

## بررسی روابط چندگانه میان راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق شغلی و نشاط اجتماعی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس

مرضیه حیدری<sup>۱\*</sup>، مسعود قربانی دولت آبادی<sup>۲</sup> و صدیقه محمدجانی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۲/۲۵ صص ۶۴-۴۳ تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۲/۰۳

### چکیده

هدف این پژوهش بررسی روابط چندگانه میان راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق شغلی و نشاط اجتماعی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس بود. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نظر ماهوی توصیفی از نوع همبستگی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها کمی بوده است. جامعه آماری شامل کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس به تعداد ۲۰۰۳ نفر بودند که از این جامعه تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب گردیده و مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌های رهبری مثبت‌گرا آقاپایی (۱۳۹۲) با ۱۷ سوال، اشتیاق به کار (شوفلی و همکارانش ۲۰۰۶) با ۱۷ سوال و پرسش‌نامه شادکامی آکسفورد (OHI) آرگایل (۱۹۹۰) با ۲۹ سوال استفاده گردید. پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه رهبری مثبت‌گرا (۰/۸۳)، پرسش‌نامه اشتیاق به کار (۰/۸۸) و پرسش‌نامه شادکامی (۰/۸۹) برآورد و تأیید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار PLS Smart استفاده شد. یافته‌های این پژوهش نشان داد بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با اشتیاق به کار و ابعاد آن، رابطه معنی‌داری مشاهده نشد، ولی رابطه معنی‌دار بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی و ابعاد آن تأیید شد.

**کلید واژه‌ها:** راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار، نشاط اجتماعی، دانشگاه آزاد، استان فارس.

<sup>۱</sup> استادیار گروه علوم تربیتی، واحد آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، آباد، ایران

<sup>۲</sup> باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، آباد، ایران

<sup>۳</sup> گروه آموزش ابتدایی، مرکز قادر آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، قادر آباد، ایران

\* نویسنده مسئول: [mhidary@iauabadeh.ac.ir](mailto:mhidary@iauabadeh.ac.ir)

## مقدمه

احساس شادی و نشاط یکی از ضروری ترین نیازهای فطری و روانی انسان به شمار می‌رود و به دلیل تأثیرات عمده بر سالم سازی و بهسازی جامعه، مدت طولانی است که ذهن انسان را به خود مشغول کرده است به طوری که امروزه بسیاری از جوامع به نوعی درصدد ایجاد محیط سالم و با نشاط هستند، زیرا به نظر می‌رسد احساس شادی از یک طرف انسانها را برای زندگی بهتر و بازدهی بیشتر آماده می‌کند و از طرف دیگر به دلیل ویژگی مسری بودن آن، بستگی‌های فرد را با محیط گسترده‌تر می‌کند. بنابراین تا زمانی که شهروندان احساس شادی کنند همواره در خدمت به شهر و افراد جامعه تلاش بیشتری می‌ورزند (Farajian and Khademian, 2013). احساس نشاط به متغیرهای متفاوت اجتماعی و فردی بستگی دارد که از یک طرف این نیازها به حکومت و از طرف دیگر به جامعه و نظام ارزشی و در نهایت خود فرد برمی‌گردد. جامعه از طرفی به وجود آورنده شرایطی است که می‌تواند فرد را به سوی تحقق اهداف و آرزوهای فردی سوق دهد و از طرفی دیگر زمینه ساز تحقق فضایی است که فرد می‌تواند به کنش متقابل و ارتباط با هم‌نوعانی که باعث ایجاد آرامش، امنیت و اطمینان خاطر وی برای یک زندگی مناسب باشند، مبادرت ورزد. نشاط در زندگی، ترکیبی است از شرایط فردی و اجتماعی و در واقع خود نشانه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به جهان و محیطی که فرد را فرا گرفته و در آن زندگی می‌کند (Hezarjaribi and Astinfeshan, 2009) و نشاط اجتماعی به احساسات مثبت فرد و رضایت خاطر او از زندگی مربوط می‌شود (Khorshidi, 2014).

در سطح سازمانها می‌توان با راه کارهای مختلف محیط شاد و پر نشاطی را برای کارکنان فراهم نمود. برخی از عواملی که در ارتقای نشاط می‌توانند مؤثر باشند، عبارت اند از: مقبولیت اجتماعی، اعتقادات دینی، عدالت اجتماعی، امید به آینده، بیگانگی اجتماعی و همبستگی اجتماعی. از نگاه دین مهمترین عوامل ایجاد کننده شادی در زندگی انسانها عبارتند از: محبوبیت، مقبولیت، موفقیت، ایمان، هویت ملی و فرهنگی، خلاقیت، تجربه‌های عارفانه، حل مسئله، پرهیز از گناه، رضایت و تحمل، تبسم و خنده، تنوع ظاهری، بوی خوش، کار و تلاش، تفریح و تفرج، سیر و سفر، تفکر در آفرینش و کشف حقیقت، رسیدگی به دیگران، با بچه بودن، استفاده از روش‌های استعاره ای و شعری در بیان نظرات، داشتن دوستان ساده و خوش مشرب، تقویت عزت نفس، هدیه دادن و مهربانی کردن و گره گشایی از کار دیگران می‌باشد (Akhavanbebahani, 2011).

اشتیاق شغلی و میزان جذب و نیرومندی نسبت به کار، از جمله عوامل دیگری است که می‌تواند بر ایجاد نشاط و شادکامی در سازمانها تاثیر داشته باشد. اشتیاق شغلی به معنای میزان اشتیاق، دلبستگی و درگیری مطلوب با شغل است (Schaufeli et al, 2006) که در این وضعیت شخص یک احساس نیرومندی و ارتباط مؤثر با فعالیت‌های شغل خود دارد و خودش را به عنوان فردی توانمند

برای پاسخگویی به تقاضاهای شغلی می‌داند. به تعبیری دیگر، اشتیاق شغلی حالتی از سلامت شغلی است که مثبت، خشنودکننده و برانگیزاننده می‌باشد و بر این اساس کارکنان مشتاق انرژی زیادی داشته، بیشتر درگیر شغل می‌شوند و شدیداً با حرفه خود هم ذات‌پنداری می‌کنند (Bakker and Leiter, 2010). از نظر هویت (Hewitt, 2004) اشتیاق شغلی مقدار اشتیاق و علاقه‌ای است که کارکنان به سازمان خود دارند. اشتیاق شغلی به عنوان یک حالت ذهنی مثبت نسبت به شغل تعریف می‌شود که با ویژگی‌های شوق داشتن به کار، وقف کار شدن و جذب در کار توصیف می‌گردد. به جای یک حالت خاص و موقتی، اشتیاق شغلی به یک حالت روانشناختی ثابت و فراگیر اشاره دارد (Schaufeli, al, 2002). شوق به کار با سطوح بالای انرژی و انعطاف‌پذیری ذهنی هنگام کار کردن، اشتیاق به سرمایه‌گذاری در کار و مقاومت حتی در رویارویی با مشکلات کاری، توصیف می‌شود (Nori et al, 2010). مشارکت بالای کارکنان می‌تواند میزان شور و شوق کارکنان را در انجام کار افزایش دهد (Dehghani, 2016). جذب در کار با تمرکز عمیق فرد نسبت به کار و به سختی جدا شدن از کار، گذشت سریع زمان، فراموش کردن همه چیزهای اطراف حین انجام کار توصیف می‌شود (Nori et al, 2010). غرق شدن در کار نشان‌دهنده این است که چگونه یک کارمند در کار خود فرو می‌رود و به طور کامل در شغل خود درگیر می‌شود. افرادی که در کار خود غرق شده‌اند، شدیداً بر انجام وظایف شان متمرکز شده و هوشیاری خود را نسبت به محیط از دست می‌دهند (Dehghani, 2016). بنابراین در هنگام کار، زمان برای آنها به سرعت سپری می‌شود. جدا شدن این افراد از کاری که انجام می‌دهند، برای آنها بسیار سخت می‌باشد. آنها فراتر از وظایف خود عمل می‌نمایند.

وقف کار شدن با درک احساس معناداری از انجام کار، داشتن احساس اشتیاق و غرور از انجام کار و احساس چالش‌انگیز بودن کار توصیف می‌شود (Nori et al, 2010). به عبارتی کارکنان پویا و دارای پشتکار مایل به انجام تلاش بیشتر در انجام وظایفشان هستند. این کارکنان در هنگام مواجه با مشکلات نیز بر انجام کار به شیوه درست پافشاری می‌کنند (Dehghani, 2016). ترکیب سه مولفه بالا موجب می‌گردد تا افراد به صورت ارادی به انجام مسئولیت‌های خود پرداخته و بدون نیاز به حضور مافوق کارهای خود را به نحو احسن انجام دهند.

ونس (Vance, 2006) بیان می‌کند که اشتیاق شغلی کارمند نتیجه‌ی ویژگی‌های شخصی مثل دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها، خلق و خو، نگرش و شخصیت، محتوای سازمانی شامل رهبری، تنظیم محیط فیزیکی و اجتماعی و شیوه‌های منابع انسانی است که مستقیماً بر فرد، فرآیند و محتوای اجزای عملکرد شغلی تاثیر می‌گذارد (Markos, 2010). در حقیقت هر سازمانی که از رهبری متعهد برخوردار است می‌تواند به سطح مطلوب اشتیاق با صرف هزینه‌های کم دست پیدا کند (Holku, 2012). بنابراین رهبران می‌توانند با تقویت احساس قدردانی افراد و حس تقدیر از آن‌ها و ترغیب

کارکنان جهت تعهد بیشتر به شغل، اشتیاق به کار و شادابی و نشاط را در کارکنان افزایش دهند. علاوه بر این، کیفیت روابط بین مدیران و کارکنان (Gibbons, 2006)، اعتماد مدیران و اعتماد افراد به میل درونی شان به شغل (Choghtai and Buckley, 2011)، مسطح سازی ساختاری سازمان (Askari, 2011)، در نظر گرفتن زمان کافی و مناسب برای فراغت افراد از شغل خود (2009 Kuhnel)، از دسته عوامل دیگری هستند که در افزایش اشتیاق شغلی موثرند.

گیبونز (Gibbons, 2006) معتقد است که عامل مهم دیگر در افزایش اشتیاق شغلی کارکنان بسترسازی مناسب برای برقراری ارتباط شفاف از طرف رهبران به وسیله‌ی نشر اطلاعات صحیح از چشم انداز، اهداف و انتظارات می‌باشد. زمانی که رهبران فرصت‌های مداوم برای گفتگو و مباحثه را در سازمان گسترش دهند، این امر منجر به ایجاد اعتماد، بهبود درک کارکنان از کلیت سازمان و ساخت فضای حمایتی از کار تیمی می‌گردد. یکی از شیوه‌های رهبری در سازمانها که می‌تواند در ایجاد اشتیاق به کار و نشاط کارکنان موثر واقع گردد رهبری مثبت‌گراست<sup>۱</sup>. رهبری مثبت‌گرا بر آن است تا همان طور که انرژی مثبت در طبیعت، سبب تقویت شکوفایی موجودات زنده می‌شود، با تأکید بر مثبت‌گرایی، پیامدهایی فوق‌العاده را برای فرد و سازمان به ارمغان آورد. رهبری مثبت‌گرا به دنبال آن است تا اصول مثبتی که ناشی از دانش سازمانی مثبت‌گرا می‌باشد را ارائه دهد (Aghababai, 2013).

رهبری مثبت‌گرا در مسیر رسیدن به اهداف خود از چهار راهبرد استفاده می‌نماید: جو مثبت<sup>۲</sup>، روابط انسانی مثبت<sup>۳</sup>، ارتباطات مثبت<sup>۴</sup> و معناگرایی مثبت<sup>۵</sup> (Cameron, 2007). ایجاد جو مثبت به شرایطی اشاره دارد که در آن احساسات مثبت بر احساسات منفی در محیط کار غلبه دارد. روابط انسانی مثبت به کسانی مربوط می‌شود که منبع غنی‌سازی سرزندگی و یادگیری برای افراد و سازمان‌ها هستند. در ایجاد ارتباطات مثبت در سازمان، الگوهای ارتباطی رهبران اهمیت بسیاری پیدا می‌کند (Aghababai, 2013). بازخورد مثبت و اعمال حمایت از افراد می‌تواند به کاهش نكوهش و منفی‌گرایی کمک کند (Cameron, 2007).

کارور و شیر (Karur and Shir, 2003) بیان می‌کنند که افراد خوش بین معمولاً رفتارهایی را که باعث ارتقا و تقویت سلامت روانی و شادابی می‌شوند، از خود بروز می‌دهند که این امر باعث کاهش بیماری‌های روانی می‌شود. هنگامی که این افراد بیمار می‌شوند یا مشکلی برای آنها پیش

<sup>1</sup> positive leadership

<sup>2</sup> positive climate

<sup>3</sup> positive relations

<sup>4</sup> positive communications

<sup>5</sup> positive meaning

می‌آید با آن همچون مانعی زودگذر و قابل مدیریت مواجه می‌شوند، بنابراین به موقع و به درستی می‌توانند از خود واکنش نشان دهند. همچنین این افراد انتظار پیامدهای خوب و مثبت را در بیشتر لحظات دارند، بنابراین در شرایط سخت و بحرانی این اعتقاد را دارند که ممکن است در اثر تلاش، توفیقی به دست آورند (Aghababai, 2013).

فردریکسون (Fredrickson, 2001)، در تئوری توسعه و ساخت عواطف مثبت به یک مجموعه عواطف مثبت شامل شادی، علاقه و رغبت، رضایت و خرسندی، عشق و دوستی اشاره می‌کند و می‌گوید که این عواطف به واسطه مجموعه اقدامات و تفکرات یک فرد می‌توانند توسعه داده شوند. مثلاً حس شادی در یک فرد می‌تواند با کارهایی مانند انجام یک بازی، حس علاقه‌مندی به وسیله جستجو و بررسی، حس خرسندی و رضایت توسط یک طعم مطبوع غذا و یا پیوستن به گروه مورد علاقه و حس عشق و دوستی به وسیله روابط صمیمانه‌تر با افراد گسترش یابد و بیان می‌کند که این عواطف مثبت و توسعه آنها می‌تواند به ساخت و تقویت منابع روانی، اجتماعی، جسمانی و ذهنی یک فرد کمک کند و کارمندانی باهوش‌تر و خلاق‌تر و سالم‌تر، چه از لحاظ روانی و چه از لحاظ جسمانی برای سازمان ایجاد کند. تقویت عواطف مثبت نیز باعث کاهش درگیری فرد در رفتارهای منفی و نامطلوب می‌شود و از طرف دیگر مثبت‌گرایی در سازمان مسری است و می‌تواند از سطح فردی به گروهی و سازمانی منتقل شود. همچنین سرمایه روانشناختی و مثبت‌گرایی می‌توانند به عنوان عوامل بالقوه مؤثر جهت مواجهه با رفتارها و گرایش‌های مخرب کارکنان همچون مقاومت در برابر تغییرات، بدبینی به تغییرات و انحراف از وظایف مورد استفاده قرار گیرد (Aghababai, 2013).

کارول (Carroll, 2009) با استفاده از طرح همبستگی به بررسی رابطه رهبری مثبت‌گرا و سرمایه روانشناختی پیروان در موسسه مالی پرداخت و به این نتیجه رسید که ارتباط مثبت و معناداری میان این دو وجود دارد. مثبت‌گرایی بر روی غیبت (ارادی و غیر ارادی) تأثیر دارد، چنانچه طی تحقیقی که انجام شد، این نتیجه حاصل شد که توسعه مثبت‌گرایی و حالات مثبتی همچون امید، روی سلامت افراد تأثیرات بسزایی دارد به طوری که افراد بسیار امیدوار به ورزش اهمیت می‌دهند و در مواجهه با درد و استرس قوی‌تر هستند.

باکر و همکاران (Baker et al, 2003) در پژوهش خود که با هدف سنجش میزان روابط مثبت به روش پیمایشی در صنعت صورت گرفت، نشان داد سازمان‌های با عملکرد بالا نسبت به سازمان‌های عملکرد متوسط، سه برابر بیشتر تولیدکنندگان انرژی مثبت در اختیار دارند. روابط میان فردی قوی، هماهنگی و همکاری میان کارکنان و اثربخشی کار همه تحت تأثیر کسانی است که انرژی مثبت از خود ساطع می‌کنند (Aghababai, 2013).

هاشمی شیخ شبانی و همکاران (Hashemi Sheykhshabani et al, 2012) در پژوهشی نشان دادند که جو روانشناختی هم به طور مستقیم و هم از طریق اشتیاق شغلی با قصد ترک شغل و فقط از طریق اشتیاق شغلی با عملکرد وظیفه ای رابطه دارد.

فیاضی و همکاران (Fayazi et al, 2010) در پژوهشی با عنوان استفاده از روان شناسی مثبت‌گرا در مدیریت و رهبری سازمانی دریافتند مدیران آینده در صورتی می‌توانند مؤثر باشند که از عهده تغییرات سازمانی و محیطی برآیند و به این منظور آنها به توانایی‌هایی مانند تیم مدار بودن، ارتباطات قوی، حل‌کننده مشکلات، ایجادکننده تغییرات و رهبر بودن نیاز دارند. مدیران باید رهبران شایسته باشند تا بتوانند افرادشان را متحول کنند و بازده مورد نیاز شرکت را به دست آورند. یک رهبر در این محیط متغیر جدید باید نقش‌های گوناگونی ایفا کند. برای اطمینان از اینکه تغییرات با موفقیت انجام می‌شود، باید به افراد سازمان توجه بیشتری شود، زیرا قدرت اقتصادی و توان تولید سازمان‌های مدرن به جای دارایی‌های فیزیکی، مرهون توانمندی فکری و خدماتی آنهاست.

حسن‌زاده (Hasanzadeh, 2010) در پژوهشی با عنوان مثبت‌گرایی در رفتار سازمانی به این نتیجه رسید که مثبت‌گرایی می‌تواند منجر به پرورش و شکوفایی و کمال انسان شود. البته باید توجه داشت که مثبت‌گرایی صرف نیز مانند منفی‌گرایی صرف خوب نیست. مثلاً اطمینان بیش از حد به نیروی انسانی می‌تواند عملکرد و کارایی را پایین آورد و یا خوش‌بینی غیر واقعی می‌تواند منجر به انحراف از مسئولیت اصلی شود (Aghababai, 2013).

نوری و همکاران (Nori et al, 2010) در پژوهشی به بررسی «رابطه مولفه‌های اشتیاق شغلی با ابعاد تعهد سازمانی» پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که بین مؤلفه‌های اشتیاق شغلی با ابعاد تعهد سازمانی همبستگی معنادار وجود دارد. همچنین، از میان مؤلفه‌های اشتیاق شغلی، مؤلفه وقف کار شدن بهترین پیش‌بینی کننده تعهد سازمانی است.

در پژوهشی تقی پور (Taghipur, 2009) با عنوان «بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی، انگیزش شغلی، اشتیاق شغلی و رفتارهای نوآورانه با میانجی‌گری توانمندسازی روانشناختی در کارکنان شرکت ملی حفاری ایران» نشان داد که بین فرهنگ و جو حاکم بر سازمان، انگیزش شغلی، اشتیاق شغلی و رفتار نوآورانه و اجتماعی رابطه مثبت معنی دار وجود دارد.

کاراتپ و آگا (Karatepe & Aga, 2016) در پژوهشی به بررسی «اثرات تحقق ماموریت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده بر عملکرد شغلی: نقش واسطه‌ای اشتیاق شغلی» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که تحقق ماموریت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده بر اشتیاق شغلی تأثیر دارد و به واسطه آن اشتیاق شغلی بر عملکرد شغلی تأثیر دارد. به عبارتی اشتیاق شغلی نقش واسطه‌ای کامل در رابطه میان ماموریت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده بر عملکرد شغلی دارد.

شیرینی و روحی جنافرد (Shirini and Rohi Gnaghred, 2016) در بررسی تاثیر کیفیت تصمیم‌گیری مدیران بر توانمندسازی و اشتیاق به کار کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان اردبیل به این نتیجه رسیدند که کیفیت تصمیم‌گیری مدیران بر توانمندسازی و اشتیاق به کار کارکنان تاثیر مثبت معنی‌داری دارد.

مظفری و ایران دوست (Mozafari and Irandust, 2016) در بررسی اثربخشی ارتباطات سازمانی با اشتیاق شغلی در اداره بهزیستی شهرستان سنندج به این نتیجه رسیدند که بین اثربخشی ارتباطات سازمانی و ابعاد آن (گوش دادن فعال، تعدد مجاری ارتباطی، ساده‌سازی، شبکه ارتباطات غیر رسمی، بازخورد و کنترل هیجانات) با اشتیاق شغلی رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد.

اکرمی (Akrami, 2017) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر تحقق بیانیه مأموریت سازمان و حمایت سازمانی ادراک شده بر عملکرد شغلی و عملکرد بهبود خدمات از طریق متغیرهای واسطه‌ای اشتیاق شغلی، سازگاری شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی» به این نتیجه رسیدند که متغیرهای اشتیاق شغلی، سازگاری شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی نقش واسطه‌ای میان روابط تحقق بیانیه مأموریت سازمان و عملکرد شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی نقش واسطه‌ای میان بهبود خدمات، حمایت سازمانی ادراک شده و عملکرد شغلی و حمایت سازمانی ادراک شده و عملکرد بهبود خدمات دارند.

به طور کلی مدیران از طریق روابط انسانی و صمیمانه با کارکنان و شیوه‌های رفع نیازهای انسانی، کارکنان را در اجتماعی هدفمند جهت رسیدن به رشد و تعالی فردی و گروهی گردهم می‌آورند که این نحوه عملکرد بدون شک سلامت و امنیت بیشتری را در فضای سازمان ایجاد خواهد کرد. رهبران مثبت‌گرا با رفتار خود، جو و فضای کاری مبتنی بر آرامش و امنیت خاطر را فراهم می‌کنند و به تقویت احساس انرژی و توانمندی روانی پرداخته و با ایجاد روابط انسانی مثبت از طریق تقویت احساس تعلق و شایستگی زمینه احساس انرژی و شادکامی را در افراد به وجود می‌آورند. علاوه بر این مدیرانی که بین کارکنان گشودگی، روابط باز، فرهنگ گفت‌وگو و همکاری را پرورش می‌دهند کمک زیادی به اشتیاق به کار، مقاومت در برابر سختی‌ها، انگیزش، جذب کار و خشنودی درونی، احساس رضایت خاطر و شادکامی کارکنان خود خواهند کرد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در رابطه با متغیرهای مطرح شده در این پژوهش، تحقیقات متعدد و متنوعی صورت گرفته است. لیکن محقق در بررسی پیشینه، موفق به یافتن تحقیقات مشابهی، که به بررسی رابطه این سه متغیر بپردازد، نشد و نوآوری پژوهش حاضر در ترکیب این سه متغیر می‌باشد. در این راستا این پژوهش با هدف بررسی ارتباط بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی در دانشگاه انجام شده است.

## فرضیه‌های پژوهش

- بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار با نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با ابعاد اشتیاق به کار رابطه معنادار وجود دارد.
- بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با ابعاد نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

## روش پژوهش

با توجه به این که هدف پژوهش حاضر بررسی روابط بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی می‌باشد. از این رو، پژوهش به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی، از منظر ماهوی توصیفی از نوع همبستگی است. همچنین به لحاظ نحوه جمع‌آوری اطلاعات کمی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه‌های آزاد استان فارس (۲۰۰۳ نفر) می‌باشد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شده است. بدین صورت که فهرستی از دانشگاه‌های آزاد شمال، جنوب، شرق و غرب استان تهیه و به روش تصادفی از بین آنها نمونه‌هایی انتخاب شده سپس بین افرادی که در هر یک از خوشه‌ها قرار داشته‌اند به صورت تصادفی پرسش‌نامه توزیع شده و نهایتاً تعداد ۳۸۵ نفر مورد مطالعه قرار گرفته است. در این پژوهش از سه پرسش‌نامه با مشخصات زیر استفاده شده است:

- پرسش‌نامه محقق ساخته رهبری مثبت‌گرا (آقابابایی، ۱۳۹۲) با ۱۷ سوال بسته پاسخ در قالب چهار راهبرد جو مثبت، ارتباطات مثبت، روابط مثبت و معنی‌گرایی مثبت بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱)

- پرسش‌نامه اشتیاق به کار: این پرسش‌نامه از شوفلی و همکارانش (۲۰۰۶) بوده و شامل سه مولفه است که عبارتند از ۱- انرژی، ۲- شیفتگی و ۳- فداکاری. مقیاس اشتیاق شغلی، ۱۷ عبارت دارد که هر عبارت دارای مقیاس لیکرت هفت تایی می‌باشد که از صفر تا ۶ نمره گذاری (هرگز = ۰ و همیشه = ۶) می‌باشد.

- پرسش‌نامه شادکامی آکسفورد (OHI) که توسط آرگایل و لیو (۱۹۹۰) تهیه شده است و با ۲۹ سوال که پنج عامل رضایت، خلق مثبت، سلامتی، کارآمدی و عزت نفس را در بر می‌گیرد. روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها توسط اساتید و صاحب‌نظران دانشکده‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه اصفهان و دانشگاه آزاد اسلامی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. همچنین ضریب پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه رهبری مثبت‌گرا ۰/۸۳، پرسش‌نامه اشتیاق شغلی ۰/۸۸ و پرسش‌نامه شادکامی ۰/۸۹ به دست آمد که حاکی از



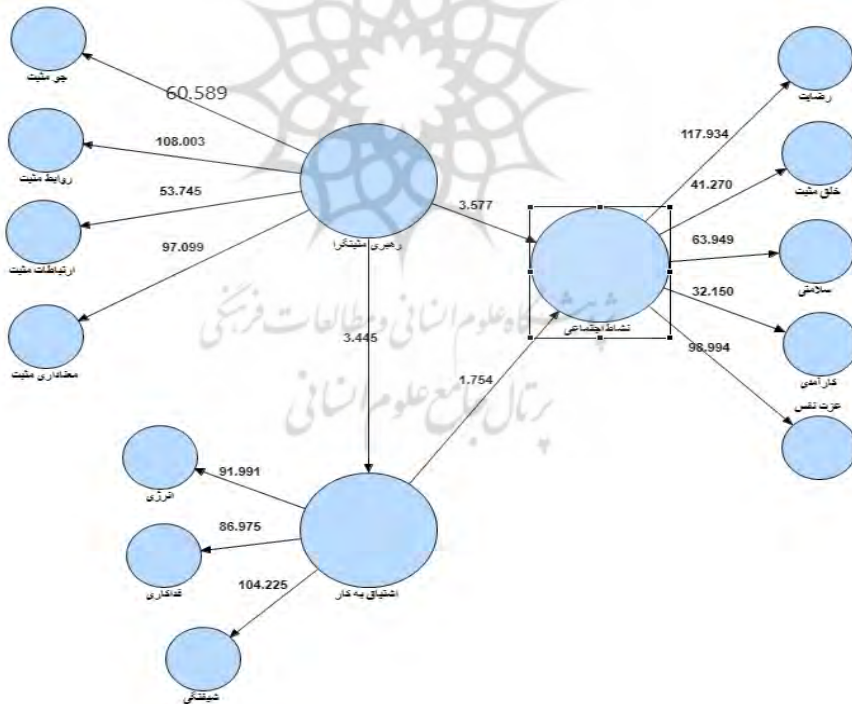
پایایی بالای ابزارهای اندازه‌گیری می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل آماری از آمار توصیفی و استنباطی و برای محاسبات نیز از نرم افزار PLS Smart استفاده شد.

## یافته‌های پژوهش

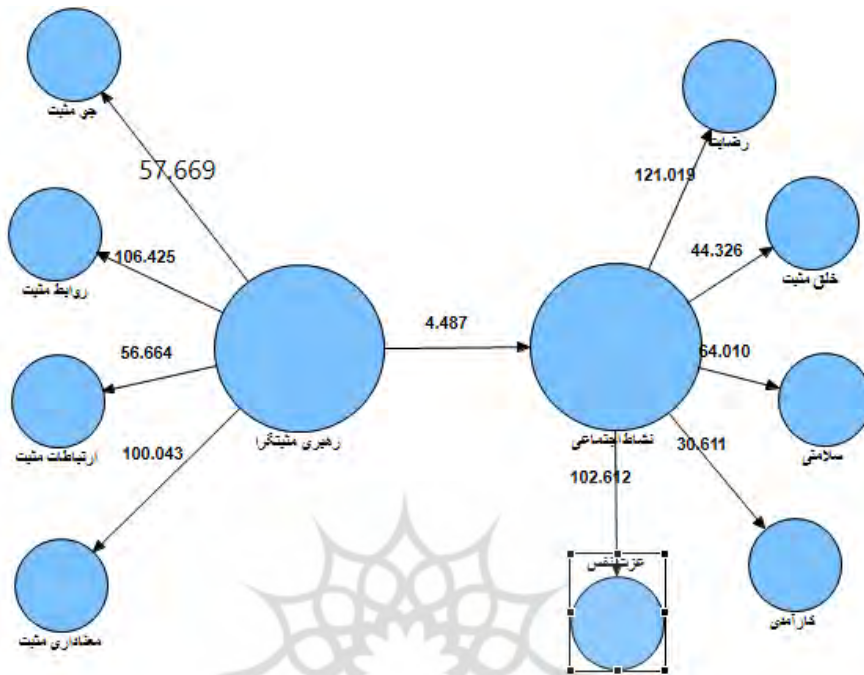
### برازش مدل ساختاری

#### مرحله اول: ضرایب معناداری Z

این شاخص صرفاً جهت ورود به مرحله دوم مدل اندازه‌گیری کاربرد داشته و فاقد هر گونه ارزش دیگری در این مرحله است. اما برای مرحله آخر (مدل کلی)، دارای اهمیت بالایی است. با توجه به نامناسب بودن ضرایب وارد بین دو متغیر اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی که پائین تر از حداقل ضریب ۱/۹۶ است، لذا متغیر اشتیاق به کار از این بعد از مدل حذف و مدل بدون متغیر اشتیاق به کار می‌بایست ادامه یابد. در مرحله بعد مدل برای تعیین شاخص  $R^2$  بدون متغیر اشتیاق به کار ادامه می‌یابد.



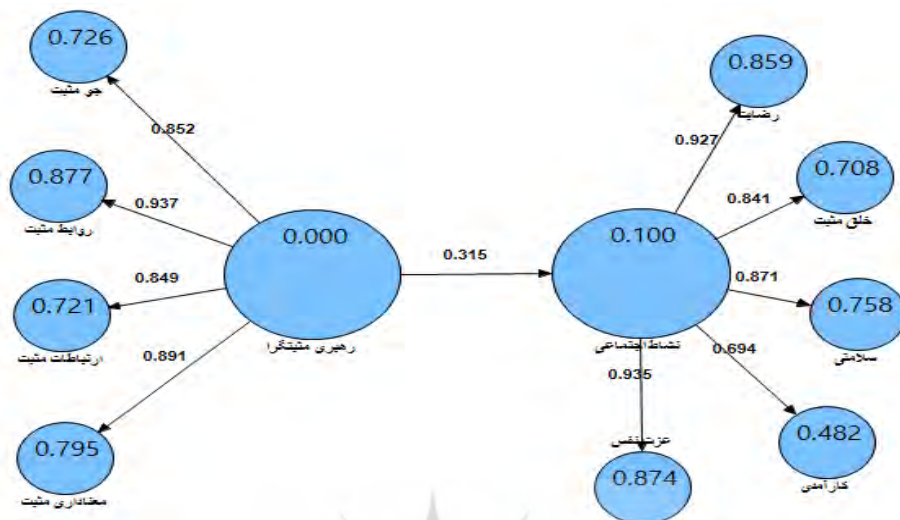
شکل ۱. مدل با ضرایب معناداری Z



شکل ۲. اصلاح ضرایب معناداری Z پس از حذف متغیر اشتیاق به کار

### مرحله دوم: شاخص $R^2$

این شاخص از تأثیر متغیر مستقل بر کلیه متغیرهای وابسته حکایت دارد. سه مقدار ۰/۱۹ و ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته شده است.



شکل ۳. مدل محاسبه ضرایب  $R^2$

مطابق با شکل ۳، چون ضرایب درون دایره متغیر نشاط اجتماعی پائین‌تر از ۱/۹۶ است لذا این مرحله برای مدل بسیار ضعیف است.

### مرحله سوم: شاخص Q2

این شاخص، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که در سه مقدار ۰/۰۲ و ۰/۱۵ و ۰/۳۵ ارائه شود، نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی متغیرهای مستقل و ابعاد آن دارد. چون این شاخص برای متغیرهای درون‌زای مدل کاربرد دارد، لذا در جدول ۱، تنها متغیر وابسته محاسبه شده است.

جدول ۱. محاسبه معیار Q2

گوپه‌ها	1-SSE/SSO
نشاط اجتماعی	۰/۳۳۵

اعداد به‌دست آمده از خروجی مدل در جدول ۱، نشان می‌دهد، ضریب معیار  $Q^2$  نزدیک ۰/۳۵ است و دارای شاخص مناسب Q2 است.

## برازش کلی

### شاخص کلی مدل

محاسبه مدل سازی کلی از مدل، شامل دو پارامتر محاسبه مدل کلی و آزمودن فرضیه‌ها است. جهت بررسی این شاخص طبق فرمول می‌بایست، مقدار عددی ضرایب مقادیر اشتراکی در ضریب  $R^2$  ضرب شود و میانگین آن‌ها شاخص برازش مدل کلی موسوم به GOF را می‌سازد. ضریب  $R^2$  مطابق با میانگین ضرایب وارد در درون دایره کلیه متغیرهای شکل (۳)، برابر با ۰/۶۹ به دست آمده است.

### محاسبه میانگین مقدار مقادیر اشتراکی

مقدار مقادیر اشتراکی نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا است که از یک یا چندسازه برون‌زا تأثیر می‌پذیرد و نتایج آن در جدول ۲، نشان داده شده است.

جدول ۲. مقدار مقادیر اشتراکی

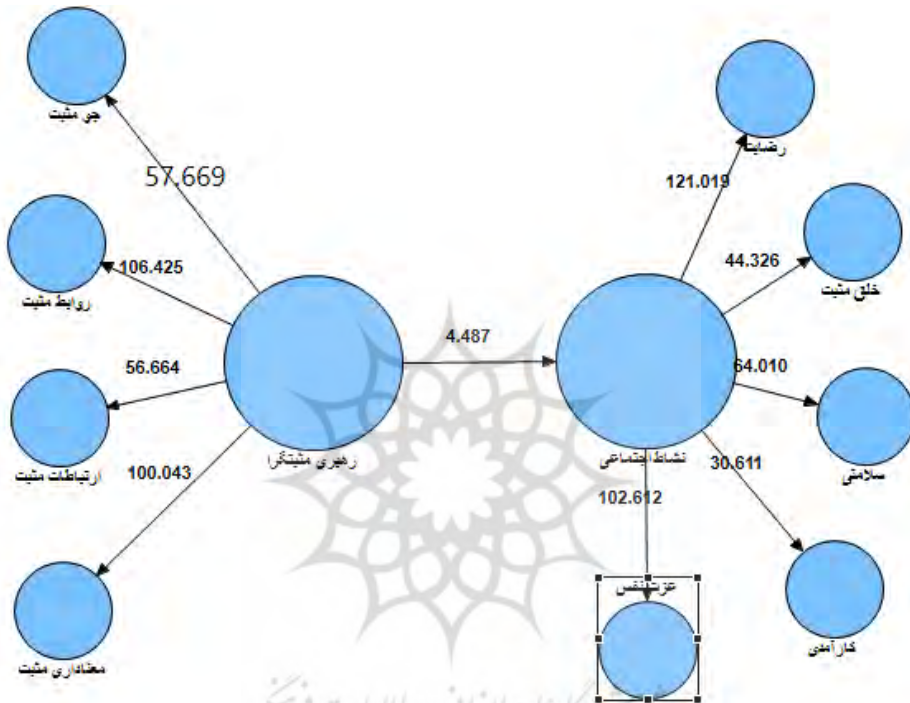
متغیرهای مرتبه اول	میانگین مقدار مقادیر اشتراکی
جو مثبت	۰/۹۰۶
رضایت	۰/۹۳۱
روابط انسانی مثبت	۰/۹۶۴
ارتباطات مثبت	۰/۸۸۲
خلق مثبت	۰/۸۹۷
معناداری مثبت	۰/۹۱۷
سلامتی	۰/۹۴۴
کارآمدی	۰/۷۶۵
عزت نفس	۰/۸۷۹
میانگین	۰/۸۹۸

عدد میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای مرتبه اول در جدول (۲)، برابر با ۰/۸۹۸ به دست آمده است، از این رو مطابق با رابطه زیر، شاخص کلی مدل برابر با:

$$GOF = \sqrt{COMMUNALITIES \times R^2} = 0/787$$

### بررسی ضرایب معناداری Z مربوط با هر یک از گویه‌ها

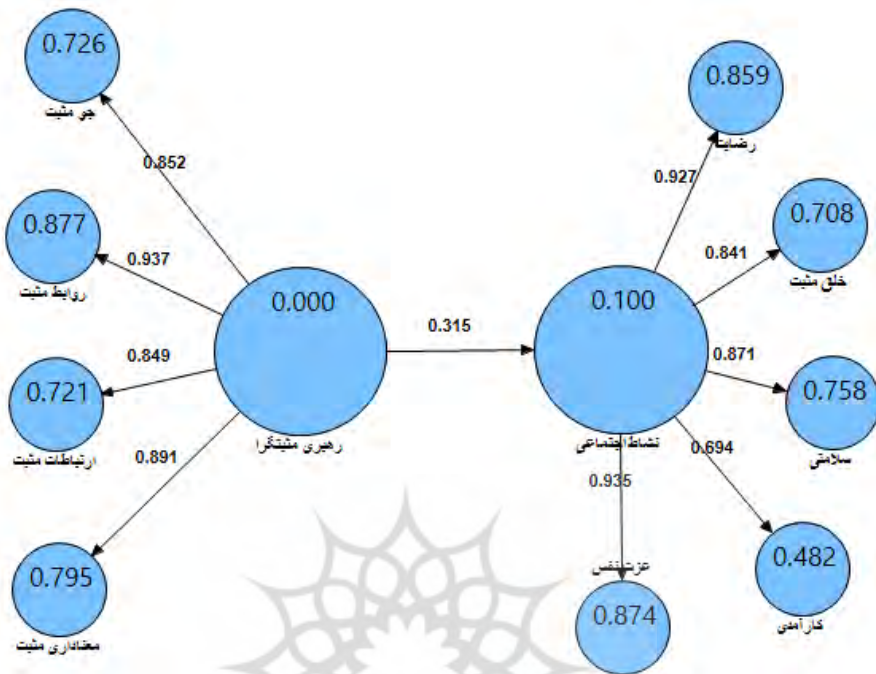
ضریب معناداری Z به عنوان معیاری برای جواز عبور به مرحله آخر است. که باید بالای ۱/۹۶ باشد و با توجه به تأیید این ضریب بین خطوط کلیه متغیرها، لذا این مرحله نیز قابل قبول خواهد بود. شکل ۴، به خوبی این ضریب را نمایش داده است.



شکل ۴. ضرایب نهایی معناداری Z

### بررسی ضرایب استاندارد مسیر هر یک از سؤال‌ها

ضرایب استاندارد مسیر مشخص می‌کند، چه مقدار واریانس تغییرات متغیر وابسته (عملکرد مالی)، را متغیر برون‌زا یا مستقل یا متغیرهای مستقل به شکل مستقیم و یا غیرمستقیم تبیین می‌کند. مطابق با شکل ۵، ضرایب همگی بالاتر از حد استاندارد ۰/۴ بوده و از این رو تفسیر نتایج برای هر فرضیه به صورت زیر انجام می‌شود.



شکل ۵. مدل نهایی تحقیق (به همراه ضرایب نهایی استاندارد مسیر)

## آزمون فرضیه‌ها

**فرضیه اول:** بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

با توجه به این که ضرایب معناداری  $Z$  بین رهبری مثبت‌گرا و اشتیاق به کار از رقم  $1/96$  پائین تر بود، لذا با حذف این متغیر عملاً فرضیه اصلی رد شد. شکل (۱)، خروجی این ضریب در مدل را نشان داده است. مطابق با این شکل در مدل، ضریب معناداری  $Z$  بین اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی برابر با  $1/754$  است که از این منظر دارای رقم استاندارد حداقل  $1/96$  نیست و با عدم معنی داری این رابطه در سطح  $0/05$ ، متغیر اشتیاق به کار و کلیه ابعاد این متغیر از منظر پاسخگویان و بر اساس تحلیل خروجی نرم افزار، حذف می‌شود. اما با توجه به ارتباط معنی دار بین رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی در سطح  $0/05$  لذا این ضریب بین دو متغیر مذکور با رقم  $3/58$  مورد تأیید قرار می‌گیرد. شکل (۲)، مدل با وجود اصلاح در ضرایب معناداری بدون متغیر اشتیاق به کار نمایش داده شده است. در نهایت فرضیه اول این تحقیق با این عنوان که بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد به دلیل عدم معنی

داری یکی از متغیرها (متغیر اشتیاق به کار) با متغیر وابسته (نشاط اجتماعی)، مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

**فرضیه دوم:** بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با اشتیاق به کار و ابعاد آن رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.

با توجه به این که ضرایب معناداری  $Z$  بین رهبری مثبت‌گرا با اشتیاق به کار و ابعاد آن پایین‌تر از رقم  $1/96$  بود، این فرضیه رد شد. در شکل (۱) لذا با حذف این متغیر عملاً رابطه بین رهبری مثبت‌گرا با متغیر اشتیاق به کار نیز قطع می‌شود زیرا ماندن متغیر اشتیاق به کار و اتصال آن به متغیر رهبری مثبت‌گرا معنایی نخواهد داشت و متغیر اشتیاق به کار با قطع رابطه با متغیر نشاط اجتماعی نمی‌تواند هیچ نقشی در مدل داشته باشد. از این رو در شکل (۲)، خروجی اصلاحی ضرایب معناداری مدل، این متغیر از مدل به طور کامل حذف می‌شود. این بدان معنا است که بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با اشتیاق به کار و ابعاد آن رابطه مستقیم و معنادار وجود ندارد و فرضیه دوم مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

**فرضیه سوم:** بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی و ابعاد آن رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.

با وجود تأیید برازش کلی مدل با رقم  $0/787$ ، همچنین ضرایب معناداری  $Z$  بین رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی و ابعاد آن که مطابق با شکل (۱)، در سطح  $0/05$  معنی دار بود (بالتر از رقم  $1/96$  بود) این فرضیه مورد تأیید قرار گرفت. از طرفی، میزان تبیین تغییرات واریانس متغیر درون‌زا از برون‌زای مدل بدون واسطه و به صورت مستقیم، برابر با  $31/5$  درصد بود و میزان تغییرات واریانس متغیر درون‌زای مدل از ابعاد متغیر برون‌زا که به شکل غیر مستقیم وجود داشته، برای بعد رضایت برابر با  $29$  درصد ( $0/927 * 0/315$ )، برای خلق مثبت برابر با  $26$  درصد، برای سلامتی برابر با  $27$  درصد، برای بعد کارآمدی برابر با  $22$  درصد و برای بعد عزت نفس برابر با  $29$  درصد می‌باشد. در جدول (۳) میزان اثرات مستقیم و غیر مستقیم کلیه متغیرها وارد شده است.

**جدول ۳.** میزان تأثیر گذاری و تاثیر پذیری مستقیم و غیر مستقیم متغیرها

مؤلفه‌ها	اثرپذیری مستقیم	غیر مستقیم	اثرگذاری مستقیم	اثرگذاری غیرمستقیم	وضعیت متغیر
رضایت	.....	۲۹ درصد	.....	۲۹ درصد	تأیید

خلق مثبت	.....	۲۶ درصد	.....	۲۶ درصد	تأیید
سلامتی	.....	۲۷ درصد	.....	۲۷ درصد	تأیید
کارآمدی	.....	۲۲ درصد	.....	۲۲ درصد	تأیید
عزت نفس	.....	۲۹ درصد	.....	۲۹ درصد	تأیید
رهبری مثبت‌گرا	.....	.....	.....	۳۱/۵ درصد	تأیید
نشاط اجتماعی	.....	.....	.....	.....	تأیید
اشتیاق به کار	.....	.....	.....	.....	حذف از مدل

### بحث و نتیجه گیری

طبق یافته‌های فرضیه اول بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود ندارد. با وجود تأیید برازش کلی مدل، اما، با توجه به این که ضرایب معناداری Z بین متغیر نشاط اجتماعی و اشتیاق به کار در سطح ۰/۰۵ معنی دار نبود لذا با حذف این متغیر عملاً فرضیه اول رد شد. همچنین ضریب معناداری Z بین اشتیاق به کار با نشاط اجتماعی در سطح ۰/۰۵ معنی دار نیست و متغیر اشتیاق به کار و کلیه ابعاد این متغیر از منظر پاسخگویان و بر اساس تحلیل خروجی نرم افزار، حذف می‌شود. با عنایت به ارتباط معنی دار بین رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی در سطح ۰/۰۵ این ضریب بین دو متغیر مذکور مورد تأیید قرار می‌گیرد در نهایت فرضیه اول این تحقیق با این عنوان که بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق به کار و نشاط اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد به دلیل عدم معنی داری یکی از متغیرها (متغیر اشتیاق به کار) با متغیر وابسته (نشاط اجتماعی)، مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

یافته‌های این فرضیه غیرهمسو با نتایج پژوهش شوفلی و باکر (Schaufeli, & Bakker, 2004) و میرزادارانی (Myrzadarani, 2013) می‌باشد. شوفلی و باکر معتقدند کسانی که به کارشان اشتیاق دارند در مقایسه با کسانی که مشتاق کارشان نیستند از کارشان رضایت بیشتری دارند، احساس تعهد بیشتری به سازمان دارند، تمایل کمتری برای ترک کار و سازمان و گشتن به دنبال کار در جای دیگر دارند. یکی از مهم ترین دلایل رد این فرضیه از نظر پاسخ‌گویان تاثیر افزایش اشتیاق شغلی بر افزایش سطح انرژی و هویت قوی در فرد است. همچنین از نظر میرزادارانی (Myrzadarani, 2013) اگر کارکنان سازمان‌ها با شور و شوق و علاقه کار نمایند و به شغل و سازمان خود دلبستگی داشته باشند علاوه بر این که سازمان در نیل به اهداف خود موفق تر خواهد بود جامعه نیز از نشاط بیشتری برخوردار خواهد شد. افزایش نشاط اجتماعی ره آوردی است که اشتیاق شغلی به ارمغان می‌آورد.



طبق یافته‌های فرضیه دوم بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با اشتیاق به کار و ابعاد آن رابطه معنادار وجود ندارد. بنابراین این فرضیه رد می‌گردد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش هویدا و همکاران (Hoveyda et al, 2011)، شوفلی و باکر (Schaufeli, & Bakker, 2004) و میرزادارانی (Myrzadarani, 2013) همسویی ندارد. هویدا و همکاران (Hoveyda et al, 2011) بیان می‌کنند که مثبت‌گرایی باعث بهبود عملکرد، افزایش خشنودی، اعتماد به نفس، عزت نفس، انعطاف‌پذیری، انرژی و شادابی، عملکرد شغلی، دستیابی به هدف، رشد و توسعه فردی بیشتر و کاهش استرس می‌شود.

طبق یافته‌های فرضیه سوم بین راهبردهای رهبری مثبت‌گرا با نشاط اجتماعی و ابعاد آن رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین این فرضیه مورد تأیید قرار گرفت. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های رمزدن (Ramsden, 1998)، فروهر و همکاران (Forouhar et al, 2013) همخوانی دارد. رمزدن (Ramsden, 1998) در مطالعه تحلیلی خود به این نتیجه رسید که با توجه به دشواری‌ها و چالش‌هایی که بر سر راه دانشگاه‌ها قرار دارد، رهبران آکادمیک باید با خوش‌بینی و مثبت‌اندیشی، مشکلاتی را که در اثر آینده نامعلوم و دشوار به وجود می‌آید حل کنند. در واقع این وظیفه رهبران آکادمیک است که همکاران شان را تهییج و زنده کنند تا با انگیزه و شور با چالش‌ها روبه‌رو شوند. در تبیین نتایج فرضیه اول می‌توان گفت مدیران و رهبران دانشگاهی با قدردانی از اعضای می‌توانند باعث افزایش ارتباطات، تقویت ارزش‌ها و ارتقاء سطح اعتماد کارکنان و اعضای هیات علمی گردند. مدیرانی که به اعضای هیأت علمی آزادی عمل اعطا نمایند و مشارکت‌پذیری را مبنای کار خود قرار دهند باعث می‌شوند که اعضای هیأت علمی به انجام فعالیت‌های نوین در دانشگاه علاقه‌مند شوند و سطح تبادل نظر، گفتگو، همکاری و ارتباطات را افزایش دهند. یک رهبر موفق باید بتواند افراد زیر مجموعه خود را به شور و اشتیاق برساند به طوری که کارکنان از روی احساس رضایت، کار خود را به نحو احسن انجام دهند. در واقع، یک مدیر، زمانی می‌تواند رهبری موفق باشد و اهداف را به بهترین نحو پیش ببرد که بتواند در سازمان جو عاطفه، محبت و صمیمیت برقرار کند و توانایی ایجاد شور و اشتیاق را در افراد مجموعه داشته باشد. رهبر باید به نیاز روحی افراد توجه داشته باشد و سعی کند به افراد در محیط کار از روشهای مختلف روحیه دهد و بدین طریق موجبات شادکامی و نشاط آنها را فراهم نماید. شادی و نشاط از عوامل موثر و مفید برای ارتقاء روحیه کارکنان می‌باشد و نقش بسزایی در زندگی شخصی و شغلی آنها دارد. شادی اشتیاق افراد را به انجام فعالیت‌های اجتماعی تسهیل می‌کند. مدیران با ایجاد محیطی سرشار از صمیمیت موجبات روحیه گروهی، اعتماد سازی و ایجاد جو مثبت، عاطفی، دوستانه و شاد را فراهم می‌آورد و با ایجاد جو احترام متقابل بین اساتید و دانشجویان زمینه‌ی ارتقای کیفیت آموزشی و برنامه ریزی آموزشی

اثربخش و احساس رضایتمندی را در دانشگاه به وجود می‌آورد. هر چه شادی بیشتر باشد، تعاملات اساتید، دانشجویان، کارکنان و مسئولان بهتر خواهد بود.

در تبیین نتایج فرضیه دوم و سوم می‌توان گفت کیفیت روابط بین مدیران و کارکنان به عنوان یک پیوند حیاتی برای افزایش اشتیاق شغلی محسوب می‌شود. علاوه بر رهبران، مدیران مستقیم نیز نقش اساسی در افزایش سطح اشتیاق شغلی کارکنان ایفا می‌کنند (Myrzadarani, 2013).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد اعتماد مدیران و اعتماد افراد به میل درونی‌شان به شغل می‌تواند ابزاری برای افزایش اشتیاق شغلی کارکنان در کارشان باشد (Choghtai & Buckley, 2011). مدیران باید مولفه‌های کلیدی اشتیاق شغلی و شادی کارکنان را شناسایی نمایند. آنان باید منابع مالی و غیرمالی مورد نیاز برای اجرای برنامه‌های اشتیاق شغلی کارکنان را فراهم نمایند و این چنین حمایت خود را در پیاده سازی استراتژی اشتیاق شغلی کارکنان تکمیل نمایند. مدیران می‌توانند با ایجاد ارتباطات شفاف، کار تیمی، مسطح سازی ساختار سازمان، تیم‌های خود مدیریتی، روابط انسانی مثبت، و تصمیم‌گیری‌های مشارکتی شور و اشتیاق به کار و شادی را در کارکنان ایجاد نمایند.

## پیشنهادات

- با توجه به یافته‌های به دست آمده و بر اساس اهمیت و اولویت آنها، پیشنهادهای ذیل به منظور افزایش اشتیاق به کار و نشاط و شادی کارکنان و اعضای هیات علمی به مدیران و مسئولان دانشگاه‌ها توصیه می‌شود:
- با کارکنان و اعضای هیات علمی با صداقت و درستی رفتار کنند، به آنها احترام بگذارند، به طور مؤثر با آنان گفتگو کنند و در تصمیم‌گیری‌ها درگیر نمایند. از طریق گفتگوهای چهره به چهره روابط مطلوب را پرورش دهند و احساس کارکنان را نسبت به شغل شان سرشار از فخر و مباهات نمایند و محیطی سرشار از نشاط و شادکامی برای آنها فراهم نمایند.
  - برنامه‌هایی برای ایجاد نشاط و شادکامی در تمامی سطوح دانشگاه تدوین نمایند.
  - با توجه به اینکه کیفیت روابط بین مدیران و کارکنان در افزایش اشتیاق شغلی مؤثر می‌باشد توصیه می‌شود مدیران بستر سازی مناسب برای برقراری ارتباط شفاف به وسیله ی نشر اطلاعات صحیح از چشم انداز، اهداف و انتظارات را فراهم نمایند.
  - رفع مسایل و مشکلات نگران کننده اعضای هیات علمی به طور اصولی تا نتیجه نشاط و شادایی آنها منجر به نشاط در دانشجویان و کلاس‌های درس شود.
  - در تعیین اهداف و ارزش‌های سازمان از نظر کارکنان و اعضای هیات علمی استفاده نموده و در تصمیمات مربوط به حوزه کاری آنها مشارکت داده شوند.

- با تقویت روحیه کار تیمی و تشویق کارکنان و اعضای هیات علمی به تعامل بیشتر با یکدیگر و القای مثبت‌اندیشی در افراد موجبات افزایش اشتیاق شغلی آنها را فراهم نمایند.

## تشکر و قدردانی

مراتب تشکر و قدردانی خود را بابت حمایت مالی طرح بررسی روابط چندگانه میان راهبردهای رهبری مثبت‌گرا، اشتیاق شغلی و نشاط اجتماعی در دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان فارس توسط دانشگاه آزاد اسلامی واحد آباده عنوان می‌نمایم.

## References

- Akhavanbebahani, A. (2011). vitality necessary for public health, Jame Jam, available on [www.jamejamonline.ir](http://www.jamejamonline.ir), Wednesday, Persian date Mordad 26. (In Persian)
- Akrami, H. (2017). The effect of achieving the organization mission statement and perceived organizational support on job performance and performance improvement services through mediating variables work engagement, job adjustment, job satisfaction and organizational commitment. Master thesis, Islamic Azad University of Abadeh Branch. (In Persian)
- Aghababai, R. (2013). Explain the multiple relationships between leadership strategies and strategies of positive self-direction with the establishment of the components of quantum in Isfahan University and Tehran University (thesis), Faculty of Education and Psychology, University of Isfahan. (In Persian)
- Argyle, M., and Lu, L. (1990), The happiness of extraverts, personality and Individual Difference, To evaluative threat. Journal of Personality and Social Psychology, 56, 257-266.
- Askaribajgerani, (2011), Determine the effect of the talent management strategy on mental emotional involvement of employees Municipality (M. Sc.), University of Isfahan. (In Persian)
- Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2010), Work engagement: A handbook of essential theory and research. New York: Psychology Press.
- Cameron, K. S. (2007), Building relationships by communicating supportively. Developing Management, 28 (3), 237- 282.
- Carr A. (2004), Positive psychology the science of happiness and human strengths. New York: Brunner-Routledge Publisher.
- Carroll, M. (2009), A Study of the Relationship between Positive Leadership Behavior and Followers Positive Psychological Capital, Doctoral Dissertation, Capella University

-Chughtai, A., & Buckley, F. (2011), Work engagement antecedent, the mediating role of learning goal orientation and job performance. *Career development*, 16 (7), 684-705.

-Gibbons, J. (2006), *Employee Engagement" A Review of Current Research and Its Implications*, New York: The Conference Board.

-Hashemi Sheykhshabani, SA., Aslanpurjokandan, M., and Naami, AZ. (2012), Work engagement and self-worth of psychological mediating role in the relationship between core issue with task performance and turnover intention. *job counseling and organizational Magazine*, ۱۱, ۳۲-۱۳.

-Hewitt, A. (2004), *What makes a best employer? Insights and Findings from-Hewitt's Global Best Employer's Study*, Boston: Hewitt Associates.

-Hezarjaribi, J and Astinfeshan, P. (2009), Factors affecting social vitality with emphasis on Tehran, *Quarterly Applied Sociology*, 20 (1) , 119 -146. (In Persian)

-Hoveyda, R. Forouhar, M., and Jamshidian, A. (2011), *Positive leadership*, Esfahan: Negar. (In Persian)

-Hulkko, K. & Sart, D. & Hakonen, A. & Sweins C. (2012), Total rewards perception and work engagement in elder-care organization, *Studies of Mgt & Org Magazine*, 42 (1), 24-49.

-Farajian, T., and Khademian, T. (2013), The Role of life satisfaction on the social vitality, *Sociological Studies of Youth Journal*, 4 (10), 87- 102 (In Persian)

-Forouhar, M. Ehsanmaleki, Sh. Ruzbahani, R., & Shahmohammadi, N. (2013). Psychological capital management organization, A new approach to creating competitive advantage, *The national conference of modern management*, Gorgan, 14 September. (In Persian)

-Khorshidi, R. (2014), Social vitality theory (introduction to the ways of promoting social vitality), *The growth of Social Science Education*, 16 (3), 4-7. (In Persian)

-Kuhnel, J. & Sonnentage, S. & Westman, M. (2009), Does work engagement increase after a short respite? The role of job involvement as a double-edged sword, *Journal of occupational and organizational psychology*, 82, 575-594.

-Markos, S. (2010), *Employee Engagement: The Key to Improving Performance*. *International Journal of business and Management*. 5, 89-96.

-Mozafari, S and Irandust, M. (2016), *Investigation of the Effectiveness of Organizational Relationships with Job Excitement in Sanandaj Province*, 3<sup>rd</sup>International conference on science and engineering, Istanbul- Turkey, 2June 2016.

-Myrzadarani, H. (2013), Work engagement to social vitality, *Social sciences*, 62, 62-70.

-Nori,A., Oraizi, H. R., and Babamiri, Mohammed. (2010), Relationship between work engagement dimensions of organizational commitment, *New Industrial-Organizational Psychology Quarterly*, 1 (5), 9- 15 (In Persian)

-Schaufeli, W.B., & Bakker, A.B. (2004), Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior* ,25, 293° 315.

-Schaufeli, W. B., Marfitnez, J, M., Pinto, A. M., Salanova, M & Bakker, A. B. (2002), Burnout and engagement in university student, *Journal of cross- culture psychology*, 23, 464- 481.

-Schaufeli, W. B; Bakker, A & Salanova, M. (2006), The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross - national study, Educational and Psychological Measuremen. 66, 701-716.

-Shirini, A and Rohignaghred, Gh. (2016), The effect of managers decision making quality on empowerment and enthusiasm for employees of the General Administration of Sports and Youth of Ardabil, 3<sup>rd</sup>International conference on science and engineering, Istanbul- Turkey, 2June 2016.

-Ramsden, P. (1998), Learning to lead higher education, Route Ledge, London and New York.

-Taghipur, A. (2009), Explore the causal relationship between organizational culture, job motivation, job engagement and innovative behaviors mediated by psychological empowerment among employees of National Iranian Drilling Company (thesis), Industrial and Organizational Psychology, University of martyr Chamran. (In Persian)

-Vance R. J. (2006), Employee engagement and commitment, SHRM Foundation, USA.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی