

## بررسی تجربی مدل بسط یافته هویت سازمانی با توجه به ویژگی‌های شخصیتی کارکنان

عسل آغاز\*، امین هاشمی\*\*

### چکیده

هدف از این مقاله آن است که به این سوال پاسخ داده شود که آیا ویژگی‌های شخصیتی کارکنان می‌تواند بر احساس هویت آنان نسبت به سازمان تأثیر بگذارد؟ روش این پژوهش پیمایش و ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است که با عنایت به پرسشنامه پنج عاملی گلدبرگ؛ پرسشنامه هویت سازمانی چنی و مدل بسط یافته هویت سازمانی مائل و اشفرث طراحی گردید. جامعه آماری این پژوهش کارکنان وزارت علوم هستند. نتایج نشان می‌دهند به‌طور کلی ویژگی‌های شخصیتی بر احساس هویت کارکنان نسبت به سازمان تأثیر دارد؛ و در مورد مدل بسط یافته هویت سازمانی می‌توان این‌گونه ادعان داشت که ویژگی‌های شخصیتی با عدم هویت و هویت خنثی رابطه منفی و با هویت دوگانه ارتباط چندانی ندارد. همچنین بر اساس این پژوهش، این‌گونه به‌نظر می‌رسد که افراد دارای ویژگی برون‌گرایی و سازگاری احساس هویت بیشتری دارند و روان رنجورها هویت پایینی داشته و بیشتر یا دارای عدم هویت یا هویت خنثی یا هویت دوگانه هستند. در نهایت می‌توان گفت ویژگی‌های شخصیتی هرچند می‌توانند بر احساس هویت کارکنان موثر باشند اما به‌نظر می‌رسد که این امر می‌تواند از طریق یک عامل میانجی تحت عنوان تناسب ویژگی‌های شخصیتی با شغل، گروه یا سازمانی که فرد در آن مشغول به کار است حاصل گردد. همچنین لازم است به نقش قدرت هنجارهای گروهی و سازمانی در شکل‌دهی شخصیت افراد نیز توجه شود.

**کلیدواژه‌ها. ویژگی‌های شخصیتی؛ مدل بسط یافته هویت سازمانی؛ مدل پنج عاملی شخصیت.**

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۰۲/۰۵، تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۰۹/۰۷.

دکتری مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول).

E-mail: Asal\_Aghaz@yahoo.com

دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی امیرکبیر.

## ۱. مقدمه

آیا می‌توان این امر را که برخی افراد به رغم وجود شرایط کاری و سبک رهبری مناسب و روابط کاری خوب، همچنان نسبت به سازمان احساس هویت بالایی ندارند را با ویژگی‌های شخصیتی آنان مرتبط دانست؟

امروزه پژوهشگران و مدیران به‌طور روزافزونی به اهمیت تأثیر هویت سازمانی بر پیامدهای سازمانی واقف شده‌اند (Cooper and Thatcher, 2010). به‌طور کلی، سازمان‌ها، طالب کارکنانی هستند که خود را به رسالت سازمان پایبند دانسته و مطابق اهداف سازمان عمل کنند. بسیاری از اندیشمندان معتقدند هرچه کارکنان نسبت به سازمان احساس هویت بیشتری داشته باشند، بیشتر خود را نسبت به تحقق اهداف سازمانی مسئول دانسته و تلاش و مشارکت بیشتری در قبال آن خواهند داشت (Ngo, Loi, Foley, Zheng and Zhang, 2012). افراد نیز سازمان‌هایی را جستجو می‌کنند که با آنان شباهت دارند. آنان مایلند خود را به‌عنوان عضوی از گروه‌ها و سازمان‌ها تصور کنند (Mozes, Josman and Yaniv, 2012). در طول دو دهه گذشته، در مورد هویت سازمانی کارکنان، به‌ویژه در حوزه‌های مدیریت رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، پژوهش‌های متعددی انجام شده است و به موازات پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها، این مفهوم به‌عنوان وسیله‌ای برای ایجاد انسجام و عاملی کلیدی در جهت موفقیت سازمانی اهمیت روزافزونی پیدا کرده است (Epitropaki, 2012). مفهوم هویت سازمانی ریشه در بحث‌های مرتبط با هویت اجتماعی دارد (Bizumic, Reynolds and Meyers, 2012). هویت سازمانی به‌معنای احساس یگانگی با سازمان و از آن خود دانستن تجربه موفقیت‌ها و شکست‌های آن تعریف شده است (Mael and ashforth, 1992). فرض بر آن است که کارکنانی که نسبت به سازمان خود احساس هویت بالاتری دارند، با احتمال بیشتری در جهت تحقق اهداف سازمان عمل می‌کنند (Ashforth and Mael, 1989). هویت سازمانی هم با متغیرهای سطح فردی مانند رضایت شغلی، مشارکت سازمانی، تعهد سازمانی، همکاری، رفتارهای شهروندی سازمانی و هم متغیرهای جمعی نظیر فرهنگ و رهبری مرتبط است (Ngo, et al., 2012).

اندیشمندان بسیاری تلاش کرده‌اند عواملی را که در افزایش هویت سازمانی نقش دارند شناسایی کنند که اکثر این عوامل در گروه متغیرهای رفتار سازمانی و شرایط محیط کار طبقه‌بندی شده‌اند. اما از میان عوامل موثر بر هویت سازمانی، چندان به نقش شخصیت افراد در این باره پرداخته نشده است (Mael and Ashforth, 1992). زیرا برخی اندیشمندان معتقدند افراد در مرحله‌ای از زندگی وارد سازمان‌ها می‌شوند که شخصیتشان، کاملاً شکل گرفته و به احتمال زیاد کاملاً پایدار و مقاوم در برابر تغییر است (Pierce and Gardner, 2009) و بررسی تأثیر آن بر متغیرهای سازمانی چاره‌ای از پیش نخواهد برد. اما بعضی دیگر از اندیشمندان

معتقدند شخصیت می‌تواند اثرات قابل توجهی بر نتایج مهم در زندگی شخصی و کاری افراد داشته باشد و باید در مورد تأثیر آن بر متغیرهای سازمانی تحقیق شود. با توجه به موارد گفته شده، در این مقاله به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان وزارت علوم بر هویت سازمانی آنان پرداخته شده است و هدف آن است که با استفاده از یک کار تجربی به این سوال پاسخ داده شود که آیا افراد با ویژگی‌های شخصیتی مختلف به روش‌های متفاوتی نسبت به سازمانشان احساس هویت می‌کنند؟

## ۲. مروری بر مبانی نظری

**هویت سازمانی.** در مقایسه با بسیاری از متغیرهای رفتار سازمانی نظیر رضایت شغلی و انگیزش کاری، به هویت سازمانی به‌عنوان یک مفهوم مستقل تا اواخر دهه ۱۹۸۰ چندان توجه نشده بود. محققان رفتار سازمانی، روانشناسی اجتماعی، و ارتباطات، در اواخر دهه ۱۹۸۰، هویت سازمانی را به‌عنوان یک موضوع مستقل مفهوم سازی کردند (Riketta, 2005). در بسیاری از تعاریف هویت سازمانی، این مفهوم به‌عنوان یک سازه شناختی، به‌معنای هم‌خوانی ارزش‌های فردی و سازمانی و یگانگی یا تعلق به سازمان در نظر گرفته شده (Dutton, Dukerich and Harquail, 1994). و در برخی دیگر از تعاریف، به‌عنوان یک سازه عاطفی- انگیزشی تعریف شده است (O'Reilly and Chatman, 1986). در نهایت در نظریه هویت اجتماعی که فراگیرترین چارچوب در پژوهش‌های معاصر در حوزه هویت سازمانی است، عناصر شناختی و عاطفی با هم ترکیب شده‌اند (Van Dick, 2001).

مفهوم اصلی نظریه هویت اجتماعی (Tajfel and Turner, 1979, 1985)، به تمایل افراد به عضویت در گروه و تعریف خود بر اساس ویژگی‌های آن گروه اشاره دارد (Mozes et al., 2011). هویت را می‌توان در طیفی از هویت شخصی تا هویت اجتماعی در نظر گرفت و هویت سازمانی می‌تواند به‌عنوان شکل خاصی از هویت اجتماعی مفهوم‌سازی شود (Epitropaki and Martin, 2005). از نظر داتون و همکارانش<sup>۱</sup> (۱۹۹۴) هویت سازمانی اشاره به درجه‌ای دارد که یک عضو خود را با ویژگی‌های تعریف‌کننده سازمان، تعریف کند؛ بنابراین نشان‌دهنده ارتباط روان‌شناختی بین فرد و سازمان استخدام‌کننده وی است که چنین پیوندی احتمال خروج کارکنان از سازمان را کاهش داده و کار گروهی و رفتار شهروندی را افزایش می‌دهد (Dutton et al., 1994). کارکنان زمانی که نسبت به سازمان خود احساس هویت کنند، از تعلق به آن احساس غرور کرده، خود را جزئی از آن دانسته (Mozes et al., 2011)، سرنوشت خود را در گرو سرنوشت سازمان خواهند دانست (Epitropaki, 2012) و بیشتر احتمال دارد که

1. Dutton et al

با دیدگاه سازمان همسو شده و از اهداف سازمان حمایت کنند (Gümüs, Hamarat, Çolak and duran, 2012). نتیجه هویت سازمانی بالاتر، رضایت شغلی، تعهد، از خودگذشتگی و انگیزه بیشتر خواهد بود (Van Dick et al., 2004).

در تعریف واژه هویت سازمانی لازم است به تمایز آن با برخی واژه‌های مشابه دقت شود. هویت سازمانی اشاره به این دارد که تا چه حد فرد خود را با شرایط یک سازمان تعریف می‌کند، درحالی‌که هویت حرفه‌ای و شغلی حدی است که فرد خود را با شرایط کاری‌اش تعریف می‌کند؛ بنابراین هویت حرفه‌ای و شغلی لزوماً به یک سازمان خاص مرتبط نیست (Mael and Ashforth, 1992). یافته‌های بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که معمولاً ارتباط مثبتی بین هویت سازمانی و هویت حرفه‌ای وجود دارد اما هویت حرفه‌ای قوی‌تر از هویت سازمانی است (Bartels, Peters, Jong, Pruyn and Vannder Melon, 2010) و ارزش‌ها، هنجارها و تقاضای ذاتی در یک هویت شغلی ممکن است با هویت سازمانی در تضاد باشد (Mael and Ashforth, 1992). برخی پژوهشگران نیز هویت سازمانی را با تعهد سازمانی اشتباه می‌گیرند. مائل و اشفرث<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) معتقدند تعهد و هویت دو مفهوم جدا هستند. اگر چه هویت لزوماً ویژگی سازمان است، اما تعهد این‌طور نیست. اهداف و ارزش‌های محوری سازمان ممکن است توسط دیگر سازمان‌ها به اشتراک گذاشته شود، و بنابراین فرد به سادگی می‌تواند تعهد خود را به یک سازمان مشابه انتقال دهد. از نظر پرات<sup>۲</sup> (۱۹۹۸)، برجسته‌ترین تمایز میان این دو آن است که هویت به مفهوم فرد از خود بازمی‌گردد، درحالی‌که تعهد به پذیرش ارزش‌های سازمانی اشاره دارد. هویت فراتر از پذیرش رفته و به مالکیت ارزش‌ها و اعتقادات سازمانی اشاره دارد. یک عضو می‌تواند نمره بالایی در تعهد داشته باشد بدون اینکه سرنوشت خود را در گروه سرنوشت سازمان بداند. اما اگر یک عضو نسبت به سازمان احساس هویت بالایی داشته باشد، در صورت ترک سازمان به لحاظ روانی آسیب خواهد دید.

در عملیاتی سازی سازه هویت سازمانی، اندیشمندانی مانند پاجن<sup>۳</sup> (۱۹۷۰)، چنی<sup>۴</sup> (۱۹۸۳)، و داتون و همکارانش (۱۹۹۴) آن را با سه عنصر اساسی در نظر گرفته‌اند: ۱- ویژگی مشابهت؛ به معنای ویژگی‌های مشترک ادراک شده توسط اعضای سازمان که بر اساس آن فرد احساس می‌کند منافع و اهداف مشترکی با سایر اعضای سازمان دارد. (Patchen, 1970; Cheney, 1983) و خود را با ویژگی‌های مشابه با سازمان استخدام‌کننده‌اش توصیف می‌کند (Dutton et al., 1994). ۲- ویژگی عضویت؛ به معنای احساس انسجام با سازمان که بر اساس آن فرد نسبت به سازمان احساس تعلق کرده (Patchen, 1970) و از عضویت در آن احساس غرور و افتخار

1. Mael and Ashforth  
2. Pratt  
3. Patchen  
4. Chenny

می‌کند (Mozes et al., 2011). ۳- ویژگی وفاداری؛ به معنای حمایت از سازمان که بر اساس آن فرد از اهداف و خطمشی‌های سازمان دفاع و حمایت کرده و نسبت به تحقق آن‌ها از خود اشتیاق نشان می‌دهد (Patchen, 1970).

**ویژگی‌های شخصیتی و هویت سازمانی.** روانشناسی شخصیت و رفتار سازمانی در دهه‌های اخیر، ارتباط متقابلی داشته‌اند و پژوهش‌های مختلفی در حوزه تأثیر شخصیت بر نتایج سازمانی از جمله عملکرد شغلی، رضایت شغلی، رهبری و تناسب فرد- سازمان انجام شده است (Roberts and Robins, 2004). از طرفی، همیشه میان مباحث روانشناسی شخصیت و رفتار سازمانی یک تنش ذاتی وجود داشته است (Mowday and Sutton, 1993). زیرا ایجاد سازگاری بین این دو مفهوم که رفتار تحت تأثیر عوامل سازمانی متغیر و هم‌زمان تفاوت‌های فردی ثابت قرار می‌گیرد دشوار است. بر اساس مباحث مطرح شده در مدیریت رفتار سازمانی، افکار، احساسات، و رفتارها متغیرند و می‌توانند بر اساس تجارب سازمانی شکل بگیرند (Roberts, 2006). این درحالی است که صفات شخصیتی الگوهای نسبتاً پایدار افکار، احساسات و رفتار افراد است که منجر به تفاوت آنان از یکدیگر می‌شود (Borghans, Golsteyn, Heckman and Humphries, 2011). پژوهشگران بسیاری بر این باورند که افراد در مرحله‌ای از زندگی وارد سازمان‌ها می‌شوند که شخصیتشان، کاملاً شکل گرفته و به احتمال زیاد کاملاً پایدار و مقاوم در برابر تغییر است. با این وجود، پژوهشگران بسیاری نیز قائل به این امرند که شخصیت می‌تواند اثرات قابل توجهی بر نتایج مهم در زندگی شخصی و کاری افراد داشته باشد و از این رو بررسی نقش ویژگی‌های شخصیتی بر متغیرهای رفتار سازمانی و منابع انسانی از اهمیت شایانی برخوردارند (Pierce and Gardner, 2009). به نظر می‌رسد این امر که افراد بر حسب تفاوت‌های فردی با دیگران (یعنی از نظر شخصیت فردی) به مسائل واکنش نشان می‌دهند، می‌تواند بر هویت آنان نیز مؤثر باشد. به عبارت دیگر، فردی که دارای سبک شناختی یا شخصیتی معینی است، ممکن است به شیوه‌ای متفاوت با سایر افراد تحت تأثیر عوامل گروهی یا سازمانی قرار گیرد. افرادی وجود دارند که جهان را در کلماتی مانند "سیاه" و "سفید"، "درست" و "اشتباه" درک می‌کنند. افرادی که چنین شخصیتی دارند ممکن است به شدت بین خود و گروه‌های دیگر اجتماعی تمایز قائل شوند. برخی پژوهشگران معتقدند باید بررسی شود آیا متغیرهای شخصیت می‌توانند تبیین کننده این امر باشند که چرا برخی افراد نسبت به بعضی دیگر به شدت نسبت به یک گروه یا سازمان احساس هویت می‌کنند (Raynolds et al., 2007)؟

مدل‌های مختلفی برای سنجش شخصیت وجود دارند که از میان این مدل‌ها، مدل پنج عاملی در میان اندیشمندان پذیرش گسترده‌ای کسب کرده است. این مدل دسته‌بندی معناداری

برای مطالعه تفاوت‌های فردی ارائه می‌کند و شخصیت را با پنج بعد نسبتاً مستقل در نظر می‌گیرد. از این مدل برای بررسی ارتباط بین شخصیت و متغیرهای سازمانی مانند رهبری، رضایت شغلی، عملکرد شغلی، و نظیر آن (Panaccio and Vandenberghe, 2012): همچنین ارزیابی و انتخاب پرسنل استفاده شده است (Gill and Hodgkinson, 2007). در حال حاضر سه ابزار غالب در مدل پنج عاملی وجود دارد که از آیت‌های توصیفی استفاده می‌کنند: شاخص‌های توصیفی گلدبرگ<sup>۱</sup> (۱۹۹۲)، شاخص‌های کوتاه ساسیر<sup>۲</sup> (۱۹۹۴) و مقیاس‌های توصیفی بین فردی تراپنل و ویگینز<sup>۳</sup> (۱۹۹۰) که هر کدام از نقاط قوت و ضعف مربوط به خود برخوردارند. گلدبرگ در خصوص مدل پنج عاملی دو ابزار را طراحی کرده است که اولی مبتنی بر رتبه‌بندی‌های دوقطبی توصیفی است و دومی ۱۰۰ عبارات توصیفی را دربرمی‌گیرد که هر دو این ابزارها توانسته‌اند تا حدی بر نقاط ضعف ابزارهای قبلی فائق آیند. مدل پنج عاملی دارای ۵ بعد به شرح زیر است:

ویژگی اول، برون‌گرایی<sup>۴</sup> است که مقابل درون‌گرایی قرار می‌گیرد. گرایش‌های رفتاری مورد استفاده برای سنجش این عامل، شامل خوش‌مشربی، اجتماعی بودن، شجاعت، پرحرفی و فعال بودن، جاه‌طلبی، و احساس مثبت است (Erdheim, Wang and Zickar, 2006). افرادی که دارای این ویژگی هستند به دلیل خوش‌مشربی، معمولاً در محیط کار قابل اعتماد دانسته می‌شوند (Zimmerman, 2008). آنان می‌توانند بر محیط خود تاثیر گذارده و انگیزه زیادی برای رسیدن به اعتبار و پاداش دارند (Panaccio and Vandenberghe, 2012). برخی پژوهش‌ها حاکی از آنند که در بلندمدت افراد برون‌گرا به موقعیت‌های کاری بهتری دست پیدا می‌کنند (Georg, Helson and John, 2011) و به دنبال فرصت‌های رشد و چالش‌های کاری بیشتری هستند، آنان معمولاً حقوق و ترفیحات بالاتری دریافت کرده و از کار خود رضایت بیشتری دارند (Sanders, 2008). برون‌گرایی با ویژگی‌هایی چون قاطعیت و عمل‌گرایی همراه شده و مشخصه افرادی است که از فرصت‌های هیجان‌آور لذت می‌برند. امتیازات پایین در این عامل نشان دهنده افرادی است که دوست دارند در حاشیه باقی بمانند، کمتر حرف می‌زنند و کمتر عمل می‌کنند (Migliore, 2011).

ویژگی دوم، سازگاری<sup>۵</sup> است که شامل ویژگی‌هایی از قبیل نوع‌دوستی، محبت و حمایت عاطفی است و خصومت، بی‌تفاوتی نسبت به دیگران، خودمحوری و کینه‌توزی در مقابل آن قرار می‌گیرد. گرایش‌های رفتاری مرتبط با این عامل عبارتند از: نزاکت، انعطاف‌پذیری، قابل اعتماد

- 
1. Goldberg
  2. Saucier
  3. Trapnell and Wiggins
  4. Extraversion
  5. Agreeableness

بودن، خوشخویی، تعاون، بخشندگی، بردباری و تمایل به ایجاد مصالحه میان منافع خود و دیگران (Erdheim, et al., 2006). در محیط کار، افراد سازگار می‌توانند با تنظیم احساسات خود محیط دوستانه‌ای ایجاد کرده، به انسجام تیم کمک کنند و به‌عنوان اعضای مهم و قابل اعتماد سازمانی پذیرفته شوند. در نتیجه، سازگاری ممکن است منجر به عجزین شدن فرد با شغل شود (Zimmerman, 2008). افراد سازگار می‌توانند مطابق با جریانات سازمانی و به‌گونه‌ای انعطاف‌پذیر عمل کرده و به راحتی با تغییر کنار بیایند (Williamson, Pemberton and Lounsbury, 2008). البته بیشتر افراد سازگار، درحالی‌که در تیم خوب عمل می‌کنند، اغلب به اندازه کافی برای موفقیت در محیط کار جسور نیستند (Sanders, 2008). امتیازهای بالا در این عامل نشان‌دهنده قابلیت انطباق و همکاری با دیگران است درحالی‌که امتیازات پایین در این عامل می‌تواند حاکی از بدبینی، به چالش کشیدن ایده‌های دیگران و عدم تمایل به مشارکت باشد (Migliore, 2011).

ویژگی سوم، وظیفه‌شناسی<sup>۱</sup> نامیده می‌شود که با قابل اطمینان و قابل اعتماد بودن، نظم، سازمان یافتگی، قانون‌مندی، مسئولیت‌پذیری، سخت‌کوشی، موفقیت‌گرایی و دقت همراه است (Erdheim, et al., 2006). وظیفه‌شناسی به روشی که افراد به کنترل، تنظیم و هدایت انگیزه‌های خود می‌پردازند مرتبط است. امتیازات بالا در این عامل نشان‌دهنده، تمرکز، دقت و سازمان یافتگی است درحالی‌که امتیازات پایین در این عامل حاکی از حواس‌پرتی و عدم-سازمان یافتگی است (Migliore, 2011).

ویژگی چهارم روان‌رنجوری<sup>۲</sup> است. این ویژگی در مقابل ثبات عاطفی قرار می‌گیرد و با تنش، بدبینی و تحریک‌پذیری همراه است (Sanders, 2008). نمونه‌ای از رفتارهای مرتبط با این ویژگی عبارتند از: اضطراب، افسردگی، خشم، خجالت، هیجان، نگرانی، احساس ناامنی، افکار واهی و پوچ، ترک کار و خودکارآمدی پایین (Erdheim, et al., 2006). افراد روان‌رنجور از آنجا که عادت دارند نیمه خالی لیوان را ببینند، وقایع معمولی را هم مشکل‌ساز دانسته و مستعد نوسانات خلقی و ابراز خشم هستند. آنان استرس بیشتر و رضایت و تعهد کمتری دارند (Panaccio and Vandenberghe, 2012). هرچند برخی پژوهشگران معتقدند روان‌رنجوری برای برخی از مشاغل که مستلزم توجه به جزئیات هستند می‌تواند مفید باشد، اما به‌طور کلی به‌عنوان یک صفت منفی دیده می‌شود (Sanders, 2008) که می‌تواند باعث نگرانی افراطی و ناتوانی در برخورد با مسایل روزمره شود. امتیاز بالا در این عامل نشان‌دهنده اضطراب، عصبانیت یا افسردگی است درحالی‌که امتیازات پایین در این عامل می‌تواند حاکی از قابلیت ارتجاع، خونسردی و توانایی کنترل استرس باشد (Migliore, 2011).

1. Conscientiousness

2. Neuroticism

آخرین ویژگی، گشودگی<sup>۱</sup> است که به خلاقیت علمی و هنری، تغییر، نوآوری، تجربه جدید و یادگیری بازمی‌گردد (Williamson, et al., 2008). گرایش‌های رفتاری مرتبط با گشودگی عبارتند از: تخیل، کنجکاوی، روشن‌فکری، هوشمندی، نیاز به تنوع، حساسیت‌های زیبایی‌شناسی و ارزش‌های غیرمعارف (Erdheim, et al., 2006). امتیازات بالا در این عامل نشان‌دهنده کنجکاوی زیاد، تفکر و رفتار فردگرایانه است و امتیازات پایین حاکی از ترجیح دادن دیدگاه‌های آشنا، محدودتر و محافظه‌کارانه‌تر است (Migliore, 2011).

برخی پژوهشگران معتقدند تفاوت‌های فردی ممکن است باعث شود افراد نسبت به گروه‌هایی احساس هویت کنند که آن‌ها را شبیه به خودشان درک می‌کنند. بر این اساس، افراد برون‌گرا به احتمال زیاد بیشتر نسبت به گروه‌های اجتماعی‌تر احساس هویت کرده و افراد وظیفه‌شناس، با احتمال بیشتری نسبت به گروه‌های سازمان‌یافته احساس هویت خواهند داشت. به نظر می‌رسد هویت اجتماعی قوی‌تر، در شخصیت‌هایی که با هنجارها، ارزش‌ها، و روش‌های گروه سازگاری دارند، شکل گیرد (Jansen, Kristof-Brown, 2006) و گروه‌هایی که بر هنجارهایی چون سخت‌کوشی، موفقیت و اشتیاق تاکید دارند، به انتخاب افراد وظیفه‌شناس، بیشتر تشویق می‌شوند (Bizumic et al., 2012). بر این اساس می‌توان فرضیه اول پژوهش را به صورت زیر مفهوم‌سازی کرد:

فرضیه ۱. ویژگی‌های شخصیتی افراد بر احساس هویت آنان نسبت به سازمان تاثیرگذار است.

البته نظریه پردازان سازمانی اخیراً مفهومی فراتر از هویت سازمانی را مد نظر قرار داده و طیف وسیع‌تری از اشکال ممکن تعلق به سازمان را مطرح کرده‌اند (Kreiner and Ashforth, 2004). در مدل بسط یافته هویت سازمانی<sup>۲</sup> علاوه بر عامل هویت، سه عامل دیگر عدم هویت<sup>۳</sup>، هویت دوگانه<sup>۴</sup> و هویت خنثی<sup>۵</sup> نیز مطرح شده است. عدم‌هویت زمانی رخ می‌دهد که فرد دارای صفات یا اصول مشابه با آنچه که تعریف‌کننده سازمان است نباشد. به عنوان مثال برخی افراد کاملاً با ارزش‌ها و رسالت‌های سازمان مخالفاند (Elsbach and Bhattacharya, 2001). عدم هویت امری تصادفی نیست بلکه به معنای جداکردن عمدی خود از سازمان بوده و می‌تواند تا جایی پیش رود که فرد به طور آگاهانه و فعال، هویت خود را از سازمان جدا کند

- 
1. Openness to experience
  2. Expanded model of organizational identification
  3. Disidentification
  4. Ambivalent identification
  5. Neutral identification



(Kreiner, Ashforth and Sluss, 2006). بر این اساس می‌توان فرضیه دوم پژوهش را به صورت زیر طرح کرد:

فرضیه ۲. ویژگی‌های شخصیتی افراد بر احساس عدم هویت آنان نسبت به سازمان تاثیرگذار است.

با در نظر گرفتن پیچیدگی و ابهام سازمان‌های کنونی و تضعیف شدن ارزش‌ها و باورهای افراد، یک فرد ممکن است به طور همزمان با جنبه‌هایی از سازمان، هویت یافته و نسبت به سایر جنبه‌ها احساس هویت نکند. این حالت، هویت دوگانه (یا هویت متعارض یا بیمارگونه) نامیده می‌شود که به معنای دوست داشتن برخی جنبه‌های سازمان و ناخرسندی از سایر آن‌هاست. بر این اساس می‌توان فرضیه سوم پژوهش را به صورت زیر مفهوم‌سازی کرد:

فرضیه ۳. ویژگی‌های شخصیتی افراد بر احساس هویت دوگانه آنان نسبت به سازمان تاثیرگذار است.

در نهایت، ادراک از خود ممکن است بر مبنای فقدان هر دو عامل هویت و عدم هویت در سازمان صورت پذیرد که هویت خنثی نامیده می‌شود. کارمندی که نه نسبت به سازمان احساس تعلق و هویت کرده و نه هویت خود را از سازمان جدا می‌پندارد، می‌تواند معرف چنین حالتی باشد (Kreiner and Ashforth, 2004). بر این اساس می‌توان فرضیه چهارم پژوهش را به صورت زیر طرح کرد:

فرضیه ۴. ویژگی‌های شخصیتی افراد بر احساس هویت خنثی آنان نسبت به سازمان تاثیرگذار است.

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

روش این پژوهش، توصیفی-همبستگی از نوع پیمایش است و از لحاظ زمانی یک تحقیق مقطعی به حساب می‌آید. ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسش‌نامه است که پس از مطالعات گسترده و با عنایت به کارهای قبلی به شرح زیر طراحی و تنظیم گردید:

- پرسشنامه پنج عاملی گلدبرگ (۱۹۹۲):

- پرسشنامه هویت سازمانی چنی (۱۹۸۳):

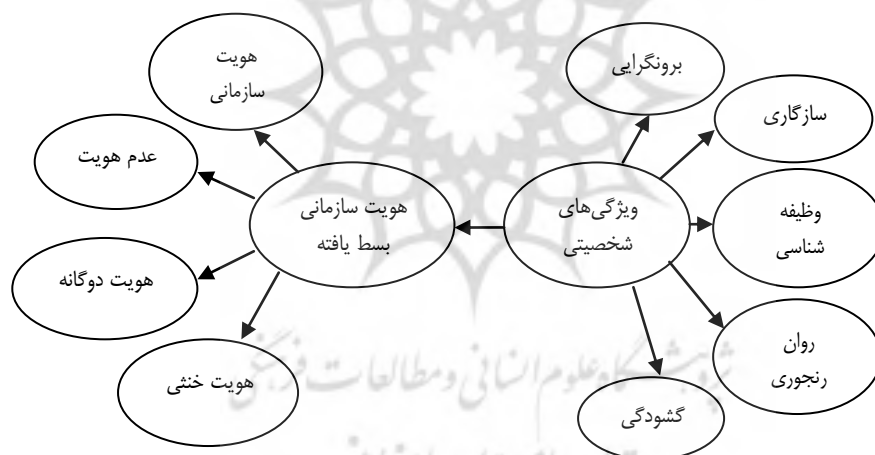
- مدل بسط یافته هویت سازمانی مائل و اشفرث (۲۰۰۴).

همان‌گونه که پیش‌تر نیز مطرح شد، در پرسشنامه پنج عاملی گلدبرگ شخصیت با پنج بعد، در پرسشنامه هویت سازمانی چنی، این مفهوم با سه بعد در نظر گرفته شده است و در مدل بسط یافته هویت سازمانی مائل و اشفرث، به جز بعد هویت سازمانی، سه بعد دیگر نیز لحاظ شده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. متغیرهای مورد بررسی در پژوهش

| متغیر مستقل            | متغیرهای وابسته |
|------------------------|-----------------|
| ویژگی‌های شخصیتی       | هویت سازمانی    |
| - برونگرایی            | - شباهت         |
| - سازگاری              | - عضویت         |
| - وظیفه‌شناسی          | - وفاداری       |
| - روان‌رنجوری          | عدم هویت        |
| - گشودگی نسبت به تجربه | هویت دوگانه     |
|                        | هویت خنثی       |

مدل مفهومی این پژوهش نیز باتوجه به ابعاد مذکور طراحی گردید (شکل ۱) و برای سنجش آن یک پرسشنامه ۶۶ سوالی طراحی گردید که ۴۴ سوال به شخصیت و ۲۲ سوال به هویت سازمانی اختصاص داده شد و به تایید استادان صاحب‌نظر در حوزه رفتار سازمانی رسید.



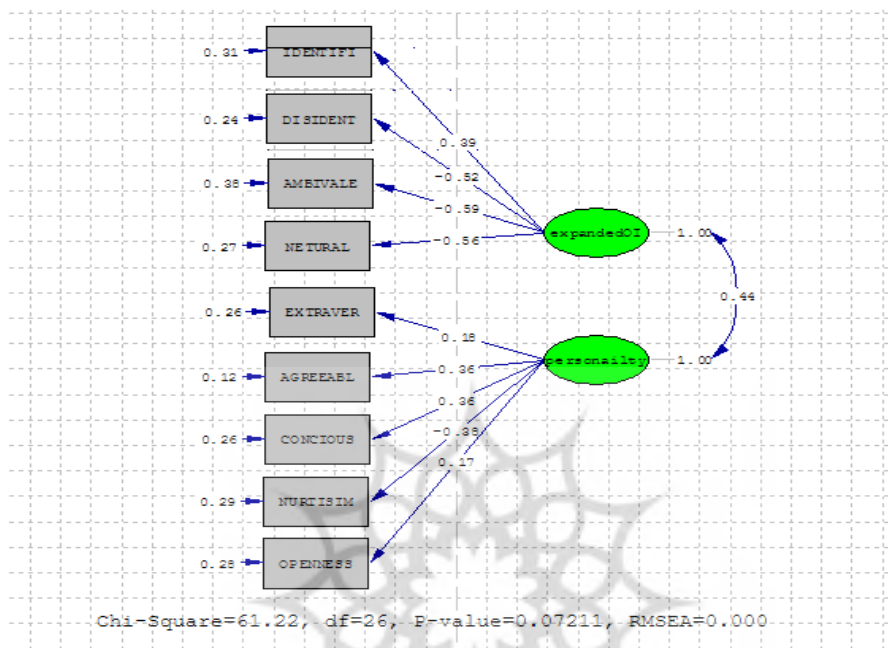
شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش کارکنان وزارت علوم هستند. به نظر می‌رسد که بررسی مدل بسط یافته هویت سازمانی در چندین سازمان، می‌تواند نتایج متناقضی را به همراه داشته باشد، زیرا کنترل شرایط کاری مختلف در سازمان‌های گوناگون امکان‌پذیر نبود. بنابراین، این پژوهش تنها

در یک سازمان انجام شد. هر کدام از پژوهشگران در طول دوران تحصیل خود چندین بار جهت انجام امور دانشجویی به این وزارتخانه مراجعاتی داشتند و در برخورد با کارکنان آن، با شکل‌های متفاوتی از احساس تعلق سازمانی مواجه شدند. برای مثال، برخی کارکنان با شور و اشتیاق درباره سازمان خود صحبت می‌کردند، درحالی‌که برخی دیگر با اکراه یا با بی‌تفاوتی از آن حرف می‌زدند. از این‌رو، این سوال به ذهن پژوهشگران خطور کرد که چرا به‌رغم شرایط کاری یکسان در وزارتخانه مذکور، کارکنان احساسات متفاوتی نسبت به سازمانشان دارند؟ تعداد کارکنان رسمی و پیمانی این وزارتخانه حدود ۸۰۰ نفر است؛ که با توجه به فرمول نمونه‌گیری جامعه محدود، حجم نمونه ۱۲۷ نفر محاسبه شد که برای افزایش اطمینان از بازگشت پرسش‌نامه‌ها، ۲۵۰ پرسشنامه به‌روش تصادفی ساده توزیع گردید. به‌منظور افزایش دقت در کسب نتایج حاصل از پژوهش، پژوهشگران خود مبادرت به پخش پرسشنامه کردند. به دلیل حجم پرسشنامه‌ها و ساختار فیزیکی سازمان، توزیع پرسشنامه‌ها چند روز به طول انجامید با این حال سعی شد در روزهایی مثل پنج‌شنبه یا بین دو تعطیل از توزیع پرسشنامه خودداری گردد زیرا در این روزها افرادی که نسبت به سازمان هویت کمتری داشتند، احتمالاً با اخذ مرخصی، غیبت کامل یا حضور دیر هنگام باعث انحراف در نتایج می‌شدند. در نهایت ۲۱۰ پرسشنامه برگشت داده شده و ۲۰۲ عدد قابل تحلیل تشخیص داده شد. از این ۲۰۲ نفر، ۱۲۴ نفر مرد و ۷۲ نفر زن بودند و ۶ نفر جنسیت خود را اعلام نکرده بودند؛ ۱۱۱ نفر بدون سابقه، ۲۹ نفر دارای سابقه ۱ تا ۳ سال، ۱۴ نفر دارای سابقه ۴ تا ۶ سال، ۹ نفر دارای سابقه ۷ تا ۱۰ سال، ۲۲ نفر بالای ۱۰ سال بوده و ۱۷ نفر سابقه خود را اعلام نکرده بودند؛ ۵۱ نفر زیر ۳۰ سال، ۹۳ نفر ۳۰ تا ۳۹ سال، ۴۲ نفر ۴۰ تا ۴۹ سال، ۹ نفر ۵۰ تا ۵۹ سال، ۲ نفر بالای ۶۰ سال بوده و ۵ نفر سن خود را اعلام نکرده بودند؛ ۳۵ نفر دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم، ۹۱ نفر کارشناسی، ۷۵ نفر کارشناسی ارشد و بالاتر بوده و ۱ نفر نیز تحصیلات خود را اعلام نکرده بود.

به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه، تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه آماری توزیع و گردآوری شد و ضریب آلفای کرونباخ سوالات هویت سازمانی، ۰/۸۴۲ و سوالات شخصیت ۰/۸۱۳ به‌دست آمد که عدد مناسبی است. به‌منظور بررسی روایی عاملی پرسش‌نامه، با استفاده نرم‌افزار آماری SPSS و لیزرل مبادرت به انجام تحلیل عاملی اکتشافی گردید. در تحلیل عاملی پرسش‌نامه شخصیت میزان KMO ۰/۸۶۸ به‌دست آمد که این امر حاکی از کفایت نمونه‌گیری است. همچنین از آنجایی‌که ضریب معناداری برابر با صفر بوده که این مقدار کوچکتر از ۰/۰۵ است، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مناسب تشخیص داده شد. پرسشنامه اولیه شخصیت مرکب از ۴۴ سوال بود که بعد از انجام تحلیل عاملی در مرحله اول، یک سوال حذف گردید و در مرحله دوم، اشتراک متغیر تمامی سوالات باقی‌مانده بیش از ۰/۵ بوده و هیچ یک از سوالات حذف نگردید. در

مورد هویت سازمانی، میزان KMO ۰/۸۱۴ و عدد معناداری صفر به دست آمد که این امر بیانگر کفایت نمونه‌گیری و مناسب بودن تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار است. در مرحله اول تحلیل عاملی اشتراک متغیر تمامی سوالات هویت بیش از ۰/۵ بوده و هیچ کدام حذف نگردید. آزمون اعتبار عاملی پرسشنامه نیز با کمک تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل ۸/۵۳ انجام گرفت. که نتایج حاصل از آن در شکل ۲ مشاهده می‌شود.



شکل ۲. بررسی روایی عاملی

نتایج لیزرل حاکی از آن است که مقدار  $\chi^2$  بر درجه آزادی در این مدل ۲/۳۵ بوده (کوچکتر از ۳)؛ GFI برابر با ۰/۹۶ و AGFI برابر با ۰/۹۴ (بیشتر از ۰/۹۰)؛ RMSE برابر با ۰/۰۰ (کوچکتر از ۰/۰۰۱) و میزان p-value برابر با ۰/۰۷۲ و بیشتر از سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha = 0/05$ ) بوده که همگی حاکی از برازش مناسب مدل بوده و بیانگر این امر است که پرسشنامه این تحقیق از اعتبار و روایی بالایی برخوردار می‌باشد.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

پس از جمع‌آوری داده‌ها، با استفاده از برنامه نرم‌افزار آماری SPSS و نرم‌افزار پیشرفته لیزرل اطلاعات به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف برای مشخص نمودن نرمال بودن توزیع متغیرها، آزمون مقایسه میانگین یک جامعه برای بررسی وضعیت متغیرها، تحلیل همبستگی برای بررسی رابطه میان متغیرها، آزمون میانگین چند جامعه برای بررسی ارتباط میان متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای پژوهش و مدل معادلات ساختاری برای سنجش تاثیر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان بر هویت سازمانی آنان استفاده شد. باتوجه به آزمون کولموگوروف اسمیرنوف، sig تمامی عوامل به غیر از عامل وظیفه‌شناسی بزرگتر از ۰/۰۵ بوده، از این رو می‌توان گفت که توزیع، نرمال بوده است؛ به همین دلیل برای آزمون فرضیه‌ها و انجام سایر آزمون‌های آماری از آمار پارامتریک استفاده گردید.

آزمون مقایسه میانگین یک جامعه. جهت مناسب بودن وضعیت عامل‌ها از آزمون میانگین یک جامعه استفاده شد. جدول ۲ نتایج تحقیق را باتوجه به این آزمون نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج آزمون میانگین یک جامعه باتوجه به عامل‌های شخصیت و هویت سازمانی

| هویت     | عدم هویت | هویت دوگانه | هویت خنثی | شخصیت برون گرایی | سازگاری | وظیفه شناسی | روان رنجوری | کشودگی |
|----------|----------|-------------|-----------|------------------|---------|-------------|-------------|--------|
| میانگین  | ۲/۵۲     | ۳/۰۳        | ۲/۱۴      | ۳/۴۰             | ۳/۱۹    | ۳/۷۴        | ۲/۷۵        | ۳/۴۲   |
| حد بالا  | -۰/۳۸    | -۰/۱۵       | -۰/۷۴     | ۰/۴۴             | ۰/۲۶    | ۰/۸۱        | -۰/۱۵       | ۰/۵۰   |
| حد پایین | ۰/۱۸     | -۰/۵۷       | -۰/۰۸     | ۰/۳۶             | ۰/۱۱    | ۰/۶۷        | -۰/۳۴       | ۰/۳۴   |
| Sig      | ۰/۰۰     | ۰/۰۰        | ۰/۵۹      | ۰/۰۰             | ۰/۰۰    | ۰/۰۰        | ۰/۰۰        | ۰/۰۰   |

باتوجه به جدول ۲، می‌توان گفت در وزارت علوم، وضعیت هویت سازمانی بالاتر از حد متوسط بوده، عدم هویت و هویت خنثی پایین‌تر از حد متوسطند و هویت دوگانه در حد متوسط است. در مورد شخصیت، کلیه عوامل به غیر از روان رنجوری بالاتر از حد متوسط هستند.

آزمون همبستگی بین عامل‌ها. برای بررسی رابطه میان شخصیت و هویت سازمانی از آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۳. ضریب همبستگی شخصیت و هویت سازمانی

| شخصیت        | برون‌گرایی | سازگاری   | وظیفه‌شناسی | روان‌رنجوری | گشودگی |
|--------------|------------|-----------|-------------|-------------|--------|
| هویت سازمانی | *۰.۱۴۲     | **۰.۲۱۹   | ۰.۰۵۵       | ** -۰.۱۹۱   | ۰.۰۵۶  |
| - شباهت      | ۰.۱۲۴      | ۰.۱۲۸     | ۰.۰۲۳       | * -۰.۱۷۱    | ۰.۰۴۱  |
| - وفاداری    | ۰.۱۱۹      | **۰.۲۲۰   | ۰.۰۵۰       | * -۰.۱۹۷    | ۰.۰۱۸  |
| - عضویت      | ۰.۱۴۸      | ۰.۲۲۳     | ۰.۰۶۹       | * -۰.۱۴۰    | ۰.۱۰۶  |
| عدم هویت     | ** -۰.۱۲۰  | ** -۰.۳۵۰ | -۰.۱۰۷      | ۰.۱۰۹       | -۰.۰۴۹ |
| هویت خنثی    | ** -۰.۱۶۳  | ** -۰.۲۹۵ | -۰.۱۱۱      | ۰.۰۵۷       | -۰.۱۹۳ |
| هویت دوگانه  | -۰.۱۱۸     | ** -۰.۲۲۵ | -۰.۱۳۷      | *۰.۱۶۱      | ۰.۰۱۳  |

\*\* همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

\* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است

باتوجه به جدول ۳ می‌توان گفت: به‌طور کلی ویژگی‌های شخصیتی با هویت رابطه مثبت و معناداری دارد؛ و با عدم هویت و هویت خنثی رابطه منفی و معنادار دارد و با هویت دوگانه ارتباط چندانی ندارد. همچنین:

- در مورد هویت سازمانی، ویژگی‌های برون‌گرایی و سازگاری با آن رابطه مثبت و معنادار داشته، روان‌رنجوری با آن رابطه منفی معنادار داشته و وظیفه‌شناسی و گشودگی با آن ارتباط معناداری ندارند.

- در مورد عدم هویت، ویژگی سازگاری با آن دارای رابطه معنادار منفی بوده و سایر ویژگی‌های شخصیتی با آن ارتباط معناداری ندارند.

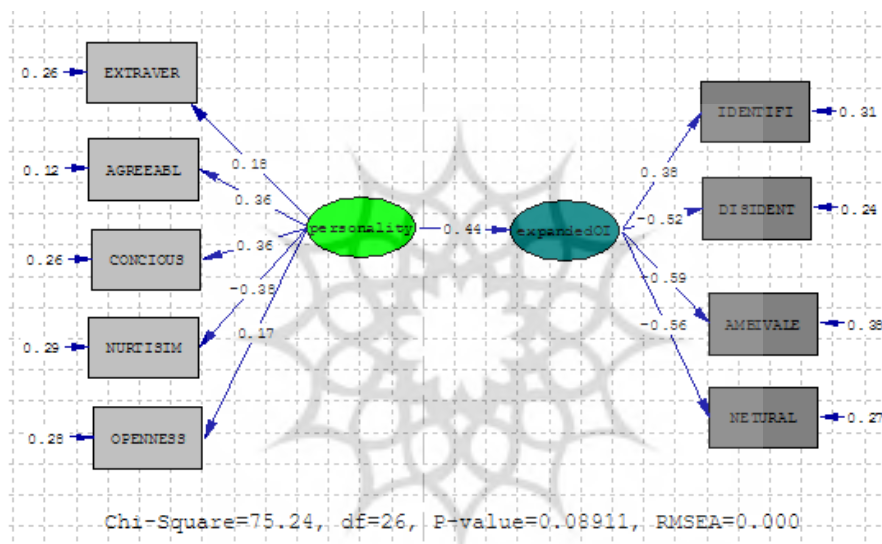
- در مورد هویت خنثی، ویژگی‌های برون‌گرایی، سازگاری و گشودگی با آن رابطه منفی معنادار داشته و وظیفه‌شناسی و روان‌رنجوری با آن رابطه معناداری ندارد.

- در مورد هویت دوگانه، ویژگی روان‌رنجوری با آن رابطه مثبت معنادار داشته، سازگاری با آن رابطه منفی معنادار داشته و برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و گشودگی با آن رابطه معناداری ندارند.

**آزمون مقایسه میانگین چند جامعه.** بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش جنسیت، تجربه و تحصیلات افراد اختلاف معناداری در میزان هویت آنان نسبت به سازمان ایجاد نمی‌کند؛ بنابراین از ذکر جداول آماری ناشی از آن صرف نظر شد. البته برخی پژوهش‌ها حاکی از آنند که در مورد عامل جنسیت، به‌نظر می‌رسد مردان کلاً هویت سازمانی بالاتری داشته باشند (De Moura, Abrams, Retter, Gnnarsdottir and Ando, 2009) و در مورد عامل سابقه کاری به‌نظر

می‌رسد میزان زمانی که در آن فرد به‌طور فعال با سازمان درگیر است با هویت به‌طور مثبت در ارتباط است، هر چند شیب ارتباط به تدریج باید در طول زمان کاهش یابد (Mael and Ashforth, 1992).

**مدل معادلات ساختاری برای سنجش تاثیر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان بر احساس هویت آنان نسبت به سازمان.** جهت بررسی وجود و یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای پژوهش، فرضیه‌های تحقیق با استفاده معادلات ساختاری آزمون شدند. شکل ۳ نشان‌دهنده نتایج مرتبط با فرضیات پژوهش است. همان‌طور که شاخص‌ها نشان می‌دهد نسبت کای دو به درجه آزادی برابر با ۲/۸۹ است (کوچکتر از ۳) و همچنین میزان RMSEA برابر با ۰/۰۰۰ (کوچکتر از ۰/۰۱) و p-value بیشتر از سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha = 0/05$ ) است که این امر نشان‌دهنده برازش خوب مدل است.



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری مرتبط با تاثیر ویژگی‌های شخصیتی بر هویت سازمانی کارکنان

### ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بسیاری از اندیشمندان معتقدند از آنجاکه ارتباط افراد و سازمان پویا و تغییرپذیر است، هویت سازمانی در خلاء اتفاق نمی‌افتد و مدیران باید در پی یافتن راهکارهایی برای بهبود آن باشند (Van Knippenberg, Martin and Tyer, 2006). آنان بر این باورند که متغیرهایی مانند شرایط کاری، رویه‌های عادلانه، روابط کاری خوب، سبک رهبری مناسب و فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکتی و شفافیت سازمانی و احساس امنیت شغلی، می‌توانند بر میزان هویت افراد

نسبت به سازمان تأثیر بگذارند (De Moura et al, 2009). لیکن در بسیاری از پژوهش‌ها به بررسی این امر پرداخته نشده است که آیا می‌توان این امر را که برخی افراد با به رغم وجود شرایط کاری و سبک رهبری مناسب و روابط کاری خوب همچنان نسبت به سازمان احساس هویت بالایی ندارند را با ویژگی‌های شخصیتی آنان مرتبط دانست؟

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارکنان بر احساس هویت آنان نسبت به سازمان بود. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهند به‌طور کلی ویژگی‌های شخصیتی بر احساس هویت کارکنان نسبت به سازمان تأثیر دارد؛ و در مورد مدل بسط یافته هویت سازمانی می‌توان این گونه اذعان داشت که ویژگی‌های شخصیتی کارکنان با عدم هویت و هویت خنثی رابطه منفی و معنادار و با هویت دوگانه ارتباط چندانی ندارد. همچنین بر اساس این پژوهش این گونه به‌نظر می‌رسد که افراد دارای ویژگی برون‌گرایی و سازگاری احساس هویت بیشتری دارند. این امر با نتایج برخی از پژوهش‌هایی که حاکی از آنند که گروه‌های دارای اعضای با شخصیت برون‌گرا و سازگار، تمایل به انسجام بیشتری دارند، سازگار است (Bizumic et al., 2012). همچنین بر اساس نتایج این پژوهش، روان‌رنجورها هویت پایینی داشته و بیشتر یا دارای عدم هویت یا هویت خنثی یا هویت دوگانه هستند. در واقع از آنجاکه عدم هویت سازمانی فرایندی آگاهانه و از روی شناخت است، فرد ممکن است به حدی برسد که به سازمان نگاهی خصمانه داشته باشد. نکته قابل توجه این است که این حالت از مفهوم بی تفاوت بودن نسبت به سازمان متمایز است (Elsbach and Bhattacharya, 2001). چرا که، عدم هویت زمانی به وقوع می‌پیوندد که اعضا نسبت به سازمان احساس تمایز و عدم پیوستگی نموده و سازمان را دشمن خود ببینند (Kreiner and Ashforth, 2004). البته لازم به ذکر است که با توجه به نظریه هویت اجتماعی، هویت سازمانی شامل یک فرایند فردیت‌زدایی است (Hogg, 2001) که کانون توجه را از فردیت به عضو جمع بودن تغییر می‌دهد. وقتی هویت اجتماعی برجسته تر شود، افراد تمایل پیدا می‌کنند خود را کمتر به‌عنوان فرد تعریف کنند و بیشتر به‌عنوان اعضای یک جمع ببینند (Epitropaki and Martin, 2005). هویت یک فرد تنها با ویژگی‌های شخصی او تعریف نمی‌شود بلکه توسط عضویت او در گروه‌ها یا سازمان‌ها تعیین می‌شود؛ و ممکن است قدرت هنجارهای گروهی و اهمیت آن‌ها برای افراد، باعث شکل‌دهی شخصیت آنان شود (Raynolds et al., 2010). البته برخی پژوهشگرها معتقدند شخصیت در شرایط کاری قوی (روابط میان فردی قوی) نسبت به شرایط کاری ضعیف اثرات کمتری بر عملکرد دارد که لازم است به این نکته نیز حتما توجه شود (Pierce and Gardner, 2009) و می‌توان با تشکیل تیم‌های منسجم کاری، ترویج فرهنگ همکاری در سازمان و پرداخت‌های مبتنی بر



عملکرد تیمی، حس جمع‌گرایی را افزایش و ویژگی‌های شخصیتی را تحت‌الشعاع ویژگی‌های گروه و سازمان قرار داد و بدین ترتیب بر احساس هویت جمعی افزود. در نهایت آنکه این پژوهش محدودیت‌هایی نیز دارد. از جمله آنکه صرفاً در یک دستگاه اجرایی بررسی شده است و یقیناً نتایج آن قابل تعمیم نخواهد بود. به‌علاوه، ویژگی‌های شخصیتی هرچند می‌توانند بر احساس هویت کارکنان موثر باشند اما به‌نظر می‌رسد که این امر از طریق یک عامل میانجی تحت عنوان تناسب ویژگی‌های شخصیتی با شغل، گروه و سازمانی که فرد در آن مشغول به کار است حاصل می‌گردد که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته است. به‌نظر می‌رسد کسانی که ویژگی‌های شخصیتی آنان با شغل، گروه و سازمانشان تناسب داشته باشد، احساس هویت بیشتری نسبت به سازمان خواهند داشت. از این‌رو به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌گردد در قالب یک پژوهش تجربی به بررسی تاثیر متغیرهای مذکور به‌عنوان یک عامل میانجی در رابطه میان ویژگی‌های شخصیتی و هویت سازمانی بپردازند.



## منابع

1. Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989), Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
2. Bartels, J., Peters, O., Jong, M., Pruyn, A. & Van der Melon, M. (2010). Horizontal and vertical communication as determinants of professional and organizational identification, *Personnel Review*, 39 (2), 210-226.
3. Bizumic, B. Reynolds, K. J. & Meyers, B. (2012). Predicting social identification over time: The role of group and personality factors. *Personality and Individual Differences*, 53, 453° 458.
4. Borghans, L., Golsteyn, B. H. H., Heckman, J. & Humphries, J. E. (2011). Identification problems in personality psychology. *Personality and Individual Differences*, 51, 315° 320.
5. Cheney, G. (1983). On the various and changing meaning of organizational membership: A field study of organizational identification, *Communication Monographs*, 50, 342-362.
6. Cooper, D. & Thatcher, S. (2010). Identification in organizations: The role of self-concept orientations and identification motives. *Academy of Management Review*, 35, 516° 538.
7. De Moura, G. R., Abrams, D., Retter, C., Gunnarsdottir, S. & Ando, K. (2009). Identification as an organizational anchor: How identification and job satisfaction combine to predict turnover intention. *European Journal of Social Psychology*, 39, 540° 557.
8. Dutton, E., Dukerich, M. & Harquail, V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
9. Elsbach, K. D. & Bhattacharya, C. B. (2001). Defining who you are by what you are not: Organizational disidentification and the national rifle association. *Organization Science*, 12, 393-414.
10. Epitropaki, O. (2012). A multi-level investigation of psychological contract breach and organizational identification through the lens of perceived organizational membership: Testing a moderated° mediated model. *Journal of Organizational Behavior*, 34(1), 65° 86.
11. Epitropaki, O. & Martin, R. (2005). The Moderating role of individual differences in the relation between transformational/transactional leadership perceptions and organizational identification. *The Leadership Quarterly*, 16, 569° 589.
12. Erdheim, J., Wang, M & Zickar, M. J. (2006). Linking the Big Five Personality constructs to organizational commitment. *Personality and Individual Differences*, 41, 959° 970.
13. George, L. G., Helson, R. & John, O. P. (2011). The CEO° of women's work lives: How Big Five conscientiousness, extraversion, and openness predict 50 years of work experiences in a changing sociocultural context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 812° 830.
14. Gill, C. M. & Hodgkinson, G. P. (2007). Development and validation of the five factor model questionnaire (FFMQ): An adjectival based personality inventory for use in occupational settings. *Personnel Psychology*, 60, 731° 766.
15. Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26° 42.

16. Gümüş, M., Hamarat, B., Çolak, E. & Duran, E. (2012). Organizational and Occupational Identification: Relations to Teacher Satisfaction and Intention to Early Retirement. *Career Development International*, 17 (4). 1-19.
17. Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 184° 200.
18. Jansen, K. J. & Kristof-Brown, A. (2006). Toward a multidimensional theory of person-environment fit. *Journal of Managerial Issues*, 18, 193° 212.
19. Kreiner, G. E. & Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25(1), 1-27.
20. Kreiner, G., Ashforth, B. & Sluss, D. (2006). Identity Dynamics in Occupational Dirty Work: Integrating Social Identity and System Justification Perspectives. *Organization Science*, 17(5), 619-636.
21. 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, 103-123.
22. Migliore, L. A. (2011). Relation between big five personality traits and Hofstede's cultural dimensions: Samples from the USA and India. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 18 (1), 38-54.
23. Mowday, R. T. & Sutton, R. I. (1993). Organizational behavior: Linking individuals and groups to organizational contexts. *Annual Review of Psychology*, 44, 195° 229.
24. Mozes, M., Josman, Z. & Yaniv, E. (2012). Corporate social responsibility organizational identification and motivation. *Social Responsibility Journal*, 7 (2), 310 ° 325.
25. Ngo, H., Loi, R., Foley, Sh., Zheng, X. & Zhang, L. (2012). Perceptions of organizational context and job attitudes: The mediating effect of organizational identification. *Asia Pacific Journal of Management*, 1-20.
26. O'Reilly, C. & Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: the effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 492-9.
27. Panaccio, A. & Vandenberghe, Ch. (2012). Five-factor model of personality and organizational commitment: The mediating role of positive and negative affective states. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 647° 658.
28. Patchen, M. (1970). *Participation, achievement and involvement on the job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
29. Pierce, J. L. & Gardner, D. G. (2009). Relationship of personality and job characteristics with organization-based self-esteem. *Journal of Managerial Psychology*, 24 (5), 392-409.
30. Pratt, M. (1998). To be or not to be? Central questions in organizational identification, in Whetten, D. and Godfrey, P. (Eds), *Identity in Organizations: Building Theory through Conversations*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 171-207.
31. Reynolds, K. J., Turner, J. C., Haslam, S. A., Ryan, M. K., Bizumic, B. & Subasic, E. (2007). Does the personality explain in-group identification and discrimination? Evidence from the minimal group paradigm. *British Journal of Social Psychology*, 46, 517° 539.
32. Reynolds, K. J., Turner, J. C., Branscombe, N., Mavor, K. I., Bizumic, B., & Subasic, E. (2010). Interactionism in personality and social psychology: An

- integrated approach to understanding the mind and behavior. *European Journal of Personality*, 24, 458° 482.
33. Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 358° 384.
34. Roberts, B. W. (2006). Personality development and organizational behavior. *Research in Organizational Behavior*, 27, 1° 40.
35. Roberts, B. W. & Robins, R. W. (2004). A longitudinal study of person-environment fit and personality development. *Journal of Personality*, 72, 89° 110.
36. Sanders, B. A. (2008). Using personality traits to predict police officer performance. *Policing, An International Journal of Police Strategies & Management*, 31 (1), 129-147.
37. Saucier, G. (1994). Mini-markers: A brief version of Goldberg unipolar Big Five markers. *Journal of Personality Assessment*, 63, 506° 516.
38. Tajfel, H. & Turner, J. (1979). An integrative theory of social contact, in Austin, W. & Worchel, S. (Eds), *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Brooks/Cole, Monterey, CA, pp. 162-73.
39. Tajfel, H. & Turner, J. (1985). The social identity theory of intergroup behavior, in Worchel, S. & Austin, W. (Eds), *Psychology of Intergroup Relations*, Nelson Hall, Chicago, IL, pp. 7-24.
40. Trapnell P. D. & Wiggins, J. S. (1990). Extension of the Interpersonal Adjective Scales to include the Big Five dimensions of personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 781° 790.
41. Van Dick, R. (2001). Identification in organizational contexts: linking theory and research from social and organization psychology. *International Journal of Management Reviews*, 3, 265° 283.
42. Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J. & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 171-191.
43. Van Knippenberg, B. Martin, L. & Tyler, T. (2006). Process orientation versus outcome orientation during organizational change the role of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 685° 704.
44. Williamson, J. M., Pemberton, A. E., & Lounsbury, J. W. (2008). Personality traits of individuals in different specialties of librarianship. *Journal of Documentation*, 64(2), 273-286.
45. Zimmerman, R. D. (2008). Understanding the impact of personality traits on individuals' turnover decisions: A meta-analytic path model. *Personnel Psychology*, 61, 309° 348.