌کند که "خود" بازتابی از اجتماع است، هویت اجتماعی به این پرسش پاسخ می‌دهد که "فرد چگونه خود را در رابطه با دیگران می‌بیند" و شامل طبقه بندی خود در گروه‌های خاص (همانند جنس، نژاد یا مذهب) و یا گروه‌های سازمانی و نقشی همچون عضو سازمان یا اتحادیه، پست سلسله مراتبی و وظایف تخصصی برای متمایز سازی خود از افراد گروه یا سازمان‌های دیگر است. هویت‌های گروهی با یکدیگر همپوشانی دارند و گاهی میان انتظارات نقشی گروه‌های گوناگون تضاد ایجاد می‌شود. مفهوم دیگر مرتبط با هویت سازمانی، مفهوم خود همذات پنداری سازمانی^۳ است. خود همذات پنداری فرایند شناختی است که در آن، اعضا هویت‌های فردی و اجتماعی خود را با هویت سازمان متوازن می‌کنند. خود همذات پنداری سازمانی می‌تواند از راه نیاز به تعلق برای ایجاد و حفظ روابط با ثبات، قدرت‌مند، مثبت و معنی‌دار برانگیخته شود و یا از تمایل اعضا برای دستیابی به یک خود ایده آل یا ممکن نشأت گیرد (Ashforth & Mael, 1996).

صحت هویت یک سازمان به این بستگی دارد که آن هویت تا چه حد با ویژگی‌ها و خصوصیات سازمان هم‌خوان است. وقتی ابهام، بی‌ثباتی و یا ناهمخوانی وجود داشته باشد، شکاف هویتی وجود خواهد داشت (Verbos et. Al., 2007). در پاسخ به این پرسش که آیا هویت سازمانی ویژگی پایداری است یا سیال، می‌توان گفت در طی زمان پدید می‌آید و در مقابل تغییر مقاومت می‌کند، اما تا حدی قابل انعطاف است. هویت‌های سازمانی از نظر قدرت و صحت با هم تفاوت دارند. سازمانی که هویت سازمانی آن کم است، سازمانی بشمار می‌رود که نقصان هویتی دارد (Ashforth & Mael, 1996).

¹ - Self concept

² - symbolic interactionism

³ - Organizational Identification

موضوع اعتماد و بسترهای زمینه ساز و بازدارنده آن را می‌توان بر اساس نظریه تعامل اجتماعی^۱ مطرح کرد که از فراگیرترین و مهم‌ترین نظریه‌های مفهومی برای درک بهتر رفتار افراد در محیط‌های کاری است. ریشه‌های این نظریه به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد که در آن سال‌ها توانست پل ارتباطی میان انسان شناسی، روانشناسی اجتماعی و جامعه شناسی ایجاد کند. در این نظریه، هر تعامل اجتماعی شامل یک سری مبادلات^۲ الزام آور است. این تعاملات اغلب به هم وابسته و مشروط به رفتار طرف مقابل هستند و می‌توانند در برخی شرایط، روابط با کیفیت بالایی ایجاد کنند.

به عقیده (Möllering, Bachmann & Hee, 2004)، از ابتدای دهه ۱۹۹۰ موضوع اعتماد در علوم اجتماعی توجه زیادی را به‌گونه جدی به خود جلب کرده است. اگر چه مطالعات تجربی متعددی در زمینه اعتماد انجام شده است، همچنان ضرورت پرداختن به آن از ابعاد گوناگون و در ارتباط با عوامل دیگر احساس می‌شود (Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006). از نظر برخی از پژوهشگران، توجه فزاینده به موضوع اعتماد، پاسخی به این واقعیت است که در موقعیت کنونی، برای رسیدن به سطحی که سیستم‌ها نمی‌توانند آن اطمینان را ایجاد کنند، لازم است بیش‌تر سطح اعتماد میان اعضا ارتقا داده شود تا آنکه شناخت از افراد افزایش یابد. افراد زمانی به اعتماد توجه نشان می‌دهند که مسئله ساز شده باشد، بنابراین توجه‌های اخیر به موضوع اعتماد نه تعجب‌آور است و نه ریاکارانه (Möllering, Bachmann & Hee, 2004).

از منظر (Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006)، اعتماد عبارت است از "تمایل فرد اعتماد کننده برای وابسته شدن (آسیب پذیر شدن) در مقابل فرد دیگری بر اساس این باور که وی شایسته، دارای روحیه باز، باملاحظه و معتبر است". هم‌چنین (Shockley-Zalabak, Ellis & Cesaria, 2000) نیز، اعتماد سازمانی را "انتظاراتی که افراد درباره شبکه‌های رابطه‌ای و رفتاری سازمان دارند" تعریف کرده‌اند (Chathoth et. Al., 2007).

به عقیده (Mooradian, Renzl & Matzler, 2006)، میان نگرش به اعتماد به عنوان یک ویژگی یا خصیصه و اعتماد به عنوان یک وضعیت (موقعیت) در پیشینه نظری تمایز کافی ایجاد نشده است؛ از نظر (Burke et. Al., 2007)، نیز سه دیدگاه نسبت به اعتماد را از یکدیگر متمایز می‌سازند: اعتماد به عنوان یک ویژگی شخصی؛ اعتماد به عنوان یک موقعیت خودجوش که تحت تاثیر عوامل شناختی، انگیزشی یا احساسی است؛ و اعتماد به عنوان یک فرایند که رفتارها، نگرش‌ها و روابط خاصی از آن متأثر می‌شوند و بر آن اثر می‌گذارند.

^۱-Social Exchange Theory

^۲-transactions

سه رهیافت به مطالعه اعتماد وجود دارد: اول، اعتماد به عنوان یک مفهوم تک بعدی که اعتماد و بی اعتمادی را در دو سر یک پیوستار می‌بیند. دوم، مدل دو بعدی که در آن اعتماد و بی-اعتمادی ابعاد جداگانه‌ای هستند که می‌توانند به صورت مجزا بررسی شوند. سوم، مدل انقلابی یا تحولی که بیان می‌کند اعتماد شکل‌های گوناگونی دارد و در طی زمان تغییر می‌کند. هر یک از این رویکردها، تعریف متمایزی برای اعتماد دارند. در رویکرد تحولی، اعتماد بر اساس بنیان‌های آن تعریف می‌شود، مثلاً اعتماد به دیگری بر اساس دانش وی، ارزش‌ها و هویت مشترک با وی (Lewicki, Tomlinson & Gillespie, 2006). هم‌چنین (Schoorman, Mayer & Davis, 2007) معتقداند که در تعریف اعتماد مشکلاتی از قبیل سطح تجزیه و تحلیل، پویا بودن این مفهوم و مداخله زمان، مخاطره، سببیت‌های کنترل و دو سویه بودن اعتماد وجود دارد.

اعتماد به رهبر از موضوعات مورد علاقه محققان سازمانی بوده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند پیروانی که به رهبرشان اعتماد دارند، عملکرد بهتری دارند، رفتارهای شهروندی بیشتری انجام می‌دهند و تعهد سازمانی و رضایت شغلی آنها هم بالاتر است (Palanski & Yammarino, 2009). نتیجه پژوهش (Norman, Avolio & Luthans, 2010)، اثر شفافیت و قاطعیت رهبر را بر اعتماد پیروان به رهبر تأیید می‌کند و (Rubin, Bommer & Bachrach, 2010)، دریافتند که اعتماد به رهبر می‌تواند متغیر واسطه خوبی برای رابطه میان رهبری عملگرا^۱ و رفتارهای شهروندی باشد. برای بحث بیشتر در زمینه اعتماد به رهبران به (Burke et al., 2007) مراجعه شود.

نتیجه مطالعه (Den Hartog, 2003)، نشان داد که رهبران در ایجاد و ارتقای اعتماد در میان افراد و گروه‌های سازمان خود اثرگذار هستند. برای مثال، رهبری تحول آفرین رابطه مثبتی با اعتماد به یک رهبر خاص و اعتماد به کل تیم مدیریت و همکاران دارد. هم‌چنین (Kalshoven, Den Hartog & De Hoogh, 2011) نیز ادعا می‌کنند که میان ابعاد رهبری اخلاقی (همانند عدالت، تقسیم قدرت و تبیین نقش) و اعتماد به رهبر رابطه مثبتی برقرار است و تأیید شد که میان ادراک کارکنان از انواع رفتارهای رهبران و اعتماد به آنها رابطه وجود دارد.

در پژوهش (Yang & Mossholder, 2010)، دو سطح اعتماد به رهبری (سطح سرپرستان و سطح مدیریت ارشد) و دو بعد اعتماد (شناختی و عاطفی) بررسی شده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند دو فرایند روانشناختی مجزا در زمینه اعتماد به رهبر می‌توان متصور شد که یکی از آنها ابزاری طبیعی و دیگری ابزاری منطقی است. نوع نخست که به اعتماد عاطفی معروف است، به روابط و علاقه‌های شخصی مربوط می‌شود، و نوع دوم، اعتماد شناختی است و شامل ادراک پیروان از ویژگی‌هایی همانند توانایی، قابلیت اطمینان و درستکاری رهبر می‌شود. از نظر (Schoorman,

^۱ - Operant leadership

(Mayer & Davis, 2007) این که چه مجموعه عوامل یا فرایندهایی اعتماد عاطفی افراد به یکدیگر را ارتقا می‌دهند، هنوز کاملا شناسایی نشده‌اند.

اعتماد سازمانی به انتظارات مثبت اشخاص و توقعاتی که اعضای سازمان درباره صلاحیت، قابلیت اطمینان و خیرخواهی مدیران و دیگر اعضا دارند و نیز اعتماد موسسه‌ای بین سازمان و افراد اطلاق می‌شود. اعتماد سازمانی شامل هر دو نوع اعتماد "بین فردی" و "موسسه‌ای" می‌شود. اعتماد میان فردی را در دو طبقه‌ی اعتماد افقی یعنی اعتماد میان کارکنان با یکدیگر و اعتماد عمودی، اعتماد میان کارکنان و مدیر، می‌توان تقسیم بندی کرد (Mayer, Davis & Schoorman, 1995). اعتماد سازمانی غیرشخصی، "اعتماد موسسه‌ای" نیز نامیده می‌شود که می‌تواند در اعتماد اعضای سازمان به استراتژی، صلاحیت فناوری، ساختارها و فرایندهای خوب آن سازمان متجلی شود. مشابه با تقسیم بندی فوق، (Galford & Drapeau 2007) سه نوع اعتماد در سازمان شناسایی کرده‌اند: ۱- اعتماد سازمانی: اعتمادی که به موجب آن خط مشی‌های سازمان آن گونه که بیان شده‌اند به گونه منصفانه انجام خواهند شد؛ ۲- اعتماد استراتژیک: اعتماد به مأموریت و استراتژی سازمان و توانایی کسب موفقیت آن؛ و ۳- اعتماد شخصی: اعتمادی که زیردستان به مدیرانشان دارند تا علاقه آنان را در نظر بگیرند و برای دستیابی به آن خواسته‌ها تلاش کنند (Farhang et. Al., 2010). به این ترتیب می‌توان گفت که اعتماد شخصی کارکنان به رهبران شکل مهمی از اعتماد سازمانی بشمار می‌رود و می‌تواند پیامدهای آن را به ارمغان بیاورد. در این پژوهش، اعتماد به سازمان به عنوان متغیر واسطه میان اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر با هویت سازمانی در نظر گرفته شده است.

اعتماد یک سازه چندبعدی است. تاکنون ابعاد گوناگونی از اعتماد شناسایی شده‌اند، همانند: درستکاری^۱، وابستگی^۲، تعهد، صداقت^۳، ملاحظات درباره کارکنان^۴، بازبودن^۵، قابلیت شایستگی. در پژوهشی که (Chathoth et. Al., 2007)، انجام دادند، تلاش کردند تا تمایزی میان ابعاد گوناگون اعتماد با در نظر گرفتن سه عامل درستکاری، وابستگی و تعهد ایجاد کنند. درستکاری به آن ویژگی سازمان باز می‌گردد که کارکنان احساس کنند سازمان در تعامل‌های درون سازمانی و میان سازمانی خود عادل است. همچنین، درستکاری به اصول و ارزش‌های اعتماد شونده که به وسیله اعتماد کننده قابل احترام و پذیرش هستند، اطلاق می‌شود و شامل عواملی مانند برابری و عدالت،

¹ - Integrity

² - Dependability

³ - Honesty

⁴ - Concern for employees

⁵ - Openness

فراهم کردن جهت و راهنمایی برای کارکنان، تشویق به بازبودن، صداقت در روابط بین دارندگان نقش‌های سازمانی است. برای مشاهده تعاریف گوناگون درستکاری به (Palanski & Yammarino, 2009) مراجعه شود. بعد وابستگی به این موضوع مربوط می‌شود که سازمان از نظر کارکنان چقدر معتبر است و تا چه حد کارکنان می‌توانند بر آن تکیه کنند. حمایتی که سازمان در هنگام بحران‌ها و مشکلات از آنها انجام می‌دهد و تعهد سازمان به ارتقای توانایی‌های آنها از نشانه‌های این بعد بشمار می‌روند. جنبه دیگر وابستگی به قابلیت اتکا و ثبات رویه بازیگر اجتماعی مربوط است و باملاحظه بودن را هم می‌تواند در بر بگیرد. بعد سوم یعنی تعهد، به جاری بودن حس تعلق عضو به سازمان در اقداماتش مرتبط است و دربردارنده اقداماتی است که سازمان انجام می‌دهد تا رابطه بلندمدتی با اعضای خود برقرار کند. وجود تعهد بیانگر آن است که سازمان به دانش و قابلیت‌های فرد اعتماد دارد، حاضر است بر روی او سرمایه‌گذاری کند، و بر آورده‌های آنها به سازمان ارزش قائل است. این بعد از اعتماد نوعی حس وفاداری به آن ایجاد می‌کند و تعهد بالاتر نشان دهنده اعتماد بیش‌تر است (Chathoth et. Al., 2007).

رابطه میان اعتماد به رهبر و اعتماد به سازمان به خوبی تأیید شده است. برای مثال (Burke et. Al., 2007)، دریافتند که هر چه اعتماد به رهبر بالاتر باشد، سطح اعتماد به سازمان نیز افزایش می‌یابد. از نظر (Shamir & Lapidot, 2003)، اعتماد به سرپرست یک دارایی سیستمی است که رابطه سرپرست و زیردست در آن قرار گرفته است و نتایج پژوهش آنها نشان داد که اعتماد به سرپرست، اعتماد به سیستمی است که سرپرست نمایندگی آن است. در پژوهش دیگری که به‌وسیله (Joseph & Winston, 2005)، انجام شد مشخص شد که ادراک از رهبری خدمتگزار رابطه مثبتی با اعتماد به رهبر و اعتماد به سازمان دارد. هم‌چنین، یافته‌های آنها نشان داد سازمان‌هایی که از نظر کارکنانشان رهبری خدمتگزار در آنها اجرا می‌شود، بیش از سایر سازمان‌ها اعتماد به رهبر و اعتماد به سازمان در آنها وجود دارد؛ در داخل کشور نیز رابطه متقابل رهبری خدمتگزار با اعتماد سازمانی تأیید شد (Gholipoor, Poorezzat & Nosrati, 2009). بر اساس مدلی که (Mayer, Davis & Schoorman, 1995) آن را توسعه دادند، ادراک اعتماد کننده به وجود سه بعد توانایی، خیرخواهی و درستکاری در اعتماد شونده، و نیز گرایش اعتماد کننده به اعتماد، موجب اعتماد می‌شود. با توجه به پژوهش‌های انجام شده، تا کنون اثر هم‌زمان دو بعد شناختی و عاطفی اعتماد به رهبر بر ابعاد گوناگون اعتماد سازمانی بر اساس دسته بندی سه بعدی (Chathoth et. Al., 2007) مورد بررسی قرار نگرفته است که در این پژوهش شناسایی این اثر به عنوان بخشی از مدل نظری در نظر گرفته شد.

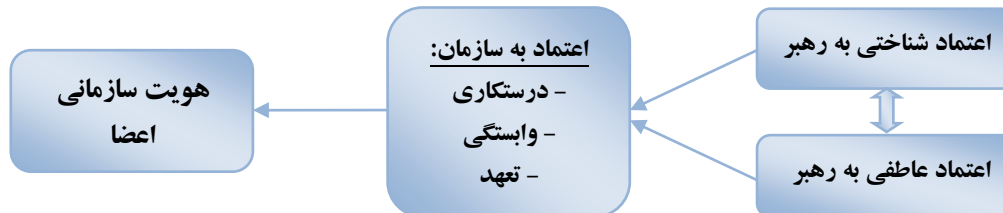
تاکنون پژوهش‌های چندانی برای شناسایی رابطه میان هویت سازمانی و اعتماد انجام نشده است. در مطالعه‌ای که (Puusa & Tolvano, 2006) انجام دادند، به‌گونه مفهومی و نظری به رابطه میان اعتماد به سازمان و هویت سازمانی اشاره کرده و لزوم پژوهش‌هایی تجربی برای تایید آن را پیشنهاد کرده‌اند؛ در حالی که سایر پژوهش‌ها به بررسی ارتباط اعتماد با مفهوم نزدیک به هویت سازمانی یعنی همذات‌پنداری سازمانی پرداخته‌اند. هم‌چنین (Walumbwa et. Al., 2011)، دریافته‌اند که خودهمذات‌پنداری سازمانی رابطه بین رهبری اخلاقی و عملکرد کارکنان را واسطه‌گری می‌کند. در مدلی که (Van der Zee, Vos & Luijters, 2009) در پژوهش خود ارائه دادند، اعتماد در محیط‌های کاری متنوع با سه الگوی هویت اجتماعی گوناگون پیوند می‌خورد. در سطح گروهی، نظریه روانشناسی اجتماعی و پژوهش‌های مرتبط در این زمینه بیان می‌کنند هویت‌های مشترکی که در گروه‌ها ایجاد می‌شوند، مبنای اعتماد میان اعضای آنها است. اما در گروه‌های متنوع با توجه به این که هویت مشترک کمتر ایجاد می‌شود، اعتماد نیز کمتر است. برای حل این مسئله در تیم‌های با تنوع زیاد یک راه حل پیشنهادی، ایجاد یک هویت گروهی بر اساس شباهت‌های میان اعضای گروه (ویژگی‌های مشترک آنها) است. اگر اعضا خود را به عنوان اعضای یک گروه غیر معمول اما واحد بدانند، نسبت به زمانی که خود را عضو گروه‌های کوچک پراکنده بدانند، برای ایجاد اعتماد میان اعضا بهتر است. راه حل دوم ایجاد یک گرایش هویتی منطقی^۱ است. گرایش هویتی منطقی به ادراک افراد از خود بر اساس ارتباطشان با دیگران اطلاق می‌شود. راه حل سوم ایجاد هویت مشترک بر اساس پذیرش و ارج نهادن بر تفاوت‌ها است.

نتیجه مطالعه (DeConinck, 2011)، نشان داد که جنبه‌های جو اخلاقی کاری مستقیماً بر اعتماد سرپرستان و خود همذات‌پنداری سازمانی اثر گذار هستند و (Walumbwa et. Al., 2011) دریافته‌اند که خودهمذات‌پنداری سازمانی، رابطه بین رهبری اخلاقی و عملکرد کارکنان را واسطه‌گری می‌کند. هم‌چنین در پژوهش (Han & Harms, 2010)، مشخص شد که خودهمذات‌پنداری تیمی بر یکی از معیارهای عملکرد تیمی یعنی تضادهای تیمی اثر دارد و اعتماد به همکاران، این رابطه را تعدیل می‌کند.

با توجه به پیشینه نظری بیان شده و هدف پژوهش مبنی بر مطالعه اثر اعتماد شناختی و عاطفی اعضا به رهبران بر هویت سازمانی آنان و با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای متغیر اعتماد به سازمان، در شکل ۱ مدل مفهومی رابطه بین متغیرهای پژوهش ارائه می‌شود. در این مدل اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبری بر هویت سازمانی با واسطه‌گری سه بعد اعتماد سازمانی یعنی درستکاری، تعهد و وابستگی به سازمان، بررسی می‌شود. بر اساس مدل مفروض، ابتدا کارکنان در

¹ -Relational identity orientation

دو بعد شناختی و عاطفی به رهبر اعتماد می‌کنند، سپس اعتماد به رهبر موجب اعتماد آنان نسبت به سازمان می‌شود، و سرانجام اعتماد سازمانی آنان سطح هویت سازمانی آنان را ارتقا می‌دهد.



شکل ۱- روابط مفروض میان متغیرها در قالب مدل پیشنهادی پژوهش

بنابراین فرضیات پژوهش عبارت اند از:

- ۱- میان اعتماد شناختی به رهبر با اعتماد عاطفی به رهبر همبستگی مثبت معناداری وجود دارد؛
- ۲- اعتماد عاطفی به رهبر می‌تواند اعتماد به سازمان را پیش بینی کند؛
- ۳- اعتماد شناختی به رهبر می‌تواند اعتماد به سازمان را پیش بینی کند؛
- ۴- اعتماد شناختی به رهبر با قدرت بیش تری نسبت به اعتماد عاطفی می‌تواند اعتماد به سازمان را پیش بینی کند؛
- ۵- اعتماد به سازمان می‌تواند هویت سازمانی را پیش بینی کند؛
- ۶- اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر می‌توانند از راه اعتماد به سازمان (غیر مستقیم) هویت سازمانی را پیش بینی کنند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف انجام، کاربردی و به روش مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر تحلیل مسیر است. این روش، یک تکنیک تحلیل چند متغیری کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری است که به پژوهش‌گر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیونی را که در آنها روابط علی چندگانه وجود دارد، هم زمان مورد آزمون قرار دهد (Hooman, 2009).

جامعه آماری پاسخ دهندگان، معلمان مدارس مقطع راهنمایی شهرستان چناران در نظر گرفته شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه بندی شده انجام گرفت. به این ترتیب که پس از تعیین حجم نمونه، تعداد نمونه بر مدارس تقسیم و با مشخص شدن تعداد نمونه در هر طبقه، نمونه‌گیری به صورت تصادفی در میان معلمان هر مدرسه انجام شد. تعداد جامعه مورد نظر ۳۰۵

مشخص شد که با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود و سطح اطمینان ۹۵٪، در نمونه-گیری اولیه (پیش آزمون)، حجم نمونه لازم ۹۱ نفر برآورد شد. نمونه گیری از میان ۱۱۰ نفر از معلمان مذکور انجام شد و با پیگیری‌های انجام شده ۱۰۵ پرسشنامه بازگردانده شده‌ی قابل استفاده، مورد تحلیل قرار گرفت. از آن جا که این پژوهش در مورد مدیران یک سطح (مدیران مدارس) انجام شد، شامل پیچیدگی‌های تجزیه و تحلیل‌های چندسطحی نمی‌شود (Den Hartog, & De Hoogh, 2009).

از نظر (Six, Nooteboom & Hoogendoorn, 2010)، سه رویکرد کلی برای مطالعه اثر اقدامات افراد در تقویت یا تخریب اعتماد وجود دارد: اول رویکرد آزمایشی است که اغلب بر روی دانشجویان انجام می‌شود و در آن، از راه دستکاری و کنترل متغیرها، اثر اقدامات گوناگون بر سطوح اعتماد بررسی می‌شود؛ دوم رویکرد مصاحبه‌های عمیق است که در آن طرفین رابطه، در مورد جنبه‌های گوناگون اعتماد بین خود صحبت می‌کنند؛ و رویکرد سوم نظرسنجی از راه پرسشنامه‌های چندگویه‌ای است. در این مقاله با توجه به هدف پژوهش، متداول بودن روش و سهولت انجام کار، برای سنجش اعتماد از رویکرد سوم با پرسشنامه‌های مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت، استفاده شد. در سنجش اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر به ترتیب از پرسشنامه‌های ۵ و ۵ گویه‌ای پژوهش (Yang & Mossholder, 2010)، سه بعد درستکاری، وابستگی و تعهد اعتماد به سازمانی از پرسشنامه‌های ۷، ۵ و ۷ گویه‌ای (Chathoth et. Al., 2007) و سنجش هویت سازمانی از پرسشنامه ۶ گویه‌ای (Milliken, 1990) استفاده شد.

روایی داده‌ها از دو جهت تأیید کارشناسان و صاحب‌نظران و استفاده از پرسشنامه‌هایی که قبلاً در پژوهش‌ها مورد آزمون و تأیید قرار گرفته‌اند، تأیید شدند. برای سنجش پایایی ابزار پژوهش روش متداول آلفای کرونباخ به کار گرفته شد. بدین منظور ۳۰ پرسشنامه اولیه پیش آزمون شد و مقدار آلفای کرونباخ آنها به دست آمد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است و نشان می‌دهد که پایایی متغیرهای مورد مطالعه، قابل قبول است.

جدول ۱- مقادیر آلفای کرونباخ پیش آزمون برای متغیرهای مورد بررسی

متغیرها تعداد و مقدار	بعد عاطفی اعتماد به رهبر	بعد شناختی اعتماد به رهبر	اعتماد کلی (شامل دو بعد عاطفی و شناختی) به رهبر	اعتماد کلی (شامل سه بعد درستکاری، وابستگی و تعهد) به سازمان	هویت سازمانی
تعداد گویه‌ها	۵	۵	۱۰	۱۹	۶
مقدار آلفای کرونباخ	۰.۹۳	۰.۹۴	۰.۹۵	۰.۸۸	۰.۷۳
پیش آزمون					

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های توصیفی با استفاده از نرم افزار SPSS Ver.19 انجام شد. ویژگی‌های جمعیت-شناسی نمونه مورد مطالعه به صورت نتایج جدول شماره ۲ به دست آمد.

جدول ۲- جنسیت، تحصیلات، سن و سابقه خدمت اعضای نمونه پژوهش

سابقه خدمت	میانگین: ۸.۵ سال	جنسیت	مرد: ۴۷٪
سن اعضا <td>میانگین: ۳۳.۶ سال <td>تحصیلات <td>زن: ۵۳٪</td> </td></td>	میانگین: ۳۳.۶ سال <td>تحصیلات <td>زن: ۵۳٪</td> </td>	تحصیلات <td>زن: ۵۳٪</td>	زن: ۵۳٪
بازه: ۲۲ تا ۵۶ سال <td></td> <td>کارشناسی ارشد: ۶٪ <td>کارشناسی: ۷۲٪</td> </td>		کارشناسی ارشد: ۶٪ <td>کارشناسی: ۷۲٪</td>	کارشناسی: ۷۲٪
		فوق دیپلم: ۲۲٪ <td></td>	

نتایج مربوط به میانگین، انحراف معیار و همبستگی میان متغیرهای پژوهش نیز در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳- میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی متغیرها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	اعتماد عاطفی به رهبر	اعتماد شناختی به رهبر	اعتماد کلی به رهبر	اعتماد کلی به سازمان	هویت سازمانی
اعتماد عاطفی به رهبر	۳.۳۶	۰.۹۰	۱				
اعتماد شناختی به رهبر	۳.۵۷	۰.۸۹	۰.۸۳	۱			
اعتماد کلی به رهبر	۳.۴۶	۰.۸۶	۰.۹۵	۰.۹۵	۱		
اعتماد کلی به سازمان	۳.۲۶	۰.۵۴	۰.۷۱	۰.۶۸	۰.۷۳	۱	
هویت سازمانی	۳.۴۵	۰.۵۲	۰.۲۸	۰.۲۷	۰.۲۹	۰.۳۸	۱

(معنی داری در سطح خطای ۰.۰۱؛ دو دنباله؛ تعداد نمونه=۱۰۵)

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که میانگین هر پنج متغیر، بالاتر از مقدار متوسط (عدد سه برای طیف پنج گزینه‌ای) است و این به معنی آن است که سطح اعتماد به رهبر، اعتماد به سازمان و هویت سازمانی در وضعیت متوسط خوبی قرار دارد و با این حال هنوز با سطح مطلوب (عدد بزرگتر از چهار) خود فاصله دارند. نتیجه به دست آمده از مقادیر ضریب همبستگی میان دو بعد اعتماد به رهبر و سازه اعتماد کلی به رهبر نشان دهنده همبستگی بالای میان این ابعاد با یکدیگر و ابعاد با سازه کلی آنها است. ضریب همبستگی اعتماد به سازمان با اعتماد به رهبر نیز مقدار بالا و مورد انتظار را نشان می‌دهند؛ و سرانجام ضریب همبستگی میان هویت سازمانی با اعتماد به رهبر و سازمان مقادیر متوسطی را نشان می‌دهند.

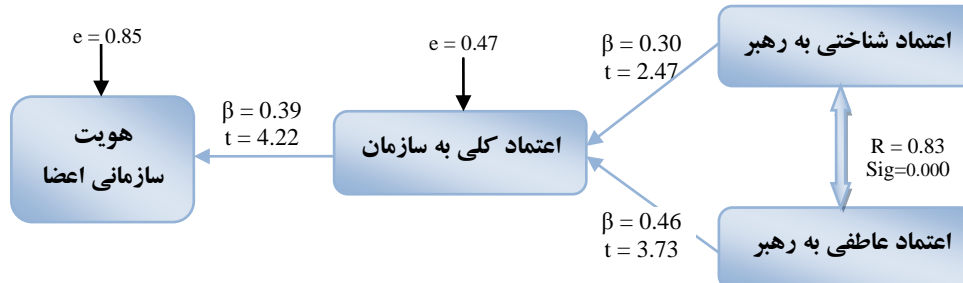
نتایج آزمون فرضیات پژوهش در جدول ۴ و خروجی مدل تحلیل مسیر نرم افزار LISREL Ver. 8.54 در شکل ۲ آمده است.

جدول ۴- نتایج آزمون فرضیات

نتیجه	مقدار مطلوب (معیار استاندارد)	مقدار موجود (به دست آمده)	فرضیات پژوهش
تأیید فرضیه	$R \geq 0.7$ $Sig < 0.05$	$R = 0.83$ $Sig = 0.000$	فرضیه اول: همبستگی بالایی میان دو بعد اعتماد به رهبر وجود دارد
تأیید فرضیه	$T > 2$; $\beta > 0.18$	$T = 3.73$; $\beta = 0.46$	فرضیه دوم: اعتماد عاطفی به رهبر --> اعتماد به سازمان
تأیید فرضیه	$T > 2$; $\beta > 0.18$	$T = 2.47$; $\beta = 0.3$	فرضیه سوم: اعتماد شناختی به رهبر --> اعتماد به سازمان
رد فرضیه	$\beta_1 > \beta_2$	$\beta_1 = 0.30$ $\beta_2 = 0.46$	فرضیه چهارم: اعتماد شناختی به رهبر با قدرت بیش تری نسبت به اعتماد عاطفی، می تواند اعتماد به سازمان را پیش بینی کند $(\beta_1 = LCogTrust \rightarrow OrgTrust > \beta_2 = LAfectTrust \rightarrow OrgTrust)$
تأیید فرضیه	$T > 2$; $\beta > 0.18$	$T = 4.22$; $\beta = 0.39$	فرضیه پنجم: اعتماد به سازمان --> هویت سازمانی
تأیید فرضیه	$T > 2$; $\beta > 0.12$	$\beta_{Indirect} = 0.18$	فرضیه ششم: اعتماد (شناختی و عاطفی) به رهبر می تواند از راه اعتماد به سازمان (غیر مستقیم) هویت سازمانی را پیش بینی کند

برای آزمون فرضیه اول که همبستگی میان دو متغیر را مد نظر قرار می دهد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به این که سطح معنی داری آزمون از عدد 0.05 کمتر است، وجود رابطه بین دو متغیر تأیید شد و در مرحله بعد از آنجا که ضریب همبستگی مذکور از مقدار 0.7 بیش تر است، می توان نتیجه گیری کرد که همبستگی مذکور بالاست. برای آزمون فرضیات دوم، سوم، پنجم و ششم از دو آماره ضریب اثر (β) و مقدار معناداری (T) استفاده شد. با توجه به نتایج به دست آمده برای ضرایب مسیر و مقادیر معناداری فرضیات، می توان گفت که همه فرضیات مذکور تأیید شده اند؛ زیرا در همه آنها مقدار معناداری رابطه (T) از عدد دو بیش تر است و ضریب اثر (β) نیز در هر مورد از حداقل مقدار ضریب اثر، یعنی 0.12 برای مسیرهای مستقیم و 0.18 برای مسیرهای غیرمستقیم (Hooman, 2009) بیش تر است. در آزمون فرضیه چهارم نیز از آماره ضریب اثر استفاده شد و از آنجا که مقدار بتا برای مسیر اول از مسیر دوم کمتر است، این فرضیه رد می شود. مجموعه نتایج به دست آمده نشان می دهند که همبستگی بالایی میان دو بعد عاطفی و شناختی اعتماد به رهبر وجود دارد؛ این دو بعد اعتماد به رهبر می توانند تغییرات اعتماد به سازمان را به خوبی پیش بینی کنند و از میان این دو بعد، قدرت پیش بینی کنندگی اعتماد عاطفی (به خلاف فرضیه پژوهش) نسبت به اعتماد شناختی برای تغییرات اعتماد به سازمان بیش-

تر است؛ اعتماد به سازمان می‌تواند تغییرات هویت سازمانی را پیش بینی کند؛ و هر دو بعد اعتماد به رهبر می‌توانند از راه اعتماد به سازمان، تغییرات هویت سازمانی را پیش بینی کنند.



شکل ۲- ضرایب اثر و مقادیر معناداری مسیرهای مدل پژوهش به روش مدل معادلات ساختاری مبتنی بر تحلیل مسیر با نرم افزار لیزرل

با توجه به شکل ۲ مشخص می‌شود که دو بعد اعتماد عاطفی و شناختی به رهبر تا ۵۳٪ اعتماد به سازمان را پیش بینی می‌کنند، در حالی که فقط ۱۵٪ هویت سازمانی به وسیله اعتماد به سازمان (مشمول بر سه بعد درستکاری، وابستگی و تعهد) پیش بینی می‌شود که مقدار اندکی است. این امر نشان می‌دهد که هویت سازمانی تحت تأثیر متغیرهای دیگری نیز قرار دارد که در این پژوهش شناسایی نشده‌اند.

جدول ۵- شاخص‌های اندازه گیری برازش کلی مدل

عنوان آماری شاخص	مقدار	میزان مورد قبول	نتیجه آزمون
χ^2 / df	۰.۰۳ / ۲	$\chi^2 / df < 2$	تأیید مدل
P-value	P=۰.۹۸	P > ۰.۰۵	تأیید مدل
RMSEA	RMSEA= ۰.۰۰	RMSEA < ۰.۰۹	تأیید مدل
GFI	GFI= ۱.۰۰	GFI > ۰.۹	تأیید مدل
AGFI	AGFI= ۱.۰۰	AGFI > ۰.۹	تأیید مدل
RMR	RMR= ۰.۰۰۴	RMR < ۰.۰۹	تأیید مدل
IFI	IFI= ۱.۰۰	IFI > ۰.۹	تأیید مدل
NFI	NFI= ۱.۰۰	NFI > ۰.۹	تأیید مدل

برای تأیید برازش کلی مدل، شاخص‌های متعددی به وسیله صاحب نظران آماری معرفی شده و مقادیر مطلوبی نیز برای آنها تعیین شده است که مهم‌ترین آنها برای روش تحلیل مسیر در جدول ۵ آمده است. با توجه به این که نتایج مربوط به تمامی شاخص‌های مذکور در بازه مقادیر مطلوب

قرار دارند، مشخص می‌شود که مدل پیشنهادی به لحاظ شاخصه‌های کلی برازش، مورد تایید قرار می‌گیرد. و این یعنی آنکه نه فقط هر مسیر در نظر گرفته شده در مدل پیشنهادی تأیید می‌شود، بلکه کلیت مدل نیز همانند یک سیستم، بر اساس مقادیر بسیار مطلوب شاخصه‌های به دست آمده از برازش کلی مدل، به خوبی تدوین یافته است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش، بررسی اثر دو بعد عاطفی و شناختی اعتماد به رهبر به عنوان متغیر پیش بین بر هویت سازمانی اعضا با در نظر گرفتن نقش واسطه برای اعتماد به سازمان بود که بدین منظور شش فرضیه تدوین شد. نتایج آزمون فرضیات بدین قرار است:

در فرضیه اول، همبستگی بالای دو بعد اعتماد عاطفی و شناختی به رهبر مورد آزمون قرار گرفت و نتیجه آزمون، مقدار رابطه همبستگی بالا میان این دو بعد اعتماد به رهبر را همان گونه که به گونه نظری و منطقی انتظار می‌رفت ($R=0.83 > 0.7$ ؛ $sig=0.000$) تأیید کرد. آزمون فرضیات دوم و سوم پژوهش نشان داد که اعتماد به رهبر بر اعتماد به سازمان اثر گذار است که این یافته با پژوهش‌های متعدد پیشین هم چون (Burke et. Al., 2007) و (Shamir & Lapidot, 2003) هماهنگ است. در فرضیه چهارم، مقایسه‌ای میان شدت اثر اعتماد عاطفی با اعتماد شناختی به رهبر بر اعتماد به سازمان انجام شد و این فرضیه پژوهش مبنی بر قدرت بیش‌تر پیش بینی‌کنندگی اعتماد شناختی به رهبر بر اعتماد به سازمان تأیید نشد. این یافته با نتیجه (Yang & Mossholder, 2010) مبنی بر آن که سه بعد درستکاری، وابستگی و تعهد جزو عوامل شناختی اعتماد هستند و بنابراین اعتماد شناختی به رهبر، با قدرت بیش‌تری نسبت به اعتماد عاطفی می‌تواند این سه بعد را پیش بینی کند، تفاوت دارد. شاید بتوان نتیجه متفاوت این پژوهش را ناشی از ویژگی‌های اعضای جامعه و عوامل زمینه‌ای اثر گذار بر آنها دانست، چرا که به نظر می‌رسد قضاوت‌ها و ادراک‌های معلمان نسبت به مقدار اعتماد به مدیران مدارس در محیط مدرسه، بیش‌تر مبتنی بر احساسات و عواطف آنها باشد تا بر اساس شناخت دقیق از ویژگی‌های فردی مدیران. با این حال، به عقیده (Schoorman, Mayer & Davis, 2007)، اعتماد عاطفی از حوزه‌هایی است که باید ساز و کارهای آن دقیق‌تر شناخته شود و موضوعات کشف نشده قابل استفاده‌ای درباره آن وجود دارد که پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی به مقایسه این دو بعد اعتماد و نیز مقایسه شدت اثر آنها بر سایر پدیده‌های سازمانی پرداخته شود. این امکان نیز وجود دارد که در محیط‌های گوناگون سازمانی (انواع سازمان‌ها)، اثر اعتماد شناختی و عاطفی مدیران متغیر باشد که این امر نیز می‌تواند دستمایه پژوهش‌های آتی قرار گیرد. در فرضیه پنجم، به پیش بینی هویت سازمانی به-وسیله اعتماد به سازمان پرداخته شد و نتیجه آزمون فرضیه این رابطه را تأیید کرد که این یافته

مؤید پیشنهاد (Puusa & Tolvano, 2006) است. و سرانجام در فرضیه ششم، اثر غیر مستقیم اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی از راه اعتماد به سازمان آزمون شد و مقادیر ضریب اثر غیر مستقیم به دست آمده این اثر را نیز تأیید کرد.

میانگین به دست آمده از تمامی متغیرها در جامعه پژوهش، مقدار بالاتری از حد متوسط آماری را نشان می‌دهد که بیانگر وضعیت مناسب سطح اعتماد شناختی و عاطفی معلمان به مدیران مدارس، اعتماد کلی به مدرسه و هویت سازمانی معلمان در مدارس جامعه پژوهش است. یکی از عوامل مهم مناسب بودن سطح این متغیرها را می‌توان عوامل سازمانی و فردی حاکم بر مدارس و معلمان به عنوان مراکز و اعضای ارائه دهنده خدمات آموزشی و پرورشی جامعه، نسبت به سازمان‌های تولیدی و انتفاعی دانست.

این پژوهش یافته‌های جدیدی به موضوع هویت سازمانی و اعتماد به مدیران اعتماد سازمانی می‌افزاید. نخست آن که اگر چه (Puusa & Tolvano, 2006)، اثر اعتماد سازمانی بر هویت سازمانی را به‌گونه نظری مطرح کرده بودند، اما در هیچ یک از پژوهش‌های پیشین، نقش اعتماد فردی یا سازمانی بر سطح هویت سازمانی به‌گونه تجربی بررسی نشده بود. با تأیید اثرگذاری اعتماد سازمانی بر هویت سازمانی در این پژوهش، یافته جدیدی به ادبیات اعتماد و هویت سازمانی افزوده شد، مبنی بر این که اعتماد به مدیر بر هویت سازمانی اثر گذار است. یافته دوم پژوهش به مجزا کردن ابعاد اعتماد به رهبر مربوط است. در اغلب پژوهش‌های پیشین اعتماد به رهبر به صورت کلی مطرح شده و نوع این اعتماد از منظر عامل ایجاد کننده آن مدنظر قرار نگرفته است. در این پژوهش مشخص شد که در جامعه مورد بررسی، اعتماد به مدیر زمانی که منشا عاطفی داشته باشد بیش‌تر از اعتمادی که بر پایه شناخت و نتیجه‌گیری علی عقلایی و منطقی است، در ایجاد اعتماد سازمانی اثر گذار است. دستاورد سوم، تأیید مدل پیشنهادی بود. تا کنون مدلی که اعتماد به رهبر، اعتماد به سازمان و هویت سازمانی را هم‌زمان مدنظر قرار داده و رابطه بین آنها را آزموده باشد، تدوین نشده بود. تأیید مدل پیشنهادی این پژوهش مشخص می‌کند که مدیران می‌توانند با ایجاد اعتماد نسبت به خود در کارکنانشان، اعتماد آنها را به سازمان افزایش دهند که این امر خود منجر به افزایش هویت سازمانی آنان می‌شود.

با توجه به تعاریفی که برای بعد درستکاری اعتماد به سازمان ارائه شده است، به نظر می‌رسد که این بعد می‌تواند پایه و اساسی برای ابعاد دیگر اعتماد به سازمان تلقی شود. نظر به این که در پژوهش‌های انجام شده تاکنون اثر پیش‌بینی‌کنندگی ابعاد گوناگون اعتماد بر یکدیگر بررسی نشده است، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌گران در این رابطه مطالعات تجربی انجام دهند. همچنین، در این پژوهش اعتماد به رهبر به صورت دو بعد مجزای اعتماد عاطفی و شناختی در نظر

گرفته شد، در حالی که اعتماد سازمانی به صورت یک سازه کلی بدون متمایز ساختن ابعاد آن در مدل مد نظر قرار گرفت؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی اثر مستقیم و مجزای ابعاد اعتماد به رهبر (هم چون اعتماد شناختی و عاطفی) بر ابعاد گوناگون اعتماد سازمانی بپردازند. هم‌چنین، از آنجا که هویت و اعتماد مفاهیمی پویا هستند (Schoorman, Mayer & Davis, 2007; Ravasi & VanRekom, 2003) بررسی پویایی‌ها و فرایندهای اثرگذاری متقابل این دو عامل بر یکدیگر نیز می‌تواند جالب توجه و سودمند باشد.

با توجه به آنکه در این پژوهش مقدار و تغییرات اندکی از هویت سازمانی به‌وسیله اعتماد پیش بینی شد، پیشنهاد می‌شود تا در پژوهش‌های آتی، متغیرها و عوامل درون و برون سازمانی مؤثر دیگری که می‌توانند مقدار و درصد تغییرات هویت سازمانی را پیش بینی کنند، مورد شناسایی و استفاده قرار گیرند.

این پژوهش در سطح مدارس انجام شد و با توجه به این که هویت و اعتماد مفاهیمی چندسطحی هستند، انجام پژوهش‌هایی در سطوح گوناگون تحلیل برای این مفاهیم ضروری به نظر می‌رسد که مستلزم استفاده از روش‌ها و ابزارهای پژوهشی پیچیده و قدرت‌مندتری است. و سرانجام از آنجا که مدل پژوهش در جامعه محدودی از سازمان‌های خدماتی یعنی معلمان مدارس مقطع راهنمایی در یک شهرستان انجام شد، پیشنهاد می‌شود که مدل پژوهش در جوامع آماری گسترده‌تر و نیز در سازمان‌های تجاری به کار برده شود تا قابلیت تعمیم پذیری و کاربرد آن در سایر شرایط محیطی مورد آزمون و توسعه قرار گیرد.

References

- Ashforth, B. E. and Mael, F. (1996). Organizational identity and strategy as a context for the individual, *Advances in Strategic Management*, No. 13, pp. 19-64.
- Burke, S.; Sims, D.; Lazzara, E. and Salas, E., (2007). Trust in leadership: A multi-level review and integration, *The Leadership Quarterly*, No. 18 .pp. 606-632
- Chathoth, P.; Mak, B.; Jauhari, V. and Manaktola, K., (2007). Employees' perceptions of organizational trust and service climate: a structural model combining their effects on employee satisfaction, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, No. 3, pp. 338-416
- Cornelissen, J., (2002). On the 'Organizational identity' metaphor, *British Journal of Management*, No. 13, pp. 259-268.
- Croucher, S.N.; Thornton, T. and Eckstein, J., (2006). Organization identity, culture and student motivation among intercollegiate forensics competitors, *National Forensics Journal*, No. 24, pp. 1-16.

De Coninck, J., (2011). The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople, *Journal of Business Research*, No. 64, pp. 617-624.

Delhey, J. and Newton, K., (2001). Who trusts? The origins of social trust in seven societies, *European Societies*, Vol. 5, No. 2, pp. 93-137.

Den H., D. and DeHoogh, A. (2009). Empowering behaviour and leader fairness and integrity: Studying perceptions of ethical leader behaviour from a levels-of-analysis perspective, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 18, No. 2, pp.199-230.

Doaei, H.; Mortazavi, S. and Koushazade, S. A., (2011). The effect of employee empowerment on turnover intention, *Human Resource Management Research*, Vol. 2, No. 8, pp. 121-148.

Farhang A., et. Al., (2010). Investigating factor structural organizational trust and relationship of its elements with organizational learning in south eastern country public universities, *Research and Planning in Higher Education Quarterly*, No. 55, pp. 111-130.

Foreman, P. and Whetten, D. A. (2002). Members identification with multiple-identity organizations, *Organization Science*, No. 13, pp. 618-635.

Gholipour, A., Poorezzat, A. A. and Nosrati, M., (2009). Investigating the effect of stewardship leadership on organizational trust and empowerment in public organizations, *Public Administration Journal*, Vol. 1, No. 2, pp. 103-118.

Han, H. and Harms, P., (2010). Team identification, trust and conflict: a mediation model International, *Journal of Conflict Management*. Vol. 21 No. 1, pp. 20-43.

Hooman, H. A., (2009). *Structural equation modeling with LISREL application*, SAMT, Tehran.(in Persian)

Joseph, E. and Winston, B., (2005). A correlation of servant leadership, leader trust, and organizational trust, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 26, No. 1, pp. 6-22.

Kalshoven, K.; DenHartog, D. and DeHoogh, A., (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure, *The Leadership Quarterly*, No. 22, pp. 51-69.

Lewicki, R.; Tomlinson, E. and Gillespie, N., (2006). Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions, *Journal of Management*, Vol. 32, No. 6, pp. 991-1022.

Mayer, R. C.; Davis, J.H.; Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust, *Academy of Management Review*, No. 20, 709-734.

Milliken, F. J. (1990). Perceiving and interpreting environmental change: an examination of college administrators' interpretation of changing demographics, *Academy of Management Journal*, No. 33, pp. 42-63.

Moëllering, G.; Bachmann, R. and Hee L. S., (2004). Introduction understanding organizational trust – foundations, constellations, and issues of operationalisation, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 19, No. 6, pp. 556-570.

Mooradian, T.; Renzl, B. and Matzler, K. (2006). Who trusts? personality, trust and knowledge sharing, *Management Learning*, Vol. 37, No. 4. pp.523-540.

Nadi, M. A.; Moshfeghi, N. and Siyadat, S. A., (2009). The relationship between trust of teacher to manager and organization with perceived of distributive, procedural and interactional justice in Isfahan city, *Knowledge and Research in Educational Science-lesson planning*, No. 24, pp. 25-42. (In Persian)

Norman, S.; Avolio, B. and Luthans, F., (2010). The impact of positivity and transparency on trust in leaders and their perceived effectiveness, *The Leadership Quarterly*, No. 21, pp. 350-364.

Palanski, M. and Yammarino, F., (2009). Integrity and leadership: A multi-level conceptual framework, *The Leadership Quarterly*, No. 20, pp. 405-420.

Puusa, A. and Tolvano, U., (2006). Organizational identity and trust, *Electronic Journal of business Ethics and organization studies*, Vol. 11. No. 2, pp. 29-33.

Rahmanseresht, H. and Farhadinejad, M., (2010). A review on relationship between organizational identity and organizational commitment, *Human Resources tow monthly*, No. 11, pp. 37-45.

Ravasi, D.; Van Rekom, J., (2003). Key issues in organizational identity and identification theory, *Corporate Reputation Review*, Vol. 6, No. 2, pp. 118-132.

Rubin, R.; Bommer, W. and Bachrach, D., (2010). Operant leadership and employee citizenship: A question of trust?, *The Leadership Quarterly*, No. 21, pp. 400-408.

Schoorman, D.; Mayer, R. and Davis, J., (2007). An integrative model of organizational trust: Past, present and future, *Academy of Management Review*, Vol. 32, No. 2, pp. 344-354.

Shamir, B. and Lapidot, Y., (2003). Trust in organizational superiors: Systemic and collective considerations, *Organization Studies*. No. 24, pp. 463-491

Sharifi, S.; Salimi, G. A. and Ahmadi, S. A., (2011). Study the relationship of personality characteristics with organizational commitment in managers and teachers of elementary, guidance and high schools of Khansar city, *Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration*, Vol. 1, No. 4, pp. 81-106. (In Persian)

Six, F.; Nooteboom, B.; and Hoogendoorn, A., (2010). Actions that build interpersonal trust: A relational signalling perspective, *Review of Social Economy*, Vol. 68, No. 3, pp. 285-315.

Van der Z., K.; Vos, M. and Luijters, K., (2009). Social identity patterns and trust in demographically diverse work teams, *Social Science Information*, No. 48, pp. 175-198

Verbos, A. K.; Gerard, J.; Forshey, P. and Miller, J., (2007). The positive ethical organization: Enacting a living code of ethics and ethical organizational identity, *Journal of Business Ethics*, No. 76, pp. 17-33.

Walumbwa, F.; Mayer, D.; Wang, P.; Wang, H. and Workman, A., (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 115, Issue 2, pp. 204-213.

Yang, J. and Mossholder, K., (2010). Examining the effects of trust in leaders: A bases-and-foci approach, *The Leadership Quarterly*, No. 21, pp. 50-63.

Zeinabadi, H. and Rastegarpour, H., (2010). Factors affecting teacher trust in principal: testing the effect of transformational leadership and procedural justice, *Social and Behavioral Sciences*, No. 5, pp. 1004-1008. (In Persian)