ارتباط میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران

دکتر شهرام نظری[1]

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی ارتباط میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران بود. این تحقیق از نظر هدف، از پژوهشهای کاربردی و از نظر شیوهٔ گردآوری داده‌ها از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل همهٔ معلمان زن (۷۸۶ نفر) و مرد (۵۹۵ نفر) تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ بود (۱۳۸۱ نفر). بر اساس جدول مورگان و کرجسی و به روش خوشه‌ای تصادفی ۳۰۲ نفر (۱۷۲ نفر زن، ۱۳۰ نفر مرد) به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها و اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه‌های استاندارد هویت سازمانی میلر و همکاران (۲۰۰۰) (α=۰/۸۴۹) و جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۲۰۰۴) (α=۰/۸۹۹) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها روشهای آمار توصیفی (جداول توزیع فراوانی) و آمار استنباطی (همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر) به‌کار گرفته شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که میان جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم‌انداز آینده) با هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی ارتباط مثبت معنادار وجود دارد. نتایج مدل تحلیل مسیر نیز نشان داد که مؤلفه‌های جامعه‌پذیری سازمانی ۴۲/۶ درصد از واریانس کل تغییرات هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی را تبیین می‌کنند و در این میان مؤلفه‌های آموزش، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده اثری مثبت و معنادار بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی داشته و اثر تفاهم بر هویت سازمانی معنادار نبوده است. یافته‌ها نشان دادند که مؤلفه‌های آموزش و چشم‌انداز آینده بیشترین اثر را بر هویت سازمانی معلمان دارند.

کلید واژگان: جامعه‌پذیری سازمانی، هویت سازمانی، آموزش، حمایت همکاران، معلمان تربیت‌بدنی

تاریخ دریافت: ۹۷/۴/۱۷ تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۲۶

۱. استادیار گروه تربیت‌بدنی، دانشگاه غیردولتی- غیرانتفاعی ایوانکی (نویسنده مسئول) shahram.nazari@yahoo.com

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

مقدمه

امروزه مدیران، هر روز بیش از پیش بر اهمیت مسائل انسانی به منزلهٔ مهم‌ترین مسئله سازمان واقف اند و تغییر دادن اصطلاح «کارکنان[1]» به «منابع انسانی[2]» بیانگر این موضوع است (سعادت، ۱۳۹۵). «مدیریت منابع انسانی[3]» اصطلاحی است برای توصیف گستره‌ای از فعالیتهای متنوع شامل جذب، نگهداری و پرورش نیروی کار با استعداد و پرانرژی. مدیریت منابع انسانی بر مسئولیت مدیران برای تجهیز سازمان با کارکنان توانمند و حصول اطمینان از مطلوبیت به‌کارگیری استعدادهای آنان دلالت دارد. برخی از صاحب‌نظران همانند بریجز[4] بر این باورند که اگر افراد مناسب استخدام شوند و در جای مناسب به کارگمارده شوند، همه چیز به خوبی پیش خواهد رفت (رضائیان، ۱۳۹۵؛ بریجز، ۱۹۹۴). بنابراین هدف اصلی مدیریت منابع انسانی ایجاد یک سازمان با نیروی کار راضی و اثربخش است (بحرالعلوم، ۱۳۹۲).

یکی از نکات ضروری گزینش نیروی انسانی در هر سازمان این است که پس از گزینش و استخدام، تدابیری اتخاذ گردد تا افراد بتوانند خود را با فرهنگ حاکم بر سازمان تطبیق دهند. در این زمینه یکی از فرایندهای مهم سازمانی در زمینهٔ نیروی انسانی، «جامعه‌پذیری سازمانی[5]» است که طی آن نیروی انسانی رفتار صحیح و مطلوب سازمان را فرامی‌گیرد و با فرهنگ، اهداف، ارزشها و هنجارهای اصلی سازمان، به سخن دیگر فرهنگ سازمانی آشنا می‌شود و خود را متقاعد به پذیرش آن می‌کند. چنانچه این فرایند به‌خوبی صورت پذیرد، افراد در سازمان جا می‌افتند، یعنی با انتظارات سازمان آشنا می‌شوند و ارتباطات بهتری برقرار می‌کنند، تناسب میان شغل و شاغل به وجود می‌آید، ثبات شغلی ایجاد می‌شود و مسیر ترقی شغلی (کار راهه) به‌خوبی طی می‌گردد (مرادی و روستایی، ۱۳۹۴). به‌طورکلی، جامعه‌پذیری سازمانی با یادگیری محتوا و فرایندهایی ارتباط پیدا می‌کند که افراد برای نقشهای خاص در سازمان با آن سازگار می‌شوند (گیه، سو و ژئو[6]، ۲۰۱۰).

شاین[7] (۲۰۰۳) بر این باور است که جامعه‌پذیری دربرگیرندهٔ چندین عنصر مرتبط با سازمان (مانند اهداف و هویت) و نقش فردی (مانند مسئولیت و الگوهای رفتار) است. جامعه‌پذیری

1. Personnel
2. Human resources
3. Human resources management (HRM)
4. Bridges
5. Organizational socialization
6. Ge, Su & Zhou
7. Schein

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

سازمانی هم بر سازمان و هم بر افراد اثر می‌گذارد. ساکس و اشفورث[1] (۱۹۹۷)، یک مدل فرایند چندسطحی از جامعه‌پذیری سازمانی را ارائه داده اند که طبق آن جامعه‌پذیری سازمانی اثرات پیامدی گسترده بر سطح سازمان، گروه و افراد می‌گذارد. یکی از موارد، تأثیر جامعه‌پذیری بر «هویت سازمانی» یا هویت‌یابی سازمانی[2] کارکنان است. بر اساس مطالعات می‌توان میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی ارتباطی مثبت یافت (یی و یوئن[3]، ۲۰۰۶). تئوری هویت سازمانی بیان می‌دارد که وابستگی و دل‌بستگی افراد به سازمانهایشان سبب می‌شود تا آنها خودشان را بر اساس ویژگیهای سازمانی که در آن کار می‌کنند، تعریف کنند (نوری و دعائی، ۱۳۸۷). در این راستا به نظر می‌رسد جامعه پذیری سازمانی می‌تواند سبب شود تا افراد تازه‌وارد و همچنین دیگران خود را با شغل و نقشهای سازمانی سازگار کنند و به‌عنوان یک عضو سازمانی در کارها مشارکت داشته باشند (گاتام[4] و همکاران، ۲۰۰۶). جامعه پذیری سازمانی می‌تواند به محیطهای مدیریتی کمک کند تا کارمندان جدید را آموزش دهد و فرهنگ و ارزشهای سازمانی را القا کند (گیه و همکاران، ۲۰۱۰).

هویت سازمانی، درجه‌ای است که فردی با آگاهی شناختی و عاطفی سازمان خود را شناسایی می‌کند و محدوده‌ای از آگاهی شناختی ابتدایی تا ارتباط عاطفی کامل، تناسب ارزشها و اهداف را شامل می‌شود (اشفورث، هریسون[5] و کورلی[6]، ۲۰۰۸). هویت سازمانی یعنی همگرایی ارزشهای فردی و سازمانی، ادراک یکی بودن با سازمان و شناخت خود بر اساس ویژگیهای سازمان (مائل[7] و اشفورث، ۱۹۹۲) و تعلق داشتن به سازمان و داشتن التزام تعهد سازمانی از لحاظ شناختی (برای مثال، اساس عضویت در سازمان و درونی کردن ارزشهای سازمان) یا از لحاظ عاطفی (غرور ورزیدن به خاطر عضویت در سازمان) (ریکِتا[8]، ۲۰۰۵) و تلاش و کوشش به خاطر سازمان (خورشید، ۱۳۸۸).

همانطور که گفته شد جامعه‌پذیری سازمانی کارکنان می‌تواند بر هویت سازمانی آنان در سازمانها اثرگذار باشد. در این راستا می‌توان گفت، طی فرایند جامعه‌پذیری، افراد هویت سازمانی درک شده را می‌سازند، به‌طوری‌که عمیقاً هویت خود را با سازمان کشف می‌کنند

1. Saks & Ashforth
2. Organizational identification
3. Yi & Uen
4. Gautam
5. Harrison
6. Corley
7. Mael
8. Riketta

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

(داتون، دوکریک و هارکوئیل[1]، ۱۹۹۴). هویت‌یابی می‌تواند از راه فرایند جامعه‌پذیری اتفاق بیفتد که این امر ریشه در تئوری هویت اجتماعی دارد و ضمن آن فرد از ارزشها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع می‌شود و به درونی‌سازی آنها می‌پردازد (رحیم‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۰). افزون بر آنچه بیان شد در زمینهٔ جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی پژوهشهایی نیز انجام شده است.

علی‌عسکری (۱۳۹۵) در پژوهش خود در شرکت هواپیمایی ساها دریافت که میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی کارکنان ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج پژوهش رحیمی (۱۳۹۶) نشان داد که میان هویت تیمی، هویت سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی و درگیری شغلی دبیران متوسطه اول شهرستان بوکان ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد. براساس یافته‌های پژوهش امین‌بیدختی، جعفری و مرادی‌مقدم (۱۳۹۵) جامعه‌پذیری بر اشتیاق شغلی و هویت سازمانی اثری مثبت و معنادار دارد. همچنین جامعه‌پذیری سازمانی با میانجیگری هویت سازمانی اثری غیرمستقیم و معنادار بر اشتیاق شغلی معلمان شهر سمنان می‌گذارد. نادی، ابراهیم‌زاده و مشایخی (۱۳۹۲) دریافتند که جامعه‌پذیری سازمانی بر هویت و رفتار شهروندی سازمانی و هویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان ستادی آموزش‌وپرورش شهر اصفهان اثر مثبت و معنادار دارد. بر اساس نتایج مشخص شد که هویت سازمانی در ارتباط میان جامعه‌پذیری سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی نقش میانجی دارد. هایاشی[2] (۲۰۱۳) نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی بر عزت‌نفس و هویت سازمانی اثر مثبت معنادار دارد. توستن، آوجی و شاهین[3] (۲۰۱۸) در پژوهشی دریافتند که میان شادی سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی معلمان تربیت‌بدنی استان سیرت[4] ترکیه رابطه مثبت معنادار وجود دارد. بالجی[5] و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی دریافتند که میان جامعه‌پذیری و ابعاد آن (وظیفه، زبان، سیاست، اهداف و ارزشها، تاریخچه، همکاران) با عملکرد شغلی معلمان دبیرستان دولتی و خصوصی شهر آنکارای ترکیه رابطه مثبت معنادار وجود دارد. اسپانیولی[6] (۲۰۱۷) دریافت که جامعه‌پذیری سازمانی بر پیشرفت شغلی، رضایت شغلی و عملکرد شغلی کارکنان ایتالیایی اثر مثبتی دارد. نتایج پژوهشهای هویی یی و یائو[7] (۲۰۱۸) نشان داد که جامعه‌پذیری سازمانی بر خودمختاری شغلی و عملکرد شغلی معلمان مدارس دولتی کشور

1. Dutton, Dukerich & Harquail
2. Hayashi
3. Tosten, Avci & Sahin
4. Siirt
5. Balci
6. Spagnoli
7. Hui Yee & Yao

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

مالزی اثر مثبت معنادار دارد. نتایج تحقیق لی[1] (۲۰۱۳) روی کارکنان در کشور تایوان نشان داد که میان جامعه‌پذیری و هویت سازمانی نیز ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. گیه و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی به این نتایج دست یافتند که تاریخچه سازمانی، زبان جامعه‌پذیری و ارزشها و اهداف در سازمان به‌عنوان ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی تأثیری معنادار بر روی هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی دارد.

در دنیای امروز، تحول در نظام آموزش‌وپرورش، پیش‌نیازی جدی برای پاسخگویی به چالشهای علمی، فلسفی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و اخلاقی در کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود. به همین سبب، تلاشهایی گسترده در سطح جهانی برای بهبود و اصلاح مداوم نظامهای آموزش‌وپرورش در حال انجام است. نهاد آموزش‌وپرورش که زمینه‌ساز تحولات و تغییرات بنیادی در یک جامعه به‌حساب می‌آید، خود بیش از هر نهاد دیگر، تحت تأثیر این تحولات و تغییرات قرار می‌گیرد. از این رو ضروری است تا به‌تبع تحولات علمی، اجتماعی و اقتصادی در هر جامعه در اهداف و برنامه‌های نظام آموزش‌وپرورش تغییرات لازم صورت پذیرد. منابع انسانی مدرسه، سرمایه اصلی مدرسه هستند (سلیمانی و مطهری، ۱۳۸۸). در سیستم آموزش‌وپرورش، معلمان مهم‌ترین و مؤثرترین عامل در یادگیری هستند و در برابر عملکرد شغلی خود و پیشرفت تحصیلی دانش آموزان و اعمال هدفمند در سازمان مسئول اند که نظام آموزش‌وپرورش بدون تلاش آنها به موفقیت نمی‌رسد (ساکی و همکاران، ۱۳۹۲).

یکی از نیروهای فعال آموزش‌وپرورش، معلمان تربیت‌بدنی هستند. در زمینهٔ رشد و توسعه ورزش و کشف استعدادهای ورزشی در سطح کشور، حوزه تربیت‌بدنی و ورزش در آموزش‌وپرورش نقشی اساسی دارد که این وظیفه تا حد زیادی به عهده معلمان تربیت‌بدنی است. جذب نیروهای دارای تحصیلات تخصصی در رشته تربیت‌بدنی در نظام آموزش‌وپرورش نشان‌دهندهٔ توجه مسئولان و مدیران به درس تربیت‌بدنی در مدارس است. رسالت و کارکرد اساسی این درس بخشی سازنده در برنامه‌های آموزشی مدارس و روشی برای تأمین سلامتی، نشاط و تعادل هیجانی و تربیت اجتماعی دانش‌آموزان است (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۸).

در این تحقیق با توجه به اینکه پژوهشگر خود از معلمان تربیت‌بدنی است و همچنین طی سالها نیروهای جدیدی با تحصیلات تربیت‌بدنی جذب آموزش‌وپرورش شهرستانهای استان تهران شده اند و بر اساس مطالبی که در مورد جامعه‌پذیری و هویت سازمانی و اثرات آنها در میان

1. Lee

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

کارکنان سازمانها بیان شد و نیز با توجه به اینکه در سالهای اخیر (به ویژه از سال ۱۳۸۹ به بعد) نیروهایی جدید به عنوان دبیر تربیت‌بدنی جذب آموزش‌وپرورش شهرستانهای استان تهران شده‌اند که اکثر آنها فارغ التحصیلان مؤسسات آموزش عالی وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بوده اند که به خلاف دانشگاههای تربیت‌معلم آموزشهای لازم را برای آشنایی با نظام آموزش‌وپرورش، روشهای آموزش و دیگر نیازهای معلمان را ندیده اند، به همین دلیل به نظر می‌رسد این گروه از معلمان مشکلات بیشتری در آموزش‌وپرورش داشته‌اند. هرچند که سعی شده با برگزاری دوره‌های ضمن خدمت این مشکلات مرتفع شود، به نظر می‌رسد که این دوره‌ها تا حدودی موفق نبوده اند. به علاوه در میان معلمان تربیت‌بدنی با سابقه بیشتر نیز نیروهایی هستند که با مشکلاتی مشابه نیروهای جدید روبه‌رو هستند. همان‌طور که براساس تعاریف عنوان شد موضوع جامعه‌پذیری و هویت سازمانی تنها مربوط به کارکنان تازه‌وارد نمی‌شود، بلکه شامل کارکنان باسابقه‌تر نیز که به سِمَت‌های جدید ارتقا یافته‌اند یا به واحد و سازمان دیگر انتقال پیدا کرده‌اند، می‌شود. بنابراین موضوع جامعه‌پذیری و هویت سازمانی در مورد معلمان تربیت‌بدنی با سابقه بیشتر نیز می‌تواند مهم باشد، زیرا بسیاری از معلمان در پایان سال تحصیلی در سطح مدارس مختلف جابه‌جا می‌شوند و با مدیران گوناگون کار می‌کنند، ضمن آنکه مدارس نیز در مناطق متفاوت شهری از نظر فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی پراکنده اند. از طرفی ممکن است برخی از معلمان هم از شهرستانی به شهرستان دیگر منتقل شوند که در واقع معلمی تازه‌وارد در شهر جدید محسوب می‌شوند. بنابراین پژوهشگر با توجه به تعاریف ارائه شده از جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی با بررسی ارتباط میان این دو متغیر سعی دارد در جهت بهبود شرایط موجود برآید. از این رو بر اساس آنچه گفته شد سؤال اصلی تحقیق به این صورت بیان می‌شود که آیا میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران ارتباطی وجود دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به نوع مطالعه و روابط میان متغیرها از نوع پژوهشهای کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها در زمره پژوهشهای همبستگی است که به صورت میدانی به اجرا درآمده است. جامعه تحقیق شامل همهٔ معلمان زن و مرد تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ بود. بر اساس آمار و اطلاعات به دست آمده از اداره کل آموزش‌وپرورش شهرستانهای استان تهران تعداد کل جامعه تحقیق برابر با ۱۳۸۱ نفر (۷۸۶ نفر زن و ۵۹۵ نفر مرد) بود.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

جدول ۱: آمار معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران به تفکیک

ردیف	منطقه	ابتدایی دوره اول		ابتدایی دوره دوم		متوسطه دوره اول		متوسطه دوره دوم		جمع بانوان	جمع آقایان	مجموع آموزشی
		بانوان	آقایان	بانوان	آقایان	بانوان	آقایان	بانوان	آقایان			
		تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد			
۱	اسلامشهر	۱۰	۹	۱۶	۱۳	۲۷	۲۶	۲۱	۱۸	۷۴	۶۶	۱۴۰
۲	بهارستان ۱	۳	۲	۱۱	۹	۱۸	۱۵	۱۴	۱۱	۴۶	۳۷	۸۳
۳	بهارستان ۲	۰	۰	۴	۱	۱۴	۱۳	۱۱	۱۰	۲۹	۲۴	۵۳
۴	پاکدشت	۰	۰	۱۴	۹	۲۱	۱۹	۱۴	۱۳	۴۹	۴۱	۹۰
۵	پردیس	۱	۰	۱۰	۱	۵	۲	۲	۲	۱۸	۵	۲۳
۶	پیشوا	۰	۰	۳	۳	۶	۴	۳	۲	۱۲	۹	۲۱
۷	جوادآباد	۰	۰	۲	۱	۲	۲	۱	۱	۵	۴	۹
۸	چهاردانگه	۴	۳	۴	۴	۵	۴	۳	۲	۱۶	۱۳	۲۹
۹	دماوند	۷	۲	۷	۴	۶	۴	۳	۳	۲۳	۱۳	۳۶
۱۰	رباط کریم	۰	۰	۹	۷	۱۶	۱۲	۹	۷	۳۴	۲۶	۶۰
۱۱	رودهن	۴	۱	۴	۱	۳	۲	۲	۱	۱۳	۵	۱۸
۱۲	ری ۱	۵	۴	۱۲	۱۰	۱۵	۱۳	۸	۷	۴۰	۳۴	۷۴
۱۳	ری ۲	۱۴	۵	۱۳	۹	۱۳	۱۰	۹	۶	۴۹	۳۰	۷۹
۱۴	شهریار	۳۰	۲۴	۳۴	۲۷	۳۲	۲۷	۲۹	۲۵	۱۲۵	۱۰۳	۲۲۸
۱۵	فشافویه	۰	۰	۲	۱	۲	۲	۲	۱	۶	۴	۱۰
۱۶	فیروزکوه	۰	۰	۱	۱	۲	۱	۱	۱	۴	۳	۷
۱۷	قدس	۱۵	۸	۱۶	۱۰	۱۶	۱۵	۱۲	۱۱	۵۹	۴۴	۱۰۳
۱۸	قرچک	۲	۱	۱۱	۷	۱۶	۱۴	۱۲	۱۱	۴۱	۳۳	۷۴
۱۹	کهریزک	۷	۲	۸	۳	۸	۶	۶	۵	۲۹	۱۶	۴۵
۲۰	ملارد	۱۶	۸	۱۸	۱۲	۱۶	۱۵	۱۵	۱۲	۶۵	۴۷	۱۱۲
۲۱	ورامین	۰	۰	۱۷	۱۲	۱۸	۱۵	۱۴	۱۱	۴۹	۳۸	۸۷
	جمع کل	۱۱۸	۶۹	۲۱۶	۱۴۵	۲۶۱	۲۲۱	۱۹۱	۱۶۰	۷۸۶	۵۹۵	۱۳۸۱

بر اساس جدول مورگان و کرجسی و با توجه به تعداد معلمان تربیت‌بدنی ۳۰۲ نفر (۱۷۲ نفر زن، ۱۳۰ نفر مرد) به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به‌صورت طبقه‌ای تصادفی بود. به این‌صورت که شهرستانهای استان تهران بر اساس همجواری و نزدیک بودن شهرستان و قرارگیری تقریبی در یک منطقه جغرافیای به پنج طبقه تقسیم شد و از هر منطقه با توجه به حجم جامعه، نمونه‌های تحقیق انتخاب شدند (جدول ۲). بر اساس تعداد نمونه، ۳۵۰ پرسشنامه در میان دبیران تربیت‌بدنی شهرستانهای گوناگون توزیع شد که از این تعداد ۳۲۱ پرسشنامه عودت داده شد.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

پس از گردآوری پرسشنامه‌های تحقیق و حذف موارد ناقص داده‌های ۲۹۷ پرسشنامه باقیمانده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۲: مناطق طبقه‌بندی شهرستانهای استان تهران به منظور نمونه‌گیری

ردیف	شهرستانها	تعداد			تعداد نمونه
		زن	مرد	مجموع	
۱	فیروزکوه، دماوند، رودهن، پردیس	۵۸	۲۶	۸۴	۱۸
۲	جوادآباد، پیشوا، ورامین، پاکدشت، قرچک	۱۵۶	۱۲۵	۲۸۱	۶۱
۳	ری ۱، ری ۲، کهریزک، فشافویه	۱۲۴	۸۴	۲۰۸	۴۶
۴	چهاردانگه، بهارستان ۱، بهارستان ۲، اسلامشهر	۱۶۵	۱۴۰	۳۰۵	۶۷
۵	شهر قدس، شهریار، رباط کریم، ملارد	۲۸۳	۲۲۰	۵۰۳	۱۱۰
	مجموع	۷۸۶	۵۹۵	۱۳۸۱	۳۰۲

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه بهره گرفته شده است. شایان ذکر است که به منظور محاسبه پایایی درونی سؤالات پرسشنامه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. به این ترتیب که پرسشنامه‌های تحقیق ابتدا میان ۳۰ نفر از نمونه‌های تحقیق توزیع و گردآوری شدند و ضریب پایایی درونی پرسشنامه‌ها محاسبه و پس از تأیید در میان نمونه‌های تحقیق توزیع شد. مقادیر آلفای کرونباخ پرسشنامه‌ها و ابعاد آنها در جداول ۳ و ۴ گزارش شده است.

۱. نمون برگ (چک‌لیست) ویژگیهای جمعیت شناختی: در این نمون‌برگ مجموعه‌ای از ویژگیهای جمعیت شناختی مانند مقطع تحصیلی تدریس، سن، سابقه شغلی، جنسیت، وضعیت تأهل و میزان تحصیلات مورد سؤال قرار گرفته است.

۲. پرسشنامه سنجش هویت سازمانی: در این تحقیق از پرسشنامه هویت سازمانی میلر[1] و همکاران (۲۰۰۰) شامل ۱۱ گویه با سه مؤلفه عضویت[2] (احساس همبستگی)، وفاداری[3] (حمایت از سازمان) و شباهت[4] (ادراک مشخصه‌های مشترک) که فرم کوتاه شدهٔ پرسشنامه هویت سازمانی چنی[5] (۱۹۸۳) شامل ۲۵ گویه و سه مؤلفه (عضویت، وفاداری و شباهت) می‌باشد، استفاده شده است. مقیاس اندازه‌گیری گویه به صورت پنج ارزش لیکرت (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) بود که روایی آن در تحقیقات علی‌عسکری (۱۳۹۵)، مرادی و روستایی (۱۳۹۴)، نصر اصفهانی و

1. Miller
2. Membership
3. Loyalty
4. Similarity
5. Cheney

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

آقابابایپور (۱۳۹۲) تأیید شده است. پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ در این سه پژوهش به ترتیب ۰/۹۲، ۰/۸۸ و ۰/۸۵ به‌دست‌آمده که نشان‌دهندهٔ پایایی قابل‌قبول این پرسشنامه است.

جدول ۳: پرسشنامه هویت سازمانی میلر و همکاران (۲۰۰۰)

	ابعاد پرسشنامه	تعداد گویه	شماره گویه‌ها	آلفای کرونباخ
ابعاد پرسشنامه هویت سازمانی	عضویت (احساس همبستگی)	۳	۱ تا ۳	۰/۷۱۷
	وفاداری (حمایت از سازمان)	۵	۴ تا ۸	۰/۸۴۴
	شباهت (ادراک مشخصه‌های مشترک)	۳	۹ تا ۱۱	۰/۷۴۳
	هویت سازمانی	۱۱	–	۰/۸۴۹

۳. پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی: در این پژوهش به‌منظور سنجش جامعه‌پذیری سازمانی از پرسشنامه استاندارد جامعه‌پذیری تائورمینا[1] (۲۰۰۴) شامل بیست گویه و چهار مؤلفه (آموزش[2]، تفاهم[3]، حمایت همکاران[4]، چشم‌انداز آینده[5]) با مقیاس پنج ارزشی لیکرت (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) استفاده شده است. روایی این پرسشنامه با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی در پژوهش نادی و همکاران (۱۳۹۲) مورد تأیید قرار گرفته است و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹۳ به‌دست‌آمده و مورد تأیید بوده است. همچنین مقادیر آلفای کرونباخ در ابعاد آموزش (α=۰/۸۵۹)، تفاهم (α=۰/۷۹۸)، حمایت همکاران (α=۰/۷۹۹) و چشم‌انداز آینده (α=۰/۸۲۹) به‌دست‌آمده است.

جدول ۴: پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۲۰۰۴)

	ابعاد پرسشنامه	تعداد گویه	شماره گویه‌ها	آلفای کرونباخ
ابعاد پرسشنامه جامعه‌پذیری	آموزش	۵	۱ تا ۵	۰/۸۴۷
	تفاهم	۵	۶ تا ۱۰	۰/۷۷۹
	حمایت همکاران	۵	۱۱ تا ۱۵	۰/۷۱۸
	چشم‌انداز آینده	۵	۱۶ تا ۲۰	۰/۸۱۱
	جامعه‌پذیری سازمانی	۲۰	–	۰/۸۹۹

به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده گردید. پیش از آزمون فرضیه‌های تحقیق، از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای بررسی نوع توزیع داده‌های آماری و برای استفاده از آزمونهای پارامتریک و ناپارامتریک استفاده شد. درنهایت از آزمونهای

1. Taormina
2. Training
3. Understanding
4. Co-worker support
5. Future prospects

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

همبستگی پیرسون در نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ و روش تحلیل مسیر در نرم‌افزار Amos نسخه ۲۳ بهره‌گیری شده است.

یافته‌های تحقیق

جدول ۵: توزیع ویژگیهای فردی نمونه مورد بررسی

متغیرهای جمعیت شناختی	جنسیت		سن				میزان تحصیلات					سابقه شغلی		
عوامل جمعیت شناختی	مرد	زن	۲۰ تا ۳۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۱ تا ۵۰ سال	بیشتر از ۵۰ سال	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری	۱ تا ۱۰ سال	۱۱ تا ۲۰ سال	بیشتر از ۲۰ سال
فراوانی	۱۲۸	۱۶۹	۱۴۶	۸۳	۵۹	۹	۱۴	۴۹	۱۷۳	۴۹	۱۲	۱۳۶	۱۱۸	۴۳
درصد	۴۳	۵۷	۴۹/۲	۲۷/۹	۱۹/۹	۳/۰	۴/۷	۱۶/۵	۵۸/۲	۱۶/۵	۴/۰	۴۵/۸	۳۹/۷	۱۴/۵

اطلاعات مربوط به ویژگیهای جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی در جدول ۵ ارائه شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، از مجموع ۲۹۷ نفر نمونه تحقیق، ۱۲۸ نفر مرد و ۱۶۹ نفر زن بودند. بیشتر نمونه‌های تحقیق ۲۰ تا ۳۰ سال داشتند. ۵۸/۲ درصد از نمونه‌ها مدرک کارشناسی داشتند و ۴۵/۸ درصد از آنها دارای سابقه شغلی یک تا ده سال بودند. در مدلهای تحلیل مسیر و رگرسیون نرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق از پیش‌فرضهای اجرای آزمونهاست. برای این منظور نوع توزیع داده‌ها (نرمال و غیرنرمال بودن) از طریق آزمون کلموگروف اسمیرنوف بررسی شد.

جدول ۶: آماره‌های آزمون کولموگروف- اسمیرنف

متغیرهای پژوهش		آماره‌ها		
		آماره آزمون	سطح معناداری	نوع توزیع
ابعاد هویت سازمانی	عضویت (احساس همبستگی)	۰/۱۸۱	۰/۰۶۴	نرمال
	وفاداری (حمایت از سازمان)	۰/۱۶۵	۰/۰۹۵	نرمال
	شباهت (ادراک مشخصه‌های مشترک)	۰/۱۷۲	۰/۰۸۴	نرمال
	هویت سازمانی	۰/۱۴۷	۰/۱۷۲	نرمال
ابعاد جامعه پذیری سازمانی	آموزش	۰/۱۲۴	۰/۲۰۰	نرمال
	تفاهم	۰/۱۶۲	۰/۱۰۱	نرمال
	حمایت همکاران	۰/۱۵۸	۰/۱۰۶	نرمال
	چشم‌انداز آینده	۰/۱۷۲	۰/۰۷۵	نرمال
	جامعه پذیری‌سازمانی	۰/۱۶۰	۰/۰۹۷	نرمال

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

با توجه به مقادیر سطح معناداری در مورد هویت سازمانی و ابعاد آن (عضویت، وفاداری، شباهت) و جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم‌انداز آینده) مشاهده می‌شود که در این متغیرها مقادیر سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است. این بدان معناست که توزیع مشاهده شده این متغیرها با توزیع مورد انتظار پژوهشگر یکسان است، یعنی توزیع متغیرهای فوق یک توزیع نرمال است (جدول ۶).

در این تحقیق به منظور بررسی تأثیر ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم‌انداز آینده) بر هویت سازمانی از مدل تحلیل مسیر استفاده شده است. پیش از اجرای آزمون تحلیل مسیر نیاز است پیش‌فرض‌های آن بررسی شوند، که عبارت اند از:

۱. رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته: به منظور بررسی ارتباط میان متغیرهای مستقل (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم‌انداز آینده) با متغیر وابسته (هویت سازمانی) از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول ۷: همبستگی پیرسون (جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن با هویت سازمانی)

متغیرها	هویت سازمانی		
	تعداد	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
آموزش	۲۹۷	۰/۵۸۷**	۰/۰۰۱
تفاهم	۲۹۷	۰/۴۱۵**	۰/۰۰۱
حمایت همکاران	۲۹۷	۰/۴۸۳**	۰/۰۰۱
چشم‌انداز آینده	۲۹۷	۰/۴۸۹**	۰/۰۰۱
جامعه پذیری سازمانی	۲۹۷	۰/۶۲۸**	۰/۰۰۱

*= معناداری در سطح P≤۰/۰۵؛ **= معناداری در سطح P≤۰/۰۱

نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۷ نشان می‌دهد که میان هویت سازمانی با جامعه‌پذیری سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران (Sig=۰/۰۰۱، r=۰/۶۲۸) ارتباط مثبت معنادار وجود دارد. همچنین میان مؤلفه‌های آموزش (Sig=۰/۰۰۱، r=۰/۵۸۷)، تفاهم (Sig=۰/۰۰۱، r=۰/۴۱۵)، حمایت همکاران (Sig=۰/۰۰۱، r=۰/۴۸۳) و چشم‌اندازه آینده (Sig=۰/۰۰۱، r=۰/۴۸۹) با جامعه‌پذیری سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران ارتباط مثبت معنادار مشاهده شد.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

۲. نبود همخطی چندگانه: همخطی چندگانه زمانی اتفاق می‌افتد که دو یا چند متغیر مستقل وجود داشته باشند که به میزان زیادی همبستگی دارند. روند تشخیص همخطی دارای دو مرحله است: الف) بررسی ضرایب همبستگی و ب) مقایر قابل پذیرش/VIF

جدول ۸: شاخصهای همخطی چندگانه میان متغیرهای پیش‌بین

متغیرهای وارد شده در مدل (متغیرهای مستقل)	آماره‌های هم خطی	
	مقادیر اغماض[1]	عامل تورم واریانس[2]
آموزش	۰/۴۹۷	۲/۰۱۳
تفاهم	۰/۴۵۳	۲/۲۰۹
حمایت همکاران	۰/۵۲۵	۱/۹۰۴
چشم‌انداز آینده	۰/۷۳۰	۱/۳۷۱

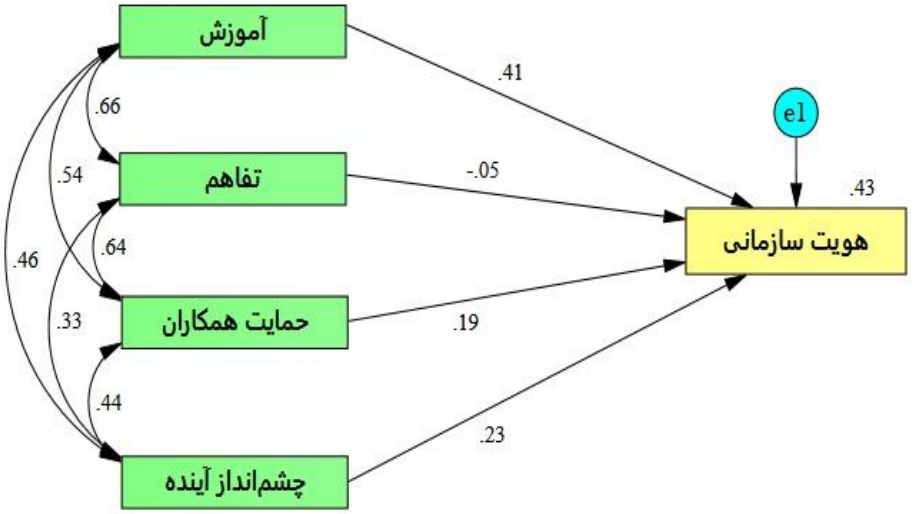
براساس شاخصهای جدول ۸، با توجه به بالا بودن مقادیر اغماض (چون بالاتر از ۰/۱ بوده و به ۱ نزدیک است) و پایین بودن مقادیر عامل تورم واریانس چون از ۱۰ کوچک‌ترند، احتمال وجود همخطی چندگانه میان آموزش، تفاهم، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده کم است. بنابراین باتوجه به رعایت مفروضه‌های فوق اجرای آزمون تحلیل مسیر امکان‌پذیر است.

جدول ۹: ضرایب رگرسیونی استاندارد شده و مقادیر t مدل تحلیل مسیر تحقیق

متغیرهای مستقل	مسیرها	متغیر وابسته	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده (B)	ضرایب رگرسیون استاندارد شده (β)	مقدار t	سطح معناداری	ضریب تعیین
آموزش	<---	هویت سازمانی	۰/۳۲۸	۰/۴۱۴	۶/۶۲۰	۰/۰۰۱	
تفاهم	<---	هویت سازمانی	-۰/۰۵۲	-۰/۰۵۴	-۰/۸۳۲	۰/۴۰۵	
حمایت همکاران	<---	هویت سازمانی	۰/۱۸۲	۰/۱۹۱	۳/۱۴۲	۰/۰۰۲	۰/۴۲۶
چشم‌انداز آینده	<---	هویت سازمانی	۰/۱۷۲	۰/۲۳۲	۴/۵۰۹	۰/۰۰۱	
مقدار ثابت			۱/۶۰۹	-	۷/۶۰۲	۰/۰۰۱	

1. Tolerance
2. Variance Inflation Factor (VIF)

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]



شکل ۱: مدل تحلیل مسیر تحقیق (حالت ضرایب رگرسیونی استاندارد شده)

در مدل تحلیل مسیر و رگرسیون چندگانه تأیید یا رد معناداری ضرایب مسیر با توجه به اعداد معناداری مقدار t (t-Value) صورت می‌گیرد. در صورتی رابطه تأیید می‌شود (در سطح خطای ۰/۰۵) که مقدار t بزرگ‌تر از (۱/۹۶) یا کوچک‌تر از (۱/۹۶-) باشد که به ترتیب رابطه معنادار مثبت و معنادار منفی خواهد بود. بنابراین با توجه به مقادیر به دست آمده از مدل تحلیل مسیر در جدول ۹ می‌توان گفت که متغیرهای آموزش (Sig=۰/۰۰۱، t=۶/۶۲۰)، حمایت همکاران (Sig=۰/۰۰۲، t=۳/۱۴۲) و چشم‌انداز آینده (Sig=۰/۰۰۱، t=۴/۵۰۹) تأثیر مثبت معنادار بر هویت سازمانی دبیران تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران دارند. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق تأثیر بُعد تفاهم (Sig=۰/۴۰۵، t=-۰/۸۳۲) بر هویت سازمانی معنادار نبود.

در مدل تحلیل مسیر ضرایب تأثیر استاندارد شده (Beta=β) کمک می‌کنند تا بتوان سهم نسبی متغیر مستقل یا متغیرهای مستقل (ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی) را در تبیین تغییرات متغیر وابسته (هویت سازمانی) مشخص کرد. هر چه مقدار ضریب بتای یک متغیر بیشتر باشد، نقش آن در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر خواهد بود. به همین جهت پیشنهاد شده در تفسیر نتایج تأثیر رگرسیونی از ضرایب استاندارد شده استفاده شود. بر اساس ضرایب به‌دست‌آمده با توجه مقادیر ضرایب بتا (Beta) می‌توان گفت بُعد آموزش (β=۰/۴۱۴) نسبت به ابعاد چشم‌انداز آینده (β=۰/۲۳۲) و حمایت همکاران (β=۰/۱۹۱) تأثیر بیشتری بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]
[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

شهرستانهای استان تهران دارد. با توجه به مقدار بتای به‌دست‌آمده می‌توان گفت که تغییر یک واحد انحراف استاندارد در ابعاد آموزش، چشم‌انداز آینده و حمایت همکاران به ترتیب سبب افزایش ۰/۴۱۴، ۰/۲۳۲ و ۰/۱۹۱ انحراف استاندارد در هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی می‌شود. همچنین با توجه به مقدار ضریب تعیین در جدول ۹ مشاهده می‌شود که ۴۲/۶ درصد از واریانس کل تغییرات هویت سازمانی به ابعاد آموزش، چشم‌انداز آینده و حمایت همکاران مربوط می‌شود. در نهایت معادله رگرسیونی بر اساس مقادیر ضرایب رگرسیون استاندارد نشده (B) در جدول ۹ به این صورت خواهد بود:

۱/۶۰۹+(حمایت همکاران) ۰/۱۸۲ + (چشم‌انداز آینده) ۰/۱۷۲ + (آموزش) ۰/۳۲۸= هویت سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام دادن تحقیق حاضر بررسی ارتباط میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران بود. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که میان جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن (آموزش، تفاهم، حمایت همکاران، چشم‌انداز آینده) با هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران رابطهٔ مثبت معنادار وجود دارد. بر اساس نتایج مدل تحقیق ۴۲/۶ درصد از واریانس کل تغییرات میزان هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی با مؤلفه‌های جامعه پذیری سازمانی تبیین می‌شود و از میان مؤلفه‌های جامعه پذیری، ابعاد آموزش، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده اثر مثبت معنادار بر هویت سازمانی دارند. بر اساس نتایج تحلیل مسیر می‌توان این‌گونه بیان کرد که رشد جامعه‌پذیری سازمانی و ابعاد آن می‌تواند منجر به تقویت هویت سازمانی در میان معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران شود. به این صورت که ارائه آموزشهای لازم و ضمن خدمت به منظور سازگاری با فضای کاری و اجتماعی آموزش‌وپرورش سبب می‌شود تا معلمان به نحوی شایسته نسبت به اهداف و ارزشهای شغلی و سازمانی خود احساس تعهد کنند. همچنین حمایت از سوی دیگر همکاران و مدیران مدارس می‌تواند به طور جدی بر هویت معلمان در آموزش‌وپرورش و مدارس تأثیرگذار باشد. یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهشهای نادی و همکاران (۱۳۹۲)، علی‌عسکری (۱۳۹۵)، رحیمی (۱۳۹۶)، امین‌بیدختی و همکاران (۱۳۹۵)، گیه و همکاران (۲۰۱۰)، لی (۲۰۱۳) و هایاشی (۲۰۱۳) همسوست. همچنین نتایج تحقیق فتحی، محرم‌زاده و سید عامری (۱۳۹۲) نشان داد که مؤلفه‌های تفاهم و چشم‌انداز آینده اثر مثبت معنادار بر وجدان کاری کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

شمال غرب ایران دارد. در پژوهشی دیگر افسانه‌پورک و همکاران (۱۳۹۵) دریافتند که جامعه‌پذیری بر تعهد سازمانی معلمان تربیت‌بدنی استان گلستان اثر مثبت معنادار دارد.

هویت سازمانی اصطلاحی است از اینکه چگونه اعضای سازمان خود را به‌عنوان یک گروه اجتماعی تعریف می‌کنند و خود را به‌عنوان گروه متفاوت از دیگر سازمانها درک می‌کنند (امپسون[1]، ۲۰۰۴). هویت سازمانی عبارت است از آگاهی فرد از احساس تعلق به سازمان به‌طوری‌که فرد خود را برحسب اعتقادات سازمانی تعریف می‌کند (لی، ۲۰۰۴). هویت سازمانی نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند (رحیم‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۰). نتایج این تحقیق و برخی پژوهشها نشان داده که میان جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی ارتباط مثبت وجود داشته است و جامعه‌پذیری می‌تواند بر هویت سازمانی نیروهای انسانی سازمانهای گوناگون اثری مثبت داشته باشد. در راستای تبیین نتایج به دست آمده می‌توان چنین گفت که در فرایند جامعه‌پذیری، افراد هویت سازمانی درک شده را می‌سازند. به‌طوری‌که عمیقاً هویت خود را با سازمان کشف می‌کنند (داتون و همکاران، ۱۹۹۴). اینکه هویت‌یابی می‌تواند از راه فرایند جامعه‌پذیری اتفاق بیفتد ریشه در تئوری هویت اجتماعی دارد که ضمن آن فرد از ارزشها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع می‌شود و به درونی‌سازی آنها می‌پردازد (رحیم‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۰). براساس تعریف، جامعه‌پذیری فرایندی مستمر است که در آن فرد و سازمان با هم تعامل می‌کنند و بر هم تأثیر می‌گذارند. افراد از طریق فرایند یادگیری، ارزشها، هنجارها، شبکه‌های غیررسمی و مهارتهای مورد نیاز سازمانی را می‌آموزند. علاوه بر این، سازمان از طریق فرایند مدیریتی، کارکنان را ملزم به اطاعت و پیروی از ارزشها، قوانین و رفتارهای مورد انتظار می‌کند. جامعه‌پذیری سازمانی، بیانگر محتوایی است که از طریق آن، فرد با نقش خاص خود در سازمان سازگار می‌شود (گیه و همکاران، ۲۰۱۰). تائورمینا (۲۰۰۹) معتقد است که از طریق فرایند جامعه‌پذیری افراد با ارزشها، رفتارها و توانمندیهای مورد انتظار و دانش اجتماعی مورد نیاز نقش سازمانی به‌عنوان عضوی از سازمان آشنا می‌شوند و تأکید جامعه‌پذیری سازمانی بر سازگاری فرد با افراد دیگر و فرهنگ سازمان است. جامعه‌پذیری سازمانی بیانگر شیوه‌ای است که کارکنان با فرهنگ سازمان تعامل می‌کنند و تطابق می‌یابند. بر اساس مطالب گفته شده و بر اساس نظریه هویت اجتماعی می‌توان چنین بیان کرد که فرایند جامعه‌پذیری سازمانی که آموزشهای پیش از به‌کارگیری همانند دوره‌هایی که معلمان در مراکز تربیت معلم سپری می‌کنند یا دوره‌هایی که برای نیروهای

1. Empson

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

جدیدالاستخدام به صورت یکساله برای معلمان تازه‌وارد برگزار می‌شود و همچنین دوره‌هایی که در زمان اشتغال و در طول سال تحصیلی برگزار می‌شود را شامل می‌شود به معلمان از جمله معلمان تربیت‌بدنی کمک می‌کند که از لحاظ عضویت در سازمان و طبقه‌بندی خود در آن و به‌طورکلی رشد هویت سازمانی بهبود یابند و نظام آموزش‌وپرورش، ارزشها، هنجارها و فرهنگ حاکم بر آن را بهتر بشناسند و خود را با آن تطبیق دهند. معلمان و به‌طورکلی نیروهای انسانی که آشنایی نسبتاً کافی با قوانین و مقررات، رویه‌های اداری و نقش خود در آموزش‌وپرورش دارند احساس تعلق بیشتر به سازمان خواهند داشت و این مهم از طریق فرایند جامعه‌پذیری مناسب محقق خواهد شد. فرایند جامعه‌پذیری و رعایت اصول آن به نیروهای انسانی در سازمانها و در این تحقیق معلمان تربیت‌بدنی کمک می‌کند که درکی روشن از شغل خود، جایگاه، اهداف سازمانی، ارزشها و هنجارها داشته باشند و در این صورت هویت سازمانی قوی‌تر نسبت به سازمان متبوع خود داشته باشند.

در تبیین یافته تحقیق حاضر مبنی بر اثر مثبت مؤلفه آموزش بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران می‌توان به اهداف آموزش در سازمانها اشاره کرد. بر اساس مقادیر ضرایب استاندارد شده مؤلفه آموزش بیشترین تأثیر را بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی نمونه تحقیق دارد و آموزشهایی را شامل می‌شود که در نهادها برای ترویج و ارتقای سازگاری کارکنان در سازمانها طراحی و به اجرا درمی‌آیند. این آموزشها بسیار سودمندند، زیرا سبب می‌شوند تا کارکنان از مهارتهای فنی و کارکردی مناسب برخوردار شوند و در نتیجه در سازمانها کارآمدتر شوند و رضایت بیشتری را تجربه کنند. همچنین ارائه آموزشهای لازم برای سازگاری با فضای کاری و اجتماعی سازمان سبب می‌شود تا کارکنان نیز به نحوی شایسته نسبت به اهداف و ارزشهای سازمان احساس تعهد کنند (قلاوندی و سلطان‌زاده، ۱۳۹۰؛ فتحی، محرم‌زاده و سیدعامری، ۱۳۹۳). آموزش می‌تواند به شناخت و فهم کارکنان از ارزشها و ویژگیهای سازمان بینجامد. در واقع شناختی که فرد با عضویت در سازمان به دست می‌آورد، هویت سازمانی نامیده می‌شود (بارتلز[1] و همکاران، ۲۰۰۶). در این راستا می‌توان گفت که دوره‌های آموزشی که به صورت یک ساله پیش از اینکه نیروهای جدید به استخدام آموزش‌وپرورش دربیایند، برگزار می‌شود و این نیروها ملزم به گذراندن آن هستند، برای آشنایی معلمان تازه‌وارد با نهاد آموزش‌وپرورش انجام می‌شود. در این دوره‌ها، آموزشهایی با موضوعات آشنایی با رشته شغلی،

1. Bartels

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

الزامات رشد و آشنایی با اصول آموزش، قوانین و مقررات آموزش‌وپرورش به معلمان داده می‌شود. همچنین آموزشهای ضمن خدمت و برگزاری کارگاههای آموزش در طول دوران خدمت و در سالهای نخستین استخدام نیز به همین منظور صورت می‌گیرد. به‌طورکلی می‌توان گفت که دوره‌های آموزشی پیش از استخدام و همچنین دوره‌های آموزشی ضمن خدمت معلمان را قادر خواهد ساخت تا کار و وظیفه خود را بهتر انجام دهند و مهارتهای شغلی آنان بهبود یابد.

در این تحقیق مشاهده شد که حمایت همکاران اثر مثبت معنادار بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران دارد. حمایت همکاران، شامل تعاملهای مثبت و حمایت‌گرانه همکاران در درون سازمان نیز می‌شود. این تعاملها به‌طورجدی با رفتارهای مدنی سازمانی (رفتارهایی که جز نقشهای سازمانی کارکنان نیستند، اما انجام دادن آنها به عملکرد مؤثر فردی و سازمانی منجر می‌شود) رابطه مثبت دارد. بُعد بسیار مهم در فرایند جامعه‌پذیری سازمانی تعامل کارکنان با همکاران است، زیرا چنین تعاملهایی برای آنکه کارکنان بتوانند به‌طور مؤثر و کارآمد در سازمان عمل کنند، بسیار ضروری است (قلاوندی و سلطان‌زاده، ۱۳۹۰؛ فتحی و همکاران، ۱۳۹۳). در تبیین نتیجه به دست آمده می‌توان چنین گفت بعد از اینکه نیروهای تازه‌وارد برای اشتغال به مدارس و دیگر بخشهای نهاد آموزش‌وپرورش وارد می‌شوند هرچند که در راستای آشنایی با شغل و وظایف شغلی آموزشهای لازم را گذرانده‌اند، برای آشنایی بیشتر با فرهنگ سازمانی حاکم بر مدارس و به‌طورکلی نهاد آموزش‌وپرورش نیازمند حمایت همکاران خود هستند. این حمایت به گسترش ارتباطات و رفع تعارضات کمک می‌کند. همچنین می‌توان گفت که حمایت همکاران به صورت مشاوره‌های شغلی و کمک به معلمان به منظور اجرای آیین‌نامه‌ها و دستورالعملها از سوی مدیر مدرسه و دیگر همکاران موجب ایجاد احساس تعلق خاطر معلمان می‌شود. در واقع حمایت همکاران به اجتماعی شدن بیشتر معلمان و رسیدن به هدفهای معین کمک می‌کند.

نتیجه دیگر برآمده از مدل تحلیل مسیر بیانگر اثر مثبت معنادار چشم‌انداز آینده بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران بود. در چشم‌انداز از آینده سازمان این پرسش مطرح می‌شود که کارکنان فرصتها و پاداشهای سازمان را در آینده چگونه ارزیابی می‌کنند. این بُعد، ادراکات کارکنان از چشم‌اندازهای شغل خود و پذیرش آن در سازمانی را شامل می‌شود که در آن به کار می‌پردازند (قلاوندی و سلطان‌زاده، ۱۳۹۰؛ فتحی و همکاران، ۱۳۹۳). در زمینهٔ تبیین یافته تحقیق می‌توان چنین گفت که در زمان ورود به یک سازمان و شروع خدمت، صورتی از کار در ذهن فرد نقش می‌بندد و با امیدها و توقعاتی که از سازمان دارد خود را برای کار آماده

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

می‌سازد و سعی می‌کند رفتار و کردار خود را متناسب با تصوری که از سازمان دارد، تغییر دهد. در واقع چشم‌انداز آینده شرایطی را فراهم می‌آورد که اهداف سازمان را برای معلمان مشخص می‌سازد. فرصتهایی که برای انجام دادن کارها به نحو مطلوب برای معلمان مهیا می‌شود و تصوری که آنها از میزان ترقی شغلی، مزایا و پاداشهایی که در ازای موفقیتهای شغلی دارند، باوری قوی برای دستیابی به اهداف و ارزشهای سازمان با اعمال تلاش بیشتر در آنان ایجاد می‌کند. این موضوع می‌تواند سبب شود که کارکنان سازمانها و در این تحقیق معلمان تربیت‌بدنی حس وفاداری قوی نسبت به سازمان متبوع داشته باشند و وابستگی عاطفی در خود احساس کنند و اهداف سازمانی را اهداف خود بدانند و متقاعد شوند که سازمان را در راه دستیابی به اهدافش یاری کنند. با توجه به موارد ذکر شده می‌توان گفت که داشتن چشم‌اندازی قوی از آینده شغلی و سازمانی بر شناخت افراد از وظایف شغلی و به نوعی هویت سازمانی اثرگذار است.

پیشنهادها

با توجه به تأثیر مثبت آموزش بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران و اینکه آموزش می‌تواند بیشترین تأثیر را بر هویت‌یابی سازمانی معلمان تربیت‌بدنی داشته باشد به مدیران اداره کل آموزش‌وپرورش شهرستانهای تهران پیشنهاد می‌شود که زمینه‌های مساعد آشنایی معلمان تربیت‌بدنی با مهارتهای مورد نیاز شغلی و دانش مورد نیاز در این رشته را از طریق برگزاری دوره‌های تخصصی پیش از استخدام، برگزاری دوره‌های ضمن خدمت و برگزاری کارگاههای آموزشی از طریق نیازسنجی صحیح و درست فراهم آورند و همچنین با حمایتهای لازم در این حوزه، زمینه رشد هویت سازمانی معلمان در سازمان آموزش‌وپرورش را ایجاد کنند.

در این تحقیق مشاهده شد که حمایت همکاران اثر مثبت معنادار بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستان استان تهران دارد. از این رو به مدیران اداره کل آموزش‌وپرورش شهرستانهای تهران پیشنهاد می‌شود که با ایجاد جوی دوستانه و غیررسمی در مدارس بر اساس ساختارهای موجود سبب برقراری ارتباط بیشتر میان معلمان در مدارس شوند تا معلمان با سابقه کمتر با بهره‌گیری از رهنمودهای همکاران باتجربه‌تر خود بر مشکلاتی که ضمن کار برای آنها پیش می‌آید، فائق آیند. همچنین بهره‌گیری از رویکردهای کار گروهی و کار تیمی می‌تواند در بهبود همکاری میان معلمان مدارس در این زمینه مؤثر باشد.

با توجه به تأثیر مثبت چشم‌انداز بر هویت سازمانی معلمان تربیت‌بدنی شهرستانهای استان تهران به مدیران اداره کل آموزش‌وپرورش شهرستانهای تهران پیشنهاد می‌شود که برای کارآمدتر

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

کردن فرایند جامعه‌پذیری در سازمان فرصتهای رشد و پیشرفت معلمان را فراهم کنند و با حمایت از معلمان موفق و دادن پاداشهای مادی و معنوی زمینه لازم را برای تلاش بیشتر و کسب موفقیت ایجاد کنند. پرداختها و ارتقای معلمان و به‌طورکلی کارکنان باید بازتابی از میزان عملکرد کمی و کیفی آنان باشد. در واقع مدیران می‌توانند مسیر شغلی روشنی را برای معلمان ترسیم کنند و از عدم اطمینان آنان نسبت به پیشرفت شغلی بکاهند.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

منابع

افسانه‌پورک، سید عباس؛ کلاته سیفری، معصومه؛ ابراهیمی، رضا و عابدی، احیا. (۱۳۹۵). اثر سرسختی ذهنی و جامعه‌پذیری سازمانی بر تعهد سازمانی معلمان تربیت‌بدنی استان گلستان. *پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۱۲ (۲۳)، ۲۸۱-۲۹۴.

امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ جعفری، سکینه و مرادی‌مقدم، مجید. (۱۳۹۵). رابطه جامعه‌پذیری سازمانی و اشتیاق شغلی معلمان با نقش میانجی هویت سازمانی. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۳ (۴)، ۵۶۳-۵۸۲.

بحرالعلوم، حسن. (۱۳۹۲). *مبانی مدیریت سازمانهای ورزشی*. چاپ دوم. شاهرود: انتشارات دانشگاه صنعتی شاهرود.

خورشید، صدیقه. (۱۳۸۸). مطالعه رابطه میان هویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان بانک‌های دولتی شهر کرمان. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۲ (۶)، ۱۲۵-۱۵۸.

رحیم‌نیا، فریبرز و نیکخواه فرخانی، زهرا. (۱۳۹۰). تأثیر جو اخلاقی سازمان بر هویت سازمانی و تمایل به ترک خدمت فروشندگان. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۶ (۴)، ۸۵-۹۵.

رحیمی، ابراهیم. (۱۳۹۶). *بررسی رابطه هویت سازمانی، هویت تیمی و جامعه پذیری سازمانی با درگیری شغلی دبیران متوسطه اول شهرستان بوکان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه.

رضاییان، علی. (۱۳۹۵). *مبانی سازمان و مدیریت*، چاپ ۱۹. تهران: انتشارات سمت.

رمضانی نژاد، رحیم؛ همتی‌نژاد، مهرعلی؛ محبی، حمید و نیازی، سید محمد. (۱۳۸۸). بررسی نیازهای آموزشی درس تربیت‌بدنی و ورزش مدارس متوسطه ایران. *پژوهش در علوم ورزشی*، (۲)، ۱۳-۳۰.

ساکی، رضا؛ حمیدی، فریده؛ محب‌زاده، زینب و موحدی‌نسب، عباس. (۱۳۹۲). رابطه میان تبادل رهبر- عضو و رضایت شغلی معلمان مدارس متوسطه شهر یزد. *فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۴ (۲)، ۲۹-۵۰.

سعادت، اسفندیار. (۱۳۹۵). *مدیریت منابع انسانی*. چاپ ۲۱. تهران: انتشارات سمت.

سلیمانی، نادر و مطهری، اشرف السادات. (۱۳۸۸). رابطه توانمندسازی و تعهد شغلی مدیران در مدارس متوسطه استان سمنان. *دانش و پژوهش در علوم تربیتی- برنامه‌ریزی درسی*، ۲۳ (۲۳)، ۱۰۱-۱۲۲.

علی‌عسکری، فرخنده. (۱۳۹۵). *تأثیر هویت سازمانی بر رابطه میان جامعه پذیری سازمانی و رفتارشهروندی سازمانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

فتحی، فریبرز؛ محرم‌زاده، مهرداد و سیدعامری، میرحسن. (۱۳۹۲). تبیین رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی با وجدان کاری کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان شمال غرب ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، (۲۱)، ۲۱۹-۲۳۲.

_____. (۱۳۹۳). بررسی رابطهٔ میان آرزوهای شغلی و جامعه‌پذیری سازمانی در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان شمال غرب ایران. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۶ (۲)، ۳۰۳-۳۲۳.

قلاوندی، حسن و سلطان‌زاده، وحید. (۱۳۹۰). بررسی رابطه میان جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۴ (۴)، ۹۳-۱۱۱.

مرادی، مرتضی و روستایی، ساناز. (۱۳۹۴). بررسی اثر جامعه‌پذیری بر جو اخلاقی، تعهد، هویت و رفتارشهروندی سازمانی. *پژوهشنامه مدیریت تحول*، ۷ (۲)، ۱۲۹-۱۵۴.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

نادی، محمدعلی؛ ابراهیم‌زاده، رضا و مشایخی، زهره. (۱۳۹۲). الگوی ساختاری رابطه میان جامعه پذیری سازمانی و هویت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان ستادی آموزش‌وپرورش شهر اصفهان. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*، ۸ (۴)، ۳۷-۵۰.

نصراصفهانی، علی و آقابابایپور دهکردی، طاهره. (۱۳۹۲). بررسی رابطه هویت سازمانی با سکوت سازمانی کارکنان مورد مطالعه کارکنان دانشگاه اصفهان. *جامعه شناسی کاربردی*، ۲۴ (۴)، ۱۳۹-۱۶۲.

نوری، علی و دعایی، حبیب اله. (۱۳۸۷). بررسی تأثیر هویت سازمانی بر رفتارشهروندی سازمانی (مورد مطالعه هتل پنج ستاره پارس). *اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی*، تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, *34*(3), 325-374.

Balci, A., Ozturk, I., Polatcan, M., Saylik, A., & Bil, E. (2016). Organizational socialization and its relation with organizational performance in high schools. *Journal of Education and Training Studies*, *4*(9), 71-81.

Bartels, J., Douwes, R., De Jong, M., & Pruyn, A. (2006). Organizational identification during a merger: Determinants of employees' expected identification with the new organization. *British Journal of Management*, *17*(S1), S49-S67.

Bridges, W. (1994). The end of the job [and] seven rules to break in a de-jobbed world. *Fortune*, 130(6), 62-64.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, *39*(2), 239-263.

Empson, L. (2004). Organizational identity change: Managerial regulation and member identification in an accounting firm acquisition. *Accounting, Organizations and Society*, *29*(8), 759-781.

Gautam, T., Van Dick, R., Wagner, U., Upadhyay, N., & Davis, A. J. (2005). Organizational citizenship behavior and organizational commitment in Nepal. *Asian Journal of Social Psychology*, *8*(3), 305-314.

Ge, J., Su, X., & Zhou, Y. (2010). Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior: An empirical research of Chinese high-tech manufacturing enterprises. *Nankai Business Review International*, *1*(2), 166-179.

Hayashi, S. (2013). Organizational socialization and collective self-esteem as drivers of organizational identification. *International Business Research*, *6*(12), 156-167.

Lee, H. J. (2004). The role of competence-based trust and organizational identification in continuous improvement. *Journal of Managerial Psychology*, *19*(6), 623-639.

Lee, H. W. (2013). Locus of control, socialization, and organizational identification. *Management Decision*, *51*(5), 1047-1055.

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, *13*(2), 103-123.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]

Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K., & Johnson, J. R. (2000). Reconsidering the organizational identification questionnaire. *Management Communication Quarterly*, *13*(4), 626-658.

Po, Hui Yee & Liu, Yao. (2018). *Organizational socialization, job autonomy and job performance in public secondary schools of Malaysia: Organizational citizenship behavior as mediator.* In: National Conference for Postgraduate Research (NCON-PGR 2018), Universiti Malaysia Pahang, Gambang, Pahang. pp. 1-17.

Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior, 66*(2), 358-384.

Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). Organizational socialization: Making sense of the past and present as a prologue for the future. *Journal of Vocational Behavior*, *51*(2), 234-279.

Schein, E. H. (2003). Organizational socialization and the profession of management. In L. W. Porter, H. L. Angle, & R. W. Allen (Eds.), *Organizational influence processes* (2nd ed.) (pp. 283-294). New York, NY: M.E. Sharpe.

Spagnoli, P. (2017). Organizational socialization learning, organizational career growth, and work outcomes: A moderated mediation model. *Journal of Career Development*, https://doi.org/10.1177/0894845317700728

Taormina, R. J. (2004). Convergent validation of two measures of organizational socialization. *The International Journal of Human Resource Management*, *15*(1), 76-94.

_____ . (2009). Organizational socialization: The missing link between employee needs and organizational culture. *Journal of Managerial Psychology*, *24*(7), 650-676.

Tosten, R., Avci, Y. E., & Sahin, E. (2018). The relations between the organizational happiness and the organizational socialization perceptions of teachers: The sample of physical education and sport. *European Journal of Educational Research*, *7*(1), 151-157.

Yi, X., & Uen, J. F. (2006). Relationship between organizational socialization and organization identification of professionals: Moderating effects of personal work experience and growth need strength. *Journal of American Academy of Business*, *10*(1), 362-371.

[Downloaded from qjfr.ir on 2026-11-05]

[DOR: 20.1001.1.26766728.1398.16.2.6.3]