

اهمیت نسبی پایبندی به هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری کارکنان بانک های دولتی استان قزوین

مریم ماهیکار^{۱*}، هادی هاشم زاده زندآبادی^۲

تاریخ دریافت: ۲۰ تیرماه ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۱۰ مهر ۱۳۹۹

چکیده

هدف اصلی تحقیق، بررسی اهمیت نسبی پایبندی به هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری کارکنان بانک های دولتی استان قزوین می باشد. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۲۰۱ نفر انتخاب گردید. برای جمع آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی برای طبقه بندی، تهیه نمودارها و جداول فراوانی استفاده گردید و برای آزمون فرضیه ها، ابتدا جهت آگاهی از نرمال بودن متغیرها از آزمون اسمیرنوف - کولموگروف استفاده شد، که مشاهده گردید متغیرها از توزیع نرمال برخوردارند و در این حالت با استفاده از آمار استنباطی به تجزیه و تحلیل فرضیه های تحقیق پرداخته شد و از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای یافتن ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته و از تکنیک اهمیت نسبی استفاده شد. یافته های تحقیق نشان می دهد ابعاد هویت فرهنگی با تعلق خاطر کاری رابطه معنی داری دارند. همچنین یافته ها حاکی از آن است که ابعاد هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری دارای اهمیت نسبی یکسانی نیست.

واژه های کلیدی: هویت، فرهنگ، هویت فرهنگی، تعلق خاطر کاری

۱- مقدمه

در میان عناصر گوناگون ساختارهای اجتماعی و فرهنگی، دو مورد از آنها اهمیت بیشتری دارند. این دو عنصر در تجزیه و تحلیل ها تفکیک ناپذیرند اما در وضعیت های عینی با یکدیگر آمیخته اند:

^۱ گروه مدیریت مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران

* نویسنده مسئول : biamaryam95@gmail.com

^۲ گروه مدیریت اجرایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، سیرجان، ایران

bia2hadi@gmail.com

نخستین عنصر شامل هدف ها، منظورها و علاقه هایی است که به وسیله فرهنگ جامعه تعریف و تعیین شده و به صورت هدف های مشروع برای همه اعضای جامعه یا بخش هایی از آن درآمده است. هدف ها کمابیش همبسته اند و نیز به طور کلی در یک سلسله مراتب ارزشی دسته بندی می شوند. هدف های متداول که میزان حساسیت و اهمیت آنها متفاوت است، در بردارنده چارچوب مرجع آرمانی هستند یعنی اموری هستند که « ارزش تلاش کردن » را دارند. این هدف ها گرچه با سائقه های زیست شناختی ارتباط دارد، اما به وسیله آنها تعیین نمی شود. عنصر دوم ساختارهای اجتماعی، شیوه های پذیرفتنی رسیدن به این هدف را تعیین، تنظیم و نظارت می کند. هر گروهی ناگزیر است هدف های فرهنگی خود را با مقرراتی منطبق کند که ریشه در نظام رسوم اخلاقی یا نهادها دارد و این مقررات، بیانگر راه و روش های مجاز حرکت به سوی این هدف هاست. این هنجارهای نظم دهنده ضرورتاً با هنجارهای فنی و کارآمد یکی نیستند، بلکه مربوط به احساس های ارزشی نهفته در آن است (Etebarian et al, 2014؛ Harati, 2013).

در طی سال های اخیر توجه و علاقه زیادی به موضوع تعلق خاطر کارکنان نشان داده شده است. بسیاری بر این عقیده هستند که تعلق خاطر کارکنان پیش بینی کننده نتایج کار کارکنان، موفقیت سازمانی و عملکرد مالی است. تعلق خاطر کاری به عنوان یک سازه مثبت دارای پتانسیل بالایی برای تبیین پیامدهای مطلوب سازمانی است (Macey et al, 2009). کان^۱ به عنوان اولین پژوهشگر حوزه تعلق خاطر، آن را استفاده از تمام وجود خویش در ایفای نقش های کاری تعریف می کند. در تعلق خاطر افراد در ایفای نقش تمام ابعاد فیزیکی، شناختی و عاطفی خویش را بکار گرفته یا ابراز می کنند. فقدان تعلق خاطر، منفک کردن خویش از نقش های کاری است. در فقدان تعلق خاطر افراد به طور فیزیکی، شناختی و عاطفی از نقش های کاری خویش منفک هستند (Kahn, 1990: 694). شوافلی و بکر^۲ تعلق خاطر کاری را حالات ذهنی مثبت، رضایت بخش و مرتبط با کار تعریف می کنند که توسط سه شاخص سرزندگی، فدایی شدن و مجذوب شدن متمایز می شود. سرزندگی با سطح بالایی از انرژی و تاب آوری ذهنی در حین کار متمایز می شود. فدایی شدن به درگیر شدن شدید شخص با کار و تجربه حس معنی داری، اشتیاق و چالش اشاره دارد. مجذوب شدن، با تمرکز کامل و جذب شدن شادمانه در کار متمایز می شود که به موجب آن زمان به سرعت گذشته و منفک کردن خویش از کار برای فرد مشکل است (Schaufeli & Bakker, 2004: 295).

امروزه، رویکردهایی با دیدگاه فرهنگی در جستجوی راه حل های خلاق هستند که در میان فرهنگ ها تولید شده و با آنها کار کرده اند. این شیوه ها در درک مناسبات میان قدرت قانونی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و این که آنها برای توسعه چه مفهومی دارند، تعیین کننده هستند. مقام معظم رهبری می فرماید: عرصه فرهنگی عرصه جهاد است. هویت به عنوان پدیده ای که دامنه آن

¹ Kahn

² Schaufeli & Bakker

از خصوصی ترین تجلیات فردی تا عمومی حوزه های اجتماعی را در بر می گیرد، حاصل دیالکتیک خود و دیگری بوده که در میان طیفی از شبکه معنایی ذهن و ساختارهای اجتماعی و فرهنگی در حرکتی رفت و برگشتی قرار دارد و بر این مبنا به نسبتی میان دو سر طیف دست میابد، نسبتی که ثابت نبوده و هر آن ممکن است تغییر کند، تغییری که نه تنها از خود (شبکه معنایی) بلکه از دیگری (ساختار اجتماعی) نیز ناشی می شود (Ashena & Ruhani, 2010). جلسه شورای مهندسی فرهنگی (۱۳۸۶) بیان می شود که هویت یکی از پیچیده ترین مفاهیم در حوزه علوم انسانی و اجتماعی به شمار می رود؛ پدیده ای چندوجهی که از مناظر مختلف، مبانی و معانی گوناگونی را نمایان می سازد. در تعریفی فرهنگ، نظام واره ای است از باورها و مفروضات اساسی، ارزش ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می دهد و هویت آن را می سازد (Etebarian et al, 2014). در هر حال، هویت داشتن یا یگانه بودن، دارای دو جنبه متفاوت یعنی همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان است. هویت، سازه ای روانی اجتماعی است و شامل طرز فکر، عقاید و نحوه ارتباط فرد با دیگران است (Ahmadi, 1996: 65).

بی شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد فرهنگ آن جامعه است اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه در بعدها اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدر تمند و قوی باشد ولی پوچ و پوک و میان تهی است. اگر فرهنگ جامعه ای وابسته و مرتزق از فرهنگ مخالف باشد ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می کند. بالاخره در آن مستهلک می شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می دهد (Rustai, 2010). هافستد^۱ فرهنگ ملی^۲ را برنامه ریزی جمعی ذهن تعریف می کند که اعضای گروه یا دسته ای از مردم را از گروه های (طبقات) دیگر متمایز می کند (۱۹۸۰؛ ۲۰۰۱).

فرهنگ مفهومی بسیار وسیع است که شالوده و زیر بنای جوامع را تشکیل می دهد. این مفهوم از گسترده ترین و در عین حال نادقیق ترین مفاهیمی است که در علوم اجتماعی بکار رفته است تعریف و اجماع بر سر معانی این واژه به سختی صورت میگیرد و شاید بتوان ادعا نمود در سوء تعبیر ها از این واژه یکنواختی بیشتری وجود باشد. فرهنگ، همه جنبه های مختلف زندگی انسان را در بر می گیرد و انسان از آغاز پیدایش از طریق خانواده و جامعه هنجارها و ارزشهای اجتماعی را می آموزد و بدین ترتیب با جامعه سازگار می شود. این مقوله به عنوان موتور محرک جوامع انسانی بازتابی از

¹. Hofstede

² National culture

اسرار درونی و اندیشه های انسان است. فریمن^۱ (۱۹۹۷) زندگی انسان، در فرهنگ و در زمان وجود دارد و مطالعه مردم در واقعی هست که آنها زندگی می کنند (Raya, 2014).

فرهنگ، مقوله وسیعی است که در جامعه شناسی برای آن، بیش از پانصد تعریف بیان شده است. البته آن را به اختصار می توان این گونه تعریف کرد: «فرهنگ عبارت است از مجموعه مایه هایی که رفتار انسان را از رفتار حیوانات مشخص و ممتاز می سازد» (Mesbahyazdi, 2010: 71).

کروبر و پارسونز^۲ هسته اصلی فرهنگ را اندیشه ها و ارزشها می دانند (Esmaili, 2008: 15).

رونالد اینگلهارت^۳ نیز نگرش، دانش، و ارزش را عناصر اصلی فرهنگ معرفی می کند. (۱۳۷۳، ص ۱۹). در تمامی این تقسیم بندیها ارزشها به عنوان اموری مطلوب و اهداف غایی و هنجارها به عنوان قواعد رفتاری مشترک وجود دارند.

با ایجاد تعلق خاطر کاری در کارکنان هم افزایشی های مثبتی بین فرد و سازمان رخ می دهد که برای هر دو گروه پیامدهای مثبتی به همراه دارد. این پیامدهای می تواند شامل: نگرش های شغلی مثبت و شناخته شدن قوی با کار (رضایت شغلی و تعهد سازمانی) سلامت ذهنی و روانی شامل احساسات مثبت و کاهش تحلیل رفتگی، عملکرد درون شغلی و برون شغلی بهتر، افزایش انگیزش درونی، ابتکار عمل فردی و رفتار پیش قدم، کسب منابع شغلی و شخصی (به خصوص خودبستگی) باشد. بالا بودن سطح تعلق خاطر کارکنان برای بانک های دولتی استان قزوین نیز پیامدهای مثبت زیر را به دنبال دارد: نگهداشت نیروهای مستعد، تصویر ذهنی مثبت از شرکت، عملکرد کسب و کار، بازدهی مالی یا کیفیت خدمات. با انجام این تحقیق نقش هویت فرهنگی در پیش بینی تعلق خاطر کاری روشن می شود و در نتیجه راهکارهایی برای افزایش تعلق خاطر کاری در کارکنان بانک های دولتی استان قزوین می شود. هدف تحقیق حاضر بررسی اهمیت نسبی پایداری به هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری کارکنان بانک های دولتی استان قزوین می باشد.

۲- پیشینه تحقیق

تعلق خاطر کاری به حالات ذهنی مثبت، رضایت بخش و مرتبط با کار اطلاق می شود که توسط سه شاخص سرزندگی، فدایی شدن و مجذوب شدن متمایز می شود (Schaufeli & Bakker, 2004: 295).

¹ Friedman

² Kroeber And Parsons

³ Ronald Inglehart

هویت فرهنگی یعنی فرد به درستی فرهنگ خود را شناخته، درک کرده و وجوه امتیاز آن را نسبت به سایر فرهنگ‌ها بداند همچنین قردان آن باشد و در پرورش و اشاعه فرهنگ خود تلاش نماید (Raya, 2014).

عیسی خانی و همکاران (۱۳۹۰)، تحقیقی با عنوان تبیین رابطه بین تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی کارکنان انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تعلق خاطر کاری به طور مثبت بر روی تعهد سازمانی کارکنان تاثیرگذار است و بخش زیادی از تغییرات در تعهد سازمانی را پیش بینی می کند. این تاثیرگذاری بر دو بعد تعهد عاطفی و تعهد هنجاری مثبت و معنی دار است. تعلق خاطر کاری رابطه و تاثیرگذاری معنی داری بر تعهد مستمر ندارد.

سلیمانی (۱۳۹۱)، تحقیقی با عنوان رابطه اخلاق کار با رضایت شغلی و استرس شغلی کارکنان در سازمان آموزش فنی و حرفه ای شهر تهران انجام داده است. نتایج پژوهش نشان دادند که بین ادراکات کارکنان از اخلاق حاکم بر کار با استرس شغلی آنان رابطه منفی معنادار وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که دو بعد اخلاق کار (دلبستگی و علاقه، پشتکار و جدیت در کار) پیش بینی کننده های معناداری برای استرس شغلی کارکنان بشمار می روند.

جعفر زاده و همکاران (۱۳۹۳) مقاله با هدف تعیین میزان تأثیر جنگ نرم بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان بهبهان بیان می دارد که حدود نیمی از دانشجویان مورد مطالعه بیشتر از حد متوسط در معرض جنگ نرم قرار دارند و میزان پایبندی به مؤلفه‌های هویت فرهنگی ملی، مذهبی و قومی در دانشجویانی که بیشتر در معرض جنگ نرم بوده‌اند نسبت به دانشجویانی که کمتر در معرض جنگ نرم بوده‌اند به طور معناداری کمتر است و میزان آمادگی آنها برای پذیرش مؤلفه‌های فرهنگی تبلیغی دشمن به طور معناداری بیشتر است. همچنین نتایج حاکی از آن بود که در وضعیت کنونی، دانشجویان هنوز وابستگی و پایبندی مطلوبی به هویت فرهنگی ایرانی-اسلامی دارند شنايدر و بارسو^۱ (۱۳۷۹، ص ۱۰۹) حوزه های نفوذ فرهنگ را به شش حوزه؛ فرهنگ منطقه ای که برخاسته از پیوندهای قومی، جغرافیایی، مذهبی، زبانی و تاریخی، فرهنگ ملی (درون مرزها) که در آن عوامل جغرافیایی، تاریخی، سیاسی، اقتصادی، زبان و مذهب موجب رشد و تکامل فرهنگهای منطقه ای شده اند، فرهنگ ملی (بیرون از مرزها) که در آن شباهتهایی میان فرهنگ ها موجب پیدایش فرهنگ های منطقه ای می شود که فر اتر از مرزها ی ملی است، فرهنگ صنعتی، فرهنگ حرفه ای، فرهنگ وظیفه ای، و فرهنگ سازمانی که آن را نتیجه تاثیر و نفوذ شخصیت‌های بنیانگذار و رهبران برجسته و تاریخ منحصر به فرد سازمان و مراحل توسعه آن می داند (Bahredar, 2014).

پارکز و لنگ فورد^۲ (۲۰۰۸)، در تحقیقی نشان داد که در میان ۲۸ مقیاس جو، توازن کار-زندگی کمترین همبستگی بیست و یک درصد را با تعلق خاطر کارکنان داشت. تفسیر پژوهشگران از نتایج

¹ Schneider and Barso

² Parkes L P, Langford P H

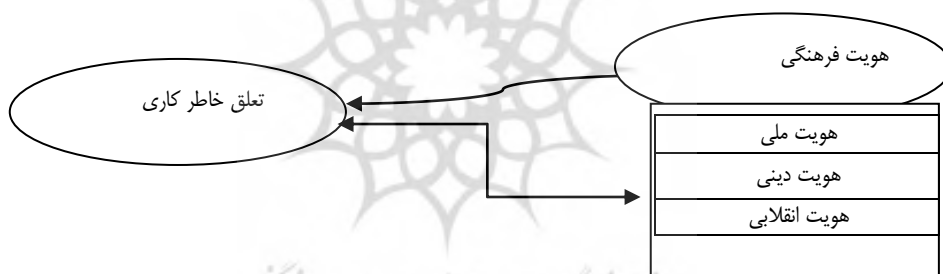
این است که کارکنان دارای تعلق خاطر بالا، گاهی اوقات توازن کار- زندگی را قربانی رسیدن به اهداف سازمانی می نمایند. به ویژه، اگر سازمان محیط کار حامی را به نحوی فراهم آورد.

۱-۲- فرضیه تحقیق

وزن ابعاد هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری از اهمیت یکسانی برخوردار نیست.

۲-۲- مدل مفهومی تحقیق

برای انجام تحقیقات علمی و نظام مند، چارچوبی علمی و نظری مورد نیاز است. که اصطلاحاً مدل مفهومی نامیده می شود، در این تحقیق از مدل مفهومی زیر استفاده شده است:



نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

برای سنجش هر یک از متغیرهای تحقیق از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. بدین ترتیب که برای هویت فرهنگی از پرسشنامه محقق ساخته از مصوب جلسه شورای مهندسی فرهنگی (۱۳۸۹) و تعلق خاطر کاری از پرسشنامه شاولی و بکر (۲۰۰۴) استفاده گردید.

۳- روش تحقیق

این تحقیق را بر اساس چگونگی بدست آوردن داده‌های مورد نظر می توان در زمره تحقیق توصیفی به شمار آورد، و چون داده‌های مورد نظر از طریق نمونه گیری از جامعه، برای بررسی توزیع

ویژگی‌های جامعه آماری انجام می‌شود این تحقیق از شاخه پیمایشی همبستگی بوده که به شیوه مقطعی صورت می‌پذیرد.

جامعه آماری این پژوهش را کارکنان بانک‌های دولتی استان قزوین تشکیل می‌دهند که جمعاً ۴۲۱ نفر شناسایی شدند، می‌باشند.

حجم نمونه با جدول مورگان برابر با ۲۰۱ تعیین می‌گردد. روش نمونه‌گیری نیز تصادفی ساده می‌باشد.

روش‌های گردآوری اطلاعات در این تحقیق مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد است.

برای تعیین روایی محتوایی، پرسشنامه‌ها به سه نفر از اساتید و خبرگان مجرب در زمینه مدیریت و روش تحقیق جهت بررسی محتوایی ارائه گردید که با بررسی و تغییرات انجام شده کلیه آنها سوالات تنظیم شده را مورد تأیید قرار دادند و از این طریق روایی محتوایی پرسشنامه‌ها تأیید گردید. همچنین برای تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

جدول ۲- آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر کدام از متغیرها

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
هویت فرهنگی	۰/۷۵۳
تعلق خاطر کاری	۰/۷۹۸

برای تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی شده است. که روش‌های توصیفی شامل معیارهای تمایل به مرکز و پراکندگی و درصد، فراوانی می‌باشد که برای طبقه بندی داده‌ها و نمایش آنها از طریق جداول فراوانی و نمودار استفاده می‌شود و در تجزیه و تحلیل استنباطی؛ ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده تست می‌شود. در صورت نرمال بودن برای تحلیل فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. همچنین از روش اهمیت نسبی برای تبیین نقش متغیرها در متغیر وابسته استفاده می‌شود.

برای درک اهمیت و اولویت سازه‌های سلامت و فرهنگ ملی در تعلق خاطر کاری از تکنیک اهمیت نسبی^۱ استفاده می‌شود. این تکنیک زمانی که متغیرهای مستقل با همدیگر همبستگی^۲ دارند، کاربرد دارد. موضوع تعیین اهمیت نسبی متغیرهای پیش‌بینی کننده در توجیه تغییرات متغیر ملاک یکی از موضوعاتی است که در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه بوده است. در ساده‌ترین تعریف اهمیت

¹ Relative Importance

² Intercorrelation

نسبی نشان‌دهنده سهم نسبی هر یک از متغیرها در R^2 است. در محاسبه سهم متغیرها هم اثر مستقیم (همبستگی آن با متغیر وابسته یا ملاک) و هم اثر غیر مستقیم یعنی زمانی که با سایر متغیرهای مستقل ترکیب می‌شود، در نظر گرفته می‌شود (جانسون و رابرتون^۱، ۲۰۰۴).
 برای سنجش اهمیت نسبی هر یک متغیرهای مستقل در نسبت همبستگی با متغیر وابسته از نرم‌افزار آماری R استفاده گردید. در این نرم‌افزار بر اساس مدل جانسون که توسط اولریک^۲ (۲۰۰۶)، اهمیت نسبی با استفاده از کدهای آماری (پکیج) به بررسی وزن نسبی هر متغیر و سهم آن در R^2 می‌پردازد.

۴- یافته‌های تحقیق

مهم‌ترین و اصلی‌ترین مرحله هر پژوهشی دست‌یابی به پاسخی است که پژوهشگر در پی آن بوده است. در این راستا تجزیه و تحلیل داده‌ها هدف نهایی از انجام یک پژوهش را برآورده می‌سازد. برای اطمینان از برگشت تمامی پرسشنامه‌ها تعداد ۲۱۰ توزیع شد تا کاملاً به تعداد حجم نمونه پرسشنامه جمع‌آوری گردد. که در بین پرسشنامه‌های برگشتی تعداد ۶ مورد برگشت داده نشد و ۴ عدد از پرسشنامه‌ها نیز مخدوش و غیر قابل تحلیل بود بنابراین در کل تعداد ۲۰۰ پرسشنامه وارد تجزیه و تحلیل نهایی گردیده است.

۴-۱- یافته‌های توصیفی

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید از ۲۰۰ نفر نمونه آماری ۱۹۱ نفر مرد و ۹ نفر زن بودند. به عبارتی دیگر نمونه آماری از ۹۵٪ مرد و ۵٪ زن تشکیل شده بود.

جدول ۳- فراوانی جنسیت کارکنان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۹۱	۹۵
زن	۹	۵
جمع کل	۲۰۰	۱۰۰

¹ Johnson and Lebreton

² Ulrike

۴-۱-۱ سن

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌کنید از ۲۰۰ نفر نمونه ۳۰ نفر بین ۲۰ تا ۳۰ سال سن، ۷۴ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن، ۶۷ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال سن و ۲۹ نفر دارای سن بیشتر از ۵۱ سال می‌باشند. در واقع گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال با درصد فراوانی ۳۷ درصد دارای بیشترین درصد فراوانی بود.

جدول ۴- فراوانی وضعیت سنی

سن (سال)	فراوانی	درصد فراوانی
۲۰ تا ۳۰	۳۰	۱۵
۳۱ تا ۴۰	۷۴	۳۷
۴۱ تا ۵۰	۶۷	۳۳
۵۱ به بالا	۲۹	۱۵
جمع کل	۲۰۱	۱۰۰

۴-۱-۲ تحصیلات

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌کنید از ۲۰۰ نفر نمونه ۷۸ نفر فوق دیپلم، ۷۹ نفر لیسانس و ۴۳ نفر فوق لیسانس و بالاتر بودند. در واقع گروه با تحصیلات لیسانس بیشترین درصد فراوانی را با ۳۹ درصد تشکیل داده بود.

جدول ۵- فراوانی تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
فوق دیپلم	۷۸	۳۰
لیسانس	۷۹	۳۹
فوق لیسانس	۴۳	۲۲
جمع کل	۲۰۱	۱۰۰

۴-۱-۳ سابقه کار

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌کنید از ۲۰۰ نفر نمونه آماری این تحقیق را ۳۵ نفر زیر ۵ سال، ۲۹ نفر ۶-۱۵ سال، ۷۷ نفر بین ۱۶-۲۵ سال و ۲ نفر ۲۹ سال به بالا بودند. بیشترین درصد فراوانی را گروه ۱۶ تا ۲۵ سال با ۳۸ درصد تشکیل می‌دادند.

جدول ۶- فراوانی سابقه کار

سابقه کار (سال)	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۵ سال	۳۵	۱۸
۶-۱۵	۵۹	۳۰
۱۶-۲۵	۷۷	۳۸
۲۶ سال به بالا	۲۹	۱۴
جمع کل	۲۰۱	۱۰۰

۴-۱-۴ هویت فرهنگی

در خصوص نمره افراد در هویت فرهنگی یک نمره کل وجود دارد. در کل میانگین وزنی هویت فرهنگی ۲,۸۵ بود. سایر داده‌های توصیفی این متغیر و مولفه‌های آن را در جدول ۷ مشاهده می‌نمایید.

جدول ۷- آمار توصیفی هویت فرهنگی و مولفه‌های آن

متغیر	تعداد	میانگین	میانگین وزنی	انحراف معیار
هویت ملی	۲۰۰	۳۰/۷۰	۲,۴۱	۲,۹۲
هویت دینی	۲۰۰	۲۷/۴۱	۲,۵۲	۴,۶۰
هویت انقلابی	۲۰۰	۲۵/۰۱	۲,۱۰	۵,۵۰
هویت فرهنگی	۲۰۰	۸۳/۱۵	۲,۸۵	۹,۹۱

۴-۱-۵ تعلق خاطر کاری

متغیر تعلق خاطر کاری از ۱۷ گویه تشکیل شده است. که میانگین وزنی آن در بین کارکنان ۲/۲۰ به دست آمد سایر داده‌های توصیفی در جدول (۸) ذیل آمده است.

جدول ۸- آمار توصیفی تعلق خاطر کاری و مولفه‌های آن

متغیر	تعداد	میانگین	میانگین وزنی	انحراف معیار
تعلق خاطر کاری	۲۰۰	۴۹/۳۱	۲,۲۰	۵/۶۶

۴- یافته های تحقیق

۴-۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنف

برای تحلیل استنباطی ابتدا به آزمون فرضیه های تحقیق پرداخته شده و سپس همبستگی وزنی متغیرهای مستقل را در متغیر وابسته به کمک نرم افزار R محاسبه شده است. قبل از آنکه به بررسی فرضیه های تحقیق پرداخته شود. برای تک تک متغیرها از آزمون کالموگروف-اسمیرنف استفاده شد. منطق استفاده از این آزمون مشخص کردن وضعیت نرمال بودن داده ها می باشد که در صورت نرمال بودن از آزمون های پارامتریک (آزمون همبستگی پیرسون) و در صورت نرمال نبودن از آزمون های ناپارامتریک (آزمون همبستگی اسپیرمن) استفاده می شود. چون داده ها نرمال می باشد. داده های این آزمون در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸- نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف

شاخص آماری	هویت فرهنگی	فرهنگ ملی	تعلق خاطر کاری
تعداد	۱۹۹	۲۰۰	۱۹۹
Z	-۰/۸۲۴	-۰/۷۰۲	-۰/۸۵۵
Sig	-۰/۵۰۴	-۰/۵۶۶	-۰/۴۵۸

مطابق با جدول ۸ توزیع داده ها نرمال بوده و برای متغیرها آزمون پارامتری استفاده گردید.

۴-۲- آزمون فرضیه تحقیق

وزن ابعاد هویت فرهنگی در تأثیر بر تعلق خاطر کاری از اهمیت یکسانی برخوردار نیست. در ابتدا برای بررسی اهمیت نسبی ابعاد هویت فرهنگی بایستی میزان همبستگی بین ابعاد این متغیر مشخص گردد. چون اهمیت نسبی در صورتی به کار می رود که ابعاد متغیر مستقل با یکدیگر رابطه قوی و شدیدی داشته باشند. برای بررسی رابطه بین ابعاد هویت فرهنگی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۹) آمده است.

جدول ۹- ضریب همبستگی بین مولفه های هویت فرهنگی و تعلق خاطر کاری

متغیرها	هویت ملی	هویت دینی	هویت انقلابی	تعلق خاطر کاری
هویت ملی	۱			
	همبستگی سطح معنی داری			
هویت دینی		۱		
		همبستگی		
		۰,۲۶۰		
			۱	
			همبستگی سطح معنی داری	
			۰,۰۰۰	

هویت انقلابی	همبستگی	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
	سطح معنی داری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
تعلق خاطر کاری	همبستگی	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰
	سطح معنی داری	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰	۰٫۰۰۰

** معنی داری آزمون در سطح معنی داری ۰/۰۱

نتایج جدول (۹) نشان داد که بین ابعاد هویت فرهنگی با توجه به سطح معنی داری به دست آمده که کمتر از سطح معنی داری استاندارد ۰/۰۱ می باشد رابطه معنی داری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه، ابتدا ضریب همبستگی بین خود متغیرهای مستقل محاسبه می شود، تا در صورتی که بین متغیرهای مستقل همبستگی مشاهده گردد، از روش اهمیت نسبی استفاده شود. جدول بالا ضریب همبستگی متغیرهای تحقیق همبستگی بین متغیرهای مستقل را نشان می دهد

جدول (۹) ضریب همبستگی متغیرهای تحقیق همبستگی بین متغیرهای مستقل را نشان می دهد در برخی موارد این ضریب بسیار بالا می باشد. نتایج نشان داد که بین ابعاد هویت فرهنگی و تعلق خاطر کاری رابطه معنی داری وجود دارد زیرا سطح معنی داری به دست آمده کمتر از سطح معنی داری استاندارد می باشد ($p < 0/01$). بیشتر همبستگی بین هویت ملی و تعلق خاطر کاری می باشد.

برای چنین تحقیقاتی که چندین متغیر مستقل داشته و متغیرهای مستقل هم با یکدیگر همبستگی دارند، از روش اهمیت یا اوزان نسبی استفاده می شود (جدول ۹). این تکنیک اثرات مستقیم هر کدام از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته و همچنین تأثیر متغیرهای مستقل را زمانی که با همدیگر ترکیب می شوند، بر روی متغیر وابسته نشان می دهد، اهمیت یا اوزان نسبی نشان دهنده سهم هر یک از متغیرهای مستقل (پیش بینی کننده) در R^2 کلی مدل می باشد.

جدول (۹) همبستگی بین متغیرهای مستقل تحقیق با متغیر تعلق خاطر کاری را نشان می دهد. با استفاده از تکنیک اهمیت نسبی، اثرات ترکیب وزنی و وزن هر کدام از متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار می گیرد. ترکیبی از سازه های هویت فرهنگی که تعلق خاطر کاری را تحت تأثیر قرار می دهد در جدول (۱۰) آمده است.

جدول ۱۰- اهمیت نسبی ابعاد هویت فرهنگی در تأثیر بر تعلق خاطر کاری

هویت ملی	۰/۱۶۸	۵۸/۱۳	۲۰۰
وزن خام هر متغیر	وزن نسبی هر متغیر از ۱۰۰	تعداد آزمودنی	
	درصد		

۲۰۰	۱۸/۶۹	۰/۰۵۴	هویت دینی
۲۰۰	۲۳/۱۸	۰/۰۶۷	هویت انقلابی
	٪۱۰۰	$R^2 = ۰/۲۸۹$	مجموع

نتایج جدول (۱۰) نشان می‌دهد که مولفه‌های هویت فرهنگی ۲۸/۹ درصد تعلق خاطر کاری را تشریح می‌کند که هویت ملی دارای بیشترین وزن نسبی و هویت دینی دارای کمترین وزن نسبی می‌باشد. و هویت ملی ۵۸/۱۳ درصد، هویت دینی ۱۸/۶۹ درصد، هویت انقلابی ۲۳/۱۸ درصد از سهم وزنی را در تاثیر بر تعلق خاطر کاری به خود اختصاص داده است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر یکسان نبودن وزن نسبی ابعاد هویت فرهنگی در تاثیر بر تعلق خاطر کاری مورد تایید واقع گردید. یعنی می‌توان اینطور ادعا نمود که ابعاد هویت فرهنگی تاثیر معنی داری در بروز تعلق خاطر کاری کارکنان بانک های دولتی استان قزوین دارند. و وزن ابعاد یکسان نمی باشد.

۵- نتیجه گیری و پیشنهادات

در تحقیق حاضر اهمیت نسبی مولفه‌های هویت فرهنگی در تاثیر بر تعلق خاطر کاری مورد نظر بود که مفهوم ابعاد ابعاد هویت فرهنگی در تعلق خاطر کاری با در طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای مورد اندازه گیری واقع گردید.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان بانک های دولتی استان قزوین تشکیل می‌دادند که تعداد نمونه ما بر اساس فرمول کوکران ۲۰۱ نفر به دست آمد که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای نسبتی توزیع شد.

پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی برای تهیه جداول فراوانی و نمودارها استفاده گردید. سپس با استفاده از آمار استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق پرداخته شد. پیش شرط استفاده از تکنیک اهمیت نسبی وجود ارتباط بین مولفه‌های متغیر مستقل می‌باشد که بر اساس آزمون همبستگی پیرسون در این تحقیق به دست آمد سپس برای تعیین وزن نسبی هر یک از مولفه‌های و هویت فرهنگی در تاثیر بر متغیر وابسته از نرم‌افزار آماری R استفاده گردید که خروجی آن در پیوست آمده است.

۵-۱- نتایج آمار توصیفی

نتایج توصیفی جنسیت پاسخگویان نشان داد که از ۲۰۰ نفر نمونه آماری ۱۹۱ نفر مرد و ۹ نفر زن بودند. به عبارتی دیگر نمونه آماری از ۹۵٪ مرد و ۵٪ زن تشکیل شده بود.

نتایج توصیفی سن پاسخگویان نشان داد که از ۲۰۰ نفر نمونه ۳۰ نفر بین ۲۰ تا ۳۰ سال سن، ۷۴ نفر بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن، ۶۷ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال سن و ۲۹ نفر دارای سن بیشتر از ۵۱ سال می‌باشند. در واقع گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال با درصد فراوانی ۳۷ درصد دارای بیشترین درصد فراوانی بود.

نتایج توصیفی تحصیلات پاسخگویان نشان داد که از ۲۰۰ نفر نمونه ۷۸ نفر فوق دیپلم، ۷۹ نفر لیسانس و ۴۳ نفر فوق لیسانس و بالاتر بودند. در واقع گروه با تحصیلات لیسانس بیشترین درصد فراوانی را با ۳۹ درصد تشکیل داده بود.

نتایج توصیفی سابقه کار پاسخگویان نشان داد که از ۲۰۰ نفر نمونه آماری این تحقیق را ۳۵ نفر زیر ۵ سال، ۲۹ نفر ۶-۱۵ سال، ۷۷ نفر بین ۱۶-۲۵ سال و ۲ نفر ۲۹ سال به بالا بودند. بیشترین درصد فراوانی را گروه ۱۶ تا ۲۵ سال با ۳۸ درصد تشکیل می‌دادند.

در خصوص نمره افراد در فرهنگ ملی یک نمره کل وجود دارد. در کل میانگین وزنی فرهنگ ملی ۲٫۶۵ بود..

در خصوص نمره افراد در هویت فرهنگی یک نمره کل وجود دارد. در کل میانگین وزنی هویت فرهنگی ۲٫۸۵ بود.

متغیر تعلق خاطر کاری از ۱۷ گویه تشکیل شده است. که میانگین وزنی آن در بین کارکنان ۲٫۲۰ به دست آمد.

۵-۲- نتایج و تحلیل آزمون فرضیات

فرضیه: وزن ابعاد هویت فرهنگی در بروز تعلق خاطر کاری از اهمیت یکسانی

برخوردار نیست.

نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین ابعاد هویت فرهنگی با توجه به سطح معنی داری به دست آمده که کمتر از سطح معنی داری استاندارد ۰/۰۱ می باشد رابطه معنی داری وجود دارد. و همچنین نتایج نشان داد که بین ابعاد هویت فرهنگی و تعلق خاطر کاری رابطه معنی داری وجود دارد زیرا سطح معنی داری به دست آمده کمتر از سطح معنی داری استاندارد می باشد ($p < 0/01$).

نتایج تجزیه و تحلیل وزن نسبی نشان می‌دهد که مولفه‌های هویت فرهنگی ۲۸/۹ درصد تعلق خاطر کاری را تشریح می‌کند که هویت ملی دارای بیشترین وزن نسبی و هویت دینی دارای کمترین وزن نسبی می‌باشد. و هویت ملی ۵۸/۱۳ درصد، هویت دینی ۱۸/۶۹ درصد، هویت انقلابی ۲۳/۱۸ درصد از سهم وزنی را در تاثیر بر تعلق خاطر کاری به خود اختصاص داده است. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر یکسان نبودن وزن نسبی ابعاد هویت فرهنگی در تاثیر بر تعلق خاطر کاری مورد تایید

واقع گردید. یعنی می توان اینطور ادعا نمود که ابعاد هویت فرهنگی تاثیر معنی داری در بروز تعلق خاطر کاری کارکنان بانک های دولتی استان قزوین دارند. و وزن ابعاد یکسان نمی باشد.

۵-۳- پیشنهادات کاربردی

بنابر فرضیه تحقیق مبنی بر وجود اهمیت نسبی ابعاد هویت فرهنگی در تاثیر بر تعلق خاطر کاری اثبات شد در این راستا پیشنهاد می شود:

جهت تقویت هویت ملی در بانک های دولتی استان قزوین پیشنهاد می شود:

۱. احساس و عاطفه مثبتی نسبت به حوادث و شخصیت های تاریخی کشور تقویت شود

۲. با برگزاری دوره هایی زندگی و شخصیت حکما و دانشمندان ایران آموزش داده شود.

۳. به فرهنگ و روش زندگی ایرانی احترام قائل شوند

۴. در بین مردم ایران احساس وجود انسجام، همبستگی و همدلی تقویت شود

جهت تقویت هویت دینی در بانک های دولتی استان قزوین پیشنهاد می شود:

۱. خداگرایی و خدا مداری در آموزش مدنظر بآید

۲. کارکنان از سنت و سیره معصومین در زندگی خود بهره مند شوند.

۳. برنامه هایی مناسک و شعائر دینی برگزار شود.

۴. کفایت دین در اداره امور اجتماعی آموزش داده شود.

جهت تقویت هویت انقلابی در بانک های دولتی استان قزوین پیشنهاد می شود:

۵. با تبحر و التقاط در جامعه مبارزه شود

۶. از حقوق مستضعفین حمایت گردد.

۷. شهدای انقلاب سلامی گرامی داشته شود

۸. به التزام کارکنان به ولایت فقیه توجه شود

۹. آرمانهای امام خمینی آموزش داده شود.

۱۰. دوره آشنای با قانون اساسی برگزار گردد.

References

- Ahmadi, H., (1996) Iran, Identity, Nationality, Ethnicity, Tehran: Research and Development Institute Publications. [In Persian]
- Bahrebardar S. A. (2014) the Importance of Organizational Culture Development, Transportation and Development Monthly, Editorial No. 91, March. [In Persian]

- Etebarian A.; Atafar A.; Rashidpour A.; Vazifeh Damirchi Q. (2014) Role Of Culture In Leaders Leading, Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 3, No.10(a); June
- Harati M. J. (2013) Develop mentalism and cultural identity in contemporary Iran. Qom: Publishing knowledge. First Edition. [In Persian]
- Hofstede, G. (1980) Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad? *Organizational Dynamics*, Summer. 42-63.
- Hofstede, G. (2001) *uul.rre.. ssss eeecces((mmpprring Vll.. s, Behvvirr., Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Isa Khani, Fani A. & Danaei Fard H. (2011) Explaining the relationship between work ethic and organizational commitment of employees. *Journal of Public Management Research*, 5 (16): 112-93. [In Persian]
- Ismaili R. (2008). Planning Iran's cultural affairs. Course notes. Under press. Isfahan. [In Persian]
- Jafarzadeh M. R., Hosseini S. M.; Jahed H. A. (2014) The Consequences of Soft War on Students' Cultural Identity: A Case Study of Behbahan University Students, *Cultural Studies Quarterly*, Volume 15, Number 28, Winter 2014, pp. 165-190. [In Persian]
- Johnson J.W. & Lebreton J.M. (2004) History and Use of Relative Importance Indices in Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 7: 238-257.
- Kahn W. A. (1990) Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *The Academy of Management Journal*, 33 (4): 692-724
- Macey W. H.; Schneider B.; Barbara K. M.; Young S. A. (2009) Employee engagement: tools for analysis. practice and competitive advantages. Willey- Blackwell, UK
- Mesbah Yazdi , M.T. (2010) Cultural invasion. Publications of Imam Khomeini Educational and Research Institute. [In Persian]
- Parkes L P, Langford P H. (2008) Work–life balance or work–life alignment? A test of the importance of work–life balance for employee engagement and intention to stay in organizations. *Journal of Management & Organization*, 14: 267–284.
- Raya J. A. (2014) Writerly dynamics and culturally situated authentic human existence in Amalia Kahana-Carmon's theory of creative writing, *Culture & Psychology*, Vol. 20(1) 118–144
- Roustaiei, T. (2010) A Study of the Attention to the Components of National Culture in the Social Education. *Journal of the Iranian Elementary School*, M.Sc. Thesis, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Islamic Azad University, Marvdasht Branch. [In Persian]
- Schaufeli W B, Bakker A B. (2004) Job demands, job resources and their relationship with burnout and engagement: a multisample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25: 293-315.

- Soleimani N. (2012) The relationship between work ethic and job satisfaction and job stress of employees in the Technical and Vocational Education Organization of Tehran. Quarterly Journal of New Approach in Educational Management, 3 (1): 54-41. [In Persian]
- Ulrike G. (2006) Relative Importance for Linear Regression in R: The Package relaimpo. Journal of Statistical Software, 17: 1-27.



The relative importance of adherence to cultural identity in the occurrence of belonging to work at State banks of Qazvin province

Maryam MahiKar^{1*}, Hadi Hashemzadeh ZandAbadi²

Received: July 10, 2020

Accepted: October 1, 2020

Abstract

The main purpose of this study is surveying the relative importance of adherence to cultural identity in the occurrence of Belonging to work at State banks of Qazvin province. The sample size was selected based on Morgan table 201 people and questionnaire was used to collect information. The reliability of the questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha coefficient. To analyze the data, descriptive statistics were used for classification, preparation of many graphs and tables, and to test the hypotheses, first the Smirnov-Kolmogorov test was used to know the normality of the variables, The results showed that the variables have a normal distribution. The hypotheses of the research were analyzed using inferential statistics and Pearson correlation coefficient test was used to find the relationship between independent and dependent variables and the technique of relative importance was used. Findings show that the dimensions of cultural identity have a significant relationship with belonging to work. The findings also indicate that the dimensions of cultural identity are not of equal relative importance in the occurrence of belonging to work.

Keywords: cultural identity, culture, identity, belonging to work.

¹ Department of Financial Management, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

² Department of Executive Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Sirjan, Iran

* Responsible author: biamaryam95@gmail.com