

## ساخت و اعتبار یابی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران<sup>۱</sup>

منصوره بختیاری فاینبری<sup>۲</sup>

مجتبی بذرافشان مقدم<sup>۳</sup>

محمد رضا آهنجیان<sup>۴</sup>

حسین کارشکی<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: 93/15/01

تاریخ پذیرش: 93/06/06

### چکیده

**زمینه:** یکی از ابعاد رهبری تحولی، نفوذ آرمانی می‌باشد که رهبر، مورد اعتماد و احترام پیروان قرار می‌گیرد و موجب القای غرور و افتخار در آنان می‌گردد. هدف: این پژوهش، ساخت و اعتباریابی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران مجتمع‌های آموزشی صالح‌آباد در سال تحصیلی 91-3300 می‌باشد. روش: پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی بود. جامعه آماری شامل 541 نفر از معلمان دو مقطع ابتدایی و راهنمایی بود. از این تعداد 666 نفر به عنوان نمونه، با استفاده از شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب شدند و پس از توزیع پرسشنامه‌ها، 606 پرسشنامه جمع‌آوری و مورد تحلیل قرار گرفت. جهت سنجش روایی مقیاس نفوذ آرمانی، از روایی محتوایی، روایی همگرا و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی استفاده گردید. نتایج نشان داد که همبستگی مقیاس محقق‌ساخته نفوذ آرمانی و مقیاس نفوذ آرمانی اطهری (0/88) (0/55) P و رابطه آنها در سطح 0/001 معنادار می‌باشد. تحلیل عاملی اکتشافی، نفوذ آرمانی را در چهار مولفه الگودهی نقش، بصیرت و چشم‌انداز، احترام و ارزش‌های اخلاقی دسته‌بندی نمود. همچنین در نتایج تحلیل عاملی تاییدی، میزان شاخص‌های برازش از جمله: GFI: 0/68، NNFI: 0/98، CFI: 0/98، AGFI: 0/64، NFI: 0/97 و RMSEA: 0/99 به دست آمد. برای محاسبه پایایی مقیاس نفوذ آرمانی از روش آلفای

1. مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است.

2. منصوره بختیاری فاینبری، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه فردوسی مشهد (asal\_mahi66@yahoo.com). (نویسنده مسئول).

3. مجتبی بذرافشان مقدم، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (bazrafshan@um.ac.ir).

4. محمد رضا آهنجیان، دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (rezaahanchian@gmail.com).

5. حسین کارشکی، دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (kareshki@ferdowsi.um.ac.ir).

کروناخ استفاده گردید که 0/97 به دست آمد. بر این اساس، مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی از پایایی بالایی برخوردار می باشد.

واژه های کلیدی: نفوذ آرمانی، ارزش های اخلاقی، بصیرت و چشم انداز، احترام و الگوی نقش.

#### مقدمه

رهبری تحولی از جمله سبک هایی است که بر عملکرد شغلی افراد در وظایف محوله مؤثر است. در سال های پس از 2000 میلادی، تعداد متناهی از تحقیقات بر نحوه تاثیر رهبری تحولی بر پیامدهای عملکردی کارکنان متمرکز بوده است (وکیلی و گل پرور و آتش پور، 3388). (بس<sup>1</sup> (1000)؛ به نقل از ونگ و هانگ<sup>2</sup>، 2999)، رهبری تحولی را با چهار نوع رفتار طبقه بندی کرد: کاریزما، انگیزش الهام بخش، ترغیب ذهنی و ملاحظات فردی. بعدها (آنتوناکیس<sup>3</sup>، اولیو و سیواسوبرامانیام<sup>4</sup>، 2003)؛ به نقل از ونگ و هانگ، 2999)، اصطلاح نفوذ آرمانی را به جای کاریزما قرار دادند. یکی از مولفه های رهبری تحولی، نفوذ آرمانی می باشد. رهبران بانفوذ، باهوش، فعال، حرفه ای و خوب تربیت شده هستند و هماهنگی فوق العاده ای در عملکردشان وجود دارد (گرنی<sup>5</sup>، 2999). رهبران دارای نفوذ آرمانی، بصیرت و احساسی از مأموریت فراهم می کنند، غرور را بر می انگیزند، احترام و اعتماد به دست می آورند و خوش بینی را افزایش می دهند (ونگ و زو<sup>6</sup>، 2011). در اکثر تحقیقات داخلی و خارجی برای بررسی سبک رهبری تحولی از پرسشنامه بس و اولیو استفاده شده که چهار مولفه رهبری تحولی را مورد سنجش قرار داده است. با توجه به اهمیت ویژگی نفوذ آرمانی در رهبران، ضرورت وجود ابزاری که قابلیت اندازه گیری این ویژگی را در رهبران داشته باشد، محرز است. با بررسی تحقیقات فراوان روشن شد، ابزاری که بتواند نفوذ آرمانی را مورد سنجش قرار دهد، وجود ندارد. بنابراین، با توجه به وجود تعداد محدود پرسشنامه جهت سنجش رهبری تحولی و به دلیل عدم وجود ابزار مستقل، بومی و استاندارد جهت سنجش نفوذ آرمانی مدیران، پژوهشگران در این پژوهش به دنبال

- 1 . Bass
- 2 . Wang and Huang
3. Antonakis
4. Sivasubramaniam
5. Grenny
6. Wang and Zhu

ساخت و اعتباریابی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران می‌باشند. به نظر می‌رسد بررسی ابعاد مختلف نفوذ آرمانی و شناخت ویژگی‌های منحصر به فرد آن، به رهبران در شیوه‌های اعمال رهبری کمک بسیاری می‌نماید.

### نفوذ آرمانی

کاریزما بزرگترین جزء در رهبری تحولی است. بقیه اجزاء به طور تئوری و عملی مهم هستند، همچنان که آنها با رفتارهای متفاوت، ویژگی‌ها و اثراتی مانند ملاحظه فردی و ترغیب ذهنی تعامل دارند (بس، 1555). بس (1585) رهبری دارای نفوذ آرمانی را اینگونه تعریف کرده است: احترامی که پیروان دریافت می‌کنند و سپس برای رسیدن به خواسته‌های رهبر فعالیت می‌کنند. برای مثال پیروان در حال تلاش برای تقلید از رهبران کاریزما دیده می‌شوند. آنها در قضاوت رهبران‌شان، همین‌طور در مأموریت‌شان اعتماد به رهبر را قرار می‌دهند. آنها از ارزش‌های رهبران حمایت می‌کنند و اساساً با آنها سازگار می‌شوند و آنها را قبول می‌کنند و مکرراً از احساسات قوی و علاقه به رهبر سخن می‌گویند (به نقل از اولیو و والدمن و این استاین، 1988). با توجه به تعاریفی که از نفوذ آرمانی در تحقیقات مختلف آمده و ویژگی‌های مشترکی که رهبران دارای نفوذ آرمانی دارا می‌باشند، مولفه‌های نفوذ آرمانی مشخص می‌شود. در اینجا هفت مولفه برای نفوذ آرمانی ذکر شده است:

الگودهی نقش<sup>۱</sup>، اعتماد<sup>۲</sup>، احترام<sup>۳</sup>، فداکاری<sup>۴</sup>، ارزش‌های اخلاقی<sup>۵</sup>، القای غرور و افتخار<sup>۶</sup>، بصیرت<sup>۷</sup> و چشم‌انداز<sup>۸</sup>

الگودهی نقش: نفوذ آرمانی، کاریزما را رهبرانی تعریف می‌کند که در تصمیمات‌شان نتایج اخلاقی دارند و الگوهایی هستند که از طریق ارزش‌ها، رفتارها و عملکرد، مورد تقلید

1. role model
2. trust
3. respect
4. self- sacrifice
5. ethical values
6. instilling pride and attribute
7. insight
8. perspective

افراد قرار می گیرند. پیروان با چنین رهبرانی شناسایی می شوند. بنابراین نفوذ آرمانی نقش مثبتی از الگوی نقش را بوسیله رهبران تحولی منعکس می کند (بلیر، سوسیک و ژوا، 2011).

**اعتماد:** کارکنان وقتی رهبری سازمانی را می بینند که صادق و معتمد است، بیشتر احتمال دارد اعتماد را در سازمان شان نگهدارند. در حالی که صداقت و راستگویی و خلوص بین همه سطوح (مدیریت عالی، همکاران و سرپرستان) مهم هستند، مفهوم اعتماد در مدیریت عالی بیشتر قدرت پیش گویانه ای برای جلب پیروان دارد (شوکل<sup>۲</sup> و ایس و وینوگراد، 2000).

**احترام:** از طریق نفوذ آرمانی، رهبران آنچه را که صحیح است، وضع می کنند. کارکنانی که می بینند رهبرشان کار درست را انجام می دهد، به او اعتماد می کنند و احترام می گذارند و از عدالت میان فردی درک مثبتی دارند (نیلسنا و مینرب<sup>۳</sup>، 2009).

**فداکاری:** نفوذ آرمانی به موقعیتی اشاره دارد که رهبران، نیازهای دیگران را بیشتر از نیازهای خودشان در نظر می گیرند. به عبارت دیگر اعتماد، احترام و تحسین پیروان را برمی انگیزند. همچنین رفتار آرمانی رهبر، مرئوسین را بر می انگیزد تا به دیگران خدمت کنند (شیوا و سوار<sup>۴</sup>، 2010).

**ارزش های اخلاقی:** صحبت کردن درباره مهم ترین ارزش ها و داشتن نوعی احساس قوی نسبت به هدف و توجه به نتایج معنوی و اخلاقی تصمیم ها از مشخصه های رفتار آرمانی می باشد (فرجامی، 1386).

**القای غرور و افتخار:** القای افتخار و غرور به پیروان و مشارکت با آنها برای منافع گروه از مشخص ترین ویژگی های آرمانی یک رهبر به شمار می آید (فرجامی، 1386).

- 
1. Blair, Sosik and Zhu
  2. Shockley
  3. Nielsena and Munirb
  4. Shiva and Suar

بصیرت و چشم‌انداز: رهبران تحولی با استفاده از بصیرت به عنوان یک مهارت ارتباطی، قادرند به طور مستقیم و سبلیک آن را به صورتی که در پیروان تعهد پدید می‌آورد به کار گیرند و به این ترتیب تمرکز بر اهداف سازمانی را تسهیل کنند (به نقل از اطهری، 1388). (کانگر و کانانگو<sup>1</sup> (1998)؛ به نقل از رضایان، اسمعیلی گیوی و ابراهیمی، 1388) چشم‌انداز را این چنین تعریف می‌کنند: مجموعه‌ای از اهداف آرمانی که توسط رهبر ارائه شده و دورنمای مشترکی را با پیروان به نمایش می‌گذارد.

یانگ (2009) مطالعه‌ای با عنوان "رهبری در سازمان‌ها" انجام داد. نتایج نشان داد که شخصیت درک شده رهبران به طور مثبت با بعد نفوذ آرمانی (رفتارهای آرمانی) رابطه دارد. در بیشتر مطالعات انجام شده، رهبری تحولی با استفاده از ویژگی‌هایش از جمله نفوذ آرمانی، نقش مهمی در رضایت، تعهد کارکنان و اثربخشی سازمانی دارد. در نتایج پژوهش براچ و والتر<sup>2</sup> (2007) مشخص شد که نفوذ آرمانی و انگیزش الهام‌بخش بیشتر در بین مدیران عالی نسبت به مدیران میانی وجود داشت. در حالی که هیچ تفاوتی برای ترغیب ذهنی و ملاحظات فردی وجود نداشت. همچنین نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش و ترغیب ذهنی در تقویت رضایت شغلی زیردستان در بین مدیران عالی نسبت به مدیران میانی اثرگذارتر بودند، در حالی که ملاحظات فردی در هر دو گروه به طور مشابه اثرگذار بود. نتایج پژوهش اسل<sup>3</sup> (2010) نشان می‌دهد رهبری تحولی به عنوان یک عامل رایج در الگوهای نقش امروزه دانش‌آموزان با تکرار نسبتاً بالاتر نفوذ آرمانی و انگیزش الهام‌بخش در مقایسه با ملاحظات فردی و ترغیب ذهنی به وجود می‌آید. نتایج نشان می‌دهد تحصیل‌کنندگان امروزی حتی با مدارج تحصیلی مختلف، پارامترهای رهبری تحولی را دارند و شانس خوبی دارند که الگوهای نقش دانش‌آموزان باشند و بر آنها به طور مثبتی تاثیر بگذارند.

## هدف تحقیق

1. Conger and Kanungo
2. Bruch and Walter
3. Athalye

ساخت و اعتباریابی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران مجتمع‌های آموزشی صالح‌آباد از دیدگاه معلمان

### سوالات تحقیق

1. آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی از پایایی کافی برخوردار است؟
2. آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی از روایی کافی برخوردار است؟

### روش تحقیق

این پژوهش از حیث هدف در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای و از حیث روش، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش، معلمان (کلیه نیروهای رسمی و پیمانی) دو مقطع ابتدایی و راهنمایی مجتمع‌های آموزشی صالح‌آباد در سال تحصیلی 91-3300، بودند که تعداد آنان با توجه به آماری که اداره آموزش و پرورش صالح‌آباد در اختیار قرار داده، 541 نفر بود. با استفاده از جدول مورگان، 666 نفر به عنوان نمونه با استفاده از شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب گردید. به دلیل وجود 23 مجتمع آموزشی در صالح‌آباد، دیدگاه معلمان ابتدایی و راهنمایی درباره نفوذ آرمانی 23 مدیر مورد سنجش قرار گرفت. در این تحقیق برای ارزیابی وضعیت نفوذ آرمانی مدیران در مجتمع‌های آموزشی صالح‌آباد از پرسشنامه محقق‌ساخته نفوذ آرمانی که دارای 38 گویه می‌باشد، استفاده گردید. این پرسشنامه توسط آزمودنی‌ها (معلمان) تکمیل شد، در نهایت 606 پرسشنامه جمع‌آوری گردید. جهت سنجش روایی مقیاس نفوذ آرمانی، از روایی محتوایی، روایی همگرا و تحلیل عاملی استفاده شد. روایی محتوایی توسط 6 نفر از اساتید بررسی شد. جهت سنجش روایی همگرا از خرده مقیاس نفوذ آرمانی در پرسشنامه اطهری (3388) که رهبری تحولی مدیران را سنجیده بود، استفاده شد. همچنین تحلیل عاملی اکتشافی صورت گرفت. نتایج آماری روایی همگرا نشان می‌دهد که همبستگی مقیاس محقق‌ساخته نفوذ آرمانی و مقیاس نفوذ آرمانی اطهری، 0/88 می‌باشد ( $P < 0/55$ ) و رابطه آن دو در سطح 0/01 معنادار است. برای ارزیابی پایایی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران، ابتدا 30 پرسشنامه بین آزمودنی‌ها توزیع شد و ضریب پایایی 0/98 به دست آمد. در اجرای نهایی، پایایی

مقیاس نفوذ آرمانی، 0/97 آلفای کرونباخ به دست آمد. در این پژوهش ضریب پایایی پرسشنامه اطهری (1388) در اجرای اولیه و نهایی 0/96 به دست آمد.

نحوه ساخت پرسشنامه: ابتدا بر مبنای تعاریف نفوذ آرمانی در مقالات و پایان‌نامه‌های رهبری تحولی، 7 ویژگی به عنوان مولفه‌های نفوذ آرمانی (الگودهی نقش، القای غرور و افتخار، فداکاری، احترام، اعتماد، ارزش‌های اخلاقی و بصیرت و چشم‌انداز) در نظر گرفته شد که هر مولفه به زیر مولفه تقسیم شد و برای هر یک، گویه‌هایی ساخته شد که روایی محتوایی آن از نظر مطابقت هر گویه با زیر مولفه و مطابقت هر زیر مولفه با مولفه‌های نفوذ آرمانی، همچنین قابل فهم و واضح بودن گویه‌ها، توسط 6 نفر از اساتید صاحب‌نظر (در زمینه مدیریت آموزشی و علوم تربیتی) بررسی شد. گویه‌های نامربوط و یا تکراری حذف گردید و در نهایت 44 گویه به دست آمد.

سپس با تحلیل عاملی اکتشافی، گویه‌ها در 4 مولفه (الگودهی نقش، احترام، بصیرت و چشم‌انداز و ارزش‌های اخلاقی) قرار گرفت و در نهایت با بررسی گویه‌ها در مولفه‌های مربوطه، تعدادی گویه از لحاظ قرار گرفتن در ذیل مولفه مورد نظر و ارتباط مفهومی با آن، نامناسب تشخیص داده شد و با صلاح‌دید استادان راهنما و مشاور حذف گردید. همچنین تحلیل عاملی تاییدی نیز روایی ابزار را تایید نمود.

جدول 1. گویه‌های 4 مولفه نفوذ آرمانی

ردیف	مولفه‌ها	گویه‌ها	فراوانی
1-	الگودهی نقش	3-4-8-10-11-12-16-33-77-19-20-33-35-38-77-36	77
2-	بصیرت و چشم‌انداز	7-18-23-27-32-34	6
3-	احترام	9-14-15-21-22-24-28-29-30-11	10
4-	ارزش‌های اخلاقی	1-2-5-6-25	5
	جمع		38

چهار مولفه نفوذ آرمانی به دست آمده و گویه‌های پرسشنامه، همراه با فراوانی آن در جدول (1) ارائه شده است. تعداد گویه‌های مولفه‌ی الگودهی نقش 77، بصیرت و چشم‌انداز 6، احترام 10 و ارزش‌های اخلاقی 5 می‌باشد که جمعا 38 گویه را شامل

می‌شود. برای بررسی روایی سازه همگرایی پرسشنامه محقق ساخته نفوذ آرمانی، بخشی از پرسشنامه رهبری تحولی اطهری (3388) که نفوذ آرمانی مدیر رامی سنجد، مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه دارای 16 گویه می‌باشد و توسط معلمان تکمیل می‌شود. پرسشنامه نفوذ آرمانی اطهری شامل دو مولفه یکپارچگی و اتحاد و ریسک‌پذیری معقول می‌باشد. مولفه یکپارچگی و اتحاد دارای 12 گویه و مولفه ریسک‌پذیری معقول دارای 4 گویه می‌باشد.

### شیوه تجزیه و تحلیل

ابتدا پرسشنامه محقق ساخته نفوذ آرمانی مدیران ساخته شد و از روایی محتوایی، سازه همگرا و تحلیل عاملی استفاده شد. پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ انجام گردید. در نهایت مولفه‌های آن استخراج گردید و در اختیار معلمان قرار گرفت. جهت بررسی وضعیت نفوذ آرمانی مدیران نیز از روش‌های توصیفی و آزمون  $t$  تک نمونه‌ای استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SpSS16 تحلیل و نتایج به دست آمده ارایه گردید.

### یافته‌های پژوهش

**سوال اول:** آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی مدیران از روایی کافی برخوردار است؟

برای سنجش روایی مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی مدیران، از روایی محتوایی، روایی همگرا و تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی استفاده گردید. بدین صورت که روایی محتوایی مقیاس نفوذ آرمانی از نظر مطابقت هر گویه با زیر مولفه و مطابقت هر زیر مولفه با مولفه‌های نفوذ آرمانی، همچنین قابل فهم و واضح بودن گویه‌ها، توسط 6 نفر از اساتید صاحب‌نظر (در زمینه مدیریت آموزشی و علوم تربیتی) بررسی شد. گویه‌های نامربوط و یا تکراری حذف گردید و در نهایت 44 گویه به دست آمد. جهت سنجش روایی همگرا از خرده مقیاس نفوذ آرمانی در پرسشنامه اطهری (1388) که رهبری تحولی مدیران را سنجیده بود، استفاده شد و توسط آزمودنی‌ها (معلمان) تکمیل گردید.



جدول 2. همبستگی مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی و مقیاس نفوذ آرمانی اطهری

مقیاس	تعداد گویه‌ها	تعداد نمونه	همبستگی پیرسون
مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی پژوهش	38	606	0/88
مقیاس نفوذ آرمانی اطهری	16	606	

نتایج آماری در جدول (2) نشان می‌دهد که همبستگی پیرسون مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی و مقیاس نفوذ آرمانی اطهری 0/88 و در سطح 0/001 معنادار می‌باشد. ابتدا در طراحی پرسشنامه، 44 گویه در 7 مولفه نفوذ آرمانی قرار گرفت. با انجام تحلیل عاملی اکتشافی، برای به دست آوردن عامل‌هایی که زیربنای آزمون را نشان می‌دهند، به صورت مستقل و واضح، از ملاک ارزش‌های ویژه بالاتر از یک استفاده شد. با بررسی گویه‌های هر مولفه، 8 گویه (5-16-34-36-38-43) از لحاظ قرار گرفتن در ذیل مولفه مورد نظر و ارتباط مفهومی با آن، نامناسب تشخیص داده شد و با صلاح‌دید استادان راهنما و مشاور حذف گردید. از میان 44 گویه، سپس 38 گویه باقی ماند و پرسشنامه تنظیم گردید.

کفایت نمونه‌برداری یا شاخص KMO شاخصی است که مقادیر همبستگی مشاهده شده را با مقادیر همبستگی جزئی مورد مقایسه قرار می‌دهد. مقادیر کوچک KMO بیانگر آن است که همبستگی بین زوج متغیرها را متغیرهای دیگر نمی‌توانند تبیین کنند (برقی ایرانی، 1388). مقادیر حدود 0/9 این شاخص برای تحلیل عاملی بسیار مناسب، 0/8 مناسب، 0/7 متعادل، 0/6 نسبتاً متعادل، 0/5 ناچیز و کمتر از 0/5 نامناسب است. سرنی و کیسر (1997) نیز معتقدند KMO با مقادیر بزرگتر از 0/6 را به راحتی می‌توان تحلیل عاملی کرد (میراسکندری، 1386).

جدول 3. نتایج آزمون و آزمون برای داده‌های به دست آمده از آزمودنی‌ها

آزمون KMO	0/96
آزمون کرویت بارتلت	6703/191
درجه آزادی	303
سطح معناداری	0/001
	P<0/001

همان‌طور که جدول (3) نشان می‌دهد، اندازه KMO برای ماتریس همبستگی‌های حاصل از اجرای پرسشنامه نفوذ آرمانی مدیران، برابر با 0/96 است که نشان از کفایت نمونه‌گیری برای تحلیل عاملی می‌باشد. مقدار  $\chi^2$  دو 6303/191 به دست آمد. آزمون کرویت بارتلت در سطح 0/001 معنی‌دار است که نشان از معناداری این شاخص برای اجرای تحلیل عاملی است.

جدول 4: ضریب همبستگی پیرسون مولفه‌های نفوذ آرمانی با یکدیگر

الگودهی نقش	بصیرت و چشم‌انداز	احترام	ارزش‌های اخلاقی
بصیرت و چشم‌انداز	0/00		
احترام	0/87	0/84	
ارزش‌های اخلاقی	0/83	0/76	0/77

همان‌طور که در جدول (4) مشاهده می‌شود، بین مولفه‌های نفوذ آرمانی با یکدیگر در سطح 0/001 همبستگی معنی‌داری وجود دارد. همبستگی مولفه‌های الگودهی نقش با بصیرت و چشم‌انداز، احترام و ارزش‌های اخلاقی به ترتیب به مقدار 0/00، 0/87، و 0/83 می‌باشد. همچنین بصیرت و چشم‌انداز با احترام و ارزش‌های اخلاقی به ترتیب به مقدار 0/84 و 0/76 و احترام با ارزش‌های اخلاقی به مقدار 0/77 همبستگی معنی‌داری دارد. در این پژوهش از تحلیل عاملی تاییدی نیز استفاده گردید. در تحلیل عاملی تاییدی برای بررسی برازش، از شاخص‌های برازندگی  $\chi^2$  دو، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش نرم نشده (NNFI)، شاخص برازش تقریبی (CFI)، شاخص برازندگی تعدیل شده (AGFI)، شاخص برازندگی متعادل (NFI) و جذر برآورد خطای تقریبی (RMSEA) به عنوان نشانگرهای برازش استفاده شد.

نتایج تحلیل عاملی تاییدی نیز با استفاده از نرم‌افزار لیزرل بدین شرح است:

جدول 5: شاخص‌های نیکویی برازش مقیاس نفوذ آرمانی مدیران

$\chi^2/df$	GFI	NNFI	CFI	AGFI	NFI	RMSEA	P- value
4/8	0/68	0/98	0/98	0/64	0/97	0/99	p < 0/001

چنانچه در جدول (5) مشاهده می‌شود، میزان AGFI، NNFI، CFI، AGFI، NFI و RMSEA به ترتیب 0/68، 0/98، 0/98، 0/64، 0/17 و 0/99 می‌باشد. شاخص‌های برازندگی متعادل و نیکویی برازش دارای دامنه صفر تا یک هستند، هر یک برازندگی الگو را از وجه خاصی می‌سنجند و هر چه اندازه آنها به "یک" نزدیکتر شود بر برازندگی مطلوبتر الگو دلالت دارند. (بخشی‌پور و دژکام، 3384). همچنین از نقطه نظر بنتلر و بونت، زمانی که جذر برآورد خطای تقریب کمتر از 0/10 باشد تحلیل، برازش قابل قبولی را گزارش می‌دهد (فرزاد و همکاران، 3386).

**سوال دوم:** آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی مدیران از پایایی کافی برخوردار است؟

برای سنجش پایایی مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی مدیران از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید.

جدول 6. پایایی مقیاس نفوذ آرمانی مدیران

تعداد افراد	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
606	38	0/97

با توجه به جدول (6)، پایایی به دست آمده از مقیاس نفوذ آرمانی 0/97 آلفای کرونباخ می‌باشد. بنابراین، این ابزار از پایایی بالایی برخوردار می‌باشد.

جدول 7. ضریب پایایی مولفه‌ها در اجرای مقدماتی و اجرای نهایی

مولفه‌ها	ضریب پایایی در اجرای مقدماتی	ضریب پایایی در اجرای نهایی
الگودهی نقش	0/98	0/96
بصیرت و چشم‌انداز	0/00	0/87
احترام	0/55	0/00
ارزش‌های اخلاقی	0/00	0/84
ضریب پایایی کل	0/98	0/97

در جدول (7)، ضریب پایایی هر یک از مولفه‌های نفوذ آرمانی در اجرای مقدماتی و اجرای نهایی ارائه شده است. به این صورت که در اجرای مقدماتی، ضریب پایایی بیشتر است.

### بحث و نتیجه‌گیری

**سوال اول:** آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی از روایی کافی برخوردار است؟

**نتیجه:** روایی محتوایی توسط اساتید صاحب‌نظر در مدیریت آموزشی و علوم تربیتی تایید گردید. روایی هم‌گرای پرسشنامه محقق ساخته نفوذ آرمانی با توجه به همبستگی معنادار با خرده مقیاس نفوذ آرمانی اطهری (1388) تایید شد. تحلیل عاملی اکتشافی، چهار مولفه برای نفوذ آرمانی استخراج کرد و تحلیل تاییدی نیز آن را تایید نمود. بنابراین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی از روایی کافی برخوردار می‌باشد.

**بحث:** مفهوم روایی به این سوال پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. روایی محتوایی به تحلیل منطقی محتوای یک آزمون بستگی دارد. اگر سوال‌های آزمون معرف ویژگی‌ها و مواردی باشند که محقق قصد اندازه‌گیری آن‌ها را دارد، آزمون دارای روایی محتوایی می‌باشد. برای تعیین این نوع روایی از قضاوت متخصصان در این‌باره که سوال‌های آزمون تا چه میزانی معرف حوزه محتوایی هستند، استفاده می‌شود (میراسکندری، 1386). با توجه به شباهت‌های مفهومی پرسشنامه اطهری (1388) با پرسشنامه محقق ساخته نفوذ آرمانی همبستگی آن دو قابل قبول و مورد انتظار بود. در ساخت پرسشنامه، 7 مولفه برای نفوذ آرمانی در نظر گرفته شد که تحلیل عاملی اکتشافی 4 مولفه از جمله الگودهی نقش، چشم‌انداز و بصیرت، احترام و ارزش‌های اخلاقی را به عنوان مولفه‌های نفوذ آرمانی مشخص نمود. جدول ارزش ویژه نیز نشان داد که تنها ارزش ویژه 4 مولفه ذکر شده در بالا، 1 یا بیشتر از 1 به دست آمد.

در تحلیل عاملی تاییدی میزان شاخص‌های برازش از جمله: شاخص نیکوئی برازش (GFI): 0/68، شاخص برازش نرم نشده (NNFI): 0/98، شاخص برازش تطبیقی

(CFI) 0/98، شاخص برازندگی تعدیل شده (AGFI): 0/64، شاخص برازندگی متعادل (NFI): 0/97 و جذر برآورد خطای تطبیقی (RMSEA): 0/09 به دست آمد.

شاخص‌های برازندگی متعادل و نیکویی برازش دارای دامنه صفر تا یک هستند، هر یک برازندگی الگو را از وجه خاصی می‌سنجند و هر چه اندازه آنها به "یک" نزدیک‌تر شود بر برازندگی مطلوب‌تر الگو دلالت دارند (بخشی‌پور و دژکام، 1384). همچنین از نقطه نظر بنتلر و بونت، زمانی که جذر برآورد خطای تقریب کمتر از 0/10 باشد، تحلیل، برازش قابل قبولی را گزارش می‌دهد (فرزاد و همکاران، 1386). بنابراین در این پژوهش، میزان شاخص‌های برازش به دست آمده، قابل قبول می‌باشد.

در پژوهش نورشاهی (1388)، پرسشنامه رهبری تحولی توسط پژوهشگر با کمک دو مترجم، ترجمه شده و در یک مطالعه آزمایشی بر روی همکاران مستقیم شش نفر از روسای دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی اجرا شده و پس از دریافت بازخورد، وی به اصلاح در برخی گویه‌ها و تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام کرده است. همچنین در پژوهش مرتضوی، ناظمی و محمودی فخرآباد (1384)، امیرکبیری و همکاران (1385)، مرادی چالستری و همکاران (1388)، یعقوبی، یزدانی و مقدمی (1388) و نیک‌بخت و همکاران (1389) تنها از روایی محتوایی استفاده گردیده است.

**سوال دوم:** آیا ابزار ساخته شده توسط محقق، برای سنجش نفوذ آرمانی از پایایی کافی برخوردار است؟

**نتیجه:** با استفاده از روش آلفای کرونباخ، پایایی به دست آمده از مقیاس نفوذ آرمانی 0/97 می‌باشد. بنابراین، این ابزار از پایایی بالایی برخوردار می‌باشد.

**بحث:** مقصود از پایایی یک وسیله اندازه‌گیری، آن است که اگر خصیصه مورد نظر را با همان وسیله (یا وسیله مشابه و قابل مقایسه با آن) در شرایط مشابه 2 بار اندازه بگیریم، نتایج حاصل تا چه حد مشابه، دقیق، پیش‌بینی‌پذیر و قابل اعتماد است. سه روش عمده برآورد ضریب پایایی عبارتند از: بازآزمایی، فرم‌های هم‌ارز و همسانی درونی (میر اسکندری، 1386). در این پژوهش ضریب پایایی مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی از طریق همسانی درونی با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. زمانی که یک آزمون از تعدادی خرده آزمون تشکیل یافته باشد و بخواهیم از آنها در محاسبه ضریب پایایی کل آزمون

استفاده کنیم، روش آلفای کرونباخ را بکار می‌بریم. از این روش برای برآورد همسانی درونی آزمون استفاده می‌شود. در آزمون محقق ساخته چون هیچ یک از پاسخها به خودی خود درست یا غلط نیست و پاسخ به هر سوال در طیفی از "کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم" قرار دارد، از این روش استفاده می‌نماییم. مقدار این ضریب بین 0 و 1 متغیر است، ولی مقدار آن هرگز منفی نخواهد شد (همان، 1386). اجرای مجدد پرسشنامه ساخته شده و گرفتن ضریب همبستگی بین اجرای اول و اجرای دوم، شاخصی از ضریب پایایی آزمون است. این روش در مورد اندازه گیری صفات و خصایصی مناسب است که در طول زمان تغییر نمی‌کند (همان، 1386). بنابراین پایایی مقیاس محقق ساخته نفوذ آرمانی در اجرای اولیه و اجرای نهایی نیز محاسبه گردید. با توجه به اینکه در این پژوهش، ضریب پایایی در اجرای اولیه 0/98 و در اجرای نهایی، 0/97 به دست آمده و این مقادیر نزدیک به 1 می‌باشند، می‌توان نتیجه گرفت که این مقیاس از پایایی بالایی برخوردار است (اولیو و بس (2004)؛ به نقل از دریک، 2010). پایایی پرسشنامه چندعاملی رهبری به روش آلفای کرونباخ را بین 0/69 تا 0/85 گزارش و روایی محتوایی و صوری آن را تایید نمودند.

در پرسشنامه رهبری تحولی اطهری (1388)، حسینی و همکاران (1389) و مرادی چالشتری و همکاران (1388) نیز پایایی بالایی گزارش شده است، این مقدار به ترتیب، 0/98، 0/94 و 0/90 می‌باشد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه رهبری تحولی در پژوهش امیرکبیری و همکاران (1385) 0/87، یعقوبی، یزدانی و مقدمی (1388) 0/89، و نیک‌بخت و همکاران (1389) 0/89 به دست آمد. با توجه به اینکه پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش‌ها از یک منبع (بس و اولیو) می‌باشد و هر یک پایایی متفاوتی را گزارش نموده، می‌توان در مقایسه با آنها، پایایی ابزار ساخته شده در این پژوهش را بسیار بالا و مطلوب ارزیابی نمود.

#### محدودیت‌ها

از جمله محدودیت‌های این پژوهش، عدم وجود تحقیقات مشابه، در زمینه مبانی نظری و مرور تحقیقات گذشته در داخل و خارج کشور می‌باشد. محدودیت‌هایی نیز از جهت روایی داخلی و خارجی، پرسشنامه را تهدید می‌کرد. با توجه به اینکه صالح‌آباد یک شهرستان با ویژگی‌های جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی خاص خود می‌باشد، نتایج آن قابل

تعمیم به شهرستان‌های دیگر نمی‌باشد. با توجه به اینکه احتمال می‌رود پاسخ‌دهندگان، دقت کافی و پاسخ واقعی را هنگام تکمیل پرسشنامه مد نظر قرار نداده باشند، اگر از دیگر روش‌های تحقیق، نظیر مصاحبه نیز استفاده می‌شد، نتایج مطلوب‌تری انتظار می‌رفت.

### پیشنهادها

برای اینکه مدیران از نحوه رهبری خود آگاهی یابند، پیشنهاد می‌گردد با استفاده از پرسشنامه نفوذ آرمانی، میزان نفوذ آرمانی خود را از دیدگاه کارکنان مورد سنجش قرار دهند و به ارزیابی خود پردازند. محققان می‌توانند جهت بررسی دقیق‌تر نفوذ آرمانی مدیران، از روش‌های دیگر تحقیق از جمله مصاحبه استفاده نمایند. به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد که همانند این پژوهش، به ساخت و ارزیابی ابزارهایی جهت سنجش دیگر مولفه‌های رهبری تحولی پردازند و آنها را دقیق‌تر بررسی نمایند.

### منابع

- اطهری، ع. (3388). رابطه نگرش کارکنان به سبک رهبری تحولی مدیران با میزان بهسازی آنان در دانشکده فردوسی مشهد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- امیرکبیری، علیرضا؛ خدایاری، ابراهیم؛ نظری، فرزاد و مرادی، محمد. (3385). بررسی رابطه بین سبک‌های رهبری تحول‌آفرین و تبادلی با تعهد سازمانی کارکنان. فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره 14، ص 142-777.
- بخشی‌پور، ع و دژکام، م. (3384). تحلیل عاملی تاییدی مقیاس عاطفه مثبت و منفی، مجله روانشناسی 36، سال نهم، شماره 4، ص 365-151.
- برقی ایرانی، زیبا. (3388). بررسی اعتبار، روایی و استانداردسازی نگرش سنج معلمان مینه سوتا بر روی دبیران آموزش و پرورش شهر تهران. علوم تربیتی، سال دوم، شماره 6، ص 79-55.
- حسینی، فرشید؛ رایج، حمزه؛ استیری، مهرداد و شریفی، سیدمهدی. (3389). بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری تحول‌آفرین و مبادله رهبر-پیرو. نشریه مدیریت دولتی، دوره دوم، شماره 4، ص 72-55.

رضاییان، ع، اسمعیلی گیوی، ح و ابراهیمی، ع. (3388)، *ارایه الگوی شکل گیری رهبری کاریزماتیک در سازمان از دیدگاه مدیریت برنامه ریزی راهبردی، نشریه مدیریت دولتی، دوره 1، شماره 3، ص 00-35.*

فرجامی، ع. (3386). *شناسایی مولفه های رهبری تحول آفرین و رابطه آن با عملکرد سازمانی در صنایع تولیدی خصوصی ریخته گری در شهرستان قم، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تحول سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.*

فرزاد، و، کدیور، پ، شکری، ا و دانشورپور، ز. (3386). *بررسی تحلیل عاملی تاییدی و همسانی درونی پرسشنامه سبک های تفکر در دانشجویان، فصلنامه علمی- پژوهشی، روان شناسی، دانشگاه تبریز، سال دوم، شماره 6، ص 83-199.*

مرادی چالشری، محمدرضا؛ حمیدی، مهرزاد؛ سجادی، سیدنصرالله؛ کاظم نژاد، انوشیروان؛ جعفری، اکرم و مرادی چالشری، جواد. (3388). *رابطه سبک های رهبری تحول آفرین - تبادلی با عدالت سازمانی و ارائه مدل در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی. نشریه مدیریت ورزشی، شماره 2، ص 96-33.*

مرتضوی، سعید؛ ناظمی، شمس الدین و محمودی فخرآباد، صادق. (3384). *بررسی رابطه بین هوش عاطفی و سبک رهبری (تحول بخش - مبادله ای). فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه نامه مدیریت، ص 100-767.*

میراسکندری، ف. (3386). *ساخت و استاندارد کردن مقیاس تشخیصی اختلال نارسایی توجه/ بیش فعالی در دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی 87-86، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته سنجش و اندازه گیری، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی.*

نورشاهی، نسرين. (3388). *رابطه پیامدهای رهبری و ابعاد سبک رهبری تحول گرا در میان روسای دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی شهر تهران. مطالعات تربیتی و روان شناسی، دوره دهم، شماره 3، ص 363-776.*



نیک‌بخت، اکرم؛ سیادت، علی؛ هویدا، رضا و مقدم، اعظم. (3389). رابطه بین مدیریت دانش با سبک‌های رهبری مدیران گروه‌های آموزشی از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت، دوره هفتم، شماره 2، ص 224-616.

وکیلی، ن، گل پرور، م، آتش پور، ح. (3388). نقش ویژگیهای شغل، رهبری تحولی و دشواری هدف در عملکرد کارکنان شرکت احیا فولاد سپاهان. دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، سال یازدهم، شماره سی و نه، ص 22-1.

یعقوبی، نورمحمد؛ یزدانی، بدرالدین اورعی و مقدمی، مجید. (3388). بررسی رابطه بین هوش عاطفی و سبک رهبری تحول آفرین. پژوهشنامه مدیریت اجرایی علمی - پژوهشی، سال نهم، شماره 1، ص 144-119.

Athalye, R.(2010). Transformational Leadership Through Role Models: How B-Schools Can Teach New Paradigms of Leadership. *Journal of Management, Vol.6 (2)*, p 1-10.

Avolio, B. Waldman, D. Einstein, W. (1988). Transformational leadership in a Management Game Simulation Impacting The Bottom Line. *Group & organization studies, 13*, 1.59- 80.

Bass, B.(1995). Theory of Transformational leadership Redux. *Leadership Quarterly, 6, 4*, 463- 478.

Blair, A. Sosik, J. Zhu, W. (2011). Felt Authenticity and Demonstrating Transformational Leadership in Faith Communities. The Pennsylvania State University Eastern University, *Institute of Behavioral and Applied Management*.

Bruch, H. Walter, F. (2007). Leadership in context: investigating hierarchical impacts on transformational leadership. Institute for Leadership and HR Management, University of St Gallen Switzerland, *Leadership & Organization Development Journal, Vol. 28 No. 8*, 710-726.

Drake, D. (2010). The relationship of Transformational leadership and level of education among nurse administrators. A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy, Health services, Walden university.

Grenny, J. (2009). Influence Change. leadership excellence, 26, 5.

Nielsena, K. Munirb, F. (2009). How do transformational leaders influence followers affective well-being? Exploring the mediating role of self-efficacy. aNational Research Centre for the Working Environment,

- Copenhagen, Denmark; Department of Human Sciences, Loughborough University, UK. *Vol. 23, No. 4*, 313\_329.
- Shiva, M. Suar, D.(2010).Leadership, LMX, Commitment and NGO Effectiveness: Transformationl leadership, leader-member Exchange, organizational commitment organizational Effectiveness and programed outcomes in Non-Governmental organization *International Journal of Rural Management*, 6,(1), 117- 150.
- Shockley, p. Ellis, K.Winograd, G.(2000).Organizational trust: What it means, why it matters. *organization development journal*. 18. 4. 35-48.
- Wang, Y. Huang,T.(2009).The relationship of transformational leadership with group cohesiveness and emotional intelligence. China University of Technology, Hsinchu, Taiwan, ROC, *Social Behavior and Personality*, 37(3), 379-392.
- Wang, P. and Zhu,W. (2011). Mediating Role of Creative Identity in the Influence of Transformational Leadership on Creativity: Is There a Multilevel Effect? *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18, 1, 25° 39.
- Yang, L. (2009). Narcissistic leadership in organizations.in partial fulfillment of requirements for the degree of master of arts. Advisor: Jamie Gruman.the university of Guelph.